



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Paulo Cezar Nunes Junior

**FESTIVAIS COMO MODULADORES DA
CIDADE CONTEMPORÂNEA
DIÁLOGOS ENTRE SÃO PAULO E LISBOA**

Tese no âmbito do Doutoramento em Sociologia – Cidades e Culturas Urbanas orientada pelo Professor Doutor Claudino Ferreira e apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.

Julho de 2019

Faculdade de Economia

FESTIVAIS COMO MODULADORES DA
CIDADE CONTEMPORÂNEA
Diálogos entre São Paulo e Lisboa

Paulo Cezar Nunes Junior

Tese no âmbito do Doutoramento em Sociologia - Cidades e Culturas Urbanas orientada
pelo Professor Doutor Claudino Ferreira e apresentada à Faculdade de Economia da
Universidade de Coimbra.

Julho de 2019

Dedicatória

À minha mãe, Rosa Nunes, que soube tecer em fé e esperança todos esses anos de distância. Mesmo desafiada pela vida, ela nos ensina coisas novas, a cada dia, de maneira aguerrida e amorosa.

Aos pequenos Matheus Nunes, Davi Seiji e Elisa Ayumi, por me lembrarem daquilo que é importante.

Agradecimentos

A história deste doutoramento começou de maneira inesperada. No final do ano de 2014, uma viagem de táxi compartilhada com o professor Carlos Fortuna de Itajubá para o Aeroporto Internacional de Guarulhos possibilitou-me tomar conhecimento do programa de Doutorado em Sociologia da Universidade de Coimbra. De maneira despretensiosa, esse contato acabou frutificando e, no semestre seguinte, já organizava minha mudança rumo a Portugal.

Além do professor Carlos Fortuna, agradeço aqui à amiga Paula Abreu e aos demais professores do curso por me instigaram no processo desta investigação. Nesse âmbito, presto uma menção especial ao meu orientador, Professor Claudino Ferreira, por toda a atenção dedicada no delineamento do projeto, na condução da pesquisa empírica e no processo de lapidação dos capítulos. Relativamente à Universidade de Coimbra, é importante, ainda, agradecer todo o suporte prestado, durante o curso, por parte dos funcionários do Centro de Estudos Sociais, da Escola de Estudos Avançados e da Divisão de Relações Internacionais. Agradeço, também, aos membros do júri pela leitura e arguição do texto.

Do ponto de vista institucional, agradeço ainda ao Humanities Institute - University College of Dublin e à Amsterdam School for Cultural Analysis. Os períodos como investigador visitante, nessas instituições (2017 e 2018), foram subsidiados pelo Programa Erasmus e impactaram no desenvolvimento da tese de forma bastante positiva. Neste âmbito, é importante agradecer todo o trabalho de supervisão prestado pela Professora Carolyn Birdsail, do Media Studies Department - University of Amsterdam, que me proporcionou uma série de novas ideias e planos futuros de pesquisa.

Desde 2015, as horas a fio de trabalho, em frente o computador, foram intercaladas em dezenas de lugares, dos quais posso citar a Biblioteca Municipal de Oeiras, o International Institute for Social History, a Biblioteca Municipal Mário de Andrade, a James Joyce Library, a Biblioteca Geral e a Biblioteca da Faculdade de Economia, a Biblioteca da

Escola Superior de Educação de Coimbra, a PCHuiss Library da University of Amsterdam, a Cinemateca de Lisboa, a Casa da Música e a Biblioteca da Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Agradeço aos trabalhadores desses lugares que, por incontáveis vezes, me brindaram com sorrisos e outras gentilezas, abrandando o esforço empreendido na escrita da tese.

Em nome do Professor Mikael Frank Rezende Junior, diretor do Instituto de Física e Química, presto meu agradecimento à Universidade Federal de Itajubá pela concessão do afastamento e cobertura da carga horária didática durante esses anos. Sem dúvida, o apoio institucional foi fundamental para que este doutoramento obtivesse êxito.

Agradeço aqui às amigas Paula Guerra, Bethânia Suano e Paula Rocha; e ao amigo Guilherme Varela, por facilitarem minha aproximação com os terrenos de pesquisa. Os méritos acadêmicos precisam ser divididos, ainda, com todos os 26 entrevistados e entrevistadas que, gentilmente, aceitaram participar desta investigação.

Aos queridos amigos Lu de Laurentz, Malu Arruda, Dalva Oliveira, Margareth Junqueira, Ivanei Salgado, Felício Murade, Joni Meyer, André Guimarães e Telma Resende, pérolas que um “Corredor Cultural” fortuitamente reuniu durante o tempo de trabalho com projetos de extensão universitária no Brasil.

Ao querido Jaya, e a tudo o que representa o tempo em que estivemos juntos, especialmente, em meio aos desafios e aprendizados obtidos à frente do Festival Integrado de Cultura e Arte. Não caberiam, aqui, linhas para colocar todos os feitos e nomes que fizeram parte das histórias daquele indelével *festival de encontros*.

Ao querido Igor Lopes, com quem tive o privilégio de partilhar afetos e lições múltiplas desde minha chegada em Portugal. Esses agradecimentos se estendem, também, a seus familiares.

Ao Mestre Ronaldo Pereira, por todos os ensinamentos tecidos em cada dedo de prosa trocado nestes últimos anos.

Aos amigos Matheus Barros e Dênis Rodrigues, pela ajuda técnica e auxílio com a transcrição das entrevistas; e à amiga Ana Paiva, pela correção ortográfica e gramatical de todo o texto.

À amiga Cláudia Polido, pelo contato auspicioso, desde o início do curso.

Às amigas Ana Paula Cunha, Sílvia Amaral e Simone Rechia, pelos longos anos de amizade e por todas as trocas (profissionais e não só) feitas até aqui.

Aos amigos e colegas do curso de doutoramento Felipe Loureiro, Marta Pordeus, Fátima Espinheira e Janina Suarez Pinzón, com quem tive o prazer de partilhar essa experiência.

Às “famílias-satélites” que ganhei de presente, durante o doutoramento: Carol Gontijo e Paul Hecker, Saulo Aristides e Luany Promenzio e respectivos filhos. Aqui, a lista de agradecimentos se estende também à Sofia Belledonne, Laertes Mota, Inês Almeida, Djan Hennemann, Solange Ruegenberg, Susana Lage, Joana Castro, Hélder Nogueira e amigos do Porto e Aveiro. Obrigado por me fazerem sentir “em casa”!

Além de agradecer todos os amigos de longa data, no Brasil, em nome de Ravena Sena Maia, de Rafael Vieira, de Rafael Melo, de Juliana Miguita, de Lizandra Bertanha, de Tatiana Perroti, de Lúcia Cruz, de Angela Collares e tantos outros. Agradeço também os amigos que fiz em Coimbra e Lisboa - Frederica Wilbraham, Marco Tavares, Beatriz Maio, Paulo Lopes, Davi Eleutério, Guilherme Pinto e Ana Oliveira; na Irlanda - Marcus Silva, Renata Frota, Luciana Frota e amigos da República Hospício; na Inglaterra - Larissa Leone, Bruno Mestriner e Adriana Sorrenti; na Rússia - Natalie Zhukova e na Espanha - Marta Romero, Débora Machida, Lara Costa, Davi Padrón e Belém Arias García.

Aos amigos de Amsterdam Ferdinand Van Dam, Luiza Monteiro e Pedro Ascher, Lucrecia Mendonça e Herko Van Gergen, Lego Lima e Pedro Runhaar, Tami Matuoka, Marcos Rabello, Mieko Cabral e Gabriela Braga. A paragem nessa cidade pede, ainda, agradecimentos para os queridos colegas de trabalho da University of Amsterdam: Irene Villaescusa, Cristina Bastidas Redin, Lucia Galarza, Andrés Ibarra, Joe Van der Eerden, Simon Ferdinand, Frederico Savini e Mirian Meissner e às queridas amigas do reArt Collective: as memórias sonoras entoadas, durante as apresentações do coro, ajudaram a soprar os primeiros capítulos da tese.

A Wagner Tamura e a Guilherme Leandro, por todo o suporte familiar, em especial nestes últimos anos.

Por fim, quero prestar um agradecimento especial a Neto Nunes, a Michele Leandro e a Marcela Tamura, com os quais tenho o privilégio de dividir esta jornada de vida como irmão. Nossas memórias são sempre combustível inextinguível para acreditar que a união, sempre, fará a força!

Resumo

FESTIVAIS COMO MODULADORES DA CIDADE CONTEMPORÂNEA

Diálogos entre São Paulo e Lisboa

A cidade vem sendo transformada, de forma crescente, pela realização de eventos culturais e, mais especificamente, por meio de festivais. Partindo dessa premissa, esta pesquisa tem o intuito de investigar a maneira pela qual estes eventos têm modulado a construção material e imaterial no meio urbano, gerando processos de individuação e regulação segundo formas de controle associadas a espaços de liberdade, como sugerem Gilbert Simondon e Gilles Deleuze. Como casos de estudo foram escolhidos dois festivais urbanos e emblemáticos: a Virada Cultural, promovida desde 2005, em São Paulo (Brasil); e o Mexefest, realizado desde 2011, em Lisboa (Portugal). A investigação colocará foco nos intermediários culturais e organizadores, desses eventos, no mercado da comunicação a eles associados e nas demais esferas institucionais ligadas às cidades em análise. O estudo olha as práticas micropolíticas e as ambiências urbanas geradas por estes festivais, entendendo sua relação com a cidade mediada por dispositivos tecnológicos, em diferentes escalas e medidas de funcionamento. A Teoria do Ator Rede de Bruno Latour e o pós-estruturalismo de John Law são referências importantes na estratégia de desenvolvimento do trabalho. Em proximidade com a etnografia sensorial de Sarah Pink, tais autores enquadram a proposta de metodologia para a efemeridade que é utilizada nesta investigação. A pesquisa empírica está assentada numa abordagem de caráter qualitativo e combina a observação direta de caráter etnográfico com a realização de entrevistas e a análise documental. Construídos sobre o controle de espaços-tempo liminares e insinuando a sensação de liberdade e escolha personalizada, os festivais urbanos têm operado segundo o princípio do poder modular. Através desse dispositivo, eles medeiam subjetiva e objetivamente os sujeitos que deles participam e a eles atribuem valores de significação. A experiência em torno desses eventos tem se projetado não só para outras manifestações culturais - daí o caráter festivalizante assumido, hoje, pelas práticas culturais em geral - mas também para a relação do sujeito com outras esferas de sua vida. Seu cenário espetacularizado e efêmero cria e, ao mesmo tempo, reproduz um tipo de experiência característica dos novos modos de vida urbanos. Com base nesses princípios, os resultados da pesquisa são discutidos, a partir dos casos da Virada Cultural e do Mexefest, estão organizados em torno dos seguintes tópicos: (i) relação entre conflitos e imaginários de segurança na cidade; (ii) projetos de regeneração urbana e processos de gentrificação; (iii) agenciamentos entre mídia e programação dos festivais; (iv) articulação entre comunicação cultural e marketing urbano, (v) relações entre tecnologia, música e experiência urbana; (vi) ambientação, *placemaking* e estetização do espaço urbano; (vii) cosmopolitismo, turismo e festivalização da cidade; e (viii) patrimônio histórico e mercado de imagens.

PALAVRAS-CHAVE: cultura, cidade, festivais, controle social, música.

Abstract

FESTIVALS AS MODULATORS OF CONTEMPORARY CITIES Dialogues between São Paulo and Lisbon

Cities have been increasingly transformed by cultural events and, more specifically, through festivals. Based on this premise, the research aims to investigate the ways in which these events have modulated their material and immaterial construction, generating processes of individuation and regulation according to forms of control associated with spaces of freedom, as suggested by Gilbert Simondon and Gilles Deleuze. Two emblematic urban festivals were chosen as cases studies: the Virada Cultural, promoted since 2005 in São Paulo (Brazil); and the Mexefest, held since 2011 in Lisbon (Portugal). The research will focus on cultural intermediaries and organizers directly involved in the production of these events, on the media market associated with them and on others institutional spheres connected to the cities under analysis. The study looks at micropolitical practices and urban environments generated by these festivals, understanding their relationship with the city as mediated by technological devices with different scales and measures of operation. Bruno Latour's Actor Network and the methodological post-structuralism of John Law are important references for this analysis. Together with Sarah Pink's sensory ethnography, these authors compose the methodology of ephemerality that is used in this investigation. The empirical research is based on qualitative methods and combines direct observation, interviews and documentary analysis. Built on the control of liminal space-time and insinuating a sense of freedom and personalized choices, urban festivals have operated according to the principles of modular power. Through this device, they subjectively and objectively measure the subjects who participate in them and attribute values to them. The experience around these events has been extended not only to other cultural manifestations - hence the festivalizing character assumed today by cultural practices in general - but also to the relation of subjects in other spheres of their lives. Its spectacular and ephemeral scenery creates and, at the same time, reproduces a type of experience of new urban ways of life. Based on these principles, the results of this research are discussed through dialogues between the Virada Cultural and Mexefest cases, and are organized around the following topics: (i) the relation between conflicts and imagination of security in the city; (ii) urban regeneration projects and gentrification processes; (iii) intermediation between communication, media and festival programmes; (iv) articulation between cultural communication and urban marketing; (v) relations between technology, music and urban experience; (vi) placemaking and aesthetization of urban space; (vii) cosmopolitanism, tourism and city festivalization; and (viii) historical heritage and market imagery.

KEYWORDS: culture, city, festivals, social control, music.

Resumé

FESTIVALS EN TANT QUE MODULATEURS DE LA VILLE CONTEMPORAINE Dialogues entre São Paulo et Lisbonne

La ville a été transformée de plus en plus par les événements culturels et plus spécifiquement par les festivals. Le recherche part de cette idée afin d'examiner la manière dont ces événements ont modulé le construction matérielle et immatérielle des villes. Les festivals génèrent ainsi des processus d'individuation et de régulation, selon les formes de contrôle associés à des espaces de liberté, comme le suggèrent Gilbert Simondon et Gilles Deleuze. A cette fin, deux festivals urbains et emblématiques ont été choisis comme cas d'étude: le Virada Cultural, promu depuis 2005 à São Paulo (Brésil); et le Mexefest, organisé depuis 2011 à Lisbonne (Portugal). La recherche porte sur les intermédiaires culturels et les organisateurs de ces événements, sur le marché de la communication qui leur est associé et sur les autres domaines institutionnels liés aux villes analysées. L'étude se penche sur les pratiques micropolitiques et les ambiances urbaines générées par ces festivals, en comprenant leurs relations avec la ville via des dispositifs technologiques, à différentes échelles et mesures de fonctionnement. La Théorie de l'Acteur-Réseau de Bruno Latour et le post-structuralisme méthodologique de John Law sont des références importantes dans la stratégie d'analyse suivie. A proximité de l'ethnographie sensorielle de Sarah Pink, ces auteurs composent la méthodologie proposée pour l'éphémère utilisée dans cette enquête. La recherche empirique est basée sur une approche qualitative et combine avec l'observation directe du caractère ethnographique avec des entretiens et analyse de documents. Construits sur le contrôle des espaces-temps liminaux et insinuant un sentiment de liberté et un choix personnalisé, les festivals urbains reposent sur le principe du pouvoir modulaire. À travers ce dispositif, ils régulent subjectivement et objectivement les sujets qui y participent et leur attribuant des valeurs. L'expérience autour de ces événements a été projetée non seulement pour d'autres manifestations culturelles - d'où le caractère festif assumé aujourd'hui par les pratiques culturelles en général - mais également pour les relations du sujet avec d'autres sphères de sa vie. Ses paysages spectaculaires et éphémères créent et reproduisent en même temps un type d'expérience dans les nouveaux modes de vie urbains. Sur la base de ces principes, les résultats de la recherche sont discutés à partir des cas de Virada Cultural et Mexefest, organisés autour des thèmes suivants: (i) relation entre conflits et sécurité imaginaire dans la ville; (ii) projets de régénération urbaine et gentrification; (iii) intermédiation entre des médias et la programmation des festivals; (iv) l'articulation entre la communication culturelle et le marketing urbain, (v) les relations entre technologie, musique et expérience urbaine; (vi) ambiance, *placemaking* et l'esthétique de l'espace urbain; (vii) cosmopolitisme, tourisme et festivalisation de la ville et (viii) patrimoine historique et marché de l'image.

MOTS CLÉS: culture, ville, festivals, contrôle social, musique.

Lista de Siglas

ABRAFIN	Associação Brasileira de Festivais Independentes
ANCINE	Agência Nacional do Cinema
APEX	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
APORFEST	Associação Portuguesa de Festivais
CES	Centro de Estudos Sociais
CEU	Centro de Educação Unificada
EGEAC	Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural
FMM	Festival Músicas do Mundo
FOMO	“Fear of Missing Out”
FUC	Frente Única de Cultura
SCOCS	Associação Cultural Sport Club Operário
SESC	Serviço Social do Comércio
SIC	Sociedade Independente de Comunicação
SSP	Secretaria da Segurança Pública de São Paulo
SXSW	South by Southwest
TAR	Teoria Ator Rede

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Cronograma detalhado de ações realizadas no terreno (Lisboa)	156
Tabela 2 - Cronograma detalhado de ações realizadas no terreno (São Paulo)	157

Lista de Figuras

Figura 3.1: Mapa descritivo de número de festivais em Portugal - APORFEST	131
Figura 3.2: Mapa de Espaços Mexefest 2016	137
Figura 3.3: Programação Mexefest 2016	139
Figura 3.4: Mapa de Espaços - Virada Cultural 2010	146
Figura 3.5: Mapa de Espaços - Virada Cultural 2017	148
Figura 4.1: Plateia reduzida. Palco no Viaduto do Chá - Virada Cultural 2016	178
Figura 5.1: Outdoors - Campanha iPod Nova York e Chicago	223
Figura 5.2: Frame - Vídeo iPod Shuffle 2005	224
Figura 5.3: Frame - Vídeo <i>Vodafone Mexefest 2016</i>	228
Figura 5.4: Frame - Vídeo <i>Era uma vez</i>	231
Figura 5.5: Cabine de transmissão da Rádio Vodafone FM	243
Figura 6.1: App Vodafone Mexefest 2016	254
Figura 6.2: Vista panorâmica sobre Lisboa do Miradouro da Senhora do Monte	257
Figura 6.3: Ambientação Pública - Totem Virada Cultural em 2011	267
Figura 6.4: Vodafone Band Scouting 2016 no Metro Alameda	275
Figura 6.5: Ambientação Pública - Cubos luminosos	279
Figura 6.6: Óculos 3D - Campanha Mexefest 2014	284
Figura 6.7: Ambientação Pública - Totem Vodafone Mexefest 2016	286
Figura 6.8: Instalação - Grafonola Vodafone Mexefest 2016	287
Figura 6.9: Guia Especial Agora de 3 de maio de 2012	293
Figura 6.10: Rádio e retórica “juice”	295
Figura 6.11: Frame - Vídeo <i>Lisboa Já Mexe</i>	304
Figura 6.12: Capa - Guia Especial da Folha de São Paulo (2008)	305
Figura 6.13: Programas impressos (fôlderes) - Virada Cultural	308
Figura 6.14: Capas - Guia Especial da Folha (2011 e 2012).	309
Figura 6.15: Publicidade no Guia Especial do Jornal Tarde (2008)	310
Figura 6.16: Capas diversas - Guias Culturais Virada Cultural	311
Figura 6.17: Capas diversas - Guia Cultural da Folha (2009, 2010 e 2014)	313

Índice

Introdução	19
Capítulo 1 - O festival e a cidade	29
1.1 Ritos e interesses em festa	30
1.2 Celebrar pelo nacionalismo	34
1.3 Festival urbano, novas elites e “alta cultura”	39
1.4 Festivais entre guerras	42
1.5 O papel da televisão na popularização dos festivais de música	45
1.6 Festivais, subversão e resistência	47
1.7 Evidenciar o cosmopolitismo	50
1.8 Modelo Nuit Blanche e SXSW: dois casos contemporâneos paradigmáticos	56
1.9 Histórias em aberto	62
Capítulo 2 - Cultura, modulação e processos de festivalização da cidade	65
2.1 Modulação, heterotopia e novas tecnologias	65
2.1.1 Modulação, efemeridade e estabilização da cidade pelos festivais	65
2.1.2 Heterotopia, liminaridade e deslocamento	71
2.1.3 O papel das novas tecnologias	73
2.2 Festivais, música, identidade e lugar	77
2.3 Turistificação, novos regimes imagéticos e venda de cidades	82
2.3.1 Exposições mundiais, megaeventos e mercado exibicionista	87
2.4 Regenerar a cidade pela cultura	91
2.4.1 Uma paragem na noite: cultura madrugada adentro	96
2.5 Mercados locais, economias globais	99
2.6 Comunicação, city branding e mediatização da cidade	103
2.7 Festival e placemaking: atmosferas imateriais, estruturas materiais	107
2.8 Festivalização e modulação: categorias para novas abordagens entre cidade e cultura	112
Capítulo 3 - Metodologia e apresentação do terreno	119
3.1 Diálogos com a Teoria Ator Rede	119
3.2 Multissensorialidade, sinestesia e metodologias para a efemeridade	122
3.3 Móvel, rizomático e modular	127

3.4 Apresentação do terreno de pesquisa	130
3.4.1 Lisboa como epicentro dos festivais em Portugal	130
3.4.2 Em cena, o Mexefest	136
3.4.3 Cultura como marca identitária para São Paulo	140
3.4.4 Virada Cultural: festejar a cidade que nunca para	145
3.5 Conduas práticas de pesquisa	149
3.6 Enredos da aproximação com o terreno	153
Capítulo 4 - Do controle social ao cosmopolitismo urbano	161
4.1 Eventos culturais e regeneração urbana	167
4.2 Enredos de gentrificação	171
4.3 Festivais, conflitos urbanos e imaginários sobre segurança	181
4.4 Virada Cultural: espaço público e reencantamento da noite em São Paulo	188
4.5 Vodafone Mexefest: cosmopolitismo e programação multiétnica em Lisboa	196
4.6 Notas finais: música para todos os gostos	204
Capítulo 5 - Música, som e cidade: criando um dispositivo em modo shuffle	209
5.1 Desdobrando a montagem da programação: excesso e “possibilidade de escolha”	210
5.2 Tempo contraído, concertos sobrepostos	216
5.3 Entrando em modo shuffle	223
5.4 Playlists e curadoria individual	233
5.5 Som, experiência e trilha sonora	237
5.6 Rádio, festival e aleatorização	240
5.7 Notas finais: efeito shuffle, mercado e festivalização da cultura	245
Capítulo 6 - Comunicação, placemaking, turismo e mercado de imagens	251
6.1 Dispositivos de telefonia móvel e festivais	252
6.2 Marca e mercado da comunicação	256
6.3 Cruzamentos entre espaço, música e festivais	265
6.3.1 - Espaços de passagem, espaços de permanência	274
6.4 Ambientação, placemaking e estetização do espaço urbano	278
6.5 “Festival de petiscos”, sinestesia e multissensorialidade	289

6.6 Festivais de música e novos processos de turistificação da cultura e da cidade	296
6.7 Cultura, patrimônio histórico e mercado de imagens	302
Considerações finais	315
Conclusões Gerais	315
Conclusões Específicas	321
Referências	329
Referências bibliográficas	329
Referências técnicas	364
Referências videográficas	371
Fontes citadas (texto e fotografia)	372
Fontes citadas (vídeos)	378
Apêndices	381
Apêndice I - Guiões de terreno	382
Apêndice II - Identificação e perfil sócio-profissional dos entrevistados	390
Anexos	399

Introdução

Em *Tempos fraturados*¹, o historiador Eric Hobsbawm (2013) discute possíveis respostas à pergunta que dá nome a um dos 22 textos recolhidos para o livro: *Por que realizar festivais no século XXI?* Nele, temas específicos ligados ao universo da cultura são colocados em diálogo com discussões mais abrangentes sobre arte e política. Segundo o autor, “o que caracteriza os novos festivais não é tanto a inovação e o rompimento com o passado, mas a descoberta de formas em desenvolvimento de comunicação artística e experiência estética” (Hobsbawm, 2013: 38).

Há algum tempo que o campo da cultura tem me despertado a atenção, tanto pela experiência prática como realizador de eventos e gestor cultural, quanto pelas reflexões que fazia, atuando como professor de humanidades, no ensino superior, e como gestor de projetos na área dos estudos culturais. Entretanto, a aproximação com a frente de investigação sobre festivais urbanos, ocorrida em 2015, mostrou-se audaciosa, tendo em vista o crescimento exponencial de múltiplos eventos do gênero, nas últimas décadas, em contraposição à escassa produção científica em língua portuguesa acumulada sobre o tema. Foi pensando nisso que decidi realizar o doutorado na Universidade de Coimbra (UC), considerando o nível de excelência acadêmica do Centro de Estudos Sociais (CES) e do Doutoramento em Sociologia - Cidades e Culturas Urbanas dessa Universidade. Essa seria a chance de entrar em contato com investigadores de diversas nacionalidades, de ter acesso a novas referências bibliográficas, a diferentes metodologias de pesquisa e matrizes teóricas, viabilizando o diálogo interdisciplinar que, certamente, traria contribuições decisivas para a continuação de minha atuação profissional e acadêmica no campo dos estudos culturais.

Pelos lugares onde passava, durante os primeiros anos de investigação, quando comentava sobre a pesquisa, ouvia quase sempre opiniões semelhantes: “Se estudas festivais, viestes ao sítio certo, estás na cidade dos festivais!” Quase invariavelmente, as respostas dos interlocutores vinham acompanhadas de um orgulho eloquente pelo sentimento de pertencerem à “terra dos festivais”. Já sabia do crescente interesse de

¹ Títulos de referências bibliográficas clássicas, como este, aparecerão grifados em itálico, ao longo do texto. Esse também o caso de neologismos específicos, slogans, matérias jornalísticas e termos em língua estrangeira. Conceitos teóricos centrais para a pesquisa também aparecerão marcados dessa maneira, quando introduzidos no texto.

Portugal pela realização de eventos culturais, devido às dinâmicas mais recentes da economia criativa e do turismo no país mas, mesmo assim, espantei-me com o interesse e entusiasmo que encontrava nessas situações. Para lá disso, passei a indagar sobre a facilidade apresentada por todos esses lugares na criação de identificação com suas festas e festivais. Se, tal como sugerido por Hobsbawm (2013), a descoberta de formas de desenvolvimento de comunicação artística e experiência estética são definidoras para a organização desses eventos, de fato, eu encontraria neste país um campo de trabalho bastante interessante para a pesquisa que viria a ser desenvolvida.

Passados quase quatro anos, desde então, percebo que estava certo. Em paralelo às disciplinas e leituras do doutoramento, atividades de terreno e redação da tese, durante todo o curso, coloquei-me em uma série de situações práticas pelas quais pude experimentar diferentes eventos culturais e festas populares em Portugal, tanto como organizador voluntário [Ciclo de Cinema Urbano CES na Universidade de Coimbra (2016) e KISMIF International Conference na Universidade do Porto (2016, 2018)], quanto como público participante [Queima das Fitas em Coimbra (2016), Feira Medieval de Santa Maria da Feira (2016), Santos Populares em Lisboa (2016, 2017), São João no Porto (2018), entre outros].

É importante ainda mencionar minha participação em diferentes festivais, ao redor do país, onde realizei coleta de dados espontânea, cujas partes serão citadas ao longo dos capítulos. Entre 2015 e 2018, atuei nos chamados “festivais de verão” com funções distintas: apliquei inquéritos junto à equipe de monitorização do Festival Andanças (2016); fui voluntário em um restaurante vegetariano no Boom Festival (2016); integrei a equipe de estudos de público no Festival Bons Sons (2017); trabalhei junto ao gabinete de comunicação do Festival Músicas do Mundo (2018); e registrei relatos de observação no Sudoeste (2017), no Paredes de Coura (2017) e no Mimo (2018). Além desses, em contexto internacional, recolhi dados de pesquisa nos festivais de Avignon e Edimburgo, durante o verão de 2017 e estive presente em uma série de eventos culturais em outros países². Todas essas experiências aproximaram-me do contexto português/europeu, aguçaram minha perspicácia como pesquisador e colaboraram, significativamente, para o

² Em Amsterdam: ADE Festival (2017), Light Festival (2017), King’s Day (2018), Bevrijding Festival (2018), Gay Boat Parade (2018) e Milkshake Festival (2018). Em Dublin: Saint Patricks Day (2017). Em Deventer: Dickens Festival (2017). Em Abcoude: Abcoude Jazz Festival (2018). Em Pampaneira: Sulayr Festival (2018).

desenvolvimento desta investigação. Breves relatos de algumas dessas situações aparecerão como fontes de inspiração, ao longo dos dois capítulos iniciais, introduzindo conceitos e ideias-chave a serem utilizadas nesta pesquisa.

No caso do contato com o tema no Brasil, inicialmente, é preciso mencionar que, nesse país, muitas das vezes participar de celebrações festivas é um ato comum à vida cotidiana, estejam elas ligadas à cultura popular ou às festas e festivais propriamente ditos. Neste ínterim, o Estado de São Paulo apresenta idiossincrasias bastante próprias. Uma delas é o fato da música ter sido parte significativa de sua formação identitária: muito do que se produziu no cançãoeiro tradicional, na região, narrou o processo de transformação da paisagem da cidade, na transição entre o urbano e o rural (Vilela, 2013). Somado a fatores de outras ordens que serão discutidos, ao longo do desenvolvimento da tese, o selo de “cidade cultural” passou a ser marcado, definitivamente, a partir dos anos 2000, em especial, após a chegada da Virada Cultural em 2005. Participei pela primeira vez do evento em 2006 e, desde então, estive presente em praticamente todas as edições, acompanhando de perto todas as transformações sofridas por ele.

Em termos de sensibilidade de pesquisa para a apreensão das diferentes realidades escolhidas para o estudo, a proximidade com os enredos do terreno empírico, no Brasil, foi compensada pelo tempo de afastamento do país, num movimento oposto ao que aconteceria com a realidade em Portugal, da qual pouco a pouco me apropriava. Tal dinâmica acabou por me colocar na posição privilegiada de *estranhar o familiar e familiarizar-se com o estranho*, como sugerido por Gilberto Velho (1978). À medida que me acercava dos trabalhos teóricos acumulados sobre o assunto, o delineamento da pesquisa ficava mais claro.

A partir da década de 1980, a organização de festivais urbanos, de forma geral, ganhou força dentro das redes globais da cultura, no cruzamento entre economia e políticas para as cidades. Desde então, eventos dessa natureza deslocaram, significativamente, os modos de promoção da cultura para um complexo jogo de mercado no qual, por muito tempo, a cidade participou apenas cedendo-lhes espaço físico e infraestrutura para a realização de eventos. Uma série de esforços multidisciplinares têm sido desenvolvidos na área dos estudos culturais, nos últimos anos, para o aprofundamento das discussões sobre o tema. Parte desses trabalhos reportam para o viés da economia política da organização do

espaço urbano (Ferreira, 1998), da função turística exercida pelos eventos culturais (Trasforini, 2002), de seus usos nos novos mercados de exibição (1998) e do crescente papel simbólico dos festivais nos campos político e institucional (Besançon, 2000). Atrelados, também, aos grandes *lobbies* da indústria da música (Abreu, 2000), essas novas agendas de investigação têm deslocado, significativamente, as reflexões sobre cultura para análises mais macropolíticas.

Uma vez que muito trabalho já foi desenvolvido sobre a transformação das cidades por meio da mercadorização da cultura, esta tese buscará olhar para os festivais urbanos sob outra ótica: como são vividos e como intervêm nos lugares que os acolhem? Ao deixar de servir apenas de palco acessório para a realização desses tipos de eventos, a cidade passa a ser reelaborada por eles, de forma dinâmica, produzindo e sendo produzida o tempo todo, por diferentes discursos, retóricas e práticas que os entrelaçam: novos intermediários culturais e alianças de poder, continuidades e descontinuidades, definição de novas identidades urbanas e subjetividades, consagração de experiências, novos mercados de consumo, constructos materiais/imateriais originados da experiência virtual com as novas tecnologias, entre tantos outros. Tais desdobramentos comprovam o fenômeno de festivalização da cultura que já havia sido identificado, anteriormente, por Bennett *et al.* (2014) e, além disso, levam-nos cada vez mais a pensar que estamos em pleno processo de festivalização da cidade.

Partindo dessa premissa e entendendo a importância de investigar tais movimentos, esta tese visa reenquadrar o olhar das ciências sociais sobre os festivais culturais, desta vez, em busca de perceber melhor seu (s) papel (éis) na enunciação dos novos modos de vida urbanos gerados pela cultura na organização da cidade contemporânea. A definição de sua imagem e, de uma forma mais geral, as suas (re) constituições materiais e imateriais se justificam pelo caráter polissêmico das práticas culturais e da complexa rede de significados que envolve os festivais (Latour, 2012; Deleuze, 1991).

Com foco maior na prática micropolítica de Michel Foucault (1979; [1975] 1987) e centrada nos enredos do cotidiano de Henry Lefebvre (1991a, 1991b), esta pesquisa entende, ainda, que a relação dos festivais urbanos com a cidade é multissensorial, mediada por dispositivos tecnológicos e com diversas escalas e medidas. Por essa razão, Bruno Latour (1986, 2012), John Law (2004) e Sarah Pink (2009) foram escolhidos para conduzir

a apreensão do terreno empírico por esta tese-mosaico: a colagem de evidências ajudarão a compor conceitos gerais para perceber melhor de que forma o *poder modular* presente nos festivais está relacionado com o controle social, em espaços-tempo liminares de nossa sociedade. Ao falar de *modulação*, refiro-me à regulação e às formas de controle social ligadas à existência de espaços de liberdade e autonomia individual. Delineado, inicialmente, pelo filósofo francês Gilbert Simondon ([1958] 2005) e conceitualizado, posteriormente, por Gilles Deleuze (1991) e seus comentadores, esse conceito nos ajuda a perceber que o festival modula, medeia subjetiva e objetivamente os modos de vida das pessoas que deles participam, e a eles atribuem valores de significação por meio de processos de individuação constantes.

Vista sob um ângulo mais complexo, a experiência da vida na cidade é feita da acumulação, da sequência, da combinatória e da sobreposição de múltiplas efemeridades. E essa condição se projeta no desenho de programação, observado em casos paradigmáticos de festivais urbanos contemporâneos, dos quais o modelo estadunidense South by Southwest (SXSW) e a Nuit Blanche francesa são os exemplos mais diretos. Se, por um lado, esses festivais podem representar a suspensão do cotidiano comum nas grandes cidades, por outro, a sua efemeridade é ela própria parte dessa representação: simultânea, descontínua, excepcional e tomada pela mesma contração espaço-tempo que perpassa nossa contemporaneidade. Conceber a modulação como fio condutor de uma pesquisa que verse sobre festivais urbanos contemporâneos é, portanto, colocar foco no processo de criação de objetos que estão, constantemente, se individuando (Simondon, [1958] 2005).

Foram escolhidos como casos de estudo dois festivais urbanos emblemáticos para seus lugares de realização: a Virada Cultural, promovida desde 2005, em São Paulo (Brasil); e o Mexefest, realizado desde 2011, em Lisboa (Portugal). A pesquisa de terreno assentou-se numa investigação *in loco*, pelo período de seis meses (três meses em cada cidade), de forma a seguir os argumentos dos atores, o enredo das situações, as diferentes experiências e os processos sinestésicos gerados pelos eventos - especialmente aqueles ligados à música³. Tais objetivos buscaram, o tempo todo, rastrear evidências que

³ Porque a música irá se sobressair em comparação às demais disciplinas artísticas nesta pesquisa? Isso ocorrerá uma vez que os festivais nessa temática têm sido bastante recorrentes, na agenda de eventos urbanos em geral. Na medida em que a música mediatiza a cidade, ela se torna veículo fundamental para a modulação da cidade contemporânea, servindo como pano de fundo para a experiência e definição de novos regimes imagéticos urbanos.

colaborassem para dar respostas às questões centrais desta investigação: (i) Como a modulação se manifesta na realização do Mexefest e da Virada Cultural? (ii) Como ela se traduz, a partir desses eventos, e o que ela significa na relação festival-cidade, em São Paulo e Lisboa? (iii) Em que sentido os temas que se desdobram dessa discussão concorrem para os processos de festivalização da cultura e da cidade?

A partir dessas interrogações, a tese abre-se ainda para trabalhar uma série de tópicos que, embora possam, inicialmente, não estabelecer uma relação direta com o tema da modulação, nos auxiliam a uma compreensão mais completa de como ela ocorre nos festivais e através deles: (i) a relação entre conflitos e imaginários de segurança; (ii) os projetos de regeneração e processos de gentrificação urbana; (iii) os agenciamentos entre comunicação, mídia e programação do festival; (iv) a articulação entre cultura, *city branding* cultural e marketing urbano, (v) as relações entre tecnologia, música e experiência urbana; (vi) a ambientação, as estratégias de *placemaking* e a estetização do espaço urbano; (vii) os processos de turistificação das cidades; (viii) o cosmopolitismo e a festivalização das cidades e (ix) as relações que envolvem cultura, patrimônio histórico e mercado de imagens. Por vezes, tais temáticas construirão discussões de maneira mais independente, mas nem por isso perderão relação com o encadeamento geral da pesquisa.

Ao invés de um estudo comparativo clássico, optei por construir a tese a partir de diálogos envolvendo São Paulo e Lisboa, valendo-se do Mexefest e da Virada Cultural como caso de estudo estendidos (Burawoy, 1998). De acordo com Latour (2012), é preciso que “sejam identificados nos sistemas suas composições de inscrição e centrais de cálculo, a fim de que sejam recolhidos rastros dos processos para o exercício de torná-los comparáveis” (Latour, 2012: 55). No exercício da rastreabilidade, exigido por cada estudo de caso, serão investigadas as diferentes redes de intermediários culturais envolvidas nos processos, bem como os significados e idiosincrasias inerentes a eles. Será dada, ainda, especial atenção para se perceber, de forma geral, como ocorre o funcionamento do mercado da música e da cultura em cada um dos países analisados, e os principais aspectos envolvidos na contextualização do campo cultural, em São Paulo e Lisboa. Do ponto de vista metodológico, a investigação foi conduzida a partir de três caminhos principais:

análise documental (material de texto e vídeo⁴), entrevistas (não estruturadas e semiestruturadas) e observação direta de caráter etnográfico (com registros em texto e fotografia).

Os seis capítulos que compõem o corpo da tese foram desenhados, a partir da soma de todas essas dinâmicas, tendo em vista a opção metodológica de focagem nos festivais como processos, e não como produtos urbanos. A apresentação dos dados sobre o Mexefest e a Virada Cultural será desenvolvida a partir de análises de temas relevantes, resultantes da análise empírica, e colocados em diálogo com as teorizações feitas nos dois capítulos iniciais. Por vezes, um caso será mais relevante do que outro e, em certas circunstâncias, ambos serão colocados em confronto, mais ou menos, sob o mesmo peso argumentativo.

No exercício de desenhar um balanço histórico dos festivais e suas aproximações com a cidade, o Capítulo 1 prestar-se-á a elucidar evidências que reportam aos sentidos e às definições do conceito de festival urbano. Serão debatidos seus aspectos rituais e seus usos como ferramenta para o nacionalismo; sua função para a definição de novas elites e invenção da “alta cultura”; seu papel pacifista no período entre-guerras; suas nuances de resistência e subversão e seus papéis na definição de caráter cosmopolita para as cidades ao longo da história; e, também, o papel da televisão para a popularização dos festivais de música. No final, serão apresentados dois casos contemporâneos paradigmáticos já citados, anteriormente: o modelo *Nuit Blanche* e o SXSW. Inerentes à problemática dos festivais nas cidades contemporâneas, ambos serão centrais para o enquadramento dos casos de estudo desta pesquisa.

No Capítulo 2 será discutido, com mais proficiência, o conceito de modulação na interface com autores centrais escolhidos para sustentar teoricamente esta pesquisa, além das implicações do conceito com a utilização das novas tecnologias na cadeia produtiva dos festivais. Temas como megaeventos e regeneração urbana, identidade, gentrificação, *placemaking*, turismo, marketing urbano, economia da noite, novos mercados da cultura e mediatização da cidade serão tratados em seus múltiplos desdobramentos no campo dos festivais, da música e dos eventos culturais, em geral. No final do capítulo, será

⁴ Entre reportagens, entrevistas e vídeos promocionais, existem ao todo 12 fontes videográficas citadas pela tese. O contato prévio com esse material (em especial com os vídeos promocionais) ajudará na apreensão da pesquisa por parte do leitor.

esclarecido, de maneira mais efetiva, o conceito de festivalização da cidade, categoria conceitual também central para este estudo.

A descrição da estratégia metodológica que orienta esta pesquisa será realizada em três diferentes momentos, ao longo do Capítulo 3. O primeiro deles versará sobre os fundamentos e matriz epistemológica que sustentam o olhar qualitativo escolhido para refletir sobre os casos de estudo empíricos. Além de delinear princípios, conceitos e ideias mais gerais, este momento estará centrado, também, no que denominarei de *metodologias para a efemeridade*, entendendo que a prática de pesquisa em festivais urbanos exige, hoje, uma abordagem que seja capaz de tomar estes eventos, em conformidade com as características de fugacidade e ubiquidade que eles contêm. Além do diálogo com o pensamento pós-estruturalista de Law (2004) e Latour (2012), estarão também envolvidos, nesta discussão, trabalhos que dialogam com a etnografia sensorial (Pink, 2009) e, mais especificamente, com a discussão sobre paisagens sonoras e criação de atmosfera urbana através da música e do som (Fortuna, 2008; Birdsall, 2013; Bull, 2017). O segundo momento buscará fazer a aproximação do leitor junto ao terreno de pesquisa, propriamente dito, apresentando os casos de estudo, justificando-os e fazendo seu enquadramento nos contextos que os acolhem: o Mexefest, em Lisboa, e a Virada Cultural, em São Paulo. Por fim, o terceiro momento descreverá, em detalhes, todo o processo de aproximação realizado com o terreno empírico, em ambos os países. Buscar-se-á evidenciar as nuances do enredo da pesquisa, o detalhamento das técnicas de recolha e análise de informação utilizada, o cronograma de atividades e outras informações relevantes com vistas a clarificar a apresentação e interpretação dos dados para o leitor, que será feita nos três capítulos posteriores.

Fazendo, inicialmente, uma digressão em torno do tema margem e centro, o Capítulo 4 apresentará dados e reflexões sobre processos de modulação ligados a diferentes formas de controle social. Embora o diálogo entre a Virada Cultural e o Mexefest seja constante na problemática que envolve tópicos como reencantamento da noite urbana, processos de gentrificação e marginalidade, será inculcada à tônica de São Paulo as temáticas relacionadas a conflitos e reapropriação do espaço urbano, imaginários sobre segurança e ativismo cultural. O debate sobre cosmopolitismo e programação multiétnica, por sua vez, estará mais imbricado ao caso de Lisboa.

Outrossim, baseado nos casos empíricos, o Capítulo 5 buscará discutir de que maneira o som e a música, em particular, têm participado dos processos de modulação empreendidos entre cidade e festival. Serão debatidos assuntos como experiência e trilha sonora, rádio e aleatorização do gosto, *smartphone* e consumo de música e novas dinâmicas do mercado da música. Desta vez, a ênfase pairará nos dados oriundos do Mexefest, tendo em vista que as temáticas relacionadas à música sobressaíram mais na pesquisa realizada em Lisboa. Encurtamento de concertos de música, “possibilidade de escolha” e o modelo de curadoria individual, baseado em *playlists* para a definição da programação do Mexefest, convidarão o leitor a “entrar em modo *shuffle*”, para perceber como esse conceito pode ser, hoje, diretamente aplicável aos festivais urbanos.

Atrelado a temas como marca e campanhas de comunicação, *placemaking*, estetização do espaço urbano, turismo e patrimônio, o Capítulo 6 conduzirá as discussões do material empírico de maneira mais próxima com a etnografia sensorial (Pink, 2009), evidenciando aspectos da criação de paisagens sonoras, relacionadas com regimes imagéticos e sinestesia, na ambientação urbana dos festivais em Lisboa e São Paulo. Serão, também, realizadas reflexões acerca do entrelaçamento dos festivais culturais e patrimônio histórico, no Brasil, assim como dos eventos como elementos que têm dado visibilidade à Portugal, por meio dos novos processos de turistificação em Lisboa.

Capítulo 1 - O festival e a cidade

Ensaando uma primeira definição para o termo festivais urbanos, é possível concebê-los como eventos realizados em ambientes citadinos, envoltos de infraestrutura, características e cenários próprios que lhes garantem especificidade e proximidade com diferentes elementos urbanos. Sua programação pode envolver uma série de performances de demonstração pública advindas da cultura popular; linguagens artísticas e estéticas variadas, produzidas tanto em equipamentos culturais especializados quanto em espaços públicos abertos e lugares alternativos. Partindo dessa ideia, e reconhecendo estas deduções mais gerais, quais elementos podem ser encontrados no exercício de um balanço histórico dos festivais com a cidade?

Enunciar um marco para os festivais urbanos é uma atitude desafiadora, isso porque a própria questão sobre o surgimento da cidade e dos modos de vida urbanos é, por si só, polissêmica. Desde as primeiras celebrações que tiveram lugar na pólis grega, até as manifestações observadas nas cidades globais contemporâneas, existe um espectro bastante vasto em termos de formas, comparações e sentidos de prática. A construção de uma tese que verse sobre o tema implica, antecipadamente, em respeitar diferentes idiosincrasias e papéis assumidos por esses eventos, ao longo da história. Por isso mesmo, qualquer tentativa de associação direta entre fatos e conceitos, como resposta à questão sobre o surgimento dos festivais urbanos, pode camuflar reflexões em vez de fazê-las emergir. Dialogando com a história, este primeiro capítulo prestar-se-á a elucidar pistas e evidenciar sentidos para uma definição aberta do conceito de festivais urbanos, buscando conduzi-los ao papel de moduladores⁵ dos processos inerentes ao desenvolvimento das cidades contemporâneas.

Como constructos sociais em transformação constante, e com sentidos e significados distintos, consoante os seus emissores e os seus receptores (Fortuna, 1998), os festivais carregam consigo cargas diferentes de significados a depender das realidades com as quais estão vinculados. Diferentes contextos podem demandar papéis específicos, e o

⁵ Haverá uma seção específica, no Capítulo 2 destinada a desenvolver exclusivamente esse conceito. Retomando, aqui, o que foi enunciado na introdução, é possível aqui dizer que essa ideia se refere a formas de controle e regulação associadas à existência de espaços de liberdade. O termo *modulação* foi delineado, inicialmente, por Simondon ([1958] 2005), e desdobrado, posteriormente, por Deleuze (1991) e seus comentadores.

exercício de percorrê-los pode nos ajudar a encontrar evidências que iluminarão as reflexões apresentadas, nos capítulos seguintes desta tese. Que tipo de questões podem ser resgatadas na história para discutir o tema dos festivais urbanos? Seus aspectos rituais e liminares, durante o desenvolvimento das cidades; sua participação na definições de “alta cultura”; seus usos como ferramenta de resistência ou enaltecimento de nacionalismos; suas funções de pacificação, no período entreguerras e seu potencial de criação de identidade cosmopolita para as cidades contemporâneas. No exercício de analisar diferentes períodos temporais e encontrar marcos associados ao surgimento de festivais específicos, serão apresentadas, a seguir, ideias que embora não tenham a pretensão de estar organizadas, cronologicamente, buscarão perceber como estas diferentes nuances ao longo da história podem corroborar decisivamente para os processos de modulação mais recentes que envolvem festival e cidade.

1.1 Ritos e interesses em festa

Exemplos significativos de celebração pública, os festivais guardam relação de proximidade com a cidade e têm nela um papel importante, já, há muito tempo. Nesse sentido, é possível referenciar as celebrações dionisiacas praticadas em Atenas, desde 534 ac. (Merkel, 2014), ou os inúmeros festivais pré-cristãos, ligados ao paganismo e à tradição espiritual, que tiveram lugar na Europa pré-medieval (Merkel, 2014). Por pressuporem apresentações abertas, tais eventos requisitavam, invariavelmente, uma aglomeração razoável de pessoas e, por essa razão, as praças, jardins, largos, pátios e demais espaços de uso coletivo justificavam sua ocorrência e sazonalidade em intervalos regulares, servindo como locais de encontro para a expressão cultural de pessoas em locais determinados (Merkel, 2014).

A qualidade de "tempo fora do tempo" que permeia o imaginário dos festivais já foi discutida por diferentes autores. Bakhtin (1968) destacou o aspecto carnavalesco a eles associado, por oferecerem uma libertação temporária das restrições e regulamentos do tempo ordinário, resistindo a automatização do cotidiano ordinário da vida moderna (Lefebvre, 1991b). Elias e Dunning ([1983] 1992), por sua vez, sugerem que nesse estado as pessoas são, momentaneamente, autorizadas a inverter as normas sociais através da brincadeira coletiva, da frivolidade, da exuberância e da fuga da rotina, em busca de um

estado de excitação. Já Abrahams (1982) liga os tempos dos festivais aos tempos rituais, porque ambos compartilham um senso diferente de espaço e tempo do mundo cotidiano, oferecendo um contraste com a vida cotidiana. Em diálogo com os autores anteriores e com Huizinga ([1919] 2010), Turner (1982) destacou os vínculos das sinergias entre ritual, jogo e celebração pública presente nos festivais.

Em muitos casos, tais festividades atuavam como meio de conexão com o cosmos para proteger a cidade através da intercessão de uma deidade em particular, e esse papel mítico era central para a fundação e o funcionamento dos assentamentos nas antigas pólis e primeiros aglomerados urbanos, servindo como ferramenta ritual para afirmar a identidade de uma cidade. Turner (1982) endossa esse argumento quando sugere que os festivais se constituíram, desde essa época, como veículos fundamentais para expressar a estreita relação estabelecida entre identidade e lugar. Através deles, pessoas de diferentes culturas reconheceram a necessidade de reservar parcelas de tempos e espaços para a criatividade e para a celebração comunal por meio de elementos culturais e, em especial, através da música.

Como a festividade musical tem uma universalidade que está imersa na história antiga, muitas vezes ela aparece associada à religião, ritos de passagem, fins políticos ou mesmo como um modo de resistência estrutural ou de controle social [...]. No seu núcleo, a festa reflete um coletivismo gregário, celebra o desejo carnal e transmite a promessa de liberação libidinal⁶ (Flinn, Jenny e Frew, 2014: 418).

A ligação bastante estreita entre música e celebração pede que consideremos o elemento catártico contido nesses tipos de experiências, uma vez que tais festividades podem ser também uma maneira de abordar emoções profundas ou tragédias, liberar sentimentos de tensão e buscar o esquecimento da vida cotidiana comum (Considère-Charon *et al.*, 2009). O pensamento sociológico de Émile Durkheim ([1912] 2003) auxilia-nos a perceber melhor esse aspecto, uma vez que o autor propõe o encontro comunitário, nestes tipos de eventos, como a única estratégia capaz de produzir um estado de excitação coletiva e de comunhão. O autor nos chama a atenção para o fato de que nenhuma sociedade poderia existir longe desse sentido de sacralidade (Durkheim, [1912] 2003).

⁶ Tradução livre do autor. No original “*Like music festivity has a universality that is steeped in ancient history, often associated with religion, rites of passage, patronage or even as a mode of structural resistance or social control [...]. At its core, festivity reflects a gregarious collectivism, celebrates carnal desire and conveys the promise of libidinal release*” (Flinn, Jenny e Frew, 2014: 418).

Segundo Handelman (1998), os festivais estão ligados à transformação e aos ritos de passagem e, geralmente, são orientados para a transformação da sociedade ou para sua reprodução. Se ligarmos essa ideia ao sentido de festividade proposto por Rappaport (1999), que a associa ao desempenho de sequências mais ou menos invariantes de atos formais e enunciados não codificados pelos atores, faz-se pertinente problematizar os festivais sob a ótica da Teoria Ator Rede de Bruno Latour (2012). Como rituais e produtos históricos passíveis de serem desdobrados em seus aspectos sociais, os processos de celebração, em geral, transbordam a inteligibilidade dos atores e a fixidez de significados na composição de suas redes. É, exatamente, neste ponto que se encontra a potência contida nos festivais, e que faz deles espaços privilegiados de convívio, transformação ou reprodução da ordem social. Sua capacidade de reinventar-se constantemente não só lhes tem garantido espaço, ao longo do desenvolvimento da humanidade, mas também os tem posicionado em um lugar central para a construção de novos devires (Deleuze e Guattari, 1997), nas sociedades contemporâneas. Tais raciocínios permitem tecer elos importantes que nos fazem perceber, por exemplo, certas continuidades entre festivais rurais e festivais urbanos, durante a história, assim como o papel da igreja nesse processo.

Diferentemente das tradições mais pagãs, ligadas às passagens dos ciclos de estação e outras celebrações agrícolas, a realização de grandes festas nas cidades foram impulsionadas por um forte caráter religioso. Adams (1986) propõe como marco da realização de festivais, em contexto urbano, a realização dessas atividades em igrejas e catedrais, momento em que foram incorporados aos rituais litúrgicos programas culturais envolvendo recitais e concertos com órgãos e pianos. Havia uma dupla função de júbilo e repouso observada nestas tradições e em outras que posteriormente passariam a ser praticadas como extensão do espaço da igreja, a exemplo das comemorações do Corpus Christi (Le Goff, 1999), e de uma série de outros rituais cerimoniais públicos de grande escala que tiveram lugar na Europa, durante toda a Idade Média (Adams, 1986). Ao ditar como tais eventos deveriam acontecer para se diferenciarem daqueles mais campesinos, pouco a pouco, esse novo modelo de celebração começaria a propor montagens específicas de programação e calendários festivos não mais baseados nas colheitas, estações e fases lunares. Agora, eles são construídos a partir de narrativas de diversão e contornos logísticos próprios, enunciando novas retóricas para convivialidade e controle social nos

centros urbanos, e estes espaços pouco a pouco cresceriam em substituição à organização feudal, durante o período medieval (Le Goff, 2012).

Durante o apogeu das cidades como importantes lugares de trocas comerciais, a celebração construída como fator de integração para diferentes povos e comunidades irá recuperar e ampliar o sentido político do festival como ferramenta de regulação e controle social. Auxiliando na composição deste cenário, o clássico texto *O Outono da Idade Média* de Johan Huizinga ([1919] 2010) descreve a cidade pré-industrial como local colorido, repleto de espetáculos, vivido e experimentado através de procissões e sermões virtuosos proferidos por pregadores itinerantes. Embriões de um modelo de celebração que viria a ser, mais tarde, ressignificado e preenchido por novas disciplinas artísticas, “os festivais pagãos atingiram seu ápice no período medieval, quando crenças e atividades culturais europeias nativas foram integradas de forma cristianizada”⁷ (Merkel, 2014: 35). Não era raro, por exemplo, uma cidade tornar-se um destino comentado entre diferentes países pela consagração de rotas de peregrinação específicas, ou por importantes festividades litúrgicas combinadas com o oferecimento de agendas festivas e atividades culturais variadas.

Essas diferentes nuances de sentido ritual criadas em torno dos festivais foram, posteriormente, decisivas para o florescimento desses eventos como importantes vitrines na criação das novas redes de comércio entre as cidades, principalmente, naquelas abertas às novas rotas comerciais internacionais (Le Goff, 1999). A reincorporação das celebrações de temática agrícola teve um papel fundamental nesse processo, uma vez que o desenvolvimento de festivais, durante esse período, refletiu o surgimento e o domínio da teoria econômica do mercantilismo, à medida que as feiras e mercados fixavam-se para promover o comércio de uma determinada região (Merkel, 2014). Um misto de festas religiosas e pagãs, feiras agrícolas, exibição de músicos amadores, artistas e apresentações culturais laicas podiam ser comumente observadas, no cotidiano de cidades centrais no cruzamento de rotas mercantis com a Europa, naquela época, como era o caso de Constantinopla, Hamburgo, Genebra, Paris, Veneza e Amsterdam.

Além de seu aspecto estético-performático e de servirem como lugares de catarse libidinal, as demonstrações culturais públicas exerceram, ali, uma importante função

⁷ Tradução livre do autor. No original “*Pagan festivals reached their heights in the Middle Ages, during which time native European religious beliefs and cultural activities were integrated into a Christianized form*” (Merkel, 2014: 35).

diplomática para as principais cidades tidas como pontos de referência para as zonas comerciais intercontinentais. Territórios de cruzamento para diferentes culturas e civilizações, esses locais de passagem contavam com as festividades para fomentar o intercâmbio entre os povos. Ao servirem como palco para a expressão de culturas híbridas, mostravam-se, também, como lugares propícios para a tolerância, para o diálogo entre diferentes expressões culturais e, por conseguinte, para a atuação como canais de criação e consolidação de novos mercados. Tal princípio será reinventado inúmeras vezes, ao longo da história, corroborando para relações futuras que passariam a ser estabelecidas entre cidade, eventos culturais, cosmopolitismo e mercado étnico, como será discutido a seguir.

1.2 Celebrar pelo nacionalismo

Partindo da ideia de que a cultura de um povo ou de uma sociedade é única e específica (Elias, [1939] 2011), é possível afirmar que práticas de celebração com viés nacionalista tiveram formas diferentes, a depender do lugar e do contexto no qual elas tomaram lugar. Ao escrever sobre o papel desempenhado pelas festividades públicas nas cidades ocidentais, especialmente, durante os séculos XII e XVIII, Muir (1997) atribui aos festivais o papel de fortalecedores da consciência cívica e da identificação dos indivíduos com seu país natal. O historiador Fernando Catroga (1996) abordou de forma mais sistemática essa questão, enfatizando no texto *Ritualizações da história* as comemorações e feriados associados a valores cívicos em Portugal que, segundo o autor, aconteceram sob a égide da matriz cristã na “Civilização Ocidental” (Catroga, 1996). A constante redefinição de territórios e fronteiras, nesta época, demandava práticas culturais em comum que gerassem senso de pertencimento e consolidação da nação e, por isso mesmo, os festivais e celebrações culturais de grande público passaram a ser uma das características distintivas da civilização europeia (Catroga, 1996). Nesse contexto, a aliança entre festivais e Estado na junção dos dispositivos de celebração geraram uma etiqueta nacionalista que, pouco a pouco, respaldaria o surgimento de várias iniciativas emblemáticas similares, em diferentes territórios no velho continente, para depois ganhar outras regiões do mundo.

Tais eventos trouxeram consigo a criação da ideia de coesão pela uniformização das práticas de celebração incorporando, de tempos em tempos, determinadas nuances políticas e sociais. A esse respeito, ao tratar do papel ocupado pelos festivais durante o contexto

histórico e social da Revolução Francesa, no livro *Festivals and the French Revolution*, a historiadora Mona Ozouf apresenta-nos elementos importantes para refletirmos sobre o tema. De acordo com a autora,

Os festivais inauguraram uma nova era, porque tornaram sagrados os valores de um mundo moderno, secular e liberal. Em termos mais concretos, isso significava que a nação exigia novas categorias de definição social, desaparecendo as antigas categorias com a abolição das corporações do Antigo Regime e os títulos de nobreza [...]. Aos festivais enfatizavam o consenso e a unidade em vez de distinções dentro da comunidade⁸ (Ozouf, 1988: XI).

Segundo a necessidade de celebração e de marcação de território, dentro da nova matriz de pensamento democrático que sustentaria todo o período iluminista, surgiriam os primeiros indícios do papel que a cultura passaria a ocupar como valor signo (Baudrillard, 1995). Tal evolução prenunciaria a definição de um novo campo de poder que serviria de base para movimentos populares, em várias partes do globo. Como arquétipo e símbolo de liberdade, a queda da Bastilha trouxe com ela a celebração de novos feriados nacionais, na França, enaltecendo significativamente aspectos nacionalistas para a condução das festividades e afirmando novas dinâmicas sociais e culturais naquele país (Ozouf, 1988). A nova elite cunhada, segundo os princípios da liberdade, igualdade e fraternidade, precisaria criar estratégias de consagração que a distanciasse do obsoleto poder absolutista que acabara de ser destituído. Através dos festivais, “o novo vínculo social deveria manifestar-se, eterno e intocável”⁹ (Ozouf, 1988: 9). Essa nova dinâmica social e os mecanismos de celebração nela implícitos estabeleceriam, de forma contundente, a relação direta entre identidade cultural e posse do território nacional, festejando sua fixidez.

Tempos depois, um processo similar de proliferação de festivais passa a acontecer, também, na Alemanha, onde os “*Sängerfeste* (festivais de canto) reuniram grupos de diferentes cidades, durante vários dias de concertos, desfiles, serenatas, banquetes e discursos. Sua primeira edição ocorreu na cidade de Baden, em junho de 1827” (Wiltse, 2015: 275). De acordo com esse mesmo autor, durante a década de 1830, os festivais regionais de cenas com centenas de participantes se tornaram eventos regulares em todos

⁸ Tradução livre do autor. No original “*The festivals inaugurated a new era because they made sacred the values of a modern, secular, liberal world. in more concrete terms, this meant that the nation required new categories of social definition, the old categories having disappeared with the abolition of Old Regime corporations and titles of nobility [...]. The festivals emphasized consensus and oneness rather than distinctions within the community*” (Ozouf, 1988: XI).

⁹ Tradução livre do autor. No original “*Through the festival the new social bond was to be made manifest, eternal, and untouchable*” (Ozouf, 1988: 9).

os estados alemães (Wiltse, 2015), passando a se estabelecerem como ocasiões para expressar a pertença coletiva a um grupo ou a um lugar. Ao criar oportunidades baseadas no compartilhamento de histórias, práticas e ideais culturais, esses eventos geram continuidade e coesão local (Quinn, 2005).

Fora do eixo europeu, durante a década de 1870, diversas cidades americanas começaram a hospedar festivais musicais, a exemplo de San Francisco, Milwaukee, Chicago, Worcester, Filadélfia e Cincinnati (Wiltse, 2015). À medida que a cultura das grandes metrópoles colonizadoras se misturava com a de seus antigos territórios colonizados, folguedos e celebrações populares, pouco a pouco, se decantavam em estilos próprios e festejos regulares, tal como foi o caso da propagação das festas de carnaval em diferentes culturas do Brasil (Bosi, 1992). Embora as motivações nacionalistas não tenham sido correspondentes e homogêneas em todos estes processos, é possível dizer que a música ocupou quase sempre um lugar marcante na grande maioria deles, especialmente, a partir da primeira metade do século XIX. Nessa época, ela se alia de forma direta ao uso patriótico e militar observado em diferentes manifestações culturais urbanas, tanto nos países do hemisfério norte, quanto nos países do sul. Neles, “a música serviu de acompanhamento para discursos, desfiles e celebrações com fogos de artifício [...], e foi, principalmente, destinada a inspirar patriotismo e promover a unidade nacional¹⁰ (Wiltse, 2015: 273).

Paisagens sonoras como pano de fundo para novas formas de sociabilidade, convívio e controle social na apropriação do espaço público não são recentes, embora a música como subterfúgio para a criação de uma atmosfera festiva tenha se intensificado, especialmente, durante o século XIX. Isso porque, nesse período, em diferentes lugares e contextos sociais, foi possível observar uma carga considerável de patriotismo presente nas letras, na ambientação estética e na atmosfera política aliadas a esses tipos de eventos, tal qual nos sugere a passagem seguinte do historiador Jeff Wiltse (2015): “a música pública acrescentava pompa cerimonial e exaltação patriótica a importantes eventos cívicos, mas

¹⁰ Tradução livre do autor. No original “*The music served as an accouterment to the speeches, parades, and fireworks [...] was primarily intended to inspire patriotism and promote national unity*” (Wiltse, 2015: 273).

os sons "agudos" e "ouvidos" não eram para serem desfrutados por conta própria”¹¹ (Wiltse, 2015: 274).

Sobre os aspectos da celebração ligados ao consumo, Flinn e Frew (2014: 420) esclarecem que a “festividade moderna reflete cada vez mais um sofisticado campo de consumo cultural”. Se, por um lado, essa nuance pode ligar os festivais de forma central à consolidação das grandes cidades, por outro lado, ela nos lembra também das celebrações públicas como elementos estratégicos para a instauração de diferentes nacionalismos ligados à consolidação dos Estados-Nação europeus, a partir do século XVIII. Elas envolverão, *à posteriori*, novas nuances políticas, movimentos migratórios, processos de descolonização e inúmeros movimentos negociais entre diferentes países ao redor do globo. Neste sentido e, conforme afirma Focroulle (2008), tais tipos de eventos foram, de uma maneira geral, os grandes influenciadores das políticas culturais nacionais e locais.

Aqui recai, justamente, o argumento-chave que vem sendo discutido nesta seção. A ideia de construir uma dimensão simbólica em torno do nacionalismo estava diretamente implicada na capacidade do instrumento de controle estatal em gerar coesão social. É importante observar, ainda, que esse é o período no qual as novas burguesias ascenderam aos novos postos de poder político valendo-se, entre outros meios, da criação de elementos culturais que as tornariam distintivas em comparação às velhas cortes (Elias, [1939] 2011). Ao mesmo tempo, esses valores cristalizariam um conjunto de hábitos que sustentaram a civilização de onde eles vieram (Focroulle, 2008), influenciando profundamente a vida cultural.

Nesse processo de ressignificação de poder na nova configuração dos Estados-Nação europeus, Marie Autissier (2008) define os festivais como estratégias transfronteiriças repletas de questões polêmicas e paradoxos, ao mesmo tempo que atribui a eles um importante papel como agentes de internacionalização da Europa, através da promoção de diálogos entre diferentes culturas. Ao propor um quadro que posiciona artistas e festivais, no período entre guerras e exílios de 1864 a 1944, a autora reforça o argumento de que tais eventos serviram como importantes elementos de ligação cultural de todo o velho mundo, movimento no qual alguns deles tiveram, supostamente, o papel de

¹¹ Tradução livre do autor. No original “*The public music added ceremonial pomp and patriotic excitement to important civic events, but the “shrill” and “ear-piercing” sounds were not meant to be enjoyed on their own*” (Wiltse, 2015: 274).

reunificar a Europa pela cultura (Autissier, 2008). Criados, há pouco mais de setenta anos, os festivais de Edimburgo e de Avignon, talvez, sejam os casos mais idiossincráticos que sustentam essa ideia, tendo em vista que, desde o início, a programação desses eventos foi baseada em atrações de cariz nacional e internacional.

Como já apresentado, a importância dos ritos de celebração em geral para homogeneizar, diminuir as diferenças e estabelecer controle social na Europa não é recente e se, em determinados períodos históricos, tais eventos foram tratados como dispositivos criadores de sentimento de nacionalismo e coesão social, em outros eles atuaram como peças-chave para a configuração de novos valores de classe. A cultura unitária promovida por sua oferta de programação andava, na maioria das vezes, de mãos dadas com o discurso patriótico nacionalista e, ao mesmo tempo, trabalhava no sentido de promover uma boa imagem para o desenvolvimento das cidades industriais. O surgimento de conservatórios de música, academias de arte e escolas de formação de caráter político-nacional, ao longo dos séculos XIX e XX, respaldariam esse movimento, ao mesmo tempo que colocariam em ascensão os valores de uma nova classe construída sob os auspícios do capitalismo.

Associado a práticas lícitas de lazer permitidas pela invenção dos turnos e divisão do trabalho, no contexto pós Revolução Industrial, o festival passa a assumir expressão significativa como forma de controle social. A utilização desses eventos para regular a pulsão libidinal e o divertimento das massas se torna mais evidente durante o período das cidades industriais (Elias, [1939] 2011). A partir do século XIX, eles serão utilizados como dispositivos para a produção de ordem, disciplina e sentido de civilidade das populações urbanas, em particular, das classes trabalhadoras (Catroga, 1996). Ainda associado à matriz cristã com a qual esteve fortemente vinculado, durante o passado, o dispositivo das festas e celebrações públicas começaria a implicar o desenvolvimento de uma série de tecnologias e normas de natureza disciplinar (Foucault, [1975] 1987), que teriam no século XX seu apogeu.

Num contexto mais recente reprodutor dessa mesma ideia, ao discutir o papel das festividades no bairro Alfama em Lisboa, António Firmino da Costa (2008) associa o tema do nacionalismo à ressignificação da identidade portuguesa como política cultural, durante o Estado Novo:

Não há dúvida que o espaço local foi parcialmente reconstruído em termos cénicos. Foram implantados no bairro elementos físicos a fazer-se passar por arcaicos, incluindo chafarizes e pedras gravadas, painéis de azulejo e arcos de rua, grades e corrimãos de ferro, muros e lajedos, telhas mouriscas e vasos de flores. Foram também promovidas actividades festivas, e outras práticas culturais, com objectivos folclorizantes de incidência conjugadamente político-ideológica e turística (Costa, 2008: 35).

Aqui, as actividades festivas aparecem associadas às ações de regeneração urbana para os processos de definição da política identitária portuguesa, sendo utilizadas como objeto de integração social, cultural e territorial, ao serviço do Estado.

Excertos longínquos de uma mesma história em comum, tais fatos nos trazem reflexões iniciais sobre uma primeira função de marketing urbano (Martinez, 2012) assumida pelos festivais que, na segunda metade do século XX ativaría de forma definitiva o potencial cultural de uma série de cidades do velho mundo. Campanhas como a “Capital Europeia da Cultura” gerariam novos discursos sobre imagem urbana, ao mesmo tempo que promoveriam o nome de cidades em processo de ascensão no mercado turístico global, como será discutido posteriormente. A utilização de eventos para a associação entre imagem e lugar teve, ao longo da história, inúmeros exemplos expressivos que, inevitavelmente, nos fazem olhar para as grandes celebrações como estratégias importantes de construção de identidades e valores.

1.3 Festival urbano, novas elites e “alta cultura”

George Yúdice (2006) vai buscar as raízes das políticas culturais, no século XIX, para pensar questões que envolvem a formação das novas elites e sua relação com a cultura. Nessa época de ascensão do nacionalismo burguês é que foram estabelecidos, de modo mais claro, os objetivos identitários, os símbolos de coesão da nação, e a manifestação cultural associada às políticas de identidade. A criação de distintivos simbólicos (Bourdieu, 2007) passa a ser importante como marcador do novo grupo, e o acesso a determinados fazeres artístico-culturais passa a fazer parte desse sistema. Além da dança, do teatro e dos concertos eruditos e instrumentais, é nesta época que o conceito de patrimônio histórico assume valores mais significativos (Le Goff, 2012). Inventado no bojo da Revolução Industrial, ele passa a fazer com que arquivos públicos, bibliotecas, museus e

conjuntos arquitetônicos sejam utilizados, de forma mais contundente, como distintivos para a identidade urbana de cidades e países.

É importante não esquecer que, antes da consolidação do Estado moderno, as festas e os rituais de celebração já atuavam como componentes importantes dos processos de integração, de identificação sócio-territorial e de dominação dos grupos que detinham o poder naquela época (Elias, ([1939] 2011). No contexto do hemisfério sul, os antigos regimes monárquicos de áreas colonizadas, como é o caso do Brasil, apresentavam uma abordagem sobre o tema um bocado diferente daquela observada no norte.

Expressão de representação da ordem social no país, o evento público era uma espécie de etiqueta, festa, cerimonial com uma linguagem específica do ambiente de corte e da afirmação política dos descendentes da coroa portuguesa no Brasil, na segunda metade do século XIX (Paiva, 1997). Além de sua função ritual ou nacionalista, eventos públicos nesse contexto, eram também um fato político e simbólico (Del Priore, 2000). Cerimônias serviam como estratégias de teatralização do poder (Paiva, 1997) na nova fase política do país, a qual insinuava a consolidação do processo de “independência” que seria, posteriormente, invocado pelas elites do país.

Em contexto europeu e algures no mesmo período histórico, os hábitos culturais como teatralização do poder (Paiva, 1997) tomavam dimensões mais próximas das celebrações que, hoje, denominamos como festivais urbanos. Ao conjecturar sobre o surgimento desses tipos de eventos Johansson e Kociatkiewicz (2011) usam como referência os casos alemães do Festival de Bayreuth (organizado pela primeira vez em 1876) e do Festival de Salzburgo (organizado pela primeira vez em 1920). Como exemplos icônicos dos eventos culturais realizados naquela época, tais iniciativas se preocupavam em exhibir o que era considerada a “alta cultura”¹². Definidora para o processo civilizatório da nova burguesia, em ascensão em países como a Alemanha (Elias, [1939] 2011), ela passaria a refletir a posição e o gosto da burguesia urbana, impactando as configurações de poder em diversas partes do mundo.

De fato, como argumenta Bassett (1993: 1774), o apoio às artes estava implícito nos esforços feitos pelas elites sociais para exercer seu domínio e delimitar as fronteiras sociais entre eles e a população em geral. Festivais como os de Bayreuth e Salzburgo contribuíram para o processo

¹² O sentido de “alta cultura” corresponde a uma hierarquização cultural que, sendo operativa, tem que ser relativizada como resultado de um poder cultural - daí o uso de aspas no emprego dessa expressão na tese.

de reafirmação dos valores civilizadores e educacionais da “alta” cultura¹³ (Quinn, 2005: 929).

O princípio básico que estreitava a aliança entre cidade e “alta cultura” será observado em outras fases da história ao longo do século XX, nas quais esse dispositivo de diferenciação de classes continuou sendo acionado. Subjacente ao mecanismo da valorização e impulsionamento dos festivais, por parte de suas entidades organizadoras, passou a existir a replicação de um discurso no qual estava implícito que *a forma pela qual minha cultura é exercida é mais importante do que a forma como você exerce a sua*, engrenagem básica que garantiria o funcionamento dos mercados de exibição (Boyer, 1998) e autenticidade (Fortuna, 2013), que passariam a vigorar na ascensão das cidades como territórios de poder da nova ordem burguesa. Aqui, o sentido de valor signo, expressado por Braudillard (1995), passa a ocupar um lugar importante para a circulação de imagens e constituição do mercado simbólico de controle, quando os eventos com caráter de exposição e divulgação pública de cultura, em geral, ganham notoriedade no desenvolvimento de diferentes centros urbanos.

Importantes cidades que conquistaram poder, no decorrer do último século, assim o fizeram conjugando sua imagem à ideia de cultura, como é o caso de Paris, Londres e Nova Iorque. Atuando para a conquista de novos mercados, é possível dizer que elas se valeram das festividades para exercer poder sobre seus territórios de interesse econômico. Como caso específico relacionado a esta discussão, Muir (1997) descreve o modo como Veneza construiu e representou seu domínio colonial através do ritual e das festas culturais, forçando cidades inteiras a celebrar os dias de São Marcos, seu santo padroeiro (Quinn, 2005). Por trás da dimensão comunal e participativa existente no conceito original das práticas festivas, a celebração era empregada para o controle de territórios e para a diferenciação de classes sociais, mantendo a soberania em suas diferentes formas de poder por meio da cultura.

Do ponto de vista etimológico, como neologismo de festa e como derivação do latim clássico *festum*, o termo festival tira a celebração do lugar comum, popular e de acesso a todos, distanciando-o do sentido primeiro que o aproximava das festividades

¹³ Tradução livre do autor. No original “*Indeed, as Bassett (1993, p. 1774) argues, support for the arts was implicit in the efforts made by social elites to exert their dominance and demarcate social boundaries between themselves and the population at large. Festivals like those at Bayreuth and Salzburg contributed to the process of reaffirming the civilising and educational values of ‘high’ culture*” (Quinn, 2005: 929).

populares. O papel de servir como distintivo social coloca os festivais como importantes marcadores de classe no processo histórico e alinha-os ao desenvolvimento do modelo urbano-industrial. Neste processo, o distanciamento entre cidade e campo acentuar-se-ia cada vez mais, justificando, de forma decisiva, o mercado distintivo urbano, as teorias sobre o gosto e todos os meandros da economia de bens simbólicos e do capital cultural que, futuramente, seriam teorizados por Pierre Bourdieu (2007).

1.4 Festivais entre guerras

Celebrações públicas foram, fortemente, abaladas pela duração dos conflitos oriundos da 1ª Guerra Mundial, nas primeiras décadas do Século XX. Impactados pelas tensões políticas existentes no período pós-guerra, os festivais tiveram seu reaparecimento anos depois, fazendo florescer novamente a vida nas ruas e a convivialidade pública na Europa. Ao mesmo tempo que foram evocados para teatralizar imaginários de pacifismo, eles seriam uma vez mais utilizados para enaltecer o espírito nacionalista das principais potências econômicas envolvidas nos conflitos bélicos da primeira metade do século XX. “O primeiro festival, explicitamente dedicado à Europa, nasceu em Salzburgo¹⁴ em 1920, nos escombros da Primeira Guerra Mundial”¹⁵ (Autissier, 2008: 24). De aspirações artísticas e tendências nacionalistas, o evento foi o primeiro grande exemplo do novo papel que viria a ser desempenhado pelos festivais, durante essa época: para lá das funções já observadas, anteriormente, eles agora estariam alinhados com as preocupações pacifistas e a institucionalização do campo cultural que, pouco a pouco, começava a se profissionalizar no contexto europeu. No entanto, a função estética desses eventos desempenharia, agora, um papel político importante que auxilia na definição das escalas de poder, ao redor do mundo, ao longo de todo o século. Nesse sentido, a década de 1930 marcou a ascensão de importantes festivais de ópera - expressão artística máxima da “alta cultura” - em Florence, Savolinna, Glyndebourne e cidades importantes do velho continente (Autissier, 2008).

¹⁴ O filme *Música do Coração* (Wise, 1966) retrata de maneira interessante o contexto sócio-cultural austríaco no final dos anos 1930, época de surgimento do evento. Colocando foco no festival para guiar seu roteiro, o diretor conclui o longa metragem com claras referências à tônica política que tomaria conta do país durante a ascensão do regime nazista.

¹⁵ Tradução livre do autor. No original “*Le premier festival explicitement consacré à l’Europe voit le jour à Salzbourg en 1920, sur les décombres de la première guerre mondiale*” (Autissier, 2008: 24).

O empreendimento de um discurso estético-político bastante elaborado teria nesses e em outros eventos canais de veiculação fundamentais para os ideais nacionalistas. O uso de festivais e de múltiplas iniciativas na área foi, particularmente, marcante na construção do discurso construído em torno da imagem da Alemanha, no período entreguerras, quando a abertura de galerias de arte, a execução de espetáculos de música clássica e uma série de outras estratégias ligadas à “alta cultura” foram colocadas em evidência pelo Terceiro Reich. O filme-documentário *Arquitetura da destruição* (Cohen, 1992) nos fornece uma visão bastante interessante dessa época, evidenciando os principais usos políticos levados a cabo para a construção da imagem ariana pela via estética, com todos os ônus advindos do processo histórico, social e humano, na Alemanha, entre os anos de 1939 e 1945.

No período pós-guerra, uma vez mais, os festivais passam a ser utilizados como instrumentos centrais na luta pela unidade territorial e pela estabilidade política. Têm destaque nessa altura o Festival de Edimburgo e o Festival de Avignon: fundados em 1947 e voltados para o teatro e artes do corpo; ambos os eventos foram centrais para a abertura de diálogo entre diferentes nações. Recorrentemente urbanos e, agora, com foco em grandes espetáculos de palco - embora ainda nesta época tais festivais exibissem uma inclinação para as artes mais clássicas, eles começariam a inaugurar a tentativa de promover "inclusão, acessibilidade e novas formas de interação entre audiência, artistas e lugar"¹⁶ (Quinn, 2005: 929-930). Baseado no advento desses novos valores através da cultura, Newbold (2015) relaciona o final da década de 1940 como a era da reconstrução europeia por meio dos festivais. Embora os novos processos de humanização através da arte estivessem atrelados à uma noção de política cultural baseada no princípio moral e cívico, a realização periódica de tais eventos enfatizou o reestabelecimento das cidades europeias, atribuindo perenidade e visibilidade para seus equipamentos culturais, após todos os danos causados pela Segunda Guerra Mundial.

A necessidade de um imaginário de pacifismo, depois de quase meio século entre guerras, talvez tenha sido uma das principais razões pelas quais os festivais cresceram de maneira tão rápida, principalmente, a partir da década de 1950. O declínio da autoridade dos sistemas político e religioso como criadores de significado e valor às práticas festivas, nos séculos passados, demandava novos discursos (Eagleton, 2003). O recuo destas

¹⁶ Tradução livre do autor. No original “*Inclusiveness, accessibility and new forms of interaction between audience, artists and place*” (Quinn, 2005: 929-930).

narrativas, nas sociedades da Europa Ocidental, no final da Segunda Guerra Mundial, acabou por deixar que a cultura em geral e a arte em particular atuassem como os principais meios para expressão de novos valores na estabilização dos territórios, no período pós-guerra.

Após um gradual desaparecimento de festas regionais e outras celebrações públicas, durante a primeira metade do século XX, o calendário de festivais europeus começa a revelar a emergência de um número cada vez mais significativo de grandes eventos de arte e cultura em diferentes países, tal como foi o caso do surgimento do Festival de Música de Praga (1946) e do Festival de Cinema de Cannes (1946). Ancorados pela necessidade de criação de identidade para cidades e regiões, economicamente desfavorecidas, festivais temáticos e outros eventos de matizes semelhantes passam a atuar como elementos propulsores dos primórdios do turismo cultural. Numa época em que o impulso para a reconstrução, para a estabilidade política e para a criação de ligações internacionais através do comércio definiu o teor para o avanço econômico e social de inúmeras regiões, o surgimento de festivais de importância nacional e internacional, em cidades como Wexford (Irlanda) e Spoleto (Itália), gerou importantes contribuições para a infraestrutura e circuitos culturais europeus.

Na segunda metade do século XX, o contexto ibérico replicava-se como continuidade às tendências de desenvolvimento dos festivais culturais em contexto europeu, e passariam a englobar música ao vivo e concertos para grandes públicos. Como um certo continuísmo das festas medievais e celebrações em espaços públicos abertos que sempre foram uma variável recorrente e significativa para a fixação de população, nessa região, grandes eventos de música começaram a ter, ali, presença marcante e de forma mais sistematizada, durante a segunda metade do século XX. É nessa época que surgiram, por exemplo, o Festival de Música Vilar de Mouros em Portugal (1971) e o Festival Internacional de Ortigueira na Espanha (1975). Embora, há muito tempo, os grandes eventos culturais tivessem deixado de ser apenas festa, foi nesse período que eles se firmaram como uma importante ferramenta de uso comercial e de desenvolvimento econômico para diferentes cidades.

1.5 O papel da televisão na popularização dos festivais de música

Do outro lado do Atlântico, acontecia um fenômeno bastante particular ligado a esses eventos. Festivais ganham a cena na televisão brasileira, durante as décadas de 1950 e 1960, estreitando a relação entre cultura e massificação midiática e ao mesmo tempo, inaugurando um processo de desenvolvimento do conceito de festival no país. Considero que seja pertinente localizar o leitor sobre o tema dos festivais de competição que tomaram lugar, no contexto televisivo brasileiro, nessa época. Isto porque eles foram os responsáveis indiretos pela veiculação de uma série de festivais pelo país, nas décadas de 1970 e 1980, impulsionados pelo discurso da contracultura e como medidas de resistência, durante o período militar.

E, como os processos de celebração pública no Brasil já estavam, fortemente, marcados pelas festas populares, feriados santos e carnaval; os novos elementos de competitividade, formato exibicionista e subterfúgios de distribuição inaugurados pelos festivais televisivos impactariam no crescimento dos festivais no país. Inicialmente, com ocorrência em clubes, salas de concerto e outros espaços fechados e destinados à “alta cultura” nacional, logo, em seguida seria iniciado o processo de ocupação de praças, parques e outros espaços públicos abertos por parte dos grandes concertos de música.

De certo modo, o encorajamento da música amadora que ainda hoje se assume como característica marcante de muitos festivais, mundo afora, deriva-se dos eventos competitivos popularizados na Inglaterra, em meados do século XIX. Decorrente desse mesmo processo, é possível ressaltar, aqui, o surgimento do Festival Eurovisão em 1956, desencadeador de uma série de festivais televisivos, nos anos seguintes, como foi o caso do Festival RTP da Canção, realizado pela primeira vez em Portugal no ano de 1964.

O cenário do coro *versus* coro em uma rivalidade amigável criou um novo espaço de demanda por boa música (Adams, 1986), tal como aconteceu, posteriormente, de forma similar com os festivais de competição e de demonstração no Brasil. Alavancados pela popularização da televisão no país, eles teriam, nos anos seguintes, o importante papel de dar vazão à opinião pública, através de novas expressões artísticas que tomariam lugar no campo da música (Vilela, 2013). De acordo com Queiroz (2016), o início da chamada “era de ouro dos festivais”, no Brasil, surgiu com eventos televisionados para grande público, a exemplo da realização da I Festa da Música Popular Brasileira pela TV Record, entre os

meses de novembro e dezembro de 1960. Cinco anos depois, a TV Excelsior lançaria o I Festival Nacional da Música Popular e, a partir de 1966, os festivais ganhariam maior destaque (Queiroz, 2016). Até 1968, “a MPB teria na Record um espaço privilegiado para desenvolver e apresentar sua mensagem” (Vilarino, 1999: 28).

Mesmo com todo o protagonismo da televisão para a divulgação da cultura de festivais, no Brasil, conforme pondera Mello (2003), não é possível afirmar que o festival é filho direto da TV. Embora o formato competitivo não fosse novo, uma vez que os mesmos já tinham sido observados em concursos de carnaval, durante a década de 1930 (Mello, 2003), sua propagação, discurso ideológico e condições técnicas foram potencializadas pelas novas concessionárias televisivas brasileiras, que importaram dos Estados Unidos o modelo de rede de emissoras. As sucursais destes serviços de comunicação ocupariam, naquela época, o lugar de importantes canais de divulgação dos festivais, meio pelo qual diferentes produtos poderiam ser acessados, exibidos e consumidos. Tal como esclarece Hobsbawm (2013), por trás desses marcos culturais, havia um impulso subversivo, e até mesmo político: “uma prova convincente disso pode ser encontrada no grande sucesso, desde 1960, da música brasileira, agora, como todos sabem, mundialmente famosa” (Hobsbawm, 2013: 28).

Levando-se em consideração que a televisão aberta ainda ocupa o primeiro lugar no ranking de fonte de informação entre os públicos de cultura no Brasil (Fundação Perseu Abrão e SESC, 2013), e que as atividades de mídia (assistir TV, navegar na internet, ler jornais/revistas) são as opções mais procuradas (30%) pelos paulistanos, no tempo livre (Leiva, 2014), é possível pensar que a associação entre televisão, cultura e festival podem ser, ainda hoje, surpreendentemente significativa. A discussão em torno do papel da televisão para a popularização dos festivais de música faz emergir um gênero que, não havia sido discutido e que se consubstancia com o percurso construído, em torno dos processos de modulação que envolvem festival e cidade. Atualmente, esse movimento tem nos dispositivos de mídia importantes intermediários, tal como será discutido na apresentação e discussão dos dados empíricos, nos Capítulos 5 e 6 desta tese.

1.6 Festivais, subversão e resistência

Em que pesem os inúmeros papéis atribuídos aos festivais, no decorrer do processo histórico (tal como o fato de servirem como estratégias de controle social, subterfúgios para criação do espírito nacionalista ou distintivos de classe), há, ainda, em seu aspecto ritual e no seu caráter de prática de celebração, um sentido de resistência que precisa ser enfatizado. Observa-se, no comportamento carnavalesco, por exemplo, que as pessoas podem expressar sua oposição ou mesmo a rebelião à autoridade (Waterman, 1998), fazendo funcionar um processo catártico que permite o estabelecimento da ordem através de uma desordem controlada.

Hobsbawm (2013) auxilia-nos a entender melhor esta questão quando diz que as iniciativas culturais, especialmente os festivais, “requerem certo espírito comunal, o que significa não apenas um sentido de interesses e sentimentos comuns, mas [...] de autoexpressão coletiva pública, que só em circunstâncias excepcionais pode vir à tona nas dimensões sobre-humanas das megalópoles” (Hobsbawm, 2013: 36). Deaville (2012), por sua vez, concebe o festival como um som de protesto coletivo, como *paragem*, como *momento limite* no cotidiano urbano ordinário. Não é por acaso que, no século XIX, as apresentações teatrais e operísticas deram origem a manifestações políticas, como foi o caso da revolução da Bélgica, em 1830 (Autissier, 2008), mostrando relação direta entre festivais e contestação política e, nesse caso, em específico, resistência política, celebração e engajamento através da música.

O material de pesquisa do livro *The Irish Celebrating* ilumina esta ideia ao associar a ocorrência de festivais à independência da República da Irlanda em 1921. Nesse caso, o folclore foi fundamental para a reconstrução da identidade naquele país: regiões ameaçadas por guerrilhas em geral têm forte ligação com sua cultura, demonstrando sentido de resistência e identidade (Considère-Charon *et al.*, 2009). Ainda, segundo a obra, a preservação das tradições folclóricas ocorreu, principalmente, no período pós-independência (Considère-Charon *et al.*, 2009), o que permite tecer a relação existente entre festival e contestação, a partir do caso irlandês. Esses e outros fatos similares narrados pela história recente (Adams, 1986; Queiroz, 2016) possibilitam afirmar que os festivais carregam em si uma potência, proporcionalmente, correspondente à adversidade e tensão política dos contextos que os envolvem.

Como produto resultante do conflito e caleidoscópio de possibilidades, o lugar de servirem como práticas de resistência ocupado pelas celebrações públicas se tornou ainda mais significativo quando o paradigma das artes dominantes começou a ser desconstruído, nas décadas de 1960 e 1970. Neste período, festivais internacionais começaram a experimentar novas ideias artísticas e afastar os limites do que era aceitável, em termos artísticos de produção e virtuosismo estético. Segundo Newbold, (2015), durante essas décadas, houve claramente uma ampliação da definição de cultura na integração de programação das novas propostas de festivais, os quais passaram a incluir, também, espetáculos de circo, mímica, música popular e filmes, muitas vezes, com entrada aberta e bilheteria facultativa.

Grande parte de eventos organizados, nessas décadas, lutaram contra determinadas convenções culturais, desafiando as definições de artes "altas" e "baixas" e, gradualmente, quebrando as distinções aí compreendidas. Festivais "não-institucionalizados" e "não-oficiais" começaram a tomar lugar em algumas cidades, como o Off Festival, em Avignon; e o Fringe Festival em Edimburgo. Mesmo que, hoje, esses eventos já não sejam mais representantes da resistência de outrora, naquela época, eles colocaram em prática novas formas de programação, especialmente no que dizia respeito ao uso de espaços alternativos e práticas de envolvimento do público com o trabalho dos artistas. Provavelmente, iniciaria-se aí, o debate sobre mediação cultural para a inclusão de novos tipos de audiências, o que viria a ser decisivo para a formação de público, nas décadas seguintes. O encurtamento da distância entre palco e plateia implicaria em um amplo reposicionamento do papel dos festivais, dando vazão posterior ao surgimento de conceitos como *audience-as-artist*, *co-creation*, *crowd sourcing* e *educational enrichment* (Suárez-Pinzón e Nunes Junior, 2016). Ao invés de funcionarem como distintivos de classe, desta vez eles atuariam na direção contrária, desconstruindo as fronteiras sociais na busca da reaproximação do público com os diferentes intermediários culturais.

Não por acaso, é exatamente nesta época que uma série de festivais de música começa a tomar lugar fora do contexto urbano, ganhando rápido crescimento exponencial. Esse foi o caso do Monterey Pop Festival na Califórnia (1967) e do Woodstock no Estado de Nova York (1969) - representação maior de todo esse movimento. Pensando sobre esse cenário, George McKay (2015) diz que os festivais pop se apresentam como novas

narrativas para a música popular, interrogando sua política e jogo, colocando foco nos diálogos internacionais e considerando o papel da mediação para o desenvolvimento de seu sucesso contemporâneo (McKay, 2015).

A respeito do movimento de resistência iniciado na década de 1960, Johansson e Kociatkiewicz (2011) argumentam que o questionamento e a subversão de paradigmas dominantes da arte “refletiram o clima sociocultural dos anos 1960 e 1970 e as agendas dos movimentos sociais, incluindo aqui o feminismo, o ambientalismo e os direitos dos homossexuais” (Kociatkiewicz, 2011: 396). A cidade passaria a ser utilizada como espaço de contestação e cenário para novas criações artísticas, inspiradas por uma série de vertentes políticas e artísticas de esquerda ou anarquistas, a exemplo do movimento hippie, da cultura punk e de diferentes braços da estética situacionista.

Ainda, ligado aos aspectos de subversão da ordem levados a cabo pela cultura, é interessante ainda indicar a atuação das rádios nesta dinâmica, as quais ocuparam, por um certo período, lugar de resistência ao regime hegemônico que o mercado fonográfico insistia em produzir, durante a segunda metade do século XX. Tal como nos esclarece Vilela (2013):

Num mundo onde quase só aprendemos a história dos vencedores, pela produção musical [...] tivemos acesso a uma história dos vencidos, dos que se sujeitaram, mas não perderam o senso de si próprios [...]. Enquanto artistas estavam à mercê dos produtores e das gravadoras que objetivavam o lucro [...]. A radiodifusão fortaleceu a manutenção de valores que paulatinamente vinham sendo fragmentados pela conjuntura sócio-econômica (Vilela, 2013: 28).

Todavia, a divulgação de músicas e artistas, através da rádio, também passaria a funcionar na esteira negocial antecipada pelas gravadoras de música. Pouco a pouco, o latente poder de questionamento e transgressão de fronteiras de ordem social e política alcançado, tempos depois, cederia lugar ao direcionamento dos festivais com fins mais orientados para o mercado. Se, nos anos 1960, o surgimento desses tipos de eventos estava ligado fortemente aos princípios da contracultura, nos anos 1970, a inauguração de grandes eventos de música no hemisfério norte - incluindo aqui os casos dos festivais de Glastonbury (1970) e Roskilde (1971) - fortaleceriam uma economia orientada para o consumo das atividades de lazer e da cultura como veículos de entretenimento. No final da década de 1980 e durante a década de 1990 esta orientação mais comercial e ligada ao desenvolvimento econômico do setor criativo e das indústrias culturais foi consolidada,

caracterizada pelo maior envolvimento do setor privado aliado ao processo de estruturação de cidades como Glasgow, Liverpool, Roterdã, Barcelona e Turim (Newbold, 2015: XiX). Durante essa fase, os festivais firmaram-se como peças importantes para a promoção do turismo e das novas estratégias de marketing urbano.

Num contexto em que a mercantilização e a empresarialização da cultura, sob a égide das indústrias culturais, apresentava-se de forma acelerada (Yúdice, 2006), os festivais se converteram em instrumentos relevantes para o funcionamento dos mercados culturais, na medida em que começaram a atrair empresas, mão de obra qualificada e uma série de serviços que impactaram, decisivamente, no desenvolvimento urbano de várias cidades. Nesse âmbito, o festival passaria a figurar como peça-chave para o cultivo dos novos regimes imagéticos, demandados para a abertura de mercados e criação de novas redes de negócio, entre diferentes cidades ao redor do globo.

1.7 Evidenciar o cosmopolitismo

Sines, Festival Músicas do Mundo, 25 de julho de 2018. As notas iniciais que abrem o Guia de programação da 20ª Edição do evento são sugestivas. Nas palavras de Carlos Seixas, Diretor Artístico e de Produção, o festival: “Viaja por outras latitudes e faz descobrir como é que os encontros inusitados se tornam uma fonte inesgotável de influências, de transformações, de enriquecimento, um torna-viagens permanente. Apresenta as diferentes culturas musicais, as suas técnicas e a sua época, dando conta da tradição múltipla geográfica contemporânea” (FMM, 2018: 57).

Ao discursar na inauguração do evento, o presidente da Câmara Municipal Nuno Mascarenhas também enfatizou alguns pontos que parecem interessantes para a discussão que envolve festival cultural e cosmopolitismo. Na ocasião, o gestor público evidenciou a presença de 35 países e regiões de todos os continentes na programação do evento e lembrou a audiência de milhares de pessoas à sua frente sobre o papel da arte para a união dos povos.

Durante os concertos que se sucederam à abertura oficial do festival, percebi que o nacionalismo português era convidado à celebração com as outras culturas ali presentes. Da cabine de imprensa observava atento ao concerto de Élide Almeida, enquanto uma bandeira de Cabo-Verdeera hasteada na plateia possivelmente por imigrantes oriundos desse país. Pouco a pouco, o festival se revelava desfazendo fronteiras e misturando diferentes acentos lusófonos com idiomas de todo o mundo.

O texto de apresentação da Banda Live Low no programa impresso ajudava a evidenciar esse argumento: “uma abordagem contemporânea de uma certa “portugalidade”, mas também de uma pulsação humana que ultrapassa sotaques e linguagens” (FMM, 2018: 57). O release de Susana Travassos também tocou nessa mesma ideia: “Uma artista que canta a sua aldeia, e por isso mesmo, o seu canto soa universal” (FMM, 2018: 57). Enquanto isso, a retórica do cosmopolitismo e da coesão cultural era construída na socialização dos festivaleiros e na apresentação dos grupos no evento: fosse nos bares, padarias, ruas e outros espaços cotidianos que abrigavam apresentações informais trazidas pelo público participante; fosse nos concertos oficiais. Junto à orla marítima, o palco montado na Avenida Vasco da Gama recebeu a performance de Derya Yildirim e Grup Simsek, que foram apresentados ao microfone por meio de um discurso que ressaltava, uma vez mais, a integração através da música: “Uma Europa unida pela Turquia através de versões de alguns dos seus artistas mais amados”. Elementos discursivos que associavam diferentes nacionalidades do mundo àquele festival foram encontrados também no *release* de artistas como Markus e Shahad: “Uma síntese Ocidente/Oriente em que os protagonistas são o alaudista francês Markus e o cantor paquistanês Shahzad Santoo Khan” (FMM, 2018: 47). Depois de três dias, como pesquisador infiltrado na equipe de comunicação do festival, percebi que mais do que promover concertos de *world music* e tratar de temas multiculturalismo e unificação de culturas, festivais como o de Sines têm atuado como moduladores importantes para pensarmos questões contemporâneas ligadas ao cosmopolitismo e formação de uma rede de cultura em escala global.

O caso do festival em Sines é interessante, quando pensamos esses eventos como dispositivos de fortalecimento da vocação cultural e multiétnica dos lugares, ao longo da história. Segundo Jamieson (2004: 64), “a própria palavra "festival" evoca imagens de “multidões empurrando-se, bares, bebidas e cacofonias de conversas multilíngue, provocando uma ruptura no cotidiano e uma festa para os sentidos”. Como ritual para integração social e fortalecimento do sentido de cosmopolitismo, através da criação de novos laços comunitários (Getz, 2015: 24), até os dias de hoje, diferentes derivações e modelos tradicionais de festivais têm sido promovidos para difundir o discurso da integração social.

Autissier (2008) descreve o interstício entre 1960 e 1980 como um período de importante afirmação das culturas minoritárias por meio dos festivais de música, fase que coincidentemente está ligada a um significativo crescimento da atividade turística. Karpinska (2009) elucida, ainda, uma série de características interessantes que nos ajudam a entender melhor a relação entre festival e cidade, associada ao tema do cosmopolitismo e do discurso multiétnico, trabalhando para a criação de uma paisagem de memória da “unidade na diversidade” (Skrbis, 2013; Birdsall e Drozdewski, 2017). Segundo Karpinska (2009), conteúdos contemporâneos significativos destes tipos de evento, tais como “tolerância, aceitação das diferenças, sensibilidade social, abertura a outras culturas são úteis e necessárias, pois integram pessoas de forma perfeita”¹⁷ (Karpinska, 2009: 1), tal como nos sugerem os *releases* utilizados para a apresentação de diferentes artistas, no festival em Sines (FMM, 2018).

Essa fórmula aberta permitiu uma apresentação expressiva da coexistência de diversas culturas partilhando de um mesmo território. Quando olhamos para os festivais urbanos contemporâneos, tais características integradoras podem ser observadas não apenas no desenho de sua programação, mas também na forma como a listagem de espaços é montada para sediar eventos culturais: a mesma intenção de integração serve, também, de amálgama para a ativação e preenchimento de novos espaços urbanos. Tal como acontece na cidade costeira alentejana, concertos de música, espetáculos de dança ou performances combinadas com projeções de vídeo podem acontecer em ruas, bares, castelos, igrejas;

¹⁷ Tradução livre do autor. No original “*Tolerance, acceptance of differences, social sensibility, openness towards other cultures: such ideas are always trendy, useful and needed; they perfectly integrate and activate people*” (Birdsall e Drozdewski, 2017: 1).

oficinas industriais e salões comunitários, em centros multiculturais, em museus e universidades, em estações de ônibus e metrô, em múltiplos espaços não específicos que, na maioria das vezes, estão associados à vida urbana cotidiana comum. Essa suposta onipresença de atividades e eventos, em lugares imprevistos, dá sentido de cooperação, interdisciplinaridade e harmonia ao conceito contemporâneo de festival.

Nesse ínterim, para lá de sua atuação como processo ritual e elemento agregador de uma sacralidade comunitária (Durkheim, [1912] 2003), o festival dota a cidade de um sentido cosmopolita e tem-se constituído, desde há muito tempo, como fator fundamental para a atração de novos negócios, dentro de uma economia-mundo, baseada na desterritorialização cultural (Fortuna, 2013) e na construção de novas identidades culturais urbanas, em época de globalização (Costa, 2002a). Assim, a celebração construída como fator de integração para diferentes povos e comunidades recupera e amplia o sentido político do festival como forma de regulação e controle social, especialmente, se lembrarmos de casos emblemáticos de cidades com grande miscigenação e efervescência cultural, como é o caso de São Paulo e Lisboa, escolhidas como terrenos de estudo desta pesquisa. Na primeira delas, por exemplo, nos últimos dez anos, é possível observar a proliferação de uma série de festas, festivais e outras ações culturais de grande impacto realizadas em áreas adjacentes ao centro histórico, a exemplo do Festival Baixo Centro e do Festival SP na Rua. Uma dinâmica bastante parecida teve lugar na capital portuguesa, mais ou menos na mesma época, quando o festival Festival Lisboa Mistura ganhou as ruas e espaços públicos da região do Bairro Martin Moniz, além de outras iniciativas realizadas pelo poder público municipal, a exemplo do Festival Todos, criado pela Produtora Cassefaz, sob encomenda da Câmara Municipal de Lisboa, em 2009.

Levar a representação de grupos marginalizados ao centro, para manter o centro afastado da margem (O'Connor e Wynne, 2017): o paradoxo aqui instaurado pode ser peça-chave para entendermos, hoje, de que modo as forças que operam na estabilização dos conflitos urbanos vêm sendo reguladas pela institucionalização da cultura, em proximidade com os projetos de requalificação urbana e controle de diferentes grupos sociais e étnicos. Funcionando como uma espécie de diáspora invertida, o retorno ao centro histórico por meio dos festivais tem sido cada vez mais recorrente, e diferentes exemplos, ao redor do mundo, mostram que os eventos culturais têm desempenhado um importante

papel nesse processo. Os microcosmos observados em Lisboa e São Paulo podem ser também encontrados em uma infinidade de cidades com perfis semelhantes e, hoje em dia, não é raro nos depararmos com festivais que associam, de forma direta, sua programação a classes minoritárias, população migrantes e grupos de refugiados, por exemplo. Essa retórica tem gerado investimentos significativos em eventos culturais de diferentes nuances, particularmente, em comunidades mais divididas e problemáticas.

A matéria intitulada *Refugiada síria fará comida típica na festa de abertura de 2018 do SAS Brasil*¹⁸ ilustra de maneira direta a ideia de integração e cosmopolitismo que tem sido evidenciada nesta seção, e que vem sendo utilizada, já, há algum tempo, no discurso de festas e festivais.

De olho nos acontecimentos mundiais, enquanto vivemos a maior crise de refugiados da história [...] uma refugiada síria que vive com a família há cerca de dois anos no Brasil ficará encarregada de preparar comidas típicas da culinária árabe para os convidados. Quem já provou garante: os pratos como quibe, esfiha e falafel são imperdíveis” (SAS Brasil, 2018: 1).

Como exemplo de uma tendência mais ampla, esse caso dialoga com ações que têm tratado o cosmopolitismo pela retórica da gastronomia. A iniciativa *Saberes e Sabores Culturais*, levada a cabo pelo Festival Todos em Lisboa, desde 2015, é outro exemplo. Com o objetivo de promover a interculturalidade pelo paladar, durante a semana do festival, tal projeto disponibiliza produtos de diversas regiões do mundo, cujas culturas estejam representadas em Lisboa (Festival Todos, 2015). Em ambos os casos, a ativação do público está referenciada com aspectos sensoriais (o sabor do quibe, da esfiha e do falafel, por exemplo), com as micropolíticas de “aproximação cultural” e com o privilégio quase exótico e, ao mesmo tempo, cotidiano de estabelecer contato com a cultura do outro. Tanto a campanha publicitária utilizada em Portugal, quanto a ênfase dada na campanha acionada para promover o evento no Brasil servem para ilustrar e/ou representar os inúmeros exemplos contemporâneos que têm estampando ações de divulgação de iniciativas culturais, em cidades de todo o mundo.

Mesmo em contextos e escalas diferentes, estes e outros discursos se alinham à retórica da diversidade étnica, da multiculturalidade e do sincretismo estético, conjugando diferentes fazeres culturais (Pais, 2009). Tais eventos precisam cumprir com seu papel de

¹⁸ Projeto no campo da saúde e entretenimento cultural criado no Brasil em 2013.

celebrar culturas híbridas, heterogêneas e, socialmente, efervescentes - daí, a grande variedade de concertos e estilos artísticos presentes na composição de sua programação. Essas características nos levam a pensar que os eventos culturais têm contribuído para a coesão e bem-estar de diferentes grupos que partilham de um mesmo lugar de convivência e, ao mesmo tempo, revelam nuances de controle social e estratégias de apaziguamento e resolução de conflitos no espaço urbano.

Próximo da ideia do cosmopolitismo como tema insurgente e dinâmico (Skrbis, 2013), aparecem camufladas, também, retóricas de competição de mercados e internacionalização de projetos. Discutindo esta temática, a partir do caso da Expo 98, em Lisboa, o sociólogo Claudino Ferreira (2006) afirma que “mais do que promover uma revisão do imaginário sobre a identidade e a especificidade histórica do país, o que esteve em causa [nesse evento] foi a afirmação de uma doutrina estratégica formulada em torno da ideia de competitividade (Ferreira, 2006: 655). Esse enredo acabou por envolver aspectos mais gerais da cultura popular e das celebrações, naquela cidade, tal como constata Costa (2008) sobre o processo de transformação dos Santos Populares:

As iniciativas referidas [nas festas dos santos populares] consistem, basicamente, na organização de “retiros” de venda de sardinhas e febras, caldo verde e arroz doce, vinho e cerveja, em mesas improvisadas, em certos locais ao ar livre, nas ruas e becos do bairro. Fica sempre em aberto, no entanto, o que é que afinal serve de pretexto a quê: se, principalmente, as práticas festivas e conviviais são instrumentais a algum negócio ou se, afinal, é sobretudo a angariação de recursos económicos que acaba por funcionar como pretexto autojustificativo (Costa, 2008: 54).

Atualmente, a forte presença da lógica de mercado tem ajustado a regulação e o controle social no desenvolvimento dos centros urbanos. Esse dispositivo harmoniza as necessidades de funcionamento de um mercado cultural globalizado e pautado pelos interesses e lógica das indústrias culturais (Yúdice, 2006; Costa, 2008). Tal como no século XIX, a retórica do multiculturalismo e da integração multiétnica tem atuado para a consolidação dessa dinâmica que está, ao mesmo tempo, ligada ao serviço da regulação e controle das massas e aos fluxos de imigração contemporâneos. O crescente ajustamento da gestão e da política urbana aparecem, dessa forma, justificados pela diversidade cultural (Pais, 2009) e associados, cada vez mais, a princípios de empresarialização e competitividade territorial das cidades, como diferentes estudos têm demonstrado (Fortuna e Peixoto, 2002; Peixoto, 2013; Ferreira, 2010; Quintela e Ferreira, 2018).

Dessa forma, é possível afirmar que o papel dos festivais para a manutenção de diplomacia nos antigos pontos de paragem utilizados como fronteiras comerciais, na época de abertura dos mercados intercontinentais, foi ressignificado pelos eventos contemporâneos de caráter multiétnico em cidades globais como Lisboa e São Paulo, convertidas, hoje, em “utopias da Gaia Urbana” (Faria, 2009). Embora os contextos sociais e históricos dessas cidades sejam completamente diferentes, o pano de fundo que os respalda parece ser o mesmo: a cidade como nó, como espaço de cruzamento, como princípio da ontogênese que ativaria, *a posteriori*, os processos maquinais contemporâneos.

1.8 Modelo *Nuit Blanche* e *SXSW*: dois casos contemporâneos paradigmáticos

Quando pensamos sobre as relações contemporâneas que envolvem festival e cidade, dois casos são emblemáticos e guardam relação direta com os estudos de terreno escolhidos para esta pesquisa. O modelo *Nuit Blanche* francês, primeiro deles, foi concebido por Jean Blaise, no *Centre de Recherche pour le Développement Culturele*, e inaugurado no ano de 1984, em Nantes, consistindo em um festival com intensa oferta de atividades de artes e cultura, ao longo de toda a noite. Em geral, o evento é realizado em centros antigos e zonas de interesse histórico de grandes cidades, incentivando os visitantes a se (re)familiarizarem com o ambiente urbano através de experiências inusitadas. A partir da ativação de espaços culturais alternativos, da inversão de expectativas e da retórica da descoberta da cidade, desde os primeiros anos de seu surgimento, tal modelo atrai, anualmente, milhões de visitantes para galerias, museus e espaços públicos abertos, ocorrendo quase, invariavelmente, durante o mês de outubro, e anunciando a aproximação do inverno, nos países do hemisfério norte.

Embora o oferecimento de atividades em larga escala, durante a noite urbana, fossem, posteriormente, praticados por outras iniciativas semelhantes (a exemplo do *Night of the Arts Festival* em Helsinque, inaugurado em 1989) foi, a partir da década de 1990, que o conceito inaugurado por Blaise acabou tomando maior vulto. Desde então, uma série de cidades ao redor do mundo passaram a replicar o modelo da *Nuit Blanche* francesa, tal

como foi o caso de Barcelona (1990), São Petersburgo (1991), Buenos Aires (1992), Nápoles (1993), Cairo (1994), Havana (1995) e Berlim (1997).

Tal formato toma corpo e multiplica-se de forma exponencial, a partir de 2002, quando o evento foi, pela primeira vez, sediado na cidade de Paris. A partir deste ano, a ideia se espalhou pelo mundo e centenas de cidades passaram a contar com festivais derivados do mesmo paradigma do “noite branca”, a exemplo de Montreal, Ottawa, Toronto, Edmonton e Winnipeg, na América do Norte; Santiago e Bogotá, na América do Sul e Melbourne, na Oceania. Na Europa, Paris, Bruxelas, Roma, Madrid, Riga, Bucareste e Valletta logo consolidariam a criação da rede das *Nuits Blanches Européennes* (Eutrio.be, 2010), compartilhando experiências e gerando intercâmbios de projetos e artistas, durante a realização de suas maratonas culturais noturnas.

No Brasil, a Virada Cultural - iniciativa homóloga da Nuit Blanche francesa - foi inaugurada em São Paulo, no ano de 2005, com a campanha publicitária “*Aqui, a cultura vira a noite*”. Designado por muitos como a grande festa da cidade, desde então, o evento ganhou um grau de robustez que a tornou bastante peculiar, uma vez que leva às ruas da principal metrópole do país milhões de pessoas (Prefeitura Municipal de São Paulo, 2016)¹⁹. A receita relâmpago de oferta de programação cultural intensa e simultânea se tornou produto de exportação, também, através de outros formatos congêneres, como foi o caso do Light Night Festival, inaugurado em Leeds (2009) e replicado para uma série de cidades do Reino Unido, nos anos seguintes. De acordo com a retórica da divulgação do festival, na capital francesa, o evento é um convite para ver a cidade de uma maneira diferente, à noite, iluminada pelo luar, pelo néon e outras luzes (Marie de Paris, 2018).

Conforme citado anteriormente, o discurso de consagração da cidade praticado pelo modelo Nuit Blanche trouxe consigo a ativação da noite através da descoberta de novos espaços urbanos. Por meio de uma série de estímulos diferentes, o conceito da *night for all senses and no inhibitions* (Nuitblanch.me, 2017) entrelaçou a vocação cultural francesa à uma série de “cidades irmãs” com tendências globais.

Todo outono, Paris realiza a Nuit Blanche ("Noite Branca"), um festival de uma noite que celebra a arte contemporânea. Kyoto, uma cidade irmã de Paris, realiza o evento complementar "Nuit Blanche Kyoto" em vários locais ao redor da cidade. A edição de Kyoto é [...] dedicada à criação contemporânea e se concentra em artistas emergentes japoneses e

¹⁹ Caso de estudo central desta pesquisa, o evento terá sua apresentação melhor detalhada no Capítulo 3.

franceses, apresentados a uma ampla audiência, ao longo de uma viagem, aos locais de patrimônio de Kyoto e aos locais de arte. A noite de Kyoto é iluminada por um programa variado, incluindo apresentações de dança e circo gratuitas, exposições e projeções *video-mapping* ao ar livre. O tema da sétima edição do festival é "Paisagem, a cidade em movimento" e apresenta uma seleção de novas tendências e experimentações. Então, o que acha de um passeio artístico repleto de surpresas e descobertas numa vibrante noite de outono do coração do Japão?²⁰ (Nuit Blanche Kyoto, 2017: 1).

Essa receita de sucesso capitaneada pela França, anos atrás, parece ser uma carta de apresentação importante para a economia turística da noite urbana (Colaboratória, 2014). Como preceptora dessa dádiva cultural, a cidade de Paris parece funcionar, aqui, como marca cultural importante que tem a possibilidade de impulsionar a imagem das cidades aceitas para hospedar as variantes análogas ao modelo Nuit Blanche, como é o caso de Kyoto.

Do outro lado do Atlântico, realizado na cidade de Austin desde 1987, o South by Southwest (SXSW) é, hoje, um outro caso icônico para os festivais urbanos contemporâneos. O evento contabilizou em sua 31ª edição, ocorrida em 2017, um total de 88 mil participantes e teve sua programação organizada nas áreas da música - SXSM Music - 2.224 bandas, incluindo 580 grupos de 67 países; tecnologia - SXSW Interactive - 3.090 palestrantes em 1.370 painéis, com 37 mil participantes vindos de 82 países; e cinema - SXSW Film - 462 palestrantes, 143 longas-metragens exibidos e 89 estreias mundiais (Ezabella, 2017). "O festival de música South by Southwest (SXSW) é um evento que ocorre em quatro dias, fundado em parte por membros do jornal semanal alternativo da cidade, e que almeja, principalmente, profissionais do setor de indie rock e alguns fãs de música" (Wynn e Yetis-Bayraktar, 2016: 1).

Um relatório de impacto econômico mostrou que combinados, os três segmentos que integram o SXSW (música e eventos de cinema e tecnologia) movimentaram 168 milhões de dólares para a economia estadunidense, em 2011, e mais de 190 milhões, em

²⁰ Tradução livre do autor. No original "Every autumn, Paris stages *Nuit Blanche* ("White Night"), a one-night festival celebrating contemporary art. Kyoto, a sister city of Paris, holds the companion event "Nuit Blanche Kyoto" in various locations around the city. The Kyoto edition is [...] dedicated to contemporary creation and focuses on Japanese and French emerging artists introduced to a wide audience along a journey into Kyoto heritage venues and art spots. Kyoto's night is lighted up by a varied program including free dance and circus performances, exhibitions, and outdoor projection mapping. The theme for the seventh edition of the festival is "Landscape, the city in movement" and presents a selection of new trends and experimentations. So what about an art-promenade from surprises to discoveries in the vibrant autumn night of the heart of Japan?" (Nuit Blanche Kyoto, 2017: 1).

2012 (Loftsgaarden, 2012). Com ocorrência anual, durante o mês de março, e realizado ao longo de quatro dias, em mais de 100 endereços distribuídos no perímetro central de Austin, o SXSW é reconhecido, hoje, como o maior evento do gênero a nível mundial. Além de seu formato inicial concentrado na organização de concertos de novas bandas, o festival se converteu em um grande conglomerado de atividades, além de ser um dos grandes responsáveis pela produção de receita da economia texana.

A criação de uma ambiência urbana diferente daquela encontrada, normalmente, em Austin é um dos grandes diferenciais do festival. A mescla entre médios e pequenos palcos, o comércio informal de camisetas, CDs e adesivos, o fechamento do trânsito com a proibição de circulação de carros, e a atmosfera musical criada por centenas de artistas de rua fazem com que a ambientação do perímetro central da cidade crie uma experiência única para o público frequentador. A dilatação da sensação espaço-tempo é gerada não apenas pela programação proposta pelo evento, mas também por uma série de atividades paralelas que acabam multiplicando o seu programa oficial.

É atribuído a ele o mesmo argumento de sucesso observado no modelo Nuit Blanche, uma vez que o evento garantiu sua replicabilidade, em diversas cidades norte-americanas. Como exemplos, é possível citar o North by Northwest em Portland; do North by Northwest em Toronto; o West by Southwest em Tucson; o North by 35 em Denton, do C2SV em San Jose; o MidPoint Music Festival em Cincinnati; o South by Due East em Houston; o South by So What?! em Dallas e o MoSo em Saskatoon (Valley, 2013). O mesmo movimento pode ser encontrado em outras cidades ao redor do mundo, e o exercício de uma primeira vista de olhos permite citar, aqui, algumas das inúmeras versões de festivais embebidos pelo conceito SWSX, como é o caso do Incubate em Tilburg; do Live at Heart em Orebro; do The Goa Project em Goa; do The Great Escape Festival em Brighton; do Tech Open Air em Berlim e do Amsterdam Dance Festival.

Em território português, o mesmo modelo foi exportado pela Produtora Música no Coração para a cidade de Lisboa em 2008, concorrendo para a criação do antigo Super Bock em Stock que, a partir de 2011, ganhou novo patrocinador e se converteu no Vodafone Mexefest²¹. Mais circunscrita à área da música, a sua programação se compõe de

²¹ Por razões desconhecidas, em 2018, o evento volta a se chamar Super Bock em Stock. Uma vez que a pesquisa *in loco* se ateve à coleta de fontes de informação sobre o evento em 2017, para os efeitos desta investigação, ele continuará sendo nomeado de Mexefest.

uma média de 50 concertos dos mais diversos gêneros, os quais são distribuídos entre 15 a 25 espaços, no entorno da Avenida da Liberdade - região central da cidade. A versatilidade, o tamanho e a variedade funcional de ambientes escolhidos para sua realização é imensa: tanto são utilizados espaços culturais tradicionais (teatro e salas de cinema), quanto espaços não convencionais (estações de transportes públicos, garagens e igrejas). De maneira similar ao caso norte-americano, a ideia é que o público possa transitar em um circuito cultural criado em pleno coração da cidade, além de exercitar sua escolha pessoal baseado na oferta de programação simultânea, aleatória e justaposta pelos organizadores do festival.

Enquanto as iniciativas advindas do padrão SXSW dialogam, maioritariamente, com a área de música e apresentam facetas mais comerciais, geralmente, com a forte associação de seu nome a atividades de *merchandising* e promoção de marcas privadas; os festivais derivados do modelo Nuit Blanche têm caráter mais multicultural, fazendo forte apelo na reapropriação do espaço público, seguindo a vertente de participação democrática, com eventos gratuitos e realizados por instituições de caráter público. Outra particularidade a ser destacada se refere ao tamanho e distribuição das salas de concerto: no modelo norte-americano, elas geralmente são menores e em maior número, onde é bastante comum a formação de filas pela restrição de lugares. Por abrigarem maior quantidade de público, os palcos do modelo francês tendem a ser maiores, e costumam estar associados a largos, praças e grandes equipamentos culturais públicos.

Mesmo advindos de contextos distintos, ambos os festivais guardam em si importantes pontos em comum, permitindo enunciá-los, aqui, como paradigmas que posicionam os festivais em um novo lugar na discussão sobre o desenvolvimento e constituição material e imaterial do espaço urbano e, por sua vez, em uma série de processos de modulação das cidades contemporâneas.

Como pontos convergentes, é possível pensar que eles são planejados para acontecer em períodos extremamente curtos, podendo ser reduzidos a apenas um fim de semana ou mesmo a uma única noite. Essa característica faz com que eles possam resultar em grandes números de público e aumento da cobertura da mídia. Além disso, é possível observar, em ambos os modelos, a criação de um padrão de evento reproduzível para diferentes realidades ao redor do mundo, além do desenho simultâneo de programação

causador do efeito “FOMO”, abreviatura para a expressão *Fear of Missing Out* (Sanfilippo, 2017), gerado pela sensação de que a eleição por uma ou outra atividade sempre acarretará perdas, tendo em vista a sobreposição concomitante de inúmeras atividades, tanto no Nuit Blanche, quando no SXSW. Aqui, subjaz a associação entre escolha, indecisão e descartabilidade presente nas economias neoliberais, e temperada pelo discurso dos intermediários culturais que constroem as narrativas destes e de outros festivais contemporâneos: “Temos toda a noite, a partir das 7 horas da noite às 7 da manhã, para assumir o espaço parisiense e muito o que ver. Você só precisa fazer sua escolha (ou não!)”²² (Elodie, 2018: 1).

Tais festivais dependem de grandes multidões que, embora possam não ser capazes de verem tudo, ainda podem descobrir ou redescobrir monumentos e espaços abertos de uma forma incomum ou original. Esses tipos de eventos são uma dádiva sagrada para a mídia inconstante que raramente cobre eventos artísticos mais longos, durante toda a duração. Por outro lado, esses festivais de uma noite tornam impossível que as pessoas vejam tudo e, portanto, sua experiência nas artes pode se tornar um pouco empobrecida. Eles operam no espírito de nossa era de publicidade e hedonismo, proporcionando um prazer de curta duração²³ (Autissier, 2015: 289).

Como pontos em comum, é possível citar, também, a busca por locais alternativos para sediar as atividades dos eventos, e a retórica construída em torno da redescoberta da cidade pela ativação de novos espaços urbanos. Esse conceito já foi observado em outras cidades da Europa e da América do Norte, paralelamente, a outros elementos-chave, já citados anteriormente, tais como a entrada livre e a reflexão encorajadora sobre a noite urbana. Nesse processo, lugares que estão geralmente fechados ou abandonados, áreas periféricas, locais de prestígio ou espaços que fazem parte do patrimônio cultural da cidade, são revisados de uma maneira incomum por artistas (Evans, 2001), se convertendo em espaços inusitados para abrigar atividades-surpresa e ações culturais diversas.

²² Tradução livre do autor. No original “*There are lots to see, we have the whole night, from 7 p.m. to 7 a.m. to take over the Parisian space, you only have to make your choice (or not)*” (Elodie, 2018: 1).

²³ Tradução livre do autor. No original “*They are cut extremely short and can be reduced to only a weekend or even a single night, which can result in large attendance figures and increased media coverage... These festivals rely on huge crowds which, while they may not be able to see everything, may still discover or rediscover monuments and open spaces in an unusual or original way. These kind of events are a godsend for the fickle media which rarely covers longer artistic events for their whole duration. On the other hand, these one-night festivals make it impossible for people to see everything, and so their experience of the arts may become somewhat impoverished. They operate in the spirit of our age of advertising and hedonism, providing a short-lived pleasure*” (Autissier, 2015: 289).

Embora ainda pouco desenvolvida no campo acadêmico dos estudos culturais, a discussão sobre a colagem de diferentes lugares e tempos a partir da criação de novas atmosferas urbanas geradas pelos festivais, é importante para entendermos o crescimento exponencial desses eventos, nas últimas décadas. Há uma lógica da arquitetura e dos equipamentos culturais, hoje em dia, que direciona o valor signo (Braudrillard, 1995) para o uso imprevisto; para a quebra do princípio forma/função derivada de modelos como o SXSW e Nuit Blanche nas novas estéticas da cidade contemporânea (Nunes Junior, 2016). Ambos os festivais estão baseados nos conceitos de imprevisibilidade e surpresa, ordem e desordem e, a partir daí, constroem suas retóricas sobre os novos usos do poder estético (Zukin, 1995), entendendo ser este um importante campo de poder simbólico para a economia urbana e para a mediatização da cidade.

1.9 Histórias em aberto

As narrativas sobre festivais - esfera onde o desejo e o conhecimento se encontram; onde a educação das massas dá lugar à alegria; onde existe a combinação entre política e psicologia, estética e moral, propaganda e religião; está preenchida por elementos de sacralidade e ao mesmo tempo interesses econômicos de múltiplas instituições. A contínua associação entre esses tipos de eventos e as intenções políticas observadas, ao longo das diferentes fases históricas, aqui registradas, acontece ainda hoje. Cabe-nos, portanto, compreendermos os contextos sociais que os envolvem e estarmos atentos às cadeias discursivas que os delineiam.

O caminho percorrido pelas diferentes nuances temporais e a apresentação dos modelos Nuit Blanche e SWSX nos mostram diferentes enunciações da importância da celebração pública na organização dos modos de vida urbanos. O caráter subversivo e liminar, a intenção política e econômica, o viés cosmopolita, nacionalista, pacifista ou de resistência latente aos festivais aparecem em todo o desenvolvimento do Capítulo 1. É importante frisar que estes diferentes papéis não se substituem de forma linear na história e, muito menos, se anulam. Ao contrário, eles perfazem um processo que é e será sempre inacabado, continuamente, recontado e passível de novas interpretações. Fazer esse tipo de percurso longitudinal “de trás para frente”, por assim dizer - entender como o passado conduziu ou influencia concretamente o presente, e que tipo de ligações pode ser

estabelecido entre festivais contemporâneos e festivais do passado - é um exercício desafiador. Como sugerido pelo historiador Carlo Ginzburg (1987), o ofício do fazer historiográfico implica em temer o anacronismo como o diabo, além de evitar ligações que não existem ou acontecem sem correspondências com significados modernos.

Tendo isso em consideração, é possível afirmar que, embora apresentem movimentos repletos de avanços e recuos, os festivais têm participado do desenvolvimento das cidades, ao longo de toda a história: aproximando e distanciando a cultura e as disciplinas artísticas da igreja, num determinado momento, para, logo em seguida, buscar posicionamento laico e respaldar os valores de um mundo moderno, secular e liberal. A alternância da associação entre festivais com cidades e Estados-Nação também exemplifica a não-linearidade deste movimento, instigando nossas reflexões acerca do processo histórico, o qual deve ser considerado propenso a errâncias e movido por redes de interesses políticos, sociais, econômicos e culturais. Resta-nos, portanto, estarmos atentos às pistas que encontramos no caminho e dedicarmos atenção para compreender seus cruzamentos e controvérsias.

As diferentes pontes de diálogo com a história, aqui realizadas, tiveram por função posicionar o objeto de estudo desta pesquisa, a partir de fatos, traçando contornos, entendendo limites e abrindo possibilidades. Embora o tema dos festivais culturais se enquadre, na maioria das vezes, em papéis coadjuvantes nas narrativas históricas oficiais, os exemplos citados permitem posicioná-los como agentes significativos no desenvolvimento das cidades. Se, a princípio, o exercício quase constante de citar de uma série de festivais e cidades, ao redor do mundo, pode parecer exaustivo, ele serve justamente para não correr o risco de generalizar o conceito de festival. Sabemos, e a história mostra, que há tipos de festivais muito diversos e com diferentes funções, a depender do contexto em questão. Como quem olha para a infinidade de formas num caleidoscópio, a intenção deste capítulo foi aguçar a percepção do leitor para perceber esses tipos de eventos, a partir de seus processos de significação e não, necessariamente, de sua forma fixa, material.

O apanhado sobre o modelo *Nuit Blanche* e *SXSW* nos faz tecer os desdobramentos necessários para compreendermos as múltiplas maneiras pelas quais os eventos culturais podem empreender processo modulares, na sociedade contemporânea. Ao

espelharem ambos os exemplos, tanto a Virada Cultural quanto o Mexefest se revelam, aqui, como objetos de estudo importantes para refletirmos sobre os desdobramentos da inexorável aliança firmada, há muito tempo, entre festival e cidade. O que é novo e específico destes festivais é que o tom contemporâneo da combinatória, da fluidez e da efemeridade presente neles e em seus derivados congêneres, pode nos dar pistas importantes para pensarmos sobre comportamentos, controle social e valores atribuídos ao festivais, nos movimentos mais recentes do mercado da cultura e dinâmicas urbanas. Embora apresentem cargas significativas bastante diferentes de interesses institucionais e econômicos, envolvidos em seus processos de produção e distribuição, ambos os modelos carregam consigo o fato de, hoje, pensarem a cidade como espaço de contestação e cenário para novas criações artísticas.

Tal qual ocorre com todos os dispositivos que sempre circunscreveram os modos de fazer culturais, ao longo da história, a Virada Cultural e o Mexefest não deixam de carregar consigo vertentes de cunho estético e político importantes: pelas novas experiências culturais oferecidas, pela ativação de novos espaços e rotas culturais, pelo movimento de reapropriação de centros históricos, praças e outros locais públicos, pela interface com novas tecnologias. Por isso mesmo, eles foram eleitos objetos de estudo e investigação desta pesquisa, uma vez que colocam as cidades de São Paulo e Lisboa de forma central no jogo de significação das cidades culturais globais. Os diferentes papéis atuados por estes e outros inúmeros festivais, ao redor do globo, elucidam mudanças significativas nesses tipos de evento e na sociedade contemporânea, fazendo com que novas histórias permaneçam em aberto, à espera de enunciação.

Capítulo 2 - Cultura, modulação e processos de festivalização da cidade

2.1 Modulação, heterotopia e novas tecnologias

2.1.1 Modulação, efemeridade e estabilização da cidade pelos festivais

Tal como discutido no Capítulo 1, os festivais estiveram, frequentemente, associados a diferentes mecanismos de controle, ao longo da história, a exemplo da nuance pacificadora presente nos eventos culturais multiétnicos, ou da intenção nacionalista que permeou as grandes celebrações, na primeira metade do século XX (Autissier, 2008). A criação de um espaço de liberdade para o indivíduo presente nestes tipos de atividades compreende uma série de mecanismos de regulação que operam de forma simultânea, ensejando um espaço em fuga do cotidiano, mais ou menos institucionalizado, para o descontrolo controlado das emoções (Elias, 1992).

Reflexões sobre dispositivos de poder podem ser encontradas em diferentes autores: Deleuze (2000), por exemplo, descreve-os a partir da gestão da agonia na ocupação das pessoas, até a instalação das novas formas de controle em substituição à sociedade disciplinar (Foucault, 1979). Paul Virilio (1984), por sua vez, aborda o assunto tratando da velocidade e das formas ultrarrápidas de controle em espaços abertos, em substituição às antigas forças que operavam na estabilização dos sistemas disciplinares mais fechados.

Durante a década de 1980, o debate efervescente de novas perspectivas teóricas, no campo da filosofia, sugeriram a passagem do poder disciplinar teorizado por Michel Foucault ([1975] 1987), para a ideia de modulação. Esse conceito foi introduzido pelo francês Gilbert Simondon na tese *L'individuation à la lumière des notions de forme et d'information* (Simondon, [1958] 2005) e, posteriormente, resgatado por Deleuze ([1990] 2000), na obra *A dobra: Leibniz e o barroco* e no texto *Post-Scriptum sobre as Sociedades de Controle*. Neste, o autor propôs a observação de uma nova forma de poder, para lá daquele instituído sobre o fechamento do espaço de ação do sujeito. Esse novo tipo de

controle seria, assim, caracterizado pela criação de espaços de liberdade, onde o sujeito pode (re) criar-se e performar-se, no mundo. De acordo com o empirismo transcendental simondoniano (Sauvagnargues, 2011):

A análise de modulação consiste em substituir o confronto abstrato de matéria e forma para uma nova análise de forma, entendida como intensiva variação de forças e materiais, como informação, que supõe que a existência de um sistema em equilíbrio metaestável que pode ser individuado²⁴ (Sauvagnargues, 2011: 11).

Aqui, é importante também esclarecer melhor o conceito de individuação. Hui (2005) entende-o como um: "Processo que pode ser coletivo, pessoal, social e psíquico"²⁵ (Hui, 2005: 80). Simondon ([1958] 2005) define-o como um processo contínuo, mais do que como padrão intrínseco possuído por um indivíduo. Possibilidades de atualização sobressaem-se, durante esses processos de individuação, tendo em vista que há uma determinada operação que as organiza para agir de acordo com uma forma e a partir de agenciamentos desejados (Deleuze e Guattari, 1987). Esses *agenciamentos*, que os autores definem em *Mil Platôs* (Deleuze e Guattari, 1987), como sendo o acoplamento de um conjunto de relações materiais e de signos que lhes corresponde, geram, no plano da realidade, um movimento que “produz uma subjetividade própria, determinando constrangimentos a nível espacial” (Guattari, 1985: 109). Se, por um lado, existe uma lógica tecnicista individualizante, por outro lado, há uma força que opera na ideia simondoniana de individuação, uma vez que:

[...] às arquiteturas disciplinares e enquadradoras sobrepõe-se formas particulares de apropriação, vivências cotidianas específicas que acabam por produzir territorialidades novas e imprevistas [...] fazendo com que a formação do território revele – seja cenário, instrumento e resultado – a contínua luta de dominação e insubmissão (Guattari, 1985: 109).

Benjamin ([1935/1939] 2001) cita o termo *multiverso*, ao tratar dessas particularidades no urbano, enfatizando os hábitos e não a unidade. De acordo com esse conceito, o foco passaria do produto ao processo, rendendo fôlego ao alerta lefebvriano de colocar atenção nas brechas do cotidiano moderno (Lefebvre, 1991b), tendo em vista o *conjunto de possíveis* presente no duelo entre tese e antítese. Essa dialetização do quadro

²⁴ Tradução livre do autor. No original “*The analysis of modulation consists in substituting the abstract confrontation of matter and form with a new analysis of form, understood as intensive variation of forces and materials, as information, that supposes that the existence of a system in metastable equilibrium can be individuated*” (Sauvagnargues, 2011: 11).

²⁵ Tradução livre do autor. No original “*process which can be collective, personal, social and psychic*” (Hui, 2005: 80).

estático, proposto por Walter Benjamin, faz com que os conflitos, os ritmos e os tempos sociais sejam colocados como potência, já que passam a incorporar a ideia de variabilidade.

Mesmo que exista um molde a ser seguido, há sempre um escape que pode ser acionado pela condição *multiversa* caracterizadora do objeto. Deleuze usa o termo *objectile*, quando se refere a essa ideia, colocando os objetos em potência e incorporando a variabilidade. De acordo com ele (Deleuze, 1991: 38), “a flutuação da norma substitui a permanência de uma lei, quando o objeto ocupa lugar em um contínuo [...]. Por essa via, o objeto já não se define por uma forma essencial, mas através de uma família de variações”. Segundo o autor, a flutuação da norma substitui a permanência de uma lei e a produção de um contínuo por variação (Deleuze, 1993). Nos capítulos de análise de dados desta tese, esse raciocínio nos possibilitará perceber a relação entre festival e efemeridade, por exemplo, a partir da montagem de programação fugaz proposta pelos casos de estudo escolhidos.

Para esclarecer o conceito de modulação visando torná-lo operacionalizável, é preciso, ainda, que dialoguemos com a ideia de *transindividualidade* proposta por Simondon ([1958] 2005), a qual se traduz como experiência de excesso, insuficiência da vida individual do ponto de vista da potência, e perda de limite na decodificação espaço/sujeito. O autor transpõe a fronteira do ser humano *individuado*, dizendo se tratar de um *ser vivo e mais do que vivo* (Combes, 2012) e buscando provar algo que o excede. É neste estágio que o autor anuncia as técnicas de exceção: a ânsia por um movimento de liberdade contém e está contida na sua rotina comum, nas ações de transformação da realidade onde o sujeito atua, e que o permitem exceder seu *ser individuado*. No estado transindividual, as percepções ocorrem não apenas no nível material, “mas em um plano subjetivo mais sutil e potente - a afetividade, por exemplo, que deve ser experimentada quando ela cessa de funcionar como faculdade reguladora e deixa o indivíduo como que transbordado” (Combes, 2012: 1). Durante o estágio de *transindividuação* (Simondon, [1958] 2005), a realidade pode ser ainda percebida como uma relação de coexistências, como um processo permanente de construção de coerências internas cada vez maiores, capazes de se atualizar, constantemente, a partir da relação sujeito/meio (Simondon, [1958] 2005).

Retornando ao conceito de modulação, é preciso, então, sublinhar que ele não se esgota em Deleuze ([1990] 2000). Hui (2015) nos esclarece melhor essa ideia já que, em vez de dizer que a modulação caracteriza as sociedades de controle, busca analisá-las como modos específicos de modulação, produzindo uma individuação homogênea, ou mesmo suscitando um movimento de *desindividualização*, em termos simondonianos. Parafraseando Hui (2015):

A aporia estabelecida [...], ou seja, entre o papel da modulação no pensamento de Deleuze em geral e a função específica da modulação na conceptualização de Deleuze das sociedades de controle, também pode ser resolvida passando da modulação = controle à modulação = individuação. Ao mesmo tempo, esse movimento abre uma tarefa político-analítica para a teoria da modulação. Pois, se a modulação é identificada com as sociedades de controle, hoje, então a tarefa para aqueles que desejam encontrar maneiras de superar as formas existentes de controle social será inventar novas formas de modulação que não são limitadas a elas ou por elas²⁶ (Hui, 2015: 88).

Desta maneira, diferentes mecanismos de modulação têm dotado o sujeito de uma certa liberdade para administrar seu tempo, a partir do deslocamento de um bom número de suas ações (Zarifian, 2003). Em outras palavras, esse novo tipo de controle é caracterizado pela criação de um espaço performático para o indivíduo, como se ele tivesse a liberdade de criar, de provocar novos emaranhamentos em meio a uma “lógica de forças intangíveis” (Hui, 2015: 77).

Deleuze ([1990] 2000) ajuda, ainda, a complementar essa ideia quando sugere que os controles são modulações, um molde autodeformante que muda, continuamente, de um momento para o outro (Deleuze, [1990] 2000). Sendo móvel e podendo atuar na reconstrução do social, essa não fixidez pode guardar possibilidades de diálogo interessantes com o pensamento latouriano. Isso porque, no plano analítico, é possível postular que “a realidade dos fatos sociais não é definida antecipadamente pelo pesquisador, mas sim inferida a partir dos rastros deixados pela propagação e reiteração de suas configurações relacionais” (Ferreira, 2010: 1).

²⁶ Tradução livre do autor. No original “*The aporia that we set up [...], namely that between the role of modulation in Deleuze’s thinking in general and the specific function of modulation in Deleuze’s conceptualisation of control societies, can also be resolved by moving from modulation = control to modulation = individuation. At the same time, this move opens up a political-analytic task for the theory of modulation. For if modulation is identified with control societies today, then the task for those who wish to find ways to supersede existing forms of social control will be to invent new forms of modulation that are not limited to them or by them*” (Hui, 2015: 88).

O aspecto de desconexão atribuído ao conceito de modulação, que Hui (2015) retoma de Deleuze (1991) e Simondon ([1958] 2005), ajuda a compreender melhor a relação entre articulação e desarticulação da cidade pelo festival. Segundo o autor, “a inexistência de padrões a serem seguidos e a possibilidade de variação é que garantem a continuidade do sistema” (Hui, 2015: 77). De acordo com o princípio da efemeridade, ao ser captada a experiência por si só pode se esvaír rápido demais e, por isso mesmo, precisa ser feita e refeita o tempo todo: na programação sugerida pelos eventos culturais e na reinvenção constante das retóricas adotadas por seus canais de comunicação e empresas de ativação de marca. Advém, daí, um raciocínio que suscita perguntas importantes a esta pesquisa: afinal de contas, os festivais estabilizam ou transformam a cidade? Esses eventos normalizam ou pluralizam as experiências que ocorrem no seu espaço e as representações sobre ele? Regulam ou desregulam os usos e as percepções desse espaço?

Ensaçando uma primeira resposta a essas questões, é possível dizer que o festival modula, medeia subjetiva e objetivamente os modos de vida das pessoas que deles participam e a eles atribuem valores de significação, em constantes processos de individuação. A experiência e os hábitos de consumo construídos em torno desses eventos podem se projetar não só para outras manifestações culturais - daí o caráter festivalizante assumido, hoje, pelas práticas artísticas em geral (Bennett *et al.*, 2014) - mas também para a relação do sujeito em outras esferas de sua vida. Seu cenário espetacularizado e efêmero cria e, ao mesmo tempo, reproduz um tipo de experiência que espelha e é espelhada pelos novos modos de vida urbanos.

As sensações de tempo dilatado, de transbordamento, de fugacidade e efemeridade que mais, facilmente, são vivenciadas nos festivais culturais vão ao encontro da quebra do princípio forma/função urbana (Nunes Junior, 2016) e podem gerar um estado de exceção interessante para o estabelecimento de novos devires e para estabilização temporária das identidades (Macdonald, 2012). O aguçamento da sensação de liberdade presente nestes eventos estabelece uma potente combinação que contesta a solidez das cidades, fornecendo aos festivais o papel de desestabilizadores da ordem, de desestruturadores da rotina, de agenciadores de uma noção espaço-tempo diferente daquela vivenciada no dia a dia urbano. De acordo com Paula Guerra (2010):

Eles [os festivais] são importantes constituintes do estilo de vida moderno, urbano, jovem e esclarecido e, também, espaços de “consumo total”, onde estão evidenciadas as diferentes esferas de reprodução social [...]. Pensar

no jogo de sociabilidades do festival leva-nos a pensar na noção de “regime de exceção”, de descontrole [...] programado e organizado, sem que haja contradição nos termos [...] o desvio [sistematicamente] programado (Guerra, 2010: 22).

Essa citação auxilia na criação de um contraponto à ideia de descontinuidade e ruptura presente nos festivais urbanos. A controvérsia levantada nos ajuda a localizar esses eventos como agentes de modulação das cidades contemporâneas, uma vez que ao mesmo tempo que controlam comportamentos e percepções, eles funcionam também como regimes de exceção. Nessa direção, eles vendem a experiência metaforizada da cidade como efemeridade programada, como um conjunto de excepcionalidades organizadas. A cidade pode conter essa contradição - ser fugaz e descartável sem perder seu sentido estruturado - da mesma maneira que representa um somatório harmônico das diferentes velocidades que participam da estabilização de seu território (Virilio, 1984).

Perfazendo o sentido oposto àquele da descontinuidade, e baseados na dinâmica social contraditória da qual o desenvolvimento das cidades é partícipe, é preciso, então, que consideremos o festival como lógica operacional engajada na continuidade da dinâmica urbana. Vista sob um ângulo mais complexo, a experiência da vida na cidade é feita da acumulação, da sequência, da combinação, da sobreposição de múltiplas efemeridades, e essa condição se projeta no desenho de programação comumente observado nos eventos derivados dos modelos Nuit Blanche e SXSW, a exemplo da Virada Cultural e do Mexefest. Se, por um lado, o festival pode representar a suspensão do agenciamento das diferentes parcelas de tempo no cotidiano das cidades, por outro, sua efemeridade é ela própria parte dela: simultânea, descontínua, excepcional e tomada pela mesma contração espaço-tempo que perpassa nossa contemporaneidade.

Conceber a modulação como fio condutor de uma pesquisa que verse sobre festivais urbanos contemporâneos é, portanto, colocar foco no processo de criação de objetos que estão constantemente em individuação (Simondon, [1958] 2005). Essas análises servem, em particular, para ilustrar os conceitos deleuzianos de autorregulação e retransmissão, derivados do pensamento de Gilbert Simondon. O que sugiro, para os efeitos desta tese, é a existência de um tipo de poder modular construído sobre os princípios de controle de espaços-tempos liminares de nossa sociedade, que tem na insinuação de liberdade provocado pelos festivais urbanos uma de suas interfaces mais importantes de atuação.

2.1.2 Heterotopia, liminaridade e deslocamento

A discussão sobre os diferentes processos de modulação que envolvem cidade e festival requer, também, que nos aproximemos do conceito de *heterotopia*, presente em Michel Foucault ([1967] 1984). Mencionando-o para se referir a espaços que funcionam em condições não-hegemônicas, o filósofo descreve o termo em suas múltiplas camadas de significação e em relação a outros lugares, cuja complexidade não pode ser vista de maneira aparente (Foucault, ([1967] 1984). Isso porque, como entidade heterotópica, a ideia de espaço na contemporaneidade vem ganhando destaque nos debates teóricos mais recentes sobre cultura e cidade e, por isso mesmo, ele pode ser entendido como “entidade que é mais que unidade e mais que identidade e que, ainda, não está defasado com relação a si mesmo, em múltiplas dimensões” (Simondon, [1958] 2005: 33).

As ideias de devir, potência e possibilidade ensejadas por Simondon ([1958] 2005), Deleuze e Guattari (1997) fazem sentido, ainda, quando tomamos o festival como espaço de celebração possível, que pode abrigar objetos reais para a criação de ilusões e fantasias. Essa problemática pede que retomemos a ideia do festival como experiência ritual. No artigo *Linking Social Capital, Cultural Capital and Heterotopia at the Folk Festival*, Wilks e Quinn (2016) citam a heterotopia como conceito explicativo dos processos gerados pelos festivais como espaços de liminaridade, posicionando esse tipo de celebração como experiência limítrofe, como tempo fora do tempo. Seguindo o mesmo raciocínio, Abrahams (1982) nos relembra do aspecto ritual contido nos festivais, momento no qual é possível compartilhar novos sentidos de recriação do espaço, oferecendo um contraste aos usos comumente vivenciados, no cotidiano. Complementando esse raciocínio, Bakhtin (1968) concebe os festivais e as formas de carnaval, a eles associadas, como libertação temporária das restrições e regulamentos do tempo ordinário, para atuar como local de potencial resistência ao cotidiano homogêneo. Nele é, momentaneamente, permitido ao sujeito a inversão das normas sociais através da brincadeira coletiva, da frivolidade e da fuga da rotina (Bakhtin, 1968), por meio de uma dimensão lúdica (Huizinga, [1919] 2010).

Turner (1982) destaca os principais vínculos existentes entre os sentidos do ritual, do jogo, dos festivais e da celebração. Com base na exploração de ritual ou rito de passagem em Van Gennep (1960), o autor sugere reflexões sobre o modo como a heterotopia pode atuar em novos processos de significação: nessa fase de “entre, ‘liminar

ou meio’, as pessoas jogam com elementos do familiar, liderando a desfamiliarização e as reclassificações de curto prazo da experiência social”²⁷ (Turner, 1982: 50). Na medida em que o festival se coloca entre dois estados diferentes de existência, pode ser criada uma sensação de comunidade ampliada: o cotidiano urbano comum e a sensação de transbordamento gerado pela celebração ritualizada. Nessa situação, torna-se difícil a apreensão da experiência do sujeito, pois ela própria acontece na efemeridade, nos sons em deslocamento (Bijsterveld, 2013), no duelo incessante entre real e ficção que caracteriza a condição heterotópica foucaultiana.

Assim, o festival pode ser perspectivado para distinguir estados fronteiros ou limítrofes existentes nos rituais ou em situação de trânsito entre eles (Gennep, 1960), uma vez que o evento:

Transforma o lugar em algo de espaço sagrado, e a acumulação de pessoas emerge através do que pode ser descrito como um rito de peregrinação. No centro desse espaço, está a celebração de algo de especial importância, tanto para as pessoas do lugar, quanto para aqueles que o visitam, especificamente, na ocasião do festival²⁸ (Wilks e Quinn, 2016: 29).

A mesma potência ritual de atração exercida pela retórica cristã na criação das rotas e destinos de interesse, durante a Idade Média, foi captada por Walter Benjamin, em 1976, quando o autor cita as exposições mundiais “como lugares de peregrinação à mercadoria fetichista” (Benjamin, [1935/1939] 2001: 35). Tais modelos funcionam como metáfora para a definição de *lugar (con) sagrado* na relação entre cidade e festival. A partir da ligação direta entre heterotopia e ritual, os dispositivos de controle esmaecem-se mediante o acúmulo de possibilidades presentes no encontro entre celebração e lugar. Segundo a existência do jogo, a presença de um interceptor (modulador) invisível não apenas é capaz de criar regras, mas também pode alterá-las, à revelia de um padrão pré-estabelecido (deformado), ligando-as a novos arranjos e redes.

²⁷ Tradução livre do autor. No original “*In the betwixt and ‘between liminal’, or middle, phase of ritual, people play with elements of the familiar, leading to de-familiarisation and short-term reclassifications of social experience* (Turner, 1982: 50).

²⁸ Tradução livre do autor. No original “*Transforms the place into something of a sacred space, and the accumulation of people there emerges through what might be described as a rite of pilgrimage. At the centre of this sacred festival space is the celebration of something of particular import both to the people of the place and to those who visit specifically for the festival. Hence, in Feakle, the particular music, musicians and instrumental styles long associated with the East Clare area are showcased, even venerated*” (Wilks e Quinn, 2016: 29).

Aqui, o desajuste aparecerá como possibilidade para a criação de outros espaços possíveis, tendo a liminaridade como contexto, como campo de conflito e, ao mesmo tempo, como lugar de resistência. Segundo seu princípio de aglomeração, cruzamento, e acumulação de possibilidades, a cidade ganha, então, o senso de *comunitas*, uma "maneira alternativa e mais liberada de ser socialmente humano"²⁹ (Turner, 1982: 50) alinhavada pelo conjunto de princípios da experiência liminar e pela aparente liberdade pertinente à modulação como nova forma de controle.

2.1.3 O papel das novas tecnologias

David Savat, pesquisador de vertente deleuziana, postulou observações interessantes sobre a presença das novas tecnologias em nossa contemporaneidade. Segundo o autor, elas operam como agentes modulares a partir de três mecanismos principais: reconhecendo padrões; antecipando atividades; e responsabilizando os indivíduos pela organização de seu tempo de trabalho (Savat, 2005 *apud* Hui, 2015).

Os dois primeiros mecanismos estão, claramente, correlacionados com processos de controle regulatório já conhecidos: a partir da geração e do processamento de informações de diversas ordens, é possível criar padrões e gerar demandas de mercado específicas. No campo do consumo cultural, cada vez que um dispositivo é ativado - a assinatura de uma plataforma para assistir a filmes on-line, ou o *download* de uma aplicação de *smartphone* para a criação de *playlists* de música, por exemplo), certos padrões são criados, gerando códigos de comportamento individualizados que, por sua vez, geram novos algoritmos e consolidam determinados modos de agir, colocando outros entre parênteses. Deleuze ([1990] 2000) denomina esse processo de confinamento, diferenciando-o do controle: “os confinamentos são moldes, distintas moldagens, e os controles são uma modulação, uma moldagem autodeformante que se alterna, continuamente; peneira cujas malhas mudam de um ponto a outro” (Deleuze, [1990] 2000: 221).

O terceiro mecanismo, por sua vez, se aproxima mais do princípio da modulação descrito por Zarifian (2003), segundo o qual é possível atribuir aos sujeitos a liberdade de organizarem seu tempo de forma individual, rompendo com a divisão de turnos de trabalho

²⁹ Tradução livre do autor. No original “*alternative and more liberated way to be socially human*” (Turner, 1982: 50).

previstos pelos modelos fordista e taylorista (Pastor e Bréard, 2005; Hui, 2015). Relacionando esse tema às práticas contemporâneas de poder e governabilidade, é possível dizer que o processo modular, atualmente, passa pelo plano da governabilidade algorítmica. A respeito dessa proposta, Hui (2015) argumenta que:

A lógica da modulação não opera apenas através de infraestruturas como redes, mas é incorporada em todos os tipos de aparelhos (para fins de coleta de dados, recomendação, restrição). Isso significa que, à medida que a digitalização invadiu diferentes instituições (sejam empresas locais ou internacionais, organizações governamentais ou não-governamentais), ela tornou a operação do algoritmo central para qualquer forma de governança³⁰ (Hui: 2015: 85).

Para Rouvroy (2012), o uso de algoritmos em governança não produz mais subjetivação, o que significa que o sujeito, ao invés de ser concebido como um tipo de miniempresa, ou definido por sua renda, passa a ser captado a partir de códigos binários, seriações mais ou menos fixas, compreendidas entre pares de opostos. Aqui, faz sentido observarmos com mais apuro o desenvolvimento das novas tecnologias e sua relação a uma série de aparatos de comunicação, criados para mediar o tempo de liberdade dos sujeitos e a sua cultura. Por isso, pode ser interessante pensar a forma como determinados dispositivos ligados à gestão e comunicação de festivais vem atuando nesse jogo: retóricas específicas empregadas para estratégias de divulgação via redes sociais; ferramentas de controle de filas; mecanismos de referênciação de salas de concerto por GPS e compartilhamento instantâneo de fotografias são alguns dos exemplos recentes, advindos desta aproximação.

Esse agenciamento gera, por conseguinte, novos processos de individuação (Simondon, [1958] 2005) e explica o fato de vivermos em um mundo comandado pela lógica binária, justificando o sucesso que os algoritmos têm alcançado na gestão de nossa vida cotidiana. Agindo de acordo com o paradigma de controle modular, eles acabam por moldar nossas escolhas e, neste processo, a opção por *um* ou *outro* suplanta o princípio da multiplicidade, do *multiverso* (Benjamin, [1935/1939] 2001). A lógica que separa gêneros de filme ou sugere amigos nas redes sociais, por exemplo, tem delimitado o espaço urbano e organizado a cidade em territórios diferenciados (segundo possibilidades de riscos,

³⁰ Tradução livre do autor. No original “*The logic of modulation does not only operate through infrastructures such as networks, but is rather embedded in all types of apparatus (for the purpose of data collection, recommendation, restriction). This means that as digitisation has pervaded into different institutions (be they local or international enterprises, government or non-governmental organisations) it has made the operation of algorithm central to any form of governance*” (Hui: 2015: 85).

horários seguros para se estar na rua, níveis de decibéis permitidos, normas sociais).

Transpondo esse raciocínio para a questão central desta pesquisa, o problema aqui reside no cruzamento de formas de poder disciplinar e poder modular, a partir do entendimento de uma cidade, onde os mecanismos de controle tendem à individualização dos sujeitos. Esses agenciamentos têm operado em atitudes cotidianas bastante simples:

Filtrar a informação em redes como o Facebook ou em buscas no Google pode configurar nossa maneira de pensar. E esse é o problema principal, destaca a artista e pesquisadora em questões de crítica tecnológica Joana Moll: a ilusão de liberdade de escolha, muitas vezes, é gerada pelos algoritmos. No consumo cultural, o perigo está na uniformização do gosto, o que chamamos de filtro bolha. E, assim, vão sendo criados comportamentos padronizados (Verdú, 2016: 1).

Além desse cenário, é possível, ainda, que pensemos nas estratégias que tem sido utilizadas para a veiculação de canais e plataformas digitais, no campo da música, sobretudo pela possibilidade de criação e divulgação de *playlists* individuais. Levando-se em conta as novas configurações do mercado fonográfico recente (Abreu, 2000; 2004; 2015), elas poderão potencializar tanto a audiência do festival, quanto o trabalho dos artistas participantes. De acordo com Abreu (2000):

As transformações ocorridas nos processos de mediação - institucionais, humanos, simbólicos e técnicos inerentes à constituição da música como objecto cultural vão no sentido de uma maior diversidade e polimorfismo das expressões musicais e estão associadas não só às transformações no domínio da criação e da produção musical, cada vez mais diversificada e especializada, mas também, ou sobretudo, às condições técnicas de produção e reprodução dos temas ou peças musicais, que têm multiplicado as possibilidades e os contextos de audição e performance (Abreu, 2000: 132).

Esse processo tem produzido uma série de consequências que, entre outras, derivam de experiências prévias proporcionadas, na maior parte das vezes, pelo uso de *smartphones*. Esses dispositivos têm repercutido alterações de ordem material na dinâmica dos festivais, cada vez de forma mais significativa: concertos com tempo reduzido, mudanças constantes de palcos e programação sobreposta, por exemplo, são alguns dos indícios que nos fazem pensar que o efeito *shuffle*, experimentado *a priori* virtualmente, tem delineado, amiúde, novos formatos para as celebrações contemporâneas. Tal efeito nos sugere a ideia de controle reduzido ao mínimo absoluto no consumo de música, com base nos mesmos princípios de combinação e simultaneidade e, a partir de um movimento, pode ser descrito como a reprodução aleatória de certo número de faixas (Hill, 2015). Esse

conceito será discutido mais detalhadamente no Capítulo 5, em conjunto com os dados trazidos pelo terreno.

Atrelado ao mecanismo binário e à gestão baseada em algoritmos, a montagem da programação, o design visual das peças de divulgação e a geração de informação publicitária de uma parte significativa dos eventos culturais são desenvolvidos, em geral, segundo o princípio da escolha - o qual tem servido de engrenagem para a suposta sensação de liberdade causada pelos novos processos de controle modular (Deleuze, [1990] 2000; Hui, 2015). Os programas de festivais com base nos modelos Nuit Blanche e SXSW refletem essa situação, uma vez que estão assentados diretamente na eleição pessoal de atividades, com atividades propositalmente distribuídas para ocorrerem de forma concomitante.

Imbuídas de seu inerente potencial de modulação, em um segundo nível de análise, essas novas tecnologias estão relacionadas à criação de atmosferas específicas, performances que aglutinam som e cidade (Birdsall e Drozdewski, 2017), imaginários urbanos e cenários temporários que sugerem alterações, a médio e longo prazo. Não é raro observarmos nesses eventos, por exemplo, arquiteturas efêmeras que, futuramente, darão origem a equipamentos públicos, ou a restauração e adaptação de espaços culturais em zonas e regiões, previamente, ativadas por festivais. O mesmo pode ser aplicado a situações mais institucionais e de ordem administrativa, a exemplo da criação de novos projetos de lei, estabelecimento de agendas públicas, designação de orçamentos e criação de políticas relacionadas à cultura e ao incremento de eventos nessa área.

É importante clarificar, ainda, outro entendimento importante sobre esse ponto, o qual diz respeito à compreensão da modulação como mecanismo tecnológico, cujos processos constitutivos são análogos aos modelos emergentes de controle social (Hui, 2015). Esse argumento baliza toda a discussão deste Capítulo 2, a partir do qual os festivais serão compreendidos como modos específicos de modulação, “como produtores de uma individuação homogênea ou mesmo uma desindividuação no processo de ativação das cidades contemporâneas como destinos turísticos e culturais” (Hui, 2015: 77). Ao mesmo tempo, enquanto ritual liminar, ele está, conseqüentemente, ligado ao sentido de heterotopia (Foucault, [1967] 1984).

Assim, é importante esclarecer que embora o conceito de modulação tenha sua origem nos estudos sobre tecnologia, ele não é um termo, puramente, tecnológico (Hui, 2015). Além disso, e em concordância com Deleuze ([1990] 2000), os processos de modulação não são, necessariamente, digitais; eles podem estar presentes, também, em uma série de outros temas, a exemplo da relação entre identidade e lugar.

Como construções sociais, os festivais são uma ponte importante para a aproximação entre modulação e tecnologia e para a ligação entre sujeito e mundo, segundo as relações abertas que envolvem estes pares. Ao deixar de servir apenas como palco para a realização desses tipos de eventos culturais, a cidade passa a ser reelaborada de forma dinâmica por eles, produzindo e sendo produzida, o tempo todo, por diferentes discursos e retóricas que os entrelaçam: novos intermediários culturais, alianças de poder, continuidades e descontinuidades, definição de novas identidades urbanas e subjetividades, consagração de experiências, mercados de consumo emergentes, constructos materiais/imateriais.

2.2 Festivais, música, identidade e lugar

A aproximação entre festival, música, identidade e lugar tem sido foco de atenção de diferentes linhas de pensamento, dentro dos estudos culturais. Merkel (2014), por exemplo, enfatiza que eventos culturais representam um canal importante para a construção e articulação de diferentes identidades, bem como para a expressão da relação entre pessoa e lugar. Por essa razão, eles têm sido centrais para a criação do sentimento de pertença ao grupo e ao território (Webster e McKay, 2016).

Mais recentemente, tem surgido uma outra vertente de pensamento bastante significativa para a reflexão do tema, segundo a ótica da comunidade - termo cada vez mais utilizado para sugerir a ideia de proximidade entre evento e lugar (Matarasso, 2009; Aalst e Melik, 2011). Sua importância está expressada pelo *place attachment* (Wynn e Yetis-Bayraktar, 2016), conceito atual e bastante significativo para as estratégias de ativação de marca e campanhas de *branding*, que vêm sendo popularizadas pelo marketing urbano.

Festivais ligados a lugares, muitas vezes, envolvem celebrações coletivas com diversos objetivos: construir coesão social através do reforço dos laços na comunidade [...]; aprender sobre tradições culturais; celebrar o senso coletivo de pertença a um lugar [...];

baseando-se em histórias compartilhadas e práticas culturais locais [...]. Festivais ligados a lugares oferecem experiências tangíveis e intangíveis que conectam pessoas a lugares³¹ (Aalst e Melik, 2011: 198).

O sentido de comunidade promovido pelos festivais é central para manter vivo o jogo que envolve o acoplamento pessoa-lugar (Wynn e Yetis-Bayraktar, 2016) e, nesse processo de modulação, é importante destacar o papel ocupado pelo som e pela música. Bandt *et al.* (2009) explora o conceito de lugar como uma variedade de paisagens sonoras; Connell e Gibson (2003) enfatizam a relação entre identidade, paisagens sonoras, música e som, enquanto Fortuna (2008) tece uma discussão sobre o assunto, desde o ponto de vista do patrimônio urbano imaterial. Duffy (2000) e Guerra (2016) salientam, ainda, que performances musicais podem funcionar como dispositivos conectores entre audiências e lugares, na medida em que promovem a criação de um sentido de identidade e de identificação entre ambos.

Diferentemente de se apresentar apenas como produto cultural a ser consumido, a música atua nesses casos como trilha sonora para a experiência (Chion, 1994), gerando processos de aglutinação entre som e imagem e a construção de *ícones sonoros* (Bijsterveld, 2013). Esse processo é desenvolvido a partir da colagem de determinadas subjetividades a cenários urbanos específicos, construindo relações de sociabilidade e criando percepções de segurança em lugares e contextos próprios, tanto em espaços anunciados na programação formal dos eventos culturais, quanto naqueles de caráter mais informal. Quando falamos de trilha sonora, estamos falando de forma direta sobre um processo que é por si só sinestésico. Ao comentar sobre o acoplamento som-imagem, Chion (1994) enfatiza este aspecto:

Por valor acrescentado quero dizer o valor expressivo e informativo com que um som enriquece uma determinada imagem de modo a criar a impressão definitiva, na experiência imediata ou recordada que se tem dela, de que esta informação ou expressão "naturalmente" vem do que é visto e já está contido na própria imagem³² (Chion, 1994: 5).

³¹ Tradução livre do autor. No original “*Place-bound festivals often involve collective celebrations with diverse aims: building social cohesion by reinforcing ties within the community (Rao, 2001); learning about cultural traditions; celebrating a collective sense of belonging to a place (Lorentzen, 2009); and drawing on shared histories and local cultural practices (Quinn, 2005). Place-bound festivals thus offer tangible and intangible experiences that connect people to places*” (Aalst e Melik, 2011: 198).

³² Tradução livre do autor. No original “*By added value I mean the expressive and informative value with which a sound enriches a given image so as to create the definite impression, in the immediate or remembered experience one has of it, that this information or expression "naturally" comes from what is seen, and is already contained in the image itself*” (Chion, 1994: 5).

A ligação direta de significados existentes entre os termos música, cidade e festivais urbanos já foi explorada por uma série de trabalhos na área das artes e ciências sociais. Entretanto, para posicionarmos a música enquanto trilha sonora para a experiência, é preciso que nos lembremos do sentido dinâmico exercido pelo som, na configuração do espaço-tempo social. Em *Places sensed, senses placed: toward a sensuous epistemology of environments*. Steven Feld (2005) esclarece que cada lugar guarda em si um sentido acústico, uma forma de conhecimento e experiência, da mesma medida em que a música evoca, o tempo todo, pensamentos, sensações, pessoas, lugares (Birdsall, 2013).

De acordo com Neve (2012: 172), “enquanto imaginário espacial, a música não é uma representação de um mundo pré-existente, mas a invenção constante de espaços vividos em cada experiência”³³. Eric Debarbieux (2012) também ilumina essa questão, quando sugere que “a audição da música se efetua em um percurso que habita uma casa, um labirinto, um jardim sonoro. Compô-la e escutá-la, às vezes, significa edificar arquiteturas audíveis”³⁴ (Pardo Salgado, Prólogo a Escritos al oído de John Cage *apud* Debarbieux, 2012: 159). Ao pensar o tema, a partir da perspectiva dos bairros, Costa (2008) endossa o papel da música e o valor da expressão simbólica de identidades coletivas na construção festiva e ritual dos laços sociais (Costa, 2008: 159). Nessa direção, é possível afirmar que a música trabalha com a recriação do espaço vivido (Lefebvre, 1991a) - daí o papel fundamental que os festivais e os eventos culturais, em geral, têm para a criação de sentimento de pertença, em meio às complexidades e diferentes interações sociais e escalas da dinâmica urbana contemporânea (Connell e Gibson, 2003).

Aitchison e Pritchard (2007) têm, também, apoiado a ideia de que essa disciplina artística participa, de forma central, na abordagem dos festivais como articuladores de identidades. Como espaços de exceção e campo de domínio da liminaridade, eles oferecem oportunidades de experimentação de identidades extraordinárias e, em alguns casos, socialmente circunscritas (Guerra, 2010). Além da sua importância como espaços para articulação de identidades, os festivais aparecem, também, cada vez mais associados à

³³ Tradução livre do autor. No original “*La musica, en cuanto imaginario espacial, no es una representación de un mundo pre-existente sino la invención constante de espacios vividos en cada experiencia*” (Neve, 2012: 172).

³⁴ Tradução livre do autor. No original “*La escucha de la música se efectúa en un recorrido que habita una casa, un laberinto, un jardín sonoro. Componer y escuchar música es a veces edificar arquitecturas audibles*” (Pardo Salgado, Prólogo a Escritos al oído de John Cage *apud* Debarbieux, 2012: 159).

(re)constituição de diferentes estilos de vida (Guerra, 2010). Como as sociedades têm assumido, hoje, diferentes gostos, crenças, atitudes, orientações e opiniões sobre temas aleatórios e sobrepostos, essa tendência tem sido acompanhada, de uma forma ou de outra pelo cenário criado pelos festivais globais (Bennett *et al.*, 2014). Nessa seara, os grandes eventos musicais têm sido exemplos marcantes, onde a identidade e o estilo de vida se fundem, encontrando-se numa articulação coletiva (Bennett *et al.*, 2014) e concedendo singularidade, mesmo a iniciativas advindas de macromodelos que podem ser, ao menos *à priori*, homogeneizantes.

A associação entre identidade e lugar, a partir da música, foi investigada de maneira interessante por Jonathan Wynn (2015), no livro *Music/City: American Festivals and Placemaking em Austin, Nashville e Newport*. Para discutir como a paisagem urbana simbólica é percebida pelo público participante de diferentes festivais nos Estados Unidos, o autor explorou o papel desempenhado pelos festivais, no processo de ativação das cidades como centros musicais criativos. Com foco em três casos [Country Music Association de Nashville Festival (CMA Fest), Austin's South by Southwest (SXSW) e Newport Folk Festival] a obra apresenta um estudo matizado e, empiricamente, fundamentado sobre as maneiras pelas quais líderes da cidade, residentes, artistas e público constroem um sentido de lugar através da realização de festivais de música, sugerindo várias estratégias pelas quais as cidades podem usar esses tipos de eventos com sucesso para seu desenvolvimento econômico e cultural (Wynn, 2015).

A partir da aplicação de um extenso inquérito ao público participante, o autor coletou materiais dos três eventos, anteriormente citados, colocando foco em questões relacionadas à música, local e marca do festival. O estudo esteve concentrado no número de vezes em que os frequentadores estiveram presentes nestes eventos, relacionando-o com o nível de importância da música em suas vidas e comparando essas variáveis ainda com as percepções gerais desses festivais em relação às suas cidades-sede. De forma geral, os resultados mostraram que mesmo partilhando de formatos semelhantes, a apreciação em cada um dos casos de estudo está, diretamente, relacionada ao seu lugar de realização, o que lhes garante singularidade e os remetem a cadeias de significação específicas (tanto em relação à música, quanto em relação ao lugar). Além disso, a repetição da participação, ao longo de várias edições dos eventos, reforçou a ligação entre os festivais e suas respectivas

cidades-sede, criando uma impressão positiva e contribuindo para o fortalecimento do sentimento de vínculo e identidade com o lugar (Wynn, 2015).

Tal estudo respalda os argumentos defendidos pela geógrafa Bernadeth Quinn, a qual sugere que, já, há muito tempo, os festivais estão associados às cidades e por isso mesmo, se tornaram um veículo fundamental para expressar a relação existente entre identidade e modos de vida urbano (Quinn, 2005). No tocante à discussão mais transversal sobre a relação entre fortalecimento de identidades entre festivais e desenvolvimento de cidades, é possível citarmos casos de estudo específicos que discutiram essa questão, ao redor do globo. Na Índia, por exemplo, os numerosos festivais organizados, ao longo do ano, e com repetição frequente na cidade de Bhubaneswar atuaram decisivamente para a formação de sua identidade urbana (Sahasrabudhe e Kashyap, 2016). Processos específicos têm acontecido em Istambul (Doğan, 2011), Roterdão (Dooghe, 2015), Bucareste (Popescu e Corbos, 2012), Marraqueche (Belghazi, 2006) e Gwangju (Shin, 2004). Nesse último caso, a autora estudou a relação entre uma bienal de artes e a identidade regional da Coreia do Sul, a partir da dinâmica política aplicada na produção do espaço urbano e na recriação da imagem urbana dessa cidade. De acordo com Shin (2004), Gwangju passou a replicar um processo importante de *city branding* (Dinardi, 2017):

Os conflitos e contestações que surgiram no desenvolvimento das quatro Bienais deram origem, também, à identidade política da cidade. O orgulho de ser um cidadão de Gwangju e testemunha de sua história provou ser tão importante na conquista de vários desafios em torno dos eventos, quanto a lógica do capital o é na compreensão do desenvolvimento urbano³⁵ (Dinardi, 2017: 630).

Usando de sua qualidade liminar e heterotópica, tais casos acompanham o devir constante ensejado pelos diferentes estilos de vida contemporâneos, em suas respectivas realidades de atuação - daí a ligação, muitas vezes, observada entre determinadas identidades, políticas e estilos culturais, sendo a música, possivelmente, a ponte mais utilizada para conectá-los. Mesmo representando um contexto diferente dos que têm sido discutidos até aqui, o lendário Festival de Woodstock (1969), talvez, seja o exemplo mais icônico quando nos referimos a esse assunto. Seu modelo foi emblemático para a criação de eventos semelhantes, nos anos posteriores, a exemplo do Festival de Glastonbury, na

³⁵ Tradução livre do autor. No original “*The conflicts and contestation that emerged in the development of the four Biennales stemmed from the city's political identity as well. Pride in being a citizen of Gwangju and in its history proved to be as important in the conquering of various challenges surrounding the Biennale as the logic of capital is in understanding urban development*” (Dinardi, 2017: 630).

Inglaterra (1970), do Festival de Vilar de Mouros, em Portugal (1971) e do Festival de Guarapari, no Brasil (1971).

Ao redor do mundo, eventos como estes se replicam e se esforçam para ser classificados por autores, jornalistas, *youtubers* e influenciadores de mídia, por meio de relatos descritivos, criação de bancos de dados, dicas de viagem e manuais informativos de estilos diversos. Esse é o caso, por exemplo, do blog brasileiro *Festivalando* (2018), o qual oferece aos leitores um mapa de festivais, ao redor do mundo, com narrativas de experiências, avaliações e informações práticas de acesso a eventos mais ligados à área da música. Trata-se de uma espécie de atualização do *International Guide to Music Festivals*, elaborado por Smith e Barton (1980), há quase quatro décadas. Já o *The Guide Festivals 2016 - France Today* (Bliss, 2016), apresenta um compêndio de eventos de diversos tipos: festivais de filme, música, gastronomia, entre outros, fornecendo informações práticas ao leitor, ao mesmo tempo em que modula a identidade das cidades francesas para a criação de um grande mercado atrativo de pessoas. Nesse último caso, a aliança entre identidade e estratégias de divulgação aparece, muitas vezes, colada à retórica do consumo e venda de cidades, uma vez que “os circuitos alternativos para a produção e o consumo do espaço urbano podem ser desenvolvidos, com maior sucesso, em áreas com forte capital social e relacional e identidade urbana distinta”³⁶ (Rota e Salone, 2014: 96). Em que pesem as possíveis características homogeneizantes presentes em cada um destes casos, estejam onde estiverem, os festivais têm a possibilidade de se constituírem como rituais repletos de significados.

2.3 Turistificação, novos regimes imagéticos e venda de cidades

Idanha a Nova, 11 de agosto de 2016. Meu interesse em conhecer o Boom Festival foi acionado desde a primeira semana em Portugal, quando ouvi de um amigo português: “Tens de ir ao Boom!” Com edição bianual, o evento tem sua comercialização de passes iniciada em dezembro, para a edição que vem a acontecer apenas sete meses depois.

³⁶ Tradução livre do autor. No original “*Alternative circuits for the production and consumption of the urban space can be more successfully developed in areas with a strong social and relational capital and distinctive urban identity*” (Rota e Salone, 2014: 96).

Quando tentei comprá-lo, na segunda semana de vendas, tive uma surpresa: os bilhetes já estavam esgotados! Pensando de que forma poderia garantir minha participação no evento, descobri, algum tempo depois, um programa de voluntariado no Restaurante Vegetariano Microvita, que atuaria no evento: rotina de oito horas de trabalho em troca do acesso ao festival e alimentação durante toda a semana. Achei que essa seria uma experiência interessante, e acabei por aderir à proposta.

Fiquei atônito, logo, quando cheguei ao recinto: uma minicidade criativa montada à beira de um lago, circundante de paisagem idílica, em plena planície agreste do interior português. Superpalcos e pórticos coloridos intercalavam-se com áreas de estacionamento, setores de alimentação, campismo e zonas de higiene pessoal, enquanto os milhares de festivaleiros, pouco a pouco, iam chegando e preenchendo o espaço. No processo de trabalho, além de pelar legumes e mexer tachos gigantes, na cozinha improvisada, eu auxiliava no atendimento junto ao balcão.

Franceses, ingleses, alemães, asiáticos, latinos. À clientela internacional, às vezes, somavam-se alguns portugueses. Parecia que estava em outro país, e este estranhamento foi justificado, posteriormente, quando descobri que a maioria do público participante do Boom é composto de estrangeiros (Agência Lusa, 2016). Adentrando os bastidores do evento, paulatinamente, fui averiguando uma série de ações tomadas para internacionalização do evento. Ano a ano, os organizadores convidam participantes de um determinado país para aceder ao recinto, gratuitamente (o país eleito em 2016 havia sido o Japão). Além disso, há ações contínuas durante todo o ano que garantem a presença de público estrangeiro em Idanha a Nova: a criação do jardim de esculturas ao longo de toda a área do festival, por exemplo, é feita por artistas de todo o mundo, onde cada um deles tenta imprimir em sua obra características distintivas de seu país de origem. Atividades de cariz semelhante eram observadas na feira de produtos e *workshops* disponibilizados ao público durante o Boom, e ao longo de toda a semana a sensação era a de que eu estava em uma feira global de culturas. Enquanto andava pelos arruamentos e áreas de ligação entre um palco e outro, observada perplexo o cenário de Torre de Babel que o festival representava.

Com pouco menos de 10 mil habitantes, Idanha a Nova é um caso sintomático quando pensada em turistificação e promoção de territórios por meio de festivais. Mesmo não podendo classificá-la como cidade metropolitana, é interessante tomá-la como caso para discutir as novas formas de turismo e mercados de exibição cultural contemporâneo.

Imaginários que associam o par cidade e turismo evidenciaram-se, especialmente, no início da década de 1980, quando os contextos internacionais que moldavam o papel da produção de eventos e projetos culturais em grande escala mudaram o cenário social da época de modo substancial. A partir daí, os padrões de consumo urbanos foram projetados com expansões de produtos de mídia, gerando um impacto bastante considerável nos mercados do lazer e do turismo, a nível mundial. Conforme observado por Zukin (1991), nesta dinâmica, as cidades passaram a atuar não apenas como paisagens de produção, mas sobretudo como paisagens de consumo. Na esteira de Zukin, Quinn argumenta:

O colapso da base industrial em numerosas cidades levou a uma séria busca de alternativas e a uma mudança para a economia de serviços. Muitas cidades começaram a ver a lógica no desenvolvimento dos tipos de instalações culturais necessárias para atrair os trabalhadores qualificados que formariam a nova classe de serviços [...]. Simultaneamente, a essa "mudança cultural", nas sociedades industriais avançadas, emergiu uma inflação correspondente de sua "produção de imagens"³⁷ (Quinn, 2005: 10).

O marketing da cidade na era pós-industrial assumiria uma abordagem enquadrada por um discurso de coesão e desenvolvimento urbano, investindo nos festivais a expectativa de reconstrução da confiança econômica e uma imagem de valor e identidade, criando, assim, uma relação sinérgica entre indústria do turismo, imagem e desenvolvimento comunitário.

Refletindo sobre a produção de regimes imagéticos e o conceito do marketing de lugar, Shin (2014) esclarece que um festival cultural pode desempenhar, ao mesmo tempo, três papéis significativos nos contextos em que atuam. A princípio, encoraja os residentes a continuarem vivendo na cidade, promovendo o patriotismo local por meio do *place attachment* (Wynn e Yetis-Bayraktar, 2016). Em segundo lugar, um festival pode representar um negócio vantajoso, pela movimentação econômica e financeira que são capazes de criar. Por último, traz consigo a capacidade de remodelar e transformar a

³⁷ Tradução livre do autor. No original “*The collapse of the industrial base in numerous cities had prompted a serious search for alternatives and a shift towards the service economy. Many cities were beginning to see the logic in developing the kinds of cultural facilities needed to attract the skilled workers who would make up the new service class. Simultaneous with this ‘cultural turn’ in the advanced industrial societies emerged a corresponding inflation of image production*” (Quinn, 2005: 10).

imagem do lugar (Shin, 2004). Por isso mesmo, tanto as cidades das regiões pós-industriais do mundo desenvolvido quanto aquelas ainda em fase de crescimento econômico têm recorrido a eventos para catalisar seus processos de desenvolvimento. Elas relacionam sua economia à abordagem da experiência no marketing de festivais, baseadas, muitas vezes, na memória vivida e na lealdade dos participantes para definição do design da imagem da cidade (Liu e Chon, 2007; Peixoto, 2013 e Manthiou *et al.*, 2014).

O livro *Eventful cities: cultural management and urban revitalisation* (Richards e Palmer, 2010) analisa esse fenômeno, apresentando os eventos culturais como instrumentos para melhorar a competitividade das cidades, no mercado global. O autor discute como os festivais têm servido de bandeira e marca para estratégias de marketing e desenvolvimento de cidades emergentes, que procuram fazer deles ímãs turísticos e motores para sua coesão social (Richards e Palmer, 2010). Na mesma direção, Kraft (2006) usa o termo *lugar ritualizante* para argumentar que os eventos são moldados por um discurso global, enfatizando a singularidade do lugar e endossando, uma vez mais, a projeção da escala das cidades, no mercado do consumo cultural. Com a conotação de sociabilidade, brincadeira, jovialidade e comunidade, o festival se configura num conjunto pronto de imagens positivas para a reconstrução de uma imagem de cidade quase perfeita (Quinn, 2005).

Em *Recognizing European Modernities, a montage of the present*, o historiador Allan Pred (1995) visita três espaços espetaculares, na capital sueca, em diferentes fases de sua história: a Exposição de Estocolmo de 1897, a Exposição de Estocolmo de 1930 e a construção do *The Globe Building*, uma arena contemporânea multiúso inaugurada em 1989. A análise da estética de seus espaços, por parte do autor, revela o processo contínuo de modernização e renovação de imagem vivido pela cidade ao longo de seu desenvolvimento urbano. A obra discute a maneira como as novas formas de consumo estão constantemente ligadas aos discursos de poder, materializando-se em determinadas arquiteturas, modelos de desenvolvimento urbano e planejamento de políticas culturais. Tais direcionamentos vão ao encontro dos argumentos que sustentam a obra *The City of Collective Memory*, de Christine Boyer (1998). A abordagem realizada pela autora mostra que os paradigmas imagéticos da cidade estão permeados por determinados interesses, e

que equipamentos públicos e celebrações culturais são uma manifestação importante de aspectos políticos e econômicos, frutos da memória coletiva (Boyer, 1998).

A respeito dessa lógica, Harvey (2008) sugere que as imagens que refletem o “capital cultural” de uma cidade funcionam dentro da lógica da mercadoria, ou seja, compartilham em domínio público a imagem que se deseja propagar e consumir, contendo em si a aprovação pessoal do público. Estendendo este raciocínio, Zukin (1995) diz que as economias simbólicas combinam dois sistemas que operam em paralelo: a produção do espaço e a produção de símbolos que serão utilizados como moeda no mercado de bens da cultura (Zukin, 1995).

Entendido como recurso que gera e atrai investimentos, este campo central nos instiga a pensar sobre as novas redes distribuição de serviços e acirramento da competitividade urbana (Costa, 2002b; Seixas, 2010). Seja para o desenvolvimento econômico e turístico, seja para as indústrias culturais ou novas indústrias dependentes da propriedade intelectual, a cultura tem-se mostrado, atualmente, como fonte inesgotável de valor para a “venda das cidades” (Yúdice, 2006). Esse raciocínio pode ser aplicado ao modelo *Nuit Blanche*: o efeito *highbrow* desempenhado em suas primeiras edições, em Paris, logo ganharia uma nuance menos *mainstream* e mais *underground*, como foi o caso da cidade de Amsterdam (Birdsail, 2013), onde o evento pareceu se enquadrar, de maneira perfeita, ao que os governantes locais almejavam: “um festival que poderia abrir caminho para o estabelecimento de hospitalidade, projetos inovadores e criatividade”³⁸ (Birdsail, 2013: 120). Assim, pode-se dizer que, de uma maneira geral, os eventos culturais se converteram em um importante referencial para a promoção e marketing das cidades e em instrumentos ativos para a mercantilização do espaço urbano.

De acordo com Getz (1997), os festivais contribuem, significativamente, para o desenvolvimento cultural e econômico das cidades onde atuam. Tais iniciativas têm alto potencial turístico e atraem não apenas visitantes, mas também investimentos e patrocínios externos, direta ou indiretamente responsáveis por impactos econômicos e sociais à escala local (Getz, 1997; Anderton, 2011). Ao serem colocadas como destinos a serem visitados, tais cidades são vasculhadas, segundo sua capacidade de oferecimento de produtos

³⁸ Tradução livre do autor. No original “*Seemed suited perfectly to what we wanted: a festival that could clear the way for establishing food and hospitality, innovative projects and creativity in Amsterdam*” (Birdsail, 2013: 120).

visitáveis e consumíveis: paisagens naturais, patrimônio histórico, arquitetura, serviços, pessoas, eventos culturais, entre tantos outros. Na esteira de Zukin (1995) e Harvey (2008), poderíamos pensar que todos esses elementos podem se aplicar para a consolidação do capital cultural dos lugares em nossa contemporaneidade. Bonnemaïson (1990) completa essa ideia, ainda, quando diz que o festival “funciona como um monumento, apoia e reforça a imagem do poder estabelecido, seja ele religioso ou secular”³⁹ (Bonnemaïson, 1990: 25).

2.3.1 Exposições mundiais, megaeventos e mercado exibicionista

Tal como no caso da capital escandinávia citado anteriormente, megaeventos são utilizados por cidades, no mundo todo, já há muito tempo como forma de revitalizar suas economias, criar infraestrutura e melhorar suas imagens (Getz, 1991). O surgimento das Exposições Mundiais pode ajudar a compreender melhor este processo e, em especial, o papel dos festivais como moduladores da cidade contemporânea.

Nascidas, na segunda metade do século XIX, como mostras massificadas de produtos e tecnologias produtivas, rapidamente, as Exposições Internacionais se tornaram manifestações de grande sucesso, consagrando-se como instrumentos privilegiados de difusão das novidades nos domínios da tecnologia, da ciência, da cultura e do lazer, e atração das massas para a sociedade do consumo (Ferreira, 2008: 46).

Ao longo de sua história, tais eventos viveram um gradual processo de periferação geográfica e política, tal como aconteceu, posteriormente, com iniciativas de outras ordens, como foi o caso da campanha Capital Europeia da Cultura para os países europeus, desde 1985, e dos eventos derivados do SXSW, a partir de 1987 (Valley, 2013). Todos eles se apresentam como desdobramentos de um mesmo princípio político-econômico, segundo o qual, o acesso ao consumo precisa ser distribuído para ser reproduzido e, por conseguinte, retroalimentar o sistema que o manterá ativo. Dessa forma, é possível cogitar que o processo de expansão e popularização alcançado pelas feiras e exposições mundiais espelham hoje um processo de replicação semelhante para os festivais urbanos, fazendo deles engrenagens importantes para a criação de novas rotas de consumo cultural, promoção de imagem e criação de marketing urbano para cidades, ao redor do mundo.

³⁹ Tradução livre do autor. No original “*Functions like a monument, supporting and reinforcing the image of established power, whether religious or secular*” (Bonnemaïson, 1990: 25).

O ato de impulsionar ou promover a imagem local, por parte da esfera pública, com o objetivo de melhorar a percepção geral sobre a cidade, é uma prática comum desde o surgimento das exposições mundiais, ocasião na qual os festivais “alimentaram tendências cívicas em relação ao *boosterismo*, atendendo aos interesses da elite, criando a sensação de uma cultura segura; ou permitindo a comercialização da cultura local para turistas⁴⁰ (Gibson *et al.*, 2010: 281). Do ponto de vista metafórico, o advento desses megaeventos ofereceu uma resolução simbólica importante para as contradições da vida social, embora, muitas das vezes, a retórica do progresso econômico e da harmonia social fossem, dramaticamente, incompatíveis com a realidade em questão (Pred, 1995). Para Rosalind Williams (1982), as exposições mundiais exibiram uma nova e crucial justaposição da imaginação, das mercadorias, dos sonhos e do comércio, da consciência coletiva e da economia, “atraindo os consumidores e convidando-os para um mundo de fantasia, de prazer, conforto e diversão”⁴¹ (Williams, 1982: 12). Nesse processo, o Estado e o poder político nacional, em conjunto com as elites econômicas e políticas locais, foram atribuindo nesses eventos a função de catalisadores do desenvolvimento socioeconômico e sociocultural das cidades, instrumentos de reforço da coesão e da pacificação social. Como mostra Ferreira (2002; 2006), esse enquadramento dos grandes eventos tem expressão clara na evolução do movimento das exposições universais, desde meados do século XX, e se expressa de modo similar noutros eventos de cariz similar e mais recentes, como é o caso da campanha Capitais Europeias da Cultura (Ferreira, 2005; 2010).

Referindo-se ao desenvolvimento desses eventos, Pred (1995) diz que, ao longo dos anos, eles têm servido, simultaneamente, como campo de batalha político-econômico e, por isso mesmo, podem ser chamados de “festivais do capitalismo avançado” (Hughes, 2013). Como, até meados do século XX, não se havia constituído de maneira consolidada o quadro das indústrias culturais, o espaço do entretenimento internacionalizado era ocupado pelas feiras, que fizeram com que a Europa se deslocasse para ver culturas mercadorizadas. Tais eventos não serviriam mais apenas como contextos para a localização hegemônica do

⁴⁰ Tradução Livre. Texto no original: *Festivals have fed civic tendencies toward boosterism (e.g., Jarvis [1994]; Waitt [2001, 2008]); have served the interests of the elite and tend toward “safe” culture (Waterman 1998); or enabled the commodification or “packaging” of local culture for tourists*” (Gibson *et al.*, 2010: 281).

⁴¹ Tradução livre do autor. No original “*Inviting them (costumers) into a fantasy world of pleasure, comfort, and amusement*” (Williams, 1982:12).

global, mas passariam a atuar para globalizar o local, se configurando como ocasiões de afirmação internacional dos países ou das cidades que as albergavam (Ferreira, 2006). Por isso, as exposições mundiais podem se valer como ponte interessante para percebermos o papel ocupado pelos megaeventos e festivais, no mercado exibicionista contemporâneo.

A estratégia de usar eventos replicáveis, como marca e criação de distinção de cidades, acabou gerando um paradoxo contemporâneo: cidades que procuraram diferenciar-se por meio de identidades pouco comuns acabaram construindo paisagens urbanas e culturais semelhantes. Como desdobramento desse processo, a homogeneização de marcas e identidades acabou prescrevendo percursos similares para cidades com perfis diferentes (Richards e Wilson (2004), e exemplos advindos desse mesmo *modus operandi* podem ser encontrados em inúmeros lugares.

Com base na experiência da capital argentina, Dinardi (2017) discute diferentes noções de cultura subjacentes ao contraste existente entre cidade imagem e cidade real. A autora argumenta que a marca de Buenos Aires, fundamentada em uma noção comercializada de cultura e orientada por objetivos lucrativos do turismo internacional, vem criando uma visão urbana do consumo, à qual as organizações culturais locais, geralmente, se opõem. Ainda, nessa direção, ao ser reproduzido segundo o mesmo conceito, tanto no Rio de Janeiro (desde 1985), quanto em Lisboa (desde 2004), o Festival Rock in Rio tende a conduzir ambas as cidades a um imaginário de experiência urbana através da música⁴². O mesmo acontece com outros “eventos de assinatura” que vêm sendo replicados em diferentes partes do mundo, segundo o modelo *franchising*, tal são os casos do Primavera Sound, no Porto (Portugal) e em Barcelona (Espanha); do Tomorrowland, em Boom (Bélgica), Itu (Brasil), Atlanta (Estados Unidos) e Alpe D’Huez (França); e do Loolapalosa em Chicago (Estados Unidos), Santiago (Chile), Berlim (Alemanha) e São Paulo (Brasil). Em todos esses casos, existe um dispositivo operando em duas direções: na internacionalização da marca e na ativação de rotas turismo internacional para as cidades-sede dos festivais.

⁴² De acordo com Brito (2016), o surgimento deste último como grande pioneiro no contexto brasileiro gerou, *a posteriori*, uma série de processos de replicação de festivais de música baseados neste mesmo modelo. É preciso informar ainda que já ocorreram edições do Rock in Rio em Las Vegas (2015) e Madrid (2008, 2010 e 2012).

Em Portugal, essa estratégia de identificação dos grandes eventos com a promoção do país e de suas cidades parece estar alinhada com os objetivos da Associação Portuguesa de Festivais (APORFEST). De acordo com essa entidade:

Queremos, enquanto APORFEST, alavancar a nossa música, a economia, os produtos/serviços e os melhores colaboradores que estão inseridos de forma direta e indireta na área dos festivais de música, percebendo que a internacionalização trará mais negócio e experiência para o mercado português (Bramão, 2017: 1).

São inúmeros os festivais desse gênero, em território luso, que apresentam foco no público estrangeiro. Esse é o caso, por exemplo, do Boom Festival, cuja audiência média de 30 mil pessoas por edição conta com 90% de participação internacional (Agência Lusa, 2016). De acordo com a APORFEST, esse fator vem gerando uma maior “competitividade positiva” entre os promotores culturais no país, “baseada no aumento do número de espectadores (nomeadamente de público internacional de mercados-chave como: Espanha, Reino Unido e França) e que resulta na obtenção de melhor *feedback* pelo público junto dos media e redes sociais” (Bramão, 2018: 1).

Se, por um lado, a recuperação de lógicas semelhantes em cidades tão distintas nos leva a pensar num processo de homogeneização pela festivalização da cultura (Bennett *et al.*, 2014), por outro lado o aparecimento de cidades com boa reputação internacional em diferentes atributos (Martinez, 2012; Anastassova e Luizov, 2016), em especial, aqueles relacionados aos recursos culturais singulares, guardam relação bastante próxima com o tipo de atmosfera liminar promovida pelos festivais. Ao mesmo tempo em que atribuem singularidade ao lugar, tais eventos potencializam a vocação cultural da cidade que os hospedam. Nesses processos de individuação (Simondon, [1958] 2005), eles atuam na lógica dos mercados de exibição (Boyer, 1998): vitrines, janelas, plataformas virtuais que tentam mostrar ao mundo os ativos locais, independentemente, da celebração em questão.

O Festival Internacional de Cinema de Veneza não acontece em separado do imaginário de seus canais e gôndolas; o desfile das escolas de samba, no Rio de Janeiro, não se realiza sem a estátua do Cristo Redentor sobre o Morro Corcovado, assim como a Festa dos Tabuleiros não pode ser concebida em separado do Convento de Cristo e da história dos templários em Tomar. É essa combinatória singular que garante o fluxo de pessoas às rotas de turismo e consumo cultural para essas cidades, e ela é colocada em questão, cada vez que a programação de um festival é concebida. De forma sinérgica,

durante sua realização conceito, curadoria e lugar precisarão estar unidos para incrementar a atração de pessoas onde quer que ele ocorra.

2.4 Regenerar a cidade pela cultura

Uma série de exemplos têm colocado programas culturais de diferentes formatos e disciplinas artísticas como grandes aliados dos megaeventos, uma vez que eles contribuem, de maneira significativa, para o incremento da economia e do turismo local. Acopladas a projetos maiores de intervenção pública, tais iniciativas acabam gerando estratégias de regeneração urbana decorrentes dos diferentes processos de hospedagem de eventos (Bianchini, 1990). Esse foi o caso da criação do Parque do Ibirapuera, em São Paulo - um dos principais equipamentos de lazer dessa cidade, decorrente das comemorações do quarto centenário da cidade de São Paulo, em 1954 (Nunes Junior e Amaral, 2010). O caso da revitalização do Parque das Nações para a Expo 98 em Lisboa (Ferreira, 1998; 2002) é outro exemplo idiossincrático para pensarmos o processo de requalificação urbana pela realização de programas culturais e artísticos associados a megaeventos. Ainda a respeito desse tema, García (2004) cita a experiência bem-sucedida de Glasgow, durante sua atuação como Capital Européia da Cultura em 1990. Além dessa cidade, são referências importantes também os casos de Liverpool (Liu, 2016), Barcelona (Richards, 2017) e Roterdão (Richards e Wilson, 2004). Segundo Graeme Evans (2001: 213): “as cidades que usaram a cultura [...] são celebradas e vistas não apenas como modelos bem-sucedidos de regeneração de base cultural, mas também de regeneração urbana em geral”.

Esses e outros tantos exemplos observados atualmente levam-me a inferir que a cultura e os festivais culturais em geral têm atuado, significativamente, como moduladores no processo de reestruturação da cidade contemporânea. Operando no fortalecimento da identidade local, na construção de uma imagem para a cidade performativa, na era da economia das experiências, em projetos de infraestrutura e na ativação de novos mercados turísticos. Combinados, todos esses fatores têm conduzido os festivais ao papel de estratégia útil para direcionar a cidade ao consumo de mercadorias e serviços, em continuação à substituição do sistema produtivo primário e industrial.

Do ponto de vista econômico, a cidade seguirá competindo com outras, através de exposições de diversas ordens, buscando se diferenciar e se tornar mais competitiva

(Paddison, 1993). Ligando essa temática às cidades escolhidas como estudos de caso para esta investigação, Peixoto (2000), Costa (2002b) e Seixas (2010) pensam os temas da requalificação urbana, da competitividade de cidades e da construção de imagem de marca, no contexto português, mostrando de que forma o tema tem marcado a agenda política, socioeconômica e urbana, nesse país. No Brasil, Kara José (2007) e Fix (2000) articulam o assunto às discussões sobre políticas culturais e parcerias público-privadas levadas a cabo na instrumentalização da cultura e nas operações urbanas, em São Paulo, nas últimas décadas.

Sassatelli e Delanty, (2011) resgatam a importância do modelo de regeneração das cidades por meio dos festivais, no período pós-guerras. Segundo os autores, “o sucesso atual dos festivais urbanos e, em particular, o seu grande aumento, desde o final da década de 1970 e 1980, está ligado à mudança industrial para pós-industrial de muitas grandes cidades europeias, e sua busca por estratégias de regeneração”⁴³ (Sassatelli e Delanty, 2011: 49). Desde então, tais eventos têm sido, particularmente, utilizados como ferramentas de reativação de lugares em declínio econômico: a invenção do conceito de praças urbanas no processo de criação do *placemaking pós-fordista*, em Berlim (Stevens e Ambler, 2010), é um caso exemplar desse processo. Ferreira (2010) ajuda a iluminar suas bases estruturantes, quando diz que a descoberta do papel instrumental para a cultura, nas últimas décadas, foi fundada num contexto de forte competitividade interurbana, desempenhando um importante papel no âmbito das políticas de revitalização socioeconômica das cidades, através de estratégias de marketing urbano. Nas palavras do próprio autor:

Ao longo das últimas décadas, o investimento público no sector cultural com objectivos de regeneração urbana ou de promoção de imagens atractivas das cidades adquiriu uma expressão significativa no mundo ocidental. Esta aposta cultural tem assumido especial relevo nalgumas cidades em processo de desindustrialização, onde tem sido encarada como uma solução para a crise económica e social e a perda de competitividade no contexto pós-industrial. Mas tem também ganho expressão noutros contextos urbanos, reflectindo a importância económica e simbólica que, no quadro das políticas para as cidades, onde a cultura vem sendo reconhecida como instrumento de regeneração, modernização e desenvolvimento socioeconómico das comunidades e dos territórios (Sassatelli e Delanty, 2011: 31).

⁴³ Tradução livre do autor. No original “*The current success of urban festivals, and in particular their great increase since the late 1970s and 1980s, is linked to the industrial to post-industrial shift of many big European cities, and their search for ways to ‘regenerate’ themselves*” (Sassatelli e Delanty, 2011: 49).

Aproximando fazeres culturais, Estado, mercado e indústrias criativas, Michelle Reeves (2002) esclarece que “o setor das indústrias criativas foi sendo reconhecido por organizações supranacionais como a Comissão Europeia, o Banco Mundial e os governos nacionais e locais como uma força muito relevante na economia global em rápida transformação” (Reeves, 2002: 9). A atuação por esta via se tornou um caminho bastante estratégico para as políticas de desenvolvimento econômico, e para o reforço da competitividade entre diferentes cidades com objetivos semelhantes nas dinâmicas mais recentes do mercado global.

Entretanto, há reverses importantes no funcionamento dos festivais como estratégias de requalificação urbana. De formas distintas, Evans (2001) e Richards e Wilson (2004) argumentam contra o fato das cidades usarem festivais e eventos para a criação de um caráter distinto e comercializável. Por este viés, os eventos urbanos correm o risco da "reprodução em série" (Richards e Wilson, 2004: 1932), de se tornarem engessados (Evans, 2001) e, portanto, desprovidos de conexões mais próximas com os lugares onde atuam (Quinn, 2005). Esse pode ser o caso de uma série de cidades que, ao longo destas últimas décadas, colocaram seu foco muito mais em formatos de festivais de sucesso do que, propriamente, nas demandas culturais locais. Seja de uma forma ou de outra, a revitalização pelo viés da cultura tem sido cada vez mais replicada em diferentes regiões do globo e, a partir desse processo, é possível encontrar nuances importantes que ligam determinados estilos de festivais e propostas de programação artística a diretrizes e conceitos de regeneração urbana específicos.

Quando um modelo de evento é replicado em grande escala, ele geralmente tem um *modus operandi* bastante próprio e, na maioria das vezes, existe uma relação direta entre tipo de festival, criação de marca e processos de regeneração urbana. O caso de Austin é emblemático para ilustrarmos essa ideia: “por causa desse distrito de entretenimento, um músico local se aproximou do conselho e sugeriu que a cidade fosse a ‘capital mundial da música ao vivo’, se tornando o slogan oficial em 1991”⁴⁴ (Wynn e Yetis-Bayraktar, 2016: 207). Esse processo desencadeou uma série de modelos de regeneração urbana que viriam a ser replicados em escala mundial, espelhados no modelo proposto pela cidade texana.

⁴⁴ Tradução livre do autor. No original “Because of this entertainment district, a local musician approached city council and suggested Austin be dubbed the ‘Live Music Capital of the World’, becoming the oficial slogan in 1991” (Wynn e Yetis-Bayraktar 2016: 207).

Em que pesem os processos de homogeneização, cada vez mais presentes em todos os processos de criação de marca, é possível dizer que existe uma relação simbiótica entre determinados estilos de festivais e projetos de requalificação urbana. Nesse sentido, o formato SXSW e Nuit Blanche sugerem que a remodelação da cidade esteja baseada no cruzamento de diferentes informações, modulados pela possibilidade de escolha e, ao mesmo tempo, atuando como canal de experiência para gostos artísticos variados. Tal processo pode ser vivenciado tanto na realidade material (o evento *in loco*) quanto virtualmente (por meio de interação nas redes sociais, aplicativos de consumo de música e outros canais de comunicação). Essas características podem ser observadas, em maior ou menor escala, na dinâmica social, nas campanhas de marketing turístico e em outras particularidades das cidades que hospedam, hoje, esses tipos de festivais.

Esse processo aplica-se também a outros casos, como por exemplo a reprodução do modelo de Edimburgo e Avignon na montagem dos Festivais Internacionais de Artes, na Austrália (Archer, 2015). É possível projetar o mesmo raciocínio para o conglomerado de cidades de tradição anglo-saxônica que organizam, anualmente, diferentes versões do Dickens Festival, ou para as mais de 30 cidades brasileiras que replicam, desde 2005, o modelo da Virada Cultural paulistana. Formato de evento e diretrizes de desenvolvimento urbano e social guardam, portanto, pistas interessantes que as aproximam e que não podem ser negligenciadas, quando tecemos uma análise sobre o tema. Essa tem sido uma fórmula de grande sucesso, e tem potencializado, significativamente, a venda e o consumo das cidades tanto para turistas, quanto para o público local.

Amsterdan é outro caso emblemático para o tema da renovação urbana construído sobre regimes imagéticos culturais. Precursora do conceito de criação de marca identitária turística urbana, a capital holandesa lançou, em 2004, o slogan “Iamsterdam”, através do qual desenvolveu uma série de campanhas de comunicação e eventos segundo os auspícios da tolerância. Para lá de ativar a cidade como destino turístico, o conceito se mostrou bastante pertinente, levando-se em consideração o fato de que a cidade tem quase metade de sua população constituída de estrangeiros, compondo um mosaico de nacionalidades que abrange todos os países do globo (World Popular Review, 2018). Além de estar alinhado com as características das economias transnacionais e com o fluxo livre de mercadorias, que sempre marcaram a história econômica do país, tal conceito tem forte

ligação com a demanda local, e engloba ações culturais que abrangem diferentes interesses sociais, grupos e escalas de público, ao longo de todo o ano. Ligadas direta ou indiretamente à temática da tolerância, é possível citar, entre as inúmeras iniciativas que tomam lugar na organização do território dessa cidade, eventos como o SAIL Amsterdam, a Gay Boat Parade e o Milkshake Festival.

Um conceito internacional de evento que ganhou popularidade, desde 2000, na capital holandesa, e que guarda forte relação com o modelo *Nuit Blanche* é o *Museumnacht* (Noite dos Museus) - evento anual onde cerca de quarenta museus e galerias de arte permanecem abertos, durante intervalos noturnos estendidos. A iniciativa oferece a esses espaços a oportunidade de expandirem sua reputação de “alta cultura” e atraírem visitantes mais jovens, geralmente, combinando visitas às coleções de arte e exposições permanentes com concertos de música ao vivo, espetáculos multimídia e performance de DJs. Na ativação de rotas e possibilidades de explorar a cidade noite adentro, proposta pelos seus canais de comunicação, programadores convidam visitantes a se sentirem em casa enquanto movem-se por diversos espaços da cidade, bem como a experimentar a sensação de reencantamento urbano, gerada pelo evento noturno (Birdsal, 2013). Se, por um lado, o *Museumnacht* funciona como dispositivo de ativação turística para a cidade, por outro, ele serve, também, para promover a inclusão de locais inusitados como palco para as atividades culturais, num processo que, ao mesmo tempo, repensa a autenticidade dos museus (Fortuna, 2013).

Além disso, ele ressignifica seus usos clássicos, tal como sugere o artigo *Why Cities Should Stop Building Museums and Focus on Festivals*, do sociólogo Jonathan Wynn (2017). Ao mesmo tempo que o papel desses equipamentos é recriado através da construção de uma atmosfera festiva, a possibilidade de novas experiências culturais, mesmo temporárias, faz com que esse evento atue no campo do controle social informal (Groff, 2015), colocando o sujeito em uma nova relação com a cidade em que atua, e vice-versa. No mesmo sentido da democratização dos acessos, criada pelas supostas políticas de tolerância, ao propor cruzamentos através da alta classe com a cultura *mainstream*, o conceito do *Museumnacht* maneja, de forma interessante, o cosmopolitismo efervescente que compõe o espectro multicultural de Amsterdam, abraçado pelo transbordamento de sentidos proposto no interstício de sua paisagem urbana noturna.

2.4.1 Uma paragem na noite: cultura madrugada adentro

“Noite dos Museus”, “Noite da Ciência”, “Cinema da Meia-Noite”, “Festival da Madrugada”, “Noites Brancas”, “Maratona Cultural Noturna”- sob múltiplos nomes e enfoques em diferentes disciplinas artísticas, mais comumente os eventos culturais têm sido replicados pela retórica que os aproxima da temática da noite. O acúmulo de iniciativas em diferentes países, nos últimos, anos vem construindo novas formas de (re) apropriação da madrugada urbana, localizando festas de rua, saraus, festivais urbanos e maratonas culturais na agenda de diferentes cidades.

Em um intervalo de tempo relativamente pequeno, a programação cultural noturna se tornou um setor econômico à parte, gerando receita expressiva e engrossando o calendário de ações em espaços notadamente urbanos (Colaboratória, 2014). Por essa razão, o assunto tem sido, cada vez mais, debatido entre acadêmicos de diferentes áreas, se desdobrando, por exemplo, em discussões sobre neoliberalismo e desenvolvimento da economia noturna (Shaw, 2015), além de reflexões acerca da retórica da ativação da noite como mercadoria para a cidade, a partir da figura do *Nachtburgermeister* (prefeito da noite), figura política comum na Holanda e em outros países do norte europeu. O incremento da oferta cultural noturna pode guardar, ainda, relação com uma série de outros assuntos, tais como sugerem as recentes discussões que envolvem a economia criativa (Ferreira, 2010), as novas formas de convívio na rua (Sieber, 2008) e a relação entre festivais e identidades juvenis contemporâneas (Guerra, 2010).

No tocante à pesquisa realizada, no âmbito deste trabalho, a análise da realidade paulistana e lisboeta pode ligar a temática, ainda, a outras discussões relevantes, a exemplo da relação entre evento e marginalização demográfica (Sibley, 1995; O’Connor e Wynne, 2017), resistências entre cultura e espaço urbano (Fortuna, Ferreira e Abreu; 1999), planejamento urbano aliado ao controle social (Zukin; 1993, 2009), regeneração urbana (Bianchini, 1990, Peixoto, 2009), aliança entre negócios culturais e processos de gentrificação (Kara José, 2007; Miles, 2007; Lindon e Hiernaux, 2012) e construção de novas sociabilidades e da dinâmica dos consumos culturais, na organização das cenas noturnas (Abreu, 2004) e musicais (Guerra e Oliveira, 2014).

O artigo “*Transmission - Noite, consumos musicais e cenas em Lisboa*” de Paula Guerra e Ana Oliveira (2014) apresenta em detalhes a descrição de espaços alternativos

emblemáticos para o espectro da cena musical lisboeta. No percurso apresentado, as pesquisadoras colocam foco em três espaços culturais emblemáticos daquela cidade: a Galeria Zé dos Bois, o Frágil e o Incógnito. Tais locais têm em comum a característica de se valerem da música para a criação de roteiros na noite lisboeta, ligando a zona perimetral, compreendida entre o Bairro Alto, o Chiado e o São Bento. Com conceitos distintos, esses estabelecimentos atraem diferentes públicos que, por sua vez, “animam e conferem uma identidade própria às zonas da cidade onde se localizam. São, à sua maneira, os pioneiros da cena musical noturna de Lisboa na sua face contemporânea” (Guerra e Oliveira, 2014: 107). Incrementando a economia da madrugada de diferentes maneiras - a exemplo da abertura de novos bares, restaurantes, discotecas e ruas temáticas - a capital portuguesa vem potencializando, cada vez mais, a ideia da noite como nicho econômico e importante atrator de pessoas.

Por isso mesmo, a negação da noite por parte de grupos mais conservadores pode acarretar reações populares em diferentes partes do mundo, a exemplo da onda de protestos ocorridos, no ano de 2016, em Sidney (Wolifson e Gibson, 2016), os quais renderam à essa cidade o slogan *No lockouts - Keep Sydney open*. Enquadrando essa discussão, a pesquisa de Wolifson e Gibson (2016) critica a negação do direito à cidade na vida noturna em Sidney. Focada em Surry Hills - um dos centros culturais e noturnos mais efervescentes dessa cidade, o estudo mostrou que questões subjacentes à vida urbana noturna estão ligadas, diretamente, aos agravamentos dos processos de desigualdade, indo contra as aspirações de governança democrática (Gibson, 2016).

Como parte de um movimento mais amplo para a criação de espaços urbanos mais acessíveis e igualitários, além da questão imediata das medidas proibitivas - a emissão de ruídos e a venda de bebidas alcóolicas, durante a noite, por exemplo - os grupos defensores da cena noturna de Sidney vêm tecendo discussões apuradas, concebendo a noite como espaço de socialização, de criação de vínculo e sentimento de comunidade. “Sem a mobilização pública sobre as desigualdades que estão tão arraigadas na psique de Sidney, é improvável que a cidade veja sua vida noturna refletir, verdadeiramente, a questão da inclusão social e da diversidade”⁴⁵ (Gibson, 2016: 3). Também se encaixam como soluções

⁴⁵ Tradução livre do autor. No original “*Without the public mobilising over inequalities that are so ingrained in Sydney’s psyche, the city is unlikely to see its nightlife reflect true social inclusion and diversity*” (Wolifson e Gibson, 2016: 3).

de resistência ações junto a conselhos, criação de fóruns e outros espaços de representação civil, os quais podem abrir diálogos com poderes deliberativos municipais, com a finalidade de reivindicar demandas específicas associadas a essa problemática, como por exemplo a abertura de horários noturnos extras para o funcionamento de serviços básicos.

Além das questões que envolvem conviviabilidade, segurança, reapropriação do espaço urbano e requalificação de áreas públicas, a retomada da noite urbana tem implicado, também, em um aumento econômico significativo para cidades que se dedicam a esse tema, especialmente quando falamos de interesses turísticos. A esse respeito é importante citar, aqui, o caso de São Paulo, onde a noite urbana atrai, todos os anos, uma média de 52,3% dos turistas domésticos (Colaboratória, 2014).

Provavelmente, o incremento desse setor está relacionado com a cadeia produtiva de eventos e ações culturais criadas na cidade da qual até hoje a Virada Cultural é a representante cultural mais significativa. Como já discutido anteriormente, seu discurso e conceito guardam relação com o modelo *Nuit Blanche*, na medida em que nos incita a desvendar o período da noite, descobrir novos lugares e ativar novas rotas de circulação, nos arredores de seu centro histórico. Direta ou indiretamente, tais ações têm contribuído para a economia urbana turística noturna da capital paulista, trazendo potenciais implicações para o desenvolvimento de vários dos pontos, citados no início desta seção e sugerindo que a vida noturna seja promovida e não evitada (Birdsal, 2013).

Por tudo isso, é possível afirmar que os festivais urbanos funcionam, hoje, como importantes dispositivos de modulação para a ativação da noite na cidade. Ao mesmo tempo que ensejam a permanência na rua, tais eventos convidam o público a espaços de liberdade, nos quais ocorre o consumo de uma série de serviços, dando fluxo à economia da cidade e, além disso, garantem a fruição de um tempo urbano diferente daquele vivenciado na vida cotidiana (Lefebvre, 1991b). Como diz o ditado popular - *à noite, todos os gatos são pardos* e, por isso, mesmo há grupos que só se encontram com a chegada da madrugada.

Ligados aos novos processos de poder modular que funcionam em combinação com a ideia de liminaridade e heterotopia (Foucault, [1967] 1984), tais eventos têm se desdobrado em outros menores, com caráter menos turístico e mais alternativo. Eles geram sensação de comunidade e incrementam o sentimento de pertencimento: se, por um lado, a

efemeridade da noite pode dificultar o engajamento de moradores locais no processo de criação de vínculo comunitário, por outro, é exatamente essa qualidade que incita a participação popular e as “práticas de sair” (Liempt *et al.*, 2015).

O evento *Nuit Blanche* do qual a Virada Cultural é derivada traz com ele um modelo de mundo *snapshot* (Aquino, 2016), no qual a liquidez da experiência partilha da mesma efemeridade que o evento que desaparece em 24 horas. A metáfora da Cinderela, que perde o encantamento às exatas doze badaladas, parece ser pertinente para a escolha da noite como retórica central para a divulgação desses eventos, convertendo-os em interstícios, essencialmente heterotópicos (Foucault, [1967] 1984), e que guardam em si grande potencial de reencantamento da cidade. A noite representa, assim, um espaço de transbordamento que é capaz de diminuir as fronteiras e aproximar diferentes tipos de pessoas, uma vez que envolve uma camuflagem ou visibilidade parcial (Birdsail, 2013) e, por isso mesmo, enseja em si própria um recurso potente. Aí, reside todo o potencial presente nos festivais urbanos na ocupação dessa paragem.

2.5 Mercados locais, economias globais

Para lá do papel simbólico construído em torno de seus campos políticos e institucionais mais clássicos (Besançon, 2000), os festivais hoje engendram uma economia política, essencialmente definidora dos modos de vida urbanos e, por isso mesmo, “não se constituem mais, necessariamente, como um modelo artesanal de organização, baseado em características sociais e intelectuais de ciclos restritos” (Guerra, 2010: 177), mas compõem-se, sobretudo, de fazeres mais complexos e de maior estrutura de produção. Isso implica, por exemplo, levarmos em consideração ações com caráter global, a exemplo da organização de exposições com artistas mundialmente reconhecidos, festivais de música internacionais, circuitos transnacionais de espetáculos de teatro e mostras de filmes sustentadas pelo élan de diferentes redes e negócios culturais, ao redor do mundo.

No contexto da globalização, tais eventos assumem, hoje, um novo significado. Eles são agora interpretados como exhibições empresariais, como criadores de imagens capazes de atrair fluxos significativos de capital, pessoas e serviços, segundo a perspectiva da mobilidade (Quinn, 2005). Festivais culturais podem ser vistos também como, particularmente, eficazes para alimentar novas rotas do turismo cultural e acoplá-las às

políticas de planejamento urbano (Roche, 1994). Isso porque eles se relacionam, de forma direta, com a imagem urbana, tendo em vista que, quanto mais a concorrência da cidade no mercado global se intensifica, mais urgentes se tornam as ações de marketing urbano (Martinez, 2012).

Ao colocarem foco na cidade como agente ativador de uma série de processos econômicos, os festivais se tornaram referência como portais de entrada para novos mercados simbólicos, endossando a presença crescente da cultura na economia globalizada (Matarasso, 2009). Esse entendimento contrasta com a concepção estreita deles existirem apenas como geradores econômicos: a prova disso foi a grande variedade de enfoques e enquadramentos de estudos encontrados, durante o processo de revisão bibliográfica desta pesquisa.

No debate relativo à configuração dos novos mercados globais, é preciso que relembremos a ideia da erosão dos Estados-Nação, comentada no Capítulo 1. O desgaste dos macrossistemas econômicos e das identidades culturais nacionais (Pred, 1995) resgataram a emergência das cidades como escala de mercado. A esse respeito, Newbold *et al.* (2015) esclarecem que, com a chegada dos meios de comunicação de massa e a popularização das indústrias culturais, o público não se sentiu mais atraído pelas demonstrações do processo de fabricação de nações, mas sim por seus produtos culturais - daí o retorno referencial às cidades e ao papel de âncora desempenhado pelos festivais na ativação desse discurso.

Com base no cenário francês, o trabalho de Négrier e Jourda (2007) ilustra de maneira interessante esse argumento. Utilizando dados advindos de um estudo de 86 festivais (76 de música e 10 de dança), os autores afirmam que o crescimento exponencial desses eventos é, em grande parte, produto da descentralização cultural levada a cabo pela França, desde o final da década de 1970. Não por acaso, a institucionalização da cultura no país tem um marco importante, nessa época, quando a intervenção política e a criação de uma agenda de trabalho, a longo prazo, associada à organização de eventos foi consolidada (Autissier, 2008). Além disso, no mesmo período, foi feita a renovação das equipes municipais de trabalho, e o campo cultural foi fundado como novo paradigma das políticas urbanas. Nas duas décadas seguintes, tal mudança desaguará na montagem de coletivos locais e na inserção de atividades festivaleiras entendidas, desta vez, como estratégias para

o desenvolvimento urbano local, e pensadas para acontecer em escalas menores (Autissier, 2008).

A cidade volta a ter protagonismo político e passa a ser importante a circulação de sua imagem no mercado da exibição (Boyer, 1998), com a finalidade de se projetar como espaço privilegiado para investimentos externos e, ao mesmo tempo, como laboratório para o incremento de mercados locais. Esse processo foi observado não apenas na França, mas também em outros países e, pouco a pouco, o discurso do turismo associado aos festivais culturais se sedimentou, vinculado desta vez ao discurso da economia criativa.

Nas duas últimas décadas, foram múltiplos os planos, diretrizes e programas de avaliação oficiais de entidades ligadas ao setor cultural, em todo o mundo, que passaram a adjetivar, criativamente, a cidade. O Relatório Kea, expedido pela *European Commission Directorate General for Education and Culture* (2006), é um bom termômetro dessa retórica, uma vez que faz captura da cultura pelo discurso das cidades criativas, de maneira direta. Servindo de base para uma série de ações de política cultural em território europeu, o documento diz que:

O campo das artes é uma poderosa ferramenta para o desenvolvimento local, um catalisador para o dinamismo das cidades criativas. Actua como elemento soft de localização numa política econômica local que visa incentivar o estabelecimento de empresas e pessoas talentosas. Ajuda a reforçar a integração social e assegura coesão territorial. É um atrator turístico de grande sucesso (European Commission Directorate General for Education and Culture, 2006: 35).

Vinculado ao discurso da indústria cultural, o mercado criativo passa a ser um setor estratégico no quadro da crescente competitividade econômica e territorial, à escala global. A partir dele, são estabelecidos alguns pontos em comum do cenário europeu que passaram a acontecer em efeito cascata: geração de valor agregado às atividades culturais; atração de turistas; investidores e profissionais altamente qualificados para cidades-sede de megaeventos e festivais; políticas culturais atuando como catalisadoras do desenvolvimento econômico e social. A cidade, que em seu processo de desenvolvimento esteve, majoritariamente, ligada às indústrias primária e secundária, passará agora a ser agenciada por um novo sistema modulatório: será preciso que cada uma delas construa uma identidade de marca que a torne distintiva como um ativo cultural. Em resposta a esse processo, o setor terciário começará a gerar fôlego econômico para a criação de novos

mercados de serviços e bens simbólicos, acirrando a corrida para a criação de identidade simbólica das cidades (Peixoto, 2001).

Ligada ao discurso da regeneração urbana, a nova economia política dos festivais culturais cria, a partir daí, uma série de sentidos discursivos que consagram o processo de turistificação e festivalização das cidades. Não por acaso, na revisão bibliográfica realizada sobre o tema, boa parte dos trabalhos encontrados estão vinculados a assuntos como o da indústria e do entretenimento, desaguando nas discussões das áreas do marketing (Kitterlin e Yoo, 2014) e do turismo, enfatizando a análise de benefícios econômicos para uma dada localidade (Getz, 2009; Fortuna *et al.*, 2012), endossando os impactos econômicos dos festivais culturais (Fernández, 2006) ou, ainda, narrando as trajetórias e protagonismos de diferentes iniciativas na área para o desenvolvimento local (Lourenço e Gomes, 2005) e para a promoção turística das cidades que os realizam (Trasforini, 2002).

A cultura passou a ser percebida como um importante setor produtivo ligado à competitividade das cidades, no mercado da atração de investimentos, evidenciando-a como pauta de trabalho, na agenda de inúmeras organizações internacionais. As manifestações culturais da modernidade que aparecem ao lado da introdução local das formas sucessivas de capitalismo industrial, estão, em grande medida:

[...] associadas a novas patentes de consumo, com as novidades de interagir com mercadorias, com a mercantilização de elementos da vida cotidiana que, anteriormente, não eram convenientes, com o marketing de massa de itens que já foram exclusivos ou sem antecedentes, com o novo (ou continuado) reinado do fetichismo das mercadorias⁴⁶ (Pred, 1995: 33).

Como mercadoria, o evento cultural precisará ser pensado e avaliado, a partir de seus diferentes valores, no mercado em que circulam. Embora seu potencial de lucro e liquidez econômica possa estar, diretamente, ligado ao seu tamanho - incluindo o comprimento e o espaço físico ocupado (Karpinska, 2009), será no campo da comunicação que ele mostrará algumas de suas facetas mais eficientes.

⁴⁶ Tradução livre do autor. No original “*Associated with new patterns of consumption, with the new ways of interacting with merchandise, with the commodification of elements of everyday life that were previously uncommodified, with the mass marketing of items either were once exclusive or are without antecedent, with the new (or continued) reign of commodity fetishism*” (Pred, 1995: 33).

2.6 Comunicação, *city branding* e mediatização da cidade

A esta altura, já está mais claro perceber por que os eventos culturais ganharam força e espaço de financiamento, dentro das redes globais de desenvolvimento urbano recentes. Merkel (2014) nos relembra o fato de que os festivais europeus criados ou fortalecidos, a partir da década de 1980, guardam relação direta com o crescimento de identidades setorizadas e com o surgimento exponencial de regionalismos europeus, dentro do processo simultâneo de globalização, discutido anteriormente. Atrelados aos grandes *lobbies* da indústria da música, dos mercados de comunicação e divulgação geridos pela mídia, iniciativas dessa natureza deslocaram, significativamente, os modos de promoção da cultura para um complexo jogo de mercado no qual, por muito tempo, a cidade esteve acoplada apenas servindo-lhe como palco, emprestando-lhes infraestrutura acessória para a promoção de eventos e espaço físico, fossem eles equipamentos culturais específicos ou não.

Enovelados por inúmeros processos de modulação, cidade e festival passaram, então, a fazer parte de um processo simbiótico que os potencializaram, criando novas retóricas discursivas que desembocaram em uma série de ferramentas técnicas e parâmetros profissionais. Relatórios de contagem de público, entrevistas com foco em audiências específicas, construção de perfis de consumo, instrumentos de detecção de investimento e impacto de mídia são estratégias e procedimentos que se reinventam constantemente, e que servem para desenhar planos de comunicação e ações de promoção do festival, ao mesmo tempo que incrementam, nesse processo, o alcance das estratégias de *city branding* e mediatização da cidade (Dinardi, 2017).

Atuando como ativo cultural, o evento precisa ter seus aspectos de comunicação tratados como variável rentável. Sua comercialização pode incluir:

- > Marketing de Eventos:
 - a exposição na mídia (aparições promocionais e cobertura efetiva da mídia atingem, significativamente, as percepções das pessoas, existindo maior probabilidade de os visitantes formarem imagens coerentes e poderosas do evento);
 - capacidade do evento para gerar ações simbólicas e valiosas adicionais, celebrações ou comportamentos na parte dos espectadores (por exemplo, celebridades mundialmente famosas que possam visitar o festival e a cidade, inaugurando cerimônias de novos monumentos ou placas comemorativas, construindo a calçada da fama, a renovação de uma parte importante da arquitetura urbana, ou realizando feiras comerciais adicionais);
- > Mensagem de evento, design e seu contexto:

- conteúdo do programa - sua estrutura e atratividade para o público; status profissional de palestrantes e espectadores;
- custos de participação - em função do tempo, esforço e dinheiro gasto no evento;
- valores organizacionais (atendendo aos padrões internacionais em termos de fluxo de informações coerentes, cronograma adequado, logística de eventos profissionais, etc.);
- poder de construção da comunidade (desenvolvimento da "sociedade do festival", o festival tomado como meio de socialização e incentivador do sentimento de pertença)⁴⁷ (Karpinska, 2009: 1).

Por conta deste detalhamento complexo e eficaz para o impacto da imagem do evento, intermediários culturais, gestores públicos e empresas de comunicação responsáveis pelo agenciamento de festivais de diferentes escalas têm colocado, cada vez mais, seu foco na criação do conceito curatorial e plano de comunicação de eventos culturais. Estas áreas são estratégicas, pois guiam toda a cadeia discursiva do festival, acoplando seu nome ao de sua cidade hospedeira, durante a criação das políticas promocionais e institucionais, nas quais eles estarão envolvidos.

Os debates em torno da consolidação de marca e da ativação de uma identidade que seja reconhecível pelos potenciais clientes e financiável por empresas tem sido objeto de discussão fundamental em cursos e tutoriais que ensinam como colocar em prática projetos na área cultural: “técnicas infalíveis para tornar seus sonhos de produção cultural realidade [...] e aceitáveis dentro dos padrões exigidos pelas leis de incentivo à cultura” (Simpla, 2016: 1). Mais do que a coerência do cariz artístico e o papel estético-político de contestação inerente ao campo da cultura, é importante ressaltar a versatilidade e a infalibilidade de um projeto que deve promover forte apelo comercial, conciliando público-alvo e interesses da empresa patrocinadora, num movimento que tem por objetivo aproximar, cada vez mais, os perfis dos espectadores ao escopo e consumo da marca.

A grande maioria dos festivais de música em Portugal, por exemplo, renderam-se a essa prática de forma extrema: no processo do famigerado *Brand DNA e Naming*

⁴⁷ Tradução livre do autor. No original “*Event marketability, including: - media exposure (promotional appearance and effective media coverage significantly impact on people's perceptions, thus the higher probability of visitors forming coherent and powerful imagery of the event); - event ability to generate additional symbolic and valuable actions, celebrations or behaviors on the spectators' part (e.g., world-famous celebrities visiting the festival and the city, - unveiling ceremonies of new monuments or commemorative plaques, building the walk of fame, renovation of some important part of urban architecture, additional trade shows); Event message, design and its context: - program content - its structure and attractiveness for the audience; professional status of lecturers, speakers and spectators; - costs of participation - as a function of time, effort and money spent at the event; - organizational values (meeting international standards in terms of the flow of coherent information, proper timing, professional event logistics, etc.); - community building power (development of the "festival society"; festival as a means of socialization; encouraging one's sense of belonging)*” (Karpinska, 2009: 1).

(Universidade Lusófona, 2017), eles mimetizaram seus nomes às marcas de grandes empresas, a exemplo do Super Bock Super Rock, do EDP Cool Jazz, do NOS Alive, entre tantos outros. Defendendo a ideia do acoplamento festival-cidade, é possível afirmar que as diversas empresas que hoje financiam esses eventos têm ligado diretamente seus nomes à cidade de Lisboa - gerando um mecanismo evidente de mediatização e de mercantilização dessa cidade. Num segundo nível do processo, grandes equipamentos de lazer e espaços culturais de referência da cidade, também, passaram a mimetizar seus nomes com o nome de grandes marcas: em Lisboa, o Pavilhão Atlântico se converteu em Meo Arena, primeiro, e Altice Arena, depois; e, no Rio de Janeiro, o Teatro Rival chama-se, agora, Teatro Rival Petrobrás. Em São Paulo, tem-se observado o mesmo processo, entretanto, com casos mais voltados para a abertura de novos espaços culturais ligados, exclusivamente, à música - a exemplo da Casa Levi's, na Barra Funda e da Casa Natura, no Bairro Pinheiros.

Esses e outros casos estão ligados a um dispositivo maior de criação de marcas para a competitividade das cidades no mercado turístico. Tal assunto é abordado de maneira muito interessante por Martinez (2012): o autor discute a existência de correntes de pensamento sobre processos de *branding* de cidades, e analisa a importância da identidade local como fator prévio para o gerenciamento estratégico do marketing. Martinez (2012) propõe um modelo que tenha uma fase inicial de planejamento físico e design urbano, seguido por um processo de marketing em intercâmbio com os vários grupos envolvidos para, finalmente, encerrar-se com criação de uma marca (Martinez, 2012). Ela é, assim, o resultado da combinação entre festival e cidade e, tanto mais forte será, quanto melhor puder atestar a capacidade de divulgação desse par. Nesse processo, a identidade local poderá ser decisiva por sua diferenciação e consagração no mercado de consumo cultural.

A ideia da captação e mediação de capital cultural trabalhada por Flinn e Frew (2014) ajuda-nos a compreender melhor os desdobramentos contemporâneos ligados a este tema. Os autores apresentam pistas interessantes para pensarmos sobre o papel dos festivais no grande mercado da cultura:

[...] a adesão às regras criadas pelo mercado da comunicação facilita a estratificação social, dentro do festival, através do desenvolvimento do capital cultural entre seus consumidores. É essa a maneira pela qual os consumidores sentem-se atraídos, imigram e, o mais importante, captam e medeiam essa competição cultural nas suas redes sociais e no mundo externo. Além disso, a gestão moderna passou a desempenhar um papel

fundamental para tornar este jogo profissional e processual, perpetuando a existência do próprio festival⁴⁸ (Flinn e Frew, 2014: 422).

Costurados pelo campo da comunicação, o marketing e a identidade local criam estratégias de potencialização do mercado de consumo, muitas vezes, justificando-as com o objetivo de “atender à satisfação do cliente”. Sendo assim, esse campo tem representado a submissão e continuidade desta lógica: especificidades etnográficas, peculiaridades culinárias, estilos artísticos, paisagens naturais raras e monumentos históricos associados a eventos e outros tantos aspectos idiossincráticos que, pouco a pouco, vêm se convertendo em domínio da imagem corporativa e preparando caminho para criação de *merchandisings* e campanhas comerciais. Amiúde, este processo se complexifica e filtra a marca do visual para o aural (Wynn e Yetis-Bayraktar, 2016), fazendo emergir um novo mercado da experiência, que passará a conduzir a configuração da competitividade da cidade (Costa, 2002b; Ferreira, 2006; Seixas, 2010).

A associação entre turismo e cidade requisitou que fosse criada a referência de localidade: lugares com características idiossincráticas próprias, ou abraçados por uma rota turística temática, dentro de uma identidade estendida (Anastassova e Luizov, 2016), podem definir produtos a serem consumidos e anunciá-los a perfis de consumidores específicos. A esse respeito, Négrier e Jourda (2007) observaram que várias regiões francesas tendem a autointitular-se de “terra dos festivais (Bretanha, Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon), mesmo que a intensidade da presença desses eventos na região continue a favorecer os resorts”⁴⁹ (Négrier e Jourda, 2007: 9). Existe, aí, uma noção de identidade (Anastassova e Luizov, 2016), capaz de amalgamar uma série de processos identitários, em torno de um único ícone - o festival. Tal cadeia de significação é fundamental para que sejam criadas as estratégias de trabalho, no campo da comunicação e da divulgação geral do evento.

⁴⁸ Tradução livre do autor. No original “*To these rules facilitates social stratification within the festival via the development of cultural capital amongst consumers. It is this manner by which consumers are attracted to, become immersed in and, most importantly, capture and mediate this cultural competition to their social networks and external world that is central here. Moreover, modern management has come to play a key role in making this game [...] to maintain the ‘professional modes of operation’ and ‘procedural rules’ essential to perpetuating festival itself*” (Flinn e Frew, 2014: 422).

⁴⁹ Tradução livre do autor. No original “*Terre de festivals” (Bretagne, Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon) même si l’intensité de la présence de ces événements en région continue de favoriser les lieux de villégiature*” (Négrier e Jourda, 2007: 9).

A relação de proximidade empreendida entre processos de mediatização e venda de imagem da cidade e os mecanismos de comunicação, utilizados para promover os festivais contemporâneos, configura-se numa retórica de poder bastante eficaz em nossa contemporaneidade. Por outro lado, a comunicação passa a compreender também materialidades em devir, anunciar possibilidades, futuros e diretrizes para o desenvolvimento das cidades. Reside, aí, a sua importância: ela abriga discursos, enquanto modulações, que podem se autodeformar e se recriar constantemente, funcionando como elo de ligação entre o real e o virtual. O papel desta investigação se encontra neste lugar de ponte, buscando empreender diálogos entre diferentes áreas e edificar, a partir daí, bases sólidas que permitam tomar os festivais urbanos como objetos de estudo.

2.7 Festival e *placemaking*: atmosferas imateriais, estruturas materiais

Cem Soldos, 3 de agosto de 2017. A semana como voluntário no Festival Bons Sons se inicia com cinco dias de antecedência da chegada do evento, que tem como pilar principal a disseminação da música portuguesa. Localizada nos arredores do município de Tomar, na região do Médio Tejo, a pequena aldeia que produz o festival se compõe de cenário interiorano, com tom eminentemente rural: está envolta por parreirais, oliveiras e outros cultivos agrícolas. Esta paisagem emoldura a rotina pacata e ensolarada dos cerca de 400 moradores que ali vivem, e que uma vez por ano testemunham a transformação da pequena aldeia para a chegada do festival. No centro comunitário da Associação Cultural Sport Club Operário (SCOCS), onde funciona a sede de produção do evento, o movimento é intenso. Além da equipe de organizadores, a aldeia recebe ali uma média de 80 voluntários que auxiliarão nas atividades de produção do festival durante toda a semana. Dia após dia, observava a paisagem cem-soldense se modificando. O casario caiado a branco e o largo em terra batida no centro da aldeia paulatinamente eram recompostos em meio ao volume crescente das atividades da pré-produção do festival.

Pequenos cuidados permitiam-me perceber a sensibilidade da montagem e produção do festival na aldeia. A placa indicativa para o Mini Mercado da Mônica, compensava a posição pouco privilegiada que o estabelecimento ganhara após a instalação do Palco Lopes-Graça, arena principal do evento, logo à frente do estabelecimento. Com a montagem das estruturas técnicas de som, localizadas justamente abaixo do Palco Aguardela, o pequeno chafariz e ponto de água junto ao centro do Largo do Rossio ficou rodeado por andaimes e caixas de som. Mesmo assim, dois encordoamentos laterais permitiam o acesso público ao bebedouro. As marcações de quadrantes numerados vistas na singela Rua do Cerco aos poucos eram ocupadas com a chegada dos feirantes de marroquinarias, vendedores de refeições e outros serviços de apoio ao festival. Dois contentores estacionados no centro da vila se transformariam em cabines de transmissão ao vivo de rádio e TV. Carrinhas e caminhões carregados com suprimentos e estruturas diversas chegavam o tempo todo na aldeia: amiúde, a fachada das casas dos residentes eram transformadas em tascas, áreas de comércio de bebida e espaços para a venda de artesanato. Os usos dos espaços se diversificavam e, à medida que os dias corriam, a atmosfera de Cem Soldos se tornava mais vibrante. O número 45 da Rua da Calçada se converteu em camarim de acolhida para os artistas do Palco Giacometti e na sede da SCOCS eram iniciadas atividades para o entretenimento de moradores e visitantes, além de uma série de bricolagens feitas pelos voluntários como tarefas de pré-produção do festival. Durante os quatro dias de evento, estas atividades deram lugar a outras práticas naquele local: o salão comunitário ganhou uma mesa de ping pong e meia dúzia de computadores utilizados para jogos de vídeo e acesso livre à internet. Amiúde, as mesas junto ao bar da associação deixavam de ser espaço de trabalho para receberem grupos de amigos a partilhar copos, ou então servirem de lugar para o pequeno almoço dos visitantes da aldeia.

A retórica do #vemviveraaldeia professada pela comunicação do evento se mostrava presente por todas as partes, transformando o cotidiano local em outro espaço/tempo, e fazendo de Cem Soldos o mote perfeito de materialização da imagem do Bons Sons.

Discutindo sobre os recentes significados presentes nos festivais contemporâneos e aliando-os ao sentido primeiro de atuarem como práticas de celebração, Chalcraft *et al.* (2011) ajudam a entender o processo de ambientação de Cem Soldos. Os autores enfatizam que, durante a sua realização, eventos como o Bons Sons contam histórias sobre determinados gêneros de artísticos, sobre seu lugar e sobre a organização que o criou (Chalcraft *et al.*, 2011). O caso da pequena aldeia do Médio Tejo é um microcosmos do que se repete em aglomerações urbanas de diferentes escalas, e são narrativas como essa que delineiam o interesse das ciências humanas e sociais sobre eventos dessa natureza.

O exemplo, anteriormente descrito, apresenta evidências que nos permitem perceber melhor o papel dos festivais como criadores de uma atmosfera diferenciada para os lugares que as sediam. Seu potencial transformador e gerador de novos sentidos materiais e imateriais advém dos “modos como os eventos culturais entram em espaços físicos específicos e ocupam campos estéticos particulares, para serem transformados em agentes estruturantes para as artes e para a sociedade”⁵⁰ (Chalcraft *et al.*, 2016: 68). “Esse entendimento é importante para o gerenciamento de paisagens urbanas históricas, não apenas pelo seu tecido físico, mas também pelos valores e continuidades neles incorporados”⁵¹ (Sahasrabudhe e Kashyap, 2016: 155).

De uma forma ou de outra, os festivais sempre acabaram influenciando a dinâmica material das cidades, ao longo de seu desenvolvimento histórico. O surgimento de estruturas materiais que, em um primeiro nível, aparecem como propostas efêmeras e soluções pontuais, mais tarde, podem respaldar-se em desenhos arquitetônicos e projetos permanentes. A princípio, esses desdobramentos agem sobre os modos de vida urbanos por meio de sociabilidades, horários e formas de estar no espaço público para, em seguida, influenciar a arquitetura de praças, a gestão de espaços públicos e a criação de lugares diversos destinados a essas práticas de celebração pública. É com base nas demandas de produção do Bons Sons, por exemplo, que foi traçado o projeto de requalificação do Largo

⁵⁰ Tradução livre do autor. No original “*It is the way(s) in which cultural events enter specific physical spaces and occupy particular aesthetic fields to be transformed into structuring agents for the arts and for society*” (Chalcraft *et al.*, 2011: 68)

⁵¹ Tradução livre do autor. No original “*This understanding is important for managing historic urban landscapes, not just for their physical fabric, but also for the values and continuities embedded in them*” (Sahasrabudhe e Kashyap, 2016: 155).

do Rossio, previsto para acontecer em Cem Soldos, nos próximos anos (Cidade de Tomar, 2014).

Diferentes projetos de regeneração urbana, já, há algum tempo, têm sido respaldados pelo conceito do *placemaking*, “inspirando as pessoas a reimaginar e reinventar espaços públicos como o coração de cada comunidade [...] pelo qual podemos moldar nosso domínio sobre o bem público e maximizar o valor compartilhado”⁵² (Project for Public Spaces, 2018: 1). Nesse processo, os eventos têm desempenhado um papel importante, uma vez que servem como motivos de reunião das pessoas para falarem sobre as mudanças necessárias ao seu ambiente. Colocando a cidade, lado a lado, com a cultura e tomando-a como um local de ações a serem ativadas, os eventos culturais têm funcionado para a criação de lugares excepcionalmente atraentes aos trabalhadores talentosos, para que eles desejem lá estar e viver (Wycoff *apud* Brito e Richards, 2017).

Alguns estudos realizados sobre a relação entre eventos e *placemaking* relacionam o papel da criação de paisagens sonoras a cenários sinestésicos. A esse respeito, Fortuna (2008) sugere pensar sobre paisagens sonoras urbanas e as aproximações entre som, cultura popular e patrimónios intangíveis das cidades. Revill (2016), por sua vez, apoia-se na noção de agência política para discutir a produção processual do espaço sonoro como relacionalidade sócio-material, sugerindo implicações para os estudos geográficos de experiência sensorial, baseadas em reflexões sobre política e materialidade.

Com foco mais direto em eventos musicais, Wynn (2015) sublinhou a forma como as cidades de Austin e Nashville basearam seus esforços na decoração de seus eventos musicais para converterem-se em “cidades da música”. Esse slogan também foi debatido por Florida (2016), no artigo *How Music Festivals Shape Cities*. Nele, o autor discute contradições, processos homogeneizadores e criação de lugares artificiais envolvendo diferentes paisagens sonoras. Nessa mesma direção, Rota e Salone (2014) discorrem sobre o assunto, de forma generalizada, quando esclarecem que “iniciativas artísticas não

⁵² Tradução livre do autor. No original “*Inspiring people to collectively reimagine and reinvent public spaces as the heart of every community [...] by which we can shape our public realm in order to maximize shared value*” (Project for Public Spaces, 2018: 1).

convencionais permitem um efeito importante do prazer estético, do entretenimento coletivo e da participação social no espaço urbano”⁵³ (Rota e Salone, 2014: 92).

Além da relação de ordem material direta com o desenvolvimento das cidades, a realização de festivais pode, ainda, suscitar uma série de ações interligadas com seus processos organizacionais, a exemplo do estabelecimento de políticas de sustentabilidade, relações de boa vizinhança, tarifários de serviços de alimentação e locação de imóveis, condução de novos procedimentos burocráticos ligados à gestão de eventos, entre outras. Isso ocorre porque, segundo Zukin (1995), as economias simbólicas combinam dois sistemas que caminham em paralelo: a produção do espaço, com sua sinergia de investimento de capital e significados culturais, e a produção de símbolos que serão utilizados como moeda comercial (Zukin, 1995).

No decorrer desse processo, a cidade se decanta em infraestruturas, modelos arquitetônicos, leis de regulação e dispositivos múltiplos que encadeiam sujeitos e objetos, atores humanos e não-humanos, materialidade e imaterialidade em uma intrincada rede de relações (Latour, 2012). Afinal de contas, conforme sugere Mattern (2013), uma infraestrutura é um relacionamento ou uma regressão infinita de relacionamentos e, portanto, pode ser mapeada e documentada a partir de seus jogos e performances.

A criação de uma linguagem de identidade social (Zukin, 1995) acaba passando pela construção de infraestruturas e projetos de planejamento urbano, e não podemos nos esquecer de que a construção de equipamentos culturais e infraestrutura urbana, em geral, guarda relação com diversos dos temas referenciados, anteriormente, neste capítulo (relação entre arquitetura e nacionalismo, entre festival e controle social, entre cidade e mercados de exibição, por exemplo).

Se, há um século, a cultura era tomada como ícone de poder no ordenamento estético das cidades industriais - as quais muitas vezes, precisavam ser coroadas pela edificação de um majestoso teatro municipal, salão de ópera ou museu histórico - hoje, em dia, esse signo parece ter ganhado forma mais dinâmica e expressa em relação direta com a capacidade que cada cidade tem na realização de festivais e eventos culturais. Daí, o exercício ininterrupto por parte do poder público, de profissionais do marketing urbano e

⁵³ Tradução livre do autor. No original “*Unconventional art initiatives allow for an important effect of aesthetic enjoyment, collective entertainment and social participation within the urban space that we refer to here as the concept of place-making*” (Rota e Salone, 2014: 92).

de produtores culturais em criar rótulos, conceitos e tendências para a transformação de suas cidades em espaços criativos, vivos e capazes de atrair, cada vez, mais número de pessoas e capital cultural.

2.8 Festivalização e modulação: categorias para novas abordagens entre cidade e cultura

Edimburgo, 24 de agosto de 2017. Na Royal Mile, um dos principais endereços turísticos da capital escocesa, gruas ajustam pontos de iluminação para um dos espetáculos que irão compor a programação do 70º Edinburgh International Festival. No quarteirão seguinte, deparo-me com uma fachada colorida delimitada por instrumentos musicais estilizados, que percebi em seguida se tratar da loja oficial para a venda de produtos do Fringe Festival. Subindo a avenida na direção do Castelo de Edimburgo e entre uma multidão de pessoas, cruzo o tempo todo com artistas de rua, pórticos temáticos, mobiliários urbanos criativos, fotógrafos profissionais e equipes de cinegrafistas. Logo acima chego ao The Hub: uma bilheteria e um café localizados no prédio de uma majestosa torre de arquitetura gótica medieval, lugar chave para o funcionamento dos principais festivais da cidade durante o ano. Da avenida irradiam-se as dezenas de espaços que acolhem atividades culturais de todos os tipos, e que fui pouco a pouco desvendando ao longo da semana.

Muitos são sabem, mas na verdade quando falamos em Festival de Edimburgo, estamos falando apenas de um dos vários festivais que tomam lugar naquela cidade durante o mês de agosto. Nesta época, existem outros grandes eventos ocorrendo concomitantemente ali, motivo pelo qual a capital escocesa é conhecida como “a cidade dos festivais” (Edinburgh Festival Cit, 2018). Além do tradicional Edinburgh International Festival e do Edinburgh Fringe Festival, é possível citar aqui o Royal Edinburgh Military Tattoo e o Edinburgh International Book Festival.

No mês anterior daquele mesmo ano, antes da ida ao Reino Unido havia presenciado a realização de um caso similar na região provençal francesa: o Festival D'Avignon. Enquanto decorriam seus espetáculos, outra enormidade de atrações eram levadas a cabo pela programação do Festival Off na cidade. Menor e mais caminhável, Avignon se tornou referência mundial já há bastante tempo por sediar estes eventos culturais.

Para lá da grandiosidade do *Palais des Papes*, auditório singular da cidade, existem outras idiossincrasias que fazem deste um endereço único em termos de cultura. A ênfase na criação de uma atmosfera de rua específica prendeu minha atenção durante os dias que participei dos eventos. Ao longo do dia, companhias de teatro de todo o mundo concediam ao público pequenas pílulas de seus espetáculos para divulgar seus trabalhos e atrair plateias. Enquanto cruzava com artistas variados pelas vias públicas de Avignon, varais de cartazes emolduravam áreas arborizadas e preenchiam o espaço entre postes e muros, colorindo de forma única aquela paisagem urbana. Escolas foram convertidas em espaços multiúso de serviços educativos de arte e em palco para espetáculos infantis, haviam pontos de venda de *merchandising* espalhados pela cidade, além da existência de uma biblioteca e livraria inteira especializada em livros de teatro e cultura.

Naqueles dias, fiquei surpreso em perceber como aquela cidade havia metamorfoseado-se em “cidade-festival” na promoção de seus festivais do ponto de vista estrutural. O Cours Jean Jaurès, principal elo de ligação do centro histórico com a Gare D'Avignon estava interdito para o acesso de veículos. Além de placas indicativas, cones e outros aparatos similares, o desvio do trânsito era assessorado por uma série de policiais civis. Entre um misto de controle, festa e ludicidade, a experiência durante aquela semana foi intensa e surpreendentemente interessante para pensar como cidades tradicionalmente conhecidas por seus festivais se transformam durante o processo de produção destes eventos.

Provavelmente, Avignon e Edimburgo sejam as cidades mais idiossincráticas para a realização de festivais de teatro, na Europa, e quiçá do mundo todo. Por isso mesmo, esses casos são reveladores de evidências importantes a respeito do processo de festivalização da cidade contemporânea. O marco de passagem do século XX ao século XXI trouxe consigo um novo padrão de acoplamento cidade/cultura, demonstrado pelo rápido crescimento dos festivais e eventos culturais, em diversas cidades do mundo. A extensa série de casos e exemplos apresentados nos Capítulos 1 e 2 atestam este fenômeno e ilustram a grande infiltração do tema em outros assuntos relativos às humanidades, em geral, nos últimos anos.

Esse quadro requisita que o conceito de cultura seja abordado numa perspectiva crítica e dinâmica, quando se procura compreender em que medida essas atividades têm modulado a vida urbana. Rizomático e aberto, tal conceito reporta-nos para realidades que se constroem e reconstroem, continuamente, a exemplo dos casos citados acima. Como campo repleto de miríades, interesses e possibilidades, a cultura se tornou, hoje, objeto central de inúmeros processos de modulação da cidade, na medida em que condiciona a produção de seus espaços à lógica de estrutura e consumo, demandada por festivais ligados a diferentes disciplinas artísticas. A tradição dos estudos culturais, que teve como um de seus expoentes principais a teoria da indústria cultural de Adorno e Horkheimer (1985), dialoga, já, há algum tempo, com uma série de autores e diferentes campos do conhecimento, conduzindo o tema da cultura a um lugar, por definição, polissêmico.

Os tópicos trabalhados até aqui ajudam-nos a entender, mais detalhadamente, esse mosaico de significados, uma vez que tomam a cultura a partir da complexa rede de articulações que a relação entre festivais e cidade convoca. Eles suscitam, ainda, outras reflexões, a exemplo das retóricas que envolvem os processos de regeneração urbana, aliadas aos novos processos de turistificação e gentrificação urbana; à cidade como escala de mercado e à economia dos festivais como microcosmos de um processo de funcionamento global; às implicações advindas da tomada dos eventos culturais como criadores de identidade urbana, como acontecem com os casos de Edimburgo e Avignon. A partir disso e, com base nos recentes processos de festivalização da cultura identificados

por Bennett *et al.* (2014), pode-se afirmar que estamos passando por um complexo processo de festivalização da cidade.

Como evidências, é possível citar o surgimento de lojas e a comercialização de material de *merchandising* que relaciona a cidade a signos culturais, sejam eles de teatro ou literatura, ou na forma de *sound souvenirs* (Bijsterveld e Van Dijck, 2009). A institucionalização desse segmento está refletida, também, na criação específica de setores administrativos para a gestão de festivais. Em São Paulo, por exemplo, a Virada Cultural demandou a criação de um “Departamento de Eventos Especiais” na Secretaria de Cultura Municipal da cidade. A sedimentação deste campo, também, adentra a cidade por meio da criação de equipamentos culturais específicos, escritórios administrativos e revitalização de patrimônios e pontos estratégicos, na cidade, destinados exclusivamente à gestão de festivais e projetos criativos, a exemplo do The Hub no caso de Edimburgo.

Nessa dinâmica, é possível citar, também, a criação de núcleos de pesquisa e organização de eventos científicos e tecnológicos que promovam o debate, a reflexão teórica e o lançamento de medidas de inovação sobre o assunto. Analisando a vasta produção científica acumulada nos últimos anos, ao redor do tema, e explicitada nestes primeiros capítulos é possível falar, inclusive, em festivalização do campo dos estudos culturais. Outra prova desse processo é a realização, cada vez mais constante, de eventos que mesclam festival e debate teórico/científico em torno de temas urbanos, em cidades ao redor de todo o mundo. Entre uma série de exemplos, é possível citar, aqui, o Festival Cultural sobre Urbanismo e Innovación Cultural em Bilbao⁵⁴, o Festival We Make the City em Amsterdam⁵⁵, o CoCidade - Festival de Iniciativas Colaborativas, em São Paulo⁵⁶, e a KISMIF Conference, na cidade do Porto⁵⁷.

Outro ponto que tem atestado o fenômeno da festivalização na cidade contemporânea se refere às operações logísticas que relacionam estrutura e engenharia urbana ao tema da cultura (Liu e Chong, 2007; Mattern, 2013). Equipes extras de segurança, recursos humanos para limpeza de vias públicas e departamentos de trânsito,

⁵⁴ Mais informações: <http://7festival.urbanbat.org>.

⁵⁵ Mais informações em: <https://wemakethe.city/nl/>

⁵⁶ Mais informações: <https://www.facebook.com/CoCidade>

⁵⁷ Mais informações: <https://www.kismifconference.com/pt/>

constantemente precisam ser acionados para solucionar demandas geradas pela realização de megaeventos urbanos. Nesse sentido, tem sido comum a criação de linhas e horários especiais para a circulação de transporte público, ou a interdição de vias de trânsito, como explicitado no caso de Avignon. A cadeia produtiva dessas iniciativas tem demandado, também, a criação de estratégias específicas, por parte do poder público, para a mitigação de impactos ambientais e gestão de resíduos sólidos advindos de festivais de diferentes tamanhos (Souza e Nunes Junior, 2017; Martinho, G. *et al.*, 2018).

A utilização da propaganda de festivais e atrativos culturais do gênero, em pacotes de viagem e outros programas de promoção de cidades como destino turístico, funciona na mesma direção deste argumento. A criação da marca Edinburgh Festival City (2018), é um bom exemplo disso: através dela, a capital escocesa prevê um vasto calendário de eventos culturais, ao longo de todo o ano, garantindo a presença de turistas e do público visitante. Tal fenômeno pode também ser observado nas cidades escolhidas como casos de estudo desta investigação. No tocante às festas populares, é possível citar por exemplo o Carnaval e a Parada Gay, em São Paulo, e os Santos Populares, em Lisboa. Essas e outras iniciativas têm formulado campanhas de comunicação que estreitam a relação entre a cidade e um festival ou festa, em específico. De forma geral, tais desdobramentos nos levam a pensar no que estamos em pleno processo de festivalização da cidade e, por isso mesmo, incitam a reabertura do conceito de cultura.

Nessa dinâmica, surgem novas cadeias de sentidos que buscam conciliar táticas político-econômicas como discursos homogeneizadores atuantes, hoje, no desenvolvimento de cidades. O gerenciamento dos processos de *city branding* e a relação entre estratégias de *place attachment* (Wynn, e Yetis-Bayraktar 2016) e *placemaking* (Project for Public Spaces, 2018) vêm trabalhando na criação de vínculo emocional entre pessoa e lugar, pela criação de uma “atmosfera festivaleira”, através de campanhas promovidas pelo crescente número de profissionais ligados ao marketing urbano (Martinez, 2012; Anastassova e Luizov, 2016). As empresas de ativação de marca, por exemplo, são produtos deste processo e têm trabalhado no limiar da relação entre festival e cidade, para a montagem de cenários urbanos mediatizados.

Frente às rápidas transformações trazidas pelas novas tecnologias, a abordagem da cultura como realidade em constante reconstrução e ressignificação, reivindica que sejam

concebidos os novos processos de modulação como pressupostos teóricos, não apenas pelo princípio autodeformante que o envolve, mas também pela ampliação do diálogo com outras práticas cotidianas de fronteira, por ele suscitado. Tomar tal atitude significa aceitar um convite de compreensão liminar sobre um tema que, por si só, carrega sentido de transbordamento e transindividuação ([1958] 2005). Assim, para entender os meandros pelos quais, atualmente, o campo da cultura circula, é preciso que sejam conhecidos os dispositivos de poder aos quais eles estão associados, assim como as novas tecnologias que andam, invariavelmente, algures nesse jogo.

Perceber a que níveis a Virada Cultural e o Mexefest representam o sentido identitário de seus locais de atuação ou, em outro sentido, como eles são usados para remodelá-los, segundo os princípios e conceitos advindos do modelo Nuit Blanche e SXSW, no desenvolvimento urbano e na criação de novos mercados para o consumo de música e bens culturais em São Paulo e Lisboa, configura-se numa dos objetivos pretendidos por esta pesquisa. Eles são sustentados pelas primeiras pistas que tomarão corpo, a partir da enunciação do caminho metodológico e apresentação do terreno de estudo no Capítulo 3 e, principalmente, na apresentação dos resultados acumulados no desenvolvimento desta pesquisa, nos capítulos posteriores. Além desses, o papel desempenhado pela emergência das economias da noite, as reflexões sobre o tema da identidade, segundo a ótica dos festivais comunitários e da comunidade, e efeitos moduladores advindos das novas formas de controle social informal (Groff, 2015) vincularão as evidências trazidas durante a coleta de dados ao estado da arte do tema no campo dos estudos culturais.

É preciso relembrar que a cultura, entendida como algo polissêmico, contém um diálogo entre tese e antítese que está, o tempo todo, presente entre estabilidade e descontinuidade das dinâmicas contemporâneas. Essa ambivalência contesta o caráter fugaz, geralmente, atribuído aos festivais de música e eventos culturais, considerados por esta tese como importantes agentes de modulação da cidade. Assim como esse conceito é central para a análise dos novos mecanismos de controle, na sociedade contemporânea, ele também o é para os fins desta pesquisa, especialmente pelo fato de que em seu modelo teórico existe a presença de sistemas abertos e em constantes transformações.

Capítulo 3 - Metodologia e apresentação do terreno

A descrição do percurso metodológico que orienta esta pesquisa será feita em três diferentes momentos. O primeiro deles versará sobre matriz epistemológica e autores que sustentam o olhar qualitativo escolhido para refletir sobre os casos de estudo empíricos, buscando tomar a escolha como limite e necessidade de construção de *hinterlands*, apropriadas para sustentar declarações sobre a realidade a ser investigada (Law, 2004). Além de delinear princípios, autores e ideias mais gerais, este primeiro momento estará centrado também no que chamarei de *metodologias para a efemeridade*, entendendo que a prática de pesquisa, em festivais urbanos, exige uma abordagem que seja capaz de tomar esses eventos de acordo com as características de fugacidade e ubiquidade que eles contêm. Além do diálogo com a Teoria Ator Rede (TAR) de Bruno Latour e com o pensamento pós-estruturalista de John Law (2004), estarão também envolvidos, nesta discussão trabalhos que dialogam com a etnografia sensorial (Pink, 2009) e, mais especificamente, com a discussão sobre paisagens sonoras e criação de atmosfera urbana através da música (Birdsall, 2013).

O segundo momento buscará fazer a aproximação do leitor junto ao terreno, propriamente dito, apresentando os casos de estudo, justificando-os e fazendo seu enquadramento nos contextos que os acolhem: o Mexefest, em Lisboa e a Virada Cultural, em São Paulo. Por fim, o terceiro momento descreverá em detalhes todo o processo de aproximação feito com a pesquisa empírica, em ambos os países. Buscar-se-á evidenciar nuances do enredo da pesquisa, detalhando as técnicas utilizadas, o cronograma de atividades e outras informações relevantes que posicionarão o leitor, de maneira clara, para a apresentação e a interpretação dos dados que serão desenvolvidas nos capítulos posteriores.

3.1 Diálogos com a Teoria Ator Rede

Tomando a cidade como contexto e repleta de registros e atmosferas específicas, é utilizada como pano de fundo desta pesquisa a Teoria Ator Rede (TAR), segundo o princípio de que, nela, atores humanos e não-humanos estão ligados a uma rede de elementos e performam determinadas realidades (Latour, 2004). O valor da obra latouriana

mostra-se interessante por apresentar uma abordagem sobre os processos sociais: mais do que as conclusões, importam sobretudo os caminhos utilizados para chegar até elas. É na renegociação constante entre sujeito e objeto que as fronteiras podem ser feitas e desfeitas, tal como indicado pela matriz epistemológica escolhida para esta pesquisa.

Como o terreno pode dialogar com diferentes teorias metodológicas? Que particularidades, presentes no trabalho investigativo sobre festivais, permitem que sejam tecidas novas contribuições teóricas, no campo das ciências sociais? Essas perguntas sugerem o mote inicial para a base condutora que sustenta esta pesquisa e nos leva diretamente a dialogar com a TAR. Ela se liga a uma série de outras teorias metodológicas, que entendem a produção do conhecimento científico de maneira menos cartesiana e mais aberta, fluida e complexa. Efetuando uma pouco elogiosa avaliação das metodologias mais normativas, elas procuram, enfaticamente, combater o positivismo e as derivantes tomadas a partir das teorias científicas em geral, buscando defender um maior pluralismo metodológico. Esse foi o caso, por exemplo, da clássica obra *Contra o Método*, de Paul Feyerabend (1977), e de *Power and invention*, notório trabalho de Isabelle Stengers (1997), onde a autora contrapõe a construção de um método linear, a partir das ciências exatas. Tais referências foram fundamentais para o adensamento dessa temática, em seus respectivos contextos de publicação, e acabaram influenciando o pensamento científico contemporâneo.

Se, por um lado, alguns metodólogos no campo das ciências sociais se fazem presente de forma direta ou indireta, nesta pesquisa, tal como é o caso de Pierre Bourdieu (2007), Émile Durkheim ([1912] 2003) e Walter Benjamin ([1935/1939] 2001); por outro, enveredando para uma visão mais aberta e porosa sobre as realidades investigadas, a construção argumentativa da tese acabou me conduzindo para a leitura de pensadores pós-estruturalistas e intuitivos (Law, 2004), a exemplo de Gilbert Simondon ([1958] 2005), Michel Foucault (1979; [1967] 1984), Gilles Deleuze e Félix Guattari (1997). Essa escolha dialoga com o pensamento latouriano, uma vez que a "realidade objetiva dos fatos sociais pode ser melhor investigada, a partir dos rastros deixados pela propagação e reiteração de configurações relacionais" (Ferreira, 2010: 1) e que "uma maneira alternativa de definir sociologia é torná-la o estudo de associações" (Latour, 1986: 277). De acordo com o autor, "uma proposição (construção) não é uma representação da mente ou da sociedade sobre

uma coisa, um objeto, uma questão de fato, mas o engajamento de um certo tipo de mundo, em um certo tipo de coletivo”⁵⁸ (Latour, 1997: xiii–xiv). Segundo o princípio de que a realidade é produzida o tempo todo, por atores, cabe ao pesquisador o papel de relatá-la a partir da escolha de determinados enredos. Nas palavras de Bruno Latour: “não vamos tentar discipliná-la [a realidade], fazê-la caber em nossas categorias; vamos deixá-la implementar seus próprios mundos e, somente depois, vamos pedir para explicar como veio a estabelecê-los”⁵⁹ (Latour, 2012: 23). Embora a TAR invista na singularidade como existência de conjuntos definidos, únicos e limitados de processos a serem descobertos, ao mesmo tempo, ela trabalha também no sentido de despojar o objeto dessa qualidade, uma vez que “somente depois que as controvérsias forem resolvidas e as declarações que relatam sobre a natureza se tornarem fixas, definidas e não ambíguas, poderíamos chegar a uma realidade única, singular”⁶⁰ (Law, 2004: 32).

Num movimento quase oposto, a multiplicidade pode ser percebida como o produto ou o efeito de diferentes conjuntos de dispositivos e práticas de inscrição (Law, 2004), daí a tomada de diferentes pontos de vista, nesta pesquisa, sobre o tema dos festivais, a exemplo de toda a cadeia argumentativa apresentada no Capítulo 2. Ao invés de se projetar com olhar unidirecionado para estes e outros casos de estudo, é e será sempre necessário escapar dos postulados singulares e responder, criticamente, a um mundo composto de um excesso de forças e relações de poder (Law, 2004).

Entendo que o fazer científico precisa descortinar estas questões, quebrando a aparente ligação direta existente entre forma e função (Nunes Junior, 2016) e presente em linhagens investigativas mais cartesianas, de modo a fazer emergir a polissemia escondida em cada objeto. Desse modo, este capítulo metodológico busca concatenar os dados recolhidos na pesquisa empírica, colocando-os em diálogo com referências que endossam as técnicas de investigação utilizadas, durante o trabalho de terreno, e fazendo dos casos de estudo um mosaico de novas possibilidades para o campo dos estudos culturais.

⁵⁸ Tradução livre do autor. No original “*A proposition (construction) is not a representation from the mind or from the society about a thing, an object, a matter of fact, but the engagement of a certain type of world in a certain kind of collective*” (Latour, 1997: xiii–xiv).

⁵⁹ Tradução livre do autor. No original “*Won't try to discipline you, to make you fit into our categories; we will let you deploy your own worlds, and only later will we ask you to explain how you came about settling them*” (Latour, 2012: 23).

⁶⁰ Tradução livre do autor. No original “*Only after the controversies have been resolved and the statements reporting on nature have become fixed, definite and unambiguous*” (Law, 2004: 32).

3.2 Multissensorialidade, sinestesia e metodologias para a efemeridade

Pesquisas que têm como foco o estudo de festivais, festas e eventos, em geral, podem partilhar da efemeridade como idiosincrasia recorrente em termos de prática metodológica, tendo em vista a curta duração temporal e a sobreposição de atividades presentes na dinâmica de seu *locus* investigativo. O pouco tempo disponível para a captação direta de dados nos remete, geralmente, para padrões peculiares a esses objetos de estudo, como alguns dos que pude vivenciar, durante os últimos três anos: exercícios de observação em vários espaços, quase de forma concomitante; deslocamentos constantes em meio a multidões; tempo restrito para entrevistas; encontros e desencontros com os informantes privilegiados e competição por brechas, em agendas repletas de reuniões e atividades de produção dos eventos. Essas e outras características tornavam a investigação peculiar, uma vez que ambos os festivais tinham ocorrência anual, e um trabalho de terreno pouco satisfatório levar-me-ia à postergação da pesquisa, ao menos por mais 12 meses. A partir disso, acho interessante discutir o apanhado de conhecimentos que, com o passar do tempo, percebi se acercar de uma espécie de *metodologias para a efemeridade*.

Antes, é preciso retomar algumas ideias sobre o entendimento do efêmero para o contexto deste estudo. A contração espaço-tempo que perpassa nossa contemporaneidade está presente em formatos de eventos contemporâneos, por meio de uma série de microterritorialidades cotidianas (Fortuna, 2012). O princípio de fugacidade presente nos modelos Nuit Blanche e SWSX representa a experiência metaforizada da cidade como efemeridade programada, como conjunto de excepcionalidades organizadas. O valor signo (Baudrillard, 1995) construído em torno do “modelo evento *snapshot*” (Aquino, 2016) habita, exatamente, essa condição de efemeridade e, por isso mesmo, ela foi central para o alinhamento metodológico desta pesquisa. Investigar a relação entre os festivais de música urbanos e o mercado das efemeridades contemporâneas, nesse sentido, implica colocar o olhar na repetição de determinados fatos, entendendo que há gestos e qualidades que estabilizam situações e prescrevem cadências de ritmo, continuidade e descontinuidade, sendo, assim, rastreáveis e passíveis de interpretação.

Como captar o fugaz e o difuso num mundo que se transforma na velocidade de um caleidoscópio? Law (2004) nos ajuda a elucidar essa indagação, quando sugere que os

métodos científicos mais tradicionais não são mais capazes de fazer a apreensão da realidade, uma vez que buscam afirmar suas hipóteses baseados na expectativa de segurança, deixando para trás uma série de texturas que não são capazes de captar.

Para fazer isso, precisaremos desfazer muitos dos nossos hábitos metodológicos, incluindo aqui o desejo de certeza; a expectativa de que, geralmente, podemos chegar a conclusões mais ou menos estáveis sobre o modo como as coisas realmente são; a crença de que, como cientistas sociais, temos percepções especiais que nos permitem enxergar a realidade social mais do que os outros; e as expectativas de generalidade que estão envolvidas no que é, frequentemente, chamado de "universalismo". Mas, antes de tudo, precisamos desfazer nosso desejo e expectativa de segurança⁶¹ (Law, 2004: 9).

Como a realidade não pode ser totalmente compreendida como um conjunto específico de processos determinados, é necessário que utilizemo-nos de metodologias que sejam mais sensíveis às diversas nuances nela contidas e que, ao mesmo tempo, não se apresentam, necessariamente, como um conjunto particular de ferramentas. “Precisamos encontrar formas de elaborar métodos silenciosos, métodos lentos ou métodos modestos [...] descobrir formas de fazer métodos desacompanhados de imperialismos”⁶² (Law, 2004: 15).

Ao tratarmos de objetos efêmeros, é importante levarmos em consideração uma série de fatores que tocam a realidade sensível dos mesmos, sejam eles festivais, eventos e outros fatos sociais de curta duração e repetição esporádica. Planejar guiões para observação de grupos, roteiros de entrevista ou descritivos específicos de lugares pode aguçar a sensibilidade do pesquisador, mas não deve engessar a existência de outras evidências “menores” que possam ser disponibilizadas pelo terreno de pesquisa. A ideia de uma metodologia para a efemeridade precisa levar em consideração, portanto, ações que deem conta de capturar, rastrear, simular, imitar, sombrear e tecer detalhes e sinais de diferentes proporções. A partir disso, será possível a construção de novas redes e *hinterlands* (Law, 2004), gerando processos de aglutinação de objetos que, por si só, são móveis, pois resultam da contração espaço-tempo contemporânea.

⁶¹ Tradução livre do autor. No original “*Texto no original: To do this we will need to unmake many of our methodological habits, including: the desire for certainty; the expectation that we can usually arrive at more or less stable conclusions about the way things really are; the belief that as social scientists we have special insights that allow us to see further than others into certain parts of social reality; and the expectations of generality that are wrapped up in what is often called ‘universalism’.* But, first of all we need to unmake our desire and expectation for security” (Law, 2004: 9).

⁶² Tradução livre do autor. No original “*We need to find ways of elaborating quiet methods, slow methods, or modest methods. In particular, we need to discover ways of making methods without accompanying imperialisms*” (Law, 2004: 9).

Métodos de pesquisa mais recentes e já consagrados pelas ciências sociais têm sido registrados como frutos de um complexo processo de apreensão de realidades que, de alguma forma, estão ligadas à condição de efemeridade. Entre eles, é possível citar a etnografia urbana (Magnani, 1984; Pais, 1993; Cordeiro *et al.*, 2003) e a etnografia multissituada:

Técnica repleta de cadeias, caminhos, fios, conjunções ou justaposições [...]. Ambas as áreas de estudos estão interrelacionadas: como uma espécie de etnografia móvel, elas perseguem a circulação de significados, objetos e identidades culturais no tempo-memória, em contínua reformulação (Büscher *et al.*, 2010: 105).

Não distante desta problemática, uma linhagem mais recente de metodólogos pós-estruturalistas tem se debruçado sobre o efêmero, a partir de temas que não soam cognitivos à primeira vista, como é o caso dos estudos desenvolvidos por Sarah Pink. A obra *Doing sensory ethnography* (Pink, 2009) nos esclarece sobre a possibilidade de captar a multissensorialidade como experiência, percepção, conhecimento e prática no trabalho de terreno. O caminho metodológico percorrido pela autora nos convida a pensar a prática antropológica pelo cruzamento de sentidos e a colocar ênfase na combinatória entre diferentes tonalidades, manifestadas de forma mais sensível no contato empírico com o objeto de estudo.

Tomando o cotidiano como alavanca do conhecimento na obra *Sociologia da Vida Quotidiana*, José Machado Pais (2002) usa desse mesmo olhar sensível para perceber o modo como as estruturas sociais podem se traduzir em comportamentos cotidianos. Capturando o sentido oculto dos detalhes da vida social, que a sociologia tradicional tende a desprezar (Pais, 2002), o autor tece, de maneira interessante, os rituais diários em procura de momentos excepcionais, enfatizando de que forma os diferentes sentidos de apreensão da realidade podem se cruzar e ajudar a decifrar os enigmas do social.

Bem antes disso, a antropologia e a sociologia dos sentidos de Simmel ([1903] 1997) e Howes (2005), ou mesmo a fenomenologia de Merleau-Ponty (2002), já haviam tematizado a multissensorialidade, o cotidiano e a sinestesia como tópicos de estudo e prática metodológica. Entretanto, foi apenas mais recentemente que essa área do conhecimento ganhou notoriedade, situação de uma forma ou de outra provocada pela limitação dos métodos de pesquisa mais tradicionais e pelo surgimento dos novos discursos sobre epistemologia da ciência, a exemplo do desenvolvimento da área dos estudos do som

(Fortuna, 2008; Birdsall, 2013) e trilha sonora (Chion, 1994) para a compreensão dos diferentes processos sinestésicos que estabilizam a atmosfera urbana.

Durante a condução da pesquisa, a música se apresentou como componente importante na criação de uma nova atmosfera urbana - especialmente para o caso do Mexefest. Aguçando novos fluxos entre os diversos endereços e convidando turistas e moradores locais para ir à descoberta de Lisboa, a música foi um dos elementos decisivos para a criação de situações de catarse e liminaridade encontradas no contato com o terreno: fosse nos concertos; fosse como cama sonora de vídeos publicitários; fosse como fio condutor da programação da Rádio Vodafone FM ou como *playlists* lançadas nas semanas que antecederam a chegada do festival. Ligados à música e ao som, notei, amiúde, que outros sentidos estavam articulados em composição sinestésica com toda a atmosfera festiva do Mexefest e, por conseguinte, com a criação de retóricas discursivas para a cidade de Lisboa.

Bull (2017) esclarece pontos importantes a respeito da incorporação do som como dado de pesquisa, especialmente pelo imediatismo e transitoriedade que ele contém: “essa sirene que agora ouço na rua; a pessoa que gritava na rua fora do meu escritório e que agora se afastou”⁶³ (Bull, 2017: 427). Não por acaso, essas são as mesmas características que têm delineado os modelos de festivais urbanos contemporâneos: especificidades que acenam de forma interessante para o argumento que tenho construído, até aqui, a respeito da efemeridade. Por esse motivo, empreender uma pesquisa que tome o som como dado de estudo pode ser um exercício bastante interessante, especialmente, quando o combinado com os diferentes materiais empíricos encontrados no terreno.

Se no decorrer deste processo, esse agente foi captado tendo por referência principal a música, ao mesmo tempo, a pesquisa acumulava também múltiplos materiais sonoros urbanos presentes na vida cotidiana comum das cidades tomadas como terreno: a buzina de automóveis, na Avenida da Liberdade em Lisboa; a aceleração dos carros de corrida, no palco montado justo ao lado do Autódromo de Interlagos em São Paulo; as sirenes de ambulância e o giroflex de patrulhamento policial, em ambas as cidades. Casados com estímulos de ordem visual, tátil e olfativa; a combinação desses elementos compunham uma realidade de pesquisa sinestésica bastante interessante que, com o passar

⁶³ Tradução livre do autor. No original “*This siren that I now hear in the street outside - and by its transitoriness - the person shouting in the street outside my office has now walked away*” (Bull, 2017: 427).

do tempo, acabou por requisitar sua aproximação com a etnografia sensorial: a ambientação das praças e largos públicos; o cheiro de comida nas áreas de restauração; plateias inteiras se esgueirando da chuva, para permanecerem com a roupa seca, durante os concertos em espaços externos. À medida que os fatos se sucediam, as informações eram organizadas na redação descritiva do terreno, na organização das pastas de fotografias e na transcrição das entrevistas. Pouco a pouco, esses elementos saíam de uma situação de quase invisibilidade para serem costurados no corpo de informações mais gerais oferecido por outros achados “mais aparentes”. Para lá das evidências trazidas pelos estímulos visuais, táteis e olfativos, amiúde, ganhava clareza a ideia de que “os estudos sobre som representam uma personificação da virada sensorial na academia e investiga o arranjo sensorial do corpo situado historicamente, socialmente e espacialmente”⁶⁴ (Bull, 2017: 436).

Na apresentação dos dados, a descrição sobre os aspectos relativos à criação de paisagens sonoras e ambientação urbana multissensorial para a realização dos festivais, em Lisboa e São Paulo, deixará mais claro esse ponto, ilustrando como a alegoria e a metáfora (Law, 2004) podem nos ajudar a decifrar a modulação de totens, instalações, vídeos comerciais, pôsteres e outras estratégias de ativação de marca, em ambos os casos de estudo, segundo a estratégia de usar uma coisa para falar de outra (Pink, 2009).

A descrição de espaços e paisagens unida à utilização de material imagético, como dado de pesquisa (Wasterfors, 2017), tornará mais evidente o efeito sinestésico engendrado pelos agentes humanos e não-humanos participantes da pesquisa. Além disso, ela justificará os processos, segundo os quais as metodologias ligadas à questão sensorial têm se ocupado, abordando a experiência e a criação de atmosferas específicas para o engajamento do *gathering power* do lugar (Casey, 1996). Esse agenciamento pode reunir coisas em seu meio “e colocar em performance várias entidades animadas e inanimadas” (Casey, 1996: 43), fazendo da audição e de outros canais sensoriais componentes importantes para pesquisas críticas que envolvam emoções, sociedade e espaço (Duffy *et al.*, 2016).

⁶⁴ Tradução livre do autor. No original “*Sound studies represents an embodiment of the sensory turn in the academy - one which investigates the sensorial arrangement of the body situated historically, socially and spatially*” (Bull, 2017: 436).

3.3 Móvel, rizomático e modular

Como ritual liminar presente em diferentes sociedades e atividades de celebração, ao longo de toda a história, o festival se constitui como objeto polissêmico, também, em termos de apreensão metodológica. O olhar dessa tese sobre ele busca somar variáveis ainda pouco exploradas a seu respeito, nomeadamente, aquelas atreladas à possibilidade de escolha, gerada pela sobreposição de atividades em diferentes modelos de festivais contemporâneos. Ao reproduzirem o modelo Nuit Blanche e SXSW, os festivais urbanos eleitos para esta pesquisa se converteram quase em alvos móveis, segundo as performatividades próprias dos atores que interagem na produção de sua realidade. Tomados como objetos empíricos passíveis de múltiplas análises, tanto a Virada Cultural, quanto o Vodafone Mexefest guardam em si características de “eventos *snapshot*”, de acordo com a lógica de efemeridade que os envolve (Aquino, 2016). Enquanto pesquisador, precisarei eleger quais de suas nuances deveriam ser interpretadas em maior profundidade e que tipos de diálogos elas teceriam com as referências teóricas que orientam esta investigação.

A ideia de empreender metodologias científicas, fazendo e desfazendo realidades definitivas (Law, 2004), pode dialogar com a noção de transbordamento e reconfiguração múltipla sugerida pelo pensamento de Gilles Deleuze e Félix Guattari (1997). Parafraseando Hui (2005), “o conceito de modulação também ressoa com outros conceitos chave de Deleuze, a exemplo da ideia de rizoma”⁶⁵ (Hui, 2005: 77), uma vez que “qualquer ponto pode ser conectado a qualquer outro e deve sê-lo” (Deleuze e Guattari, 1997: 42).

Na estrutura rizomática, os encontros entre diferentes sujeitos e objetos ensejam, em si, um movimento de descolamento significante-significado que, na interpretação do pensamento simondoniano, pode ser reconhecido como um dos estágios do processo de individuação (Simondon, ([1958] 2005). Aqui, é conveniente que seja percebido melhor o entendimento de *hinterland*, trazido por Law (2004) e citado no início deste capítulo, a partir de sua aproximação com a ideia da fractalidade e aleatoriedade, presentes na estrutura rizomática. O aglomerado como cruzamento de encontros e possibilidades está intrínseco ao método, e é exatamente essa a condição que faz de cada caso uma situação

⁶⁵ Tradução livre do autor. No original “*The concept of modulation also resonates with other key Deleuzian concepts such as the rhizome*” (Hui, 2005: 77).

particular. Tais conceitos apresentam verossimilhança e, enquanto processos de agregação, estão ligados, ainda, ao sentido de *aglutinação*: “recurso de automontagem no qual os elementos juntos não são fixos em forma, não pertencem a uma lista pré-determinada maior, mas são construídos pelo menos em parte, uma vez que são enredados em conjunto”⁶⁶ (Law, 2004: 42).

Relacionando essa ideia com a ANT é possível, portanto, afirmar que agentes humanos e não-humanos são, por si só, performativos e, por isso, podem desencadear uma série de combinações, *hinterlands*, geradas pela costura de narrativas próprias e insubstituíveis. Sob a ótica simondoniana, é possível associar essa discussão ao conceito de reticulação que, para o autor, seria a operação de transformação de uma realidade amorfa e potencial em realidades estruturadas, individualizadas, concretizadas (Simondon, [1958] 2005), isto é: “as operações transdutivas pelas quais um novo indivíduo e seu meio emergem [...] a própria manifestação do processo de individuação enquanto tal: devir, movimento que já não é amorfo, mas ainda não se estruturou” (Ferreira, 2017: 119).

Por isso mesmo, pesquisas que tomam por pressuposto essa matriz teórica podem se valer dos processos de abdução que Timmermans e Tavory (2012) elaboraram, a partir de Charmaz (2006), o qual chamou a atenção para o caráter reflexivo e interativo da análise de dados. Afiliar-se a esses pressupostos significa, portanto, estar apto a realizar diálogos constantes entre elementos teóricos e evidências empíricas encontradas no contato com o campo, tendo em vista que, para lá de ser reticular (Simondon, [1958] 2005), a realidade é também aberta, rizomática (Deleuze e Guattari, 1997) e associativa (Latour, 1986; Ferreira, 2010). Dessa forma, “é apenas em relação à abdução que a construção da teoria se torna significativa”⁶⁷ (Timmermans e Tavory, 2012: 169). Este é o motivo que justifica o não lançamento de hipóteses *à priori* por parte da pesquisa, uma vez que esta tese prefere vê-las por meio de evidências surpreendentes (Timmermans e Tavory, 2012).

Analisados, segundo sua atuação como agentes modulares, os dados se apresentarão, portanto, como uma “ação-rede, presente e localizada de transformação (tradução/transdução) de uma realidade envolvente (*input*) em uma realidade envolvida

⁶⁶ Tradução livre do autor. No original “*So assemblage is a process of bundling, of assembling, or better of recursive self-assembling in which the elements put together are not fixed in shape, do not belong to a larger pre-given list but are constructed at least in part as they are entangled together*” (Law, 2004: 42).

⁶⁷ Tradução livre. Texto no original: “*It is only in relation to abduction that theory construction becomes meaningful*” (Timmermans, e Tavory, 2012: 169).

(*output*), e não uma configuração estrutural estável de agentes individuados” (Ferreira, 2017: 1). A partir dessa aproximação, as ideias de Law (2004) podem, ainda, ser articuladas com as de Deleuze e Guattari (1997), a partir da sugestão de que o método e suas diferentes maneiras de dialogar com as externalidades ajudam a criar um interior apropriado, uma realidade que visa autenticidade. Segundo as palavras do autor, “as *hinterlands* se ramificam para sempre. Isso significa que o método se estende muito além dos limites que geralmente imaginamos para ele”⁶⁸ (Law, 2004: 40).

Da teoria de Law (2004) importa nesta pesquisa, ainda, a ideia de fluidez, a qual diz que os objetos, necessariamente, alteram-se quando entram em contato uns com os outros, segundo seu princípio de performatividade. Eles não podem existir pura e simplesmente, e sua existência acontece conforme seu desempenho e ação. Pela perspectiva de Law (2004), o encadeamento de um ou outro conhecimento pode ativar determinados objetos, a depender das circunstâncias nas quais eles estarão envolvidos. Esta ideia está ligada a outro pressuposto de Deleuze e Guattari (1997):

Uma sociedade é definida por suas combinações, não por suas ferramentas. Da mesma forma, o aspecto semiótico ou coletivo de um agenciamento não se refere a uma produtividade da linguagem, mas a regimes de signos, a uma máquina de expressão, cujas variáveis determinam o uso de elementos de linguagem (Deleuze e Guattari, 1997: 90).

Conhecer o terreno é, portanto, penetrar as *hinterlands* que o conectam, perceber as atuações de seus atores, suas interdependências e seus sistemas de fluidez. É, também exercício de refletir sobre combinatórias de diversas ordens, elementos de linguagem, artefatos, sinais escondidos atrás de pistas, multissensorialidades e escapes infinitos. Uma vez que a criação de fatos é uma atividade relacional, a questão passa portanto a tomar importância, a partir dos sistemas de montagem e ajuste fino de seus dispositivos de inscrição, o que implica dizer que realidades são feitas e desfeitas o tempo todo e, por isso mesmo, são passíveis de diferentes tipos de interpretação.

Portanto, a TAR consiste em “seguir as coisas através das redes em que elas se transportam e descrevê-las em seus enredos” (Latour, 2004: 397), “a fim de que sejam recolhidos rastros dos processos para o exercício de torná-los comparáveis” (Latour, 2012: 55). Nesse sentido, durante a coleta dos dados de terreno, foi preciso percorrer diferentes

⁶⁸ Tradução livre do autor. No original “*The hinterland ramifies out for ever. This means that method extends far beyond the limits that we usually imagine for it*” (Law, 2004: 40).

pistas, cartografar sentidos (Deleuze e Guattari, 1997), seguir percursos, rastrear padrões, captar subjetividades e desdobrar possibilidades, buscando não encontrar negócios prontos, mas sobretudo o relacional entre os festivais escolhidos e as associações que os mesmos guardavam com seus locais de ação, atores, pessoas, instituições ou coisas que produziam efeitos no mundo e sobre eles (Latour, 2004).

“Não existe domínio social nem existem vínculos sociais, mas traduções entre mediadores que podem gerar associações rastreáveis” (Latour, 2012: 65). Assim, no exercício de colocar o Mexefest e a Virada Cultural em diálogo, procurarei deixar que os elementos empíricos do terreno sirvam de respostas às questões propostas por esta investigação. Trata-se de uma espécie de colaboração entre pesquisador e objeto: uma mescla entre as intenções de pesquisa e caminhos revelados pelo terreno. O foco nos detalhes e contextos específicos farão de Lisboa e São Paulo casos idiossincráticos e, por isso mesmo, passíveis de múltiplas reflexões sobre os processos de modulação entre festival e cidade contemporânea.

3.4 Apresentação do terreno de pesquisa

3.4.1 Lisboa como epicentro dos festivais em Portugal

A institucionalização da cultura na Europa, na segunda metade do século XX, acabou por promover o incremento do número de eventos culturais em diferentes países, incluindo Portugal. Nele, o histórico dos festivais de música remonta a 1971, ano de surgimento do Festival Vilar de Mouros. Marco no desenvolvimento de grandes eventos musicais sob a tutela do Estado Novo, tal festival atuou como evento de discussão e de contestação da ditadura portuguesa sendo, por isso, censurado em muitas ocasiões (Sarmiento, 2007).

O florescimento dos festivais de música, em território português, tornou-se significativo a partir da década de 1990, quando surgiram uma série de eventos que perduram até hoje, como é o caso do Paredes de Coura (1993), do Super Bock Super Rock (1995) e do Sudoeste (1997). A partir de então, ano após ano, é cada vez mais visível o lugar de importância que essas e outras iniciativas de cunho musical têm ocupado na agenda política, econômica e cultural do país. Esses eventos têm conduzido a imagem de

Portugal para a retórica dos divertimentos, e do consumo cultural para a atração de turistas nacionais e estrangeiros. Ao lado da promessa de sol, de belas praias, de comida farta e de consumo a baixo custo, os festivais têm sido um ponto de ancoragem central para o fortalecimento das narrativas de Portugal como o país da qualidade de vida, da cultura e do entretenimento.

De acordo com o último balanço da Associação Portuguesa de Festivais (APORFEST), foram realizados 272 festivais de música, ao longo de 2017 (Figura 3.1), número que correspondente a um aumento de 9% em relação aos dados de 2016, totalizando uma audiência de 2,5 milhões de espectadores (Bramão, 2018). Além disso, muitos desses eventos foram promovidos e/ou apoiados por entidades municipais, o que demonstra uma maior sensibilidade, por parte do poder público, nas questões que coloca a cultura como importante vetor de desenvolvimento para diferentes regiões do país.

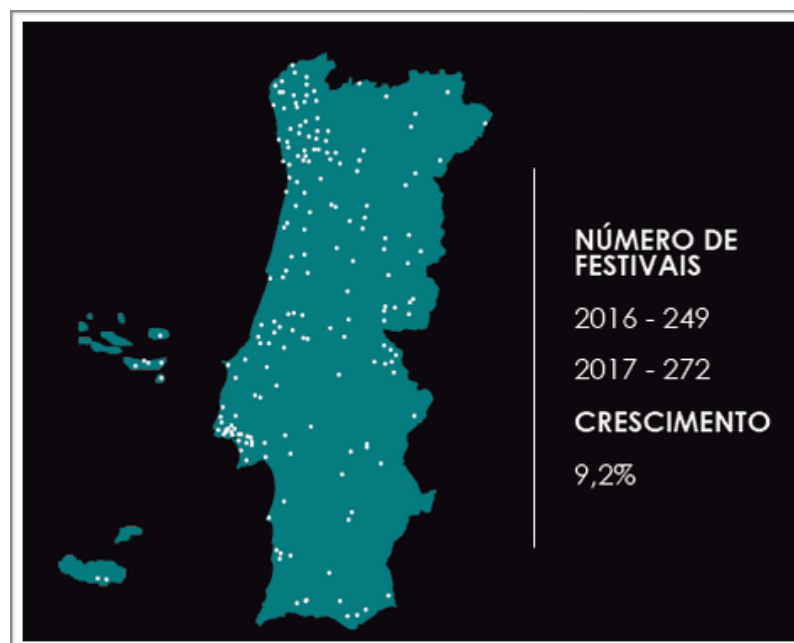


Figura 3.1: Mapa descritivo de número de festivais em Portugal - APORFEST.
Fonte: Bramão (2018: 1).

A retórica da promoção turística recai, inadvertidamente, sobre o tema dos festivais e das manifestações populares em geral, especialmente, quando é colocado em questão o desenvolvimento de cidades de pequeno e médio porte e em regiões afastadas dos principais centros econômico-financeiros portugueses, nomeadamente Porto e Lisboa. Esse é o caso, por exemplo, de Óbidos, vila entremuralhas promotora do Folio - Festival

Literário Internacional, de Paredes de Coura, vila minhota que abriga festival de música homônimo (Guerra, 2018), de Idanha-a-Nova, vila baixo-alentejana e sede do Boom Festival; e de Sines, cidade responsável pelo Festival Músicas do Mundo. Tal problemática está, diretamente, imbricada com contextos, tempos e geografias das culturas urbanas associadas a grandes eventos, em Portugal (Ferreira, 2002; Abreu, 2004), e, por isso mesmo, têm impacto direto nas práticas e consumos de música no país (Abreu, 2000).

Colocando a atenção no desenvolvimento recente dos festivais mais circunscritos à cidade de Lisboa, é possível afirmar que a projeção internacional da capital, em termos de cultura, deveu-se sobretudo a dois episódios bastante significativos: o primeiro deles faz menção ao ano de 1994, quando a cidade foi escolhida como Capital Europeia da Cultura. O segundo acontece quatro anos mais tarde, ocasião na qual Lisboa recebe a Exposição Mundial de 1998. Ambos os eventos foram marcantes e estiveram alinhados a uma série de outras dinâmicas de transformação cultural da capital e de todo país, a partir dos anos 80 (Santos e Costa, 1999).

De maneira sintética, entre os impactos culturais gerados pela realização destes megaeventos, em Portugal, é possível citar, por exemplo, a exposição midiática da cultura; a criação de maior oferta cultural e artística, no país, e a criação de públicos para circuitos culturais nacionais e internacionais (Garcia, 2014). Por essas razões é que tais iniciativas foram capazes de provocar transformações significativas na dinâmica urbana de Lisboa e na projeção de sua imagem internacional, além de corroborar para o incremento da representação cultural de outras cidades do país (Fortuna e Santos Silva, 2002).

Ainda nesta direção, Garcia (2014) faz um balanço panorâmico sobre a evolução e estado da cultura, em Portugal, apontando para a internacionalização de suas estruturas, especialmente, a partir dos anos 2000. Segundo o autor: “as dinâmicas locais criadas pelas estruturas funcionam como pontes de cooperação durável entre equipas e países” (Garcia, 2014: 118). Além disso, é possível afirmar que as novas diretrizes para estabelecimento dos mercados de arte, em Portugal, trouxeram outras perspectivas para o desenvolvimento desse setor (Duarte, 2000), alterando o perfil cultural português e passando-o a integrar, de forma inédita, no mercado de ativos culturais europeus (Gomes e Martinho, 2011).

Esse panorama nos permite entender alguns porquês das novas configurações do setor criativo, em Portugal, e as razões que fizeram com que o consumo cultural, de uma

forma em geral, fosse incrementado no país ou, ao menos, em algumas partes dele. As informações do mapa das atividades artístico-culturais, em Lisboa, elaborado por Costa (2017), revelam dados decorrentes desse processo. De acordo com o autor, o número de atividades manteve, ao longo de quase todo o ano de 2016, um valor superior a 300 ocorrências, sendo que o seu pico ocorreu nos meses anteriores e posteriores ao período das férias de verão. O mapa sugere ainda que, no cenário lisboeta, ocorreu um maior predomínio dos espetáculos de curta duração (39,2%) no conjunto de suas atividades artístico-culturais, seguido de exposições (28%), cursos/*workshops* (16,4%), seminários/debates (9,0%) e festivais (5,8%) (Costa, 2017).

Se, em princípio a relação proporcional entre festivais e as demais atividades parece pouco significativa, é preciso levarmos em consideração a maior complexidade compreendida na produção desses tipos de evento, em comparação com a realização de um *workshop*, exposição ou concerto, por exemplo. Além disso, é possível questionar sobre o papel dos festivais no incremento de ações culturais regulares, ao longo de todo o ano. Considerando o interstício de 2016, o mapa das atividades artístico-culturais, em Lisboa, revela que, em todos os meses, foi realizado ao menos um festival ou grande evento, e o material apresenta informações que auxiliam na descrição desse cenário:

Seja um festival/festa/mostra de cinema (ex.: KINO -Mostra de Cinema de Expressão Alemã; Indie Lisboa - Festival Internacional de Cinema Independente de Lisboa; Mostra - Festival de Cinema de Animação de Lisboa; 8 1/2 Festa do Cinema Italiano), seja um festival de música (ex.: Festa do Jazz; NOS Alive; Festival Caixa Alfama; Mexefest), ou um festival multidisciplinar cruzando diferentes setores artísticos (ex.: Festival Rotas e Rituais; Festival do Silêncio; in shadow - Festival Internacional de Vídeo, Performance e Tecnologias), ou mesmo um festival gastronômico (ex.: Peixe Lisboa). A estes acrescentam-se eventos como a Trienal de Arquitetura, a Moda Lisboa ou a Arco Lisboa - Feira Internacional de Arte Contemporânea, com uma notória visibilidade e capacidade para atrair e mobilizar os públicos. Importa ainda relevar os festivais territoriais (o D'Ajuda, o Viver Telheiras, o Festival Internacional de Arte Urbana MURO_LX), que têm vindo a povoar as vivências de proximidade dos lisboetas (Costa, 2017: 192).

Oriundas de diferentes disciplinas artísticas, a maior parte dessas atividades é organizada por associações ou entidades privadas, contando com o apoio logístico dos serviços da Câmara Municipal e em alguns casos, recebendo aportes financeiros e cedência de equipamentos culturais públicos, em troca de publicidade e integração do evento na agenda cultural da cidade. Nomeadamente ao caso lisboeta, é importante citar a existência da Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural (EGEAC), entidade

responsável pela programação de atividades pedagógicas, administração de centros culturais e organização de eventos públicos, desde 1995. Atualmente, ela é responsável pela gestão de 21 dos mais importantes equipamentos culturais da cidade, entre eles o Cinema São Jorge, que serve de palco para a realização de atividades do Mexefest, desde sua primeira edição.

A dinamização das atividades culturais, em Lisboa, é também impulsionada pela existência de uma série de empresas na área de produção cultural. No país, competem em si, principalmente, duas grandes corporações: a Everything is New e a Música no Coração, seguidas pela Ritmos e por outros grupos de menor expressão no mercado. Esse cenário nos ajuda a perceber, com mais clareza, as tendências de crescimento do mercado de consumo de cultura, em Lisboa e em Portugal, como um todo.

Em primeiro lugar, importa referir o maior dinamismo das várias promotoras de eventos, as quais têm aumentado em número e caminhado no sentido de uma maior sofisticação das condições técnicas, logísticas e de transporte, o que contribui muito para o sucesso das iniciativas que promovem. Em segundo lugar, é de destacar o esforço operado por essas organizações em manter e/ou reduzir o preço dos bilhetes dos eventos que promovem, designadamente dos festivais de verão, o que permite uma maior afluência de públicos, constituindo um mercado já bastante significativo desses tipos de eventos em Portugal (Costa, 2017: 191-192).

As culturas musicais contemporâneas (Guerra e Abreu, 2016) e as controvérsias existentes entre indústria fonográfica, mercado da música gravada e produtoras de eventos (Abreu, 2009), em Portugal, constituem-se como microcosmos de uma dinâmica que vem acontecendo a nível global. Junto às empresas de produção cultural, citadas anteriormente, empresas de ativação de marca têm trabalhado, intensamente, no intuito de vender serviços conectados com as novas tendências do mercado de comunicação, na capital portuguesa, como é o caso da Big Fish, agência de comunicação criativa em atuação desde 2016. A Revista Blitz e a Associação Portuguesa de Festivais (APORFEST) atuam, ainda, em papéis importantes na divulgação de informação sobre música e no agenciamento de redes e contatos para os festivais do país. Pertencente ao grupo Imprensa e fundada em 1984, a primeira delas se constitui como o principal veículo de notícias especializado em música e cultura popular, em Portugal. Já a APORFEST, fundada em 2014, tem atuação perene, ao longo de todo o ano, na organização de cursos e iniciativas na área de gestão cultural⁶⁹.

⁶⁹ A título de informação, é importante também citar aqui a existência do CIOFF (Conselho Internacional de Organizações de Festivais de Folclore e Artes Tradicionais), criado em 1970 com a missão de salvaguardar, promover e difundir a cultura tradicional e o folclore português.

Além de servir como ponto de conexão importante para uma série de festivais espalhados, pelo país, ela é a responsável, também, pela organização do Talkfest - International Music Festivals, fórum direcionado aos profissionais, gestores, artistas e público em geral ligados à música. Esse evento tem lugar na cidade de Lisboa, anualmente, durante o mês de março e, de uma forma ou de outra, serve de vitrine e canal de diálogo para os festivais que são realizados durante todo o ano.

Essas iniciativas e transformações ocorridas no setor cultural, em Lisboa e no país como um todo, suscitaram uma maior sensibilização dos poderes políticos, especialmente das autarquias - de acordo com o modelo de financiamento e gestão descentralizada praticado, atualmente, em Portugal. Elas ocupam, neste momento, um lugar determinante no tocante à contribuição com recursos logísticos, técnicos e financeiros para a consolidação de um extenso calendário de eventos no país, durante todo o ano.

Entretanto, o rápido crescimento dos festivais portugueses tem gerado uma série de questões polêmicas advindas da falta de políticas públicas para controle e planejamento de atividades nessa seara, como, por exemplo, o excesso de oferta ou sobreposição de eventos em uma mesma data, a elevada concentração geográfica das atividades artístico-culturais (Costa, 2017) e os novos processos de gentrificação, oriundos dos *clusters* criativos formados nas cidades do Porto e de Lisboa. O aumento do número de espectadores em festivais portugueses evidencia esta afirmação:

[...] se, no ano de 2011, foram contabilizados 617.000 espectadores no total dos festivais realizados, em 2015, esse valor crescia para 1.806.000 espectadores, assumindo nesse ano relevância os festivais Meo Sudoeste, NOS Alive, Festival do Crato, Vodafone Paredes de Coura, FMM Sines, Meo Marés Vivas, NOS Primavera Sound, Festival Sol da Caparica, RFM Somnii - O maior sunset de sempre e Super Bock Super Rock (Guerra, 2018: 140).

No caso particular de Lisboa, é possível transpor essa mesma abordagem para o fato de que a cidade se constitui, hoje, como grande palco cultural em território nacional e internacional. Os estudos de Paula Guerra (2010) comprovam essa afirmação para o terreno específico da música. A socióloga sugere que a partir do final da década de 1990, os festivais têm se apresentado como megaeventos que materializam, num intenso quadro de interação direta, todas as dinâmicas atuais de globalização, profissionalização, mercadorização e mediatização da cultura (Guerra, 2010), mobilizando milhares de pessoas para as novas dinâmicas culturais, no país. Tal como identificado por Ferreira

(2006) com relação aos impactos da Expo 98 em Portugal, é possível afirmar que o Mexefest “está planejado e programado, segundo processos sociais específicos e situados que caracterizaram a sua organização uma parte integrante dos processos mais amplos que constroem, dinâmica e heterogeneamente a sociedade portuguesa” (Ferreira, 2006: 647). A trajetória percorrida pelo festival espelha, de forma interessante, o processo de ascensão da tradição festivaleira do país e, quando olhamos para seu histórico e cadeia de significantes colocadas em circulação, fica mais fácil entender a retórica musical/cultural construída em torno da cidade de Lisboa.

3.4.2 Em cena, o Mexefest

O conceito exportado de Austin chegou à cidade de Lisboa em 2008, quando foi realizada nos dias 4 e 5 de dezembro a primeira edição do Super Bock em Stock: “1 passe, mais de 30 concertos, 7 salas, 2 dias” (Silva, 2009). Casada com o discurso da descoberta e improviso na utilização de espaços culturais, a referência ao SXSW e o apelo à quantidade de salas de concerto e atrações simultâneas existem desde o início das atividades do festival: “o Super Bock em Stock vai ter, este ano, novos espaços para concertos. O restaurante terraço do Hotel Tivoli será um deles, à semelhança do que acontece no Hotel Hilton, em Austin, contou Luís Montez” (Silva, 2009). A partir de 2011, o festival ganhou novo patrocinador e nome, convertendo-se para Vodafone Mexefest e aguçando, ainda mais, sua roupagem conceitual.

“De palco em palco a música mexe na cidade. Descubra a melhor música nova numa viagem cheia de surpresas por Lisboa” - narra o *teaser* institucional do evento (Vodafone Portugal, 2016). Em geral, seus materiais de divulgação são construídos com efeitos de sobreposição de imagens, associando movimento, fluxo de pessoas, redescoberta de prédios antigos e dinamismo cultural lisboeta (Vodafone Mexefest, 2015, 2016a, 2016b; Vodafone Portugal, 2016; Curto Circuito Web, 2016). Realizado, invariavelmente, no final do mês de novembro, sua programação marca a chegada do inverno e se compõe de uma média de 50 concertos dos mais diversos gêneros musicais, distribuídos em torno de de 15 a 25 espaços, nos arredores da Avenida da Liberdade (Figura 3.2).



Figura 3.2: Mapa de Espaços Mexefest 2016.
 Fonte: Vodafone Mexefest (2016a).

A versatilidade e a variedade funcional de ambientes escolhidos para a realização desse festival é imensa: tanto são utilizados espaços culturais tradicionais (teatro, casas de concerto e salas de cinema), quanto espaços não convencionais (estações de transportes públicos, garagens e igrejas). A ideia é que as pessoas possam transitar em um circuito cultural criado em pleno coração da cidade e exercitar sua escolha pessoal, com base na oferta de programação simultânea e aleatória, distribuída estrategicamente pelos organizadores nos arredores da Avenida da Liberdade, lugar de referência do festival, desde sua criação.

Realizado desde sua criação pela produtora Música no Coração, e englobando shows, intervenções e concertos mais circunscritos à área da música, o Mexefest é reconhecido como festival urbano de importância, no cenário europeu (Blitz Notícias, 2015). Tal iniciativa é, hoje, emblemática para o mercado musical em Portugal, uma vez que empreende uma série de eventos ligados à área da chamada *Nova Música*, posicionando Lisboa como ponto de parada importante na rota dos festivais, no hemisfério norte.

Embora mais circunscrito ao segmento de música, o Mexefest se caracteriza por proporcionar diferentes estilos de eventos, gerando diferentes sociabilidades e encontros em espaços que, raramente, são utilizados para a realização de concertos e atividades culturais do gênero.

É o caso da belíssima Igreja de S. Luís dos Franceses, onde Anne B Savage pregava a sua folk. [...] Ali perto, na nobre Sociedade de Geografia de Lisboa, Tó Trips apresentou Guitarra Makaka [...], acompanhado por João Doc [...]. Enquanto uns comiam bifanas, outros bebiam ginjas e alguns ainda discutiam com os amigos que rumo seguir, tomamos o caminho de outra “sala” interessante: a Estação do Rossio [...] (Silva, 2015).

Tal como ocorre na Virada Cultural, a versatilidade e a variedade funcional de lugares escolhidos para a realização desse festival é imensa. Tanto já foram utilizados espaços culturais tradicionais - o Cinema São Jorge e o Teatro Tivoli BBVA, por exemplo, quanto espaços não convencionais - a Estação Ferroviária do Rossio, a Garagem da Empresa Pública das Águas Livres, a sede da Sociedade de Geografia de Lisboa, a Igreja de São Luís dos Franceses e, até mesmo, uma piscina desativada do Ateneu Comercial de Lisboa: “espaço perfeito para mergulhar [na música], e acolher concertos e espetáculos” (Glam Magazine, 2015).

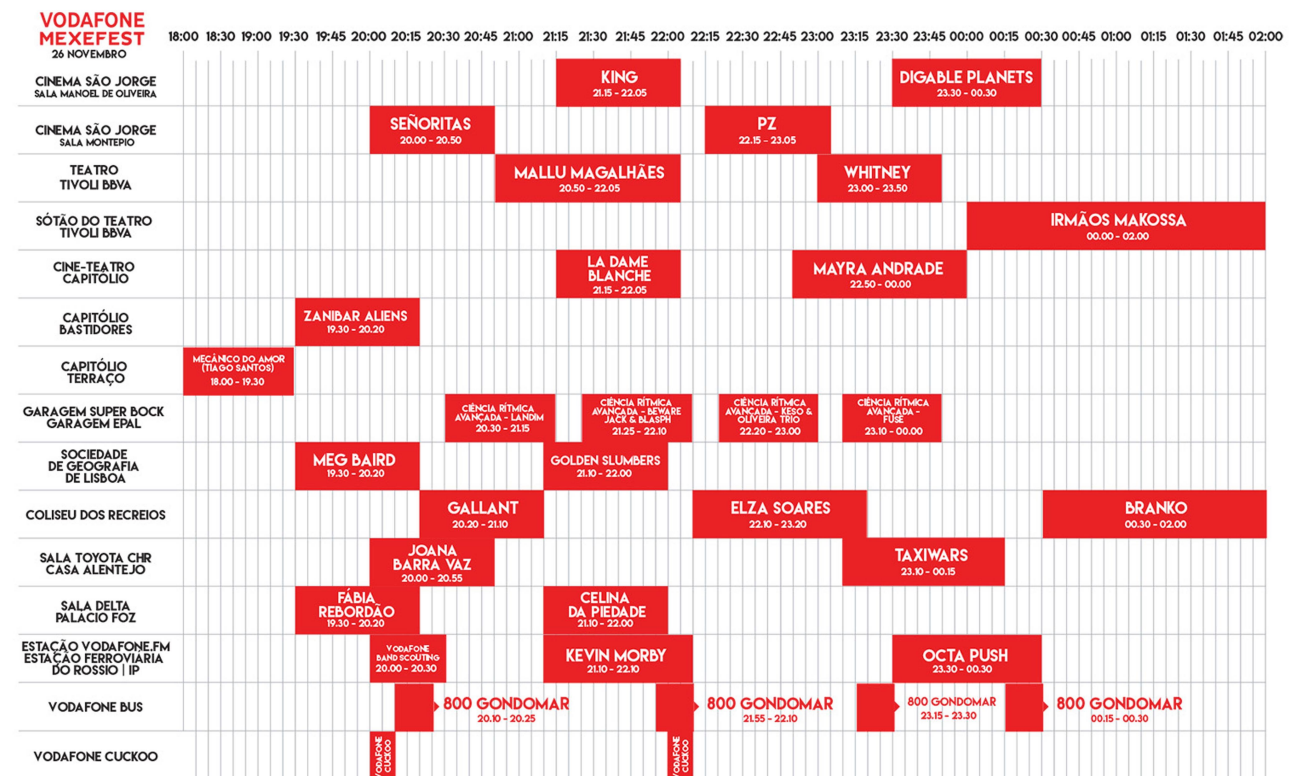
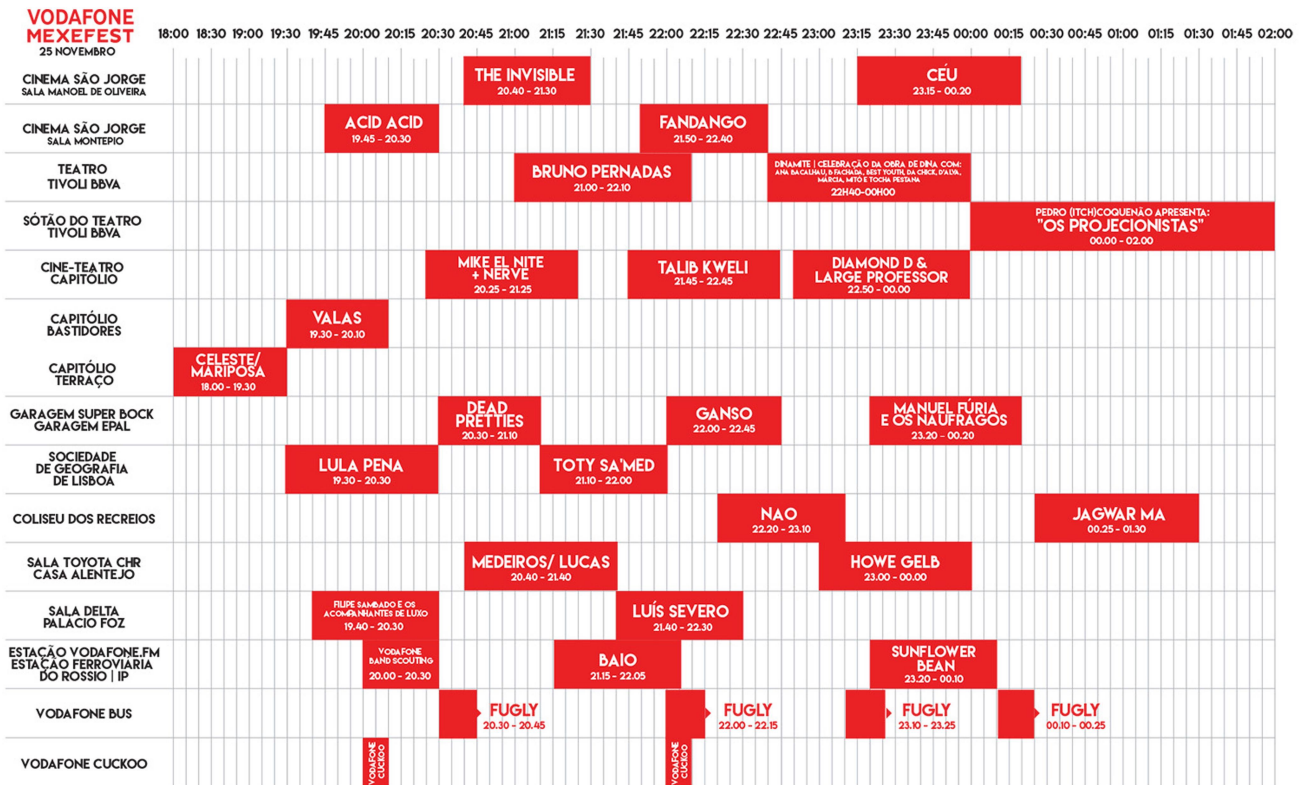


Figura 3.3: Programação Mexefest 2016.
Fonte: Vodafone Mexefest (2016a).

Visando promover a “descoberta de música nova, da cidade e dos seus espaços mais carismáticos, ingredientes que fazem do Vodafone Mexefest uma experiência musical absolutamente única” (Material de Divulgação - Conferência de Imprensa Mexefest, 2 de novembro de 2016), o ano de 2016 celebrou a oitava edição do evento, marcada pela reabertura do Cine Teatro Capitólio e de outros novos espaços culturais, ao redor da Avenida da Liberdade. O discurso afinado entre os organizadores do evento e os veículos locais de mídia enfatizaram, significativamente, esta informação:

Este ano, o festival terá mais quatro salas: o sótão do Teatro Tivoli, que foi remodelado e vai acolher algumas performances com uma componente de vídeo, e as três salas do renovado teatro Capitólio, no Parque Mayer. "É um privilégio enorme podermos inaugurar o novo Capitólio", comentou Luís Montez, diretor-geral da promotora Música no Coração (Caetano, 2016).

No total, mais de 50 grupos e artistas se apresentaram nos dois dias de festival, em 15 diferentes salas de concerto, nos arredores da Avenida da Liberdade. Com início às 18h, a programação do festival seguiu, ininterruptamente, até às 2h da madrugada seguinte, sobrepondo concertos, horários e locais, conforme mostra a Figura 3.3. Além da Vodafone como *namimg sponsor* e principal patrocinador do festival, o Mexefest contou, ainda, com o patrocínio da Super Bock, da Toyota C-HR, da Red Bull, do Delta Café. Teve como apoiadores de mídia a SIC e a Vodafone FM e como parceiros as empresas EGEAC, Turismo Lisboa, FilFogo Segurança, World Academy e EPAL Lisboa.

3.4.3 Cultura como marca identitária para São Paulo

O exercício de construir narrativas que comparem Brasil e Portugal, ou que coloquem em uma mesma escala analítica Lisboa e São Paulo é, no mínimo, uma aporia (Hui, 2015). Se aliarmos essa rede complexa de valores e formas vividas pelo povo brasileiro, no debate em torno da indústria cultural e das novas configurações dos mercados contemporâneos (Ortiz, 1999), esse assunto se torna ainda mais complexo. Isso porque, quando falamos desse país, não estamos falando de uma “cultura brasileira”, mas de “culturas brasileiras” (Bosi, 1992). Desse modo, para efeitos operacionais de apresentação da problemática deste estudo, ater-me-ei a desenvolver, nesta seção, um percurso de apresentação do caso de São Paulo direcionado para os fins aos quais esta pesquisa se destina.

Especialmente, nas três últimas décadas, o Brasil tem acompanhado o aquecimento do mercado de eventos e a institucionalização da cultura em geral. Como marcos políticos nacionais é possível citar, por exemplo, a criação do Ministério da Cultura⁷⁰, em 1985, e a aprovação da Lei Rouanet, em 1991, instrumento que oficializou, legalmente, o financiamento direto de empresas privadas aos festivais e projetos de arte e cultura, pelo país. Ainda, hoje, nota-se a fruição de programação cultural, no âmbito da esfera pública a nível nacional, decorrente desses avanços, e o caso de São Paulo não foge a essa regra. O relatório de pesquisa elaborado pela Fundação Perseu Abrão e SESC (2013) apresenta uma visão geral da configuração dos públicos de cultura a nível nacional⁷¹. Desse material chama a atenção o baixo nível de acesso da população às atividades culturais no país. Estudos realizados por Leiva (2014) apontam que 66% dos residentes nesse Estado participam de atividades culturais gratuitas, contra outros 34% aderentes de atividades pagas. Ao comentar esses resultados, Pena (2014) cita o lugar ocupado pela Virada Cultural, dentro da problemática da música:

Uma grande maioria das atividades só se realiza por meio de recursos públicos, como festivais e circuitos patrocinados, que demandam contrapartidas como ingressos gratuitos e também com a presença do Estado como produtor direto, como no caso da Virada Cultural, que é percebida como o evento mais importante da capital (Pena, 2014: 183).

Segundo Fonseca (2014), faz sentido que o poder público financie atividades ligadas a esse campo, uma vez que a cultura apresenta uma capacidade insubstituível de lançar pontes e expandir os mapas e os horizontes de visão e de afeto de cada cidadão com os outros e com a cidade que a abriga. Propostas culturais vistas como únicas podem vencer barreiras geográficas de acesso e a falta de interesse da população na participação de programas do gênero. A Virada Cultural é emblemática a esse respeito.

Esse foi o evento cultural individual mais mencionado pelos paulistanos (26%) e no estado em geral (16%), a Virada Cultural é uma das raras oportunidades nas quais cidadãos das diversas regiões, classes socioeconômicas e faixas etárias se encontram no mesmo lugar e ao mesmo tempo. Com isso, restitui à cidade o papel aglutinador de

⁷⁰ Vale a pena ressaltar que, infelizmente, em janeiro de 2019 o referido órgão foi realocado como Secretaria Especial da Cultura, dentro do Ministério da Cidadania.

⁷¹ Encomendado pelo Serviço Social do Comércio (agente central na oferta cultural na cidade de São Paulo desde 1946), o trabalho teve por base dados advindos de 2.400 entrevistas, as quais foram distribuídas geograficamente em 139 municípios de 25 estados, das cinco regiões que compõem o país (Sudeste, Nordeste, Sul, Norte e Centro-Oeste), estratificadas por localização (capitais, regiões metropolitanas e interior), situação do domicílio (urbano ou rural) e pelo porte dos municípios (divisão em tercis regionais: pequenos, médios e grandes) (Fundação Perseu Abrão e SESC, 2013).

diversidades que a caracteriza e promove em cada um a percepção do outro e o vínculo com um centro que, para muitos, deixou de ser central (Fonseca, 2014: 191).

Mesmo com o aumento exponencial de eventos e iniciativas realizadas por associações e empresas privadas, o cenário cultural brasileiro ainda, assim, consegue fomentar uma série de novos projetos geridos diretamente pelo poder público, como é o caso da Virada Cultural que, desde 2005, é realizada pela Secretaria de Cultura da Prefeitura Municipal de São Paulo, visando a reocupação cultural do centro histórico desta cidade. Antes de conhecermos seu contexto e atores envolvidos, é importante discutir, sumariamente, como aconteceu o processo de construção identitária paulistana, segundo o slogan da “cidade do trabalho e da cultura”.

Para lá de atuar como elemento fundamental nos novos processos de requalificação e retomada de determinadas áreas, a ideia de “cidade cultural” serve de marcador identitário para São Paulo, segundo “aspirações de aproximação aos centros do sistema internacional das elites políticas, económicas e culturais, e das novas classes médias em ascensão” (Ferreira, 2006: 655). A nova elite advinda da economia cafeeira tomou o tema como importante elemento de consagração e dispositivo de classe, atuando, ao longo de todo o século XIX e XX, para a construção de uma cidade distintiva edificada sob uma identidade laborativa e cultural:

O paulistano que sempre se definiu pelo trabalho, conhecido no Brasil inteiro como workaholic, que mal sabe se divertir e que não sabe sambar, começou a criar uma identidade que passa pelo entretenimento, que passa pela rua [...]. A gente sabe se divertir e sabe produzir cultura. A gente sabe prestar entretenimento e usufruir do entretenimento na mesma altura da quantidade de horas trabalhadas (Colaboratória, 2014: 129).

O imaginário urbano enobrecido pelo trabalho na capital não é recente. Como acabei de sugerir, ele vem sendo construído, há algum tempo, e parte deste processo está relacionado com as memórias sonoras (Birdsall, 2013) da cidade. Muito do que se produziu no cancionário tradicional, na região, ajuda a traduzir o importante papel ocupado da música no processo de transformação da paisagem da cidade, na transição entre o urbano e o rural (Vilela, 2013), corroborando para a construção da identidade paulistana como a cidade “onde as coisas acontecem”.

Cultura é o mais identitário numa cidade, é o que dá a cara da cidade, o que faz São Paulo ser São Paulo. Cultura, sobretudo por formar esse ambiente no qual a gente tem a sensação de que a cada dois segundos vai se surpreender com alguma coisa, vai encontrar algo que amplia os horizontes, vai se sentir incomodado e vai fazer com que a gente saia da

zona de conforto e reinvente algo na vida. Cultura tem esse papel importante. E cultura é a praia de São Paulo (Colaboratória, 2014: 93).

Essas reflexões sobre o papel da cultura na cidade de São Paulo nos preparam para adentrar tramas que organizam, ao menos minimamente, o vasto espectro cultural que a cidade representa, hoje, não apenas para o Brasil, mas para outras nações do mundo que partilham do mesmo cotidiano globalizado dessa metrópole (Miranda, 2000; Faria, 2009). Seu ambiente urbano é, por si só, lugar de encontros e trocas, território cultural aberto e usufruído pela população em geral, especialmente pela juventude, principal motor das atividades culturais nessa cidade (Leiva, 2014). Além disso, é possível fazermos um recorte de classes de renda, associando essa problemática aos baixos níveis de frequência por parte das audiências no estado. De acordo com Leiva (2014), o fato de apenas 7% da população do Estado de São Paulo participar de atividades culturais nos finais de semana:

Nos permite não apenas interpretar o acesso e a desigualdade, mas também vislumbrar o interesse e, daí, a internalização da cultura como valor pelas classes economicamente dominantes, e, por consequência, a relação das classes de menor renda com a cultura (Leiva, 2014: 54).

Por essa razão, a governança pública, especialmente aqueles setores que gerem o tema nas metrópoles, tem colocado atenção nas ações educativas, no apoio de novas culturas de rua no Brasil (Brandão, 1989), na salvaguarda de tradições populares (Magnani, 1984) e na execução de uma agenda de políticas culturais para a periferia (Wanderley, 2006). Tal dinâmica tem ativado a realização de uma série de maratonas culturais, em cidades como São Paulo - eventos embebidos quase sempre pelo discurso da multiculturalidade e da reapropriação do espaço e da noite urbana.

Essa ideia encontrou terreno fértil na política, levada a cabo pela Secretaria de Cultura da Prefeitura de São Paulo, especialmente entre 2013 e 2016, e foi substancialmente aquecida pela formação de uma série de grupos culturais que se desdobraram, a partir dos movimentos sociais, entidades de bairro e lideranças de grupos minoritários e periféricos dessa cidade. Nesse sentido, é possível por exemplo citar iniciativas ligadas ao ativismo urbano (Coletivo A cidade Precisa de Você e (Associação Cultural Cecília), à sustentabilidade (Coletivo CoCidade), à economia solidária (Preto Café), à música independente (Breve Bar), às causas raciais (Centro Cultural Aparelha Luzia), às questões relacionadas a imigrantes e refugiados (Restaurante Al Janiah) e às culturas de resistência de uma forma mais geral (Centro Cultural Zapata). Em certa

medida, é possível pensar que o surgimento de tais grupos guarda relação com o movimento de resistência cultural levado a cabo, na década de 1960, pelos festivais (Johansson e Kociatkiewicz, 2011; McKay, 2015). À sua maneira, eles também interrogam a política, por meio de ações culturais, e consideram o papel da mediação com o público no seu desenvolvimento.

No referente ao mapeamento do estado da arte sobre festivais em São Paulo e no país como um todo, o contato com a literatura acadêmica e com diferentes canais de comunicação me levaram a constatar aquilo que já se anunciava evidente: a produção científica em torno desse tema, no país, ainda é incipiente em termos de organização de informações e diagnósticos estatísticos mais gerais. Curiosamente, ela apresenta uma expressiva relação com os temas da política e do associativismo cultural (Gurgel, 2012). Para lá de uma série de produtoras e gravadoras profissionais - em constante estado de mudanças estruturais, tendo em vista as permanentes transformações sofridas pela indústria fonográfica (Vilela, 2013), é importante citar algumas entidades expressivas na temática mais concernente ao cenário da música independente. Esse é o caso da Associação Brasileira de Festivais Independentes (ABRAFIN), criada em 2005 e que mais tarde se desdobraria em outros canais de comunicação e coletivos civis organizados, a exemplo da Plataforma Toque no Brasil (criada em 2010) e da Rede Brasil de Festivais Independentes (criada em 2012), todos eles estiveram ligados, direta ou indiretamente, ao Circuito Fora do Eixo⁷². É importante também citar a Associação Brasileira da Música Independente, criada em 2002 e que, ainda hoje, é bastante expressiva no que concerne às questões de representação política, direito autoral e internacionalização do mercado musical nacional. A respeito da discussão de novos mercados e criação de redes de produção de festivais, a Semana Internacional da Música - SIM São Paulo, criada em 2013, tem ganhado cada vez mais notoriedade como fórum de discussão dos novos panoramas do setor no Brasil.

Embora o país ainda não conte com um mapeamento oficial de seus festivais de música, essa iniciativa tem sido melhor sistematizada por entidades ligadas a outras disciplinas artísticas, como é o caso da Agência Nacional de Cinema (ANCINE),

⁷² Iniciada por produtores e artistas de diferentes estados brasileiros, e com foco no intercâmbio solidário de atrações musicais e conhecimento sobre produção de eventos, o Circuito Fora do Eixo foi uma rede de coletivos culturais surgida no final de 2005. Polêmico, o grupo recebeu críticas por se utilizar de editais públicos e privados para a realização de ações, ao mesmo tempo em que reteve recursos de cachês e expropriou mão de obra de uma enorme rede de voluntários.

responsável por organizar as iniciativas setoriais do cinema e audiovisual; e do Observatório dos Festivais⁷³ - organismo independente ligado ao mapeamento e divulgação de festivais de teatro e artes cênicas em contexto nacional.

Resgato, aqui, uma vez mais, a pesquisa de Leiva (2004) sobre públicos culturais para tratar do debate sobre festivais, no contexto do Estado de São Paulo. O estudo salienta o aspecto multidisciplinar abrangido pelo setor cultural, e com relação às demandas de gostos, por parte das audiências, aponta que cinema e concertos de música figuram entre as atividades culturais preferidas pelo paulista (Leiva, 2014), tal como sugerido por Costa (2017) para o caso de Lisboa. O diagnóstico sobre o papel da Economia Criativa na cidade de São Paulo, lançado pela prefeitura em 2011, apresenta alguns dados relevantes para os fins desta pesquisa, e que se somam de maneira interessante às informações acumuladas até aqui. A capital concentra, atualmente, 50% dos trabalhadores criativos do estado e 15% do país e, além disso, 9% de suas empresas dedicam-se a algum tipo de atividade criativa, empregando cerca de 140 mil trabalhadores formais no setor (Colaboratória, 2014).

De uma forma ou de outra, esses números guardam relação com a trajetória da Virada Cultural. Segundo dados do Observatório do Turismo, o número de turistas, sobretudo domésticos, aumenta a cada ano no evento: “em 2013, 10% dos visitantes eram provenientes dos estados de Minas Gerais, Bahia, Rio de Janeiro e Paraná, além de outras cidades do estado de São Paulo, e apenas 1% desse total representava turistas estrangeiros” (São Paulo Turismo, 2016). Esses dados endossam, uma vez mais, os desafios da cidade para a construção de relações internacionais, na gestão pública do campo da cultura (Wanderley e Raichelis, 2009).

3.4.4 Virada Cultural: festejar a cidade que nunca para

O slogan *São Paulo como a cidade que nunca para* (Prefeitura Municipal de São Paulo, 2016) relembra-nos do moralismo positivista presente no discurso da elite cafeeira que vestiu a cidade de nova roupagem cultural e que, a partir de 2005, encontrou no conceito da Virada a retórica perfeita para fazer desta sua grande festa de celebração. “Criada para refletir o espírito tipicamente paulistano” (Prefeitura Municipal de São Paulo, 2016), essa maratona de artes e culturas integradas tem programação intensa e simultânea,

⁷³ Mais informações sobre essa entidade podem ser encontradas em: <https://www.festivais.org.br>

durante 24 horas, nas áreas de música, teatro, dança, circo, artes visuais e cultura popular. O evento traz programação diversa, distribuída por dezenas de pontos na cidade, embora haja maior concentração de atividades, na região do antigo centro histórico paulistano (Figura 3.4).



Figura 3.4: Mapa de Espaços - Virada Cultural 2010.
Fonte: Matos (2010: 1).

Através da inversão de expectativas como, por exemplo, a abertura de museus durante a madrugada, ou a produção de espetáculos que ocorrem dentro de vagões de trem, praças públicas, mercados e diversos outros espaços de uso cultural não específico, a Virada busca “promover a convivência em espaços públicos, convidando a população a se apropriar desses locais por meio da arte, da música, da dança e das manifestações populares” (Prefeitura Municipal de São Paulo, 2016: 1). Desde a sua primeira edição, o evento atrai, anualmente, milhares de espectadores até às regiões mais centrais da cidade e, em razão de da alta demanda de público e visibilidade alcançada pelo evento é, ainda, um dos principais festivais urbanos do país, razão pela qual já foi replicada até hoje, no mínimo, para outras 26 cidades brasileiras.

Financiada pela Prefeitura Municipal de São Paulo, a iniciativa oferece atrações culturais, de forma gratuita, para públicos de diferentes faixas etárias, gostos e classes

sociais. A seu respeito, em entrevista ao jornalista Medeiros (2010), no artigo *Vitórias e impasses no gigantismo da Virada Cultural* (Medeiros, 2010), o antropólogo urbano José Guilherme Magnani diz que:

Essa é uma iniciativa interessante da parte do poder público, pela dimensão que tem, a escala de uma megacidade, um evento que agrega, que abre espaço, e que permite, pelo menos por certo tempo, a ocupação do espaço urbano. As pessoas têm a sensação de serem atores sociais e de ocuparem um espaço, contrariando essa ideia de que o espaço público está se perdendo (Magnani, em entrevista à Medeiros, 2010: 1).

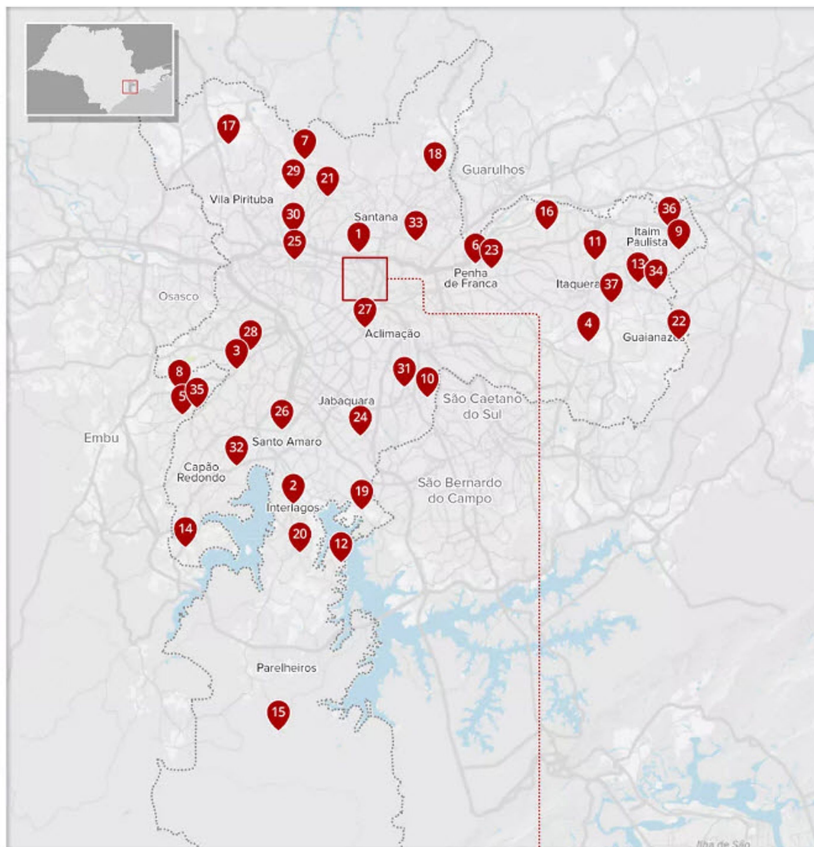
Como discutido no Capítulo 1, o conceito do evento foi inspirado na *Nuit Blanche* francesa e, embora, atualmente, seu mapa de espaços compreenda localidades distribuídas por dezenas de pontos na cidade, a maior concentração de atividades ainda ocorre na região do centro, Luz, República e Anhangabaú. Desde sua primeira edição, em 2005, o evento atrai milhares de espectadores vindos de diversos lugares até às regiões mais centrais da cidade de São Paulo. A iniciativa alcançou seus níveis máximos de audiência anuais, em 2009 e 2010, quando contabilizou uma média de 4 milhões de pessoas circulando, principalmente, pela rota criada em torno do centro histórico de São Paulo e áreas adjacentes (Figura 3.4). Talvez, a principal mudança estrutural observada, ao longo da trajetória do evento, tenha sido seu processo de descentralização, iniciado em 2009, e que teve, em 2017, sua maior expressão, tal como ilustrado pela Figura 3.5.

Aliado às fortes pancadas de chuva quase ininterruptas, o intenso movimento de diminuição do fluxo de pessoas do centro, levado a caso pela nova gestão, fez com que grande parte dos palcos da Virada Cultural, ocorrida nos dias 20 e 21 de maio de 2017, ficassem esvaziados (S1 Notícias, 2017). Os novos núcleos de eventos criados na Chácara do Jockey, no Sambódromo do Anhembi, no Autódromo de Interlagos e no Parque do Carmo colocaram, dessa forma, a 13ª da edição Virada Cultural, dentro de um contexto bastante específico, tendo em vista a crise política enfrentada pelo país, e a mudança de gestão que acabava de acontecer na Prefeitura Municipal de São Paulo. Acrescenta-se ainda a informação de que o ano de 2016 marcou pela primeira vez a participação do Banespa como patrocinador master do evento e com atividades de ativação de marca, nos recintos do festival.

Virada Cultural de SP

Veja o mapa dos lugares onde serão realizadas as atividades culturais

1. Sambódromo do Anhembi - Shows
2. Autódromo de Interlagos - Shows, circo e oficinas
3. Chácara do Jockey - Shows
4. Parque do Carmo - Oficinas de arte
5. Praça do Campo Limpo - Shows e oficinas
6. Largo do Rosário - Shows
7. CEU. Paz - Shows
8. Ceu Butantã
9. CEU Parque Veredas
10. CEU Heliópolis
11. CEU Azul da Cor do Mar
12. CEU CEI Navegantes
13. CEU AT COM JAMBEIRO - JOSE GUILHERME GIANETTI
14. CEU VILA DO SOL
15. Céu São Mateus
16. CEU QUINTA DO SOL
17. CEU EMEF PERA MARMELO
18. CEU Jaçanã
19. CEU Alvarenga
20. Centro Cultural Palhaço Carequinha - Shows
21. Centro Cultural da Juventude - Shows
22. Centro Cultural Tiradentes - Shows
23. Centro Cultural da Penha - Shows
24. Centro Cultural Jabaquara - Shows
25. Centro Cultural Tenda da Lapa - Shows
26. Centro Cultural Santo Amaro - Shows
27. Centro Cultural São Paulo - Shows
28. Casa de Cultura do Butantã - Shows
29. Casa de Cultura da Brasilândia - Shows
30. Casa de Cultura Freguesia do Ó - Shows
31. Casa de Cultura do Ipiranga - Shows
32. Casa de Cultura M'Boi Mirim - Shows
33. Casa de Cultura Vila Guilherme - Shows
34. Casa de Cultura de Guaianases - Shows
35. Casa de Cultura Campo Limpo - Shows
36. Casa de cultura Itaim Paulista - Shows
37. Casa de Cultura Raul Seixas - Shows



Virada no Centro

Shows, leitura e arte vão agitar a região central na Virada Cultural

1. Vale do Anhangabau - Musicais
2. Copan - Cabaré Queer
3. Edifício Itália - Cabaré República
4. Boulevard São João - Tributos
5. Ipiranga com São João - Samba
6. Praça do Patriarca - Forró
7. Praça Roosevelt
8. Largo do Paissandú - Lona e Circo
9. Largo São Bento - Hip Hop
10. Rua 24 de Maio - Hip Hop
11. Rua do Tesouro - Refugiados e Imigrantes
12. Largo São Francisco - Iberoamericano
13. Praça Dom José Gaspar - Piano
14. Xavier de Toledo x 7 de Abril - Cultura Popular
15. Rua José Bonifácio - Risadaria
16. Viaduto do Chá - Batalhas de improviso
17. República x Pedro Américo - Kombódromo
18. Rua Aurora x São João - Virada
19. Álvares Penteado x São Bento - Latino Americano
20. Deck São Bento - Brasil 360
21. Avenida São Luís - Big Bands
22. R. dos Gusmões - Teatro de Container
23. Dr. Falcão Filho - Tablado Test
24. Praça Pedro Lessa - Virada Oriental
25. Rua do Tesouro - Mágicos
26. Praça Padre Manuel da Nóbrega - Dança
27. Galeria Ollido - Palhaçaria
28. Conselheiro Crispiniano - Shakespeare
29. Theatro Municipal - Shows, coral e balé
30. Praça das Artes - Variados
31. Biblioteca Mário de Andrade - Música e leitura
32. Praça da República - Soul Funk
33. Largo do Arouche - Jazz
34. Barão de Itapetininga x República - Virou Mix
35. Três de Dezembro - Pregão
36. Biblioteca Monteiro Lobato - Viradinha

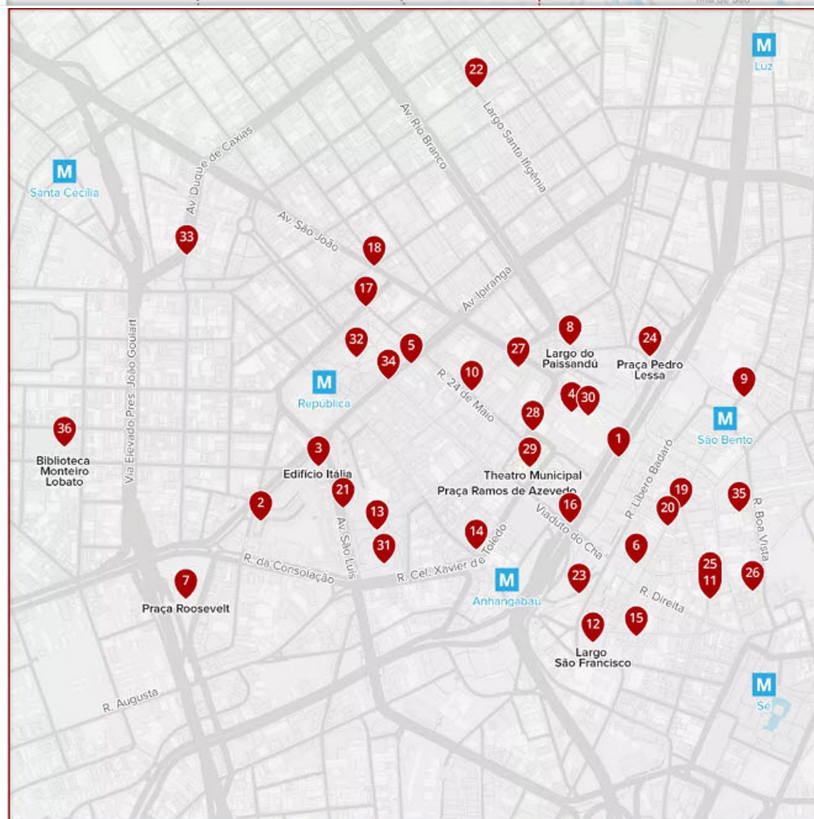


Figura 3.5: Mapa de Espaços - Virada Cultural 2017 (superior - descentralizada, inferior - no centro de São Paulo).
Fonte: (Matos, 2010: 1).

3.5 Conduas práticas de pesquisa

De acordo com as definições das estratégias metodológicas para o acercamento do objeto geral da investigação, isto é, identificar e perceber de que formas se manifestam, hoje, os diferentes processos de modulação que envolvem cidades e festivais urbanos, as condutas práticas de pesquisa permaneceram o tempo todo, conectadas à problemática geral. No primeiro contato com o campo, enquanto pesquisador estava mais dedicado a perceber os processos de mediação sujeito-espço urbano: subjetividades, percursos e escolhas. Para tanto, preparei um inquérito com 13 questões abertas e fechadas destinadas ao público-alvo da 8ª edição do Mexefest, em Lisboa (Apêndice I). As questões indagavam sobre frequências e hábitos culturais, dinâmicas de participação, sociabilidade em eventos, experiências com a cidade e com o evento em questão. Todavia, e evitando o desejo de certeza como forma de avanço na questão metodológica, a proximidade com os intermediários culturais me fez restringir a aplicação do inquérito para as fases posteriores da pesquisa. Embora tal instrumento tenha sido divulgado entre 27 de Outubro e 18 de Novembro de 2016 e recebido um total de 62 respostas, optei por usar suas informações de forma limitada e, guiado pelo princípio da abdução (Timmermans, e Tavory, 2012), não o apliquei ao caso de São Paulo. Isso porque não fazia mais sentido colocar foco na opinião das audiências, tendo em vista que o terreno me direcionava para outros atores mais significativos envolvidos nos processos de modulação entre festival e cidade.

Assim, a pesquisa de terreno se assentou numa investigação *in loco*, pelo período de seis meses (três meses em São Paulo, e outros três em Lisboa), de forma a seguir os argumentos dos atores, o enredo das situações e as experiências proporcionadas pelos eventos em relação à cidade, buscando o tempo todo rastrear evidências que colaboraram para dar respostas às questões centrais desta investigação: (a) Como a modulação se manifesta na realização do Mexefest e da Virada Cultural? (b) Como ela se traduz a partir desses eventos, e o que ela significa na relação festival-cidade em São Paulo e Lisboa? (c) Em tempos de festivalização da cultura e da cidade, em que sentido os temas que se desdobram desta discussão podem ser chamados de processos de modulação?

Embora as perguntas de partida refiram-se, diretamente, ao conceito de modulação e fazem dele o fio condutor da pesquisa, é preciso dizer que a tese se abre ainda para trabalhar uma série de tópicos que não necessariamente guardam relação direta com o conceito, dos quais posso listar: (i) relação entre conflitos e imaginários de segurança na cidade; (ii) projetos de regeneração urbana e processos de gentrificação; (iii)

agenciamentos entre comunicação, mídia e programação dos festivais; (iv) articulação entre comunicação cultural e marketing urbano, (v) relações entre tecnologia, música e experiência urbana; (vi) ambientação, *placemaking* e estetização do espaço urbano; (vii) cosmopolitismo, turismo e festivalização da cidade; e (viii) patrimônio histórico e mercado de imagens. Temas centrais no processo de análise dos dados durante a investigação, esses tópicos buscarão respostas, a partir de ocorrências emergidas do terreno, nesses últimos anos. Ao longo dos capítulos seguintes, eles poderão ser discutidos de forma mais independente, mas nem por isso perderão relação com o encadeamento geral da pesquisa.

Os casos de estudo foram adentrados a partir do contato prévio com os intermediários culturais, públicos e gestores ligados a ambos os festivais. A recolha de dados foi feita entre 2016 e 2017 e, como caso de estudo estendido (Burawoy, 1998), abordou também os “festivais não oficiais”: ações realizadas pelos intermediários para lá do programa principal, eventos que não compuseram a grade de atrações oficial dos festivais, mas que atuaram, também, como moduladores da relação entre festival e cidade postulada por esta pesquisa: acompanhamento de montagem de estruturas e outras atividades de pré-produção, conferências de imprensa, eventos de ativação de marca, manifestos ativistas, entre outros.

Do ponto de vista prático, além de toda a fase de revisão bibliográfica (feita no decorrer dos quatro anos de trabalho), a investigação foi conduzida, a partir de três caminhos principais: análise documental, entrevistas (não estruturadas e semiestruturadas) e observação direta, com registros em texto e fotografia⁷⁴.

Na análise documental, inicialmente, foram levantadas informações gerais para fornecer o enquadramento necessário a cada um dos objetos de estudo, com dados que ilustram, por exemplo, as retóricas discursivas estabelecidas entre festival e cidade (Boyer, 2008), associações entre design, comunicação e festival (Comunian, 2016), os mapas de lugares e formatos de programação concernentes a cada estudo de caso e a relação entre diferentes intermediários culturais na montagem dos eventos.

Para lá de uma varredura bastante minuciosa, mas não exaustiva, realizada em materiais de imagem e texto de edições anteriores do Mexefest e da Virada Cultural, durante os meses que antecederam e sucederam ambos os festivais; acompanhei,

⁷⁴ Para lá da análise de fotografias de autoria próprias feitas durante a incursão nos dois terrenos de estudo, uma série de imagens divulgados por parte dos organizadores e mídias on-line foram analisadas como fontes secundárias de pesquisa.

diariamente, a divulgação de informações em suas redes sociais (Facebook), bem como notícias e atualizações publicadas em seus *websites* oficiais (Prefeitura Municipal de São Paulo, 2016; Vodafone Mexefest, 2016a). Além disso, foram investigados materiais advindos de redes de distribuição de notícias, apoiadoras dos festivais em análise (SIC TV, Revista Blitz e Jornal Expresso, em Portugal; Jornal Tarde, Jornal Folha de São Paulo e Jornal Estadão, no Brasil). Durante esse processo, foram recolhidos e analisados diferentes materiais impressos: programas de edições anteriores dos eventos, pôsteres, relatórios técnicos, documentos administrativos, e outros materiais do gênero - a maioria deles cedidos pelas produtoras ou por outros intermediários culturais envolvidos nos eventos.

No caso específico da Virada Cultural, o desdobramento da pesquisa, durante o processo de análise documental revelou dois acervos com materiais bastante significativos, os quais serão tomados como fontes secundárias de pesquisa⁷⁵. Está incluída, aqui, toda a coletânea de guias especiais elaborados pelos veículos de mídia impressa de São Paulo, citados acima, além de fascículos impressos por outros meios de comunicação, com produção de conteúdo específico sobre os eventos. Tais documentos foram encontrados nos arquivos da Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo e na coleção pessoal de José Mauro Gnaspini, ex-curador e coordenador geral da Virada Cultural. Embora tenha aplicado filtros referentes a pontos-chave discutidos pela pesquisa (a relação entre ativação de marca e imaginário de cidade e os discursos sobre violência e controle social em São Paulo, por exemplo), é preciso esclarecer que o volume de informações revelado pelo terreno suplantou, significativamente, o cronograma e a viabilidade prática desta investigação, criando por isso novas *hinterlands* (Law, 2004) para o desenvolvimento de futuras pesquisas sobre o tema.

Como poderia observar os festivais a modelarem a experiência das pessoas e o espaço urbano das cidades que os acolhem? Essa pergunta acabou por justificar a eleição da observação direta, que se efetivou, durante a realização de ambos os festivais e em atividades de produção associadas direta ou indiretamente a eles (conferências de imprensa, visitas técnicas, assembléias públicas e registros do cotidiano comum das áreas cobertas por seus programas). Enredos de natureza reticular (Simondon, [1958] 2005), construídos e reconstruídos, à medida que a pesquisa era consolidada, fizeram com que

⁷⁵ Fontes secundárias correspondem a interpretações e avaliações de fontes primárias. Além de entrevistas concedidas publicamente à imprensa, por parte dos intermediários culturais de ambos os casos de estudo, são exemplos de fontes secundárias, nesta pesquisa, vídeos, fotografias de divulgação e documentos técnicos de pesquisa gerados por intermediários ligados aos casos de estudo.

meu foco não se restringisse ao momento da realização dos festivais, mas que fosse colocado ao longo de todo seu processo de montagem. Respalado no conceito de *objective* em Deleuze (1993), segundo o qual a flutuação da norma substitui a permanência de um modelo, e em ressonância com o processo de individuação dos objetos em Simondon ([1958] 2005), atuei como pesquisador, tanto na fase de produção dos eventos, quanto na fase de pré-produção e pós-produção a eles associadas. Por essa razão, foram feitas observações diretas em diferentes ocasiões, de modo a descrever os atores sociais, observar o papel da música como um fator conectivo entre os casos de estudo, evidenciar controvérsias, redes de associação, lugares percorridos, relação entre marca, cidade e festival, entre outros desdobramentos possíveis durante a fruição, propriamente dita, da 8ª edição do Mexefest (realizada em 25 e 26 de novembro de 2016) e da 13ª edição da Virada Cultural (realizada em 20 e 21 de maio de 2017). Diálogos informais travados com o público e alguns intermediários culturais, no decorrer dos eventos, foram também incorporados como dados de estudo, e serão analisados conjuntamente com entrevistas e material documental recolhido na pesquisa.

Entre 13 de novembro de 2016 e 3 de junho de 2017, um total 26 entrevistas semiestruturadas foram gravadas em áudio e transcritas em texto, 14 delas realizadas em Lisboa, e outras 12 em São Paulo. Foram registradas falas com público participante e intermediários culturais (patrocinadores, produtores e co-realizadores) diretamente associados a cada um dos casos em estudo, ao grande mercado da comunicação (jornalistas, assessores de imprensa e radialistas) e às demais esferas institucionais ligadas à cultura em ambas as cidades (gestores públicos, gestores de espaços culturais, líderes de coletivos populares e produtores culturais responsáveis por outros eventos).

Levando-se em conta os princípios éticos de pesquisa e sigilo de informações, os respondentes serão citados na pesquisa sob um sistema próprio de códigos, segundo o qual L1 a L14 correspondem a entrevistados em Lisboa e S1 a S12 correspondem a entrevistados em São Paulo. Os perfis sócio-profissionais, critérios de seleção e outras informações relevantes acerca dos entrevistados podem ser conferidos no Apêndice II. Em consideração à pouca probabilidade que tinha de encontrar informantes privilegiados com tempo disponível, durante os dias de eventos, as entrevistas foram realizadas, em sua

maioria, antes ou após os festivais⁷⁶. Ainda no tocante a esse instrumento de pesquisa, é importante esclarecer que, para lá das entrevistas que produzi e que são abordadas como fontes primárias desta pesquisa⁷⁷, os capítulos de discussão empírica citarão, ainda, entrevistas advindas de reportagens de mídia, notas oficiais e publicações on-line em geral. Tais materiais serão tomados como fontes secundárias de pesquisa⁷⁸. Apesar disso, a tese buscará atribuir, de forma mais ou menos equivalente, o mesmo estatuto analítico às várias fontes de dados empregados na discussão empírica. Esta decisão alinha a investigação à nuance etnográfica tipificada, neste capítulo metodológico, e a coloca em diálogo com o fazer metodológico pós-estruturalista de Law (2004) e Latour (1986; 2012), de modo a combinar diferentes fontes de informação para a produção de respostas às perguntas propostas por esta pesquisa.

3.6 Enredos da aproximação com o terreno

O estudo de casos tão distintos com base na metodologia escolhida mostrava desafios desde a elaboração da primeira versão do projeto de pesquisa, que ganharam corpo à medida que o estudo se desenrolava. Encontrei em Latour (2012) pistas sobre como manejar essa questão, quando o autor sugere que “sejam identificadas nos sistemas as composições de inscrição e centrais de cálculo, a fim de que sejam recolhidos rastros dos processos para o exercício de torná-los comparáveis” (Latour, 2012: 55). Assim, ao invés de um estudo comparativo optei por construir a tese a partir de diálogos envolvendo os dois casos empíricos. Ao construir uma relação de lealdade com as pistas trazidas por cada um dos terrenos empíricos, percebi que, pouco a pouco, emergiam questões que tocavam mais a realidade de um ou outro contexto sem, necessariamente, existir uma ligação direta

⁷⁶ Em relação a essa afirmação, existe apenas uma exceção: a entrevista com o diretor criativo da Empresa Big Fish (L3) ocorreu no dia 26 de novembro de 2016, no mesmo final de semana de realização do Mexefest, em Lisboa.

⁷⁷ Fontes primárias correspondem à criação própria e são disseminadas, exatamente, na forma com que são produzidos por seus autores (Pinheiro, 2006). Apresentam a informação na sua forma original, sem interpretação, sumarização ou avaliação de outros escritores. São exemplos de fontes primárias nesta pesquisa: entrevistas, notas de observação, fotografias de autoria própria e discursos transcritos da participação de intermediários culturais, em eventos oficiais relacionados aos festivais investigados.

⁷⁸ Seguramente, uma entrevista elaborada especificamente para a pesquisa tem um valor metodológico diferente daquela realizada por intermediários de imprensa, uma vez que é feita em certos tipos de situações e, por isso mesmo, precisa atender a determinados tipos de regras. Mantendo controle sobre a variação dos contextos de produção da informação, elas serão tratadas, a partir de objetivos comuns e utilizadas de forma equivalente ao ponto de vista interpretativo, tendo em vista que trazem também informações relevantes para os temas abordados na tese.

entre eles. Tal situação deixava clara uma importante afirmação importante de Bruno Latour, segundo a qual, muitas vezes, é difícil reproduzir os novos achados de um laboratório em outros laboratórios (Latour, 2004). Esse foi, por exemplo, o caso do papel ocupado pela música na criação da atmosfera urbana em Lisboa e dos desdobramentos advindos do efeito *shuffle* e do uso de aplicativos celulares presente no Mexefest. Em São Paulo, a Virada Cultural destacou questões específicas sobre segurança e apropriação do espaço público, controle social e ativismo cultural.

A crença na produção errática do conhecimento, a partir do diálogo com Law (2004) e Latour (2012), fizeram com que minhas hipóteses permanecessem em aberto e mantiveram o percurso de pesquisa poroso: além de abrir mão do inquérito, durante a pesquisa prática acabei deixando para trás, também, a possibilidade de utilizar o *shadowing* (Quinlan, 2008), técnica investigativa de sombreamento de informantes que havia planejado realizar, inicialmente (Apêndice I). Tal medida se apresentou ineficaz para a investigação, tendo em vista o fato de que a maioria dos sujeitos responderam, no inquérito inicial, que participariam do Mexefest 2016 sós ou acompanhados de apenas uma pessoa, e seria difícil sombreá-los sem impactar seus percursos e impressões pessoais sobre o evento. Para lá dessa informação, os dados advindos do inquérito me levaram ao contato com quatro entrevistados da categoria “público participante”, impactando diretamente na aproximação com o terreno, em Lisboa.

Somado ao desafio de colocar em diálogo a realidade de cidades, contextos sociais e intermediários culturais tão distintos, havia o fato de que ambos os eventos se apresentavam quase como alvos móveis, devido ao fato de que são editados apenas uma vez ao ano, em dois dias corridos de programação simultânea, sobreposta e efêmera. Se, a princípio, imaginava que o desafio metodológico da caça a observações e anotações de registros durante ambos os festivais seria cumprido, logo percebi que a problemática da pesquisa abrangia complexidades que extrapolavam um olhar apenas pontual sobre eles.

A pesquisa empírica em Lisboa alçou voo a partir de um convite feito por uma colega da Universidade do Porto para participar de uma dinâmica de grupo focal sobre festivalização da cultura com intermediários culturais de Lisboa, no bar “O Povo”, na zona do Cais do Sodré. A partir daí, o foco da investigação foi redimensionado para abranger as dinâmicas em torno do campo da música, dos aspectos comercial e negocial que o envolvem e o entrelaçam ao marketing urbano e à imagem lisboeta. Embora tivesse planejado, como ponto de partida, a realização de entrevistas com os intermediários

culturais envolvidos na Produtora Música do Coração, a partir desse encontro, a seleção dos informantes privilegiados acabou envolvendo, também, representantes de outras produtoras culturais, nomeadamente, da Sons da Lusofonia e da Cassefaz. Ao apresentar as ações de terreno realizadas por ordem cronológica, as Tabelas 3.1 e 3.2 intencionam posicionar melhor o leitor, diante do desenho geral da coleta de dados, tendo em vista o grande volume de informações ao qual tive acesso, durante a pesquisa. Nelas estão presentes todas as iniciativas realizadas, com exceção da revisão bibliográfica e da análise documental.

Em São Paulo, o terreno de pesquisa foi acessado por meio de políticos e gestores culturais ligados ao desenvolvimento da Virada Cultural e das políticas culturais na cidade, a partir de um fortuito contato fornecido por uma colega do doutoramento da Universidade de Coimbra. Logo após as duas primeiras entrevistas realizadas (S12 e S3), à listagem prévia de intermediários culturais foram acrescentados nomes de políticos, líderes de coletivos da sociedade civil organizada, jornalistas e representantes de outros festivais de renome da cena cultural paulistana. Busquei respeitar os movimentos reticulares gerados pelo próprio campo (Simondon, [1958] 2005; Ferreira, 2010). Entretanto, contrário a realizar entrevistas ao acaso, filtrava-as, segundo seu potencial rizomático (Deleuze, 1997) e revelação de evidências sobre agenciamentos possíveis, ligados à problemática geral da tese. Embora já houvesse frequentado várias edições da Virada Cultural em anos anteriores, a imersão dessa vez ocorreu, a partir de um novo lugar: à medida que o terreno se apresentava, era tecida uma série de novas associações entre as experiências culturais vivenciadas no passado e as reflexões geradas pelo olhar de investigador na edição presente.

No rastreamento das pistas de campo, percorri dois caminhos que, a princípio, se mostravam distantes mas que, no desenrolar dos fatos, foram tacitamente conectados. Ora, a ênfase estava colocada no material empírico real - audível, visível e tátil - fornecido pelas dinâmicas dos festivais; ora, prevalecia mais o olhar sobre a retórica construída sobre esses eventos e colocada no mercado de circulação informacional: seu discurso midiático e as impressões de seus intermediários culturais, por exemplo. Baseado na trama dos personagens e fatos envolvidos, com o passar do tempo, percebi que, antes mesmo da chegada dos eventos, ao aceder ao discurso dos atores envolvidos já estava a exercitar a minha relação com os processos de modulação cidade-festival que ocorriam em Lisboa e São Paulo.

Setembro, Outubro e Novembro de 2016	Aplicação de Inquérito de Público.
22/10/2016	Observação em Focus Group - Estratégias para a Cultura Lisboa e Festivalização da cultura, Bar O Povo (Cais do Sodré).
27/10/2016	Reunião de aproximação - Produtora Música no Coração.
01/11/2016	Descritivo de cotidiano na Avenida da Liberdade.
02/11/2016	Conferência de Imprensa - Lançamento do Vodafone Mexefest, Sótão do Teatro Tivoli.
13/11/2016	Entrevista com L2- Produtora Música no Coração.
16/11/2016	Entrevista com L6- Diretor Produtora Cassez.
18/11/2016	Evento “Vodafone Band Scouting” - Estação de Metro Alameda.
23/11/2016	Entrevista com L5 - Produtora Cultural Sons da Lusofonia (Festival Lisboa Mistura / Festa do Jazz).
24/11/2016	Entrevista com L7 - Público participante.
24/11/2016	Entrevista com L9 - Estudante e público participante.
25/11/2016	Entrevista com L8 - Público participante.
25 e 26/11/2016	Registos em texto e fotos - Vodafone Mexefest. Interloquções com público e agentes envolvidos na organização do evento.
26/11/2016	Entrevista com L3 - Diretor Criativo Empresa Big Fish.
30/11/2016	Entrevista com L10 - Radialista Vodafone FM.
30/11/2016	Entrevista com L11 - Público participante e Redatora Revista Blitz.
02/12/2016	Entrevista com L1 - Produtora Música no Coração.
22/12/2016	Entrevista com L4 - Diretora de Comunicação Vodafone.
22/12/2016	Entrevista com L13 - Diretora de Eventos e Patrocínios Vodafone.
23/12/2016	Entrevista com L12 - Gestora Cultural e Público participante.
23/12/2016	Entrevista com L14 - Presidente Música no Coração.

Tabela 1 - Cronograma detalhado de ações realizadas no terreno (Lisboa).

Abril, Maio e Junho de 2017	Visitas a espaços culturais de São Paulo: Aparelha Luzia, Espaço Cultural a Barca, Al Geniah, Preto Café.
08/05/2017	Entrevista com S12- Diretora Executiva Arueira e Difusa Fronteira Produções
09/05/2017	Entrevista com S3 - Advogado, Consultor e Ex Secretário Nacional de Políticas Culturais.
09/05/2017	Entrevista com S6 - Coordenadora da Virada Cultural - Secretaria de Cultura - Prefeitura Municipal de São Paulo.
19/05/2017	Entrevista com S2 - Produtor Cultural e Ex-curador da Virada Cultural.
20 e 21/05/2017	Cobertura da Virada Cultural 2017. Registros em texto e fotos. Interloquções informais com público e agentes envolvidos na organização do evento.
22/05/2017	Entrevista com S5 - Colaborador do Coletivo CoCidade.
22/05/2017	Entrevista com S11 - Colaborador do Coletivo CoCidade.
30/05/2017	Entrevista com S1 - Urbanista e colaboradora do Instituto A cidade precisa de você.
31/05/2017	Entrevista com S10 - Diretora de Comunicação da Secretaria de Cultura - Prefeitura Municipal de São Paulo.
31/05/2017	Visita Técnica - Arquivo da Secretaria de Cultura - Prefeitura Municipal de São Paulo.
31/05/2017	Entrevista com S9 - Ativista e Produtor Cultural - Sistema Negro de Som.
31/05/2017	Audiência Cidadã da Cultura / Frente Única de Cultura de São Paulo (Praça das Artes) e Ocupação da Secretaria Municipal de Cultura da Prefeitura Municipal de São Paulo.
01/06/2017	Entrevista com S4 - Produtor Cultural e Ex-coordenador Geral da Virada Cultural.
02/06/2017	Entrevista com S8 - Urbanista, Ex-vereador e Ex-secretário de Cultura da Prefeitura Municipal de São Paulo.
03/06/2017	Registros de Terreno - Descrição de cotidiano do Centro de São Paulo.
03/06/2017	Entrevista com S7 - Jornalista e Colunista de Cultural do Estadão.
05/06/2017	Pesquisa Documental - Acervo Secretaria Municipal de Cultura - Prefeitura de São Paulo.
05/06/2017	Pesquisa Documental - Acervo pessoal José Mauro Gnaspini.

Tabela 2 - Cronograma detalhado de ações realizadas no terreno (São Paulo).

Vivenciar a atmosfera empírica dos casos de estudo me aproximou de um olhar etnográfico mais sensível, uma vez que as qualidades e sentidos sensoriais se mostravam distintivos no registro de dados observacionais, no humor e no tom de cada um dos contextos da pesquisa. Como expressado por Wasterfors (2017): “estar presente em um campo, e situado entre as pessoas que povoam a pesquisa, dá ao pesquisador uma boa oportunidade de perceber aspectos de um meio emocional e cultural que outros podem ter dificuldade em alcançar”⁷⁹ (Wasterfors, 2017: 323). Nesse ínterim, os agentes que, pouco a pouco, pululavam do terreno performavam como objetos móveis, ora efêmeros, ora mais instáveis: deslocamentos, falas, ruídos e padrões mais fixos. O exercício de vivenciar uma etnografia móvel (Büscher *et al.*, 2010) se fez presente, durante esse período, não apenas pelos lugares que os objetos físicos ocupavam, durante a pesquisa, mas sobretudo pelos percursos que se iam tecendo, ao longo do processo investigativo. Ao final, dei-me conta de que o efeito *shuffle* absorvido no contato com o terreno estava inculcado na conduta prática da pesquisa: notícias, redes sociais, vídeos, fotografias e outros materiais encontrados “ao acaso”, durante o período de análise documental, eram organizados de forma inteligível e coerente com os argumentos que vinham sendo construídos. Som, imagem e escrita se colavam num movimento sinestésico e harmônico, que ensaiava, pouco a pouco, novas evidências sobre as temáticas evocadas pela pesquisa.

Antes de encerrar este capítulo, é pertinente ponderar, uma vez mais, sobre a relatividade do fazer científico. De acordo com o pensamento de Law (2004), “a realidade não é nem independente nem anterior ao seu aparato de produção. Realidades são feitas sob os efeitos dos aparelhos de inscrição”⁸⁰ (Law, 2004: 31). Esse raciocínio está ligado, ainda, a outro argumento defendido por Latour (2012), quem entende que o terreno sempre envolverá, indiscriminadamente, humanos e não-humanos estabilizados provisoriamente, e em determinados sistemas. Os festivais atuam e continuarão atuando no sentido de fazer e desfazer realidades (Law, 2004), em processos contínuos, cotidianos e modulados por uma

⁷⁹ Tradução livre do autor. No original “*To be present in a field, and situated among the people who populate one’s research, gives the researcher a good opportunity to sense aspects of an emotional and cultural milieu that others may have great trouble in reaching*” (Wasterfors, 2017: 323).

⁸⁰ Tradução livre do autor. No original “*Reality is neither independent nor anterior to its apparatus of production. Neither is it definite and singular until that apparatus of production is in place. Realities are made. They are effects of the apparatuses of inscription. At the same time, since there are such apparatuses already in place, we also live in and experience a real world filled with real and more or less stable objects*” (Law, 2004; 31).

série de fatores, conforme será discutido durante a apresentação dos dados, nos Capítulos 4, 5 e 6.

Neles, onde aparecer uma entrevista realizada com estatuto de fonte primária, pode aparecer também um excerto de uma entrevista retirada de um jornal, ou de uma fala captada durante eventos públicos que ocuparam lugar ao longo da pesquisa. Tais dados estão combinados e organizados, a partir de critérios de pertinência que visam mobilizar informações significativas e demonstrar aquilo que os argumentos centrais da pesquisa têm a dizer. Passagens sombreadas em fundo roxo e com moldura tracejada correspondem à citação direta de fontes secundárias com mais de três linhas, relativas a narrações *ipsis litteris* de vídeos e excertos de entrevistas públicas em veículos de mídia, concedidas por intermediários (trechos curtos dessa mesma natureza aparecem citados, diretamente, no corpo do texto, entre aspas). Passagens sombreadas em azul e com moldura pontilhada identificam excertos de documentos técnicos, também com mais de três linhas, recolhidos durante a análise documental. Passagens marcadas com fundo em verde e com moldura contínua descrevem observações diretas de terreno (tal como já feito, nos capítulos anteriores). Trechos de entrevistas realizadas pelo autor, com mais de três linhas, se apresentam em itálico, em parágrafo próprio, com recuo e sem aspas. Trechos curtos de entrevistas realizadas pelo autor (até três linhas) estão citados, diretamente, no corpo do texto, estão marcados em itálico e entre aspas.

Os dados resultam da articulação entre material empírico de terreno e diálogo com os autores que sustentam teoricamente este projeto. Entendendo que o método é aquilo que oferece mais ou menos algumas garantia (Law, 2004) e não, necessariamente, um sistema fechado de ações, dentro de um processo investigativo, discutirei nas páginas seguintes não apenas resultados, mas todo o processo edificado para alcançá-los, descrevendo o caminho percorrido e as decisões tomadas para chegar até eles. Arrimar nas evidências de modulação das cidades pelos festivais urbanos em ambos os cenários de estudo é, portanto, realizar a tese-mosaico anunciada no título deste capítulo, uma vez que “são múltiplas as mensagens e os ideários dispersos que, hoje, se confrontam com o contexto urbano; e esse confronto pluraliza o significado da cultura” (Fortuna, 2013:14). Tal ideia está contida na indefinição de realidade apontada por Latour (2012), e continuará aberta, ao menos em épocas de controvérsias do pensamento científico (Law, 2004).

Capítulo 4 - Do controle social ao cosmopolitismo urbano

A organização de feiras, festas populares, exposições, festivais de música e outros eventos do gênero ganhou força dentro das redes de distribuição e consumo cultural, no mundo todo, a partir da década de 1980 (Wynn e Yetis-Bayraktar, 2016). Coincidentemente, foi nessa época que o tema da requalificação urbana passou a vigorar, de forma mais enfática, no campo do planejamento urbano, anunciando novas diretrizes para o desenvolvimento das cidades, durante o período pós-guerra. Inicialmente localizado nas principais cidades de países europeus cuja vocação cultural era mais emblemática, nas décadas seguintes, a estratégia de revitalizar a cidade por meio da cultura se estendeu também para outros continentes, alcançando a maioria dos países do globo. Tal dispositivo passou a ser um caminho quase inexorável para o desenvolvimento local e para o surgimento de novas ferramentas de controle social.

Ao criarem outras referências de uso do espaço público e construírem uma nova imagem urbana, tais eventos alteraram padrões de sociabilidades, perfis de público e margens espaciais (Ferreira, 2010). Com o redesenho da ocupação do espaço urbano (Sieber, 1995), a redefinição dos discursos e o deslocamento da cidade para novas redes de significado, as ações culturais passaram a assumir papel central nas ações de desenvolvimento urbano, vinculando-o aos mercados emergentes.

Desde minha chegada ao terreno desta pesquisa, diferentes processos de modulação mostravam, pouco a pouco, os festivais como agentes reguladores para temas importantes como segurança, gentrificação, regeneração e cosmopolitismo urbano. Enquanto rituais liminares, ao mesmo tempo que os festivais eleitos como casos de estudo desta pesquisa estavam ligados ao sentido de *heterotopia* indicado por Michel Foucault ([1967] 1984), eles também se apresentavam como peças importantes de uma rede que estava além da fruição da cultura apenas como forma de divertimento. Na medida em que a Virada Cultural e o Mexefest criavam novas *hinterlands*, em São Paulo e Lisboa, eles faziam dessas cidades constantes territórios de resistência e mudança (Ferreira e Abreu, 1999; Fortuna e Proença Leite, 2013).

São Paulo, 20 de maio de 2017. Diferentemente de sua programação habitual, o Teatro Municipal da cidade recebia, na 13ª edição da Virada Cultural, a Bateria da Vai-Vai, o grupo de fado português Camané e uma série de artistas do sertanejo de raiz. No mesmo endereço, em 18 de maio de 2014, um inusitado programa de culturas de rua havia surpreendido o público participante na 9ª edição do evento. Grupos advindos de diferentes regiões periféricas da cidade acompanharam com entusiasmo as performances de artistas como Thaide, DJ Hum, Código 13, MC Jack e O Credo, que pela primeira vez apresentaram performances da cultura hip hop naquele local.

Lisboa, 25 de novembro de 2016. A 8ª edição do Mexefest inicia-se com a reinauguração do tradicional Cine-Teatro Capitólio. O concerto de música com a musicista caboverdiana Mayra Andrade e os *beats* do happer alentejano Valas marcam o tom curatorial do evento: descobrir a cidade através da *Nova Música*.

O que esses episódios têm em comum? Através de concertos de música pouco usuais, ambos associam a imagem de espaços culturais emblemáticos de suas cidades-sede a perfis de público marginalizados. Como prática cultural, os festivais, à medida que movimentam culturas marginais e plateias do gueto para espaços consagrados através de seu programa, são capazes de criar ambientação sonora, nas regiões centrais de Lisboa e São Paulo, a partir de um padrão que coloca no centro dessas cidades a estética da periferia.

Esse primeiro contato com os dados de observação direta nos dois casos de estudo conduz-nos para uma problemática mais ampla: de que forma os festivais urbanos têm atuado como estratégias de controle social? Como os grupos marginais têm se reposicionado, socialmente, a partir destes eventos e quais as consequências advindas desse processo para a construção da nova imagem da cidade contemporânea?

Buscando perceber a maneira pela qual os festivais urbanos atuam, hoje, nas dinâmicas sociais, a partir de uma abordagem que os tomam como importantes dispositivos de modulação das cidades contemporâneas, tais eventos serão tomados neste capítulo como

modelos emergentes de controle social (Hui, 2015). No exercício de desdobrar os dois casos de estudo, serão apresentados dados e reflexões de temas como segurança, processos de gentrificação, estratégias de requalificação urbana, conflitos no espaço público, cosmopolitismo cultural (Skrbis, 2013) e marketing da etnicidade (Costa, 2011). O diálogo entre a Virada Cultural e o Mexefest será constante, com nuances mais ou menos acentuadas em uma ou outra realidade, a depender do tópico em análise. Destarte e, como a descrição básica dos terrenos feita no Capítulo 3 insinua, por estar ligada mais a questões sobre reapropriação do espaço urbano e ativismo cultural, a tônica encontrada em São Paulo ganhará aqui maior ênfase. Entretanto, antes de discutir um a um os pontos enunciados acima, a partir dos dados encontrados no campo, é preciso fazer aqui uma digressão em torno dos temas margem e grupos marginais.

Para os efeitos da pesquisa em tela, é importante esclarecer que a expressão grupos marginais é utilizada, tendo em vista elementos próprios apresentados pelo discurso dos intermediários culturais envolvidos nos eventos analisados como estudos de caso. Termos como gueto, margem, periferia e minoria foram comuns, ao longo da pesquisa de campo, assim como outros dispositivos retóricos ligados a este universo e colocados em circulação na divulgação do evento, em São Paulo, a exemplo da matéria de capa do Caderno Divirta-se (Guia do Estado de São Paulo, 2014): “Tá dominado! Mais uma vez a Virada Cultural vai invadir São Paulo”.

Ao expressar a tomada do centro pela margem, O’Connor e Wynne (2017) nos sugerem um debate interessante que ajuda a explicar o porquê das ambiguidades e dos riscos presentes, hoje, na discussão que envolve esses grupos. O livro *From the Margins to The Centre - Cultural Production and Consumption in The Post-Industrial City* (O’Connor e Wynne, 2017) relaciona temas ligados aos debates sobre cidade, nas décadas de 1980 e 1990, perfazendo um caminho interessante para a compreensão dessa problemática. Segundo os autores, existe um processo de reestruturação de valor no qual atividades, anteriormente consideradas periféricas, passaram a ocupar um lugar central nas novas dinâmicas sobre cultura, consumo e imagem. Em seu bojo, uma inversão do movimento para fora do centro da cidade pelas classes afluentes resultou na recentralização de áreas tidas como marginais, deixando mais evidentes novas centralidades urbanas (Fortuna e Proença Leite, 2013) e processos de gentrificação (Kara José, 2007; Miles, 2007; Lúndon e

Hiernaux, 2012). Dessa forma, grupos a princípio classificados como marginais se tornaram centrais neste debate uma vez que, através de suas práticas cotidianas, eles fizeram do centro da cidade o centro de si mesmos (O'Connor e Wynne, 2017).

A necessidade de desnaturalizarmos o conceito de margem e marginalidade, no debate urbano contemporâneo, deve-se também ao fato de que o “objeto já não se define por uma forma essencial” (Deleuze, 1991: 38) mas, sim, através de uma família de variações. Assim, é possível sugerir que marginal não é, necessariamente, quem está na margem. Antes disso, é mais prudente que nos perguntemos a qual referencial de centro e condição de marginal eles se opõem. Para dar mais clareza à ambivalência que o termo “marginal” designa atualmente, é preciso lembrar que ele pode servir tanto a quem é excluído socialmente, culturalmente ou politicamente, como também pode remeter para a lógica do mercado das distinções e da economia simbólica (Bourdieu, 2007). Entende-se, aqui, como grupos marginais urbanos, portanto, segmentos da população identificáveis com condições de vida particularmente precárias nas cidades, ou habitando em regiões periféricas, bairros claramente demarcados pela pobreza ou com população em que predominam grupos classificados como minorias étnicas, com imagens estigmatizantes e em geral com apreciação negativa por parte de outros setores sociais. Mais do que serem minoritários, esses grupos, muitas vezes, estão ligados a expressões culturais hierarquicamente menos qualificadas face à cultura legitimada (Bourdieu, 2007).

Tomando a complexidade cultural e étnica das realidades às quais esta pesquisa se refere e desnaturalizando ainda mais esse debate, é preciso afirmar que, em cidades como São Paulo e Lisboa, é cada vez mais arriscado pressupor que existem formas consagradas e legítimas de cultura, estabilizadas ou consensualizadas como tal. Isso se deve ao fato de que, muitas das vezes, o acesso à elas precisa corresponder com aquilo que os inquéritos tradicionais definem como “práticas culturais”: ir ao cinema, assistir a uma peça de teatro, frequentar museus, aceder a um concerto de música. A partir daí, é preciso que nos indaguemos: a quais tipos de cinemas, teatros, museus e concertos de música esses instrumentos se referem, uma vez que, nessas cidades, eventos como batalhas de *slams*, festas comunitárias, saraus marginais e outras diversas formas de artes de rua são cada vez mais comuns? De acordo com a realidade vigente desses inquéritos, a expressão “não ter acesso à cultura” parece, portanto, abranger apenas práticas específicas derivadas de

indicadores já standardizados e legitimados por eles que, por sua vez, parecem já não se ajustar mais ao mosaico cultural observado nas grandes regiões metropolitanas. A diversidade cultural encontrada em cidades como Lisboa e São Paulo é tão grande que, muitas vezes, não é possível estabelecer demarcações de estilos e práticas artísticas, ou então dizer que certo grupo é culturalmente excluído ou marginalizado, por ser menos familiarizado com determinada oferta de evento ou equipamento cultural. No universo de práticas que se manifestam e reinventam a todo instante, a aferição dos gostos e acessos pelas categorias indagadas por parte dos inquiridos de pesquisa mais tradicionais é, no mínimo, obsoleta.

Desse modo, esse raciocínio me leva a sugerir que o termo grupos marginais pode representar também perfis de público que estão menos familiarizados com a oferta cultural institucionalizada. Isso porque sujeitos nomeados como marginais têm correspondências com certas categorias específicas e tipificáveis sociologicamente, associadas a campos desqualificados ou deslegitimados dentro da economia política da cultura (Bourdieu, 2007). Parte das pessoas que estão designadas desta forma estão vinculadas, também, a contextos de residência categorizados como guetos estigmatizados, ou que em outros contextos podem estar identificados também como minorias étnicas.

“Ser margem”, nesse sentido, necessariamente não significa não ter o hábito de frequentar programas culturais mas, sim, não ter acesso a determinadas formas mais legitimadas de cultura, e consagradas dentro de uma certa concepção do que seria o paradigma de centro no campo cultural. A partir dessa desconstrução, é possível entendermos melhor o discurso sobre integração e controle social, processos de marginalização, segmentação social, guetização e tensão entre diferentes categorias étnicas, grupos de imigrantes, populações nativas, elites artísticas e as parcelas da população que se entregam mais às formas de expressão da cultura popular.

No âmbito do mercado de produção e consumo cultural, festivais urbanos e eventos culturais do gênero têm apontado para a incorporação dessas categorias na redescoberta da cidade e na redefinição da ideia de centro (O’Connor e Wynne, 2017). Na própria atuação dos organizadores dos casos investigados foi possível notar essa ambiguidade, uma vez que a estratégia de designação de centros e margens que lhes servem para promover uma autoimagem de seus festivais que acabam por incorporar as margens, trazendo-as para o

centro. Tanto na Virada Cultural como no Mexefest, esse argumento foi evidente: a curadoria desses eventos teve por pressuposto a mescla de diferentes estilos culturais, de modo a desconstruir a noção de centro a partir da aproximação de diferentes estilos musicais e sentidos estéticos na concepção da programação.

Enquanto alguns posicionamentos persistem em apontar para um papel dominante da cultura na sociedade contemporânea, pouca discussão tem sido conduzida para pensar as práticas sociais pelas quais os conceitos de cultura marginal e cultura consagrada se subvertem, transformam e flexibilizam. Os múltiplos usos da cidade e as reivindicações dos espaços urbanos mais centrais têm cada vez mais nos conduzido a pensar a desconstrução do termo grupos marginais. A proliferação e a fragmentação de padrões de produção e consumo culturais têm convertido a cidade em um conflitante campo de atividades, cuja complexidade tem minado, invariavelmente, as hierarquias culturais tradicionais.

Ao contrário do que nosso imaginário inicialmente pode conceber, margens não são necessariamente negativas. Pelo contrário, elas podem muitas vezes sinalizar movimentos de vanguarda, propostas culturais rebeldes que fogem do mercado *mainstream* e anunciam tendências estéticas e/ou novos modos de vida urbanos. O funk, o grafite, o rap, o *breakdance* e uma série de outras manifestações culturais, a princípio consideradas como periféricas, atuam segundo vertentes que são por si só ambivalentes, servindo para relativizar os conceitos de centro e margem. Nelas habitam a possibilidade do novo, do transindividual (Simondon, ([1958] 2005) e do rizomático (Deleuze e Guattari, 1997) e, por isso mesmo, tais práticas se constituem não apenas como expressões culturais, mas como espaços de criação e arte.

Dessa forma, é possível falar que o adjetivo “marginal” se modifica consoante o contexto social no qual está inserido e, além disso, de acordo com o discurso de quem o enuncia. Ao considerar a existência de grupos marginais, é preciso então considerar a existência de uma série de categorias que escapam ao lugar puro e simples que o emprego do termo naturalizou, nas últimas décadas. Segundo este ponto de vista, prefiro pensá-los como *grupos perspectivados como marginais*, aceitando que a condição daquilo que define marginalidade é variável e correspondente a uma concepção de margem e centro que não é estável. Mesmo sabendo das controvérsias que a atribuição deste adjetivo a esta classe de

sujeitos sugere, a partir daqui, reportarei-me a “grupos marginais” sempre com a utilização de aspas, de modo a lembrar que, embora esta tese não vise elaborar um novo termo para esse campo, ela ao menos alerta o leitor para a desconstrução semântica que precisa ser refeita em torno dessa problemática.

4.1 Eventos culturais e regeneração urbana

Tomar os festivais como agentes centrais na definição das novas topografias urbanas (Sassatelli e Delanty, 2011) tem sido um tema recorrente na área dos estudos culturais em diferentes contextos e abordagens (Dinardi, 2017; Doğan, 2011). Tal como discutido no Capítulo 2, esse debate vem ganhando importância, devido às maneiras pelas quais os festivais estão ligados à organização social e espacial e, portanto, à política cultural relacionada aos lugares que os hospedam. Os festivais, e mais especificamente os de caráter urbano, atuam hoje como moduladores centrais que nos ajudam a perceber melhor, não apenas as relações entre cidade e práticas culturais, mas também suas estratégias de apropriação do espaço e integração de diferentes grupos. Se, a princípio, esses mecanismos são estabelecidos pela via das relações sociais, num segundo momento eles podem envolver processos complexos e estruturados, acionando atores mais estáveis (Latour, 2012), recriando sentidos de margens, redefinindo zonas de passagem e reposicionando o acesso a elas.

Rena e Berquó (2014) ponderam que, em geral, o discurso da requalificação está diretamente relacionado aos processos de segregação social em áreas urbanas de interesse do mercado. Por vias diferentes, mas com intenções bastante próximas, classes mais abastadas transformam espaços “degradados” em “circuitos criativos” à revelia do interesse de grupos pouco privilegiados economicamente. Em grandes centros urbanos tais como São Paulo e Lisboa, a construção de equipamentos como museus, bibliotecas, galerias e teatros tem sido determinante para a consolidação do rótulo cultural objetado pelas diretrizes do marketing urbano (Martinez, 2012). Todavia, é na realização de festivais e na montagem de circuitos culturais de diversos tipos que o fenômeno da regeneração urbana tem encontrado maior expressão.

A esse respeito, a matéria *Cultura pop anima área degradada* (Guia Especial da Folha, 2010: 16) é exemplar. O artigo cita a divisão da Praça Roosevelt em espaços

temáticos, durante a Virada, e o discute como processo de regeneração urbana. Em contrapartida, a apropriação daquele espaço público por parte de diferentes grupos se tornou polêmica. Nos últimos anos, uma série de medidas de controle, por parte do poder público, induzidas por pressões advindas da associação de moradores dos prédios situados ao redor da praça, passou a proibir a realização de eventos culturais e o funcionamento de bares na região.

O caso de Lisboa também é emblemático para endossar o argumento da regeneração do espaço urbano por meio da cultura. Nessa cidade, eventos em geral e os de cunho cultural, em particular, intensificaram ainda mais a explosão do turismo urbano e do uso da cidade, após a Expo 98, quando toda a ocupação de sua área nordeste foi reorientada, a partir da revitalização do bairro Parque das Nações (Ferreira, 1998; Costa, 2017). Ações urbanas em zonas como Belém, Alcântara e Cais do Sodré também tiveram efeito similar, e acabaram por incrementar o fluxo de visitantes na cidade. Embora Lisboa já contasse com uma imagem que servia de veículo de marketing fulcral para o turismo português, um de seus endereços mais emblemáticos precisava ganhar alguma iniciativa que potencializasse a atração de pessoas, durante o inverno. Nessa direção, a Avenida da Liberdade passaria a servir de mote para abrigar um formato de festival importado dos Estados Unidos, e o Mexefest caiu, literalmente, como uma luva para incrementar a programação cultural da cidade durante a chegada do frio.

Ações culturais complementares tiveram lugar na capital portuguesa, mais ou menos na mesma época quando, por exemplo em 2006, o festival Lisboa Mistura tomou as ruas e os largos públicos da região do Bairro Martin Moniz. Outras iniciativas envolvendo o apoio da Câmara Municipal também tiveram êxito nas imediações mais centrais da capital portuguesa, tal como foi o caso do Festival Todos a partir de 2009. Segundo o *website* oficial do evento, desde então “o Todos tem contribuído para a destruição de guetos territoriais associados à imigração, abrindo toda a cidade a todas as pessoas interessadas em nela viver e trabalhar” (Festival Todos, 2018: 1). Todavia, ao mesmo tempo em que o discurso de abertura da cidade aparece ligado ao desfazimento dos “guetos territoriais”, contraditoriamente, ele próprio reforça o imaginário que bipolariza a integração entre as audiências locais e estrangeiras, quando sugere a associação entre gueto e imigração ou, ainda, quando enuncia a dicotomia entre “viver” e “trabalhar”.

Assim, como em outros casos portugueses relacionados ao tema da requalificação urbana (Peixoto, 2009), a forma como o Martin Moniz e outros bairros degradados foram regenerados pela realização destes e de outros eventos foi notória (Câmara Municipal de Lisboa, 1989; Menezes, 2009; Caldas, 2014). Somadas às sucessivas reformas de praças e áreas públicas, nas imediações da baixa lisboeta, a abertura de novos comércios, hotéis e alojamentos locais evidenciaram a nova roupagem escolhida para transformar a imagem desses bairros. Como continuidade desse processo, uma série de galerias, lojas de design, centros de arte e estabelecimentos culturais vem surgindo algures nessas áreas, nos últimos anos. Um exemplo emblemático é a Casa Independente, situada junto ao Largo do Intendente e aberta ao público, desde 2012. Espaço de uso misto onde, atualmente, funciona um restaurante e uma sala de concertos, o ponto se tornou ícone do movimento de requalificação do bairro, por apresentar novos nomes da música portuguesa e internacional, na atmosfera intimista e seletiva proporcionada pela “Sala Tigre”.

Recolhendo rastros oferecidos pelos casos de estudo e buscando torná-los comparáveis (Latour, 2012), foi possível observar um movimento bastante similar acontecendo, em áreas adjacentes ao centro histórico de São Paulo. Semelhantemente ao que vem sendo observado na capital portuguesa, nos últimos dez anos, é possível notar ali o crescimento de uma série de festas de rua, festivais e outras ações culturais de impacto realizadas em bairros como Santa Cecília, Bela Vista, Barra Funda e no próprio centro⁸¹. O Festival Baixo Centro e do Festival SP na Rua exemplificam essa afirmação: esses eventos foram criados, respectivamente, em 2012 e 2014, como resultados do movimento de reocupação do espaço público levado a cabo pela Virada Cultural, nos anos anteriores.

Ligados direta ou indiretamente a esses fatos, os estudos de Kara José (2007) e Fix (2000) nos ajudam a entender melhor a forma como os processos de regeneração urbana pela cultura têm sido levados a cabo, em São Paulo. As autoras narram a maneira pela qual a parceria público-privada das operações urbanas foi capaz de criar uma “fórmula mágica” (Fix, 2000), para a implementação da agenda de revitalização de áreas da cidade com alto valor simbólico. A presença da Virada Cultural no processo de “dar novos usos ao velho centro” (Fix, 2000) foi bastante significativa para alterar o estigma de lugar austero,

⁸¹ O documentário *O que é nosso - Reclaiming the Jungle*, assinado por Jerry Clode, Murilo Yamanaka e Allyson Alapont (2014) narra de maneira bastante interessante o universo das festas de rua na cidade de São Paulo, e seu incremento nos últimos anos.

perigoso e marginal do perímetro histórico paulistano, ressignificando-o, a partir das diretrizes de capital cultural e cosmopolita que São Paulo buscava construir.

Ironicamente, talvez o fato mais noticiado da 13ª edição da Virada Cultural tenha sido a *Operação surpresa de guerra na Cracolândia* (Valente, 2017), ocorrida durante a madrugada do domingo, dia 21 de maio de 2017.

No final de semana da já esvaziada Virada Cultural, [...] a Cracolândia foi alvo de uma megaoperação com apoio de policiais civis e militares do patrulhamento da área e dos batalhões do Comando de Choque e até helicópteros. Para os que estavam na região, a ação aproximou-se a um cenário de guerra. [...]. De acordo com a Secretaria da Segurança Pública de São Paulo (SSP-SP), até o fim da manhã, 38 pessoas foram presas e houve apreensão de drogas e armas. Dos detidos, 28 foram presos na região da Cracolândia e 10 em outros locais do Estado (Valente, 2017: 1).

A Cracolândia - como é chamada uma das mais conhecidas áreas de comercialização de drogas, na cidade de São Paulo - está situada num epicentro imaginário compreendido entre os Palcos da Praça da República, Rua dos Gusmões e Largo do Arouche (ver área triangular delimitada pelos pontos 22, 32 e 33, no mapa inferior da Figura 3.5). A ação persecutória aos usuários de craque e outras drogas ilícitas, naquela noite, foi delegada pela Prefeitura Municipal de São Paulo e, embora não estivesse institucionalmente ligada com a pasta da cultura, constituiu-se de emblema importante para as ações de renovação urbana naquela cidade. Apesar de outros motivos de ordem imobiliária terem influenciado o fato, é possível associar a “limpeza da Cracolândia” à limpeza da imagem da Virada Cultural, uma vez que o festival já acumulava uma série de episódios de violência e desordem, ocorridos em anos anteriores, que lhe atribuíram o estigma de “evento perigoso”. Além disso, é possível ainda aproximar esse fato retórico de um outro ainda mais complexo: a limpeza do próprio centro de São Paulo. O episódio descrito pela jornalista Fernanda Valente (2017) estava alinhavado com uma série de medidas de assepsia urbana observadas em outras ações da prefeitura municipal, naquela altura, a exemplo do polêmico caso do apagamento dos murais de grafite, em toda a cidade de São Paulo (O Globo, 2017).

A intenção político-sanitária observada nessa e em outras ações, por parte do poder público municipal, pode guardar pontes diretas com a agenda de regeneração urbana anunciada por Kara José (2007) e Fix (2000), deixando-nos mais clara a retórica dos eventos como forma de controle de áreas urbanas e grupos sociais. Se, por um lado, o

episódio da Cracolândia pode ser percebido como um caso isolado, por outro, ele reflete um conflito de uso do espaço que está espelhado em diversos outros microcosmos do centro paulistano.

4.2 Enredos de gentrificação

Há 18 anos, Smith (2002) apontava para a regeneração urbana como um agente importante dos processos de gentrificação contemporâneos, planejados e financiados em uma escala ampla, a partir de visões neoliberais sobre a cidade. O que não estava claro, naquela época, eram as conexões futuras que seriam estabelecidas entre estratégias de controle social, para a interação de diferentes grupos, entre si e nos espaços-alvo desses processos. Se, antes, o conceito de marginalização estava diretamente associado a recortes sociais específicos (periferia e centro, pobres e ricos, nativos e imigrantes), agora ele passa a envolver questões mais complexas e relacionadas a diferentes processos de recentralização.

Gentrificação é a atribuição do estatuto de centro, a partir da colagem de uma série de características a grupos sociais, espaços e circuitos urbanos específicos. Para que um determinado lugar seja gentrificado, é preciso que haja a exclusão, reprodução, reinvenção ou recriação de margens, e esse tema está diretamente relacionado com a produção de regimes imagéticos para a cidade. Diversos processos urbanos do gênero foram observados, nas cidades eleitas como casos de estudo desta investigação, a exemplo da requalificação do Bairro da Luz, em São Paulo (Fix, 2000; Kara José, 2007) e do Bairro Martin Moniz, em Lisboa (Menezes, 2009; Caldas, 2014). A respeito deste último caso é possível dizer que inclusive o próprio estatuto da marginalização, constituído por elementos dos diferentes grupos de imigrantes, foi objeto de montagem para promover a venda da imagem do Martin Moniz como “bairro multicultural”. Assim, é possível dizer que a cultura tem se apresentado, cada vez mais, como objeto comercializável para as cidades, definindo novos centros (O’Connor e Wynne, 2017) e alavancado novos processos de gentrificação. Nesse ínterim, os festivais de música e eventos culturais em geral têm causado impacto direto em questões de segurança, no controle das massas e das minorias, no jogo entre as regras do espaço e valores próprios dos sujeitos.

Hiernaux (2012) descreve o fenômeno da gentrificação como resultado da imagem dominante e pejorativa, assumida pelo subúrbio, ao longo da história urbana recente, entendendo o conceito de gueto e periferia como uma espécie de mal-estar nostálgico, que necessitava ser compensado por uma outra imagem - o resgate dos centros históricos degradados e a criação de um novo mercado baseado no patrimônio histórico das cidades (Peixoto, 2001). Hiernaux (2012) lança mão de um argumento, que nos ajuda a perceber melhor a política indutiva envolvida na recuperação de bairros periféricos: a renovação de bairros degradados por operações gentrificadoras é vista pelo Estado “como valiosa componente de uma nova política urbana que permite a atração de novos mercados para os centros urbanos, oferecendo entornos atrativos para o turismo internacional” (Hiernaux, 2012: 97). Relacionado a esse mesmo argumento, Miles (2007) resgata a importância da criação de bairros criativos, quando evidencia a atração de artistas como estratégia de enquadramento de uma lógica que une regeneração urbana e gentrificação, “confirmando a reivindicação da cidade de hegemonia cultural contínua (Miles, 2007: 23).

A pesquisa de terreno revelou dados para pensarmos a respeito da relação entre eventos culturais e gentrificação, tendo em vista que os processos segregadores se materializam por meio da ordenação do espaço urbano. Nesse sentido, a ênfase na reinauguração do Teatro Capitólio feita pelos intermediários culturais do Mexefest pode ser entendida como a conquista de mais um nicho da cidade que, revitalizado para receber a programação de cultura hip hop em 2016, anunciou mais um ciclo de gentrificação, na Avenida da Liberdade, pela “entrega do equipamento à comunidade”.

Desde o início do terreno realizado em Lisboa, tais processos foram observados de forma mais diretiva, fosse pelas falas recolhidas nas entrevistas com os intermediários culturais do Mexefest, fosse pelo volume de informações que se acumulavam durante as observações *in loco* e pesquisas em fontes documentais. Nesse festival, restrições à participação de “grupos marginais” puderam ser mais visíveis pela aglutinação das atividades em torno de uma única região no centro, pelo controle de entrada e pela venda de pulseiras de acesso às salas de concerto.

Para lá dessas ações de gentrificação, havia também outras de ordem espacial e que se tornaram mais claras, apenas quando passei a analisar o percurso histórico dos festivais em análise na sua relação com suas cidades-sede. Em Lisboa, alguns dos espaços, que

antes eram utilizados como palcos do antigo Super Bock em Stock, deixaram de existir como espaços de espetáculos em si, devido ao uso dos mesmos em novos contratos imobiliários na área do turismo. Além disso, medidas reivindicatórias por parte de estabelecimentos do ramo hoteleiro local passaram a restringir a emissão de ruídos sonoros, ao longo da Avenida da Liberdade, dificultando a realização de eventos culturais nos arredores. Tais questões foram relatadas pelas Entrevistadas L1 e L2, ambas produtoras da Música no Coração:

Há uma coisa que é muito importante, que nos limita muito e também limita os espaços que tem a ver com o fato de a Avenida da Liberdade ser um espaço, cada vez mais de hotéis, e há regras de boa vizinhança com os hotéis (Entrevistada L1).

“Ano após ano perdem-se alguns espaços na montagem do mapa dos locais de concertos [...]. Precisamos ganhar novas salas todos os anos” (Entrevistada L2). Esta informação concedida pela Entrevistada L2 deixa mais evidente o processo de gentrificação, em Lisboa, quando olhamos para o histórico de salas que já compuseram a listagem de endereços do Mexefest, e que já não fazem mais parte dos espaços eleitos para abrigar sua programação. O Cabaré Maxime, talvez, seja o exemplo mais emblemático desse processo: situado estrategicamente, ao meio da Avenida da Liberdade, desde 2011 existem planos para integrar o local um hotel temático da Rede Read (Fonte, 2011)⁸².

O processo anual de garimpo de lugares, registrado em Lisboa, parece combinar com o alerta identificado em duas das entrevistas realizadas com líderes de coletivos ativistas, em São Paulo: *“Quando você torna um espaço interessante, você corre o risco de gentrificá-lo”* (Entrevistada S1- ativista urbana - Coletivo A cidade Precisa de Você).

A rua sempre foi espaço de conflito nesse sentido. Muita gente acusa as festas de ocupação do espaço público, e mesmo os festivais de serem extremamente

⁸² Apesar desta informação, após a realização do trabalho de campo foi feita a reinauguração do Cabaré Maxime no evento, em 2018, seguindo os princípios da requalificação de Lisboa gerada pelo festival. Tal fato foi enunciado pelo presidente da produtora Música no Coração em entrevista ao Canal SIC, no dia 23 de novembro de 2018: *“O Cabaré Maxime foi recuperado e está lindo. Já estava muito decadente e agora [...] vai receber bons espetáculos”* (Blitz Notícias, 2018).

gentrificadores, porque a gente sempre chegou em territórios considerados degradados, pacificou os conflitos que existiam ali, e qualificou esses espaços (Entrevistado S9 - Produtor e ativista cultural - Sistema Negro de Som).

As observações do uso cotidiano dos espaços, ao longo da Avenida da Liberdade, em horários regulares durante o dia e a noite, no terreno, comprovaram que o local tem circulação intensa de turistas, além de trabalhadores e executivos vinculados a escritórios e pontos comerciais da região. Esse ponto foi esclarecido pela Entrevistada L1, produtora da Música no Coração:

Ninguém quer armar confusão com os hotéis. Um tipo de avenida de tão nobre que é e tem muito pouca circulação de pessoas que não sejam turistas, não é? Na realidade quem lá anda são, sobretudo, turistas ou pessoas que trabalham.

Embora, aparentemente, questões ligadas à ocupação do território pelos hotéis e mercado turístico (Ferreira, 2010) não estejam diretamente associadas à temática dos “grupos marginais”, podemos nos perguntar sobre o fato de tal fenômeno estar relacionado à marginalização dos próprios moradores locais, levando em conta os altos preços de aluguéis e os recentes movimentos de perda de residentes, gerados pelo surgimento de inúmeros serviços de hospedagem, nas áreas mais centrais de Lisboa.

Além das regulações do mercado imobiliário e da ausência de políticas de habitação, o processo de gentrificação, advindo dos oito anos de realização do Mexefest e de outras iniciativas culturais, em Lisboa, revela-se também em questões menores e mais cotidianas. Como exemplos empíricos, é possível citar o aumento de preços dos bens e serviços observado nos estabelecimentos comerciais, e os problemas de gestão da mobilidade urbana, durante os eventos. Aqui, inúmeros exemplos práticos apareceram, tanto na realidade observada em Portugal, quanto no Brasil: redefinição do preçário de restaurantes e bares, presença de vendedores ambulantes na rua, criação de serviços de transporte público temporários destinados ao público participante dos eventos, mudança e adaptação de rotas de carro e pedestre nos dias do festival.

Destarte toda a segregação espacial observada em Lisboa, é preciso indagarmos ainda outra questão: até que ponto é permitido o acesso à programação do Mexefest por parte dos “grupos marginais”? Se, por um lado, os organizadores promovem atrações que dialogam com contextos e culturas multiétnicas, a exemplo dos concertos do *rapper* alentejano Valas e da cantora cabo-verdiana Mayra Andrade, que marcaram a reabertura do Cine Teatro Capitólio, por outro o aspecto restritivo do acesso às salas é mediado por barreiras culturais, entre elas a falta de interesse pelo evento e o custo dos ingressos⁸³. Tais agentes têm atuado no controle os fluxos e modulado as demandas de público para as atividades do festival.

A esse respeito, a retórica da ativação por trás dos concertos-surpresa gratuitos, como foi o caso da apresentação de Antonio Zambujo no Largo São Domingos, tem dois sentidos possíveis. O primeiro deles é ilustrado pelo discurso institucional da Big Fish, através do Entrevistado L3 - diretor dessa empresa que é responsável direta pelas campanhas de marketing do Mexefest. O intermediário descreve o evento segundo o argumento da descoberta da cidade:

Os concertos-surpresa que fazemos ali, no Largo de São Domingos, ao lado da ginjinha, é uma forma completamente diferente de viveres a cidade, não é? Normalmente, seria uma coisa mais de passagem, não para tu fiques uma hora parado. Estás a olhar e começa a reparar num pormenor daquela fachada, aquele desenho, daquela arquitetura e comesas a ter ali um diálogo com a cidade completamente diferente.

O segundo sentido descreve o evento cultural, a partir do potencial de alcance e impacto da marca, mais do que, propriamente, como espaço de convívio, fruição cultural

⁸³ A pulseira para o acesso às atividades do Mexefest naquele ano foi vendida ao valor de 40 Euros. Entretanto, o argumento puro e simples de que a falta de acesso recai apenas sobre a questão financeira é fraco. A pesquisa de Leiva (2014) aplicada no Estado de São Paulo mostrou que em qualquer classe de renda, o desinteresse é principal causa para não visitar espaços e eventos culturais. Na mesma pesquisa, o argumento da renda apareceu em segundo lugar, sendo mais determinante no acesso a teatros e museus (Leiva, 2014). Elas passam, portanto, por um nível decisório individual, mas que encontra-se em constante processo de individuação (Simondon, ([1958] 2005) - as atividades culturais dependem dos recursos coletivos disponíveis e, além disso, as preferências e estruturas da ação do sujeito são produzidas socialmente.

livre e partilha. Tal ponto de vista foi evidenciado na fala da Entrevistada L4, responsável pela gerência de comunicação da Vodafone:

Se calhar numa primeira fase ou nos primeiros anos em que trabalhava com a Big Fish não havia preocupação de, ao criar uma ação de ativação, pensá-la com potencial de comunicação com os media, porque não era esse o objetivo, certo? Quando se pensa numa ação de ativação qual é que é o objetivo? Impactar o público.

Em São Paulo, as discussões sobre processos de gentrificação apareceram, diretamente, associadas à descentralização da Virada Cultural, principal marca da 13ª versão do evento, tal como é possível notarmos na Figura 3.5 (ponto 1 a ponto 37 do mapa superior). Sob o argumento de manter o melhor controle de público e democratizar o acesso às atividades culturais, em diferentes regiões da cidade, vários palcos e núcleos de eventos foram realocados em áreas periféricas.

No centro, tradicional foco do evento, saem as estruturas gigantes e entram 31 pequenos tablados, montados, praticamente, no nível do solo e sem a presença de artistas que arrastam multidões [...] Nesse novo esquema, os nomes de maior peso passarão longe do centro. Daniela Mercury, por exemplo, estreia um palco montado no Sambódromo do Anhembi. Outros espaços que serão ocupados são a Chácara do Jockey, com Liniker e Os Caramelows, e o Parque do Carmo, com Alcione (Moretti, 2017: 1).

Apesar da descentralização, o Secretário Municipal de Cultura, André Sturm, afirmou que não vai haver prejuízo à população. “Tem um palco em cada região. Fica mais perto para pessoas que querem assistir grandes shows sem se deslocar ao centro. Além disso, percebemos que muitas pessoas não conhecem os equipamentos próximos de suas casas e, com essas atividades, terão oportunidade de conhecer” (Rede Brasil Atual, 2017: 1).

Levar a representação de grupos marginalizados até o centro, para manter o centro afastado da margem. O paradoxo aqui instaurado pode ser peça-chave para entendermos hoje como as forças que operam na estabilização dos conflitos urbanos vem sendo moduladas pela cultura, em proximidade com os projetos de requalificação urbana e controle social. Funcionando como uma espécie de diáspora invertida, o retorno ao centro antigo das cidades tem sido cada vez mais recorrente. Na contramão do argumento que sustentou a mudança de formato da Virada Cultural, a partir de 2017, diferentes exemplos mostram que os eventos culturais têm um papel fundamental nos processos de retomada

dos centros urbanos históricos. Tal discussão está aliada ao debate sobre controle social e associação com os recentes processos de gentrificação urbana (Miles, 2007; Lúndon e Hiernaux, 2012), uma vez que a montagem de palcos temáticos de rap e estilos musicais similares, em áreas periféricas da cidade, acabam por induzir a permanência de “grupos marginais”, nesses locais específicos.

Ao analisar as matérias de jornal e os fôlderes impressos com a programação de cada uma das edições da Virada Cultural, percebi que algumas ações descentralizadas em Centros Culturais, museus, unidades do Serviço Social do Comércio (SESC) e nos Centros de Educação Unificada (CEUs) já ocorriam nos quatro primeiros anos. Entre 2005 e 2009, houve a prevalência quase absoluta de atividades, no perímetro histórico da cidade e, a partir de 2010, começaram a ter início ações mais substanciais de descentralização dos eventos da Virada Cultural.

A tendência pela descentralização tem dois argumentos principais, evitar casos de violência e tornar o evento mais acessível aos moradores da periferia [...] A descentralização, em contrapartida, é criticada por tirar o foco de uma característica importante prevista na origem da Virada Cultural: ocupar a região central da cidade, esvaziada fora do horário comercial, de pouco acesso para moradores da periferia e, por vezes, considerada hostil para parcela da população por sua degradação e violência (Lima e Montensanti, 2016: 1).

Em artigo publicado no Jornal Nexus Expresso, Lima e Montensanti (2016) tratam, de forma bastante esclarecedora, o percurso da descentralização da Virada Cultural, mostrando-nos que esse debate sempre foi controverso. Analisando o histórico do evento, desde 2010, organizadores e poder público vêm intercalando movimentos de centralização e descentralização das atividades culturais, ora privilegiando a programação em CEU's e áreas mais distantes (a exemplo das edições de 2010, 2012 e 2014), ora colocando ênfase em palcos e atividades nas zonas mais centrais da cidade (a exemplo das edições de 2011, 2013, 2015). Em que pese o posicionamento marcante da Virada Cultural ao redor do centro histórico paulistano, a estratégia de descentralização dos eventos ganhou força, à medida que os anos passaram, não apenas por considerar questões de melhor controle das multidões vindas de bairros distantes, mas também pela existência de intenções políticas, por parte do poder público, em proporcionar maior acesso aos eventos.

Foi, na edição de 2017, que o tema da descentralização tomou maior vulto e se mostrou mais polêmico. A chamada de capa do Guia Especial Folha (2017) tornou-se emblemática na ocasião: “Espalhada Cultural - Daniela Mercury no Anhembi, Liniker no

Jockey, Alcione no Parque do Carmo: Virada dispersa atrações e propõe deslocamentos pela cidade” (Guia Especial Folha, 2017). A troca do grupo político gestor da prefeitura municipal de São Paulo chamou a atenção da imprensa para o desenho da programação e mudança do conceito do evento. Os grandes palcos montados em espaços consagrados da região do antigo centro, tal como era o caso da Praça da Sé e Praça Júlio Prestes, foram substituídos por cinco grandes polos de eventos distribuídos em outras regiões da cidade: Palco Anhembi (Sambódromo Municipal), Palco Interlagos (Autódromo Municipal), Chácara do Jockey, Praça do Campo Limpo e Parque do Carmo.

A descentralização, nesse caso, desenhou-se como uma espécie de desterritorialização (Guattari, 1985) da Virada Cultural, perdendo a sensibilidade e o sentido alquímico presentes na combinatória lugar, na atração para as praças, ruas e cruzamentos do centro, tal como registrado pela fala do Entrevistado S2, ex-organizador e curador da Virada Cultural: *“O know-how de saber qual esquina combina com que tipo de coisa, para entender a ocupação da cidade, para tentar determinar que era possível produzir”*.



Figura 4.1: Plateia reduzida na região do centro - Virada Cultural 2016.
Fonte: Domingos *et al.* (2017).

Tal estratégia desapareceu, substancialmente, na nova dinâmica de composição dos blocos de eventos absorvidos pelas novas áreas. Esse foi um dos motivos decisivos que fizeram com que as audiências, na maioria dos polos de programação, ficassem reduzidas (Figura 4.1), como foi possível notar em atividades de observação, durante o terreno e em relatórios de texto e imagens de cobertura feitos pela mídia, em 2017 (Domingos *et al.*, 2017; Moretti, 2017; Rede Brasil Atual, 2017; S1 Notícias, 2017).

Com a redistribuição dos eventos, a organização da Virada Cultural precisou acionar uma operação especial junto ao sistema de transporte urbano:

Em virtude do bloqueio de vias, durante os eventos e apresentações em diferentes regiões da cidade, haverá itinerários alternativos para 64 linhas de ônibus. Do total, 58 delas operam na região Central da cidade. O objetivo é facilitar o acesso às atrações e, assim, incentivar o uso do transporte público. [...] Para se deslocar entre um show e outro, durante a madrugada, os passageiros terão disponíveis as 150 linhas do serviço Noturno. Um total de 15 linhas atenderão os locais em que haverá palcos, sendo que oito linhas terão desvios em trechos com interdições de vias. (Lobo, 2017).

Somado à distância geográfica que funcionava por si só como filtro de participação nos eventos, o acesso ao transporte público restringia os trajetos para palcos específicos, como foi o caso da linha especial 179A-10, criada entre o Metrô Tietê e o Metrô Barra Funda. Essa ação teve o intuito de levar público para as atividades do Palco Anhembi, um dos focos de atenção dos organizadores naquele ano.

Além de ser visto apenas como estratégia política de “democratização de um evento para todas as vozes” (Prefeitura Municipal de São Paulo, 2018), o movimento de descentralização da Virada Cultural, em 2017, pôde sugerir a existência de determinados processos de controle social combinados com dispositivos políticos de poder (Radovac, 2011). Isso porque, naquele ano, havia a clara intenção da prefeitura de São Paulo em dar nova roupagem ao evento, para marcar a mudança de gestão ocorrida na esfera política local. Nos materiais de notícia encontrados, durante o terreno, foram inúmeras as menções feitas ao governo municipal: “Chuva e descentralização dos palcos dos grandes shows esvaziaram a 13ª Virada Cultural realizada, das 18h de sábado (20) às 18h de domingo (21), a primeira sob a gestão do tucano João Doria, com 900 atrações” (Notícias da Virada, 2010).

As mudanças substanciais ocorridas, na edição de 2017, provocaram quebra de expectativa significativa para os organizadores e para o público em geral. A inexistência de

grandes palcos diminuiu a quantidade de público no centro, que por sua vez fez decair a possibilidade das plateias serem surpreendidas por atrações de rua. Diferentemente de edições passadas, naquele ano os blocos de eventos passaram a ser mais temáticos e setorizados por disciplinas artísticas. Na avaliação geral feita, *à posteriori*, por parte dos veículos de mídia paulistanos, o desenho da programação baseado em “gostos culturais localizados” não funcionou como os organizadores imaginavam, corroborando para o acúmulo de uma série de críticas feitas à 13ª edição do evento (Moretti, 2017; Rede Brasil Atual, 2017; S1 Notícias, 2017).

Distintamente do pagamento de entradas e do número reduzido de lugares observado em Lisboa, em São Paulo preponderaram outras formas de controle social, uma vez que a área de abrangência da Virada Cultural assume outra dimensão geográfica, e suas atividades são oferecidas ao público inteiramente de forma gratuita. A montagem de palcos temáticos, em determinadas regiões da cidade, e a distribuição de artistas e estilos musicais, em bairros centrais ou mais periféricos, representaram reflexos dos processos de estetização de espaços e territorialização dos “grupos marginais” naquela cidade.

Embora tenham ocorrido eventos seguindo o padrão de inversão de expectativas (uma batalha de hip hop no Teatro Municipal, por exemplo), o desenho de programação em cada um dos bairros-sede de atividades da Virada Cultural forneceram, por si só, pistas bastante evidentes sobre os processos de gentrificação em São Paulo por meio da cultura. A programação de reggae (Veja Luz) e cultura hip hop (Rashid + Fernandinho Beat Box, Batalha Bonnie e Clyde), no Parque do Carmo, comprovam essa afirmação, assim como as batalhas de *slam* (Racha Cor’Ação) na Praça do Campo Limpo, que teve a programação cultural do domingo voltada para eventos de samba (Anexo I).

Combinadas, é possível dizer que essas e outras ações, levadas a cabo pela equipe curadora da 13ª edição do festival, atuaram para o reconhecimento de expressões artísticas marginais mais restritas a grupos e espaços específicos. Ao serem tomados como programação de um evento com o gigantismo da Virada Cultural, determinados tipos de atividades passam a adquirir novos significados, ao mesmo tempo em que constroem e fortalecem a identidade de diferentes grupos.

Em contrapartida, ao longo dos anos, algumas das atividades de culturas marginais elencadas para compor a programação de eventos culturais, pouco a pouco, tornam-se

recorrentes não apenas na programação mais tradicional praticada no centro, mas também em atividades espalhadas pela periferia paulistana. Esse é o caso do Slam da Vila Guilhermina - Batalhas de Poesias⁸⁴ e do Sarau do Binho⁸⁵, em Taboão da Serra: esses e outros eventos atraem, já, há alguns anos centenas de pessoas nos encontros semanais organizados em seus locais de atuação.

Guardadas as diferentes escalas e idiosincrasias sociais, em cada um dos casos de estudo, tanto a Virada Cultural quanto o Mexefest estão alinhados ao discurso da diversidade étnica, da multiculturalidade e do sincretismo estético. Exemplos representativos dessas temáticas, tais eventos acabam funcionando como dispositivos de gentrificação urbana, uma vez que precisam cumprir com o papel de espaços de celebração de culturas híbridas, heterogêneas e socialmente efervescentes; motivo que justifica a grande variedade de concertos e estilos artísticos presentes na programação de ambos os casos empíricos.

4.3 Festivais, conflitos urbanos e imaginários sobre segurança

A convivência pública e a ocupação de espaços urbanos abertos estão diretamente ligadas à percepção de sentirmo-nos seguros e distantes de ameaças, sejam elas quais forem. A realização de festivais tem atravessado centralmente essa questão, uma vez que o acontecimento de eventos públicos como estes atuam como pontes importantes para a retomada da rua e para o convívio de diferentes grupos, em um mesmo ambiente.

Hughes (1999) sugere que o crescente interesse pelas festividades, na década de 1990, está ligado à sua utilização como estratégia social para combater a alienação e a insegurança vivenciada no espaço público. Conforme discutido no Capítulo 1, ao longo do desenvolvimento das cidades na história, é possível observarmos os festivais como mecanismos centrais para o diálogo entre grupos e classes. Por meio deles, diferentes sociedades expressaram suas identidades e celebraram seus ritos, ao mesmo tempo que puderam criar um sentimento de comunidade, mesmo em contextos de diversidade étnica e cultural.

⁸⁴ Mais informações em: <https://www.facebook.com/slamdaguilhermina/>

⁸⁵ Mais informações em: <http://saraudobinho.blogspot.com>

O conceito de modulação nos ajuda a perceber de que forma as ações-rede (Ferreira, 2017) fazem com que a realidade urbana seja construída num processo dinâmico, com relações de poder mais flexíveis e complexas, se comparadas com aquelas do estatuto disciplinar de Michel Foucault ([1975] 1987). Segundo Hui (2005):

Os processos modulatórios de controle social operam através de um conjunto particular de mecanismos que buscam compreender e selecionar relações sociais de acordo com ordens de grandeza específicas, por exemplo: relações interpessoais, relações indivíduo-grupo, relações grupo-grupo, que podem então ser representadas por aparelhos técnicos correspondentes, ou, mais precisamente, por estruturas de dados correspondentes⁸⁶ (Hui, 2005: 87).

Gentrificação, controle social, grupos marginalizados e reencantamento de áreas públicas são assuntos que estão diretamente ligados ao tema da segurança e, por isso mesmo, consiste num assunto urgente para a maioria dos países do hemisfério sul. No contato com o terreno, tanto as falas dos entrevistados quanto os registros oriundos das observações, entrevistas e análise documental mostraram que esse assunto é muito mais sensível para a realidade brasileira do que para a realidade portuguesa. Discursos de violência ligados aos festivais culturais urbanos pelas narrativas da mídia, em São Paulo, e as menções recorrentes a estes tipos de atividades, como "experiências de risco" (Diógenes, 2007), retroagem de forma dinâmica sobre os imaginários de segurança do público em geral, adjetivando festival, espaço público e cidade como lugares de violência.

Na 13ª edição da Virada Cultural, o centro de São Paulo abrigou apresentações de diversos estilos e disciplinas artísticas. Como vimos, ao invés dos grandes palcos característicos das edições anteriores, as atrações dessa vez foram alocadas em tablados menores. Ao observar as plataformas oficiais de divulgação do evento na internet, foi possível notar analogias que buscaram aliar esse novo formato às questões de segurança:

Durante 24 horas, o público que for até o Centro para curtir a Virada poderá desfrutar de diversos circuitos artísticos, que funcionarão como pontos de atração para as pessoas circularem entre os tablados distribuídos pelo perímetro do evento [...] em formato que convida ao olhar mais tranquilo do público para os equipamentos culturais e o patrimônio arquitetônico (Prefeitura Municipal de São Paulo, 2017: 1).

⁸⁶ Tradução livre do autor. No original “*Modulation after control, getting beyond the limits of what we might call ‘the modulation-control correlation’. modulatory processes of social control operate through a particular set of mechanisms which seek to understand and select social relations according to specific orders of magnitude, for example: inter individual relations, individual-group relations, group-group relations, which can then be represented by corresponding technical apparatuses, or more precisely by corresponding data structures*” (Hui, 2005: 87).

A expressão “olhar mais tranquilo”, aqui, aparece associada à existência dos tablados distribuídos no centro antigo de São Paulo. O formato adotado pelos organizadores pretende diminuir a circulação de grandes massas de pessoas pelo centro da cidade, sob o argumento da aglomeração como sinônimo de violência. Se, por um lado, existem casos ligados à realidade de um festival da magnitude da Virada Cultural, tal como um espancamento observado durante o terreno na madrugada do dia 21 de maio de 2017, nas imediações da Praça da República; por outro, a linha editorial sensacionalista seguida pela maioria dos grandes veículos de comunicação tem acionado, ao longo de todo o histórico do festival, um mecanismo de filtro jornalístico que depõe contra os aspectos positivos do evento e, por conseguinte, contra os festivais culturais organizados em espaços públicos, em todo o Brasil (Nunes Junior, 2018).

O fatídico episódio do conflito policial ocorrido durante o concerto do Grupo Racionais MC na 3ª edição da Virada Cultural (2007), é um exemplo emblemático para ilustrar a forma como a mídia constrói narrativas que atrelam insegurança a fazeres culturais marginais. Naquela ocasião, o Jornal Folha de São Paulo publicou o ocorrido na matéria “Virada Cultural se transforma em campo de batalha no centro de SP” (Diógenes, 2007). A aproximação do festival à violência, apontada no título, está ainda mais aparente no teor do artigo:

Garrafas, pedras, balas de borracha e bombas de gás lacrimogêneo invadiram a programação da Virada Cultural no centro de SP, na madrugada de sábado para domingo. Após um quebra-quebra entre a Polícia Militar e os fãs do grupo de rap Racionais MC's, na praça da Sé, a violência se alastrou para outras ruas e interrompeu pelo menos outros dois palcos [...] O trabalho das ambulâncias às 6h da manhã era ininterrupto, assim como o barulho das bombas de efeito moral. Houve ameaças com armas - não apenas por parte de PM- e foram disparados tiros para o alto. [...] Por volta das 6h30, o cenário na praça da Sé era de pós-guerra. Carros amassados e com vidros trincados, orelhões arrancados, banheiros químicos depredados e grades no chão compunham a cena (Diógenes, 2007: 1).

A estigmatização do conflito entre polícia militar e Racionais MC, urdido pela matéria, deságua na representação social construída a respeito do grupo musical de rap brasileiro. Segundo outro excerto da mesma fonte: “A apresentação foi interrompida, pela primeira vez, no ápice da euforia da platéia, quando o grupo tocava ‘Vida Loka’. [...] ‘é só ver o histórico do Racionais. Acaba sempre assim. Mas nós já estávamos preparados para isso acontecer’, afirmou o tenente” (Diógenes, 2007: 1). Aqui, a aliança do rap à violência, na cidade de São Paulo, está potencializada pela memórias enfatizadas no veículo de

imprensa (o barulho das bombas de efeito moral, os disparos feitos pela política, a faixa “Vida Loka”, as sirenes das ambulâncias de apoio às 6 horas da manhã). A ênfase editorial às memórias sonoras que aproximam cidade e festival instiga, neste caso, uma lembrança indesejada e, ao mesmo tempo, evidencia um dispositivo retórico: a Virada Cultural é um evento perigoso, da mesma forma que é inseguro andar noite afora pelo centro histórico de São Paulo.

Em termos estatísticos relativos, incidências como essa são, certamente, menores do que a média diária observada no cenário brasileiro. Entretanto, a evidência dada a esse tipo de matéria, por parte da mídia, sobrevalora o foco na violência⁸⁷. Tais atores fazem dos Racionais MC’s ícones sonoros (Bijsterveld e Van Dijck, 2009) para a Virada Cultural, decodificando-a, assim, como evento violento e que precisa ser evitado.

Ao criar novos fatos ou acionar determinadas memórias, esse e outros materiais de mídia têm performado como elos centrais na política cultural e urbana em São Paulo. Para essa análise é preciso, portanto, que pensemos sobre as relações existentes entre som e poder na cidade (Radovac, 2011; Deaville, 2011, Birdsall, 2012). Enquanto dispositivos técnicos de resistência entre cultura e espaço urbano (Fortuna, Ferreira e Abreu; 1999), o rap e a cultura hip hop em geral ocupam, nesse caso, um espaço de conflito estético possível. Mesmo em “condições mais seguras”, eventos dessa temática podem atuar como pontos de conflito para audiências não desejadas em determinados lugares. Assim, a Virada Cultural e outros festivais do gênero podem ser pensados também a partir da perspectiva de de protesto coletivo por meio do som (Deaville, 2012). Ao mesmo tempo em que tais eventos constróem uma “marginalidade civilizada” - colocando determinados atores dentro de determinadas condutas urbanas - eles auxiliam também para a “desmarginalização” de grupos de cultura de rua e periferia.

Como momento de paragem, para lá de expressão de violência, o caso dos Racionais MC’s é importante para identificarmos as formas pelas quais o discurso midiático tem evidenciado determinados episódios em detrimento de outros. Através de sua retórica, ele tem construído memórias sonoras envolvidas com diferentes dispositivos de controle social.

⁸⁷ Uma série de matérias de imprensa encontradas durante o trabalho de análise documental comprova esta afirmação: *Falta de planejamento, arrastão e mortes marcam a 9ª edição da virada cultural de São Paulo* (R7 Notícias, 2013); *SP teve a Virada Cultural mais violenta* (Manso et al., 2013), *Virada Cultural faz ajustes para coibir a violência* (O Estado de São Paulo, 2016), entre outras.

Consoante com a ideia de que as práticas de celebração, realizadas por meio dos festivais, são importantes e devem garantir sua continuidade em espaços públicos, é preciso então que sejam pensadas outras alternativas para a operacionalização dos mesmos, mitigando riscos e conflitos violentos. Nesse sentido, algumas manobras têm sido realizadas por parte dos promotores culturais: colocar concertos que atraiam “grupos marginais” em horários alternativos, por exemplo, tal como ocorreu com a programação de rap no início da programação diária do Mexefest (Figura 3.3). Ao evitar horários noturnos, o risco de brigas e o excesso de álcool é minimizado e, por esta mesma razão, o movimento de festivalização da cidade tem preferido realizar eventos em horários familiares (10h - 20h). Este é o exemplo da “Viradinha” - proposta surgida, a partir da 9ª edição da Virada Cultural, em 2013: tal evento organiza, durante o dia, uma série de eventos destinados ao público infanto-juvenil, na Estação da Luz. Além do redesenho de programação para horários alternativos, o uso de estruturas de proteção específicas para palcos e controle de público (Palco Praça Campo Limpo e Palco Parque do Carmo) e as filas para inspeção policial para o acesso ao evento (Palco Anhembi), foram algumas das estratégias utilizadas pelos organizadores da 13ª edição do evento, em 2017.

Estas ocorrências originaram uma série de medidas de segurança em eventos, entre elas o direcionamento de rotas de trânsito, ação policial contra atos de violência e a instalação de barreiras para controle de espaços. A fala da Entrevistada S6 - produtora, gestora cultural e coordenadora da Virada Cultural - mostra-nos uma perspectiva importante sobre estas ações:

A partir do momento que você bota uma gradinha, você é mais responsável ainda pelo que está acontecendo dentro daquela grade [evento]. Você teve mais controle, revistou e escolheu - digamos assim - quem está lá dentro, ao mesmo tempo você vai acabar ficando mais responsável por mais gente.

Em outras palavras, é o próprio discurso sobre a falta de segurança que acaba gerando muitas vezes o imaginário sobre ela. As estruturas e demais estratégias levadas a cabo pelos intermediários culturais e poder público acabam por executar uma ou outra determinada visão sobre o evento, muitas das vezes, à revelia de sua escala.

Em termos de presença de público, a Virada Cultural apresenta uma dinâmica bastante própria. Designada por muitos como “a grande festa de São Paulo” o evento tem um grau de robustez que lhe torna bastante peculiar, uma vez que já chegou a levar às ruas da cidade uma média anual de 4 milhões de pessoas em edições passadas. Embora sua 13ª edição, ocorrida em 20 e 21 de maio de 2017, tenha sido uma exceção à regra que envolve todo o histórico do projeto em relação aos números médios de audiência, a Virada é reconhecida, a nível mundial, como um dos festivais urbanos com maior quantidade de público. Sua programação é tão *sui generis* e extensa quanto o é a própria cultura brasileira e, devido ao volume de informações, preferi colocar o cartaz final da edição 2017 apartado do corpo do texto (Anexo I). Lançando um olhar mais atento sobre ela, é possível observar a produção de um discurso de “algo para todos” por parte da narrativa do festival. Ser a grande festa de São Paulo implica, portanto, fazer operar o mesmo dispositivo catártico de controle das diferenças culturais pela existência dos eventos de caráter multiétnico e criar, na capital paulista, o espírito de diversidade, pacifismo social e tolerância.

O episódio do concerto dos Racionais MC’s, descrito por Diógenes (2007), remete-nos para uma lembrança quem soa contrária à defesa dos festivais urbanos como ressignificadores do espaço urbano, como peças importantes para o fortalecimento de identidade de “grupos marginais”, como repovoadores dos espaços públicos e como aguçadores da economia da noite. Tal fato marcou, decisivamente o desenho das próximas edições do evento, corroborando com o desencadeamento mais efetivo de sua descentralização. Ao colocar tais retóricas em circulação, a mídia brasileira tem posicionado os festivais e outros grandes eventos culturais públicos como lugares de violência, ao invés de reiterá-los como práticas de resistência, como moduladores dos diversos conflitos contidos na realidade cotidiana das grandes metrópoles. Passagens captadas com os Entrevistados S1 e S5, ambos líderes de coletivos ativistas em São Paulo, lançam luz sobre esses pontos:

O espaço público é um espaço diferente que cada grupo causa de uma maneira. Isso é uma atividade comunitária que a gente está muito destreinado em fazer. A gente não quer conflito e isso não tem nada a ver com a esfera pública, a esfera pública é conflito. Na verdade, a gente quer conflito enquanto

reclamação, achar um grupo que apoia suas ideias e falar do outro (Entrevistada S1 - ativista cultural - Coletivo A cidade Precisa de Você).

Espaço público é um espaço de conflito, o tempo todo é um conflito; são vários interesses: tem o interesse público, o privado, o civil. Você põe música, o vizinho reclama. [...] Os festivais estão gerando conflitos para as pessoas entenderem como solucionar eles da melhor forma possível [...] Quanto mais eles têm acontecido, mais têm mudado a dinâmica de como ver o espaço público na cidade de São Paulo (Entrevistado S5 - ativista cultural - Coletivo CoCidade).

As falas captadas, a partir das entrevistas feitas com os intermediários culturais, em São Paulo, endossam o papel dos festivais como mediadores de conflitos no espaço urbano, de onde podem derivar uma série de possibilidades, a exemplo da criação de grupos e redes de contato de novas ideias e pessoas, tal como a formação de grupos e coletivos organizados. Ao apropriar-se de esferas autônomas que operam sobre diferenças instáveis, esses grupos podem atuar na contramão dos produtos gerenciados pela cultura dominante, fazendo de suas performatividades foco de estratégias e cálculos de interesses no jogo, na invocação da cultura como recurso de trabalho (Yúdice, 2006).

Nesse sentido, a Virada Cultural pode ser tomada como um espaço valioso para diferentes cruzamentos em São Paulo, especialmente se voltarmos nossa atenção para os microcosmos que acontecem nas cenas cotidianas do evento, tal como nos revelou a impressão dos Entrevistados S2 e S4, ambos já envolvidos com a organização e curadoria do evento, sobre o Largo do Arouche:

O Largo do Arouche sempre foi um lugar de prostituição, da comunidade gay e, de repente, se junta com o brega; os artistas mais populares estão nesse ambiente e junto com essa tribo, era uma coisa muito louca. A Virada no Arouche sempre foi uma coisa assim, um momento feliniano (Entrevistado S2 - ex-organizador e curador - Virada Cultural).

O velhinho que mora no Largo do Arouche desce para ver o Cauby Peixoto, e a molecada que frequenta as casas gays do térreo do Arouche, também vai ver o Cauby Peixoto, então aí você consegue fazer através da música uma reconciliação de dois tipos de cidadãos que frequentam o mesmo espaço geográfico e tentam não se cruzar, no mínimo se ignoram. Então, no Arouche a gente fazia, sei lá, 24 horas de musicais hollywoodianos, porque os musicais hollywoodianos trazem esse público gay, mas o tiozinho velhinho que mora lá também vai ver o mesmo musical e os caras tão vendo o cinema na mesma hora - coisa que no dia a dia daquele espaço eles não se bicam nem a pau! O evento faz essa mistura ser possível e a mágica é esse cruzamento, mas isso é um tecido, é um tricô com um ponto mais justinho, não é um troço jogado no mapa (Entrevistado S4, ex-coordenador geral e curador - Virada Cultural).

A essas descrições podem ser somadas inúmeras outras cenas, quando vivenciamos o dia a dia de um festival de grandes aglomerações, como é o caso da Virada Cultural. O próprio desenho de programação implementado pelo festival endossa essa ideia, uma vez que os concertos estão distribuídos de forma aleatória e concomitante, segundo sua escala temporal de dois dias. Ao cruzar diferentes camadas no tecido urbano, a ambiência observada em torno do Palco no Largo do Arouche pode suscitar novos conflitos, ao mesmo tempo em que ela facilita reconciliações no bairro, justamente pela possibilidade do encontro gerado entre grupos diferentes, pelo embaralhamento de sujeitos diversos, pela colagem de histórias de vida, pelo cruzamento de diferentes gostos culturais e visões de mundo. Citada, metaforicamente, pelo entrevistado como *pontos justos de um mesmo tricô*, a junção cultura e cidade resiste com diferentes modo de fazer, formas de existir e de resistir, incrementando de forma invisível e potente o senso de tolerância, segurança e bem-estar para a cidade e para os diferentes grupos que nela habitam.

4.4 Virada Cultural: espaço público e reencantamento da noite em São Paulo

Editado por um coletivo de acadêmicos, gestores, artistas e ativistas urbanos, o *Manifesto da Noite* (Colaboratória, 2014) reúne textos que versam a respeito do consumo

cultural e da retomada noturna de São Paulo. O trecho de uma entrevista concedida pelo jornalista Gilberto Dimenstein, nesse livro, chama a atenção a respeito da criminalização do espaço público noturno daquela cidade. Segundo o autor, “as pessoas imaginam que a rua não é um espaço de convivência, é um espaço de ameaça. A rua sendo espaço de ameaça, espaço de confronto, quanto menos gente tiver na rua, melhor” (Gilberto Dimenstein, em entrevista à Colaboratória, 2014: 125).

O acúmulo de discursos sobre segurança *versus* violência em eventos de grande público no Brasil ativam um *modus operandi* no campo da cultura que localiza os eventos culturais e iniciativas do gênero, majoritariamente, em teatros, casas de show e outros espaços fechados, distanciando a relação entre cidade e fruição cultural do imaginário popular e consolidando, ainda mais, a ruptura entre espaço público e espaço privado no cenário nacional. Ora, se a segurança acontece a partir de dispositivos de engajamento e participação popular (Matarasso, 2009), por que continuamos a reproduzir retóricas sobre o isolamento?

Nesse sentido, é possível afirmar que o histórico das doze primeiras edições da Virada Cultural rendeu um movimento sinérgico importante para a retomada da noite, em São Paulo (Colaboratória, 2014). Todo o movimento gerado pelo evento desencadeou uma série de ações que alteraram, significativamente, o imaginário a respeito do centro antigo e da fruição cultural naquela cidade. As falas registradas dos Entrevistados S11, S3, S4 e S5 nos ajudam a fixar melhor essas ideias:

Tem várias pessoas que nunca vieram visitar o centro, ainda mais de noite. Durante a Virada, muitas pessoas se sentiam à vontade “Ah, acho que é seguro, deixa eu conhecer” (Entrevistado S11 - ativista cultural - Coletivo CoCidade).

O poder público em São Paulo sempre negligenciou o potencial da noite como política pública, como elemento de desenvolvimento dos espaços. [...] Porque tinha esta visão que tinha que, “à noite, as pessoas têm que se recolher; à noite, as pessoas não podem ficar no parque porque o parque é ermo, a praça

é espaço perigoso (Entrevistado S3 - advogado e gestor público na área da cultura).

O centro era tido como muito perigoso, mas charmoso, interessante e, ali, mais ou menos entre as gerações: uma geração nova, que não conhecia o centro, por causa da Virada começou a se relacionar; e uma geração antiga, que conheceu o centro quando você ia para lá a noite - porque tinha cinema, tinha bar [...], e que passou a não frequentar mais porque o centro deixou de ser seguro (Entrevistado S4 - ex-coordenador geral e curador - Virada Cultural).

É uma cidade que há dez anos atrás todo mundo tinha medo de sair na rua, a qualquer hora. Eu morava na Santa Cecília dez anos atrás e era tudo escuro, ninguém saía, à noite. Hoje, na Santa Cecília, você sai três da manhã na segunda-feira e tem um monte de bar aberto, galera andando na rua. Assim, começa a trazer mais segurança pros espaços (Entrevistado S5 - ativista cultural - Coletivo CoCidade).

A partir desses trechos transcritos, o centro é referenciado como *interessante*, *charmoso* e *seguro* nos trechos acima transcritos, mas também termos como *pouco seguro*, *perigoso* e *ermo* permeiam as falas, reproduzindo imaginários recorrentes sobre medo e insegurança na cidade e, em especial, na noite paulistana, tida como espaço de ameaça. Ressignificada pelas “práticas de sair” (Liempt *et al.*, 2015) e pelos eventos culturais derivados do modelo *Nuit Blanche*, a noite de São Paulo apresenta, hoje, determinados imaginários que não existiam tempos atrás. De forma evidente, a Virada Cultural teve um papel importante nessas novas apropriações do centro e, por conseguinte, na circulação de novos discursos sobre segurança na cidade, tal como evidenciam as falas dos entrevistados Entrevistados S8, S6, S12 e S7:

Eu acho que a Virada ela marcou o início de um momento em que a cidade começou a reverter um processo que era muito forte de privatização do espaço, né? O espaço público estava cada vez mais despovoado, condomínios fechados... Predominando, as cidades cheias de muros, shopping centers,

suburbanização que era um processo que vinha desde os anos 60, 70. [...] A Virada teve um papel importantíssimo nisso. Dez, doze anos atrás ela de certa forma passou a proferir a cultura nos espaços públicos. Tá certo que era mais como evento, mas de qualquer maneira não era só evento. Era uma festa. E aí então este processo da Virada, na verdade, gradativamente vai virando uma coisa mais ampla no sentido em que a cidade começa a reocupar o espaço público (Entrevistado S8 - professor universitário, gestor público e ex-secretário de cultura - Prefeitura Municipal de São Paulo).

Eu acho que a Virada virou uma chavinha, mas nem todo mundo percebe, porque não existia, até então, essa possibilidade de estar na rua [...] Antes da Virada tinham no máximo coisas em parques, uns eventos na Praça da Paz, uns shows no Parque do Carmo, sempre uma coisa mais parque (Entrevistada S6 - produtora, gestora cultural e coordenadora - Virada Cultural).

Colocar a Virada no Centro de São Paulo muda muito a relação com a rua. Porque o centro é aquele centro que ficou abandonado, por muito tempo. Boa parte dos prédios estão abandonados ainda. Ter prédio abandonado, num momento em que as pessoas começam a tomar a rua, para a cultura isso é muito simbólico (Entrevistada S12, produtora cultural Arueira e Difusa Fronteira).

A Virada Cultural ajudou como uma espécie de anti-oxidante. Ela fez com que se circulasse em lugares onde antes eram obstruídos, fosse por medo, fosse por receio, ou fosse por diferença social. E quando ela ajuda na circulação desse punhado de gente, por um lugar que antes não existia, redescobre-se a cidade (Entrevistado S7 - jornalista - O Estado de São Paulo).

A imagem de oásis de segurança enunciada pela permanência no centro de São Paulo estava ligada com à “trégua de segurança de 24 horas para andar naquele espaço e recuperá-lo afetivamente, não necessariamente fisicamente” (Entrevistado S4 - ex-coordenador geral e curador - Virada Cultural). Além de coincidirem com o discurso

editorial de uma série de materiais jornalísticos, publicados desde 2005 como cobertura da Virada, a retórica das falas anteriores, talvez, represente a impressão de toda uma geração de jovens que puderam construir sua relação com o espaço público de São Paulo, a partir de uma nova lógica de segurança, e em direção ao desfazimento das sensações de medo mediante a possibilidade de estar na rua.

O aspecto de repovoamento da noite, no centro antigo da maior cidade brasileira, colocou a Virada Cultural e, mais amplamente, os festivais urbanos como agenciadores possíveis de uma retórica de segurança aliada à presença das pessoas na rua, em que pesem alguns retrocessos observados, em São Paulo, nos últimos anos, no que diz respeito à aplicação de algumas leis e estratégias de governabilidade, conforme esclarecem as falas dos Entrevistados S12 e S4, ambos produtores culturais:

A Lei do Psiu está muito forte. Desde o Kassab [ex-prefeito de São Paulo], os bares não ficam mais abertos - a vida noturna da cidade diminuiu. Não tem muita gente na rua. As festas de rua que eram no centro, já não estão mais acontecendo no centro. Agora o secretário reclama do samba que tem no final de semana, ali do lado, fecha a biblioteca que era 24 horas... (Entrevistada S12, produtora cultural Arueira e Difusa Fronteira).

Hoje, você vê como voltou para trás a cidade: de 2004, 2005, 2006 e 2007 até hoje, esses dez, doze anos, nem o supermercado que era 24 horas não fica mais aberto; as farmácias também não; o banco 24 horas já não é 24 horas, há muito tempo. Pelo contrário, aquilo que a gente achava que com a Virada estava ampliando e ganhando território, inclusive da madrugada [...], nada disso prosperou, pelo contrário, andou um pouco para trás (Entrevistado S4, ex-coordenador geral e curador - Virada Cultural).

O que garante a vitalidade do centro é a presença de atividades para atração de diferentes grupos de pessoas. Ao levar pessoas para as ruas em horários em que o comércio não o faz, a cultura restabelece o sentido da vida noturna em espaços públicos abertos,

além de visibilizar a existência de “grupos marginais” e culturas de rua. A fala do Entrevistado S7 - jornalista em São Paulo - ajuda a refletir sobre este ponto:

Eu percebo a Virada estabelecendo este contato com a cidade, e uma diminuição do medo com relação à cidade, que eu acho importante. A gente tinha a ideia do centro ser uma coisa, e hoje o centro pode ser outra. E a Virada mostrou isso.

De acordo Attali (1985: 23), o festival é capaz de criar “uma ordem dos ruídos do mundo” através de suas paisagens sonoras, para lá das repercussões dos imaginários do evento em si. Nele, a performance funciona como um espaço politizado (Smith, 2000: 624) e, a partir disso, é possível também entendermos a reapropriação do centro em relação de proximidade com os movimentos ativistas culturais, no Brasil, nesta última década, especialmente no caso da cidade de São Paulo. De uma forma ou de outra, é possível dizer que essa dinâmica também contribuiu para os processos de reencantamento da noite na cidade, uma vez que puderam suscitar *hinterlands* (Law,2004) entre ativismo cultural, ativação do espaço público e criação de políticas relacionadas à cultura.

São Paulo, 31 de maio de 2017. Havia acabado de encerrar a conversa com o Entrevistado S9 num café próximo ao Largo do Arouche, quando de repente ele me lança um convite “Estou indo agora para uma audiência pública de cultura, não quer me acompanhar?” Aceitei e segui-o até o saguão da Praça das Artes, onde se iniciava a Audiência Cidadã da Cultura, organizada pela Frente Única de Cultura (FUC) de São Paulo em decorrência do descontentamento com as políticas culturais da nova gestão que havia tomado posse na Prefeitura Municipal daquele ano. André Sturm, responsável pela pasta naquela época, havia entrado em desacordo com um dos líderes culturais da periferia da cidade na semana anterior, e este teria sido o estopim para que os manifestantes organizassem a assembléia. Entre palavras de ordem e discursos politizados, fiquei um bocado surpreso quando o grupo propôs como encaminhamento a ocupação imediata da Secretaria Municipal de Cultura naquela tarde (Menon, 2017).

Em passeata, com megafones, faixas e cartazes, cerca de 100 manifestantes seguiram em direção ao Largo Paissandú. Era por volta de 15h30, e a entrada no prédio da Galeria Olido foi rápida: em alguns minutos, estávamos no décimo primeiro andar, onde se situava o Gabinete do então secretário. Comissões foram nomeadas para organizar o trabalho, nas próximas horas, e com a distribuição das tarefas acabei por ficar alocado no setor que organizaria o trabalho de comunicação, como responsável pela redação da nota oficial da ocupação que seria distribuída à imprensa (Anexo II).

Esse episódio reflete, de forma significativa, os usos políticos da cultura suscitados pela organização da sociedade civil, nos últimos anos, em São Paulo. Na esteira desse movimento, vem sendo recorrente a produção de eventos e oficinas práticas, por parte de coletivos culturais organizados. Somando-se a isso o fato de que o papel dos festivais e iniciativas de cunho cultural podem mediar de forma efetiva a criação de projetos, a médio e longo prazo, e a mobilização de novas redes de intermediários, é importante considerar que muitas iniciativas de ativismo cultural foram criadas na cidade, ao longo do percurso da Virada Cultural. Cito aqui a existência de grupos como o Coletivo A cidade Precisa de Você, a Associação Cultural Cecília, o Coletivo CoCidade, o Preto Café, o Centro Cultural Aparelha Luzia, o Restaurante Al Jannah, entre outros.

Através desses casos, é possível afirmar que eventos podem disparar novas formas de organização, modos de fazer e criação de novas redes. Além disso, iniciativas multiculturais, como o caso da Virada Cultural, podem colocar em contato diferentes estilos culturais, sentidos estéticos e práticas artísticas, despertando novos interesses por parte do público, e gerando a abertura de um mosaico de novas possibilidades para a vida na rua. Em outra direção, os eventos culturais podem funcionar como espaços de representatividade para diferentes públicos. No caso de São Paulo, por exemplo, isso ficou evidente no espaço ocupado pelo hip hop, ao longo das edições da Virada Cultural. Nesse mesmo sentido, é possível dizer que o festival desencadeou novo sentido de vida cultural pública e participação popular no Brasil, tal como pontuado pelo Entrevistado S9, produtor e ativista cultural no Sistema Negro de Som:

Precisamos levar música para a rua. Precisamos interromper esse circuito de consumo de cultura privado e, para mim individualmente, era uma estratégia pessoal. Na rua todas as mediações deixam de existir, porque na rua sua reputação é construída e validada pelo tanto que você faz mais que por seu lugar de origem social, grana, roupa que você usa, carro, esse tipo de coisa.

Numa análise mais ampliada, os sentidos de pertencimento e de convivialidade puderam ser criados pela junção das práticas cotidianas com as ações macropolíticas maiores, fomentadas sobretudo para realização da Virada Cultural alinhada a outras iniciativas culturais promovidas por gestões democráticas na Prefeitura de São Paulo, desde o surgimento do evento. As falas dos Entrevistados S9 e S8 esclarecem melhor esse ponto:

Isso tornou eles [produtores e ativistas culturais] cada vez mais resilientes em relação à organização de eventos, mais capazes, foram desenvolvendo tecnologias que facilitavam a ida para a rua e vários outros coletivos foram surgindo também (Entrevistado S9 - produtor e ativista cultural - Sistema Negro de Som).

Você não pode entender a Virada como uma coisa isolada. Ela foi muito importante; ela fez parte de um processo. Ao mesmo tempo que estava acontecendo a Virada, o VAI (Valorização do Artista Independente) aconteceu; ele começou praticamente com a Virada! A lei de fomento ao teatro que estava rolando, a coisa do cicloativismo que foi crescendo, a questão da gestão de praças... (Entrevistado S8 - professor universitário, gestor público e ex-secretário de cultura - Prefeitura Municipal de São Paulo).

Combinadas, essas ações atuaram para o reconhecimento de expressões artísticas marginais ou restritas a grupos e espaços específicos, ao mesmo tempo que repercutiram na permanência desses grupos, nas ruas do centro da cidade e na auto-organização em coletivos políticos, a exemplo da Frente Única de Cultura, organizadora da audiência de

cultura, citada anteriormente. Ao serem tomadas como programação de um evento com o gigantismo da Virada Cultural, o hip hop, a cultura nordestina, a cultura LBGTI, o breakdance, o punk e a cultura *nerd*, por exemplo, passam a adquirir novas narrativas entre o grande público, construindo e fortalecendo sua identidade, enquanto o reencantamento do espaço público acontecia. Ao longo dos anos, algumas dessas ações que pareciam pontuais em alguns dos palcos, pouco a pouco, tornaram-se mais recorrentes em vários espaços públicos espalhados pela cidade. O próprio surgimento do Festival SP na Rua, em 2013, foi um reflexo desses coletivos organizados, e do movimento político criado ao redor da cultura de periferia, tal como esclarecido pelo Entrevistado S9 - produtor e ativista cultural do Sistema Negro de Som:

Estes são grupos que ativam mais localmente e fazem um trabalho mais regular durante o ano, foi daí que surgiu: por que não tem um festival também desses grupos? O SP na Rua começou com sete coletivos, porque era o que tinha na época, e hoje eu participei da curadoria do último SP na Rua, a gente abriu um chamamento e tinham quatrocentos inscrições. Então, a gente foi de um universo de sete coletivos para quatrocentos em menos de dez anos. [...] A cidade cresceu e se diversificou muito em todas atividades possíveis de ocupação do espaço público, e o SP na Rua virou o grande momento de celebração desses grupos.

Certamente, a esfera política e a criação de oportunidades pôde facilitar o desenvolvimento da coesão e desencadeamento de resistência, por parte de uma série de “grupos marginais”, em São Paulo. Enquanto fator de celebração e, ao mesmo tempo, fator gerador de conflitos no espaço público, a Virada Cultural parece ter sido um agente significativo para o desencadeamento desses processos.

4.5 Vodafone Mexefest: cosmopolitismo e programação multiétnica em Lisboa

De acordo com a ideia de que “muitos países no mesmo lugar sempre pode ser um boa possibilidade de negócio” (Ezabella, 2017), o discurso do cosmopolitismo tem no

South by Southwest um bom aliado. Na edição do evento em 2017, 22% dos 88 mil participantes eram oriundos de outros países, o que faz dele uma boa ilustração para afirmarmos que “o diferente” tem sido uma moeda de troca importante para a economia criativa (Ezabella, 2017).

Advém desse pressuposto um desafio: Como integrar pessoas de lugares tão diferentes? Segundo a retórica da produção de identidade baseada na coesão e na integração provocada pelos festivais, a justificativa a essa questão nos remonta à presença do cariz nacionalista nos grandes eventos, tal como discutido no Capítulo 1. Embora essa ideia pareça *a priori* um tanto quanto controversa, em tempos de construção da imagem de cidades criativas e cosmopolitas, é possível dizer que o princípio ainda continua operando de maneira similar. Se, durante o século XIX, essa questão estava colocada sob a ideia de Estado Nação, no século XXI, a construção da identidade precisa ser construída sob a ideia do multiculturalismo e da quebra de fronteiras, dentro da lógica de uma economia-mundo baseada na desterritorialização cultural (Fortuna, 2013).

O uso dos festivais como dispositivos de política integradora demanda, agora, um novo exercício de poder simbólico: a criação de redes para a circulação de ativos, nos mercados da cultura mais emergentes, onde a tolerância e o diálogo entre diferentes culturas passará a ser requisito básico. Seguindo o exemplo de Austin, uma série de cidades passaram a hospedar eventos como plataforma de promoção de sua imagem, e a perseguir elementos para a construção de identidade cosmopolita. Por detrás desse sistema, existe um argumento de ordem econômica que parece ser bastante sedutor: de acordo com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX-Brasil), em 2016, as 36 empresas brasileiras que participaram do SXSW fecharam um total de U\$1,6 milhões em novos negócios (Ezabella, 2017).

Construída à imagem do interesse e das necessidades do mercado, Lisboa se configura como exemplo desse discurso. A retórica dos organizadores, durante todo o processo de realização do Mexefest, fazia questão de enfatizar isso, tal qual demonstra a nota publicada pelo Jornal Diário de Notícias, em 2 de novembro de 2016:

"Este festival é feito de muitos mundos", explicou a programadora Vanessa Careta, na conferência de imprensa na qual foi anunciado o cartaz completo do "festival mais bonito de Lisboa". Referia-se ao facto de o festival incluir géneros muito distintos como o hip hop, o fado, a spoken word ou a música indie (Caetano, 2016: 1).

Aliada à retórica da consagração evidenciada durante a Conferência de Imprensa para a apresentação do Mexefest, as redes sociais do evento enfatizaram as diferentes origens geográficas de artistas contratados para atuar no festival, tal como revela a mensagem postada, no dia 12 de outubro de 2016, na *fanpage* oficial do evento: “Jagwar Ma, Meg Baird e Octa Push. Três nomes, todos de continentes diferentes aterram no grande coração da Avenida” (Vodafone Mexefest, 2016b)⁸⁸. Nos *releases* e materiais de divulgação geral do evento era comum a utilização de adjetivos pátrios na descrição das atrações, principalmente se elas fossem oriundas de países com alto valor signo (Baudrillard, 1995).

O mesmo tom, captado por Caetano (2016) na Conferência de Imprensa, foi registrado também na fala de uma das organizadoras, durante o exercício de observação direta feito naquela ocasião: “*Trazemos para o palco artistas de diferentes países: a cantora cubana, a nova banda angolana, o trio novaiorquino*”, colocando muitas vezes a programação musical do festival lisboeta “de costas para a Europa, de frente para o mar, privilegiando por vezes programação advinda de outros continentes para dotar o evento da nuance cosmopolita que ele precisará ter” (Frota, 2016: 1).

Na sucessão de depoimentos de intermediários da área da comunicação, durante o vídeo *Música no Coração Oficial* (2011), o radialista da Antena 3 Luís Oliveira complementa essa ideia: “[o Mexefest] é uma espécie de Inter Rail musical. Não tem barreiras nem na música que podemos estar à espera no cartaz, e não tem barreiras no próprio espaço. Não estás confinado, estás sempre em movimento”. Aqui, o sentido de abertura provocado pela integração de artistas nacionais na programação alinha-se com a ideia de liberdade espacial. Colocado em estética de espelho, o vídeo apresenta imagens que se cruzam, ininterruptamente, criando uma metáfora interessante da combinatória proposta pela programação do festival. Pôr em cena diferentes artistas de diferentes origens e estilos musicais reforça a ideia de que o “Mexefest está sintonizado com o mundo todo”.

Esses dados nos levam a fazer um segundo recorte, desta vez gerado pela necessidade de integração do caráter cosmopolita à imagem das cidades contemporâneas. Estar na onda, ser destino turístico e polo de atração de público internacional implica dizer que, além de musicalmente interessante, a cidade diferenciar-se-á também por ser

⁸⁸ Por tratar-se de comentário publicado na página de Facebook do evento, a citação não ganha paginação. Será esse também o caso de notas posteriores neste texto.

multiversa e aberta a pessoas de todo o mundo. No caso de Lisboa, as repercussões do Festival Todos e do Festival Lisboa Mistura foram sintomáticas para a construção de seu selo de tolerância e multiculturalidade. Isso procurou fazer com que a cidade se tornasse sensível à comunidade estrangeira, ganhando a confiança de visitantes, estudantes internacionais e negócios globais de uma forma geral⁸⁹. No âmbito dos eventos culturais, o apelo de divulgação do Mexefest precisava se respaldar mundo afora, para fortalecer o sentido cosmopolita da capital portuguesa. Trechos gravados com os Entrevistados L14, L10 e L7 dialogam com essas ideias:

Eu acho que dá um ar de modernidade à cidade trazer artistas novos da música que estejam na onda no mundo inteiro. Isso mostra que o país está no centro da atividade cultural (Entrevistado L14 - empresário - Música no Coração).

Lisboa a esta altura, eu diria que é quase como o centro do mundo [...]. Nós temos uma língua, que muitas vezes as pessoas desconhecem, que já dominou meio mundo. E as pessoas esquecem [...]. Brasil, Angola, Cabo Verde, e Lisboa como um agente que fundiu tudo isso, como uma espécie de psicodelismo tropical (Entrevistado L10 - Radialista Vodafone FM).

Eu sempre procuro festivais com a temática mais imigrante, como o Emigrarte, o Ano Novo chinês. [...]. Principalmente pela questão do cosmopolitismo da cidade, que é o que mais me fascina em Lisboa (Entrevistado L7 - biólogo e público participante).

Tal qual expressam os excertos de entrevistas copiados acima, concatenado ao argumento da centralidade e cosmopolitismo da cidade, existe o fato de que ela é, hoje, um caso bastante exemplar de mosaico cultural urbano. De acordo com os dados do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF, 2010), 54,2% dos estrangeiros residentes em Portugal estão concentrados na área metropolitana lisboeta, sendo parte significativa deles originários de

⁸⁹ Como desdobramento desse processo, Portugal foi eleito, pela segunda vez consecutiva, como o melhor destino turístico do mundo (Correio da Manhã, 2018).

antigas colônias portuguesas, a exemplo do Brasil, Angola, Cabo Verde e Moçambique. A necessidade de adoção de estratégias do marketing da etnicidade (Costa, 2011), por parte dessa cidade, encontrou nos festivais culturais uma saída bastante potente para lidar de forma harmônica com seus diferentes grupos étnicos e populações imigrantes. Ao lado do Lisboa Mistura e do Festival Todos, já citados anteriormente, o Mexefest se apresenta como dispositivo de modulação importante para a manutenção da boa imagem da cidade junto às diferentes nacionalidades que nela habitam.

Resgatando Jamieson (2004: 64) do Capítulo 1, “a própria palavra festival evoca imagens de multidões empurrando-se, bares, bebidas e cacofonias de conversas multilíngues; provocando uma ruptura no cotidiano e uma festa para os sentidos”. Em comparação a outras cidades portuguesas, esse mesmo efeito nos ajuda a entender a vocação cultural multiétnica depositada na história recente de Lisboa, tal como sugerido pela Entrevistada L5, produtora cultural da empresa Sons da Lusofonia:

Nos anos 80, Lisboa era muito efervescente. Havia muita gente na rua, pessoas a fazer coisas, por fazer coisas. Lisboa é diferente do que é Coimbra, do que é o Porto. A cidade tem um DNA diferente; junta mais comunidades de origens diferentes.

A associação da imagem lisboeta às múltiplas identidades marginais e grupos de imigrantes na cidade (SEF, 2010) se reflete tanto em sua programação cultural regular, quanto no cartaz de alguns de seus principais festivais sazonais. Além do Mexefest, cabe citar o Festival Todos e o Lisboa Mistura, produzidos, respectivamente, pela Produtora Cassez e pela Produtora Sons da Lusofonia. Ambos são importantes eventos de sua agenda cultural, e seus intermediários foram entrevistados, durante o terreno empírico, segundo a justificativa da ação-rede sugerida pela Teoria Ator Rede (Latour, 2012; Ferreira, 2017). A fala da Entrevistada L5, produtora cultural da associação Sons da Lusofonia, esclarece-nos a respeito do Festival Lisboa Mistura:

Em 2013, surge o convite de trazer o Lisboa Mistura cá para fora, e é aí que se dá a grande explosão de implementação no território. Quando tu vais para

algum sítio é diferente. Portanto, nós fizemos alguns concertos na primeira edição que foram entre o Castelo de São Jorge e o Martin Moniz, e depois o relocizamos para a região do Intendente. O projeto Lisboa Mistura é apoiado pela Câmara Municipal e pela EGEAC e, portanto, havia uma política de dinamização daquela zona da cidade. Era importante colocar um projeto dessa dimensão lá.

O paralelo com os eventos de programação multiétnica de Lisboa não só é possível, como também bastante conveniente para a cidade: tão importante quanto manter Lisboa numa posição aguerrida em termos de atuação no mercado de exibição (Boyer, 2010), era preciso fazer com que a cidade fortalecesse o senso de pertencimento e identidade de seus moradores. O Festival Todos atua também segundo essa retórica, conforme esclarecido pelo Entrevistado L6, produtor cultural da Empresa Cassefaz: *“Encomendado pela câmara municipal de Lisboa no sentido das pessoas caminharem por diferentes culturas. O primeiro local escolhido foi o Martin Moniz, lugar degenerado na época por prostituição, drogas e sem abrigo”*.

Os bairros-alvo citados pelos entrevistados abrigam grandes quantidades percentuais de populações imigrantes e já, há algum tempo, têm demonstrado mudanças significativas advindas das ações de regeneração urbana por parte do poder público, das quais o Festival Todos e o Lisboa Mistura fazem parte. Afinadas, as retóricas advindas do poder institucional, dos investidores e de alguns produtores culturais materializam o processo de festivalização da cidade levado a cabo por esses tipos de evento cooperando, dessa forma, para o controle social de “grupos marginais”. O próprio conceito curatorial do projeto apresentado pelo Entrevistado L6 evidenciou esse ponto:

Há razões que nos levam à procura de determinados conteúdos que têm a ver com as narrativas daquilo que construímos para a programação [...]. A ideia é que, de três anos em três anos, nós mudamos de território, para encontrar guetos. É importante é que os imigrantes estejam espalhados pela cidade toda [...]. Nós juntamos, embaralhamos e, depois, esperamos que o bairro por si possa se regenerar. Claro que se Câmara de Lisboa passar a ter um projeto de

regeneração urbana dá mais visibilidade e reforço às coisas. [...] Essencialmente, o que nós queremos é fazer com que pessoas se conheçam, mais assim do que as apresentações, [...] e que, a partir dali, convivam o mínimo possível para o máximo desejável, mínimo de convivência na criação de capital social.

O papel da aproximação das comunidades periféricas e marginais pressupõe que a convivência aconteça com a intenção de gerar resultados positivos, segundo a criação de uma atmosfera amigável, diversa, e que receba bem diferentes públicos. Dotar a cidade de um sentido cosmopolita é fator fundamental para atração de novas pessoas e, por conseguinte, de novos negócios e vantagens deles derivadas. A criação de referência de imagem deverá, por último, estar em contato direto com as diretrizes e grupos organizadores do marketing da etnicidade (Costa, 2011) que, por sua vez, precisará também contar com estratégias de mediação cultural e integração de diferentes grupos. Nesse sentido, a Entrevistada L5, produtora cultural da Associação Sons da Lusofonia citou, também, ações educativas e comunitárias desenvolvidas no Festival Todos e no Lisboa Mistura.

No Lisboa Mistura, o trabalho em relação direta com a comunidade acaba por acontecer mais com a OPA - Oficinas Portátil de Artes, um projeto que a associação desenvolve, já, há dez anos. São uma série de oficinas. O modelo tem vindo a ser alterado, mudado de ano para ano, e nós tentamos que tenha mais continuidade.

A mesma linha de discurso comunitário presente no Lisboa Mistura continua, ainda, quando a Entrevistada L5 descreve a forma como as mesas são organizadas na área de alimentação do evento:

[...] é uma mesa corrida, [com] bancos e as pessoas estão todas juntas a comer. Portanto, há este sentido de comunidade, de partilha. [As pessoas] podem até não estarem, necessariamente, a falar umas com as outras; podem

até terem vindo em grupos separados, mas é que, inevitavelmente, aquela dinâmica causada pela disposição das mesas vai criar, necessariamente, cruzamentos e as pessoas vão se misturar.

Aqui, o termo *mistura* funde-se à cidade e passa a ser expressão de honra para ela, funcionando como plataforma de incremento das audiências e fornecendo, de forma geral, maior visibilidade para o festival e para a boa imagem de Lisboa.

Se, por um lado, a recolha de dados de pesquisa sobre cosmopolitismo cultural em Portugal evidenciou imaginários ligados à *Nova Música*, em São Paulo o mesmo fenômeno se manifestou trazendo, à tona, as diferenças culturais do próprio país, tendo em vista sua dimensão territorial continental. Para lá de algumas ocorrências de atrações internacionais na Virada Cultural (Guia Especial Folha, 2009), as narrativas de cosmopolitismo resgatam os aspectos mais tradicionais da cultura brasileira: *Ritmos do Norte e Nordeste animam arrasta-pé no Centro* (Guia Especial Folha, 2011: 9), *Latinidades para todos os gostos com ska, dub e românticas* (Guia Especial Folha, 2011: 9) e *Gêneros afros enchem de som a Júlio Prestes* (Guia Especial Folha, 2012: 6).

Mesclando diferentes regionalismos e estilos estéticos, os nomes eleitos para compor a programação do evento são, estrategicamente, pensados para alcançar grandes audiências: cultura nordestina, cultura popular, reggae, samba e outra série de representações para os diferentes públicos que caracterizam a formação *sui generis* do povo brasileiro (Bosi, 1992). De acordo com o Entrevistado S7, jornalista em São Paulo, tal eleição visa mostrar: “*Que o centro não precisa ser, necessariamente, só para aqueles universitários que gostam daquela coisa de morar no centro, aquela coisa romântica de se morar no centro. O centro pode ser um lance de convivência muito maior.*”

Nesse sentido, a Virada Cultural serve de representação para celebrar o vasto mosaico cultural que compõe a cidade de São Paulo. Dentre seus objetivos principais, segundo os Entrevistados S4 e S2, o evento busca:

Sempre trabalhar isso [a diversidade cultural], o preto com o branco, o rico com o pobre, o novo com o velho, como que isso encaixa dentro do centro da

cidade, que é um espelho da cidade toda (Entrevistado S4, ex-coordenador geral e curador da Virada Cultural).

Tribos diferentes concentradas [...]. Os espaços entre os palcos, os trajetos entre os palcos passa a ser tão interessante quanto ficar na frente do palco: a multidão desfilando de noite numa cidade que é nova, que a gente não conhecia (Entrevistado S2, ex-organizador e curador - Virada Cultural).

Cultura e política se unem, nesse contexto, para manter segurança, cordialidade e capacidade de diálogo de diferentes grupos que partilham dos espaços do festival como lugares de convivência. Se, em alguns casos, a escolha da programação de um evento leva em conta, majoritariamente, atributos de ordem estética, nos eventos com caráter multiétnico ela precisa também estar alinhada com diferentes representações sociais, grupos minoritários, nacionalidades e conflitos em geral, independentemente da disciplina artística a que ela esteja ligada.

4.6 Notas finais: música para todos os gostos

Tanto a Virada Cultural quanto o Mexefest ocorrem em contextos cosmopolitas, trabalham com fronteiras estéticas marginais e têm a música como linguagem artística em comum. E por que a música? Isso não é estranho, se pensarmos que ela se constitui como ingrediente fundamental para formação da identidade, criação de sentimento de nacionalismo e ferramenta política de integração de diferentes povos. De acordo com Chalcraft *et al.* (2011), ela é capaz, ainda, de criar territórios temporários e tolerantes; e os festivais com esse tipo de característica podem ser exemplos significativos de aproximação de perfis identitários na utilização de referenciais estéticos próximos. Além disso, em tempos de venda de rótulos cosmopolitas para as cidades contemporâneas, é preciso lembrar que a música “é uma nova forma estética da imaginação global, uma forma emergente de capturar o momento histórico atual e a total reconfiguração do espaço e da identidade cultural que caracterizam as sociedades em todo o mundo”⁹⁰ (Erlmann, 1996:

⁹⁰ Tradução livre do autor. No original “*Music is a new aesthetic form of the global imagination, an emergent way of capturing the present historical moment and the total reconfiguration of space and cultural identity characterizing societies around the globe*”(Erlmann, 1996: 468).

468). Por meio dela, diferentes grupos se utilizam desses tipos de festivais para interação social e, exercendo seu papel como moduladores, estes eventos contribuem para sua maior coesão e bem-estar na cidade.

Além desses pontos, é preciso também que resgatem a ideia de que o consumo de música, em especial através dos festivais urbanos, pode gerar a criação de laços afetivos e sentimento de pertencimento. Conforme já discutido anteriormente, esses eventos passaram a ser instrumentos de controle do poder público, já, há algum tempo, segundo a ideia de que é preciso integrar para melhor controlar, modulando a diversidade cultural para que ela seja rentabilizada comercialmente (Karpinska, 2009). Kassabian (2004) auxilia-nos na percepção desse ponto quando discute sobre o varejo da *world music*, no qual a marca precisará ser divulgada e consumida a nível mundial. Tal dispositivo tem sido cada vez mais acionado pelo consumo de música via plataformas digitais, como é o caso do Spotify. Interessa-nos, por hora, pensar o papel dessa área artística vinculado à produção de imagem cosmopolita para as cidades contemporâneas. O artigo *The politics and Aesthetics of Transnational Musics* (Erlmann, 1993) sugere uma leitura sobre o assunto, segundo a ótica do artista:

As etnografias científicas terão cada vez mais que examinar as escolhas que os artistas de todo o mundo fazem ao mover-se pelos espaços entre o sistema e seus múltiplos ambientes. [...] Esses circuitos de produção musical global devem ser vistos como tendo numerosos laços, altamente mutáveis "relações de fronteira" que permitem aos artistas avaliar, constantemente, sua posição dentro do sistema⁹¹ (Erlmann, 1993: 8).

Aqui, o desfazimento das relações de fronteira operam de duas formas distintas. Inicialmente, cria-se uma nova dinâmica dentro do mercado da música - posicionando artista e música num lugar de maior flexibilidade e de abertura ao livre mercado. Pela perspectiva do artista, o raciocínio é semelhante: a ideia da turnê internacional é um valor signo importante que poderá render resultados valiosos, se vinculada a ações de divulgação. Ao escolher as bandas que irão compor a programação dos festivais de *Nova Música*, como é o caso do Mexefest, os programadores poderão negociar preços de cachê e condições de participação uma vez que estejam cientes desse mercado: tocar em diferentes

⁹¹ Tradução livre do autor. No original “*Musical ethnographies will increasingly have to examine the choices performers worldwide make in moving about the spaces between the system and its multiple environments. [...] These circuits of global musical production must be seen as having numerous loops, highly changeable ‘border-zone relations’ that allow performers to constantly evaluate their position within the system*” (Erlmann, 1993: 8).

países poderá gerar mais valia simbólica para a carreira e a comercialização de seu trabalho, especialmente no caso de grupos novos.

Mesmo que por vezes a lógica da “música para todos os gostos” se manifeste de forma ambígua por estabelecer novas margens e atuar através de uma integração diferenciadora, mercado e estética atravessam cada vez mais os festivais de música, especialmente em tempos de instabilidade política e conflitos de fronteira. Segundo sua função agregadora tais eventos são capazes de criar um recorte de pertencimento pelo caminho da celebração: eles redesenham a função de atuar como espaço liminar possível para a união de diferentes povos. Tanto em Lisboa como em São Paulo, têm sido várias as ações que evidenciam o protagonismo de seus festivais de música.

Através dos estudos de caso escolhidos para esta pesquisa, pode ser desdobrada uma série de temas que atravessam cidade e cultura pela ótica dos festivais, tal como apontaram as discussões apresentadas neste capítulo. Dispositivos de modulação das cidades contemporâneas, tanto a Virada Cultural quanto o Mexefest podem ser pensados como iniciativas das quais se desdobram uma série de consequências para lá da fruição da experiência cultural, propriamente dita. Temas como segurança, processos de gentrificação, estratégias de requalificação urbana, conflitos no espaço público e cosmopolitismo cultural precisam ser, cada vez mais, debatidos em diferentes escalas ao redor do mundo, tendo em vista o entendimento de que os eventos culturais se constituem, hoje, como elementos fundamentais para o desenvolvimento das cidades e como peças-chave para as novas dinâmicas negociais do mundo globalizado.

Produto das reconfigurações políticas do pós-guerra e mecanismo de firmação dos centros urbanos como lugares possíveis de ocupação e expressão de grupos marginalizados; a cultura tem atuado como agente central na definição das novas topografias urbanas (Sassatelli e Delanty, 2011) e na ativação das dinâmicas que envolvem o espaço da noite nas grandes cidades. Ela constrói e reconstrói o tempo todo margens e limites urbanos, recriando imaginários e tecendo deslocamentos constantes de grupos e espaços. A partir desse lugar, é mais fácil entendermos o papel central ocupado pelos festivais culturais no trabalho com grupos marginalizados, minorias sociais, movimentos de migrantes e demandas de diversidade étnica em geral, tal como foi discutido a partir dos casos de Lisboa e São Paulo.

Por um ângulo de abordagem mais amplo, essas iniciativas têm confluído para um quadro maior de políticas de renovação urbana, e em especial para revitalização de centros antigos de cidades, lugares de interesse histórico-cultural onde estão presentes diferentes grupos étnicos. O processo anual de garimpo de lugares feito pelo Mexefest, as narrativas sobre segurança levadas a cabo pela mídia sobre a Virada Cultural, o aumento dos preços de habitação, bens e serviços são alguns dos inúmeros casos que podem ser resgatados e que exemplificam a relação direta existente entre os processos de gentrificação, em ambas as cidades focos desta pesquisa.

Embora os casos de estudos não possam ser tomados como eventos marginais tendo em vista toda a rede de instituições e patrocinadores que os respaldam, é possível dizer que os mesmos dialogam de maneira bastante interessante com grupos minoritários, especialmente no tocante à realidade de São Paulo. Não apenas no que se refere às preferências musicais ou gostos culturais, mas também no delineamento da programação voltado para públicos específicos. Se, em um primeiro momento se torna mais fácil pensarmos em questões básicas que envolvam segurança (como é o caso da capital paulista e outras cidades do hemisfério sul com perfil similar), num segundo momento faz-se presente, também, toda a discussão que envolve os novos processos de gentrificação urbana relacionados à requalificação urbana pela cultura, cosmopolitismo e marketing urbano e étnico.

Como campo de reflexões aberto, repleto de dinamismo, a cultura precisa ser entendida, de acordo com seu potencial positivo de geração de conflito. A partir daí, será cada vez mais possível entender os festivais como experiências de resistência e integração de “grupos marginais”, ao invés de serem tomados apenas a partir de seus imaginários de violência e ferramental paliativo de controle social.

Capítulo 5 - Música, som e cidade: criando um dispositivo em modo *shuffle*

Em geral, a música é o principal fio condutor na fruição de dias festivos e em diferentes tipos de celebrações contemporâneas (Considère-Charon *et al.*, 2009). Em contextos cotidianos, Campell e Scott-Kassner (2010) dizem que a escuta funcional da música pode ser elucidada, de forma mais direta e em contraste com processos de audição mais sofisticados, quando as pessoas se valem dela como pano de fundo para eventos e situações rotineiras em geral, a exemplo da limpeza de casa ou do foco de concentração para os estudos. Kassabian (2013) nomeou esse processo de *ubiquous listening*, demonstrando a presença constante ocupada pela música no nosso dia a dia.

Ampliando essa questão para os objetivos mais gerais da pesquisa, neste capítulo seremos levados a pensar a ativação da música, para lá do campo artístico ou de sua escuta passiva. Alguns de seus usos são mediados por mecanismos de modulação e de controle algorítmico, através de dispositivos controladores da liberdade em processos de *individuação* (Simondon, [1958] 2005). A partir daí, é possível entender os diferentes papéis que ela e, mais amplamente o som, têm desempenhado no cotidiano urbano e no desenvolvimento das metrópoles contemporâneas. Em *Sound Moves: iPod Culture and Urban Experience* (Bull, 2007), podemos perceber a música enquanto constructo temporal da cidade, em seus aspectos espaciais, sensoriais e sociais. Enquanto isso, na obra *Audio-Vision - Sound on Screen* (Chion, 1990), são mencionadas possibilidades que nos permitem aliar trilha sonora e experiência urbana contemporânea. Fortuna (1998), por sua vez, trata do tema quando indaga: “Se a cidade soa e ressoa, será que a Sociologia e as restantes Ciências Sociais a ouvem?” (Fortuna, 1998: 22), dando-nos pistas sobre a necessidade de problematizar som e música na cidade contemporânea:

“De forma crescente, todos os espaços urbanos se encontram, a todo o momento, invadidos pela música como componente da “bruma sonora”. Não há silêncio na cidade e com a hegemonia deste *continuum* sonoro desaparecem os refúgios no espaço e os intervalos no tempo urbano” (Fortuna, 1998: 28).

Através de um diálogo com essas ideias, o Capítulo 5 buscará discutir de que maneira o som e, mais precisamente, a música, participam dos processos de modulação

empreendidos entre cidade e festival, no caso do Mexefest e da Virada Cultural. Os dados encontrados no terreno serão colocados em diálogo com o referencial bibliográfico que subvenciona esta pesquisa e, a partir disso, temas como trilha sonora, dispositivos de telefonia móvel, plataformas de consumo de música, *playlists* e rádio serão debatidos, costurando respostas para as perguntas propostas por este projeto de investigação, em perspectiva com o dispositivo *shuffle* - funcionalidade tecnológica que permite a escuta aleatória de música. Na apresentação dos dados, será colocada mais ênfase no Mexefest, tendo em vista que as temáticas relacionadas ao som se sobressaíram mais na pesquisa realizada em Lisboa. Conforme será discutido ao longo do capítulo, isso pode ter acontecido devido à atenção da empresa Vodafone, patrocinadora do evento, que tinha interesse direto no público-alvo do festival para a comercialização de seus serviços.

5.1 Desdobrando a montagem da programação: excesso e “possibilidade de escolha”

De acordo com o conceito curatorial do evento, a montagem do cartaz do Mexefest é feita seguindo o conceito da *Nova Música*. Uma parcela significativa da programação é composta por personalidades e bandas em estágios iniciais da carreira, eleitas segundo sua quantidade de visualizações em canais de vídeo, capacidade de viralização nos aplicativos celulares ligados à música, e acúmulo de seguidores em redes sociais, tal como foi esclarecido pela Entrevistada L11, jornalista da Revista Blitz: “*Para tocar nos festivais, hoje em dia, contam números de visualizações, ranqueamento no Spotify, canal no Youtube. Há gravadoras que contratam artistas depois deles já serem sucesso no Youtube*”. Essa lógica também foi confirmada na entrevista concedida à Blitz Notícias (2018) pelo presidente da Música no Coração. Indagado sobre a forma de seleção dos nomes para o festival, o intermediário foi claro ao dizer que “hoje em dia, temos a facilidade de, através das redes sociais da área digital, sabermos concretamente quantos seguidores têm em Portugal determinados artistas”.

Cenário aberto de possibilidades, a receita do mercado livre da audição se apresenta como proposta cotidiana para o consumo de música em aplicativos como o Spotify, o Youtube e tantas outras plataformas do gênero conhecidas hoje em dia. Essa ideia se torna mais clara quando lembramos que durante a época da fonografia gravada em discos de

vinil e CDs, havia um modo específico de consumo musical (Abreu, 2009) e que depois do advento do mundo digital, a experiência musical foi substancialmente alterada.

O embaralhamento em milhares de músicas de repente se torna uma experiência extremamente atraente. Aqui está um dispositivo construído, primeiramente, para operar segundo o modo aleatório para, em seguida, promover a escuta sequencial [...]. Eles [novos dispositivos tecnológicos] estabeleceram o status de músicas individuais como unidades primárias de listas pessoais de reprodução (playlists) e bibliotecas de músicas, independentemente dos CDs dos quais eram originalmente parte. Além disso, facilitaram a troca de arquivos musicais de pessoa para pessoa e em rede, por meios legais ou ilícitos, em uma escala sem precedentes.⁹² (Hill, 2005: 1).

A função de aleatorização pelo *shuffle* trouxe para o mercado do consumo de música novos significados: mais do que o trabalho referencial de um determinado artista ou álbum, o importante será fazer circular o valor signo (Baudrillard, 1995) de cada faixa em si, em colagem com outras músicas de sucesso semelhante, justificando a existência concomitante de produtos tão diversos.

Na montagem da programação estão cruzados ainda fatores de ordem estética (o alinhamento do trabalho artístico com a proposta curatorial dos palcos e a temática geral do evento); de ordem representacional (a veiculação de nomes de diferentes áreas geográficas e grupos identitários ligados ao perfil do público-alvo do evento); e de ordem logística (a disponibilidade de agenda e negociações contratuais de cachê). Esse agenciamento envolve, também, uma equação imaginária complexa que contempla diferentes fatores: possíveis horários de apresentação, capacidade acústica, fluxos de público e capacidade de acomodação de cada espaço. Tal como esclarecido pela Entrevistada L1, produtora da Música no Coração, para lá de todos esses fatores, *“muitas vezes, a programação está muito dependente também das características das salas”*.

Dois concertos de grande audiência e com estilos similares ocorrendo ao mesmo tempo poderiam, por exemplo, surtir efeito indesejado na fruição geral do festival. Ou seja: ao mesmo tempo em que há um alinhamento estético e artístico muito presente na montagem das atividades, existe também a incidência direta de fatores de ordem mais

⁹² Tradução livre do autor. No original *“Shuffling across thousands of songs suddenly becomes an utterly compelling experience. Here's a device built principally for shuffle mode first, with sequential listening second. [...] They [new technological devices] established the status of individual songs as primary units of personal lists of reproduction (playlists) and music libraries, independently from the CD's of which they were originally part. Moreover, they facilitated the exchange of musical files either person-to-person or on the net, by legal or illegal means, on an un-precedented scale”* (Hill, 2005: 1).

técnica, fazendo com que o programa funcione em termos de fluidez de público e, ao mesmo, que seja factível do ponto de vista econômico.

Embora possa utilizar critérios semelhantes para a definição de sua programação, diferentemente do Vodafone Mexefest, a Virada Cultural envolve múltiplas frentes artísticas em seu programa. Música e artes corporais em geral dividem espaço com outras disciplinas menos recorrentes, mistos contemporâneos e multifacetados do aspecto poroso e inacabado que envolve o campo da cultura: lutas de ringue, campeonatos de improvisação de palhaços, cultura *nerd*, eventos *Queer* e LGBTIs, batalhas de hip hop, entre tantas outras.

Em 2016, aos 36 palcos espalhados no perímetro do centro antigo de São Paulo se somaram outros 37 em outras áreas da cidade (Figura 3.5), os quais receberam programação musical composta por grupos de cultura popular, coros, trios de forró, bandas de rock, samba, rap, música popular brasileira, grupos infantis, música internacional, orquestras, cantores e instrumentistas de todo o tipo. Além disso, trupes de circo, companhias de dança, grupos de teatro e artistas de rua se dividiram entre grandes palcos, plataformas de trem, coretos e outros equipamentos públicos miscigenados com estruturas montadas, especificamente, para a produção do festival.

Durante a fase de entrevistas em São Paulo, foi interessante perceber como os programadores e produtores utilizaram ideias como harmonia e fluxo, o que pode nos levar a pensar numa simbiose acontecendo entre a música (enquanto disciplina artística) e as qualidades de manejo de pessoas no espaço urbano (criação de ambiência coletiva festiva). A fala do Entrevistado S4, responsável pela montagem da programação e coordenador geral de quase todas as edições da Virada Cultural, apresenta elementos que nos permitem pensar o papel da harmonia no alinhamento entre programação, espaço e público. É importante, segundo o interlocutor:

Fazer o fluxo de pessoas acontecer mais a pé entre locais que são interessantes, históricos, e que não têm mais uma lógica peatonal. [...], aí você consegue ligar os lugares. [...] O palco faz uma rolha em alguns lugares, tendo onde colocar as coisas de acordo com a vocação que aquilo tem e onde

tirar coisas para dar acesso de um lugar para outro, especialmente, se você tem que lidar com a massa.

A concepção do palco como “rolha” aparece aqui como elemento metafórico para o controle das multidões que compareciam nos grandes concertos, em São Paulo. No circuito de montagem das atividades pelas ruas do antigo centro da cidade, entre um e outro palco maior existiam outros menores, bloqueando determinadas ruas para liberar outras. Conjugadas com a disposição de estações de segurança, barracas de alimentação, cabines sanitárias e outras estruturas de produção, determinadas formas de controle ganhavam o espaço urbano e auxiliavam no controle das audiências, enquanto o público se movia entre os diferentes endereços onde se localizavam as atrações da Virada Cultural.

Em se tratando das territorializações da música na ocupação de espaços alternativos e convencionais em Lisboa, durante o processo de observação direta, chamou-me a atenção a forma como o Mexefest se organizava. No entremeio das atividades realizadas em espaços fechados e concertos ao ar livre, o festival era composto de espetáculos em salas mais tradicionais (o Coliseu dos Recreios, a Casa do Alentejo, o Palácio Delta e o Teatro Tivoli, por exemplo), concertos ao ar livre abertos ao público (o palco montado no Largo São Domingos) e propostas de concertos em espaços mistos. Desse último caso, é exemplo o palco térreo do Cine Teatro Capitólio: sua área principal de shows guardava ligação com o entorno da quadra quando suas partições laterais se encontravam abertas, como observado no concerto de Mayra Andrade, no dia 26 de novembro. Nessa data, pude notar também que os detentores da pulseira do festival se encontravam mais próximos do palco, enquanto o público não pagante desfrutava do concerto à distância, atrás das grades de proteção que dividiam o prédio do entorno do bairro.

Espaço poroso e de uso misto, o Cine Teatro Capitólio participa de forma central na programação do Mexefest e nos objetivos de sua campanha de divulgação, na medida em que ele fortalece a retórica levada à cabo pela equipe de ativação de marca do festival. Como o Mexefest é um evento de audiências pequenas e médias, e em geral os ingressos esgotam antes dele ser iniciado, o objetivo dos organizadores, em 2016, foi fazer com que o evento se estendesse também para plateias não pagantes. Não por acaso, a versatilidade conduzida na montagem dos espaços no Teatro Capitólio acabou potencializando os

discursos sobre a reinauguração do prédio, dando sentido à retórica construída em torno da retomada da cidade, por parte dos organizadores do evento, desde o início da organização de sua oitava edição.

Além desses aspectos, chama a atenção o fato da montagem da programação do Mexefest coincidir com a forma, segundo a qual os festivais urbanos contemporâneos são delineados, especialmente com relação à realização de concertos mais enxutos e à possibilidade constante de escolha de atividades, durante a programação. Essa ideia foi enfatizada por uma das produtoras da Música no Coração, durante a coletiva de imprensa, no dia 2 de novembro de 2016: “O público vai fazer ele próprio o seu festival”.

Mais do que um dispositivo de poder disciplinar (Foucault, 1979), a possibilidade de autodefinição da programação pode ser, aqui, percebida como uma das formas de modulação da experiência do sujeito pelo festival. Por meio dela, revelava-se o exercício de um poder sutil e invisível, instituído justamente por efeito daquilo que o conceito de modulação sugere: suscitar no público uma forma de viver o festival assumida por eles como opção própria. A motivação pela “experiência do excesso” explica o fato de as pessoas comprarem o acesso geral para os dois dias de concertos pelo preço de 40 Euros. Mesmo que elas não tenham tempo nem abertura para acompanhar tantas atividades, a simples ideia de viver o evento, de forma dionisíaca, passa a ser o imperativo que justifica a aquisição da experiência. Em outras palavras, a pulseira simboliza a compra do excesso, embora o festivaleiro possa não comparecer ao seu concerto preferido e às atividades previamente planejadas. A simples ideia da posse do bilhete geral é capaz de confortar o instinto e a catarse do consumo cultural presente no imaginário público. Esse princípio está, ainda, atrelado a outro jogo retórico levado a cabo pelos intermediários do Mexefest: a inquietude como estímulo para a compra e dispositivo para o consumo. Tal mecanismo projeta-se claramente no material de divulgação encontrado nos canais virtuais do evento: “Mexefest: um festival que está a mexer com a cabeça de Lisboa”, “o sobe e desce na avenida não vai deixar você parado”, “não interessa onde vamos, o que interessa é mexer na Avenida”, entre tantos outros exemplos. Em entrevista pública a um portal de notícias, uma das organizadoras endossa o aspecto da circulação como um dos pontos fundamentais do evento: “As pessoas andam de uma sala para a outra a descobrir alguns concertos em

simultâneo, mas com a programação se consegue ver muita coisa ao mesmo tempo” (MyspacePortugal, 2012).

O vídeo *Super Bock em Stock anima Lisboa* (TVI4, 2008a) que, em 2008, foi utilizado como um dos principais instrumentos de promoção do festival, é outro bom exemplo para tratar da possibilidade de escolha praticada pelo evento. Na sucessão de cenas trazidas pelo material, é colocada uma lista de endereços e horários com a descrição de cada uma das atrações e músicas de maior sucesso de bandas que irão se apresentar nas salas de concerto em Lisboa. A seguir, o repórter inicia uma série de pequenas entrevistas com participantes do evento: “Conta lá, o que queres ver hoje? Já tem o vosso percurso definido?” Quase que invariavelmente, as respostas do público entrevistado apresentam como pano de fundo o argumento da escolha: “Isto é um bocado ao calhas, acaba e escolhemos o que é que vamos ver a seguir”.

Aqui, podemos associar o dispositivo utilizado na montagem de programação do Mexefest, ao princípio do FOMO, *Fear of Missing Out* (Sanfilippo, 2017), comentado anteriormente. A sensação de que a eleição por uma ou outra atividade acarretava perdas adveio também de outros dados, tal como foi o caso da fala da Entrevistada L9, estudante e participante do Mexefest:

Muita pena de não ter visto Malu Magalhães, Kevin Morby, Bruno Pernadas, Gallant e tantos outros, e de não ter ido ao Capitólio; mas também muito abençoada por ter visto Whitney, Baio ou Elza... Saí do festival de coração cheio, mesmo sabendo que perdi muita coisa boa, mas o que vi compensou.

Consumidora da experiência de sobreposição de inúmeras atividades no festival, a estudante está consciente de que ao ter feito suas escolhas, deixou de eleger outros concertos que também gostaria de ouvir. Seu discurso é realçado por uma série de falas encontradas no vídeo citado anteriormente (TVI4, 2008a). Ao responder a uma questão sobre sua apreciação do então Super Bock em Stock, um dos entrevistados foi categórico: “Ainda vi muitos concertos ontem. Vi o Norberto Lobo, vi o Jack Rose. E hoje venho ver os The Walkmen, se calhar os X-Wife. Perdi a Fib, que queria ver, mas acho que [o Mexefest] é uma ideia ótima”.

A questão da perda implícita na escolha apareceu também na fala de uma das organizadoras, durante a conferência de imprensa de lançamento do evento, no dia 2 de novembro de 2016. Segundo ela, “todos os concertos são imperdíveis. Não é possível ver tudo, mas todos serão”. O discurso do presidente da Música no Coração, proferido no mesmo evento se alinhava com essa ideia: “Fiquem 15, 20 minutos em cada espetáculo, senão vão perder tempo!”. Raridade, efemeridade, escassez e oportunidade única são retóricas que podem se cruzar para a venda do festival e da experiência como mercadorias: a ênfase na lotação máxima de cada sala e a replicação constante da informação sobre os ingressos esgotados nos canais de comunicação, às vésperas do Mexefest também comprovaram isso. Esses dados completam o fio condutor de montagem de uma programação cultural baseada no excesso e na possibilidade de escolha, fazendo-nos concordar com Deleuze (1991) quando sugere que “a flutuação da norma substitui a permanência de uma lei, quando o objeto ocupa lugar em um contínuo [...]. Assim, ele já não se define por uma forma essencial, mas através de uma família de variações” (Deleuze, 1991: 38). Como comentado no Capítulo 2, Deleuze usa o termo *objectile* para dizer que o objeto em si não se define por uma forma essencial, mas por uma família de variações, que concede a ele potência e variabilidade (Savat, 2005). Esse raciocínio nos possibilita perceber a relação entre festival e efemeridade, a partir da montagem de programação fugaz proposta pelos casos de estudos desta pesquisa.

5.2 Tempo contraído, concertos sobrepostos

“Acertem o passo, afinem os minutos, os horários já estão disponíveis”, narra a legenda que apresenta o festival, juntamente com sua programação. Quando associamos essa postagem, feita na *fanpage* do Mexefest, em 14 de novembro de 2016 (Vodafone Mexefest, 2016b), com o programa do festival (Figura 3.3), o efeito de contagem regressiva proposto pela mensagem fica mais evidente. A sobreposição de programação proposta pelos organizadores do evento parece estar em sintonia com os espaços eleitos para acolher os concertos do Mexefest, dando unicidade e sentido ao discurso de seus intermediários culturais.

A esse respeito e em conexão com os dados gerados pelo terreno, o conceito de espacialidade sonora (Revill, 2016) é importante para percebermos a interface, cada vez

mais próxima, entre música e cotidiano nas cidades contemporâneas. Movimento e mobilidade se cruzam com uma série de *shifting sounds* (Revill, 2016) que ajudam a completar o funcionamento do som e da música como moduladores dos ritmos urbanos. Como um *continuum* desse aspecto, os festivais têm nos ajudado a entender os novos movimentos de estabilização da cidade, mesmo em face a uma rotina que se insinua de maneira cada vez mais efêmera. Nesse sentido, o Mexefest e a Virada Cultural se constituem como eventos extracotidianos importantes para a criação de novas ambiências sonoras.

Como se consome a música atualmente? Passa-se de um estilo para outro, de um artista para outro, de um concerto para o outro. A operação ocorre da mesma forma com que costumamos zapear o canal da TV ou pular faixas na *playlist* do Spotify, e essas ilustrações sobre novos contextos da prática cultural têm sido aplicadas também ao caso português (Abreu, 2000). No tangente ao universo do Mexefest, a forma de pensar o conceito do festival parece estar em sincronia com essa visão, como expressado pela fala da Entrevistada L11, jornalista da Revista Blitz:

É um conceito que funciona e que tem tudo a ver com os nossos tempos de zapping, de concentração numa coisa, durante muito pouco tempo, não é? Estamos a ver o Facebook, estamos a mandar uma mensagem, a ver o email... Não concentramos a nossa atenção numa coisa durante muito tempo. E o festival acaba por olhar um bocadinho este espírito do tempo. Se está a ver um concerto no Coliseu e não está a gostar, vai lá ao São Jorge ou passa pelo Tivoli.

Essa é uma das inúmeras bases que estruturam a prática musical. Elas inscrevem, na cidade, formas de relação com o espaço e endossam uma série de dinâmicas sociais que têm ajudado a definir os processos mais recentes de festivalização da cidade. Esse movimento é enfatizado por uma série de intermediários culturais utilizados como divulgadores desse discurso, tal como revela esta mensagem postada no dia 7 de outubro de 2015, nas redes sociais do evento:

Fizemos piscinas, apanhámos shuttles, sintonizámos a rádio, estivemos às escuras, fomos ao mercado, ao teatro, ao cinema, ao tanque, à garagem, à igreja, ao palácio, à estação, ao Coliseu, ao Ateneu, numa

sociedade com toda uma geografia em comum: a Avenida da Liberdade. Tudo isto em nome da música (Vodafone Mexefest, 2016b).

Música, espaço e programação, amiúde, espelham nossa rotina e se estabelecem, de forma congruente, em torno do “modelo de evento *snapshot*”, dando continuidade à condição de efemeridade que embebe ambos os casos de estudo e que se manifestou, através dos pormenores observados, durante a pesquisa de campo. O resumo do primeiro dia de evento da Entrevistada L9, estudante e participante do Mexefest, sugere-nos a ideia de como esse fenômeno acontece na prática:

Deixei a minha amiga, que ia jantar com os avós, e fui até à Sociedade de Geografia de Lisboa ver Lula Pena [...]. Estive pouco tempo, pois queria ver o primeiro Vodafone Cuckoo [...] 20h em ponto e lá estava Da Chick, na varanda do Coliseu! [...]. Nesse momento, fui presenteada por uma bola de berlim e chocolate quente patrocinados pela Vodafone [...]. Segui para o também lindo de morrer Palácio da Foz para ver o final de Filipe Sambado [...]. Bom ambiente, bom final de concerto! Saí do Palácio directamente para a Garagem Epal [...]. O concerto de Dead Pretties serviu para aquecer, nada como um pouco de loucura e confusão para libertar as energias acumuladas, durante a semana [...]. Saí um pouco antes de acabar, fui ter com a minha amiga [...] que já tinha acabado de jantar com os avós e fomos para Baio, na Estação do Rossio. "Boa onda", concerto fantástico! Voltamos para a Garagem Epal, para aquecer um pouco mais ao som de Ganso [...]. Passados uns 15 minutos, fomos ver a tão-falada NAO ao Coliseu. Não sabendo bem o que contar do concerto, fiquei um pouco desiludida [...]. De saída do Coliseu, apanhamos boleia de um Toyota até o Rossio, uma vez mais, para Sunflower Bean e acabou por ser a surpresa da noite!

A forma como a programação é desenhada esboça, em si, um conceito de tempo urbano esquadrihado e uma rotina que precisará ser vencida minuto a minuto. A dose de adrenalina que garante o espírito volátil e efêmero do Mexefest espelha o *modus operandi* que modula a rotina comum da cidade contemporânea. Música e modos de vida urbanos se misturam, gerando um movimento instigante que nos leva a pensar que vivemos em uma

época de espacialidade sonora (Revill, 2016) mais intensa do que aquela que podemos imaginar.

Percebi que durante minha imersão nos dois dias de terreno no Mexefest, o início e o fim das atividades aconteciam com horários muito bem marcados, tal como ocorreu com os concertos aos quais consegui chegar a tempo. Como é recorrente todos os anos, ao olharmos para a programação (Figura 3.3) é possível observarmos que os shows são iniciados em horários quebrados: 22h20 ou 23h40, o que não é muito habitual, no caso de concertos de música mais convencionais. Esse aspecto talvez fosse enfatizado pela equipe de produção, porque dentro de uma logística tão complexa de atividades, um simples atraso poderia implicar em complicações na continuidade do programa, mais do que em outros formatos de eventos. Além disso, embora a maioria dos concertos contasse com a duração média de uma hora, alguns deles chegaram a ter apenas 15 minutos, tal como foi o caso da apresentação dos Capitães Fausto associada à campanha Vodafone Cukoo.

Nesta dinâmica de encurtamento do tempo (inérita para o caso de alguns grupos), presenciei por três ou quatro vezes, durante os dias do festival, artistas citarem em seus concertos a preocupação com pedidos de bis, atrasos e preocupações por terem pouco público, tendo em vista a dinâmica de palcos do festival. Isso foi registrado, por exemplo, na fala da cantora Sara Tavares, durante o seu concerto, numa das salas do Cinema São Jorge no segundo dia do festival, em 26 de novembro de 2016: Casa cheia! Que bom que vieram. Com tanta coisa boa por aí, achei que essa sala estaria vazia [...] o que vão ver depois? Quem sabe Elza Soares?” Expressando sua preocupação com a possibilidade de se apresentar para uma plateia de número reduzido na mesma noite, Mayra Andrade nos ajuda a completar essa ideia com um comentário feito durante seu concerto no Cine Teatro Capitólio: “Fico feliz pela plateia presente em peso. Pensei que iria encontrar o Capitólio vazio [...]. Hoje eu não tenho muito tempo, então por isso não vou falar muito”. Seguindo a mesma tônica, durante seu concerto no Palácio da Foz Celina da Piedade deu-nos pistas

sobre sua preocupação com relação a possíveis fugas de público, durante sua apresentação: “Vou tocar agora uma valsa mais animada, esta é a minha esperança de seguirem até ao fim”.

De maneira similar, em que pese a diferença significativa do volume de audiências, em São Paulo o formato relâmpago e concomitante dos concertos chegou a gerar, inclusive, preocupação por parte da assessoria de imprensa dos grupos contratados para atuar no festival. Em conversa com a Entrevistada S10, coordenadora de comunicação da Secretaria de Cultura de São Paulo, ela ressaltou este ponto:

O artista fica desesperado: "não vai ter ninguém no meu show", você explica que vai ter uma coletiva de imprensa, que a Virada tem uma supercobertura mas não adianta muito. Como você controla 900 assessores de imprensa de artistas desse jeito?

Por parte do público, a preocupação com esse ponto tinha outra perspectiva: a espera pela faixa preferida, a pausa para o jantar, ou o simples fato de esperar o amigo ir à casa de banho poderia colocar em risco a entrada no próximo concerto. A curta permanência em frente aos palcos pelos espectadores, por qualquer motivo, guarda relação com as formas contemporâneas de consumo de música. O Entrevistado L14, diretor da Produtora Música no Coração, esclareceu essa situação quando afirmou, categoricamente, que *“as pessoas compram canções, não compram álbuns!”* A eleição pelas faixas mais tocadas, que antes era comum apenas nas rádios - já que cabia às produtoras o papel de comercializar todo o conteúdo dos álbuns - é, cada vez mais, replicada de maneira direta no mercado das diferentes plataformas on-line. Reflexo de um padrão que não é recente, a ideia de representação do artista por meio da “música de sucesso” mais tocada se torna cada dia mais comum quando pensamos nas estratégias comerciais para o consumo de música e de outros produtos em geral.

Esse fenômeno também pode ser observado, por exemplo, na forma como a cultura é consumida nos museus. Segundo as regras de funcionamento dos mercados de exibição (Boyer, 1998), esses equipamentos culturais geralmente são conhecidos por seu nome e localização - o Louvre em Paris, o British Museum na Inglaterra, ou o Reina Sofia em

Madrid, por exemplo. Além disso, a ideia de visitar um ou outro desses lugares baseia-se também na experiência de ficar frente a frente com uma determinada obra, em particular: a Monalisa no Louvre, a Pedra da Roseta no British Museum ou a Guernica no Reina Sofia. Mais do que propriamente um nome, uma coleção que faça menção a um artista ou a determinado período histórico; muitas das vezes uma atração em específico vem a ser responsável por angariar audiências para este ou aquele museu. Da mesma forma, embora muitas das vezes os festivais sejam procurados pelo seu histórico de realizações e cidades-sede, são os chamados artistas “cabeças de cartaz” e, respectivamente, suas faixas de sucesso, os maiores responsáveis pela venda de ingressos e atração de público nesses eventos.

Assim, fica mais fácil perceber o porquê do entra e sai das salas e o trânsito de um concerto a outro em busca da música preferida, tal como fazemos quando ouvimos rádio e buscamos nos sintonizar a uma ou outra estação. A montagem de programação dos festivais tem-se, cada vez mais, baseado nessa lógica e isso ajuda a perceber o fato de por vezes os artistas se sentirem receosos em perder suas plateias ao meio dos concertos. Ainda sobre este tema, ao pontuar as diferenças entre festivais de música e concertos mais convencionais, o Entrevistado L14, diretor da Produtora Música no Coração ajuda-nos a compreender melhor a questão:

Num festival é normal 45, 50 minutos de show, porque são vários [shows]. Então, há a concentração dos hits, das músicas mais pedidas basicamente. Num concerto tu levas com o lado B, com canções que não eram tão esperadas [...] você vai chegar a uma banda e não se vai importar de ouvir 3 horas de concerto.

Tempo dilatado *versus* tempo contraído, canções esperadas *versus* canções não esperadas; e dois tipos básicos de formatos de eventos musicais ficam mais claros, quando são pensados a partir de suas oposições. A respeito do formato de concerto mais praticado dentro dos festivais, embora estejam a funcionar bem - de acordo com as observações feitas no terreno e com as entrevistas gravadas com intermediários culturais em geral - sua aceitação apresenta elementos controversos, vindos por parte do público. A fala do

Entrevistado L7, biólogo e participante do festival em Lisboa, elucida essa questão: *“não gostei muito do rigor com a hora para terminar as apresentações. Uma das coisas que faz parte de um espetáculo é o bis, e poucos tiveram”*.

Ao mesmo tempo que enuncia a insatisfação vinda por parte do público, tal fala ajuda na criação de diálogos com a realidade observada no Brasil. De acordo com a matéria publicada no Guia do Estado de São Paulo (2012), durante sua experiência na Virada Cultural, você *“Não pode parar. Nem vai dar tempo de fazer o bis. Mais de 900 artistas se apresentam durante (pelo menos) 24 horas de atividades da Virada Cultural”* (Guia do Estado de São Paulo, 2012: 42). Embora incomode o público, a falta do bis é uma prerrogativa para o formato levado a cabo por esse modelo de festival e, de uma forma ou de outra, auxilia na modulação dos novos modos de vida urbanos da sociedade contemporânea.

Ao excluir determinadas condutas para enfatizar outras, há, por parte dos artistas, maneiras específicas de conduzir os concertos e tentar conciliar as expectativas do público com as diretrizes sugeridas pelos organizadores dos festivais: fugacidade e efemeridade, o melhor condensado no aqui e no agora. Lema para o funcionamento dos novos mercados da cultura, essa lógica está circunscrita na forma como ocorre o consumo de música no Mexefest. Segundo o relato da Entrevistada L12, gestora cultural e público participante, durante sua participação nas várias edições desse festival com amigas, ela explica que: *“Fomos ajustando os gostos. O que acontece é que não assistíamos ao concerto inteiro. Vamos ver 20 minutos deste e depois vamos ver o outro que tu queres ver”*.

Se, num primeiro momento, existe por parte do público um certo desconforto com a maneira pela qual os eventos são conduzidos, num segundo momento foi percebido também que, à medida que se sucede a participação em várias edições do evento, o processo é melhor incorporado por parte do público. Tal processo é facilitado ainda pela maneira como os organizadores conduziram a coerência estética entre programação, ambientação e retórica utilizadas para a divulgação do evento. Observa-se, portanto, uma aprendizagem, uma socialização para uma relação volátil, móvel, sequencial, aleatória e fugaz com a cultura e com a cidade. Essa relação encontra nos festivais uma expressão exemplar e particularmente intensa, que está prolongada para outras dimensões da vida urbana, num processo em que os próprios festivais são agentes ativos. Como os estudos de

caso aqui em análise, outros eventos derivados do modelo Nuit Blanche e SXSW vêm replicando um formato cultural e um modelo de experiência que modula as cidades e condiciona nossas subjetividades, ajustando-as às lógicas dos mercados culturais emergentes e, de forma mais ampla, nossos modos de relação com o espaço.

5.3 Entrando em modo *shuffle*

O termo *shuffle* foi utilizado pela primeira vez em 2001, ano em que a Apple lançou dois produtos que guiariam o consumo de música, a partir de então: o *software* iTunes e a série iPod de reprodutores digitais portáteis. Quatro anos mais tarde, a mesma empresa apresentou ao mercado seu novo produto: o iPod Shuffle. O dispositivo procurava dar ênfase à ideia da escuta aleatória de música, já conhecida anteriormente, mas que dessa vez passou a ganhar evidência definitiva por se valer de uma campanha publicitária feita a nível mundial (Figura 5.1), baseada em três preceitos fundamentais: "Life is random"⁹³, "Give chance a chance" e "Enjoy uncertainty"(Arnzen, 2008).



Figura 5.1: Outdoors - Campanha iPod em Nova York (Esquerda) e Chicago (Direita).
Fonte: The Pop History Dig (2011).

⁹³ Ao longo deste capítulo, será utilizada a palavra aleatório (e expressões dela derivadas) para designar o termo random em língua inglesa. O termo *shuffle* (embaralhar) não será vertido para o idioma, tendo em vista que este já pode ser considerado um neologismo da língua portuguesa.

Arnzen (2008) tece reflexões importantes a respeito dessa campanha:

Em geral, a incerteza está associada ao medo, à ansiedade [...]. No entanto, pode haver prazer no inesperado - uma surpresa “agradável” - e esse é o cerne da campanha do iPod da Apple, que está vendendo um produto que literalmente “embaralha” (ou “aleatoriza”) arquivos de música de maneiras inesperadas e misteriosas. [...]. É, na verdade, um aleatório puro - como uma varinha mágica que pode conjugar algo inesperado - ainda que ostensivamente - agradável. É quase como se estivessem vendendo o controle remoto sem a TV⁹⁴ (Arnzen, 2008: 1) .

Assim, ao enunciar o potencial mágico do “acaso”, a Apple passou a vender também a ideia de que uma “boa experiência” - achar uma música nova, por exemplo -, poderia se repetir novamente (Arnzen, 2008), com a possibilidade de ser compartilhada nos diferentes canais de comunicação virtual. Da mesma forma, os festivais poderiam fazer algo idêntico: ao colocarem a aleatorização dentro do contexto retórico de “curtir a incerteza”, a partir de um mundo flexível e repleto de surpresas, os festivais acabam atuando com preceitos de um modo de pensar neoliberal de culto ao novo, ao imprevisto; e, paulatinamente, organizam a cadeia produtiva e o *modus operandi* contemporâneo de produção de eventos culturais.



Figura 5.2: Frame - Vídeo iPod Shuffle 2005.
Fonte: iPod Shuffle (2005).

⁹⁴ Tradução livre do autor. No original “Typically, uncertainty is associated with fear, anxiety, dread [...]. However, there can be pleasure in the unexpected - a “pleasant” surprise - and this is the crux of Apple’s iPod campaign, which is selling a product that literally “shuffles” (or “randomizes”) song files in unexpected and uncanny ways. [...]. It is, in effect, a pure randomizer - like a magic wand that can conjure something unexpected-yet-ostensibly-enjoyable. It’s almost like they’re selling the remote without the TV” (Arnzen, 2008:1).

Personagens aleatórias dançam com fones de ouvido, enquanto linhas vindas de diferentes direções se cruzam no cenário virtual - cena apresentada no vídeo no iPod Shuffle (2005). Na sequência de imagens, o movimento das setas se acoplam (Figura 5.2) originando o símbolo do *shuffle*, cuja história sugere a existência de intersecção, de nó, de cruzamento. Não por acaso, esse foi o mesmo princípio de formação das primeiras aglomerações urbanas e, por conseguinte, das cidades comerciais.

Dessa maneira, é possível sustentar aqui uma aproximação entre cidade e modo *shuffle*, tendo em vista que, em ambos, a lógica do cruzamento⁹⁵ - de pessoas e da música - é prerrogativa estruturante básica. Como par cada vez mais imbricados, cidade e efeito *shuffle* participam, portanto, de um dispositivo tecnológico potente, quando se trata de festivais urbanos. Isso porque esse dispositivo está intimamente relacionado com a circulação de informações, com o conceito de micropoder abordado por Foucault (1979) e, definitivamente, com a ideia de regulação e controle social pelo viés da modulação (Deleuze, 1991; Simondon, [1958] 2005). Cidade e festival operam segundo esses princípios que, por sua vez, estão construídos sobre os paradigmas de controle de espaços-tempo liminares de nossa sociedade. A sensação de controle mínimo e de escolha individual se cruzam, dessa forma, com a ideia da informação sobre informação e da modulação enquanto processo individualizante (Simondon, [1958] 2005), construído sobre preceitos de liberdade. Tais conceitos estão presentes tanto na sobreposição das setas no vídeo do iPod Shuffle (2005), como na programação concomitante dos festivais urbanos em análise.

Para continuarmos a explorar analiticamente as associações entre festivais, consumo de música e tecnologia, é preciso esclarecer um pouco mais sobre o dispositivo *shuffle*. Como ele funciona exatamente? “Basicamente, o *shuffle* reordena a biblioteca de músicas do usuário ou listas de reprodução segundo um algoritmo específico de embaralhamento, o mais próximo da aleatoriedade perfeita possível, de acordo com seu

⁹⁵ Esse tema foi tratado de forma esclarecedora no filme *Como se vê* (Farock, 1986), o qual nos convida a pensar sobre os temas da sobreposição e do efeito combinatório, segundo a lógica maquinal. Num roteiro construído a partir da retórica sobre programação computacional, o material desconstrói a ideia do afastamento homem-máquina, reposicionando-nos por meio de um olhar crítico sobre os processos resultantes da lógica do cruzamento de informações.

funcionamento maquinal”⁹⁶ (Quiñones, 2007: 13). Além disso, e em conformidade com ações específicas do dispositivo *shuffle*, quando ouvimos música geralmente podemos eleger dentre uma série de filtros possíveis, como por exemplo escolher qual faixa queremos ouvir por artista ou álbum; escutar uma canção inúmeras vezes; comparar diferentes interpretações sobre um mesmo tema ou pular uma ou mais faixas em específico. Para contrabalançar o efeito aleatório, uma série de ferramentas permitem que o usuário decida qual a probabilidade de ouvir músicas seguidas do mesmo artista ou do mesmo álbum, e se as unidades básicas de *shuffle* devem ser músicas, álbuns ou agrupamentos. Passíveis de acionamento por meio dos botões do *smartphone* ou computador, várias dessas funcionalidades vêm sendo colocadas como quesitos para a criação da programação de festivais de música.

Outro aspecto importante a considerar é a ideia de que, no efeito *shuffle*, o controle é reduzido ao mínimo absoluto. Quando se coloca esta ferramenta como modo de controle para o consumo de música, é criado um movimento que pode ser descrito como a reprodução aleatória de certo número de faixas de música (Hill, 2005). Em outras palavras: é um controle de usuário que, paradoxalmente, envolve uma renúncia de controle por parte do mesmo. “Entretanto, essa renúncia tem limites, é também contrabalançada por um conjunto complexo de características que restringem ou condicionam de diferentes maneiras os efeitos do puro acaso”⁹⁷ (Hill, 2005: 1). Toda essa problemática está ligada ao uso de tecnologias voltadas para a definição do gosto, a partir de “dados comportamentais” (Verdú, 2016). Por meio de sua internalização pelos sujeitos, este “governo algorítmico” (Rouvroy, 2012) tem trabalhado para a “maximização da performance (produção) e do gozo (consumo), produzindo ‘hipersujeitos’ [...] engajados em mecanismos de ‘autocontrole’, ‘autoempreendedorismo’ e ‘autoavaliação’ ”⁹⁸ (Rouvroy, 2012: 8).

⁹⁶ Tradução livre do autor. No original “*Basically, the shuffle reorders the user's music library or playlists according to a randomization algorithm that it is so close to perfect randomness as a machine can get*” (Quiñones, 2007: 13).

⁹⁷ Tradução livre do autor. No original “*However, this renunciation has limits, and it is also counterbalanced by a complex set of features that restrict or condition in different ways the effects of sheer chance*” (Hill, 2005: 1).

⁹⁸ Tradução livre do autor. No original “*Maximization of performance (production) and enjoyment (consumption), producing ‘hyper-subjects’ [...] engaged in ‘self-control’, ‘self-entrepreneurship’ and ‘self-evaluation’*” (Rouvroy, 2012: 8).

Se lembrarmos que, nos processos de modulação, o sujeito performa como se ele tivesse a liberdade de criar, de provocar novos emaranhamentos em meio a uma “lógica de forças intangíveis” (Hui, 2015), podemos perceber mais facilmente o porquê da associação dos conceitos de modulação e modo *shuffle* em uma pesquisa que versa sobre festivais urbanos contemporâneos. Ambos operam sobre a mesma ideia de criação de uma falsa sensação de liberdade e perda de controle e, por isso, dialogam diretamente com aspectos relacionados ao conceito de liminaridade proposto por Turner (1982). Da mesma forma que a liberdade do ouvinte está condicionada por algoritmos de combinação e elementos inscritos possíveis de serem escutados nos canais de música, essa lógica também é estruturante nos festivais. Isso ocorre na medida em que os seus organizadores selecionam não apenas os artistas que se apresentarão, mas igualmente a quantidade de palcos que o festival produzirá, os tipos de atrações, as formas de participação do público, os horários possíveis, os tipos de produtos que terão permissão para o consumo em termos de bebida e alimentação, entre tantos outros fatores.

O desenho dos palcos funciona, portanto, como unidade básica para o dispositivo *shuffle* nos festivais, e a escolha por estilo musical tornar-se-á tanto mais específica, quanto maior for a grade de programação do evento. Organizadas de acordo com artistas e/ou gênero musical e funcionando segundo o princípio das *playlists* e curadoria individual (Barna, 2018), os palcos precisarão, ainda, estar concatenados para dar coerência estética e identitária ao evento. Esse aspecto é bastante visível na proposta curatorial da *Nova Música* no Mexefest. Por isso mesmo, vários deles estarão implicados numa combinatória ainda mais completa, oferecendo nichos específicos (como elementos estruturais e comerciais, além das referências de som) para a fruição de música folk, música pop, música eletrônica, música para crianças e, assim, por diante. No agrupamento geral da programação, será na soma dos palcos e artistas que estará baseada a harmonização de diferentes estilos, os fluxos de público e o desenho geral do festival, corroborando para a criação de uma nova atmosfera urbana através da música.

O vídeo sobre o histórico do Mexefest (Vodafone Portugal, 2016) postado na *fanpage* do projeto, em 21 de novembro de 2016 (Figura 5.3) divulga o tom da experiência construída pelo festival, alcançando, já, no segundo dia mais de 112 mil visualizações. Segundo um excerto de seu texto de narração: “É uma espécie de *shuffle*. Fazemos uma

playlist das músicas e das bandas todas que achamos pertinente neste momento” (Vodafone Portugal, 2016). Com efeito sinestésico entre som e imagem, ou como um *shuffle* na navegação *web*, o material se apresenta pela sobreposição de diversos *flashes* de lugares, datas e nomes de artistas. Ao mesmo tempo, ele se apropria da imagem da cidade de Lisboa como lugar da vida de rua, construindo uma retórica bastante interessante para a marca do evento: a caminhada aleatória cruzada com a combinação de lugares em meio a diversas paisagens sonoras urbanas. Ao sugerir o funcionamento do modelo *shuffle*, em tempo real no coração lisboeta, é como se o Mexefest colocasse como proposta de programação várias *playlists* para tocar, e construísse a partir delas a experiência 3D nas salas de concerto e espaços urbanos improvisados, reproduzindo na realidade material/perímetro da Avenida da Liberdade sensações vivenciadas, antes, virtualmente, pelo público espectador.



Figura 5.3: Frame - Vídeo *Vodafone Mexefest 2016*.
Fonte: Vodafone Portugal (2016).

Como herança do modelo SXSW, o discurso prenunciador do efeito *shuffle* já aparecia, desde as primeiras versões do Super Bock em Stock, em Lisboa, tal como narrado pelos dois vídeos que realizaram a cobertura do evento, em 2008 (TVI4, 2008a;

TVI4, 2008b). A apresentação do vídeo documental sobre o festival (TVI4, 2008a) tem como mote a tomada de imagem de pessoas atravessando, apressadamente, a Avenida da Liberdade em Lisboa, coroadas pelas luzes de Natal, de forma que o evento seja colocado como metáfora para a abertura das festas de final de ano. No segundo (TVI4, 2008b), a câmera acompanha uma fila em frente ao Teatro Variedades, intercalando-a com enquadramentos de pedestres apressados cruzando a Avenida.

Por meio do estudo pormenorizado desse material, segundo a perspectiva da análise do discurso (Bakhtin, 1968) e da TAR (Latour, 2012), é possível identificar que o trajeto ininterrupto entre os palcos e o movimento dos pedestres captados pelas tomadas de câmera denotam a impossibilidade de se manter parado, no festival. As ideias de “mexer a cidade”, ou “mexer-se no sobe e desce da Avenida” que nos anos seguintes seriam repercutidas como slogans do evento, já estavam presentes nesses discursos. No desenho da programação, era importante ter a chance de acessar diferentes palcos a partir de distâncias que pudessem ser percorridas a pé. Nesse caso, a métrica pedestre marcava um sentido de apropriação das ruas de Lisboa que, muitas das vezes, não existia na vida cotidiana comum, quando era preciso recorrer ao uso de transporte público ou ao carro particular para o deslocamento ao trabalho ou a outras atividades rotineiras.

Ao propor o reencantamento do espaço público no centro histórico de São Paulo, o formato inicial da Virada Cultural partilhava dessas mesmas prerrogativas, deixando clara a lógica que precisava guiar a experiência do público no evento. Cabe citar, aqui, um trecho registrado com o Entrevistado S4 - ex-coordenador geral e curador da Virada Cultural - como tradução da maior sensibilidade por parte dos serviços estruturais urbanos na adesão a essas demandas, quando nos sugere uma estratégia levada a cabo por parte dos organizadores do evento:

A engenharia de tráfego vem se sentindo mais à vontade para ir fechando mais ruas para os eventos, daí você consegue fazer o fluxo de pessoas ser mais a pé, entre locais que são interessantes e são históricos e que não têm mais uma lógica peatonal. Quando você tira o carro, você dá outro uso, você pode organizar o fluxo desses lugares que são históricos, porque o erro mais comum é esse: a cidade não obedece mais, a cidade nasceu nessa conformação de

ruas, avenidas e praças no centro da cidade, antes de existir automóvel, [...] tem rua que sumiu, que demoliu, que foi assimilada, [...] mas tem ali uma outra conformação... E ela só aparece de novo se você tira todos os carros e põe as pessoas para andarem naquele lugar, e é interessante como dá certo... Óbvio, foi feito para isso! Ai você consegue ligar os lugares.

Tanto em São Paulo quanto em Lisboa, a possibilidade de ligação dos locais de eventos dentro de um perímetro caminhável criava um ritmo próprio e motivações singulares ao público participante. A experiência de andar de forma livre gerava um sentido de pertencimento ao espaço urbano que, combinado com a liminaridade característica de festivais como o Mexefest e a Virada, criava novos usos para o centro da cidade. A ideia da mobilidade entre os palcos aparece associada ao efeito *shuffle*, tendo em vista as premissas fundamentais de funcionamento desse dispositivo. O vai e vem observado entre diferentes concertos corresponde ao *zapping* do controle remoto, à variação das estações de rádio e ao botão *shuffle* no *smartphone*.

No caso de Lisboa, os deslocamentos entre as diferentes salas de concerto eram também facilitados pelo oferecimento de boleia nas mudanças de sala, com uma série de pontos de paragem, ao longo da Avenida da Liberdade, desde a praça dos Restauradores até a Rotunda do Marquês de Pombal. A Toyota, promotora da campanha junto à organização do Mexefest, ofereceu 15 profissionais para a condução do público, durante todo o final de semana do evento, tal como esclarecido por uma das motoristas da empresa que conheci, na segunda noite do festival. Para lá dos carros que estampavam a marca e o novo modelo de automóvel lançado no mercado, a empresa tinha a possibilidade de ativar seu nome através do festival com um *stand* que permaneceu montado, em frente à Casa do Alentejo, durante todo o fim de semana.

Pelo apresentado até aqui, é possível dizer, de uma forma mais geral, que os dados de terreno evidenciaram uma presença bastante marcante do modo *shuffle*, no discurso institucional e na cadeia produtiva do Mexefest, em Lisboa. A partir disso, somos levados a pensar no mundo da música e do consumo cultural como um todo em sua relação de proximidade com os princípios da fugacidade, da organização aleatória e, por conseguinte,

da liquidez que podem caracterizar, hoje em dia, boa parte de nossa experiência com a cultura.

A partir desses pressupostos, é possível então que pensemos em possíveis desdobramentos da *shuffleização* das atividades culturais, enquanto fenômeno da cidade contemporânea. Vários dados de observação, análise de documentos e falas dos entrevistados capturadas durante o Mexefest e a Virada Cultural, ajudam a endossar esse argumento. A troca aleatória de salas de concerto, a combinatória de diferentes ações, a estética da colagem de imagens nas peças de divulgação gráfica, a sobreposição de eventos em um mesmo horário, a efemeridade dos encontros entre o público participante, a associação entre festival, cidade e movimento: tudo isso ocorre quase na mesma intensidade, segundo a qual o público precisa se locomover para sair à caça de concertos, durante o festival.

A retórica presente na divulgação do Mexefest estabelece um *continuum* bastante interessante, também, com seus vídeos de divulgação, especialmente em dois deles: um sobre a 6ª edição do festival (Vodafone FM, 2014), e outro sobre o histórico do evento (Vodafone Portugal (2016). Ambos se apresentam como exemplos interessantes para pensarmos as novas formas de "estetização do espaço urbano" (Bull, 2007) e nos ajudam a perceber como a experiência em modo *shuffle* pode ser materializada em termos de imagem.



Figura 5.4: Frame - Vídeo *Era uma vez*.
Fonte: Vodafone FM (2014).

Com diferentes enredos, tais materiais convidam-nos a ver e ouvir o festival, em modo *shuffle*. O primeiro deles foi lançado em 2014, e parte de um argumento mítico que gira em torno do festival. No início do vídeo Vodafone FM (2014), com um estalo de dedos, a artista norte-americana St. Vincent acorda de um estado de transe (Figura 5.4). Na cena seguinte, o mapa de atividades do Mexefest é apresentado e o vídeo passa a ser contado, a partir da ideia de espaço criado pelo festival como interstício idílico, tal como sugerido pelo seu texto de narração:

Lisboa, inverno. Todos os anos partimos a procura do Santo Graal musical do Vodafone Mexefest. Fazemos a descoberta em pleno centro urbano, em espaços cujo tempo é outro e que não respeitam compassos, semibreves ou semicolcheias invertidas. Sob pressão, fazemos as escolhas certas. Caminhamos, corremos e finalmente avistamos os possíveis descendentes de Febo e Apolo, que só conhecíamos à distância, de ouvir falar e de ouvir cantar. Em conjunto dançamos no poder do momento. Após a reta final, o tempo volta ao normal. Restabelecidos de nossa sede de descobrimento musical aguardamos pelo próximo Vodafone Mexefest.

A recriação de um outro espaço-tempo na cidade associa a “escolha sob pressão”, facilitada pelo cotidiano dilatado do Mexefest. O festival como transbordamento, exceção e espaço de liminaridade é associado à metáfora do “Santo Graal musical”, deixando-nos com a impressão de que as possíveis contradições encontradas na rotina de nossos modos de vida urbanos podem ser, de alguma forma, abrandadas pelo evento - mesmo que ele seja uma representação de seus princípios. A respeito da noção de espaço-tempo contraídos, presente nos materiais de vídeo, existe ainda um detalhe trazido pela pesquisa de terreno que merece ser salientado: se a duração média dos vídeos de divulgação das primeiras edições do festival girava em torno de 2 a 3 minutos, nas edições seguintes (2014, 2015 e 2016) este tempo caiu para 1 minuto (Vodafone FM, 2014; Vodafone Portugal, 2016). Essa

mudança acompanha a tendência de efemeridade presente no mundo da comunicação em geral, e está relacionada com a ideia de movimento engendrada pelo festival.

Essa noção fica ainda mais clara no vídeo divulgado pela Vodafone FM (2014), já citado anteriormente. Utilizado como material de divulgação do festival, em 2016, tal material associa o "efeito aleatório" ao histórico do festival e ao embaralhamento de suas salas de espetáculo, além de sugerir a ideia da estética do "toque" (Figura 5.3), característica básica de nossa interação como usuários de *smartphones*. A ênfase do vídeo na figura do ouvinte móvel nos ressalta quais podem ser as interferências do modo *shuffle* na nossa maneira de consumir música, e pode guardar relação com a ideia da utilização de fones de ouvido, o que é ilustrado no vídeo sobre o iPod Shuffle, lançado pela Apple, em 2005 (Figura 5.1). Esses elementos completam a dimensão individual com a experiência sonora popularizada pelo dispositivo, e nos permite entender o porquê de festivais urbanos como o Mexefest serem frequentados por plateias menores, compostas de públicos que muitas vezes comparecem às atividades desacompanhados - tal como foi o caso de dois dos três entrevistados da categoria "público participante", em Lisboa.

A pergunta que se coloca, portanto, é a seguinte: como é criada a atmosfera coletiva do festival a partir de uma experiência que é vendida para ser apreendida ouvido a ouvido? Minha impressão, a partir do material coletado na pesquisa, é que uma boa dose da condição de liminaridade presente nos festivais de música contemporâneos tem sido enunciada como consequência da escuta em modo *shuffle*. E, por isso mesmo, guarda relações importantes com a criação de *playlists* e curadoria individual: consumo de música pessoal e coletivo estão unidos neste movimento, de forma paradoxal, e podem ser justificados se acordarmos que eles ensejam um *continuum* existente entre virtualidade e materialidade.

5.4 *Playlists* e curadoria individual

As *playlists* têm sido ferramentas importantes de curadoria nos eventos de música, uma vez que elas se constituem como agentes decisivos para as novas formas de ouvir música em modo *shuffle* (Weber, 2009). Escolher seu próprio som implica, por conseguinte, criar performances individuais e acionar experiências com doses de liberdade moduladas pelo modo *shuffle*. A partir disso, é possível pensarmos na maneira em que o

consumo individual de música pode definir a montagem do festival e determinar novas experiências com a cidade.

Os dados resultantes da observação no terreno ajudam a argumentar sobre uma relação bastante próxima existente entre montagem de programação e *playlist*, especialmente, a partir do material recolhido no caso estudado em Lisboa. A chamada lançada na *fanpage* do Mexefest, no dia 21 de novembro de 2016, revela essa ideia: “A menos de uma semana do Mexefest, é hora de ouvir em *looping* suas músicas favoritas e descobrir aquelas que você ainda não conhece, nesta bonita *playlist*” (Vodafone Mexefest, 2016b). Para lá de criarem catarse coletiva na audiência, pela espera da “música preferida”, ao fazerem a ligação com o trabalho dos artistas e bandas promovidos pelos festivais de música, as *playlists* funcionam também como experiência prévia e criadora da sensação de pertencimento do público com o evento. Por isso mesmo, a exemplo do Mexefest, muitos festivais criam *playlists*, previamente, no Spotify para fazer com que o público “sintonize” a programação do evento, criando familiaridade com os novos artistas, antes de irem aos seus concertos.

Partindo dos princípios de que o som é uma parte constitutiva do ambiente (Duffy *et al.*, 2007); estabelece vínculo direto entre festivais e consumo de emoções (Lee e Kyle, 2012); cria relações cotidianas com nossas memórias (Fortuna, 1998); coloca a música como criadora de sentimento de pertencimento (Duffy, 2008) e se configura como resgate de memórias (Bijsterveld e Dijck, 2009), é possível pensarmos sobre a importância das *playlists*, enquanto álbuns de “livre escolha”, ocupando papel central no mercado de consumo da música. A ideia contemporânea criada pela personificação de listas de música implica que todos nós podemos atuar como DJs, reforçando assim a sensação de poder de decisão concedido ao consumidor de música pelo dispositivo *shuffle*, nomeado por Quiñones (2007) de *user control*. De certo modo, esse processo tem operado na passagem do papel tradicional do intermediário cultural - de que o curador, na sua qualidade de selecionador e orientador das escolhas e dos gostos dos públicos, é figura exemplar (Negus, 2002) - para o próprio consumidor individual. Por essa via, o consumidor individual é também investido da condição de autoria que os curadores foram reivindicando para si, no seu processo de afirmação e profissionalização no interior dos vários campos artísticos (Ferreira, 2002). Essa autoria é, no entanto, ambivalente, como o

é, de novo, a autonomia individual do controle sobre as escolhas. Nessa dinâmica, as escolhas se mantêm largamente controladas e orientadas pelos curadores e pelo modo como os “empresários do gosto” geram e articulam ofertas e possibilidades de combinação (Barna, 2018).

Assim, caracterizada como dispositivo reprodutor do efeito *shuffle* e com a capacidade de gerir situações e manejar caminhos para que possa imperar a possibilidade de escolhas, as *playlists* têm estreitado as relações com as formas de montagem dos festivais contemporâneos. “Os sons produzidos em palco encontram-se agora sujeitos a uma avaliação de espectadores e críticos que têm no registro gravado por este dispositivo um instrumento de comparação incontornável” (Abreu, 2000: 141).

No processo de definição de programação no Mexefest, havia uma certa linha de organização que combinava determinadas salas, horários e tipos de música específicos, criando referências mais ou menos padronizadas de atividades para o público. Embora não fosse regra absoluta, observei esse fenômeno acontecendo nos eventos do Terraço do Capitólio, durante a abertura dos dois dias do festival; e, no Sótão do Teatro Tivoli, na ocasião do fechamento dos dois dias do festival. A sugestão dos mesmos horários e locais ajudava, de alguma maneira, a estabilizar práticas e permanências para as audiências do evento, além de criar identidade pelas referências sonoras construídas em torno de cada palco.

Esse é um exemplo de que a modulação, embora encontre nos meios digitais os seus dispositivos de controle mais exemplares, pode fazer-se presente, também, através de formas analógicas (Deleuze, [1990] 2000); e os meses de imersão no terreno de pesquisa possibilitaram-me perceber que os festivais se constituem como pontes para que isso se materialize. O desenho da programação é a tradução mais evidente da forma como a experiência virtual (*playlists* em modo *shuffle*) pode estar metamorfoseada no espaço urbano. Uma das falas do Entrevistado L14, diretor da Música no Coração, nos ajuda a refletir sobre os desdobramentos existentes entre interface virtual e curadoria dos festivais de música contemporâneos:

O festival urbano é muito direto na música. As pessoas querem ouvir, querem provar ao vivo aquilo que ouviram no digital. Eu costumo dizer que nunca se

comprou tão poucos discos e nunca se consumiu tanta música como hoje. Hoje, tens acesso a todos e, portanto, aquela verba que os consumidores tinham para comprar CDs, este orçamento passou para a música ao vivo. E as pessoas querem comprovar, ao vivo, o que há no digital.

Ao analisar as entrevistas com o público participante do então Super Bock em Stock, em 2008, TVI4 (2008a), as respostas para a questão “o que você acha do festival?” também corroboraram esse mesmo princípio.

Acho muito interessante pela diversidade e pela hipótese de a pessoa não estar a gostar do concerto e poder experimentar outro”. “Acho que tem piada andar de sala em sala e descobrir coisas novas”. “O projeto está a aproveitar salas que não estão utilizadas já há muito tempo. São salas muito boas e que dá outro ritmo de espetáculo que não ficas sempre no mesmo sítio. Eu gostei imenso deste conceito”.

Além de questões relacionadas à troca de salas de concerto e à descoberta da cidade, é possível ainda aproximar efeito *shuffle* e festival, segundo as características de liminaridade que ambos compartilham: experiência limítrofe, tempo fora do tempo e dotada de um sentido ritual (Abrahams, 1982). Isso ocorre pelo fato de o festival se deixar surpreender pelo acaso e de servir como um convite à surpresa. Situação semelhante acontece, por exemplo, quando coloco para tocar uma *playlist* qualquer, sugerida pelo Spotify ou Youtube, ou quando me deixo levar pelos palcos de um determinado festival, sem conhecer muito bem os artistas que neles tocarão. Dessa maneira, o *shuffle* pode atuar como potencializador do efeito de liminaridade presente na música, ao mesmo tempo em que o cola à retórica da descoberta defendida pelos organizadores do Mexefest. O resultado é um efeito catártico interessante, que tem gerado experiências singulares para o entendimento dos processos rituais envolvidos em torno das celebrações públicas baseadas no modelo *shuffle*. De uma forma ou de outra, esses resultados estão ligados à dimensão lúdica que envolve a realização de festas e festivais e nos aproximam das características

descritas por Huizinga ([1919] 2010), em concordância com Quiñones (2007): o modo de escuta em *shuffle* se desenvolve em um lugar e tempo bastante próprios, e, por isso, pode ser caracterizado como uma espécie de jogo.

5.5 Som, experiência e trilha sonora

Para lá de todos pontos discutidos anteriormente, os vídeos promocionais de divulgação do festival em geral chamam a atenção para a recriação da atmosfera urbana no Mexefest. Suas diferentes tomadas de câmera mesclam imagens dos concertos com cenas do público participante em outros ambientes: ruas, largos, áreas de passagens, escadas rolantes, estações de trem, parques, jardins públicos e gramados (Vodafone FM, 2014; Vodafone Mexefest, 2015; Vodafone Portugal, 2016). No apelo comunicacional desses materiais, a ênfase na atmosfera urbana chega a ser quase mais importante do que o próprio evento em si e, às vezes, deixa-nos com uma dúvida: trata-se de um vídeo para a divulgação de um festival ou para a promoção de uma cidade? Neles, a música tem presença ubíqua (Kassabian, 2013), não apenas por ser invocada em grande parte pelas imagens - pessoas a dançar, grandes palcos, performances vocais e instrumentos musicais em close - mas, sobretudo, por servir de cama que assenta e alinha as imagens no roteiro, constituindo-se como trilha sonora do vídeo, mote discursivo para a experiência urbana promovida pelo festival e evidências da relação de proximidade existente entre som e cidade.

Pelo observado em minha experiência como pesquisador e frequentador de festivais de música, nos últimos anos, parece que por vezes o que mais importa é a atmosfera do lugar como um todo, e não necessariamente o espetáculo em si. Nesse sentido, mais do que atuar de repertório para os concertos, a música é também um veículo importante para a criação de ambiência e promoção do convívio por parte do público participante. Em composição com o bar, com a roda de conversa, com as zonas de restauração, com os edifícios históricos, com as passagens de metro e tantos outros lugares e circunstâncias, seja em Lisboa ou em São Paulo, o palco acaba atuando como cenário, e o festival de música como grande motivo para sair à descoberta de novidades.

Resgatando as palavras de Birdsall e Drozdzewski (2017), a *assemblage* entre som e cidade pode ser feita através de performances, e isso deixa os festivais numa posição

interessante para atuarem como moduladores desse processo. Embora a música, muitas vezes, acabe ocupando um papel secundário em termos de fruição artística, por outro lado, ela se apresenta de forma central na definição da experiência para o público frequentador dos festivais urbanos, servindo-lhe como trilha sonora. A fala do Entrevistado L8, estudante e público participante do festival, faz uma pontuação de direta a esse respeito: “o *Mexefest parece música de filme, parece trilha sonora de filme*”.

A associação direta entre festival e filme cria uma amálgama que coloca os concertos a serviço da criação da atmosfera urbana, quase como se eles não pudessem existir por conta própria. Michel Chion (1994) e Michael Bull (2007) nos ajudam a desdobrar essa ideia quando associam trilha sonora à presença “da unidade”, de um “grande corpo” que capta em termos teóricos a sensação expressada pelo Entrevistado L8. Essa ênfase fica mais clara quando pensamos na existência da trilha sonora como colagem entre estímulos sonoros e visuais, apontada para a criação de espectros, nos quais atores e redes estão ligados, de forma a dar sentido a um determinado sistema, ou à agregação completa de ponta a ponta em todos os sons em um mesmo filme (Chion, 1994). Assim, é possível alcançar a harmonia entre o ouvinte e o contexto, não uma interação real, mas uma ficção estética mediada pela música. “Em vez de se tornar um ator em um evento musical, o ouvinte se transforma, eventualmente, em um espectador do videoclipe criado pela interseção de sua trilha sonora aleatória e do cenário” (Bull, 2000: 85-86).

Dessa forma, a experiência com o festival provavelmente deslocará o público participante para um novo posicionamento em relação à cidade e a si próprio, uma vez que “cada lugar guarda em si um sentido acústico, uma forma de conhecimento e experiência” (Feld, 2005: 185), na mesma medida em que a música pode evocar pensamentos, sensações, memórias sobre pessoas (Birdsall, 2013). Frances Dyson (2009) comentou sobre a relação íntima existente entre som e práticas de imersão para a criação de atmosferas:

O som é o meio imersivo por excelência. Tridimensional, interativo e sintético, percebido no aqui e agora de um espaço incorporado, o som retorna ao ouvinte as mesmas qualidades que a mídia media: esse sentimento de estar aqui agora, de se sentir abraçado, envelopado, encoberto, em suma, imerso em um ambiente⁹⁹ (Dyson, 2009: 4).

⁹⁹ Tradução livre do autor. No original “*Sound is the immersive medium par excellence. Three dimensional, interactive, and synaesthetic, perceived in the here and now of an embodied space, sound returns to the listener the very same qualities that media mediates: that feeling of being here now, of experiencing oneself as engulfed, enveloped, enmeshed, in short, immersed in an environment*” (Dyson, 2009: 4).

Casado com festivais multidisciplinares ou com eventos culturais isolados, o som, mais especificamente a música, ocupa o lugar central como veículo para a criação da experiência. Tal como esclarece Chion (1994), para lá das questões mais diretamente relacionadas ao som, é preciso nos lembrarmos também que a trilha sonora é por si só um processo sinestésico, na medida em que é tecida a partir de um contrato e projeção com a imagem. Tendo em vista que o som pode enaltecer o valor da imagem (Chion, 1994), as cenas observadas no cotidiano do Mexefest e Virada Cultural, as fotografias e vídeos compartilhados na internet e, de uma forma mais geral, a imagem de São Paulo e Lisboa associadas à cultura foram enfatizadas pelas atividades musicais conduzidas nessas cidades.

No contato com o terreno em Portugal, a paisagem sonora pouco usual ativada pelo sobe e desce do grupo *Kumpania Algazarra*, na Avenida da Liberdade, acenou pistas sobre a construção de uma trilha sonora urbana pelo Mexefest. A informação visual de um grupo de cinco músicos com figurinos coloridos e com instrumentos musicais incomuns ao cotidiano noturno lisboeta se associou ao discurso utilizado pelos intermediários culturais para a divulgação dessa atração no *website* oficial do evento:

A movimentação na Avenida da Liberdade, com o público em passo acelerado para assistir aos concertos, é já uma marca do Mexefest. Este ano, a movida dos espectadores vai ser acompanhada pelos Kumpania Algazarra, que atuarão ao longo da Avenida durante os dois dias de festival” (Vodafone Mexefest, 2016a: 1).

A sinestesia entre som e imagem metaforizada pela existência de uma banda móvel pela Avenida da Liberdade durante o evento sugere-nos a presença da música em movimento, do deslocamento do som (Bijsterveld, 2013), ou de um dispositivo visual musicado que chama a atenção do público, trilha sonora que acompanha o *continuum* do “público em passo acelerado” (Bijsterveld, 2013: 1). Assim, “a música conecta-se com o contexto físico, provocando sensações [...] e colorindo as cenas de rua”¹⁰⁰ (Bull, 2005: 351).

Explorando o conceito de lugar como uma variedade de paisagens sonoras, Bandt *et al.* (2009) ajuda a pensar o significado dos sons e das muitas vozes que se inscrevem na criação das paisagens encontradas, no terreno de pesquisa. Ao recuperar o barulho dos

¹⁰⁰ Tradução livre do autor. No original “*The music connects with the physical context, provoking sensations [...] and colouring of street scenes*” (Bull 2005: 351).

graves durante os concertos do evento Vodafone Band, na estação do metro Alameda em Lisboa, ou o som metálico da apresentação das Big Bands no palco montado, junto à Praça da República em São Paulo, é possível pensar o poder contido na dissociação entre forma e função (Nunes Junior, 2016). A retórica da descoberta e a inversão de expectativas, defendidas por ambos os modelos, prendem a atenção da audiência pela criação de novas *hinterlands* (Law, 2004), novas associações entre atores, sejam eles materiais ou imateriais.

Aqui, é importante resgatar um aspecto central frisado por Chion (2014): na medida em que o descolamento acústico do ambiente aumenta a atenção aos estímulos visuais, era possível perceber a singularidade presente naquela experiência e, por conseguinte, a apreensão das marcas e do conjunto imagético geral do evento por parte do público, tal como será aprofundado no Capítulo 6. Ao mesmo tempo que pensamos que o ouvido pode analisar, processar e sintetizar informações de forma mais rápida do que o olho (Chion, 1994), a trilha sonora buscará enxergar elementos que não são sonoros. Nesse movimento, os festivais aparecem como um *contínuum* do acoplamento virtualidade-realidade, performando como trilha sonora para a imagem da cidade cultural e musical que eles pretendem construir.

5.6 Rádio, festival e aleatorização

À procura de perceber como a lógica que estrutura a prática musical se inscreve na sociedade e determina formas de relação com a cidade, durante o trabalho empírico, um ponto em particular me chamou a atenção: o papel ocupado pelas rádios na cadeia produtiva do Mexefest. Assim como foi o papel da televisão na popularização dos festivais de música no Brasil, durante as décadas de 1960 e 1970 (Queiroz, 2016), o terreno em Lisboa apresentou uma série de evidências que permite pensar a função das rádios na cadeia produtiva dos festivais, em Portugal. Através delas, é possível refletirmos sobre o processo de festivalização provocado (e provocador) do efeito *shuffle*, do embaralhamento e do consumo ao acaso.

Caminhar pela área de cobertura do Mexefest em Lisboa, enquanto investigador, fez-me perceber que a experiência com o festival se assemelha ao processo de sintonização a uma rádio. Da mesma forma que passamos de uma estação a outra até encontrarmos alguma que toque músicas de acordo com nosso gosto, quando vamos a um festival como o

Mexefest temos a possibilidade de nos movimentar de palco em palco, até encontrarmos um que nos convide a permanecer no lugar e assistir ao concerto. Nesse caso, o poder de pular de uma música para a outra é semelhante ao poder da permuta entre palcos. Embora haja uma parcela do público que eleja permanecer num concerto ao invés de “petiscar” vários deles, há outra que se move entre vários lugares, provando dos estilos musicais, dos artistas e dos espaços escolhidos para acolher suas performances, como quem prova de diferentes músicas na rádio comercial.

De acordo com Arnzen (2008), quando falamos de aleatorização nós experimentamos a incerteza e o inesperado e, por isso mesmo, fazer analogias de rádio é uma prática muito comum entre os ouvintes do modo *shuffle*. Eles, geralmente, pensam em seus reprodutores de música digital como estações de som, uma vez que não têm conhecimento prévio sobre as músicas que tocarão a seguir. No entanto, o modo de reprodução aleatória observado no iPod Shuffle é diferente do mecanismo da rádio, no sentido de que é montado, especificamente, a partir de um conjunto de faixas que são adicionadas a uma pasta de músicas. Em outras palavras, a ideia é partir de um conjunto de probabilidades de faixas pré-existentes e que guardem relação com os interesses pessoais do ouvinte, segundo a programação algorítmica que determinará recomendações, a partir de escolhas que já foram realizadas anteriormente.

Daí, advém outro princípio importante do *shuffle*: ele é mais sensível às preferências pessoais do que a rádio convencional. Não seria exagero, por exemplo, considerar que, ao manipularmos nossos celulares e outros dispositivos eletrônicos de acordo com o modo *shuffle*, estamos na verdade agindo como se estivéssemos sincronizando nossa “própria rádio”, e existe nessa ideia uma analogia interessante com os dados recolhidos no terreno em Portugal.

Lisboa, 25 de novembro de 2016. No início da tarde da sexta-feira que abrirá a 8ª edição do Mexefest a movimentação da equipe de produção do evento na Avenida da Liberdade é intensa. Para lá da arrumação dos estandartes, faixas e totens dispostos entre as salas de concerto, acompanho a chegada de duas cabines envidraçadas que abrigarão mais tarde o estúdio de transmissão da Rádio Vodafone FM, logo abaixo do Cinema São Jorge.

Já no final da tarde os veículos de comunicação iniciam as entrevistas com artistas e organizadores e transmissão dos concerto ao vivo na cabine da rádio. O apelo visual é notório primeiramente por se tratar de um mobiliário pouco usual para o espaço público, e em segundo lugar pelo fato do *container* funcionar como uma vitrine de função dupla: um estúdio de rádio segundo a perspectiva dos passantes da rua, um conjunto de cenas dinâmicas da vida noturna na Avenida da Liberdade, sob o ângulo dos intermediários dessa rede de transmissão. Ali perto, o pátio externo da Estação do Rossio se transformava no palco que recebe o mesmo nome da rádio, abrigando nomes da *Nova Música* já conhecidos dos ouvintes da Vodafone FM pelas execuções sucessivas de suas principais faixas nas semanas que antecederam o evento.

Esse alinhamento foi esclarecido pela fala da Entrevistada L1, produtora da Música no Coração: “*Tentamos fazer que, no palco da Vodafone FM, na estação do Rossio haja uma programação que se encaixe com aquilo que está a passar na rádio*”. Além de se mostrar presente por meio dos dispositivos sinestésicos que envolvem imagem e som, é preciso lembrar que a rádio funciona também como um extensor dos festivais, como fio condutor que costura os eventos ao longo do ano e garante congruência comercial entre elas e os concertos musicais. A visão da Entrevistada L13, gestora de eventos e patrocínios da Vodafone, presta-nos um esclarecimento sobre esse aspecto:

Por que decidimos apostar no Vodafone Mexefest? O Vodafone Mexefest acontece numa época em que nada se passa [...], ou seja é um conceito mais urbano e no inverno. E deposita toda essa coerência que é apostar na música nova, mais alternativa, nem tanto mainstream [...] e tem também a Vodafone FM que mantém a coerência. [...] Há aqui toda uma linha condutora da Vodafone com um evento maior no verão, com um evento menor no inverno, e com a rádio nos 365 dias do ano.

Como habitualmente acontece, naquele ano a cabine da Vodafone FM foi montada, na Avenida da Liberdade, para fazer a cobertura completa do festival (Figura 5.5). Estúdios

móveis e improvisados como este são montados ao ar livre, em praças, jardins, largos e áreas com intensa movimentação de pedestres, tornando a rádio “visível” para os ouvintes, e são cada vez mais comuns como estratégias de campanhas promocionais que envolvem rádio e festivais de música.



Figura 5.5: Cabine de transmissão da Rádio Vodafone FM.
Fonte: Vodafone Mexefest (2016).

Para lá de promover uma programação de entrevistas com artistas e bandas presentes no programa do festival, tal dispositivo tem um grande impacto na ativação de sua imagem como rádio oficial do Vodafone Mexefest. Segundo o Entrevistado L10, radialista da Vodafone FM:

O Vodafone Mexefest dá-nos um impulso muito grande em relação aquilo que é a imagem da rádio. Isto é, nós escolhemos estar entre o Cinema São Jorge e o Teatro Tivoli com dois contentores para as pessoas nos verem, para as pessoas saberem que existe a rádio e que a rádio está ao pé deles, está na rua, está com eles. E isso é superimportante para a marca, é superimportante para a rádio, e é superimportante para a audiência. [...] aquilo é um momento em que tu estás frente a frente com as pessoas e as pessoas dizem ok, tu és real. [...] Andamos também a subir e a descer a avenida com eles, e a trocar

experiências. Passamos a ser palpáveis, se tu quiseres, e as pessoas nos associam ao Vodafone Mexefest. O Vodafone Mexefest é a nossa cara, é a escolha pessoal, mas também a distribuição universal.

A fala do radialista é interessante, quando pensamos na criação de vivacidade e presença dos patrocinadores no evento. Objeto transportado do universo virtual, agora visível e palpável no mundo real, através do contentor de vidro e do palco montado no pátio da Estação do Rossio, a rádio Vodafone FM atua como mais um dos desdobramentos do efeito *shuffle* materializados na experiência do festival. Embora o par retórico escolha pessoal/distribuição universal elucidado pelo radialista, no final da passagem, possa parecer lógico, quando pensamos sobre o lugar ocupado por estes agentes, no grande mercado da música, ele faz mais sentido. A relação próxima entre a Produtora Música no Coração e seu grupo de rádios foi expressada pelo Entrevistado L14, diretor da produtora Música no Coração, e ajuda e elucidar um pouco mais essa ideia:

Eu, para aí, com 10 anos de empresa percebi que a rádio é um grande divulgador de música. Só que as rádios vivem de publicidade, e só tem publicidade quem tem audiência. E para ter audiência é preciso passar os hits de sucesso. [...] As rádios líderes de audiência não apostam em música desconhecida. Então, como a empresa tinha boa rentabilidade, em vez de investir em ações, ou em barcos, ou em Ferraris eu achei que fazia sentido a rádio. E, portanto, temos rádio de rock alternativo, de música eletrônica, de fado, de jazz, de música popular; e segmentei e investi na rádio, e não estou arrependido. Além da divulgação dos eventos, a rádio me dá informação dos artistas que devo trazer para os meus eventos. E aproxima-me também dos sponsors dos festivais que estão nas rádios.

A produtora Música no Coração ocupa 8 andares inteiros do edifício, localizado no número 25 da Rua Viriato, no bairro Picoas em Lisboa. Dois deles estão reservados para os escritórios de comunicação, produção, departamento financeiro e diretoria geral da empresa, enquanto os demais abrigam 6 diferentes rádios: Rádio Super Bock (90.4/91.0

FM), Rádio Amália (92.0 FM), Rádio Meo Music (100.8 FM), Rádio Nova Era (100.1/100.3 FM), Rádio Festival (94.8 FM) e Rádio Marginal (98.1 FM). Todas elas são especializadas em estilos musicais ligados aos principais festivais produzidos pela empresa, a exemplo do Super Bock Super Rock, do Caixa Alfama e do Meo Sudoeste. Ao lado da Everything is New e da Ritmos, a Música no Coração é uma das três maiores empresas de produção de eventos musicais, em Portugal.

A fala do empresário é emblemática, ainda, porque esclarece sobre a função estratégica dupla exercida pela rádio em seu campo de negócio, uma vez que ela cruza o mercado da música com o da comunicação. Além de ser fonte de pesquisa e teste de novas tendências sonoras por parte dos radialistas, ela consegue distribuir hits desconhecidos entre os ouvintes portugueses e despertar escolhas pelo público amante da *Nova Música* que, em seguida, completará o ciclo de consumo musical, comprando os bilhetes para participar do Mexefest ou dos demais festivais veiculados pela empresa. Nessa dinâmica, o veículo radialístico atua, ainda, como moeda de troca e espaço de exposição para as empresas patrocinadoras dos eventos que, por sua vez, cedem seus nomes tanto aos festivais, quanto aos respectivos canais de rádio.

5.7 Notas finais: efeito *shuffle*, mercado e festivalização da cultura

O contato com o terreno de pesquisa feito nos últimos anos, levou-me a endossar a premissa de que as dinâmicas culturais e a experiência nos festivais são determinadas incisivamente pela experiência virtual, em especial com o telemóvel (Pereira, 2017). A concepção curatorial, montagem, alinhamento de programação e organização geral dos festivais urbanos tendem a seguir o design vivenciado antes entre o sujeito e seu dispositivo de telefonia móvel. Aqui, destacam-se os princípios de combinação aleatória, sobreposição e simultaneidade observados em grande parte dos eventos contemporâneos, baseados na liquidez da experiência e relacionados ao modelo de mundo *snapshot* professado pelos regimes imagéticos contemporâneos (Aquino, 2016): cliques constantes para registrar festivais que desaparecerão em um dia, concertos rápidos, constantes mudanças de palcos, artistas e estilos que fazem funcionar na forma material o efeito *shuffle* experimentado, *a priori*, virtualmente, tal qual esclareceu a fala do Entrevistado L7, biólogo e participante do Mexefest: “*Para ambos os dias do evento, horas antes dedicava*

alguns minutos para ver a banda no Youtube e decidir se valia ao menos a pena de conhecer ao vivo”.

É importante termos a noção de que esse modelo tático-estético guarda relação com uma economia contemporânea complexa que envolve o mundo da música, tendo em vista que seu mercado segue, cada vez mais, a tendência do consumo de *downloads*. “Diante da queda das cifras de venda de fonogramas em suporte físico (Abreu, 2015), os “mercados derivados” estão adquirindo mais relevância. É o caso da música ao vivo crescentemente consumida e valorizada” (Herschmann, 2010: 72), lógica que recupera a importância dos festivais de música como divulgadores da música, ao mesmo tempo que transfere seu papel de atuar como vitrines de divulgação de artistas, concertos e álbuns aos aplicativos de música. “A indústria musical dá sinais de recuperação com a força do mercado de concertos ao vivo e, ainda, mobiliza seus públicos em virtude da possibilidade de vender “experiências únicas e memoráveis” (Herschmann, 2010: 81).

Do ponto de vista de sua atuação como modulador da vida urbana, o festival tem no dispositivo do som um importante aliado: seu sistema de funcionamento atua de forma mais ou menos parecida nos aspectos da criação, da difusão e da distribuição de seus produtos, nos diferentes mercados englobados pela música. A fala da Entrevistada S12, produtora cultural das empresas Arueira e Difusa Fronteira, deixa esta ideia mais clara:

Os festivais querem bandas novas, que chamem público e que te deem algum retorno, tanto para a marca, quando para os organizadores. [o festival] É uma vitrine, é uma forma de seu nome circular. Então, você constrói sua carreira também com um pouco disso.

As plataformas digitais e o estatuto dos concertos, nesse caso, deslocam a autenticidade conquistada pela música gravada para os festivais de música e eventos culturais do gênero, “convertendo o palco como viveiro de novos músicos e músicas e a performance ao vivo como um cartão de apresentação para o circuito editorial” (Abreu, 2000: 141). O paralelo entre o caso de bandas de rock independentes e as novas redes de consumo pela indústria fonográfica digital no contexto brasileiro, auxiliam-nos a compreender melhor essa questão. Nesse sentido, a análise do website oficial do grupo

Móveis Coloniais de Acaju (2018) comprovou a realização de seus projetos, através de alianças estratégicas com outros agentes do entorno digital. Segundo De Marchi (2014):

[o grupo] Vale-se das redes sociais, como *Facebook*, *Twitter*, *Myspace* e *Youtube*, para acessar seus fãs, utilizando seu site como nó articulador (*hub*) de suas ações na internet. Além disso, oferece acesso gratuito a seus fonogramas, através da empresa eletrônica brasileira *Trama Virtual*. Através desses distintos meios de comunicação, o fã tem acesso a informações sobre a banda, a fonogramas para baixar, vídeos em linha, à agenda de concertos e a produtos de merchandising (camisetas, adesivos) ou *Premium* (CD, DVD) para comprar (De Marchi, 2014: 93).

Plataformas de consumo de música e divulgação de vídeos (Spotify, Facebook, MySpace, Youtube, Pulseocker, entre outras) lançadas, recorrentemente, se estabelecem cada vez mais como mecanismos que organizam nossa experiência com a música, criando dispositivos de paisagens sonoras possíveis, sugerindo roteiros de circulação de bandas, construindo retóricas discursivas, colocando em prática o modelo de curadoria individual (Barna, 2018) e acenando nortes que ditarão novas vivências de cultura e de cidade, através da enunciação da experiência *shuffle* nos festivais urbanos.

De acordo com a Entrevistada L11, jornalista da Revista Blitz, no que diz respeito às novas configurações de comercialização do mercado fonográfico:

O papel das gravadoras mudou muito, as gravadoras, hoje em dia, são distribuidoras às vezes, ou um pouco mais. Muitas vezes as bandas custeiam as suas próprias gravações e trabalham com managers, diretamente, e já não dependem tanto das gravadoras. Imagina, uma banda faz tudo antes, fazem as estratégias com seus managers e, depois, juntam-se a uma Universal, uma Sony e põem os seus discos nas lojas. Como em Portugal não se vendem muitos discos, a gravadora não vai recuperar o investimento que fez na banda, então elas fazem os contratos 360. A gravadora vai buscar uma determinada percentagem sobre os concertos. Ganha-se dinheiro não só nas vendas dos discos, como nos espetáculos, merchandising etc, porque as vendas de disco, em Portugal, são mesmo residuais.

A resposta da Entrevistada S12 (produtora cultural das empresas Arueira e Difusa Fronteira) à pergunta “como as novas bandas se promovem?” complementa um pouco mais essa ideia:

Pela internet: Spotify, Youtube, Deezer. E as listas [de indicação] funcionam muito. Os críticos têm blogs de música e as assessorias de imprensa já têm mapeado isso: todos os blogs que muita gente lê e acompanha. [...] Muitas vezes, por um clipe a banda dispara.

Relacionado com o modelo praticado por diferentes eventos culturais, é possível dizer que esse fenômeno também se relaciona com o modo *shuffle* que vem sendo discutido. Diferentemente do que acontecia há algum tempo, a maneira segundo a qual o festival opera, hoje em dia, guarda uma série de singularidades associadas às formas de consumo cultural, uma vez que é preciso dotar a realidade material da versatilidade antecipada pela experiência virtual, conforme discutido anteriormente. Além disso, a forma festivalizada utilizada para a montagem da programação e consumo de música nos festivais urbanos contemporâneos, está associada também a custos financeiros de produção. A fala da Entrevistada L1, produtora da Música no Coração, enfatizou esse ponto: “*É mais fácil juntar os artistas num bolo do que contratar um show de cada um. Da mesma forma, mais vale pagar 100 euros para ver muitas bandas do que pagar 40 para ver uma só*”.

A combinatória replicada pelo *modus operandi* da produção do Mexefest e de outros eventos do gênero nos ajuda a compreender o mecanismo da festivalização pela justificativa econômica. Tal formato tem sido agenciado em uma série de festivais de música urbanos realizados pela produtora Música no Coração, como é o caso do festival Caixa Alfama. O formato de programação observado nestes eventos apresenta semelhanças: os eventos são realizados em 2 ou 3 dias, a divulgação das atividades é baseada na ideia da redescoberta da cidade e o material visual busca vincular música à cidade de Lisboa. Alguns dos aspectos idiossincráticos do Mexefest e outras iniciativas capitaneadas pela Música no Coração passaram a ser homogeneizados pela roupagem festivalizadora da cultura, e as ações culturais de uma forma mais geral não estão imunes a isso. Em proximidade com o mecanismo *shuffle* e com o uso de diferentes formas de tecnologia para o consumo cultural, esse fenômeno tem se intensificado cada vez mais.

Como as entrevistas demonstram, uma série de agentes têm operado para dar continuidade a esse jogo: redes sociais, vídeos, banco de imagens e plataformas digitais

utilizadas para o consumo de música, a exemplo do Spotify, Facebook, MySpace, Youtube, Deezer e Pulseocker. Esses e outros tantos produtos estão disponíveis em lojas virtuais e vêm se estabelecendo como mecanismos que organizam nossa experiência com a música, criando novas formas de apreensão da cidade e do espaço urbano.

Precisamos, dessa forma, posicionar o modelo cultural do Mexefest - e, por conseguinte, dos festivais contemporâneos congêneres - como dispositivos de modulação da vida cotidiana que, ao festivalizarem a cultura, ajustam a cidade ao modelo efêmero e combinatório praticado nas novas plataformas digitais utilizadas pelo campo da música. Seja como for, caberia então investigar em quais aspectos específicos isso pode ser observado mais concretamente, tendo em vista que processos combinatórios, experiências fugazes e consumos voláteis ocorrem o tempo todo em diferentes tamanhos e tipos de cidade.

Capítulo 6 - Comunicação, *placemaking*, turismo e mercado de imagens

Atrelada a temáticas como tecnologia *smartphone*, marca e campanhas de comunicação, estetização do espaço urbano, turismo, patrimônio e imagem, a modulação, cujos processos constitutivos são análogos aos modelos emergentes de controle social (Hui, 2015), irá conduzir também as discussões neste capítulo. A etnografia sensorial de Sarah Pink (2009) será utilizada como fio condutor da análise, tendo em vista sua influência significativa na recolha de dados referentes ao *placemaking* e à criação de ambiência urbana. Associada ao fazer metodológico de Latour (2012) e Law (2004), ela fez da audição e de outros canais sensoriais componentes ativos para a associação entre música, emoções, sociedade e espaço anunciada pelo terreno empírico (Duffy *et al.*, 2016). Esses pontos ficarão mais claros, durante a apresentação e discussão dos dados sobre os aspectos relativos à criação de paisagens sonoras e ambientação urbana multissensorial, observada nos festivais em Lisboa e São Paulo.

Segundo Law (2004), o funcionamento geral das redes assenta num dispositivo metafórico, um “conjunto de palavras que representa uma indicação sobre um objecto, e corresponde a um objecto em si, com vida própria. É como se a declaração original projetasse uma imagem virtual de si, que existe fora do comunicado”¹⁰¹ (Law, 2004: 37). A ideia de usar uma coisa para falar de outra pode ajudar a compreender a modulação que ocorre através dos vídeos comerciais, totens, instalações luminosas, materiais gráficos impressos e outras estratégias de ativação de marca encontradas em ambos os casos de estudo. Tal associação esclarece também a criação da metáfora “festival de petiscos” para o caso do Mexefest, à que se dará especial atenção pelo significado que assume no contexto da relação do festival com a cidade de Lisboa. A expressão cria reflexões sobre o tema em aproximação com o mercado do turismo português, além de suscitar a discussão de outras problemáticas, a exemplo da influência das novas tecnologias nas economias emergentes

¹⁰¹ Tradução livre do autor. No original “*On the one hand, it is a set of words which represents a statement about an object. On the other hand, it corresponds to an object in itself which takes on a life of its own. It is as if the original statement had projected a virtual image of itself which exists outside the statement*” (Law, 2004: 37).

de consumo musical e dos novos mercados de regimes imagéticos, aprofundando algumas das discussões já realizadas nos capítulos anteriores.

6.1 Dispositivos de telefonia móvel e festivais

Numa época em que a utilização de *smartphones* é um imperativo básico para nossas ações de comunicação, certas tecnologias de áudio se tornaram parte intrínseca de nossos atos de recordação e de nossos processos individuais e coletivos de lembrar (Blisterveld e Van Dijck, 2009). O reconhecimento de padrões algorítmicos, a antecipação de atividades e a responsabilização dos indivíduos pela organização de seu tempo de trabalho, além de outras questões discutidas por Savat (*apud* Hui, 2015), ajudam-nos perceber melhor a presença das novas tecnologias nos festivais eleitos para os fins desta investigação.

Se o acesso à programação via *smatphone* é bastante comum para o caso do Mexefest, uma vez que, já, há alguns anos, essa tecnologia é utilizada para promover as atividades do festival, no caso da Virada Cultural, a consulta dos eventos via tecnologias de telefonia móvel é ainda incipiente. O lançamento do app oficial do festival, em 17 de maio de 2018 ganhou destaque no *website* do evento (Prefeitura Municipal de São Paulo, 2018), evidenciando que o uso de celulares, em toda a cadeia produtiva destes tipos de eventos, tem sido bastante comum. Por isso mesmo, tal dispositivo tem se atualizado sempre para o aumento da oferta de produtos na área: isso justifica o fato de que 40% da população do Estado de São Paulo se informar sobre atrações culturais por meio da internet, sendo que outros 23% recebem notícias sobre o tema por meio de redes sociais (Matias, 2014).

Amiúde, interface virtual e efeito *shuffle* têm sido reproduzidas pelas ações levadas a cabo pelos intermediários culturais envolvidos na organização de festivais. A matéria *Ainda é possível estar num grande festival, como nos tempos em que não trazíamos o mundo no bolso?* (Pereira, 2007) veiculada pela Revista Blitz, em 21 de outubro de 2017, aborda sobre o uso de *smartphones* nos concertos de música. Nela, a artista portuguesa Rita Redshoes esclarece que, atualmente,

Os festivais são, sobretudo, acontecimentos sociais porque [...] se tornaram pontos de convívio para tirar fotos, beber uns copos e, com sorte, [divertirmo-nos], em que a música passou a ser o pano de fundo. Em palco, às vezes isso passa um pouco ao lado, se estivermos a falar de um recinto muito grande. Num teatro, incomoda e desconcentra (Pereira, 2007: 1).

Na mesma reportagem, Paulo Furtado, músico mais conhecido como *Legendary Tigerman*, auxilia-nos a compreender esse deslocamento, quando assinala que “a vontade de partilha nas redes sociais ultrapassa a vontade de, realmente, sentir e estar no concerto” (Pereira, 2007). Tais argumentos endossam o papel ocupado pelo *smartphone*, tornando-o protagonista na fruição geral desses tipos de eventos. Temos aqui outro ponto de partida importante para engatilhar uma série de experiências do sujeito com a cidade.

Para lá da enunciação do festival, através da publicação de fotos e comentários nas redes sociais, é possível enumerar outras funções presentes nos aplicativos de telefones móveis relacionados com festivais: consulta da programação, lotação das salas em tempo real, obtenção de informações gerais sobre os artistas, horários dos concertos, criação de agenda personalizada, obtenção de descontos para a compra de bilhetes, promoções e brindes. Alguns aplicativos mais específicos podem funcionar, ainda, para encontrar pessoas conhecidas em diferentes redes sociais, perfazendo-se como um *continuum* das ferramentas de sociabilidade virtual porventura utilizadas pelos públicos da cultura, tal como nos esclarece Matias (2014):

É interessante notar a natureza social da rede. Ela não é usada unicamente para benefício próprio ou interesses individuais, mas é um lugar de diálogo e de relações pessoais [...], onde as pessoas mantêm contato mais frequente, ainda que na forma de *likes*, *tuites*, *links* e vídeos compartilhados. E reforça tanto o caráter gregário quanto o clima de festa (Matias, 2014: 132).

A fala da Entrevistada L9, estudante e participante do Mexefest, endossa esse argumento: “*Aí [no Mexefest] encontrei vários ‘conhecidos’ meus, amigos de Facebook e Instagram com quem troco sempre algumas palavras nestes contextos*”.

O processo de modulação da subjetividade por meio da fruição cultural tem, no festival lisboeta, outro exemplo interessante: no início do projeto, o desagrado com as grandes filas era um dos principais problemas enfrentados pelo público que não estava acostumado com o formato do South by Southwest (SXSW) importado de Austin. “*Lá, aquilo que tu fazes é filas de quilômetros, quilômetros e quilômetros e vês 2 ou 3 músicas de cada banda, e tu aprendes a viver assim, aprendes a ‘ver’ bandas assim*”. (Entrevistado L10 - Radialista Vodafone FM).

No SXSW, o tempo de espera nas filas e a possibilidade de ter o acesso aos concertos condicionado à lotação máxima das salas eram ocorrências comuns, mas toleráveis por parte da platéia. Além disso, até podiam trazer um certo glamour para a narrativa da experiência no festival. Em Lisboa, por sua vez, a experiência soava um bocado diferente: o incômodo constante encontrado na avaliação dos dois primeiros anos do Super Bock em Stock fez com que a produtora Música no Coração pensasse em dividir a programação em mais salas de concerto, além de limitar a venda de bilhetes. O público espectador, por sua vez, entendeu tratar-se de um modelo baseado no princípio da simultaneidade de eventos e da não reserva de lugares, o que fez com que fosse criado, com o passar do tempo, um padrão de antecipação de entrada nas salas para o caso dos concertos mais procurados. O surgimento do aplicativo de telefonia móvel do Mexefest (Figura 6.1), nos últimos anos, abrandou consideravelmente essa questão, uma vez que o controle nas portas de acesso era atualizado, constantemente, nesta plataforma virtual, permitindo ao público frequentador aceder, em tempo real, às informações sobre a lotação das salas.



Figura 6.1: App Vodafone Mexefest 2016.
Fonte: Vodafone Mexefest (2016a).

Entretanto, “o princípio da escolha”, declarado como um dos pilares centrais que definem o festival, parece ser um fator bastante controverso na relação do público com a forma, segundo a qual sua programação é organizada. Ele guarda relação com nuances derivadas do princípio *shuffle*, tal como discutido nos capítulos anteriores: concertos com tempo reduzido, mudanças constantes de palcos e programação sobreposta. Essas evidências materializam, na prática, muitas das experiências virtuais vivenciadas pelos sujeitos via *smartphone*, a exemplo do consumo fugaz e constante de informação virtual, das mudanças constantes de *playlists* de música e do agenciamento concomitante de inúmeras janelas de navegação na utilização da internet.

Outro ponto que também pode ser transferido para a atuação dos aplicativos de *smartphone* é o paradoxo estabelecido entre efemeridade e estabilidade da cidade, através dos festivais urbanos. Ao mesmo tempo que parecem ter funções mais fugazes, tais como as descritas anteriormente, muitos deles são alimentados com informações que permitem a extensão de seu uso de forma mais prolongada, ao longo de todo o ano. A utilização de aplicativos em festivais culturais é uma estratégia contemporânea que ilustra de que forma os princípios de efemeridade e estabilização, discutidos no Capítulo 2, podem andar de mãos dadas no processo de modulação das cidades pelos festivais, uma vez que a experiência e os hábitos de consumo, construídos em torno desses eventos, podem se projetar também para outras manifestações culturais. O aplicativo da Virada Cultural anunciado no *website* do evento, em 17 de maio de 2018, é particularmente interessante a esse respeito.

Quer saber o que vai rolar na Virada Cultural e ainda mergulhar de cabeça em tudo sobre a cultura paulistana? Baixe gratuitamente no seu celular (Android e IOS) o APP oficial da Virada Cultural, o PROACOINS! Um game de realidade virtual que mapeia tudo de cultura de São Paulo... E toda programação da Virada Cultural estará por lá! Uma iniciativa inovadora, um presente para São Paulo! (Prefeitura Municipal de São Paulo, 2018: 1).

De acordo com a propaganda, o aplicativo oferece dicas culturais sobre a cidade que compreendem não apenas a Virada Cultural, mas também a programação de eventos e aspectos mais gerais da cidade de São Paulo. Os mapas do festival e dos circuitos de cultura, analógicos ou digitais, ressaltam a capacidade dos festivais em organizarem e facilitarem diversas experiências do espaço urbano (Macdonald, 2012: 97), mesmo que

para isso precise haver um deslocamento da materialidade para o acoplamento do *continuum* existente entre as realidades virtual e material. Essa ideia guarda relação com o princípio da modulação como desconexão, indicado por Hui (2015: 77), segundo o qual não há padrão a ser seguido, sendo a variação a responsável pela continuidade do sistema. Ao ser captada, a experiência por si só já não existe mais e, por isso mesmo, precisará ser feita e refeita o tempo todo.

Dessa forma, não seria exagero afirmar que os aplicativos e demais tecnologias *smartphone* têm servido para o aprimoramento da competitividade das cidades (Costa, 2002b; Seixas, 2010) no mercado global, segundo o modelo *eventful cities* enunciado por Richards e Palmer (2010). Ao servirem de bandeira e marca para os inúmeros casos de cidades emergentes que têm vindo a ganhar posição nos mercados culturais globais, tais dispositivos têm se transformado em ferramentas centrais no agenciamento dos novos mercados da cultura.

6.2 Marca e mercado da comunicação

Ao falar da relação entre festival e cidade, segundo a retórica do poder administrativo e seus processos de institucionalização, Wynn e Yetis-Bayraktar (2016) chamam a atenção para o "evento de assinatura" perseguido por parte de prefeitos, promotores urbanos e intermediários culturais. Essa busca enfatiza o potencial do evento cultural como peça-chave para o desenvolvimento das cidades ao redor de todo o globo, principalmente depois que os publicitários descobriram que "na era do acesso" os consumidores não compram produtos, mas símbolos (Rifkin, 2001). Tal como discutido anteriormente, o emprego de ações de marketing urbano (Martinez, 2012) é um elemento central para o agenciamento das cidades nos mercados criativos contemporâneos em Portugal (Quintela e Ferreira, 2018). Nesse jogo, a participação das marcas tem ocupado lugar central na circulação de bens simbólicos nas redes de mercados da cultura e da comunicação. Conforme sugeriu a Entrevistada L11, jornalista da Revista Blitz, hoje em dia, "*é um pouco inevitável que as marcas participem do financiamento dos festivais, até porque se não fosse isso não teríamos bilhetes tão baratos, em comparação com o resto da Europa*".

A retórica que articula o Mexefest e a cidade de Lisboa é idiossincrática para pensarmos sobre a relação entre cidade, comunicação e música. Nas dinâmicas de visibilidade para o mercado dos festivais, o evento foi um dos finalistas eleitos pela plataforma digital britânica *Gigwise* para integrar uma lista de 14 dos festivais mais bonitos do mundo (Blitz Notícias, 2015). A eleição compreendeu iniciativas em países como Tailândia, Noruega, Reino Unido, Malawi e Estados Unidos e, é importante citar que a lista também teve uma outra indicação lisboeta, o NOS Alive.

A publicitação dos resultados, pelos canais de comunicação nacionais especializados no tema, colocou maior ênfase no festival realizado na Avenida da Liberdade, talvez, por esta guardar maior proximidade identitária com a cidade de Lisboa do que o passeio marítimo de Algés, onde o outro evento candidato português é realizado. “Há algo sobre as grandes redes de comunicações móveis que as faz governar o mundo da música com pulso de ferro. Mas nós desculpamo-las porque Lisboa tem este aspeto” (Blitz, 2015: 1). Na matéria, o texto aparece junto com uma fotografia de Lisboa feita a partir do Miradouro da Senhora do Monte (Figura 6.2), da qual se vê, em destaque, a Praça do Martim Moniz com o Tejo ao fundo.



Figura 6.2: Vista panorâmica sobre Lisboa do Miradouro da Senhora do Monte.
Fonte: Blitz Notícias (2015).

Esse título nos permite afirmar que, de uma forma ou de outra, o Mexefest tem colaborado na produção de efeitos transformadores sobre a cidade (Ferreira, 2006). Com o crescimento exponencial do turismo, nas últimas décadas, a paisagem urbana idílica observada na fotografia é uma das muitas que tem composto um álbum visual com imagens romantizadas de Lisboa, já, há muito tempo:

Essa imagem foi mais do que uma imagem promocional. Teve um carácter prescritivo. Foi um imaginário criado e difundido com a aspiração de se tornar uma referência para as políticas e as estratégias de desenvolvimento da cidade. Tal como a Capital Europeia da Cultura de 1994 já o havia sido antes, também a Expo'98 pretendeu ser, com maior impacto, a encenação viva e temporária dessa cidade imaginada (Ferreira, 2006: 659).

Associada agora ao imaginário dos festivais, a comunicação institucional de Lisboa aparece ligada às ideias de sociabilidade, liberdade, jovialidade e sentimento de comunidade. Tais adjetivos fornecem um conjunto pronto de referências positivas para a reconstrução de uma imagem urbana quase perfeita (Quinn, 2005). Essa associação positiva atualmente feita entre cidade e festival tem sido observada, ao redor do globo, de forma generalizada (Shin, 2004; Belghazi, 2006; Popescu e Corbos, 2012), mesmo tendo em vista que a homogeneização de marcas e identidades tem prescrito percursos similares para cidades com diferentes perfis (Richards e Wilson, 2004).

Outrossim, aproveitando-se da fragilidade das produtoras de música no mercado da indústria fonográfica recente (Abreu, 2009), diversas empresas têm apostado as suas estratégias de patrocínio em festivais de música e eventos culturais de uma forma em geral (Anderton, 2011). Nessa dinâmica, muitas das vezes as marcas tendem a ser oportunistas em relação ao objeto patrocinado: quanto maior o evento, maior o interesse por parte delas, uma vez que o alcance do impacto midiático está diretamente associado à quantidade de público atingido pelas campanhas de marketing.

A visibilidade dos patrocinadores é alta entre os visitantes dos festivais, já que eles se recordam de 6 em cada 10 marcas presentes no local. Além disso, 36% do público frequentador defendem que “a probabilidade de comprarem um produto de um patrocinador é maior” depois de passarem pelo festival (Guerra, 2012: 1).

Como sugerem os números acima, a importância das estatísticas e dados quantitativos se liga diretamente às cifras gastas pelos setores de comunicação das empresas patrocinadoras de festivais e outras iniciativas ligadas à música. Ao falar sobre o

agenciamento de recursos da Vodafone para eventos, a Entrevistada L4 apresenta-nos mais elementos para essa discussão:

Quando se pensa numa ação dessa natureza, qual é o objetivo? Impactar o público. A nossa equipa ao entrar nesta equação, o que nós procuramos é vamos todos pensar numa ação que para lá de impactar o público também tenha a capacidade e o potencial de gerar notícias (Entrevistada L4 - gestora de comunicação - Vodafone).

Por esse motivo, a presença dos jornalistas e de atores do mercado midiático em geral é central para o funcionamento da cadeia produtiva criada em torno dos festivais. Não por acaso, a Música no Coração e outras produtoras culturais de escala similar, em Portugal, têm dado especial atenção a conferências de imprensa e outros eventos que possam criar redes de confiança com repórteres, redatores, blogueiros, assessores de imprensa, radialistas, *youtubers*, *twitters* e outros intermediários influentes no mercado contemporâneo da comunicação. A Entrevistada L13, gestora de eventos e patrocínios da Vodafone, esclarece-nos o porquê:

O Vodafone Mexefest é um festival que não precisa de público. Ele por si só se esgota. O trabalho que nós tivemos que fazer este ano foi: nós temos que chegar às pessoas que não conhecem o festival, que até podem não ser o público-alvo do festival, mas que saibam que ele exista. [Temos que] ampliar o festival e chegar a diferentes pessoas [...], temos que chegar a um público que não vá, mas que saiba que ele existe e que ele é patrocinado pela Vodafone, e que reconheçam esse valor.

Mais do que nunca, o que importa em termos de alcance da marca não é apenas impactar o público frequentador do festival (que no caso específico do Mexefest tem escala reduzida, devido à lotação máxima restrita de cada sala); mas sobretudo repercutir mensagens positivas e, preferencialmente, espontâneas em veículos de comunicação

digitais e impressos, tal como sugere esta outra passagem recolhida com a Entrevistada L4, gestora de comunicação da Vodafone.

Há um alinhamento muito grande entre aquilo que são os objetivos da área que nós vamos ajudar, e com os jornalistas a ajudarem a atingi-los também. E o que nós queremos? Que saia o máximo de notícias possível a falar bem do festival, jornalistas de renome, que percebam, que escrevam boas críticas sobre o festival.

Essa lógica de raciocínio endossa a importância das ações de marketing realizadas por parte das empresas e da presença do assessor de imprensa em todo o processo de geração de matérias relacionadas com o evento. Colocar foco nessa área pode incrementar, de maneira exponencial, o impacto midiático da marca do evento no mercado contemporâneo da comunicação. Indagada sobre o tema, a mesma entrevistada rendeu esclarecimentos técnicos que ajudam a perceber mais a fundo essa dinâmica:

As nossas métricas são dadas por uma empresa que faz a quantificação das notícias, por assim dizer, não são só número de notícias, nós temos o AVE (Advertise Value Equivalent), que é o quanto a Vodafone gastaria, se tivesse que pagar pelas matérias. AVE é indicador monetário. Não é dinheiro que a Vodafone ganha, mas é dinheiro que a Vodafone não gasta para ter a mesma visibilidade. Depois, temos um outro que mede a quantas pessoas efetivamente aquela notícia chegou, que é calculado com base na audiência dos meios. E temos o Favorabilidade, [que significa] o quanto as notícias são positivas, e tipicamente são positivas. (Entrevistada L4 - gestora de comunicação - Vodafone).

Por outro lado, não podemos nos esquecer também de que, cada vez mais, diferentes meios de comunicação se valem de festivais como fontes de notícias para a garantia de sua sobrevivência. Eventos inspirados no South by Southwest foram apelidados coletivamente de "festivais de quatro cartas" (Sanfilippo, 2017), uma vez que se tornaram

importantes fontes de receita para os jornais semanais alternativos que os fundaram. Meios de comunicação associados a esses eventos atuam, nesse sentido, como agentes que garantem sua perenidade e que, ao mesmo tempo, tornam-se dependentes deles, como hoje acontece com o mercado das rádios.

Fechando esse circuito, é preciso que passemos a pensar, então, na forma como as cidades têm integrado o mercado da comunicação que envolve marca e festivais de música. No caso do Mexefest, esse poder de enunciação incorpora a referência à capital portuguesa de maneira direta: “De palco em palco a música mexe na cidade. Descobre a melhor música nova numa viagem cheia de surpresas por Lisboa”, narra o *teaser* institucional do Vodafone Mexefest (2015a). As ideias de movimento, imprevisibilidade e fugacidade foram utilizadas também nas demais peças de divulgação do evento, tal como é possível observar no material visual e textual de seu *website* oficial (Vodafone Mexefest, 2015b). Em geral, os materiais de divulgação de festivais como esse estão associados à sobreposição de imagens, paleta dinâmica de tons e recusa de cores primárias, com associação direta a significados como dinamismo, jovialidade e imprevisibilidade. Desenhado seu design, o festival passa a ocorrer não apenas no espaço físico da cidade em si, mas nas múltiplas subjetividades construídas em torno de suas campanhas publicitárias. Assim, é importante que indaguemos por que empresas de comunicação aparecem, cada vez mais, associadas aos nomes de festivais de música em Portugal. NOS Alive, Vodafone Paredes de Coura, MEO Marés Vivas, NOS Primavera Sound, MEO Sudoeste, apenas para citar alguns exemplos.

Em análise do material de imagem do Mexefest, foi possível constatar que parte considerável de seus vídeos, fotografias e demais materiais promocionais mostram o público utilizando *smartphones* no evento. Por um lado, há nessas imagens um apelo para que as pessoas descarreguem a app nas lojas virtuais, tal como discutido na seção anterior. Por outro, nessa dinâmica pode estar explícita, também, a necessidade de acoplar a marca patrocinadora do evento a uma identidade jovem e utilizadora de tecnologia de ponta: em 2012, por exemplo, alguns dos vídeos utilizados para a divulgação do festival mostraram cenas de bilheteiras eletrônicas (MyspacePortugal, 2012), enquanto, em 2016, ele foi construído a partir de um guião pensado em estética *shuffle* (Vodafone Portugal, 2016). Existe ainda outro elemento importante, que diz respeito à associação entre público

consumidor e mercado da comunicação, uma vez que os festivaleiros passam em média 220% mais tempo on-line do que o consumidor médio de serviços de comunicação a nível global (Marques, 2018): “Isto indica que uma experiência memorável no local combinada com interação numa rede social pode ajudar as marcas a construírem relações de longo prazo com os fãs de música” (Marques, 2018: 1).

Inter-relacionados, o que esses aspectos mostram é a ideia de um festival feito para um público jovem que está conectado de forma ubíqua às plataformas de comunicação *web*. Não por acaso, desde que a proposta de nome do Super Bock em Stock foi revitalizada, a Vodafone se tornou a principal patrocinadora do festival, que passou a ser denominado de Vodafone Mexefest¹⁰², a partir de 2008. A empresa é, hoje, uma das líderes mundiais no ramo das telecomunicações e a aliança da marca com o público-alvo do evento coincide com a principal faixa etária de alcance de seus produtos. Nessa direção, vale a pena ainda lembrar que, em Portugal, “a importância da música das práticas culturais e consumos culturais dos jovens é um dado recorrente, observado em todos os inquéritos ou estatísticas” (Abreu, 2000: 137). O mesmo ocorre em São Paulo: a faixa etária dos 12 aos 24 anos lidera em todas as categorias de consumo das atividades culturais na cidade (Leiva, 2014).

Essa problemática guarda relação direta com os processos de mediatização e *namming* que tem associado cidades, festivais e grandes marcas do mercado da comunicação (Universidade Lusófona, 2017). Tal fenômeno tem sido observado também em outros festivais de música ao redor de Portugal, e isso se justifica devido ao fato de que os festivais que mais trazem retorno às marcas são aqueles que associam seu nome de maneira direta a elas, resultado que se reflete nos meios e nas notícias que são veiculadas, antes, durante e após o evento (Marques, 2018). Dessa maneira, a aproximação entre comunicação e a música tem se convertido num par de fácil associação em termos de imagem e patrocínio, como esclarece a Entrevistada L4, gestora de comunicação da empresa Vodafone:

¹⁰² Embora ciente da nomenclatura oficial do evento, para os efeitos desta tese preferi me referir ao evento apenas como Mexefest, de forma a dissociá-lo da carga de significados que a marca lhe acopla.

[a música] É transversal, não tem gênero, não tem idade e também é uma área onde a predominância de jovens é muito elevada, portanto é um público que nos é muito querido e muito importante na área das comunicações. A nós interessa estar onde esse público está. Portanto, a aproximação entre música e tecnologia potencializa a experiência com a música.

Não por acaso, esse campo aparece como tema central de patrocínio das empresas de comunicação. De acordo com estudos de mercado (Redação TI Online, 2006), a principal faixa etária do público consumidor desses produtos está compreendida entre os 14 e os 30 anos de idade, mais ou menos dentro do mesmo intervalo que tem caracterizado os frequentadores dos principais festivais de música, em Portugal (Guerra, 2016). Por essa razão, esse perfil de consumidor tem sido alvo de campanhas digitais por parte das empresas patrocinadoras de festivais, tendo em vista a proximidade existente entre produtos de interesse dentro de um mesmo setor de negócios (venda de aparelhos celulares e acessórios, venda de contratos de internet, entre outros). Ao associar campanha de marca, público-alvo, empresa e mercado da comunicação, a fala da Entrevistada L13, gestora de eventos e patrocínios da Vodafone, serve como argumento para sustentar esta ideia:

Trabalhamos bastante o digital, ou seja, nós selecionamos um grupo daquilo que chamamos influenciadores, bloggers, figuras públicas, jet sets, VIP, demos-lhes a liberdade de viverem o festival à sua maneira e tivemos resultados excelentes [...]. Isso, depois, serviu num outro estudo que nós temos normalmente nas semanas anteriores ao festival, que é o Sponsor Tracking. Esse estudo existe e avalia a associação da Vodafone à música todos os meses, todas as semanas. No caso do Vodafone Mexefest, seis semanas antes e duas depois do evento fazem a avaliação e os estudos. A partir do momento em que começamos a comunicar o Mexefest, os resultados foram muito bons, e achamos que essa parte do digital ajudou muito nos resultados.

Pela associação direta existente entre música, público jovem e mundo virtual, o campo das tecnologias de comunicação acabou por criar uma ligação bastante forte com os

festivais de modo sistêmico: o fenômeno das marcas como *naming* dos festivais, de eventos musicais e de grandes equipamentos culturais assenta numa associação fácil e bem-sucedida que, para lá da criação de identidade, fidelização e aproximação de clientes em potencial, muitas das vezes acaba por garantir público para edições futuras do evento. A fala da Entrevistada L9, estudante e participante do Mexefest 2016, endossa esse raciocínio:

No fim deste último concerto, abandonei o Mexefest, mas apenas presencialmente. Continua presente no meu pulso em formato pulseira, no meu coração e na minha memória. E saio com o sentimento de felicidade e de “até já”. Para o ano estou cá.

O agenciamento desse compromisso está ligado a uma rede eficaz empreendida entre intermediários culturais e público-alvo, a qual se manifesta muito antes da caracterização mais detalhada das campanhas de imagem e das ações de divulgação serem decididas. Categorias de patrocinadores, estratégias de ativação de marca, diretrizes institucionais e acordos políticos irão colapsar no lançamento da programação, apenas tempos depois dos mesmos acontecerem.

No informe oficial da 13^a edição do evento ocorrido, no dia 2 de novembro de 2016 (Anexo IX), a metáfora do Mexefest como tapete vermelho para o desfile das músicas do próximo verão sugere a função de passarela assumida pelo evento, no mercado português e europeu. Nesse anúncio, o festival divulga quais bandas e faixas de música serão os hits de sucesso da estação seguinte, antecipando aquilo que está por vir. Por conseguinte, quando o festival estiver sido de fato consumado, seus intermediários precisarão ter prontas cadeias discursivas de imagens que gerem fôlego para sua próxima edição. O álbum fotográfico e o vídeo-resumo, nesse sentido, funcionarão como dispositivos importantes para o convite ao público à edição do próximo ano.

Em São Paulo, a dinâmica de vinculação de marcas na cadeia produtiva da Virada Cultural acontece em uma direção completamente diferente daquela observada no Mexefest. Realizado por uma instituição pública, desde seu surgimento, o evento não tem em seu histórico grande influência de marcas vinculadas à sua imagem. A edição de 2017 foi uma exceção nesse sentido, uma vez o evento teve pela primeira vez a participação de

um patrocinador principal naquele ano: a rede de bancos Banespa. No âmbito das atividades de observação, por vezes deparei-me com ações de *merchandising* da empresa: barracas com distribuição de bastonetes infláveis, bandanas e brindes similares. De qualquer forma, esse é um processo incipiente na Virada Cultural e será preciso, ainda, algum tempo para tomar conclusões mais assertivas sobre o assunto. Outrossim, e conforme já comentado anteriormente, a replicabilidade para outras cidades do estado e do país é uma das estratégias de marketing que mais garante fôlego à marca criada pela Prefeitura de São Paulo.

A análise dos materiais de divulgação do festival também comprova a imagem de “evento público” promovida pela Virada Cultural. A retórica, segundo a qual o vídeo-resumo oficial de 2011 (Silva, 2011) está desenhada, remete-nos para imagens de patrimônio histórico, presença de pessoas na rua, jardins públicos e espaços de convivência coletiva. Nele, não há menção a quaisquer marcas, nem sequer o próprio nome da Prefeitura de São Paulo. Na análise do material impresso, também, não foram encontradas menções em destaque para quaisquer de seus patrocinadores e apoiadores. O mesmo aconteceu com as contracapas dos guias especiais publicados pelos principais veículos de imprensa da cidade. Nesses materiais, os espaços geralmente destinados à publicidade paga contavam com anúncios que mencionavam a própria prefeitura da cidade, onde veículos de notícias com diferentes campanhas publicitárias buscavam trabalhar com o tema, ligando de forma criativa a maratona cultural à cidade de São Paulo. Aliados à discussão sobre regimes imagéticos, tais materiais serão melhor explorados na última seção deste capítulo.

6.3 Cruzamentos entre espaço, música e festivais

Conforme debatido no Capítulo 2, a concepção de espaço urbano, centro e margem não se restringem, necessariamente, à questão de classe social. Essa visão ganhou notoriedade nas discussões mais recentes sobre cultura e cidade, e tem tido nos festivais um campo bastante fértil de debate. Como construções sociais, esses eventos têm-se apresentado como pontes importantes para aproximar pessoas e lugares. Duffy (2000) e Guerra (2016) salientam que a música pode funcionar também como dispositivo conector entre audiências e lugares, na medida em que promove a criação de um sentido de identificação entre ambos.

Em *Possibilities: the role of music and emotion in the social dynamics of a music festival*, Michelle Duffy (2008) examina de que forma a música de um festival pode criar espaços de pertencimento entre indivíduo e comunidade, através de noções de autenticidade e transgressão, ritmo e escuta. Ao discutir a maneira pela qual as pessoas se ligam aos locais por meio dos festivais, a autora argumenta que tais performances são uma intensificação de relações no lugar, convertendo-se, por isso mesmo, em *locus* de encontro, troca e aprendizado (Duffy, 2008). A partir disso, sugere ainda que nossos compromissos emocionais com a música “tragam para a constituição de espaços de sociabilidade a interface entre indivíduo e comunidade, processos que são pessoais, comuns e, ao mesmo tempo, significativos para a nossa conexão com o espaço” (Duffy, 2008: 106). Associada a essa ideia, cabe considerar a importância da música como fator de coesão e controle social (Matarasso, 1997). Tal aspecto foi evidenciado de forma significativa na pesquisa realizada em Lisboa, especialmente no tocante aos dados, já apresentados no Capítulo 4, referentes à discussão sobre cosmopolitismo e marketing da etnicidade.

É preciso lembrar que a música e o som são, hoje, responsáveis por levarem as pessoas para as ruas e construírem novos afetos, a partir de suas histórias, uma vez que provocam emoções que ajudam a constituir lugares (Juslin e Sloboda, 1997). O sentido de comunidade promovido por eles está manifesto no conceito do *place attachment* de Wynn e Yetis-Bayraktar (2016), e é central para evidenciar o acoplamento pessoa-lugar. Duffy (2000) salienta que, muitas vezes, o som está ligado a locais e tempos específicos, que podem ser lembrados muito tempo depois, caracterizando-se como definidor para a criação de referências a médio e longo prazo.

Caso contemporâneo derivado dessa ideia, a Virada Cultural ancorou, gradualmente, a fruição dos diferentes estilos musicais em sua programação a espaços-tempo específicos do centro histórico paulistano desde 2005. São exemplos dessa ideia o forró na Praça do Patriarca e a música brega no Largo do Arouche. O mesmo princípio aconteceu em casos, cujo foco de atração não esteve necessariamente ligado à música, como o teatro infantil no Jardim da Luz, ou os espetáculos de dança aérea nas imediações do Vale do Anhangabaú e Teatro Municipal.

Ao olharmos para os dados de terreno, em São Paulo, encontramos também uma série de evidências que nos fazem pensar sobre a criação de atmosferas específicas para o

engajamento do *gathering power* do lugar (Casey, 1996), e para a criação de experiências urbanas pouco usuais, classificadas pelos canais oficiais de divulgação da Virada Cultural como “atividades de inversão de expectativas” (Virada Cultural, 2016).

Na véspera do festival em São Paulo, e no âmbito da observação no terreno, lembro-me de ver as ruas da região do centro tomadas por *containers*, estruturas divisórias, geradores, caixas de som, fiação. Pouco a pouco, notei que a cidade passava a respirar uma outra atmosfera, convertendo-se num grande mosaico de palcos para a Virada Cultural.



Figura 6.3: Ambientação Pública - Totem Virada Cultural em 2011.
Fonte: Bartolini (2011).

A criação de atmosfera urbana em ambas as cidades era feita pela estabilização de efemeridades, de modo a evidenciar a importância da métrica pedestre dentro de um determinado perímetro urbano. Isso porque, quando as atrações eram dispostas muito distantes umas das outras, parte do referencial afetivo proporcionado pelas escalas menores era perdido. A condição de evento caminhável se tornou marca registrada importante para o caso da Virada Cultural, e foi fato gerador de toda a crítica levantada, após todas as discussões com a alteração do formato do evento, a partir de 2017. Sob o slogan

“Espalhada Cultural”, a capa do Guia Especial Folha (2017) endossou essa ideia, desencadeando uma série de críticas publicadas na mídia: "Acho que ter colocado os artistas principais longe deu uma miada. A gente fazia tudo andando. E a chuva ajudou também" (Domingos *et al.*, 2017). “*Eu estive na Virada Cultural este ano, e vi que foi mais esvaziada do que nos anos anteriores. Cheguei no sábado, por volta das nove da noite, e dei a volta no centro. Eu faço isso todos os anos*” (Entrevistada S12 - produtora cultural - Arueira e Difusa Fronteira Produções).

Em São Paulo, a expressão “dar a volta no centro” utilizada pela Entrevistada S12 sugere a existência de microterritorialidades específicas para as ruas abrangidas pelos palcos mais tradicionais da Virada Cultural. A exemplo dos anos anteriores, enquanto a distribuição dos totens com a programação e demarcação de roteiros acontecia (Figura 6.3), havia uma trégua para a segurança, permitindo a presença do público nas ruas. A “função de rolha” dos palcos também ajudava no controle e definição de percursos no evento. Todos esses agentes acabavam por atuar em conjunto na geração de novas dinâmicas de apropriação do espaço público, em São Paulo.

O discurso observado no material de propaganda da Virada Cultural, em especial nos seus programas impressos (Figura 6.13), comprova a ideia de cumplicidade entre público e evento. O encarte de 2013, por exemplo, utiliza-se do slogan *Venha viver a Virada*, enquanto o de 2014 apresenta *A cidade em festa*. Dessa forma, a importância de manutenção dos espaços para fortalecimento de referências e identidades produzidas pelo evento foi sugerida pelo Entrevistado S8, professor universitário e gestor público na Prefeitura Municipal de São Paulo, o qual endossou em sua fala o vínculo existente entre a Virada Cultural e o centro da cidade.

A Virada ela é a festa do centro. O centro reúne as pessoas da cidade inteira. É uma celebração de toda a cidade. Assim como sei lá, numa festa religiosa, né? Sei lá, no Corpus Christi de um lugar qualquer, vai todo mundo para um lugar só. Isso é histórico, né? As festas têm referências espaciais.

Tal passagem nos relembra do significado da celebração pública como processo ritual e elemento agregador de uma sacralidade comunitária, defendido por Durkheim ([1912] 2003). Além disso, a ideia de festa pressupõe que as atrações aconteçam de forma

fluida, numa condição de liminaridade que não enfatiza um ou outro palco, ou o início/fim de cada atividade, mas o elo estabelecido entre eles para criar o estado de encantamento do espaço público junto do público frequentador. Em São Paulo, a saída de casa para ir à Virada Cultural pode ser comparada com uma saída em dias de carnaval: não interessa tanto se buscarei um ou outro bloco, um ou outro trio elétrico ou artista. O que vale, neste caso, é a presença na rua; o “dar a volta” pelos palcos no centro (tal como sugerido há pouco pela Entrevistada S12), a experiência de ver suas expectativas invertidas, frente aos espetáculos; e as paisagens sonoras inesperadas, em meio à presença pouco usual de pessoas e artistas na rua, durante a madrugada.

Na contramão deste argumento, em São Paulo, a colagem de diferentes estéticas não resultou em grande sucesso na montagem de alguns espaços que abrigaram as atividades da 13ª edição do evento, em 2017.

O Palco Anhembi, localizado no início de um circuito planejado para acontecer no Sambódromo municipal, criou fraca conexão com o palco de música eletrônica, localizado no meio do mesmo circuito que, por sua vez, pouco dialogava com o parque de diversões produzido na outra ponta da avenida. No geral, o conjunto era formado de um *continuum* artificializado de cenários que se mantiveram esvaziados, durante grande parte do evento, tal como pude registrar nas observações feitas, no dia 20 de maio de 2017. Durante os dias do evento, a diversidade da programação paralela, criada para acompanhar o clima dilatado da Virada, era gritante: artistas de rua, performances improvisadas e vendedores ambulantes davam novas cores às ruas do centro. Nas imediações da rua Barão de Itapetininga e em várias de suas ruas paralelas, feiras de roupa, artesanato e frutas compunham a paisagem ao lado rodas de samba e bares com música, lembrando-nos que as ruas do centro podem ser lugar permanência, e não apenas lugares de transição.

O fracasso de ações como o Palco Anhembi e o Palco Interlagos, em São Paulo, foi reflexo disso: nesses eventos, o foco foi colocado nas atrações e não, necessariamente, no interstício existente entre elas, onde habita parte significativa do encantamento dos eventos

derivados dos modelos SXSW e Nuit Blanche. A partir de uma perspectiva visual, o cenário-palco se mistura com a arquitetura da cidade, na mesma medida em que a experiência sonora do concerto tem a possibilidade de ser tão relevante quanto aquela vivenciada a caminho de outro palco: uma sessão de karaokê ou uma banda de rua podem, facilmente, prender a atenção do público participante que esteja pelas ruas do centro de São Paulo. Esses e outros exemplos de observação do terreno de pesquisa nos ajudam a perceber de que forma os festivais de música nos oferecem experiências únicas sobre como conectar pessoas e lugares.

Em relação aos usos do cotidiano no centro durante a Virada Cultural, a fala do Entrevistado S7, jornalista do Estado de São Paulo, chama a atenção para esse ponto:

O pé na rua que eu acho que é o mais importante da Virada. Então, avaliando coberturas e linhas editoriais em si, eu vejo na verdade mais falhas na ideia de que não se percebe exatamente o que deveria ser dito ali. É muito mais interessante ter histórias, eu imagino pelo menos, para mim numa história que eu gostaria mais de ver, a Virada sendo narrada neste começo meio e fim de pessoas, que tipo de gente esteve em que tipo de show, para onde as massas caminharam, que tipo de coisas elas fizeram, de onde vieram, para onde vão; você entende?

Eventos públicos tiram as pessoas do seu espaço de conforto e trazem com eles a possibilidade de surpresas que podem acontecer a qualquer momento. Diferentemente do sentido pré fabricado de festivais de cunho mais comerciais, em festivais com formatos inusitados, como é o caso da Virada Cultural, os elementos surpresas ainda podem condicionar, positivamente, a experiência do sujeito na cidade. Se nos formatos *mainstream* é comum a existência de áreas segmentadas para alimentação, casas de banho e *merchandising*, por exemplo; no caso dos grandes eventos públicos a céu aberto é justamente a pouca previsibilidade das circunstâncias que pode enriquecer a experiência do público frequentador. As barracas de alimentação e bares dispersos pelas ruas do centro, os comércios abertos, durante a noite, e áreas de descanso improvisadas podem ser uma surpresa constante, ao mesmo tempo que geram um sentido maior de urbanidade.

Tais ações de estetização do espaço urbano definem também como um festival pode estar integrado à cidade. A respeito do caso de estudo em Portugal, o espaço como marcador de sentido para o evento apareceu de maneira expressiva na fala da Entrevistada L1, produtora da Música no Coração: “*Nós dizemos sempre que há aqui um cabeça de cartaz e, talvez, o principal cabeça de cartaz do Mexefest seja a Avenida da Liberdade*”. Por isso mesmo, a análise do local e áreas adjacentes que serviram de palco para as atividades do festival ganharam ênfase, uma vez que passaram a atuar como ator não-humano (Latour, 2012) na dinâmica de montagem do festival, evidenciando paulatinamente uma série de redes importantes para a compreensão dos mecanismos de modulação exercidos entre o Mexefest e sua cidade sede. Ao analisar os comentários feitos nas redes sociais do evento, foram encontradas referências às memórias afetivas do público, associando o festival, de maneira positiva e direta, à Lisboa. É disso ilustrativo o trecho da entrevista concedida pelo presidente da Produtora Música no Coração ao portal de notícias Espalha Factos:

O Mexefest tem esta particularidade, além de dar a conhecer música nova, mostra sítios de Lisboa. Há muita gente que é de Lisboa que não conhece a Sociedade Portuguesa de Geografia, nunca lá foi. [...] E depois os artistas ficam maravilhados com a tranquilidade que se vive na cidade, com a beleza dos edifícios e com a boa onda das pessoas (Sapo 24, 2016: 1).

Aqui, subjaz a retórica de descoberta e encantamento da cidade, não apenas para turistas, mas também para que habitantes descubram aspectos desconhecidos e lugares pitorescos de Lisboa. O argumento do festival como ferramenta-chave de novos acessos à cidade preponderou, especialmente, no caso português. As falas das Entrevistadas L12, L11 e L9 e do Entrevistado L7 confirmam essa ideia do público participante e intermediários culturais ligados ao Mexefest:

Eu acho que o Mexefest é mesmo uma exceção. Para mim, é completamente diferente de outros festivais. É mais atrativo. A questão dos locais onde se realizam os concertos. São locais muito emblemáticos na cidade, locais onde nós não vamos habitualmente; são também inusitados, porque nem todos são salas de concertos não é? Pode ser uma igreja, um palácio, uma sala de cinema. Para mim, isso é mais interessante do que os festivais feitos nos

recintos criados para o festival. Aqui, estamos a viver na cidade, mas integrados no festival (Entrevistada L12 - gestora cultural e público participante).

Ao lado do Coliseu, há a Sociedade de Geografia, uma sala lindíssima que eu não conhecia antes do festival. Acho que nisso o Mexefest é muito bom, porque nos leva a ir a sítios, eu nem sabia que aquilo existia. É uma sala que não tem muita atividade, ao longo do ano, e a sala é assim um sonho. É aquelas coisas que no nosso dia a dia não estamos a observar (Entrevistada L11 - jornalista - Revista Blitz).

Sem dúvida que a minha experiência com o Mexefest mudou a minha percepção de Lisboa: fez-me visitar locais que, anteriormente, eram apenas de passagem; fez-me conhecê-los a fundo, por dentro, a horas do dia nas quais eu não os visitaria; fez-me ver concertos em sítios inacreditáveis e inimagináveis; faz-me ver a cidade de um outro prisma; faz-me sentir a "experiência festivaleira" de outra forma, num outro contexto, numa outra altura do ano; faz-me "cortar" a rotina de vida, em Lisboa. O Mexefest tem um nome mesmo adequado - faz mexer, tanto a mim, como à cidade! (Entrevistada L9 - estudante e público participante).

Dos lugares que frequentei, nunca tinha ido ao Coliseu, nem ao Capitólio nem à garagem da EPAL. É provável que volte a frequentar um desses lugares. [...] Acredito que algo que possa ter surgido, após a vivência no festival, foi perceber a quantidade de lugares concentrados propícios para a atividade cultural. Só aumentou a sensação de que Lisboa é uma cidade fantástica do ponto de vista da diversidade cultural. O que me faz sentir cada vez melhor em viver aqui (Entrevistado L7 - biólogo e público participante).

O mesmo tom discursivo apareceu na matéria realizada pelo repórter João Paulo Sousa para o canal televisivo SIC Radical, em 30 de novembro de 2016 (Curto Circuito Web, 2016). Nele, uma das entrevistadas é direta na resposta à pergunta: “O que lhe parece este formato do Vodafone Mexefest?”. Segundo ela: “Eu gosto muito, porque dá para conhecer a cidade toda de Lisboa e descobrir os caminhos que mesmo as pessoas que vivem aqui há anos não conhecem”. Em diferentes nuances e com a citação de lugares e experiências distintas, todas essas falas apontam para um mesmo argumento: o festival como pretexto para descobrir a cidade de Lisboa, tal qual resumido pela fala do Entrevistado L3, diretor criativo da empresa Big Fish: “*Acho que a música, neste caso, acaba por nos trazer a cidade de uma forma surpreendente. As pessoas acabam por circular e irem à descoberta. O Mexefest é um festival de descobertas*”.

Embora a fruição cultural dos concertos seja importante, outras falas captadas nas entrevistas feitas com o público participante e intermediários culturais, em Lisboa, endossam as ideias apresentadas anteriormente, desta vez com foco em questões relacionadas com a apropriação do espaço urbano por parte do festival.

Eu acho que a questão dos espaços é o que diferencia mais; mas, claro, se o cartaz não fosse bom não iria só pelos espaços, não é? Eu acho que as duas componentes são o que torna o festival distintivo para mim (Entrevistada L12 - gestora cultural e público participante).

Se calhar o Mexefest é o festival que eu vou menos pelo cartaz. [...] Tem aqueles artistas que me fazem ir e tem aqueles artistas que eu sei que à partida, vou gostar. Acabo por ir, porque a experiência para mim de conhecer a cidade e estar com as pessoas e de festival compensa, completamente (Entrevistada L9 - estudante e público participante).

Em outro festival que é o Caixa Alfama¹⁰³, há muita gente que lá vai e diz “mas eu não vinha à Alfama, há não sei lá quantos anos”, e há este prazer

¹⁰³ O Caixa Alfama também é realizado pela produtora Música no Coração. Acontece, anualmente, em Lisboa durante o mês de setembro, e tem suas atrações focalizados no fado, estilo musical tradicionalmente português e característico do bairro que dá nome ao festival.

também que a música pode trazer que é o da redescoberta de determinadas zonas da cidade (Entrevistada L1 - produtora Música no Coração).

Em São Paulo, o argumento da Virada Cultural de forma direta como descoberta da cidade apareceu na fala da Entrevistada S6, produtora envolvida na organização do eventos: “*A história da Virada é mais uma experiência única, diferente do que a programação seja só um atrativo, ela é um espaço para descobrir coisas novas*”. Nesse contexto, o tema foi adentrado mais pelo viés do evento como agenciador da vida pública e da retomada da noite. Em diferentes medidas, tanto a Virada Cultural quanto o Mexefest podem ser reconhecidos como práticas exitosas para a criação de sentido do comunidade e pertencimento aos seus lugares de atuação. Por todas as nuances discutidas e em termos de ambientação, envolvimento e criação de uma atmosfera musical, suas cidades-sede guardam relação com a ideia de *eventful moments*, defendida por Duffy *et al.* (2007).

6.3.1 - Espaços de passagem, espaços de permanência

Lisboa, 18 de novembro de 2016. *Rush* no final de expediente de trabalho semanal, 6 horas da tarde. Momento escolhido para o evento “Vodafone Band Scouting”, etapa final do concurso de bandas promovido pelos realizadores do Mexefest. 6 dos 150 grupos registrados no processo de inscrição foram selecionados para um concerto-casting em um espaço inusitado: a estação de metro Alameda, ponto de intersecção estratégico entre as Linhas Vermelha e Verde. Habitualmente, um espaço sem qualquer tipo de imobiliário. No saguão de trânsito entre as áreas de embarque, estavam distribuídas caixas de som, fios e microfones. O cenário era complementado por um palco montado para receber os grupos musicais, e técnicos de som equalizavam os instrumentos musicais para os últimos ensaios. A área demarcada compreendia toda a parte interna aos controles da catraca, e um zigue-zague sem fim de pessoas cruzava a área do evento, cada vez que um vagão de metro chegava no piso inferior (Figura 6.4).

Passageiros em trânsito passavam a dividir espaço com a plateia, que pouco a pouco se avolumava à espera do início do concerto. Quarenta a cinquenta pessoas sentadas e cerca de outras setenta em pé, acompanhando o evento. Junto à passarela de ligação da Linha Verde com a saída para a Avenida Afonso Henriques, esgueirava-se também parte do público, um nível acima do piso onde o palco estava montado, fazendo deste um evento para ser visto sob vários ângulos. A ideia é que cada uma das bandas fizesse uma apresentação, durante 15 minutos, perante o júri, o qual seleccionaria dois finalistas para abrir o palco da Rádio Vodafone FM na Estação Ferroviária do Rossio, na semana seguinte, durante a 8ª edição do Mexefest.

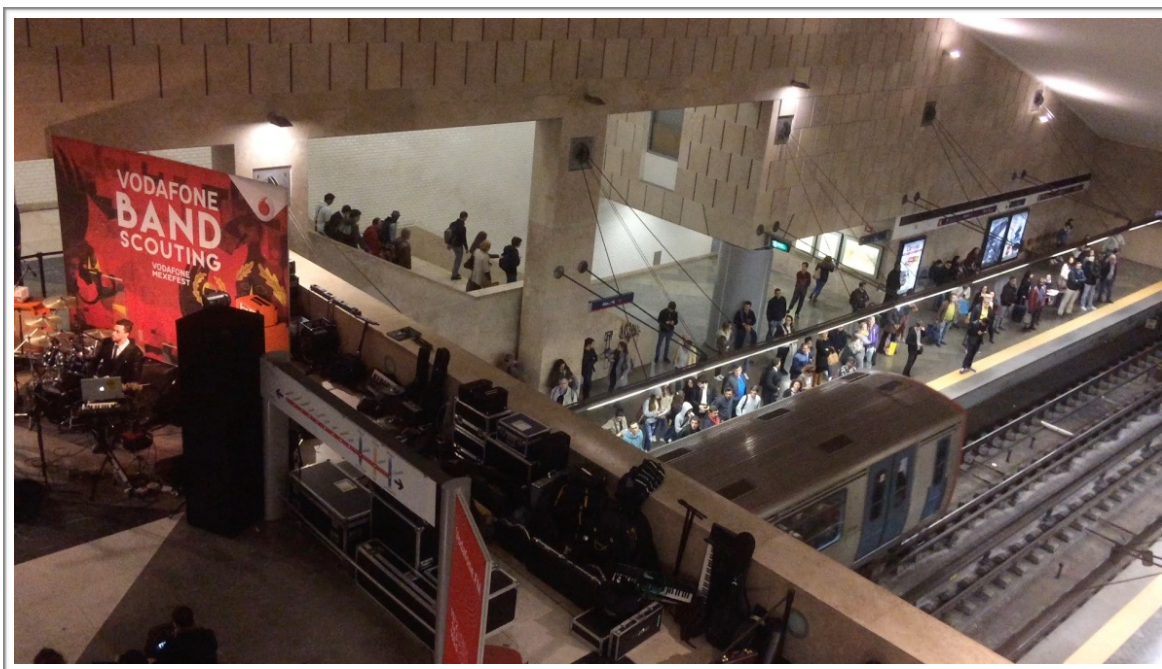


Figura 6.4: Vodafone Band Scouting 2016 - Metro Alameda.
Fotografia do autor.

Do Alameda para o Rossio, é possível pensarmos em um diálogo possível entre o Vodafone Band Scouting e o Mexefest, relacionando o evento com o próprio fato de que a Avenida da Liberdade é cruzada por três das quatro linhas de metro da cidade. A centralidade do lugar - para o qual se projeta a simbólica do “coração de Lisboa” que o evento espera ocupar - é metaforizada pela possibilidade de descer na Estação Marquês de

Pombal (Linhas Azul e Amarela), na Estação Avenida/Estação Restauradores (Linha Azul) e na Estação Rossio (Linhas Azul e Verde).

Do outro lado do Atlântico, dez anos antes¹⁰⁴, o edital de contratação de espetáculos de rua para a Virada Cultural 2007 pode suscitar ligações diretas com a ideia dos cruzamentos promovidos pela cultura no espaço urbano, de certa maneira também tematizados no evento Vodafone Band Scouting. Endereçado à Cooperativa Paulista de Teatro, o documento sugeriu algumas necessidades contratuais específicas para a Virada Cultural daquele ano:

[...] Com o objetivo de minimizar os desencontros e falhas de programação, e para maior inteligência na distribuição dos grupos, pedimos que se inscrevam os interessados em uma ou mais das seguintes categorias:

1 –Espetáculos e números para apresentação de rua propriamente dita, sem estrutura de som ou luz, sem tablados ou construções, tendo a própria cidade e sua arquitetura como suporte. Pedimos indicar locais favoráveis e horários desejados, para possível adequação (inclusive espetáculos infantis para serem encenados em parques).

2 –Números de rua, propriamente ditos, com potencial e volume para adentrar multidões, penetrando grandes plateias já formadas para espetáculos musicais, artistas que preferencialmente se valham de cenários móveis visíveis à distância, como carros, carroças etc.

3 –Espetáculos para apresentação de rua que necessitem de um ponto fixo, indicando necessidades estruturais como tablado, sonorização ou recursos de iluminação.

4 –Números curtos para apresentação em grande palco, com potencial para servir ao intervalo entre as atrações musicais.

5 –Espetáculos ou números para apresentação dentro de ônibus urbanos [...].

¹⁰⁴ Como acontece com outros excertos nesta tese, mesmo levando-se em consideração que a análise empírica em trâmite está focada na atualidade, o recuo temporal faz-se necessário, aqui, tendo em vista a importância deste documento como dado de pesquisa, para lá de seu significado, enquanto marco para as medidas administrativas contratuais tomadas na gestão pública da cultura no país naquela época.

6 –Espetáculos ou números para apresentação nos vagões e/ou plataformas do Metrô.

7 –Artistas com habilidades individuais, para contratação pessoal, que desejem passar a noite no centro velho da cidade, entre os diversos palcos e atrações, exercitando suas aptidões, inclusive circenses, como equilibristas, monociclistas e pnalas (Anexo III).

Aqui, é possível constatar a modulação no controle regulatório do festival, ocorrendo através de um documento oficial da Prefeitura Municipal de São Paulo. Expedido pelo Departamento de Expansão Cultural dessa instituição, o edital é uma fonte interessante para pensarmos sobre os objetivos dos programadores no relacionamento entre festival e cidade: “espaços pouco usuais”, atrações que tenham “a própria cidade e sua arquitetura como suporte” são expressões pouco usuais para documentos administrativos, na área da gestão cultural. A retórica que conduz o teor geral do documento serve para nos mostrar o desfazimento da concepção clássica de evento e performance, ao mesmo tempo em que endossa a ideia de que “a delimitação de um espaço e um tempo especiais constitui elemento formal de grande importância na prática festiva [...] inerente à forma simbólica da sua realização e, ao mesmo tempo, revelador do significado e importância que ela assume” (Costa, 2008: 166). Conforme nos sugere o teor do texto, a estratégia passa, entre outros, pela contratação de espetáculos que trazem uma nova leitura ao princípio forma/função dos espaços urbanos (Nunes Junior, 2016), saindo de espaços fechados para ganhar a rua e outros ambientes públicos.

O diálogo entre estética, cidade e política é apresentado, aqui, de forma interessante, especialmente quando o documento coloca ênfase em questões pouco convencionais, a exemplo da contratação de espetáculos em movimento: “cenários móveis e propostas que tenham por intuito mais a interação com o público do que, propriamente, o formato convencional de espetáculos com potencial e volume para adentrar multidões, penetrando grandes plateias já formadas para espetáculos musicais”. Ou, então, para serem realizados em locais de trânsito, aproximando-se do modelo praticado pelo Vodafone Band Scouting, tal como pregam os itens 5 e 6 do documento citado: “espetáculos ou números para apresentação dentro de ônibus urbanos, [...] vagões e/ou plataformas do metrô”.

Exemplo de um fazer político de resistência, o chamamento público para a contratação de espetáculos teatrais para a Virada Cultural, em 2007, posteriormente ajudou a desenhar, espelhada no mesmo formato, a programação cultural pelo país. Além das 26 cidades que já replicaram o modelo de interação com a plateia nos interstícios entre palcos, é possível dizer que, atualmente, uma série de eventos têm percebido o espaço público como lugar de permanência, transformando seu papel de servirem apenas como lugares de passagem. Embora de naturezas divergentes, tanto o Vodafone Band Scouting quanto o edital expedido pela Prefeitura Municipal de São Paulo trazem elementos importantes para pensarmos nas características da Virada Cultural e do Mexefest como eventos móveis, exercendo cruzamentos interessantes no espaço urbano e introduzindo neles uma dinâmica cinética nova.

6.4 Ambientação, *placemaking* e estetização do espaço urbano

Tal como discutido no Capítulo 5, a música aparece, hoje, como pano de fundo para uma infinidade de experiências e está presente em nossas ações mais triviais. Como Kassabian (2013: 8) aponta: “sua onipresença na vida cotidiana [...] cresceu, ao longo do século XX, e continuou a crescer no século XXI”¹⁰⁵. Música e espaço têm-se conectado, dessa forma, numa simbiose que tem se intensificado na cidade. Além dos concertos e atividades culturais formalmente distribuídas nos interstícios das metrópoles contemporâneas, é possível citar também a presença de uma série de elementos que atestam sua presença ubíqua nos cotidianos urbanos: artistas de rua, música no metrô, *jingles*, campanhas publicitárias; para lá da música ambiente presente em lojas, academias, supermercados, centros comerciais, entre outros.

A este respeito, é importante que resgatemos a ideia de George Reville (2016), que concebe o espaço de forma processual, a partir de uma relação sócio-material que, subvencionada pelo conceito de modulação, possibilita-nos compreender como a determinação de designs, agenciamentos e horários podem atuar como agenciamentos definidores do espaço. Nesse processo, é preciso recordar que ritmo e paisagem sonora não estão ligados apenas à música na ambientação de festivais (Duffy *et al.*, 2007). Neles:

¹⁰⁵ Tradução livre do autor. No original “*The omnipresence of music in daily life [...] grew throughout the twentieth century and continuous to grow in the twenty first*” (Kassabian, 2013: 8).

O tempo-espaço rítmico não são apenas os sons audíveis que estruturam o espaço, mas também as ocorrências repetidas - as atividades da vida cotidiana - e os conjuntos de relacionamentos que ocorrem dentro desse espaço estruturado ritmicamente. Vários sons (sejam eles transmitidos como música ou como amálgama de diferentes ruídos de presentes como pano de fundo) invadem e envolvem o espaço físico [...] criando um ritmo particular - seja musical, físico ou psicológico¹⁰⁶ (Duffy *et al.*, 2007: 5).

Tomando como pressuposto que o corpo vivente é central para a produção do lugar (Pink, 2009), defendo que a ambientação em eventos desse tipo precisa funcionar não apenas com o foco colocado no concerto, mas com base no encadeamento geral dos sentidos. Isso porque o corpo, enquanto vivente da experiência, é permeado pela performance total do evento, e seus sentidos serão estimulados de acordo com os objetivos fins de cada celebração (Pink, 2009). Em Lisboa, além da performance do grupo *Kumpania Alzarra* e do efeito sinestésico das instalações e cubos luminosos (Figura 6.5), por exemplo, uma série de outras ações de ativação capitaneadas pela Big Fish exerceram alto impacto na apreensão do festival por parte do público.



Figura 6.5: Ambientação Pública - Cubos luminosos.
Fonte: Vodafone Mexefest (2016a).

¹⁰⁶ Tradução livre do autor. No original “*Rhythmic time-space is, therefore, not only the audible sounds that structure space, but also the repeated occurrences – the repetitive activities of daily life – and the sets of relationships occurring within that rhythmically structured space. Various sounds (whether broadcast as music or an amalgam of different types of background noise) invade and envelop physical space, [...] creating a particular rhythm – whether musical, physical or psychological*” (Duffy *et al.*, 2007: 5).

Nelas, som e imagem se colam para o acoplamento entre experiência e trilha sonora e, nesse processo, é preciso nos lembrarmos que percepção sonora e percepção visual têm ritmos próprios (Chion, 1994). Para lá dessas mesclas sensoriais, é importante também levarmos em conta a relação entre o espaço e produção de significados pelos intermediários culturais. Tendo em vista que ele é construído a partir da tomada de imagens durante a criação do *placemaking* (Vannini e Stewart's, 2017), e que podem se constituir como formas analógicas dos processos de modulação que envolvem festival e cidade. No Mexefest 2016, a cadeia produtiva da criação de imagens e sons teve início no setor de marketing da Vodafone, como apreendido na fala da Entrevistada L13, gestora de eventos e patrocínios da empresa: “*O trabalho começa na área de marketing, essencialmente no setor de eventos e patrocínios. O processo que fazemos normalmente é lançamos um briefing para a empresa de ativação, que é a Big Fish*”. Tais estratégias guardam relação com os princípios de marca, discutidos anteriormente, e estão associadas à economia da experiência no marketing de festivais, através de memórias vividas pelo público participante (Manthiou *et al.*, 2014) e dos efeitos de eventos especiais no design da imagem da cidade (Liu e Chong, 2007).

Várias foram as estratégias utilizadas para a ativação de marca, durante o processo de ambientação da região da Avenida da Liberdade, no acolhimento das atividades do Mexefest. Desde a decoração com luzes, *banners* temáticos no centro histórico e construção de totens temporários, até o estabelecimento de um complexo plano de comunicação, para alinhar o conceito com a estrutura física e imagem do evento. Foram inúmeros os profissionais contratados para colocar em prática as estratégias de *placemaking* na realização do festival. Para tanto, a empresa Big Fish teve papel fundamental para garantir que a relação entre marca, *branding* e espaço público pudesse estabelecer o acoplamento da marca da Vodafone com a cidade de Lisboa de maneira assertiva. Em entrevista à SIC, no dia 30 de novembro de 2016 (Curto Circuito Web, 2016), a diretora de marca da Vodafone sugere de que forma isso é feito:

Temos os cubos e os cubos vão marcar de alguma forma a decoração, temos umas faixas magníficas, ali na Rua das Portas de Santo Antão, que fazem um enquadramento cênico brutal. Mas, depois, há coisas que nós repetimos porque, de fato, são muito bem-sucedidas. Nós temos o Vodafone Bus que vai do Marques até os Restauradores e, depois, temos o palco Vodafone FM que tem um enquadramento lindo, com o Castelo de São Jorge atrás e que explica o *mood* que temos neste festival, que é casar de facto o bom que a cidade tem com a boa música, com a música de qualidade.

A atmosfera musical do Mexefest foi criada, nesse ínterim, para servir como estabilizadora de uma determinada noção de espaço e tempo urbanos. As diferentes ações de ativação de marca encontradas durante a coleta dos dados de pesquisa ajudam a compreender melhor esta ideia, a exemplo deste excerto do material de divulgação, entregue ao público participante da Conferência de Imprensa Vodafone Mexefest, no dia 2 de novembro de 2016:

E porque os momentos inusitados fazem também parte do ADN do Vodafone Mexefest, neste ano haverá Concertos Surpresa [...] para tornar a experiência ainda mais surpreendente e inesquecível. A varanda central do Coliseu dos Recreios vai transformar-se em mais um dos espaços do Festival com o Vodafone Cuckoo. Como num relógio que toca sempre à hora certa, quando ele soar, anunciar-se-á a chegada de um músico para uma performance exclusiva (Anexo IV).

Esse processo de ativação de marca guarda relação com as ideias de música (performance), tempo urbano (à hora certa) e espaço (a varanda do Coliseu), já discutidas anteriormente, que por sua vez estão associadas à noção de liberdade controlada sugerida pelo conceito de modulação (Deleuze, 1991; Simondon, [1958] 2005); Hui (2015).

Um dos palcos de maior sucesso do Vodafone Mexefest é o Vodafone Bus. Ao circular na Avenida da Liberdade, assegura o trajeto entre o Marquês e os Restauradores aos portadores de pulseira do Festival, em viagens acompanhadas ao som de novos artistas. [...] O Vodafone Mexefest é palco para a estreia do novo crossover Toyota C-HR, que dá nome a uma das salas icônicas do Festival. Adicionalmente, 15 Toyota C-HR vão dar boleias gratuitas, com viagens em contínuo na Avenida da Liberdade [...]. A Toyota assegura, ainda, a frota para o transporte de artistas e logística do Vodafone Mexefest (Anexo IV).

No desdobramento da pesquisa, chamou-me a atenção o discurso sobre a descoberta de lugares e a ativação de espaços culturais alternativos, utilizados pelos canais de comunicação do Mexefest. Nesse evento, o garimpo por lugares-surpresa ou usos inéditos de um local está ligado ao princípio da desconstrução, da escolha e do *vir a ser*, carregando em si possibilidades infinitas, a exemplo da transformação do Cineteatro Capitólio em três ambientes, ou do uso do sótão e palco principal do Teatro Tivoli - ambos espaços participantes da 8ª edição do evento.

A possibilidade de escolher entre uma série de lugares dialoga, aqui, com o dispositivo *shuffle* discutido no Capítulo 5, e está relacionada, também, com a ideia de cruzamento em potencial do espaço urbano contemporâneo - princípio fundamental que sustenta a retórica de poder, nas metrópoles contemporâneas. Em outras palavras, é possível dizer que uma cidade detém tanto mais poder de atração de turistas e consumidores de cultura, quanto maior for sua capacidade de combinar informações, a exemplo da oferta de boleias para o encurtamento das distâncias, ou da varanda que se converte em cenário para o concerto-surpresa. Advém daí o interesse em espaços de usos versáteis e favoráveis a experiências *shuffle*: a combinatória de artistas num mesmo concerto, a realização de diferentes concertos em um mesmo festival, ou a organização de vários festivais, numa mesma época do ano, empodera e dá visibilidade à cidade no mercado de bens simbólicos.

Amalgamado com a ambiência urbana, o efeito *shuffle* pode ganhar, portanto, uma dimensão que também passa a ser estrutural e arquitetônica: ao colarem-se com o princípio

da fugacidade, seus elementos de combinatória se aproximam de um *modus operandi* que faz a cidade funcionar de forma veloz e mais versátil. Para a criação de um desenho macroestrutural unificador das subjetividades individuais aos modos de vidas urbanos possíveis, a atenção precisa ser reorientada na dimensão transformadora do espaço e, por conseguinte, às emoções e ligações afetivas criadas em decorrência de seus usos. Por esse motivo, os apelos à imagem e a outros artifícios que nos convidem a uma experiência sinestésica com o evento têm sido, cada vez mais comuns, nas campanhas de comunicação levadas a cabo por parte dos intermediários culturais.

O mapa de espaços do Mexefest 2016, apresentado no Capítulo 3 (Figura 3.2), sobrepõe as ruas e marcos de referência da área de abrangência do festival com camadas de um design gráfico lúdico. O resultado gráfico ajuda a converter a Avenida da Liberdade em ícone sonoro e espinha dorsal, unindo a Praça dos Restauradores à Rotunda do Marquês de Pombal, em composição com os endereços satélites do evento. O filtro vermelho está presente em toda a campanha de imagem promovida pelo festival em 2016, territorializando o espaço à sua marca, também, através da imagem. Anos antes, a mesma paleta de cor já aparecia em diferentes materiais de imagem do festival (Vodafone FM, 2014). A animação que fecha o vídeo de divulgação da 6ª edição do Mexefest, por exemplo, mostra as lentes vermelhas dos óculos de um manequim futurista no comando das cenas do festival. A câmera que teletransportou o público para o espaço-tempo gerado pelo festival toma novamente seu “lugar de neutralidade”, liberando-o para seu “olhar comum” sobre o mundo.

Ícone imagético central da campanha publicitária criada para a 6ª edição do evento (Figuras 6.6), os óculos foram distribuídos gratuitamente ao público e feitos com lentes 3D, as quais permitiam ver partes específicas da programação ocultas no material impresso. O comentário feito na *fanpage* oficial do evento, em 29 de novembro de 2014, anunciava isto: “O #VodafoneMexefest tem segredos para ti. O Vodafone Best Kept Secrets de ontem foi com os Salto [banda]. Procura os Mupis, põe os óculos ou usa o filtro da app, e descobre as surpresas que temos hoje para ti” (Vodafone Mexefest, 2016b).



Figura 6.6: Óculos 3D - Campanha Mexefest 2014.
Fonte: Vodafone Mexefest (2016a).

Enquanto objeto retórico, que precisa filtrar a visão do público para revelar pistas sobre a programação surpresa, ele atua também como dispositivo metafórico que nos faz pensar ser possível descobrir a cidade, a partir do evento cultural. A ilusão ótica provocada pelos óculos 3D da campanha do festival, em 2014, estava sintonizada com um filtro específico da app disponibilizado pelo Mexefest. Além disso, ela servia como metáfora para a ambientação do espaço urbano naquele ano, aproximando a experiência do festival da criação de identidade com Lisboa. Os holofotes vermelhos distribuídos nas fachadas, ao longo da Rua das Portas de Santo Antão, acionavam o mesmo filtro vermelho encontrado na campanha gráfica do evento, deixando-o mais “instagramável” para circular as redes sociais (Boy e Uitermark, 2016; Nunes e Maia, 2018). A quebra da rotina e a criação de um espaço de exceção se manifestava visualmente algures, na Avenida da Liberdade, pela luz vermelha que anunciava o início do festival, alterando a percepção visual sobre aquele território e imergindo o público passante numa atmosfera idílica.

A criação de ambiência urbana através música e a construção de paisagens sonoras estiveram, nesse sentido, associadas a componentes de ordem visual, colocando em performance uma série de entidades animadas e inanimadas (Latour, 2012) em redes que fizeram da Avenida da Liberdade e arredores um grande *corpus* sinestésico, nos dias do

festival. Essa ideia nos conduz no resgate do conceito de *objectile*, em Deleuze (1991), para pensar a variabilidade como potência, e perceber de que forma o foco no processo de montagem geral do evento pode nos ajudar a compreensão mais alargada da experiência sinestésica proporcionada pelo festival. Nas palavras do próprio Deleuze:

O traço da mesma linha em um movimento contínuo, continuamente tocado pela curva de sua convergência. Esta não é apenas uma concepção temporal, mas também qualitativa do objeto, na medida em que sons e cores são flexíveis e tomados em modulação¹⁰⁷ (Deleuze, 1993: 21).

Dessa forma, compreende-se melhor a música como trilha sonora e o festival como terreno sinestésico. A luz recomposta em vermelho pelos óculos 3D, nos holofotes dispostos nas ruas e na paleta de cores das peças gráficas e virtuais que serviram para a divulgação do festival, atua na ativação de nossos sentidos, segundo o princípio multisensorial que envolve toda a ambiência criada pelo Mexefest. Assim como as camadas de imagens passam a se sobreporem no sistema do filtro revelador gerado pela tecnologia 3D, o próprio mercado de circulação das imagens passará, também, por um processo semelhante. Basta pensarmos nos mecanismos de edição de enquadramento, cor, luz, brilho e aplicação de filtros que imperam no mercado de circulação de imagens e que, para lá de funcionarem por si só como objetos sinestésicos, guardam uma série de relações com a estetização do espaço urbano: aquecer ou esfriar uma cena com a iluminação por exemplo.

A esse respeito, é preciso resgatarmos a ideia de que a natureza, parcialmente ilusória, ou o fator compensatório da criação de atmosfera e espaços de resistência através dos eventos musicais não prejudica o fato de que essas experiências possam ser entendidas como transformadoras (Lefebvre, 1991). Por isso mesmo, eventos podem ser estabilizadores de determinados movimentos na cidade. Ao mesmo tempo em que funcionam como regimes de exceção, vendem a experiência metaforizada da cidade como um conjunto de excepcionalidades organizadas.

¹⁰⁷ Tradução livre do autor. No original “*The trace of the same line in a continuous movement, continually touched by the curve of their convergence. This is not only a temporal but also a qualitative conception of the object, to the extent that sounds and colours are flexible and taken in modulation*” (Deleuze, 1993: 21).



Figura 6.7: Ambientação Pública - Totem Vodafone Mexefest 2016.
Fotografia do autor.

Nas observações realizadas em Lisboa, despertou-me a atenção o contorno e a densidade espacial assumidos pelo Mexefest. Para lá das questões relacionadas à iluminação, durante a semana do evento foi notório como os processos de ativação de marca aconteciam algures pela Avenida da Liberdade: *banners* de diversos tipos e formatos, *backdrops*, painéis, faixas. A exibição do novo carro Toyota estacionado à frente da Casa do Alentejo anunciava e promovia o programa de boleias disponibilizado pelo festival. Os espaços do concerto-surpresa gratuitos e produzidos em locais abertos eram estratégicos para o alcance de público, tal como foi o caso do palco montado no Largo de São Domingos.

A distribuição de totens para indicação de direção (Figura 6.7), painéis luminosos (Figura 6.5) e refletores em tons de vermelho marcavam os trajetos principais do Mexefest. Essa parafernália dava continuidade à campanha de divulgação realizada pela Vodafone, aglutinadas nos meios digitais e gráficos da realização do projeto, segundo a ideia de que

“os elementos juntos não são fixos em forma [...] mas são construídos pelo menos em parte, uma vez que são enredados em conjunto” (Law, 2004: 42). Nesse jogo, a Avenida da Liberdade se converte num grande parque de diversões à escala urbana: os inúmeros bares, cafés e demais atrativos noturnos são costurados pelo festival, num trajeto dinâmico que dobra-se o tempo todo sobre si: descer e subir a Avenida da Liberdade do bloco de espaços da zona dos Restauradores até à zona do Cinema São Jorge era um exercício que poderia ser feito várias vezes, durante a noite, a pé ou de boleia no Vodafone Bus e nos carros promocionais da Toyota.



Figura 6.8: Instalação - Grafonola Vodafone Mexefest 2016.
Fotografia do autor.

Ainda com relação às campanhas de ativação de marca sugeridas por parte da Big Fish, empresa contratada pela Vodafone para atuar junto à produtora Música no Coração na organização do evento, para lá daquelas já mencionadas na seção anterior, chamou a atenção a instalação visual em formato de grafonola (Figura 6.8), armada anualmente para anunciar a chegada do evento. Tendo em vista a referência espacial central ocupada pelo

artefato, o centro da Praça dos Restauradores, a grafonola atua segundo a metáfora de “auscultar o coração da cidade”, ao mesmo tempo que age eficazmente para ativar a marca da Vodafone, do festival e de Lisboa, a partir da música. Ela aparece, aqui, como exemplo importante de *placemaking* e criação de ícone imagético, especialmente no que diz respeito ao papel da escala e da iluminação.

A fala do Entrevistado L3, diretor criativo da Big Fish, esclarece-nos a respeito deste ponto:

A gente tem pensado em termos da experiência do consumidor. Ou seja, o que vai valorizar a experiência do consumidor. É claro que a grafonola tem o princípio de marcação, de visibilidade, mas é importante que a cidade saiba que vai acontecer um evento desta dimensão.

A expressão “experiência do consumidor” cristaliza na grafonola gigante uma série de sentidos e aponta suas redes de significação diretamente para a marca da Vodafone que, segundo sugere o sentido metafórico da instalação, é a responsável metaforicamente por “ouvir o som do coração de Lisboa” e torná-lo público através da programação do Mexefest. Para lá de atuar como referência visual, a grafonola age como criadora de identidade (fidelização de público) e pano de fundo para o grande universo de fotografias que serão, posteriormente, postadas como troféus da experiência nas redes sociais (Aquino, 2016), completando o comércio baseado em experiências pessoais (Rifkin, 200), por parte do público participante do evento.

Todas essas funções atestam que o efeito sinestésico da grafonola gigante, bem como dos placares luminosos, do Vodafone Bus e de outras ações de ativação de marca por parte da Big Fish que exerceram alto impacto na apreensão do festival por parte do público, tendo, muitas das vezes, seguido a lógica de que o descolamento acústico do ambiente aumenta a atenção aos estímulos visuais (Chion, 1994). De acordo com o conceito de trilha sonora desse mesmo autor, há uma dimensão captada pela experiência sensível com o som durante o evento que, embora passível de transmissão, na maior parte dos casos fica depositada na subjetividade daqueles que a saborearam na audiência do concerto de rock ou na performance com música experimental, e que esperam algum dia

poder revivê-la. Assim, o efeito sonoro se cola a diferentes dispositivos de imagem, e o som passa a atuar como um dispositivo potencializador de imagens.

6.5 “Festival de petiscos”, sinestesia e multissensorialidade

Avenida da Liberdade, 3 e 4 de dezembro de 2008. O Super Bock em Stock é narrado pela TVI, numa sequência de dois vídeos: no primeiro deles, com 7 minutos (TVI4, 2008a), o festival é mostrado pela tomada de imagem de pessoas se deslocando apressadamente. No segundo (TVI4, 2008b), a câmara segue uma fila em frente ao Teatro Variedades e enquadra pedestres cruzando a avenida. No guião de ambos os materiais sucedem-se uma lista de lugares e horários de cada atração, além de uma mostra do repertório musical de cada uma das bandas. Intercalado a isso, o repórter aborda o público participante do evento sobre seu percurso referente às atrações selecionadas. As respostas do público apresentam uma semelhança retórica: “Isto é um bocado ao calhas, acaba e escolhemos o que é que vamos ver a seguir / Isso é um bocado complicado, sair do Santogold e ir para o El Perro del Mar vai ser agreste” (TVI4, 2008b). Ensejando em si o princípio básico presente no modelo *shuffle* adotado pelo festival, a pergunta tem por resultado metonímias interessantes: sair do concerto da cantora Santogold, que havia sido no Teatro Tivoli, a caminho do Cabaré Maxime para assistir El Perro del Mar, adjetivado sinestesticamente de “agreste” por parte do entrevistado.

Imaginários sonoros se apresentam atualmente como importantes vetores de escolhas e têm ajudado a estabelecer novos fluxos de bens simbólicos, na sociedade contemporânea. Experimentar um concerto de fado em Lisboa, ir a uma festividade hindu em Nova Deli, participar de um desfile de escola de samba no Rio de Janeiro, assistir a um concerto de flamenco em Sevilha ou experimentar uma cerimônia mevlana em Istambul. Ligadas diretamente à música, essas experiências estão cada vez mais cobiçadas pelos viajantes que buscam colecionar experiências memorosas.

Tal como discutido no Capítulo 2, diversos estudos entendem que a música e, mais amplamente, o som estão cada vez mais implicados no processo de reencantamento da cidade contemporânea (Birdsall, 2013; Wynn, 2015), além de auxiliar na redefinição dos processos de patrimonialização urbana (Peixoto, 2000). Esse modelo de *branding* e marketing urbano tem criado novos padrões de comportamento que aproximam audição e demais canais sensoriais, originando um encadeamento sinestésico em torno de determinado evento. Nas palavras de Pink (2009: 5), “alguns sons ou paisagens sonoras podem [...] ter a mesma função que um determinado cheiro ou um objeto especial [visual] para uma pessoa - por ter a capacidade de evocar uma memória multissensorial”¹⁰⁸.

Por essa razão, a sinestesia tem recorrentemente sido adotada como prática de conduta nos novos mercados de consumo musical, em especial na relação entre audição, olfato e paladar. Kassabian (2004) nos sugere algumas evidências sobre o assunto, quando nos lembra que, atualmente, vários álbuns focados inteiramente na *world music* estão baseados em temáticas que associam determinados países a suas bebidas mais simbólicas (o café, no caso de Brasil e Cuba; ou o chá, no caso da China e Indonésia). Na mesma direção, as matérias de divulgação dos concertos de flamenco sevilhano podem vir acompanhadas de imagens de tapas e *paellas* espanholas, assim como a evocação dos *kiirtans* indianos pode recordar do aroma de incensos, ajudando a imaginar a atmosfera cultural desses lugares.

Como todos esses exemplos se relacionam? Nos casos citados e em tantos outros com os quais nos deparamos, a evocação sensorial da audição é reforçada quase que, invariavelmente, por estímulos visuais e imaginários que resgatam comidas típicas, odores, vestimentas ou “imagens cartão postal” para a enunciação de determinados aspectos sobre este ou aquele país, ou sobre esta ou aquela experiência cultural através da sinestesia. Isso porque, conforme sugere Latour (2007: 39) “ter um corpo é aprender a ser afetado, [...] movido, posto em movimento por outras entidades, humanas ou não-humanas”. Os festivais têm ocupado um importante papel de atuação nessa dinâmica, segundo sua capacidade de criarem atmosfera urbana e retóricas sobre experiências sensoriais sinestésicas. Ambos os terrenos de investigação permitiram-me perceber como o design

¹⁰⁸ Tradução livre do autor. No original “Some sounds or soundscapes can [...] have the same function as a certain smell or a special [visual] object for a person by having the capacity of evoking a multisensory memory” (Pink, 2009: 5).

sensorial, tal como a caracterização do Mexefest, demonstrada anteriormente, pôde impactar na proposição de novos produtos para a economia da experiência (Klingmann, 2007). Particularmente no caso do Mexefest, chamou a atenção o processo de ativação de Lisboa como cidade para “degustação da música nova”.

No exercício de analisar a forma como esse discurso está construído, é preciso que resgatemos a linha discursiva encontrada sobre o histórico do festival (Vodafone Portugal, 2016) que, por sua vez, está relacionada com outras peças de comunicação sobre o evento, a exemplo da postagem feita, em 21 de novembro de 2017, na *fanpage* oficial do evento: “A menos de uma semana do Vodafone Mexefest, está na hora de ouvirem em *loop* os vossos temas preferidos e descobrirem os que ainda não conhecem, nesta bonita *playlist*” (Vodafone Mexefest, 2006b). Discursos similares apareceram nas falas do Entrevistado L10 e da Entrevistada L1, desta vez associando a aleatoriedade característica do festival com o campo retórico da gastronomia:

Isso, no fundo, é um bocado como tapas, não é? Tens que provar um bocadinho de tudo. Seja música, seja espaço. Há muitas vezes que estou no Mexefest e que eu faço uma coisa que é vou correr para aqui e para ali. Se vai haver um concerto na Sociedade de Geografia, eu quero ir sentar naquele edifício que tem dois séculos e quero só olhar para alguém, não me interessa quem, a cantar em frente aquelas escadas. No fundo, a movida e a decisão são muito grandes, têm muita importância, têm muita influência aqui. Tu tens que, efetivamente, ser rápido e andar de um lado para outro, daí o nome também reforçar isso (Entrevistado L10 - Radialista Vodafone FM).

É um festival mais gourmet. Sobretudo para amantes de música, ou seja, é um festival em que as pessoas que lá vão sabem de música, ou conhecem música e gostam realmente de música (Entrevistada L1 - produtora Música no Coração).

A associação com o paladar reforça o selo cultural de capital da gastronomia já associado à imagem de Lisboa, ao mesmo tempo que o transfere para o campo da música, reforçando o imaginário da cidade nessa seara. Referindo-se ao Mexefest como um festival

para "petiscar" música nova em Lisboa (Lusa, 2016), o discurso dos atores midiáticos generaliza e reforça a ideia difundida por seus organizadores. Sobre esse tema, a matéria *Um menu de degustação com travo tuaregue*, do jornalista José Bonifácio (2015), foi o caso mais idiossincrático encontrado no trabalho de análise documental do Mexefest. O artigo está todo escrito, a partir de descrições da experiência com o festival, mesclando-as com o campo da gastronomia:

Não é incomum que um menu de degustação tenha dezena e meia de pratos: prova-se um pouco de tudo, mas come-se cada item em quantidade menor do que numa refeição convencional. A vantagem é que se aprecia uma larga paleta de sabores de uma vez e não é raro ter-se surpresas agradáveis; a desvantagem é a variedade confundir o palato. [...] Do menu destacam-se as rendas de Bombino, as farpas eléctricas dos Glockenwise e 50% dos temas de Ariel Pink. O que não é nada mau, numa só refeição [...] Não foi perfeito, pareceu longo, o que pode dever-se ao cansaço que se vai infiltrando no corpo e ao excesso de sabores que o cérebro tem de processar numa só noite, mas os fãs não ficaram desiludidos (Bonifácio, 2015: 1).

Nesse excerto, é possível ver o esforço sinestésico empreendido pelo jornalista para aglutinar música (audição) e refeição (paladar), reforçando a ideia do Mexefest com um festival no qual é possível potencializar a experiência do festivaleiro por meio de diferentes sentidos. Desde as primeiras edições do evento esse discurso já estava bastante presente. Em um vídeo publicado, no dia 12 de outubro de 2011, o radialista Joaquim Albergaria foi bastante direto sobre o assunto:

O Mexefest é como achar novas iguarias, novos petiscos [...] É quase como teres internet num festival [...]. Não tem barreiras, não tem barreiras nem na música que podemos estar à espera no cartaz, nem tem barreiras no próprio espaço, não estás confinado, estás sempre em movimento. Se não há espaço nesta sala, podes correr para outra e ter uma surpresa qualquer (Música no Coração Oficial, 2011).

Em certa medida, o mesmo tema apareceu também no trabalho de terreno realizado em São Paulo. A fala da Entrevistada S10, coordenadora de comunicação na Secretaria de Cultura de São Paulo, convida-nos a refletir sobre a ligação da capital paulistana a esse imaginário associado, neste caso, ao argumento do cosmopolitismo: “a gastronomia de São

Paulo é conhecida no mundo todo, todos sabem que, em São Paulo, você consegue encontrar restaurantes que representam quase a totalidade das nações”. Essa ideia sugere que estar em São Paulo implica, ao menos em princípio, a possibilidade de degustar os mais diversos sabores do mundo, em combinação com a apreciação de produtos culturais tradicionais e contemporâneos, especialmente, durante a Virada Cultural.

É preciso dizer que, a partir de 2012, a Virada Cultural passou a integrar a gastronomia, de forma mais sistemática, como um dos pilares de sua programação.



Figura 6.9: Guia Especial Agora de 3 de maio de 2012.
Fotografia do autor.

Diferentes fontes documentais encontradas em Guias impressos lançados para a divulgação do evento apresentaram evidências sobre este tema, em especial a matéria de capa do dia 3 de maio, no Guia Especial Agora (2012). Sob a chamada *Virado à paulista*. *Oitava edição da Virada Cultural terá shows pela cidade e barraca de chefs renomados no*

Minhocão (Figura 6.9), a reportagem descreve o conjunto geral de atrações que tomaram lugar nas ruas do centro da cidade de São Paulo, entre os dias 5 e 6 de maio daquele ano, ocasião em que o evento contou com a presença de restaurantes e espaços gastronômicos de São Paulo em sua programação. Tais estabelecimentos levaram parte de seu cardápio para um grande setor gastronômico organizado para funcionar no Elevado Costa e Silva, ícone urbano de São Paulo, popularmente, conhecido como “Minhocão”. Na capa, a imagem do chef de cozinha Henrique Fogaça tem destaque sobre o asfalto que aparece como pano de fundo, aproximando imaginários sobre cultura, modos de vida urbano e gastronomia.

Aqui, é importante que voltemos, novamente, à discussão sobre as implicações do efeito *shuffle* como agente central nos processos mais recentes de modulação estabelecidos entre cidade e festival. A este respeito, outro excerto da matéria de Bonifácio (2015) sobre o Mexefest é reveladora:

Quando o objectivo é provar música, decisões têm de ser tomadas. Apanha-se o fim de Nicolas Godin? O início de Cachupa Psicadélica? E, aqui, convém dizer que se antigamente as pessoas começavam a praticar desporto em Maio para terem um corpo bonito no Verão, agora têm também de ter em conta Outubro, para aguentarem as caminhadas do Mexefest. De modo que a opção foi a Cachupa Psicadélica servida no Palácio Foz, porque ficava mais perto (Bonifácio, 2015: 1).

A atração “servida” no Palácio da Foz, em Lisboa, foi eleita pela facilidade de acesso e logística do roteiro escolhido, frente às opções disponíveis. Comida e música encontram nesse excerto a analogia ao desporto e aos cuidados com o corpo, que aparecem dessa vez como agenciadores do efeito *shuffle*, tendo em vista que na vida real, também, é preciso rentabilizar, ao máximo, a experiência com a degustação das atrações. A mesma ideia apareceu na entrevista concedida pelo presidente da produtora Música no Coração ao Canal SIC Notícias, em 2014 (Notícias Portugal, 2014): “Eu aconselho a não ficar mais de três ou quatro canções por espaço; depois, não perderem muito tempo em jantar, mais vale comerem coisas rápidas para poderem acompanhar o maior número de artistas”.

Entretanto, o argumento que aproxima audição e paladar, no mercado do consumo de música, tem origem anterior. Outro dispositivo metafórico já havia sido utilizado na campanha de divulgação do iPod Shuffle, citada no Capítulo 5, quando a Apple associou seu novo produto a uma goma de mascar de dois sabores. “É mais do que um pacote de goma e muito mais divertido” (iPod Shuffle, 2015). Para reforçar a aproximação de

sentidos que a campanha sugeria, a embalagem de gomas se apresentava com a mesma tonalidade de verde do vídeo de animação que sustentou toda a campanha de lançamento do produto, na ocasião. Aqui, estabelece-se um emaranhado sinestésico interessante que coloca o efeito *shuffle* como argumento estratégico para a retórica que tem envolvido música e suas diversas analogias com a gastronomia, nos festivais urbanos.



Figura 6.10: Rádio e retórica “juice”.

Fonte: Dybwad (2015).

Derivado desse processo, o mesmo princípio passou a funcionar para a lógica de funcionamento do mercado mais recente das rádios. Ao sugerirem o consumo de música, segundo a expressão *juice* - a possibilidade de fazer “suco de várias frutas” na programação musical, duas plataformas on-line em funcionamento no Reino Unido podem, por exemplo, servir de metáfora para a associação entre efeito *shuffle*, comida e música para todos os gostos (Figura 6.10). A esta altura, o acesso a esses e outros casos mais gerais encontrados na internet durante o desenvolvimento da pesquisa, pode nos conduzir a uma série de desdobramentos mais gerais sobre o assunto. Entretanto, e porque o seu desenvolvimento já não cabe no espaço desta tese, deixarei que essas ideias alimentem pesquisas futuras sobre o tema.

6.6 Festivais de música e novos processos de turistificação da cultura e da cidade

Como já debatido anteriormente, o gigantismo e condição performática da Virada Cultural tornou a imagem de São Paulo distintiva, tanto em relação ao seu aspecto cultural, como em relação ao seu potencial de apropriação da noite. Da mesma forma, o Mexefest e outras tantas iniciativas culturais, em Lisboa, vêm ajudando a incrementar um rótulo de teor equivalente para a cidade. Aqui, caberia então uma nova reflexão: por que a produção desse novo ambiente urbano por parte dos atores/protagonistas culturais têm buscado criar um outro modelo de cidade? Algumas das discussões e dados encontrados na revisão bibliográfica sobre o tema, em ambos os contextos, leva-me a pensar que o turismo, ao lado dos processos de especulação imobiliária, parece ser um vetor importante nesse processo.

Festivais podem ser compreendidos como produtores de uma individuação homogênea ou mesmo uma desindividualização, no processo de ativação das cidades contemporâneas como destinos turísticos e culturais (Richards e Palmer, 2009). É possível pensarmos que o papel, anteriormente ocupado por megaeventos como as Exposições Mundiais, vem sendo agora assumido pelos festivais de grande porte. Tais iniciativas têm tido uma função proeminente no melhoramento e remodelação da imagem de cidades e até mesmo de países (Liu e Chong, 2007; Ferreira, 2006 e 2010). É mais fácil para a cidade eliminar a imagem negativa mantendo tais eventos, uma vez que prevalece uma retórica pública que associa crescimento e desenvolvimento econômico à realização de festivais culturais.

É, justamente, por referência aos impactos projetados para esses eventos ao nível do desenvolvimento local e regional que o turismo tem ocupado um lugar de destaque, nos planos de intervenção e planificação associados à promoção da cultura de forma mais geral (Ferreira e Gomes, 2011; Fortuna *et al.*, 2012). Aqui, é importante lembrar que, nas últimas décadas, os festivais se firmaram como peças importantes para as ações de renovação urbana e novas estratégias de marketing urbano, atraindo empresas e pessoal qualificado para a consolidação de seu papel como elemento central nas políticas de desenvolvimento urbano (Newbold, 2015: XiX). Nessa dinâmica, as cidades passaram a atuar não apenas como locais de produção, mas sobretudo como paisagens de consumo

(Zukin, 1991), tendo os festivais como atores centrais desse processo, uma vez que trazem consigo a capacidade de remodelar e transformar a imagem de seu lugar de atuação (Shin, 2004). A Entrevistada L1, produtora da Música no Coração, forneceu elementos interessantes para pensarmos sobre o crescimento do turismo associado ao aparecimento de festivais, em território português. De acordo com ela:

Quando observamos o panorama de festivais, nos últimos 15 anos, em termos de perfil de festivais, havia muito poucos eventos em que havia a componente estrangeira. De repente, um festival como Rock in Rio instala-se em Lisboa e muda o foco da atenção, ou seja, era um festival que era reconhecido internacionalmente, porque toda a gente já tinha ouvido falar do Rock in Rio, em todas as partes do mundo. E, de repente, o Rock in Rio vem para Lisboa. Portanto, está ali um foco! Casos como o NOS Alive que teve também muito esse perfil, ou o Primavera Sound, que era um festival que as pessoas já conheciam e apresentava também cariz internacional.

Na dinamização do turismo em Portugal por meio dos festivais, a APORFEST tem tido um papel central. Segundo o discurso institucional da associação:

Queremos alavancar a nossa música, a economia, os produtos/serviços e os melhores colaboradores [...], percebendo que a internacionalização trará mais negócio e experiência para o mercado português (Bramão, 2017: 1).

São inúmeros os festivais, em território português, que apresentam foco no público estrangeiro. É esse o caso, por exemplo, do Boom Festival, cuja audiência média de 30 mil pessoas por edição conta com 90% de participação internacional (Agência Lusa, 2016), tal como já havia sido citado anteriormente. A internacionalização de subsectores e estruturas para o turismo, como ocorreu com o caso da música (Garcia, 2014), não apenas auxiliou para a criação de um perfil cultural do país a nível europeu (Gomes e Martinho, 2011), como também colaborou para o lugar significativo ocupado por Portugal como destino turístico mundial, nos últimos anos (Lusa, 2018).

Ao reportar para a capital portuguesa, problematizando a explosão do turismo urbano e do *city use*, Costa (2017) enfatiza:

O turismo urbano é um dos fenómenos de maior expansão nos anos mais recentes, pela conjugação de um conjunto de fatores muito poderosos: a

proliferação das viagens *low cost*, as marcações diretas pela internet, o sucesso do *city marketing* e do gosto pelas experiências urbanas. Lisboa encontra-se num posicionamento central face a estas mudanças. A cidade tem um elevadíssimo capital turístico, quer para os *city breaks*, quer para os *city users* [...]. Segundo dados do INE, da Associação Hoteleira de Portugal (AHP) e da Associação de Turismos de Lisboa (ATL), o número de dormidas (registadas) passou de 5,7 milhões em 2009 para 9,9 milhões em 2015 (um aumento de cerca de 75%), prevendo-se para este ano a continuação destas tendências (Costa, 2017: 65).

Ao processo de transformação das paisagens urbanas das cidades portuguesas (Fortuna e Peixoto, 2002), somam-se dados sobre o crescimento do turismo na economia do país, uma vez que ele já é o responsável por cerca de 10% do PIB nacional, 15% das exportações de bens e metade das exportações de serviços (Costa, 2017). O processo de revitalização urbana, construído a partir das novas tendências culturais e lúdicas associadas a megaeventos mundiais, tal como foi o caso da Expo 98, em Lisboa (Ferreira; 1998, 2006), foi ganhando muito relevo, também, em Portugal, a partir dos anos 1990. Nessa dinâmica, a cidade se converteu em referencial de destino, muitas vezes, por fazer parte das narrativas de experiência dos sujeitos com determinado festival, ganhando um conjunto de adjetivos que a apresentam, hoje, como cidade cultural *cool*, viva e repleta de novas tendências.

Atualmente, diversas empresas que financiam e servem como *namming sponsors* para os festivais urbanos, em Lisboa, têm definido estratégias para ligar sua imagem a essa cidade. No caso do Mexefest, a estratégia de aproximação à marca distintiva da cidade rende uma identidade única ao evento, atestada pelas mídias internacionais especializadas em música, que o nomearam como um dos festivais mais bonitos do mundo (Cardápio, 2015; Blitz, 2015). Essa distinção se juntou a outras premiações que o Mexefest já havia recebido anteriormente, a exemplo do European Best Event Awards (Best Musical Event e Best Media Coverage).

O esforço coletivo na criação de signos que sustentam a ideia de Lisboa como cidade da música e dos festivais foi bastante visível, na campanha visual levada a cabo pela equipe de comunicação do festival, especialmente nos dois últimos anos. De acordo com Latour (1997), uma proposição, ao contrário do comunicado, inclui o mundo em um determinado estado: “Assim, uma construção não é uma representação da mente ou da

sociedade sobre uma coisa, um objeto, uma questão de fato, mas a contratação de um certo tipo de mundo em um certo tipo de coletivo”¹⁰⁹ (Latour, 1997, xiii–xiv).

Embora a pesquisa em fontes secundárias não tenha evidenciado dados que permitam inferir sobre o impacto direto do Mexefest no desenvolvimento do turismo na região, foi possível encontrar, analisando o quadro das fontes primárias da pesquisa, elementos relevantes para a abordagem dessa questão. Uma das falas da Entrevistada L12, gestora cultural participante do Mexefest, revela sua percepção das alterações provocadas pelo turismo na zona metropolitana de Lisboa, nos últimos anos.

Estamos num fenómeno. Quem mora em Oeiras ou em Amadora não vinha a Lisboa, e acho que isso tem vindo a mudar. Lisboa se tornou atrativa, nos últimos cinco, seis anos. Há mais coisas para ver, há mais coisas para fazer. Está mais fervilhante. Tu vais na rua e vês lojas giras, sítios bonitos. Há mais dinamismo, há mais negócio.

Por parte da visão dos intermediários culturais, a entrevista da diretora de marca da Vodafone ao Canal SIC (Curto Circuito Web, 2016) sugere de que forma o Mexefest pretende dinamizar o turismo na cidade:

Inundar a Avenida da Liberdade, esse sítio icónico da cidade de Lisboa, que é uma cidade que está completamente na moda. Nós acreditamos que o Vodafone Mexefest contribui para o panorama artístico e cultural da cidade para torná-la ainda mais atraente para quem nos visita. Portanto, para o público português e público internacional vamos ter música na rua.

Fixando a atenção em alguns dos dados gerados pelo mapa das atividades artístico-culturais, em Lisboa, elaborado por Costa (2017), é possível deduzir que o aumento de fluxos de turistas, na cidade, está diretamente relacionado com o crescente número de

¹⁰⁹ Tradução livre do autor. No original “Thus a construction is not a representation from the mind or from the society about a thing, an object, a matter of fact, but the engagement of a certain type of world in a certain kind of collective” (Latour, 1997: xiii–xiv).

festivais surgidos nos últimos anos. Em 2017, o autor contabilizou 166 eventos e, segundo ele, “este número é, de facto, revelador da importância assumida por este formato nos tempos recentes no quadro da programação, predominantemente, de festivais de música (28,3%)” (Costa, 2017: 86). O garimpo de tendências artísticas e nomes de novas bandas, levado a cabo pelos organizadores do Mexefest, em Portugal, pode significar também a vontade de atrair para a cidade os emergentes discursos sobre cultura, novos públicos e perfis de audiências criativas concatenadas com estéticas e redes mais globais.

Como cidade que anseia se mostrar, cada vez mais, cultural e cosmopolita, Lisboa tem buscado atender a esses preceitos de forma mais sistemática. Por essa razão, o Mexefest vem colecionando, em seu histórico de atuação, uma série de apoiadores de cariz público (a exemplo da EGEAC) que, por sua vez, estão alinhados de forma a colocar o melhor de Portugal a serviço do turismo nacional e internacional. Além disso, e conforme discutido no Capítulo 4, para lá de reforçar a figura icônica da Avenida da Liberdade em conjugação com bairros turísticos gentrificados da cidade - o Chiado e o Príncipe Real, por exemplo, o Mexefest busca cumprir sua função de atuar como ferramenta para o controle social, ajudando a atenuar as diferenças culturais de bairros de imigrantes adjacentes à área do festival, a exemplo do Intendente e do Martim Moniz.

No Brasil, as falas dos entrevistados em apelo ao reencantamento do centro de São Paulo pela Virada Cultural parecem guardar similaridade com a abertura de Portugal ao turismo e ao capital estrangeiro provocada pelos eventos culturais. Embora se alterem os atores e especificidades culturais em uma das realidades investigadas, o dispositivo retórico da economia do turismo parece funcionar de maneira semelhante, nos dois casos de estudo. Pesquisas de público encomendadas pelo Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, em 2012 (São Paulo Turismo, 2012), aproximavam de forma bastante clara esse tema, com perguntas que versavam, por exemplo, sobre gastos médios durante o evento e meios de hospedagem por parte do público. Do material documental analisado, chamou a atenção o fato de que 10,1% do público participante da Virada Cultural são constituídos de turistas, contra outros 89,9% de residentes na zona metropolitana da cidade.

Tal relatório se soma a outras ferramentas, também, voltadas para aferição do potencial turístico do evento. A capa do Diário Oficial da cidade de São Paulo (2006) estampava, em 19 de maio, o mesmo objetivo: “Virada Cultural. Estratégia para

desenvolver a indústria do turismo”. O assunto assumiu importância para os organizadores do evento, desde o início do projeto, quando a responsabilidade pela sua execução ainda não tinha lugar institucional definido, tal como esclareceu o Entrevistado S4, responsável pela montagem da programação e coordenador geral de quase todas as edições da Virada Cultural: “o evento estava ali numa linha cruzada entre o gabinete do prefeito, a Secretaria de Cultura e a Secretaria de Turismo e a São Paulo Turismo, como executora do projeto”. A preocupação política era justificada, uma vez que a iniciativa tomaria proporções que nem os próprios mentores do projeto imaginariam. Embora, desde então, a Virada Cultural tenha ficado sob a tutela da Secretaria de Cultura da Prefeitura Municipal de São Paulo, a Secretaria de Turismo sempre teve participação assídua nos desdobramentos do evento, e prova disso são os relatórios de público que o órgão lançou às audiências em mais de uma edição do evento.

Todos esses dados nos levam a pensar que eventos como a Virada Cultural e o Mexefest, gradualmente, têm ajudado a formular novos imaginários a respeito da cidade contemporânea como destino cultural, reforçando seu posicionamento na economia do turismo e concorrendo, por essa via, para a festivalização da experiência urbana segundo novas modalidades de intermediação cultural (Santos Silva e Fortuna, 2001). Afinal de contas, o festival moderno “é uma espécie de supermercado onde o público pagante é persuadido a comprar cultura processada”¹¹⁰ (Clark, 2004: 34). Esse ciclo vicioso parece completar a discussão sobre turismo atrelado à cultura, na qual esta última tem aparecido quase que, invariavelmente, como padrão de eventos e experiências globalizadas não-locais (Quinn, 2005).

Mini-tablados para karaoke nos arredores da Praça da República, painéis para pinturas coletivas no Jardim da Luz, balanços dependurados no Viaduto do Chá. Além da interação pública típica das ações de “cultura participativa” presente nos formatos de eventos mais contemporâneos, o que se via nas imagens proporcionadas pela Virada Cultural eram, muitas vezes, sujeitos à caça de ângulos e cenários para tirar a melhor fotografia selfie.

¹¹⁰ Tradução livre do autor. No original “Is a sort of supermarket where the paying public is persuaded to buy processed culture” (Clark, 2004: 34).

6.7 Cultura, patrimônio histórico e mercado de imagens

Do ponto de vista da produção e circulação de imagens, tanto a Virada Cultural quanto o Mexefest obedecem ao formato de evento *snapshot*, já comentado anteriormente e, por isso mesmo, ativam intensamente o valor signo da efemeridade para lugares e experiências (Baudrillard, 1995). Conforme nos sugere a descrição anterior, a caça pela fotografia selfie (Fontcubierta, 2016), comum nos eventos e presente de forma constante nas redes sociais, guarda relação com um mecanismo de funcionamento mais geral, que abrange o novo mercado de regimes imagéticos criado pelos festivais culturais.

Em edições anteriores da Virada Cultural, grandes intervenções artísticas provocaram efeitos sinestésicos importantes na mistura entre os apelos visual e sonoro, em espaços públicos abertos. Dessa forma, houve uma efetiva colaboração para a construção de uma imagem cultural urbana emblemática para o evento e, por conseguinte, para a cidade: concertos de piano na praça, óperas em frente a prédios históricos com projeções de *videomapping*, espetáculos verticais de dança, microfones abertos para performances musicais, cortejos em trios elétricos, músicos e orquestras inteiras suspensas por guindastes, entre tantos outros exemplos, divulgados massivamente pela cobertura da mídia, em postagens nas redes sociais, selfies, vídeos e outras narrativas que convertem essas e outras tantas cenas em *sound souvenirs* (Blisterveld e Van Dijck, 2009). Por sua vez, eles constroem, amiúde, o imaginário imagético e as redes de significação do festival em relação com a cidade e a subjetividade dos sujeitos que nela habitam.

Ao circular nos meios virtuais, segundo o princípio do compartilhamento de memórias (Maia e Nunes Junior, 2017), fotografias pessoais se tornam mercadorias, uma vez que passam a atestar a presença em eventos culturais e festivais, em um *check in* duplo que funciona ao mesmo tempo para atestar a experiência individual e para promover cidades imateriais (Trasforini, 2002), no mercado de comunicação das redes sociais. A partir da relação entre público e lugar (fotografia e vídeo), são criados simulacros que validam a produção dessa interação. Na perspectiva do público, esse registro funciona como forma de legitimar sua presença e experiência dentro do festival: o troféu que demonstra onde se esteve e que prolonga a experiência (Aquino, 2016). De acordo com Richards (2017: 229):

Um dos efeitos aparentes do posicionamento da cultura como um bem simbólico é o emprego crescente como ferramenta para a construção de imagens, a criação de postos de trabalho e o estímulo econômico. Desta forma, os lugares e a cultura locais têm-se tornado produtos no mercado global¹¹¹.

Assim, dentro da perspectiva empreendedora professada pelo marketing urbano (Martinez, 2012), a essa imagem “espontaneamente” construída é possível juntar outros dispositivos ligados à marca, a exemplo da localização e perfil de público de determinados eventos culturais. Diante da publicitação de patrimônios históricos e da enunciação de determinados elementos identitários urbanos, a lógica do duplo *check in* se articula ao dispositivo *#heritag* criado a partir do cruzamento entre lugares reais, redes sociais e cidades instagramáveis (Nunes e Maia, 2018). Os reordenamentos materiais e simbólicos acionados pelo dispositivo fotográfico como forma de vivenciar o turismo da experiência completa-se, por fim, pela produção e compartilhamento instantâneo dessas memórias, durante o festival.

Associado ao tema da fotografia, durante a fase de análise documental no terreno empírico de São Paulo, a modulação da Virada Cultural por meio do uso das novas tecnologias foi narrada pelo seu material gráfico. A partir de 2015, o dispositivo da *hashtag* surge para auxiliar nas atividades de publicitação da experiência pretendida pela equipe comunicação do evento: o programa impresso enfatizou, pela primeira vez, a utilização da expressão *#nossavirada* (Figura 6.13), enquanto o material equivalente, em 2016, trouxe o ícone do *wi-fi* em destaque, além de alterar a *hashtag* para *#viradacultural*. Este também foi o caso da expressão *#vemviveraaldeia*, criada para marcar a realização do Festival Bons Sons na Vila de Cem Soldos, em Portugal, tal como citado no Capítulo 2.

É possível dizer que os eventos culturais participam dessa lógica, modulando e mediando subjetiva e objetivamente os modos de vida e as cidades que deles participam e a eles atribuem valores de significação. Por essa razão, eles têm tido papel significativo na estabilização temporária das identidades (Macdonald, 2012), uma vez que a experiência e os hábitos de consumo construídos, a partir deles, podem ser projetados não apenas para outras manifestações culturais - daí o caráter festivalizante assumido pelas práticas

¹¹¹ Tradução livre do autor. No original “*One of the apparent effects of the positioning of culture as a symbolic good is its increasing employment as a tool for image-building, employment creation and economic boosterism. In this way, local places and culture become products in the global market place*” (Richards (2017: 229).

artísticas em geral (Bennett *et al.*, 2014), mas também para a relação do sujeito em outras esferas de sua vida. O cenário espetacularizado e efêmero dos festivais cria e, ao mesmo tempo, reproduz um tipo de experiência que espelha e é espelhada de maneira transversal pelos modos de vida urbanos.



Figura 6.11: Frame - Vídeo *Lisboa Já Mexe*.
Fonte: Vodafone Mexefest (2015a).

A análise documental revelou um esforço significativo dos intermediários culturais para aproximar festival e patrimônio arquitetônico dos estudos de caso. Alguns dos materiais de divulgação do Mexefest e da Virada Cultural, por exemplo, intercalavam cenas que enquadravam eventos culturais, concertos de música e patrimônio arquitetônico variado. No vídeo *Lisboa Já Mexe* (Vodafone Mexefest, 2015b), publicado no canal de Youtube pelos organizadores do evento, em 24 de novembro de 2015, uma série de imagens dos espaços do evento são tomadas por manchas coloridas que fazem referência à campanha gráfica do evento escolhida para aquele ano (Figura 6.11). As tomadas de cena se alteram no ritmo da trilha do vídeo, dando-nos a sensação de uma sincronização e dessincronização constante acontecendo entre imagem e lugar. Em analogia com o efeito *shuffle*, tal dispositivo se aplica também para as questões relativas ao patrimônio histórico e arquitetônico, como se estivéssemos buscando por uma estação de rádio em cada ambiente enquadrado pelo guião do vídeo (Vodafone Mexefest, 2015b).

A capa do Guia Especial da Folha de São Paulo (2008) sobre a Virada Cultural, publicado nos dias 26 e 27 de abril, é um outro bom exemplo nesse domínio. Ela exhibe um ônibus trafegando com velocidade, em frente ao Teatro Municipal de São Paulo, que está centralizado ao fundo (Figura 6.12).

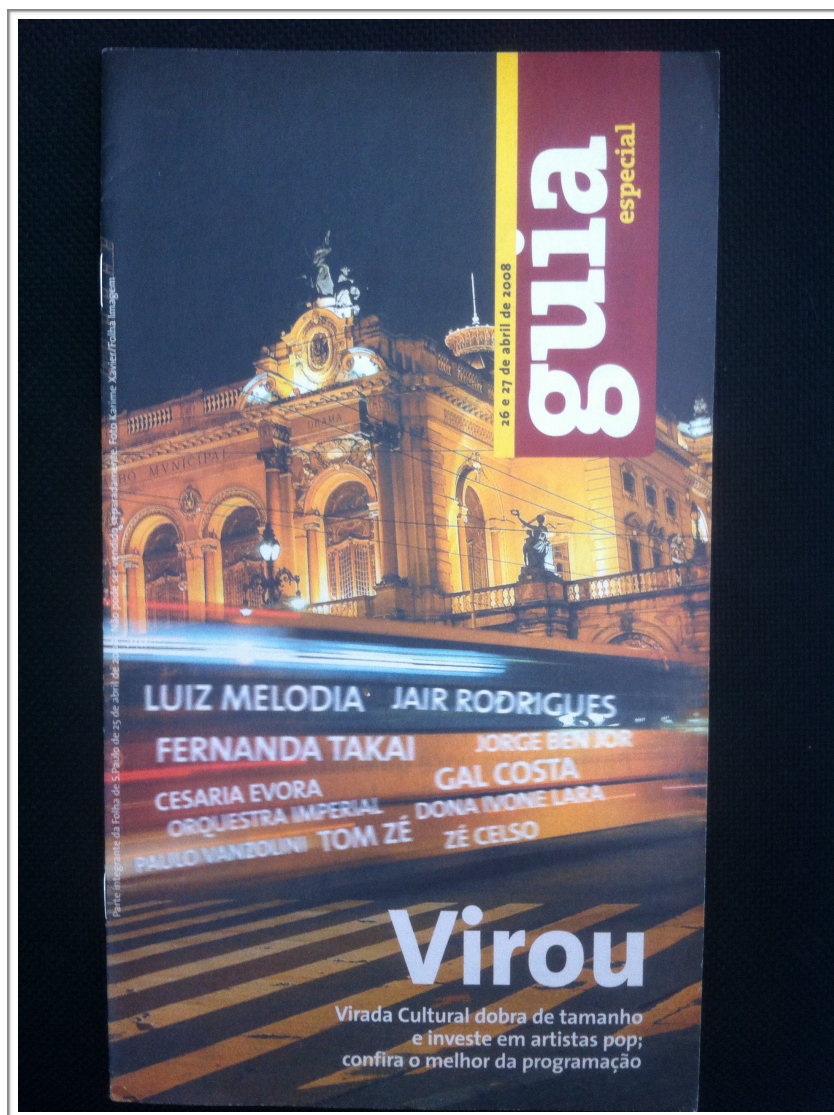


Figura 6.12: Capa - Guia Especial da Folha (2008).
Fotografia do autor.

A ideia da efemeridade causada pelo rastro do deslocamento do veículo se contrapõe ao foco colocado na fachada iluminada do prédio, sugerindo a atuação do festival como modulador que estabiliza a cidade, nesse caso pela visibilidade dada ao edifício histórico: quando a movimentação do evento passar, terá sido criado um imaginário mais permanente entre cidade e cultura.

Essa reflexão nos indica que existe, aí, uma relação interessante entre festival e patrimônio ainda pouco explorada pelo campo dos estudos culturais. Na esteira dessa afirmação, Bijsterveld (2013) argumenta que a estratégia de narrativa usada para encenar som no texto histórico, seja através de rádio, cinema ou outros canais de comunicação, tem intensificado sua presença na mediação dos imaginários sobre patrimônio cultural. Fortuna (1998) fornece ainda uma outra perspectiva de aproximação a respeito do tema quando sugere que “embora em situação de clausura, [alguns sons] se constituem numa espécie de reserva patrimonial” (Fortuna, 1998: 32). Por essas razões, muitas das vezes a escolha de lugares para servirem como espaços de programação são articuladas a discursos patrimonialistas, fazendo com que o evento apareça associado às agendas de desenvolvimento da cidade em termos de salvaguarda, capitalização e divulgação de seus bens materiais e imateriais.

Algumas das falas recolhidas, no âmbito da pesquisa, elucidam ainda mais esse argumento, a exemplo deste excerto obtido com o Entrevistado L3, diretor criativo da Empresa Big Fish:

[O Mexefest] é uma forma completamente de viveres a cidade ali, não é? Normalmente, seria uma coisa mais de passagem, não para tu ficares uma hora ali. Estás a olhar e comesças a reparar num pormenor daquela fachada, aquele desenho, aquela arquitetura e comesças a ter ali um diálogo completamente diferente. Por outro lado tem na mesma aquela coisa mais tradicional do “e se fôssemos buscar uma ginjinha?” que não deixa de ser também um património histórico.

Neste outro trecho, o Entrevistado L10 - radialista da Vodafone FM, sugere de que forma o festival pode atuar como um agente de aproximação do público ao patrimônio histórico lisboeta:

As pessoas não conhecem a Sociedade de Geografia por dentro, a malta não conhece o Palácio da Foz por dentro, não conhece a Casa do Alentejo por dentro. [...] E a experiência que tu tens da relação com a música, perante a

sala, é superespecial, é um momento quase íntimo. E eu acho que é exatamente isso que acontece com o Mexefest, porque as pessoas não têm, geralmente, acesso àquelas salas. A Casa do Alentejo, por exemplo, [...] eu já lá fui muitas vezes com alguns amigos para beber umas cervejas, mas nunca tive acesso à sala, lá em cima, a não ser com o Vodafone Mexefest. E quando isso aconteceu, pá! Tu tens um candelabro incrível, tens pinturas no teto que são incríveis, tens pinturas nas paredes, algumas delas até feitas não com pedras de calçadas, mas com pedras muito mais pequeninas, mais talhadas estás a ver?

A atenção dada pelo entrevistado à descrição dos pormenores da sala nos incita a conhecer o andar superior da Casa do Alentejo, assim como os outros espaços eleitos para abrigar as atividades do Mexefest. Mesmo que não seja de forma intencional, cada vez mais, intermediários culturais têm atuado como divulgadores de bens históricos de seus locais de atuação, fazendo chegar ao público informações que, muitas das vezes, programas inteiros relacionados à divulgação do patrimônio histórico têm dificuldades em fazer. O caso da Sociedade Portuguesa de Geografia, citado pela Entrevistada L2, produtora da Música no Coração, é outro bom exemplo da associação estabelecida existente entre evento cultural e monumentalismo: *“Os móveis da sala são da época colonial, têm vidros feitos de cana de açúcar e, por isso, são muito sensíveis. Por isso, precisamos colocar lá concertos mais intimistas e fazer a distribuição do som em vários PA’s para não rompê-los”*.

O ofício da produtora responsável pelo alinhamento da programação do Mexefest, nesse caso, une patrimônio e cuidados técnicos de produção musical, num evento que, por si só, pode se converter em um cruzamento interessante para problematizarmos a memória histórica e cultural de Portugal. Nesse processo, mais do que a oferta de programação na área da música, o festival pode funcionar como porta de acesso a espaços da cidade de Lisboa que não estão abertos normalmente para visitação.

Com outras nuances, a mesma lógica esteve presente, também, no caso de São Paulo. O guião do vídeo-resumo oficial da 7ª edição do evento (Silva, 2011) evidencia alguns dos principais ícones arquitetônicos e históricos da cidade, a exemplo da fachada da

Estação da Luz e da torre da Estação Júlio Prestes. Discursos ligados à revitalização e valorização do centro histórico da cidade apareceu na fala do Entrevistado S3, advogado e gestor público na área da cultura, que vinculou política de eventos culturais à questão patrimonialista: *“Então o que a gente começou a fazer: começou a pensar espaços interessantes que uniam a visibilidade de patrimônio, a arquitetônica da cidade, o referencial geográfico, o referencial turístico, e a circulação com uma razão cultural”*.



Figura 6.13: Programas impressos (fôlderes) - Virada Cultural.

Fotografia do autor.

A análise do material de imagem da Virada Cultural nos leva a pensar sobre estratégias de divulgação e viralização de iniciativas culturais. O histórico de ativação de marca do evento, em São Paulo, é um tanto disperso, talvez pelo fato de abranger uma infinidade de gêneros e estilos culturais e de ter contado com um patrocinador principal pela primeira vez, apenas na edição de 2016. Ano após ano, os programas impressos (Figura 6.13) distribuídos ao público por agentes e colaboradores da Prefeitura Municipal de São Paulo, ilustram em diferentes ângulos a capital paulistana, evidenciando estruturas arquitetônicas específicas, tal como o Elevado Costa e Silva (folder de divulgação 2012),

uma fachada histórica em composição com os postes de iluminação característicos do centro da cidade (folder de divulgação 2009), ou um panorama geral decodificador do gigantismo de São Paulo (fôlderes de divulgação 2005 e 2008). Aqui, mais do que propriamente signos que nos remetam, especificamente, para as atividades culturais, o tema patrimonialista se une à questão da imagem urbana (Fortuna, 1998), na decodificação do evento pelo público.

Para lá do Teatro Municipal de São Paulo estampado na Figura 6.12, outras imagens exemplares que ilustram essa ideia são a capa do Guia Especial da Folha (2012), a qual exhibe as imagens das cantoras de rap Lurdez da Luz e Flora recostadas sobre as inconfundíveis grades do Viaduto Santa Efigênia; e a Capa do Guia Especial da Folha (2011) com a cantora Cibelle em foto, no Vale do Anhangabaú (Figura 6.14), destacando ao fundo os inconfundíveis postes da antiga Light, no centro de São Paulo.



Figura 6.14: Capas - Guia Especial da Folha (2011 e 2012).
Fotografia do autor.

Além do enaltecimento de bens materiais e imateriais da cidade para a celebração de “novos nacionalismos” e fortalecimento da identidade urbana, o vínculo entre cultura e patrimônio se associa, ainda, a elementos criativos na definição da nova imagem urbana. A

última página do Guia Divirta-se - Jornal da Tarde (2008) adota a estratégia do design típico das placas de nomenclatura de ruas e avenidas da cidade para “indicar a direção” das diferentes áreas temáticas na programação da Virada Cultural (Figura 6.15), enquanto a contracapa do mesmo guia (Guia Divirta-se - Jornal da Tarde, 2008) mostra semáforos redesenhados com ícones na cor verde que designam disciplinas artísticas mais clássicas, representando “sinal aberto” para o consumo de cultura durante a Virada Cultural. Ambas as campanhas publicitárias se valem da expressão *Tem coisas que você só vê em São Paulo*, reforçando o caráter único que o evento busca expressar na experiência cultural na cidade, e trazer no enquadramento de suas imagens-discurso (Bakhtin, 1968) elementos que as vinculam a referenciais do patrimônio arquitetônico paulistano (Teatro Municipal e Torre do Banespa).



Figura 6.15: Publicidade no Guia Especial do Jornal Tarde (2008).
Fotografia do autor.

Em outra direção, materiais mais recentes lançados sobre a Virada Cultural tomam a imagem do evento, a partir de um olhar figurativo sobre o espaço urbano. Faixas de pedestre com notas musicais, mosaicos em cores quentes, peças com *design* criativo, quase todos eles com a característica em comum de reproduzirem os ícones da lua e do sol em

verossimilhança com a questão central colocada pelo evento ao público paulistano: “você decide se estica a noite ou o dia” (Folder 2009).

De novo, desponta-se a relevante a oposição do dia e da noite como metáfora que funda o poder da escolha nesse tipo de evento modelo *Nuit Blanche*. Desde sua primeira edição, a campanha de divulgação da Virada Cultural já apelava para a distinção entre dia e noite, na capital: “Aqui em São Paulo, a cultura vira a noite” (Folder 2015). Um olhar sobre os materiais gráficos, entre 2008 e 2012 - anos de ouro da Virada Cultural e ocasião na qual o afluxo de público para o centro de São Paulo atingiu números recordes); ratifica a ênfase dada pela imprensa e agentes publicitários a esse discurso (Figura 6.16):



Figura 6.16: Capas diversas - Guias Culturais Virada Cultural.
Fotografia do autor.

Com 800 atrações em 24 horas, prepare-se para não dormir (Guia Divirta-se Jornal da Tarde, 2008). *Palco principal. As melhores atrações do maior evento cultural da cidade* (Guia do Estado de São Paulo, 2009). *Cidade Insone - uma seleção de atrações para você virar a noite* (Guia Divirta-se Jornal da tarde, 2009). Sob o slogan *Jornada Dupla*, a dualidade entre o branco e o preto também define o tom da matéria de capa do (Guia do Estado de São Paulo, 2012) (Figura 6.16). Esta análise mais geral do material impresso de divulgação sobre o evento nos permite pensar sobre a fixidez do dia e da noite como possibilidades de consumo e experiência na Virada Cultural.

Nos programas impressos das 13 primeiras edições da Virada Cultural (Figura 6.13), foi possível notar, também, uma forte ênfase na questão da identidade do evento colada ao discurso da economia da noite na metrópole nacional, que funciona 24 horas por dia. Essa retórica estava presente, especialmente, nas primeiras edições do evento: *Você decide se estica o dia ou a noite. Aproveite o fim de semana para não dormir* (Folder 2007); *Aqui tem 24 horas de eventos ininterruptos na cidade que não pára nunca* (Folder 2009). Desde aquela época, a montagem dos palcos para o evento operava para a criação de uma atmosfera baseada nos preceitos de segurança, liberdade e criação artística, fazendo da noite uma nova seara para a economia da cultura e a apropriação do espaço público urbano na cidade.

O esforço em construir uma imagem de dinâmica cultural ininterrupta para “a cidade que nunca para” guarda relação com a cadeia produtiva de uma série de eventos criados em São Paulo, desde então, dos quais a Virada Cultural é, possivelmente, o representante mais significativo. Essas ações nos incita a descobrir a cidade, durante o período da noite; desvendar novos lugares e criar rotas de circulação, especialmente por zonas que já contem com algum valor histórico significativo. Direta ou indiretamente, essas campanhas de comunicação têm contribuído, até hoje, para a ativação da economia urbana e turística da capital paulista, trazendo possíveis implicações para o estabelecimento de estratégias de crescimento e desenvolvimento de vários dos pontos citados, ao longo dos capítulos anteriores.

Pra onde você vira, tem Virada: Um dos jingles mais famosos utilizados para anunciar o evento guarda relação com três das capas mais emblemáticas criadas pelo Guia Especial da Folha de São Paulo: *Gire pelo Centro, Sem parar 24h* e *Vira Virou* servem de legenda para as capas de três diferentes edições de Guias Culturais da Folha, e completam a retórica de dinamismo do evento expressada pelas imagens de artistas Tom Zé (Guia da Folha Especial, 2009), Malu Magalhães (Guia da Folha Especial, 2010) e Elke Maravilha (Guia da Folha Especial, 2014) (Figura 6.17).



Figura 6.17: Capas diversas. Guia Cultural da Folha (2009, 2010 e 2014).
Fotografia do autor.

O rodopio estampado pelas imagens serve de metáfora para pensarmos o festival como modulador da cidade contemporânea: estar em movimento e entre dois lugares - o dia ou a noite, frente e trás, palco A ou palco B - é a chave que engatilha e prenuncia o efeito *shuffle*, posteriormente, potencializado pela utilização dos aplicativos celulares. Ao mesmo tempo em que “dão a cara” cultural da maratona de eventos, a utilização das fotografias de artistas distintos no país gera autenticidade à imagem da cidade (Fortuna, 2013), sugerindo imaginários e colocando em jogo novos processos de individuação (Simondon, [1958] 2005).

Seja pelo típico design da calçada paulistana feita com mosaicos do mapa do estado (Guia da Folha Especial, 2009), seja pela silhueta de prédios e arranha-céus tomada como fundo (Guia da Folha Especial, 2010), tais discursos buscam associar signos, nomeadamente urbanos, à imagens de artistas consagrados, criando nova identidade e imagem de marca para a cidade. Esta discussão coloca não apenas São Paulo como caso para pensarmos sobre os regimes imagéticos contemporâneos, como também nos lembra dos cruzamentos mais recentes que entrelaçam cultura, patrimônio e economia criativa. Se, há um século, a cultura era tomada “apenas” como ícone de poder no ordenamento estético das cidades, hoje em dia, ela parece ter ganhado forma mais dinâmica, segundo a capacidade que cada um desses lugares tem para a realização de festivais e eventos

culturais. Daí, o empenho ininterrupto por parte do poder público, dos profissionais de marketing urbano e de produtores culturais na criação de capas de revista, rótulos, selos sociais, conceitos e tendências para a transformação de suas cidades em espaços criativos, vivos e capazes de atrair, progressivamente, maior número de pessoas e capital cultural.

Considerações finais

A redação das conclusões foi pensada a partir de uma pergunta principal: quais pontos desta pesquisa são passíveis de serem generalizados? Assim, foi feita uma revisão de toda a tese em busca de singularidades e continuidades trazidas pelo diálogo entre o estado da arte, encontrado na revisão bibliográfica, e as evidências da pesquisa empírica, realizada na Virada Cultural e no Mexefest. Àquela primeira somaram-se, ainda, outras duas questões: Que contribuições esta investigação pode trazer ao campo dos estudos culturais e às ciências sociais? Quais evidências encontradas no terreno empírico realizado em São Paulo e Lisboa podem iluminar questões mais gerais sobre festivais urbanos? As páginas seguintes buscarão apresentar respostas a essas indagações de maneira direta, esclarecendo resultados e delimitando modelos conceituais sobre o assunto.

Serão feitos 7 apontamentos mais gerais, de raciocínio transversal e cumulativo de todo o processo investigativo, aos quais se adicionarão um conjunto de outras 8 sentenças conclusivas mais específicas aos casos de estudo. Cada uma delas será apresentada, inicialmente, de forma sintética, em itálico sublinhado, para em seguida serem discutidas por meio de comentários. E, assim, ao apresentar aquilo que se considera central dos resultados advindos desta investigação, de forma sucinta e objetiva, espera-se que o leitor compreenda o conjunto de ideias disparadas, ao longo dos capítulos anteriores.

Conclusões Gerais

1. Tal qual o campo dos estudos culturais, a temática dos festivais urbanos é polissêmica e necessita ser abordada de forma plural, daí a proposta de uma “tese-mosaico”.

Fenômeno presente em diferentes sociedades e períodos históricos, o tema festival contém vários significados como objeto de estudo. Sua existência sugere diferentes sentidos para questões essenciais, sentidos rituais, construção de identidade, nuances de resistência, aspectos de subversão, prática de coletividade pública e criação de sentido comunitário. Como demonstrado no percurso histórico realizado, seus usos também recaem em temas mais específicos, a exemplo da construção de nacionalismos, da formação de novas elites pela “alta cultura” e da definição de espírito cosmopolita urbano. Seus significados podem estar ligados, ainda, a questões sócio-econômicas (novos

mercados da cultura, processos de gentrificação, redefinição de margens e ativação da noite) e a temáticas urbanas (projetos de regeneração, turismo, marketing, *city branding*, *placemaking* e mediatização da cidade). Assim como acontece nos estudos culturais, a problemática dos festivais urbanos implica um diálogo entre tese e antítese, que está o tempo todo presente na reflexão das dinâmicas sociais contemporâneas, requisitando que o tema seja compreendido de forma constante por meio de definições que são e serão sempre abertas.

2. A prática de pesquisa sobre festivais urbanos exige uma abordagem que seja capaz de tomá-los como objetos de acordo com suas características de fugacidade, multissensorialidade e sinestesia, razão que justifica o uso de “metodologias para a efemeridade”.

Pesquisas que têm por foco festivais, festas e eventos culturais de curta duração temporal, geralmente, apresentam sobreposição de atividades no terreno. O pouco tempo disponível para a captação direta de dados pode gerar desafios metodológicos comuns a esses objetos de estudo: (i) exercícios de observação em diferentes espaços de forma concomitante, (ii) deslocamentos constantes em meio a multidões, (iii) tempo restrito para entrevistas durante os eventos, (iv) grande acúmulo de material de divulgação e mídias relacionadas, e (v) dificuldades de agendamento de encontros com informantes privilegiados envolvidos na cadeia produtiva das atividades culturais. Por essa razão, Bruno Latour (1986, 2012), John Law (2004) e Sarah Pink (2009) são referências importantes para conduzir a recolha de dados empíricos em festivais e compor a proposta das *metodologias para a efemeridade* defendida por esta pesquisa. Por meio dela, busca-se encontrar associações entre paisagens sonoras, regimes imagéticos e ambientação urbana no microcosmo empírico dos festivais urbanos. Através desse método, a descrição sensível e a enunciação das evidências sinestésicas sobre os aspectos multissensoriais que envolveram os festivais, em Lisboa e São Paulo, ilustraram a forma como a metáfora, como estratégia para usar de uma coisa para falar de outra, pode ajudar a decifrar a função de totens, instalações, vídeos comerciais, pôsteres e outros dispositivos de ativação da cidade para o evento, em ambos os casos de estudo.

3. Os festivais urbanos são agentes moduladores centrais no desenvolvimento das cidades contemporâneas.

Ao conceber os festivais urbanos como eventos realizados em cidades de grande porte, envoltos de infraestrutura e cenários próprios que lhes garantem especificidade e proximidade com diferentes elementos urbanos, foi possível perceber a relação festival/cidade atuando na esfera da modulação (Simondon, [1958] 2005). Nesse dispositivo, é importante que relembremos o movimento estabelecido entre a função específica da modulação enquanto controle (Deleuze, [1990] 2000) e a modulação enquanto processo de individuação do sujeito (Simondon, [1958] 2005).

Construídos sobre os princípios de controle de espaços-tempo liminares de nossa sociedade e insinuando a sensação de liberdade, os festivais urbanos têm operado, segundo o princípio do poder modular. Através desse dispositivo, eles medeiam subjetiva e objetivamente os sujeitos que deles participam e a eles atribuem valores de significação. A experiência em torno desses eventos pode ser projetada não apenas para outras manifestações culturais - daí o caráter festivalizante assumido, hoje, pelas práticas artísticas em geral (Bennett *et al.*, 2014) - mas, também, para a relação do sujeito com outras esferas de sua vida. Seu cenário espetacularizado e efêmero cria e, ao mesmo tempo, reproduz um tipo de experiência que espelha e é espelhada pelos novos modos de vida urbanos.

4. O conceito de festivalização da cidade é uma categoria importante para compreender as novas dinâmicas culturais urbanas.

A passagem do século XX para século XXI trouxe consigo um novo padrão de acoplamento cidade/cultura que se revelou no rápido crescimento de festivais e eventos culturais em diversas cidades do mundo. A extensa série de casos e exemplos, apresentados nos Capítulos 1 e 2, atestam esse fenômeno e ilustram a grande infiltração do tema na sociedade em geral. Campo repleto de miríades, interesses e possibilidades, a cultura se tornou hoje objeto central de inúmeros processos de modulação da cidade, na medida em que condiciona a produção de seus espaços à lógica de consumo e estruturação demandada por festivais de diferentes disciplinas artísticas. Nesse sistema, interesses econômicos e agendas políticas sobre a cidade têm tomado o festival como instrumento de intervenção importante para o espaço urbano.

A utilização da cidade como escala de mercado dos festivais tem funcionado como microcosmos de um processo que se manifesta a nível global. Nele, várias têm sido as implicações advindas da tomada dos eventos culturais como criadores de identidade urbana, tal como demonstram os casos de Edimburgo, Avignon, Austin, Paris, São Paulo e Lisboa. Como evidências diretas, é possível citar (i) o surgimento de lojas e a comercialização de material de *merchandising* relacionando cidade e eventos culturais, (ii) a institucionalização desse segmento, refletida na criação de setores administrativos para a gestão de festivais e (iii) a existência de projetos de revitalização urbanística e patrimonial e a transformação de pontos estratégicos na cidade destinados, exclusivamente, à logística de funcionamento de festivais e projetos criativos. Outro ponto que confirma o fenômeno da festivalização na cidade contemporânea é atestado pelas (iv) operações logísticas que relacionam estrutura e engenharia urbana com o tema da cultura (Liu e Chong, 2007; Mattern, 2013), a exemplo de turnos extras de limpeza de vias públicas e ações específicas para o controle do trânsito. Além disso, (v) equipes extras de segurança e (vi) políticas para a mitigação de impactos ambientais tem sido constantemente acionadas para solucionar demandas geradas pela realização de eventos culturais (Souza e Nunes Junior, 2017; Martinho, G. *et al.*, 2018).

5. Modelos contemporâneos paradigmáticos e com uma série de características em comum, a Nuit Blanche e o South by Southwest se reproduzem em outros festivais urbanos congêneres.

Mesmo advindos de contextos distintos, a Nuit Blanche e o South by Southwest guardam em si importantes pontos em comum que permitem enunciá-los como casos paradigmáticos de festivais urbanos contemporâneos: (i) eles são planejados para acontecer em períodos curtos, podendo ser reduzidos a apenas um fim de semana ou mesmo uma única noite; (ii) buscam locais alternativos aos lugares convencionais da cultura para sediar suas atividades; (iii) têm sua retórica construída em torno da descoberta da cidade pela ativação da noite e de novos espaços urbanos; (iv) apresentam um padrão de evento reprodutível para diferentes realidades ao redor do mundo; (v) têm programação simultânea e sobreposta, causadora do efeito “FOMO” - *Fear of Missing Out*; (vi) acontecem em territórios urbanos; (vii) geram movimento de reapropriação de centros

históricos e patrimônio público; (viii) utilizam, significativamente, interfaces com novas tecnologias; (ix) abrangem, geralmente, diferentes segmentos culturais; e (x) praticam o modelo de curadoria individual pela possibilidade de escolha entre múltiplas ofertas de programação concomitantes.

Ao espelharem-se nesses casos, tanto a Virada Cultural quanto o Mexefest se revelam como objetos de estudos relevantes para refletirmos sobre os desdobramentos da aliança firmada, já, há muito tempo, entre festival e cidade. O que é novo e específico desses festivais é o tom contemporâneo da combinatória, da fluidez e da efemeridade presente neles e em seus derivados congêneres, os quais podem nos dar pistas importantes para pensarmos sobre comportamentos, controle social e valores atribuídos aos festivais, nos movimentos mais recentes do mercado da cultura e das dinâmicas urbanas. Embora apresentem cargas significativas diferentes de interesses institucionais e econômicos específicos, envolvidos em seus processos de produção e distribuição, ambos os casos carregam consigo o fato de, hoje, reimaginarem a cidade como espaço de contestação e cenário para novas criações artísticas, assumindo a função de revitalização do espaço urbano e de criação da imagem de “cidades culturais”.

6. Por meio dos festivais, as novas tecnologias têm influenciado, de forma direta, o consumo de cultura e os modos de vida urbanos.

O uso de algoritmos e o controle pelo binarismo têm produzido consequências que repercutem alterações de ordem material significativas na montagem dos festivais contemporâneos, convocadas principalmente pelo uso de *smartphones*. Essas novas dinâmicas tecnológicas e comunicacionais têm sido observadas não apenas no universo dos festivais, mas também nas novas tendências e fluxos emergentes da economia criativa e da cultura em geral. Dessa maneira, esses eventos podem ser entendidos como produtores de uma individuação homogênea, ou mesmo uma desindividualização no processo de ativação das cidades contemporâneas como destinos turísticos e culturais, por meio das novas tecnologias (Hui, 2015). Evidenciando as formas como as novas interfaces digitais têm atuado, efetivamente, na produção, distribuição e consumo cultural contemporânea, é possível citar: (i) o alto impacto da divulgação feita via redes sociais; (ii) os mecanismos de referenciação de salas de concerto por GPS; (iii) o controle de filas proporcionado pelos

aplicativos de telefonia móvel e (iv) o compartilhamento instantâneo de imagens.

Se, num primeiro momento, existe por parte das audiências um certo desconforto com a maneira pela qual os eventos são conduzidos pelo uso das novas tecnologias, à medida que a participação no evento se repete, o processo passa a ser melhor incorporado pelos espectadores. Como exemplo, é possível citar a diminuição das filas, quando o público passou a utilizar mais a tecnologia disponibilizada pelos *smartphones*. Tal processo é facilitado, ainda, pela maneira como os organizadores conduzem a coerência estética entre a programação, a ambientação e a retórica utilizada para a divulgação dos eventos culturais. Essa relação tem encontrado, nos festivais, expressão exemplar e particularmente intensa, prolongando-se para outras dimensões da vida urbana e condicionando nossas subjetividades às novas tecnologias.

7. O efeito *shuffle* praticado nas rádios e observado no consumo de música digital é agente central para o delineamento da programação de festivais urbanos. Tal dispositivo está alinhado com a aleatoriedade e a efemeridade observadas nos modos de vida urbanos mais contemporâneos.

Ao perfazer um *continuum* entre virtualidade e materialidade, a escuta individual de música e os festivais urbanos estão unidos pelo efeito *shuffle*. Tal dispositivo funciona, segundo a ideia de controle reduzido ao mínimo absoluto, com base nos princípios de combinação e simultaneidade, revelando o importante papel ocupado pela efemeridade dos festivais nas dinâmicas culturais mais recentes. O desenho dos palcos nos festivais urbanos têm funcionado como unidade básica para esse embaralhamento: eles operam pela via das *playlists*, já que podem estar organizados de acordo com artistas e/ou gêneros musicais. Da mesma forma que a liberdade do ouvinte está condicionada pelos algoritmos nos canais de consumo de música, também nos festivais essa lógica é estruturante.

O efeito *shuffle* tem delineado, amiúde, a forma com que os festivais urbanos contemporâneos são produzidos. Como evidências principais desse processo é possível listar: (i) a escolha de artistas baseada em seu poder de viralização e número de visualizações em canais de consumo de música; (ii) os concertos com tempo reduzido, (iii) as mudanças constantes de palcos por parte da plateia e (iv) a programação sobreposta de atividades artísticas. Ao sugerir o funcionamento do modelo *shuffle* em tempo real, é como se o festival colocasse como proposta de programação várias *playlists* para tocar, e

construísse a partir delas as experiências 3D, nas salas de concerto e espaços urbanos improvisados, reproduzindo na realidade material as sensações vivenciadas antes, virtualmente, pelo público espectador.

Desse modo, é possível observar um fenômeno de *shuffleização* acontecendo não apenas nos festivais urbanos mas, também, no espaço urbano como um todo: experiências sensoriais são criadas por meio destes eventos e, a partir delas, novas categorias de relação com a cidade mantidas pelo festival tem construído determinados tipos de subjetividade, padrões de consumos e comportamentos sociais. Par indivizível, cidade e efeito *shuffle* compõem um dispositivo potente quando tratamos de festivais urbanos. Essa junção está intimamente relacionada com a ideia de circulação de informação e, por conseguinte, com a ideia de regulação e controle social, por meio de uma série de processos de modulação presentes em nossas rotinas e modos de vida urbanos.

O cotidiano em uma grande metrópole qualquer faz-se de uma combinação de diversos fatores: horários de transporte, *check in* no turno de trabalho, *happy hour* com os amigos, compromissos familiares, cuidados com a casa. Todas estas ações precisam estar concatenadas, de maneira mais ou menos harmônica, levando em consideração fatores como distância e tempo de duração. Conjuguar diferentes pontos turísticos de forma eficiente no roteiro de viagem, ir em busca de determinadas obras de arte num grande museu, ou casar ações de compras e serviços, numa mesma ida ao centro comercial, podem configurar-se como derivações dessa mesma lógica.

Conclusões Específicas

1. Festivais de música são ativos importantes para os mercados emergentes.

Eventos musicais têm-se constituído, desde há muito tempo, como fator fundamental para a atração de novos negócios. As diferentes nuances de sentido ritual, criadas em torno de festivais de música, foram decisivas para aflorar o papel desses eventos como importantes vitrines na criação das novas redes de comércio entre as cidades. A mesma lógica, que ajusta a regulação e o controle social no desenvolvimento dos centros urbanos, tem harmonizado as necessidades de funcionamento de um mercado fortemente globalizado e pautado pelos interesses das indústrias culturais (Yúdice, 2006). Tal como no século XIX, a retórica do multiculturalismo e da integração multiétnica tem atuado para a

consolidação dessa dinâmica que está, ao mesmo tempo, a serviço da regulação e controle das massas e ligada aos fluxos migratórios contemporâneos. O crescente ajustamento da gestão e da política urbana aparecem, dessa forma, associados cada vez mais a princípios de empresarialização e competitividade territorial das cidades (Costa, 2002b; Ferreira, 2006; Seixas, 2010).

Nas últimas décadas, a cultura passou a ser percebida como um importante setor produtivo ligado à competitividade das cidades no mercado da atração de investimentos, evidenciando-a como pauta de trabalho na agenda de inúmeras organizações internacionais. Festivais de música e eventos culturais em geral têm sido utilizados por cidades no mundo todo como formas de revitalizarem suas economias e criarem infraestrutura urbana. Tais eventos sofreram um gradual processo de periferização geográfica e política, como comprova o processo da campanha Capital Europeia da Cultura para os países europeus, desde 1985, e os eventos derivados do SXSW, a partir de 1987 (Valley, 2013). Todos eles funcionam de acordo com um mesmo princípio político-econômico, segundo o qual o acesso ao consumo precisa ser distribuído para ser reproduzido.

Em Lisboa, o mercado de consumo de música tem capitaneado os modos de produção de cultura e festivais ligados ao marketing urbano. Mediante o convite aos turistas e residentes locais para irem à descoberta da cidade, a música foi um dos elementos decisivos para a criação de situações de catarse e liminaridade encontradas no contato com o terreno: nos concertos, nos vídeos publicitários, na programação da Rádio Vodafone FM e nas *playlists* do Spotify, criadas para aproximar o público do repertório do Mexefest. Tais dispositivos estão ligados ao mercado da música digital e potencializam novas formas de consumo e fruição musical, gerando impactos em termos daquilo que são os modelos de negócio e a forma como os processos de intermediação de informações são realizados.

2. Festivais urbanos têm atuado como ferramentas importantes para temas como segurança e ativação da noite na cidade.

Menções que associam festivais urbanos a “eventos de risco” por parte da mídia constroem constantemente imaginários de segurança, associando, no caso de São Paulo, festival, noite urbana, espaço público e cidade como lugares de violência. A Virada

Cultural é um exemplo emblemático para ilustrar a forma como o campo da comunicação vem construindo narrativas atrelando insegurança a fazeres culturais marginais, comprovando que, por vezes, é o próprio discurso sobre a falta de segurança que acaba fortalecendo os imaginários sobre ela, tal como acontece com outros eventos culturais realizados em espaços públicos de regiões mais instáveis socialmente.

Por outro lado, o crescente interesse pelas festividades, na década de 1990, está ligado à utilização de eventos culturais como estratégias sociais para o combate à alienação e à insegurança vivenciadas no espaço público. A junção cultura e cidade resiste a diferentes modos de fazer e formas de existir, e pode incrementar de maneira potente o sentido de tolerância, segurança e bem-estar na cidade para os diferentes grupos que nela habitam e transitam. Ao mesmo tempo que ensejam a permanência na rua, eventos culturais convidam o público a espaços de liberdade nos quais ocorre o consumo de uma série de serviços. Ao promover a fruição de um tempo urbano diferente daquele ofertado pela dinâmica do cotidiano moderno, eles ativam as possibilidades da noite e dão fluxo à economia da cidade, durante a madrugada. Além disso, geram sensação de comunidade e incrementam o sentimento de pertencimento entre sujeito e espaço urbano.

3. A função ritual e os sentidos liminares encontrados nos festivais e celebrações públicas podem estar, hoje, associados ao ativismo cultural e a ações de resistência política, por meio da organização de eventos e da formação de coletivos civis organizados.

Segundo Handelman (1998), os festivais estão ligados à transformação e aos ritos de passagem e, em geral, são orientados para a transformação da sociedade ou para sua reprodução. A utilização desses eventos para regular a pulsão libidinal e o divertimento das massas foi evidenciada, durante o período das cidades industriais, quando foram utilizados como dispositivos para a produção de ordem, disciplina e sentido de civilidade entre as populações urbanas, em particular as classes trabalhadoras. Em que pesem os inúmeros papéis de regulação social atribuídos aos festivais no passado, há em seu aspecto ritual um sentido de resistência e subversão uma vez que, através do comportamento carnavalesco, as pessoas podem expressar sua oposição ou mesmo rebelião à autoridade (Waterman, 1998), fazendo funcionar um processo catártico que permite a ordem através de uma desordem controlada.

Em São Paulo, a Virada Cultural e outras iniciativas derivadas, direta ou indiretamente, do evento têm mediado de forma efetiva a criação de projetos culturais de médio e longo prazo, assim como a mobilização de novas redes de intermediários, coletivos civis organizados e ativistas culturais. A existência de grupos como o Coletivo A Cidade Precisa de Você, a Associação Cultural Cecília, o Coletivo CoCidade, o Preto Café, o Centro Cultural Aparelha Luzia e o Restaurante Al Jannah comprovam essa afirmação. Através desses casos, é possível afirmar que os eventos podem disparar novas formas de organização, modos de fazer e criação de novas redes na cidade. Além disso, a organização de eventos multiculturais pode promover a integração diferentes estilos estéticos e práticas artísticas, despertando novos interesses por parte do público, e gerando a abertura de novas possibilidades para a vida cultural pública, no Brasil e em outras partes do globo.

4. Os festivais urbanos atuam como dispositivos centrais na criação de atmosfera cosmopolita e no marketing étnico para as cidades, na era da globalização, visando controle social para o convívio pacífico entre turistas, imigrantes e população local.

Teatralizando imaginários para enaltecer o espírito nacionalista de várias potências econômicas, ao longo da história, os festivais operam hoje como ferramentas de controle social de outras formas. Mesmo sob o risco de criação de uma falsa retórica de pacificação urbana, o discurso estético-político contemporâneo desses eventos tem permitido a coexistência de diversas culturas dentro de um mesmo território. Esse aspecto pode ser observado não apenas no desenho de sua programação, mas também na forma como seus espaços têm sido montados para sediar atrações culturais.

Para lá de sua atuação como processo ritual e elemento agregador de uma sacralidade comunitária (Durkheim, [1912] 2003), o festival dota a cidade de um sentido cosmopolita e tem-se constituído, desde há muito tempo, como fator fundamental para a atração de novos negócios, dentro de uma economia-mundo baseada na desterritorialização cultural (Fortuna, 2013). A Virada Cultural, o SP na Rua, o Festival Todos, o Lisboa Mistura e o Mexefest são exemplos interessantes, quando os pensamos como dispositivos de fortalecimento da vocação cultural plural e multiétnica dessas cidades, em busca do “selo cosmopolita” desejado pelo marketing étnico.

5. Festivais culturais têm tido um papel significativo em processos de gentrificação urbana mais recentes, bem como em projetos de regeneração urbana observados, especialmente, nas grandes cidades.

A pesquisa de terreno revelou dados para pensarmos a respeito da relação entre eventos culturais e processos de gentrificação, tendo em vista que os processos segregadores se materializam em meio à ordenação do espaço urbano. A criação de *clusters* criativos e a atração de artistas para determinados bairros da cidade são estratégias utilizadas, hoje em dia, para o enquadramento de uma lógica que une processos de gentrificação às ações de regeneração urbana, tal como comprovam as evidências observadas no terreno empírico, em Lisboa e São Paulo: (i) surgimento de redes de hotéis em áreas próximas aos eventos, (ii) redefinição do preçário de restaurantes e bares, (iii) presença de vendedores ambulantes na rua, (iv) criação de serviços temporários destinados ao público participante dos festivais. Em Lisboa, alguns dos espaços que antes foram utilizados como palcos do antigo Super Bock em Stock deixaram de existir como espaços de espetáculos em si devido ao uso dos mesmos em novos contratos imobiliários na área do turismo.

Levar a representação de grupos marginalizados até o centro, para manter o centro afastado da margem: funcionando como uma espécie de diáspora invertida, tem sido cada vez mais recorrente o retorno ao centro antigo das cidades por meio dos eventos culturais. Esse paradoxo é hoje imprescindível para entendermos de que maneira a estabilização dos conflitos urbanos vem sendo modulada pela cultura, em proximidade com projetos de requalificação urbana e de controle social. Enquanto dispositivo de resistência, a inclusão da cultura hip hop em festivais urbanos, por exemplo, tem ocupado um espaço de conflito estético possível e, nesse sentido, tanto a Virada Cultural quanto o Mexefest podem ser pensados, a partir de seu papel como construtores de uma “marginalidade civilizada” para grupos minoritários e de periferia.

6. Ambientação sinestésica, criação de atmosfera cultural e metáforas sobre consumo cultural, pelo viés da gastronomia, têm sido estratégias retóricas centrais para a turistificação das cidade pelos festivais, em especial por meio da música.

São Paulo e Lisboa têm associado sua imagem à cultura pela realização de festivais e eventos musicais, e a Virada Cultural e o Mexefest são iniciativas distintivas nesse

processo. No caso português, através do argumento da *Nova Música* e da descoberta musical, o Mexefest tem atuado como um “festival dos petiscos”, para a abertura do país a novos fluxos de turistas estrangeiros e visitantes nacionais, a partir da retórica de “Portugal como o país da gastronomia”. Nesse sentido, os programadores culturais vêm trabalhando para a “criação de novos paladares”, tanto no sentido de lançar novas carreiras, quanto no garimpo de novos espaços, em Lisboa.

No caso de São Paulo, a mescla entre médios e pequenos palcos, o fechamento do trânsito com a proibição de circulação de carros e a atmosfera musical, criada por artistas de rua fazem com que a ambientação do perímetro central da cidade oportunize uma experiência única para o público frequentador. Já, em Lisboa, a quebra da rotina e a criação de um espaço de exceção se manifesta pela utilização de elementos visuais, filtrando a percepção visual sobre aquele território e colocando o público passante numa atmosfera idílica. A partir disso, é possível afirmar que a criação de paisagens sonoras e ambientação urbana multissensorial para a realização de festivais têm atuado de forma central para a ambientação, para ações de *placemaking* e estetização do espaço urbano.

7. Eventos culturais em geral têm sido construídos com base em novos regimes imagéticos, e utilizados como ferramentas para a distinção de cidades nos novos mercados de exibição.

O processo de criação de marca da grande maioria dos festivais está associado a empresas do ramo da comunicação, tendo em vista a proximidade existente entre experiência virtual (via *smartphone*) e experimentação do festival na realidade material. Empresas que, hoje, financiam e cedem nome a esses eventos têm ligado diretamente seus nomes aos seus locais sede, gerando evidentes processos de mediatização e de mercantilização dessas cidades.

A música tem, nesse processo, o importante papel de servir como chave para a (re) construção e venda da imagem da cidade. Somam-se a isso estratégias, levadas a cabo pelos planejadores culturais, para torná-la mais aprazível aos turistas e moradores locais. Em que pesem os processos de homogeneização, cada vez mais presentes em todos os processos de criação de marca, é possível dizer que existe uma relação simbiótica entre determinados estilos de festivais, projetos de requalificação urbana e processos de *city*

branding. Os diversos vídeos, fotografias e materiais impressos de comunicação analisados comprovam esse argumento. Modulados pela possibilidade de escolha e a coexistência de gostos artísticos variados, a Virada Cultural e o Mexefest sugerem que a remodelação da cidade está baseada no cruzamento de diferentes informações. Tal processo pode ser vivenciado tanto na realidade material (os eventos *in loco*), quanto virtualmente (por meio de interação nas redes sociais, campanhas de marketing turístico, aplicativos de consumo de música e outros canais de comunicação).

8. Estratégias de placemaking e partilha de fotografia digital têm operado em conjunto para a redefinição do conceito de patrimônio, por meio dos eventos culturais.

Se, há um século, a cultura era tomada como ícone de poder no ordenamento estético das cidades industriais, hoje em dia, ela parece ter ganhado forma mais dinâmica, segundo a capacidade que cada cidade tem para a realização de festivais e eventos culturais. Daí, o empenho ininterrupto, por parte do poder público, de profissionais da comunicação e de produtores culturais, na criação de rótulos, conceitos e tendências para a transformação de suas cidades em espaços criativos, vivos e capazes de atrair, cada vez mais, pessoas e capital cultural.

Muitas das vezes, a escolha de lugares para servirem como espaços de programação aparece ligada a discursos patrimonialistas, fazendo com que o evento esteja associado às agendas de desenvolvimento da cidade, em termos de salvaguarda, capitalização e divulgação de seus bens materiais e imateriais. A essa imagem “espontaneamente” construída junta-se, ainda, a localização geográfica na perspectiva empreendedora professada pelo marketing urbano (Martinez, 2012). Diante da publicitação de patrimônios históricos e da enunciação de determinados elementos identitários urbanos pelos festivais culturais, a lógica de fazer o “*check in*” pelo *smartphone* tem criado, por sua vez, o dispositivo *#heritag*, cruzando patrimônio e redes sociais na criação de “cidades instagramáveis” pelos novos regimes imagéticos (Nunes Junior e Maia, 2018).

Nessa dinâmica, as fotografias pessoais se tornam mercadorias, uma vez que passam a atestar a presença em eventos culturais, funcionando, ao mesmo tempo, para atestar a experiência individual. A partir da interação entre público e lugar (fotografia e vídeo), tem-se criado uma série de espaços físicos para a produção de novas imagens

urbanas. Pelo viés do público, esse registro funciona como forma de legitimar sua presença e experiência dentro do evento: imagem-troféu que demonstra onde esteve e comprova a experiência vivida no festival. Na perspectiva dos agentes econômicos e políticos, essa é também uma via de multiplicar e prolongar a circulação de imagens promocionais e apelativas das cidades.

Enredadas por uma série de rizomas, essas e outras conclusões podem se desdobrar em outras tantas, como cartas de um jogo sem fim e repleto de possibilidades. Como esse baralho todo pode funcionar junto? Estimulados pelo raciocínio abduativo (Timmermans e Tavory, 2012: 181), através de processos de aproximação, revisitação e desfamiliarização, é feito o retorno à luz do conhecimento teórico de toda a problemática que envolve cidades e festivais urbanos. As 15 sentenças gerais e específicas aqui listadas podem, facilmente, ser misturadas. O embaralhamento de todas elas não só é possível, como também faz desta investigação um desdobramento real da forma como o efeito *shuffle* opera, atualmente; daí a expressão “tese-mosaico”.

Ao posicionar o modelo cultural do Mexefest e da Virada Cultural - e, por conseguinte de festivais contemporâneos congêneres - como dispositivo de modulação da vida cotidiana, é possível, por fim, dizer que ao festivalizarem as cidades de Lisboa e São Paulo, tais eventos ajustam-nas à prática efêmera e combinatória que caracteriza as plataformas digitais de música. Transferindo seu modelo de criação, distribuição e consumo para a vida urbana em geral, esse processo suscita um segundo raciocínio: a cidade está sendo ressignificada a partir do princípio *shuffle*, e os festivais de música representam uma das várias expressões dessa dinâmica. Seja como for, cabe-nos então investigar em quais aspectos isso pôde ser observado mais concretamente, tendo em vista que processos combinatórios, experiências fugazes e consumos voláteis ocorrem o tempo todo, em diferentes tamanhos e tipos de cidade. Os distintos papéis atuados por esses e outros inúmeros festivais, ao redor do globo, elucidam mudanças significativas nas sociedades contemporâneas e fazem com que essas e novas histórias permaneçam em aberto, à espera de novas enunciações.

Referências¹¹²

Referências bibliográficas

Aalst, I. V. e Melik, R. (2011) “City festivals and urban development: does place matter” *European Urban and Regional Studies*. 19 (2), 195-206.

Abrahams, R.D. (1982) “The Language of Festivals: Celebrating the Economy” in Turner, V. W. (ed.) *Celebration: Studies in Festivity and Ritual*. Washington: Smithsonian Institution Press, 161-177.

Abreu, P. (2000) “Práticas e consumos de música(s): ilustrações sobre alguns novos contextos da prática cultural” *Revista Crítica de Ciências Sociais*. 56, 123-147.

Abreu, P. (2004) “Músicas em movimento. Dos contextos, tempos e geografias da performance musical em Portugal” *Revista Crítica de Ciências Sociais*. 70, 159-181.

Abreu, P. (2009) “A indústria fonográfica e o mercado da música gravada - histórias de um longo desentendimento” *Revista Crítica de Ciências Sociais*. 85, 105-129.

Abreu, P. (2015) “A propósito do campo da música gravada: contributos para uma discussão teórica acerca dos campos culturais industriais” in Guerra, P. (org.) *More than loud. Os mundos dentro de cada som*. Porto: Afrontamento, 67-80.

Adams, R. (1986) *A book of British Music Festivals*. Londres, Robert Joyce Limited.

¹¹² Foi utilizado como padrão para a criação desta seção a última versão de indicação de formatação de Tese de Doutoramento da Universidade de Coimbra, expedida em janeiro de 2018. Casos omissos seguiram a normatização da APA - American Psychological Association. Todo o material de apoio utilizado na pesquisa está separado em três seções. *Referências (bibliográficas e videográficas)* equivalem a todas as publicações convocadas para suportar a discussão de argumentos e ideias teóricas da tese; *Referências Técnicas* indicam matérias jornalísticas, textos de opinião, guias, *websites*, entrevistas, imagens, verbetes e relatórios; enquanto *Fontes Citadas (texto, fotografia e vídeo)* dizem respeito a tudo aquilo que foi informação substantiva analisada como dados secundários de pesquisa.

Aitchison, C. e Pritchard, A. (2007) *Festivals and Events: Culture and Identity in Leisure, Sport and Tourism*. Brighton: Leisure Studies Association.

Anderton, C. (2011) "Music festival sponsorship: Between commerce and carnival" *Arts Marketing*. 1 (2), 145-158.

Aquino, L. (2016) *Picture Ahead - A Kodak e a construção do turista-fotógrafo*. São Paulo: Editora do Autor.

Archer, R. (2015) "A view from Australia" in Newbold, C.; Bianchini, F.; Maughan, C. e Jordan, J. (eds.) *Focus on Festivals. Contemporary Europeans case studies and perspectives*. Oxford: Good Fellow, 227-238.

Atkinson, R. (2007) "Ecology of sound: the sonic order of urban space" *Urban Studies*. 44 (10), 1905-1917.

Autissier, A. M. (2008) *L'Europe des festivals. De Zagreb à Édimbourg, points de vue croisés*. Paris: Éditions de L'Attribut.

Autissier, A. M. (2015) "Transnational festivals, a European Alternative: Les Boréales and Reims Scènes d'Europe" in Newbold, C.; Bianchini, F.; Maughan, C. e Jordan, J. (eds.) *Focus on Festivals. Contemporary Europeans case studies and perspectives*. Oxford: Good Fellow, 276-284.

Bakhtin, M. (1968) *Rabelais and His World*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.

Bandt, R.; Duffy, M. e MacKinnon, D. (2009) *Hearing Places: Sound, Place, Time and Culture*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.

Barna, E. (2018) "Curators as Taste Entrepreneurs in the Digital Music Industries" in Mazierska, E.; Gillon, L.; Rigg, T. (eds.) *Popular Music in the Post-Digital Age. Politics, Economy, Culture and Technology*. London Oxford. Bloomsbury Academic, 253-268.

Bassoli, A. (2013) "Musica dal vivo: coda lunga, eventi last-minute e i nuovi servizi digitali" *Lo Squaderno*. 28, 51-53.

Baudrillard, J. (1995) *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Elfos.

Belfiore, E. (2006) "The social impacts of the arts - myth or reality?" in Mirza, M. (ed.) *Culture Vultures : is UK arts policy damaging the arts?* London: Policy Exchange Limited.

Belghazi, T. (2006) "Festivalization of Urban Space in Morocco" *Critical Middle Eastern Studies*. 15 (1), 97-107.

Benjamin, W. ([1935/1939] 2001) "Paris, capital do século XIX" in Fortuna, C. (org.) *Cidade cultura e Globalização - Ensaio de Sociologia*. Oeiras: Celta Editora.

Bennett, A.; Taylor, J.; Woodward, I. (2014) *The Festivalization of Culture*. Farnham: Ashgate.

Berdoulay, V. (2012) "El sujeto, el lugar y la mediación del imaginario" in Lindón, A. e Hiernaux, D. (org.) *Geografías de lo imaginario*. Madrid: Anthropos, 49-64.

Bertho, A. (2008) "Lieux éphémères de la mondialisation culturelle" in Autissier, A. M. (org.) *L'Europe des festivals. De Zagreb à Édimbourg, points de vue croisés*. Paris: Éditions de L'Attribut, 43-49.

Besançon, J. (2000) *Festival de Musique - Analyse Sociologique de la Programation et de l'Organization*. Paris: L'Harmattan.

Bianchini F. (1990) "Urban renaissance? The arts and the urban regeneration process" in MacGregor, S. e Pimlott, B. (eds.) *Tackling the Inner Cities: The 1980s Reviewed, Prospects for the 1990s*. Oxford: Clarendon Press, 215-250.

Bijsterveld, K. (ed.) (2013) *Soundscapes of the Urban Past. Staged Sound as Mediated Cultural Heritage*. Wetzlar: Majuskel Medienproduktion GmbH.

Bijsterveld, K. e Van Dijck, J. (2009) *Sound Souvenirs. Audio Technologies: memory and cultural practices*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Birdsall, C. (2012) *Nazi Soundscapes. Sound, Technology and Urban Space in Germany, 1933-1945*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Birdsall, C. (2013) "(In) audible Frequencies: Sounding out the Contemporary Branded City" in Lindner, C. e Hussey, A. (eds.) *Paris - Amsterdam Underground. Essays on Cultural Resistance, Subversion and Diversion*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 115 - 133.

Birdsall, C. e Drozdowski, D. (2017) "Capturing commemoration: Using mobile recordings within memory research" *Mobile Media e Communication*. 6 (2), 1-19.

Boogaarts, I. (1992) La festivalomanie: A la recherche du public marchand. *Les Annales de la Recherche Urbaine*. 57 (1), 115-119, https://www.persee.fr/doc/aru_0180-930x_1992_num_57_1_1705 [14 de Novembro de 2017].

Bosi, A. (1992) *Dialética da colonização*. São Paulo: Companhia das Letras.

Bourdieu, P. (2007) *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.

Boy, J. D. e Uitermark, J. (2016) "How to study the city on Instagram" PLoS ONE, 11 (6), <http://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371%2Fjournal.pone.0158161&type=pr>

intable [06 de Maio de 2018].

Boyer, M. C. (1998) *The City of Collective Memory. Its Historical Imagery and Architectural entertainments*. Cambridge: MIT Press.

Bovone, L. (2001) “Os novos intermediários culturais. Considerações sobre a cultura pós-moderna” in Fortuna, C. (org.) *Cidade cultura e Globalização - Ensaio de Sociologia*. Oeiras: Celta Editora, 105-120.

Brandão, C. R. (1989) *A cultura na Rua*. São Paulo: Papirus.

Brito, M. e Richards, G. (2017) “Events and Placemaking” *International Journal of Event and Festival Management*. 8 (1).

Budarick, I. e Han, G. S. (2017) *Minorities and media: producers, industries, audiences*. London: Palgrave Macmillan.

Bull, M. (2007) *Sound Moves. iPod Culture and Urban Experience*. London: Routledge.

Bull, M. (2013) “From the iPod to the Smartphone: Navigating the Spaces of the City” *Lo Squaderno*. 28, June, 13-15.

Bull, M. (2017) “Sound as data” in Flick, U. (2017) *The SAGE Handbook of Qualitative Data Collection*. Berlin, SAGE, 426-438.

Burawoy, M. (1998) “The Extended Case Method” *Sociological Theory*, 16 (1), 4-33.

Büscher, M.; Urry, J.; Witchger, K. (eds.) (2010) *Mobile methods*. London: Routledge.

Cahiers de Ethnomusicologie (2014) *Festivalisation(s)* 20, <https://ethnomusicologie.revues.org/2151> [17 de Março de 2018].

Caldas, M.A.V. (2014) *Usos da cultura em projectos de regeneração urbana: O caso da Praça do Martim Moniz - Lisboa*. Dissertação de Mestrado, Universidade Católica Portuguesa.

Câmara Municipal de Lisboa (1989) *Planos Especiais de Salvaguarda de Alfama e Mouraria. Propostas para Debate Público*. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa.

Campell e Scott-Kassner (2010) *Music in Childhood - From Pre-School through Elementary Grades*. USA: Schirmer.

Carù, A. e Cova, B. (2007) “Consuming experiences: introduction” in Carù, A. e Cova, B. (eds.) *Consuming experiences*. London: Routledge, 3-16.

Catroga, F. (1996) “Ritualizações da história” in Torgal, L. R.; Mendes, J. A.; Catroga, F. *História da história em Portugal. Sécs. XIX-XX*. Lisboa: Círculo de Leitores, 547-671.

Chalcraft, J.; Magaudda, P.; Solaroli, M. e Santoro, M. (2011) “Music festivals as cosmopolitan spaces” in European Commission. *European Arts Festivals: Strengthening cultural diversity*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 25-37.

Charmaz, K. (2006) *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative Analysis*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Chion, M. (1990) *Audio-Vision - Sound on Screen*. Translated by Claudia Gorbman. Columbia: Columbia University Press.

Colaboratória, Grupo Interdisciplinar. (coord.) (2014) *Manifesto da noite*. São Paulo: Invisíveis Produções.

Combes, M. (2012) "Modos de Existência" in *Encontro "Informação, Tecnicidade, Individualização: a urgência do pensamento de Gilbert Simondon*. Campinas, 2 a 4 de abril de 2012. Universidade Estadual de Campinas: Instituto de Filosofia e Ciências Humanas.

Comunian, R. (2016) "Temporary Clusters and Communities of Practice in the Creative Economy: Festivals as Temporary Knowledge Networks" *Space and Culture*. 20 (3), 1-15.

Connell, J. e Gibson, C. (2003) *Soundtracks: Popular Music, Identity and Place*. London: Routledge.

Considère-Charon, M. C.; Laplace, P. e Savaric, M. (2009) *The Irish Celebrating. Festive and Tragic Overstones*. Cambridge: Cambridge Scholar Publishing.

Cordeiro; G. Í., Baptista, L. V. e Costa, A. F. (orgs.) (2003) *Etnografias Urbanas*. Lisboa: Celta Editora.

Costa, A. F. (2002a) "Identidades culturais urbanas em época de globalização" in *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 48: 15 - 30. Costa, A. F. (2008) *Sociedade de Bairro. Dinâmicas Sociais da Identidade Cultural*. Lisboa: Celta Editora.

Costa, A. F. (2008) *Sociedade de Bairro. Dinâmicas Sociais da Identidade Cultural*. Lisboa: Celta Editora.

Costa, F. L. (2011) "Globalização, diversidade e novas classes criativas em Lisboa. Economia etnocultural e a emergência de um sistema de produção etnocultural" *Sociologia, problemas e práticas*. 67, 85-106.

Costa, P. M. A. F. S. (2002b) *As actividades da cultura e a competitividade territorial: o caso da Área Metropolitana de Lisboa*. Tese de Doutoramento. Universidade Técnica de Lisboa - Instituto Superior de Economia e Gestão.

Costa, P. (coord.) (2017) *Estratégias para a cultura da cidade de Lisboa 2017*. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa.

Crespi, F. (1983) *Médiation symbolique et société*. Paris: Librairie des Méridiens (Bibliothèque de l'imaginaire).

Davallon, J. (2003) "La médiation: la communication en procès? Médiations e Médiateurs" *Médiation Information*. 19, 38-59.

DCMS (1998) *Creative Industries Mapping Document*. London: Department of Culture, Media and Sport.

Deville, J. (2012) "The Envoicing of protest: occupying television news through sound and music" *Journal of Sonic Studies*, 3 (1), <http://journal.sonicstudies.org/vol03/nr01/a05> [16 de Maio de 2017].

Debarbieux, B. (2012) "Los imaginarios de la naturaleza" in Lindón, A. e Hiernaux, D. (org) *Geografías de lo imaginario*. Madrid: Anthropos, 141-157.

De Cauter, L. (1993) "The panoramic ecstasy: os world exhibitions and the disintegration of experience" *Theory, Culture and Society*. 10, 1-23.

De Marchi, L. (2014) "A organização da indústria fonográfica brasileira nas redes digitais: concentração sem centralização das empresa eletrônicas fonográficas" *Revista FAMECOS*. 21 (1), 80-99.

Del Priore, M. L. (2000) *Festas e utopias no Brasil colonial*. São Paulo: Brasiliense.

Deleuze, G. (1991) *A dobra: Leibniz e o barroco*. Campinas: Papirus.

Deleuze, G. (1993) *The Fold*. London: Athlone.

Deleuze, G. ([1990] 2000) *Post-Scriptum sobre as Sociedades de Controle - Conversações*, 1ª Edição, 3ª Reimpressão, Editora 34, Rio de Janeiro. Tradução: Peter Pál Pelbart.

Deleuze, G. e Guattari, F (1997) *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Vol. 5 Trad. Ana Lúcia de Oliveira. Vol. 4. São Paulo: Editora 34.

Dinardi, C. (2017) "Cities for sale: Contesting city branding and cultural policies in Buenos Aires" *Urban Studies*. 54 (1), 85-101.

Doğan, E. (2011) "City as spectacle: the festivalization of cultura in contemporary Istanbul" in Akgun, M. e Petková, L. (Ed). *Young Minds Rethinking the Mediterranean*. Istanbul: Istanbul Kultur University Publication, 159, 69 - 91.

Dooche, D. (2015) "Festival City - Rotterdam" in Newbold, C., Bianchini, F., Maughan, C. e Jordan, J. (eds.) *Focus on Festivals. Contemporary Europeans case studies and perspectives*. Oxford: Good Fellow, 147-158.

Duarte, M. C. (2000) "Nova Lei de Bases abre perspectivas" in Tamen, T. (coord.) *Ser Artista em Portugal*. Lisboa: Centro Nacional de Cultura, 117-119.

Duffy, M. (2000) "Lines of drift: festival participation and performing a sense of place" *Popular Music*. 19 (1), 51-64.

Duffy, M. (2008) "Possibilities: the role of music and emotion in the social dynamics of a music festival" in *WSEAS International Conference on Cultural Heritage and Tourism (CUHT'08)*, Heraklion, Crete Island/Greece, 22-24 de julho.

Duffy, M.; Waitt, G. R. e Gibson, C. R. (2007) "Get into the groove: the role of sound in generating a sense of belonging in street parades" *Altitude: A Journal of Emerging Humanities Work*, 8, 1-32.

Duffy, M.; Waitt G. e Harada, T. (2016) "Making sense of sound: Visceral sonic mapping as a research tool" *Emotion, Space and Society*. 20, 49-57.

Durkheim, E. ([1912] 2003) *As Formas Elementares da Vida Religiosa*. São Paulo: Martins Fontes.

Elias, N. e Dunning, E. ([1983] 1992) *Memória e Sociedade a Busca da Excitação*. Lisboa: Difel.

Elias, N. ([1939] 2011) *O processo civilizador*. Vol. 1: Uma história dos costumes. 264 páginas.

Erlmann, V. (1996) "The Aesthetics of the Global Imagination: Reflections on World Music in the 1990s" *Public Culture*. 8 (3), 467-87.

Erlmann, V. (1993) "The politics and Aesthetics of Transnational Musics" *The world of music*. 35 (2), 3-15.

Evans, G. (2001) *Cultural Planning: an Urban Renaissance?* London: Routledge.

Evans, G. (2008) "Cultural Mapping and Sustainable Communities: Planning for the Arts revisited" *Cultural Trends*, 17(2): 65-96.

Evans, G. (2010) "Cities of Culture and the Regeneration Game" *Journal of policy research in Tourism, Leisure e Events*. Special "European Capital of Culture" London: Routledge.

Falassi, A. (1967) "Festival: definition and morphology" in Falassi, A. (ed.) *Time Out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque: University of Mexico Press, 1-10.

Feld, S. (2005) "Places sensed, senses placed: toward a sensuous epistemology of environments" in Howes, D. (ed.) *Empire of the Senses: The sensual culture Reader*. Oxford: Berg, 179-191.

Felsenstein, D. e Fleischer, A. (2003) "Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure" *Journal of Travel Research*. 41, May, 385-392.

Fernández, M. D. (2006) *El Impacto económico de los festivales culturales - El caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid*. Madrid: Fundación Author.

Ferreira, C. (1998) "A Exposição Mundial de Lisboa de 1998: contextos de produção de um megaevento cultural" *Revista Crítica de Ciências Sociais*. 51, 43-67.

Ferreira, C. (2002) *Intermediação cultural e grandes eventos. Notas para um programa de investigação sobre a difusão das culturas urbanas*. Oficina do CES, 167.

Ferreira, C. (2005) "Grandes eventos e revitalização cultural das cidades. Um ensaio problematizante a propósito das experiências da Expo' 98 e da Porto 2001" *Territórios do Turismo*, 2.

Ferreira, C. (2006) *A Expo'98 e os imaginários do Portugal contemporâneo. Cultura, celebração e políticas de representação*. Tese de Doutoramento. Coimbra: Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.

Ferreira, C. (2010) "Cultura e Regeneração Urbana: novas velhas agendas da política cultural para as cidades" *Revista Tomo*. 16, 29-56.

Ferreira, C. e Gomes, C. (2011), "A cultura, o turismo e as políticas para as cidades" in Jacinto, R. (org.) *Patrimónios e territórios culturais*. Guarda: Centro de Estudos Ibéricos, 56-60.

Ferreira, P. (2010) “Por uma definição dos processos tecnicamente mediados de associação” *Revista Brasileira de Ciência, Tecnologia e Sociedade*. 1, 58-75.

Ferreira, P. (2017) “Reticulações: ação-rede em Latour e Simondon” *Revista ECO-Pós*. 20, 104-135.

Feyerabend, P. (1977) *Contra o Método*. Tradução de Mota, O. S. e Hegenberg, L. Rio de Janeiro: F. Alves.

Fix, M. (2000) “A ‘fórmula mágica’ da parceria público-privada: operações urbanas em São Paulo” *Cadernos de Urbanismo*, 3. Rio de Janeiro: Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro, 1-15.

Flick, U. (2017) *The SAGE Handbook of Qualitative Data Collection*. Berlin, SAGE.

Flinn, J. e Frew, M. (2014) “Glastonbury: managing the mystification of festivity” *Leisure Studies*. 33 (4), 418-433.

Focroulle, B. (2008) “Préface” in Autissier, A. M. (org.). *L'Europe des festivals. De Zagreb à Édimbourg, points de vue croisés*. Éditions de L'Attribut, Paris.

Fonseca, A. C. (2014) “A cidade como polo de articulação cultural” in Leiva, J. (org.) *Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas*. São Paulo: Tuva Editora, 189-191.

Fontcubierta, J. e Parr, M. (2016) “Dança Sélfica” *Revista Zum* 11, <http://revistazum.com.br/revista-zum-11/danca-selfica/> [22 de dezembro de 2016].

Fortuna, C. (org.) (1997) *Cidade, Cultura e Globalização. Ensaios de Sociologia*. Oeiras: Celta.

Fortuna, C. (1998) “Imagens da cidade. Sonoridade e ambientes sociais urbanos” *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 51, 21- 41.

Fortuna, C. (2002) "Culturas Urbanas e Espaços Públicos: Sobre as cidades e a emergência de um novo paradigma sociológico” *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 63, 125 - 150.

Fortuna, C. (2008) “Em busca dos patrimónios intangíveis das cidades: Notas sobre as paisagens sonoras” in Braga, S. (org.) *Cultura Popular, Património Imaterial e Cidades*. Manaus: Universidade Federal do Amazonas.

Fortuna, C. (2012) “(Micro) territorialidades: metáfora dissidente do social" *Terra Plural*. 6 (2),199-214.

Fortuna, C. (2013) *Identidades, Percursos, Paisagens Culturais: Estudos Sociológicos de cultura urbana* (reedição em formato e-book). Coimbra: Imprensa da Universidade.

Fortuna, C.; Ferreira, C.; Abreu, P. (1999) “Espaço público urbano e cultura em Portugal” *Revista Crítica de Ciências Sociais*. 52, 85-117.

Fortuna, C.; Gomes, C.; Ferreira, C.; Abreu, P.; Peixoto, P. (2012) *A cidade e o turismo: Dinâmicas e desafios do turismo urbano em Coimbra*. Coimbra: Almedina.

Fortuna, C. e Peixoto, P. (2002) “A recriação e reprodução de representações no processo de transformação das paisagens urbanas de algumas cidades portuguesas” in Fortuna, C. e Santos Silva, A. (org.) *Projecto e circunstância. Culturas urbanas em Portugal*. Porto: Afrontamento, 17 - 63.

Fortuna, C. e Proença Leite, R. (orgs.) (2013) *Diálogos Urbanos: Territórios, Culturas, Patrimónios*. Coimbra: Almedina/CES.

Fortuna, C. e Santos Silva, A. (orgs.) (2002) *Projecto e Circunstância: Culturas Urbanas em Portugal*. Porto: Afrontamento.

Foucault, M. (1979) *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal.

Foucault, M. ([1967] 1984) "Of Other Spaces: Utopias and Heterotopias" *Architecture/Mouvement/Continuite*, October, 1-9, <http://web.mit.edu/allanmc/www/foucault1.pdf> [22 de fevereiro de 2018].

Foucault, M. ([1975] 1987) *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes.

Frith, S. (2006) "La industria de la música popular" in Frith, S.; Straw, W. e Street, J. *et al.* (org.). *La otra historia del Rock*. Barcelona: Ediciones Robinbook, 53-86.

Gallagher, M. (2015) "Field recording and the sounding of spaces" *Environment and Planning: Society and Space*. 33, 560 - 576.

Gallan, B. (2015) "Night Lives: Heterotopia, Youth Transitions and Cultural Infrastructure in the Urban Night" *Urban Night / Urban Studies*. 52 (3), 555-570.

García, B. (2004) "Urban regeneration, arts programming and major events. Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004" *International Journal of Cultural Policy*. 10 (1), 103-118.

Genep, A. (1960) *The Rites of Passage*. Chicago: Chicago University Press.

Getz, D. (1991) *Festivals, Special Events and Tourism*. New York: Reinhold Van Nostrand.

Getz, D. (1997) *Event Management e Event Tourism*. New York: Cognizant.

Getz, D. (2012) *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. London: Routledge.

Getz, D. (2015) “The forms and functions of planned events: past and future” in Yeoman, I.; Robertson, M.; McMahon-Beattie e Backer, E. (2015) *The future of events and festivals*. London and New York: Routledge, 20-35.

Gomes, R. T. e Lourenço, V. (2009) *Democratização Cultural e Formação de Públicos - Inquérito aos 'Serviços Educativos' em Portugal*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.

Gibson, C.; Waitt, G. e Walmsley, J. (2010) “Cultural Festivals and Economic Development in Nonmetropolitan Australia” *Journal of Planning Education and Research*. 29 (3) 280-293.

Gier, C. e Bronner, A. (2005) “Actions contemplatives s’arrêter dans la ville” in Hossard, N. e Jarvin, M. (2005) *C’est ma Ville! De l’appropriation et du détournement de l’espace public*. Dossiers Sciences Humaines et Sociales. Paris, L’Harmattan, 168-176.

Giorgi, L.; Sassatelli, M. e Delanty, G. (eds.) (2011) *Arts festivals and the cultural public sphere*, London: Routledge.

Ginzburg, C. (1987) *O queijo e os vermes*. São Paulo: Companhia das Letras.

Greenberg, R.; Ferguson, B.W. e Nairne, S. (1996) *Thinking about Exhibitions*. Nova York: Routledge.

Groff, E. (2015) “Informal Social Control and Crime Events” *Journal of Contemporary Criminal Justice*. Vol. 31 (1) 90-106.

Guattari, F. (1985) “Espaço e poder: a criação de territórios na cidade” *Espaço e Debates*. 6, 109-121.

Guerra, P. (2010) *A instável leveza do rock: gênese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal*. Tese de doutorado em sociologia. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Guerra, P. (2018) “Ceremonies of Pleasure: an approach to immersive experiences at summer festivals” in Simão, E. e Soares, C. (eds.) *Trends, Experiences, and Perspectives in Immersive Multimedia and Augmented Reality*. Hershey: IGI Global, 122-146.

Guerra, P. e Abreu, P. (2016) “Culturas musicais contemporâneas” *Revista Crítica de Ciências Sociais*. 109, 5-10.

Guerra, P. e Oliveira, A. (2014) “Transmission. Noite, consumos musicais e cenas em Lisboa” in *Rossio: Estudos de Lisboa*, n.º 5, Gabinete de Estudos Olisiponense, Câmara Municipal de Lisboa.

Gurgel, F. (2012) “Da potência da velocidade à experiência. Consumo e biopolítica na cena de festivais de música independente” in *IV Encontro de Pesquisadores em Comunicação e música popular. Linguagens e identidades da música contemporânea*. São Paulo, 15 a 17 de agosto. Universidade de São Paulo.

Handelman (1998) *Models and Mirrors: Towards an Anthropology of Public Events*. New York: Berghahn Books.

Harcup, T. (2000) “Re-imagining a Post-industrial City: The Leeds St Valentine’s Fair as a Civic Spectacle” *City*. 4 (2), 215-231.

Harvey, D. (2008) *Condição pós-moderna*. São Paulo: Edições Loyola.

Haussermann, H. e Siebel, W. (1993) “Die Politik der Festivalisierung und die Festivalisierung der Politik” in H. Haussermann and W. Siebel (eds.) *Festivalisierung der Stadtpolitik. Stadtentwicklung durch grosse Projekte*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 7-31.

Herschmann, M. (2010) *Indústria da música em transição*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.

Hiernaux, D. (2012) “Los imaginarios urbanos: una aproximación desde la geografía urbana y los estilos de vida” in Lindón, A. e Hiernaux, D. (org.) *Geografías de lo imaginario*. Madrid, Anthropos, 87-105.

Hobsbawm, E. (2013) “Por que realizar festivais no século XXI?” in Hobsbawm, E. *Tempos Fraturados - Cultura e Sociedade no século XX*. São Paulo: Companhia das Letras, 54-63.

Hossard, N. e Jarvin, M. (2005) *C'est ma Ville! De l'appropriation et du détournement de l'espace public*. Dossiers Sciences Humaines et Sociales. Paris: L'Harmattan.

Howes, D. (2005) *Empire of the Senses: The sensual culture Reader*. Oxford: Berg.

Hui, Y. (2015) “Modulation after Control” *New Formations: A Journal of Culture/Theory/Politics* (84), 74-91.

Hughes, R. (2013) *The Shock of the New*. New York: Alfred A. Knopf.

Huizinga, J. ([1919] 2010) *O outono da Idade Média*. São Paulo: Cosac Naify.

Hunyadi, Z. (2008) “Les festivals hongrois à la loupe. Au coeur des stratégies festivalières, l'art du partenariat” in Autissier, A. M. (ed.) *L'Europe des festivals. De Zagreb à Édimbourg, points de vue croisés*. Paris: Éditions de L'Attribut, 175-186.

Jamieson, K. (2004) "Edinburgh: the festival gaze and its boundaries, and its boundaries" *Space and Culture*. 7 (1), 64–75.

Jacques, P. B. (2012) *Elogio aos errantes*. Salvador: EDUFBA.

Jakob, D. (2012) "The eventification of place: Urban development and experience consumption in Berlin and New York City" *European Urban and Regional Studies*. 20 (4), 447-459.

Johansson, M. e Kociatkiewicz, J. (2011) "City festivals: creativity and control in staged urban experiences" *European Urban and Regional Studies*. 18 (4), 392-405.

Juslin, P. N. e Sloboda, J. A (1997) *Music and Emotion: Theory, Research, Applications*. Oxford: Oxford University Press.

Kapchan, D. (2017) *Theorizing sound writing*. Wesleyan: Wesleyan University Press.

Kara José, B. (2007) *Políticas Culturais e Negócios Urbanos. A instrumentalização da Cultura na Revitalização do Centro de São Paulo 1975-2000*. São Paulo: Annablume e FAPESP.

Karpinska, K. M. (2009) "Festivalization of the City: Contemporary examples" *Urban People - Lidé Mésta*. 11(2), <http://www.lidemesta.cz/archiv/cisla/11-2009-2/festivalization-of-the-city.-contemporary-examples.html> [30 de outubro de 2017].

Kassabian, A. (2004) *Would you like some world music with your latte? Starbucks, Putumayo and distributed tourism*. Cambridge, Cambridge University Press.

Kassabian, A. (2013) *Ubiquitous listening: affect, attention, and distributed subjectivity*. London: University of California Press.

Klaic, D. (2008) “Au coeur des stratégies festivalières, l’art du partenariat” in Autissier, A. M. (ed.) *L’Europe des festivals. De Zagreb à Édimbourg, points de vue croisés*. Éditions de L’Attribut, Paris, 103-112.

Kisliuk, M. (2017) “Writing the Magnified Musicking Moment” in Kapchan, D. *Theorizing sound writing*. Wesleyan: Wesleyan University Press, 46-85.

Laing, J. e Mair, J. (2015) “Music Festivals and Social Inclusion - The Festival Organizers’ Perspective” *Leisure Sciences*. 37, 252-268.

Latour, B. (1986) “The powers of association” in John Law (ed.) *Power, action and belief: a new Sociology of Knowledge?* London: Routledge; Kegan Paul, 264-80.

Latour, B. (2004) “Por uma antropologia do centro” (entrevista do autor à revista). *Mana*, 10 (2), 397-414.

Latour, B. (2007) “Como falar do corpo? A dimensão normativa dos estudos sobre a ciência” in Nunes, J. A. e Roque, R. (orgs.) *Objetos impuros: experiências em estudos sociais da ciência*. Porto: Afrontamento, 2007. p. 40-61.

Latour, B. (2012) *Reagregando o social: Uma introdução à Teoria Ator-Rede*. Salvador: EDUFBA.

Latour, B. e Woolgar, S. (1986) *Laboratory Life: The Construction of Scientific Facts*. Princeton: Princeton University Press.

Law, J. (2004) *After Method. Mess in social Science Research*. London e New York: Routledge.

Lefebvre, H. (1991a) *The Production of Space*. Tradução: Smith, D. N. Blackwell Publishing (USA).

- Lefebvre, H. (1991b) *A vida cotidiana no mundo moderno*. São Paulo: Atica Editora.
- Lee, J. e Kyle G. T. (2012) "Recollection Consistency of Festival Consumption Emotions" *Journal of Travel Research* 51(2), 178-190.
- Le Goff, J. (1999) *Por amor das cidades*. Lisboa, Editorial Teorema.
- Le Goff, J. (2012) *História e memória*. Campinas: Editora Unicamp.
- Leiva, J. (org.) *Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas*. São Paulo: Tuva Editora. 189-191.
- Liempt, I.; Aalst, I. e Schwanen, T. (2015) "Geographies of The Urban Night" *Urban Night Urban Studies*. 52 (3), 407-421.
- Lindón, A. e Hiernaux, D. (org.) (2012) *Geografías de lo imaginario*. Madrid, Anthropos.
- Liu, Y. (2016) "Cultural Event and Urban Regeneration: Lessons from Liverpool as the 2008 European Capital of Culture" *European Review*. 24 (1), 159-176.
- Liu, Y. e Chong, C. (2007) "The effects of festivals and special events on city image design" *Frontiers of Architecture and Civil Engineering in China*. 1 (2), 255-259.
- Lopes, J. T. (2009) *Da democratização da Cultura a um conceito e prática alternativos de Democracia Cultural*. Cadernos de Estudo 14. Porto: Escola Superior de Educação de Paula Frassinetti.
- Lourenço, V. e Gomes, R. T. (2005) *O Festival Estoril Jazz : construção de uma imagem de marca*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.

Lynch, K. (1996) *A imagem da cidade*. Lisboa: Edições 70.

Macdonald, A. (2012) *Imagining the City of Festivals: Festivalization and Urban Space in Montréal*. Montréal: McGill University Libraries.

Magnani, J. G. C. (1984) *Festa no pedaço. Cultura popular e lazer na cidade*. São Paulo: Brasiliense.

Maia, R. S. e Nunes Junior, P. C. (2017) “#sharedmemories: city exhibition, markets and photography raised by cultural festivals” in *13th Conference of the European Sociological Association*, 2017, Atenas 29 de Agosto a 1 de September de 2017. Paris: European Sociological Association (ESA) Publisher/Abstract Book. 1, 127-128.

Maisonneuve, S. (2009) “L’expérience festivalière: Dispositifs esthétiques et arts de faire advenir L’Foût” in Roueff, O. e Pecqueux, A. (eds.) *Écologie sociale de l’oreille. Enquêtes sur l’expérience musicale*. Paris : EHESS, 85-115.

Makhloufi, L. (2005) “Constantine: espaces publics et commerce informel. Entre appropriation et détournement” in Hossard, N. e Jarvin, M. (eds.) *C’est ma Ville! De l’appropriation et du détournement de l’espace public*. Dossiers Sciences Humaines et Sociales. Paris: L’Harmattan, 61-70.

Manthiou, A.; Seonjeong, L.; Tang, L. e Chiang, L. (2014) “The Experience Economy Approach to Festival Marketing: Vivid Memory and Attendee Loyalty” *Journal of Services Marketing* 28.1: 22-35.

Marling, G.; Jensen, O. B. e Kiiib, H. (2009) “The experience city: Planning of hybrid cultural projects” *European Planning Studies*.17(6), 863-885.

Martinez, N. M. (2012) “City marketing and place branding: A critical review of practice and academic research” *Journal of Town e City Management*. Vol. 2, 4, 369-394.

Martinho, G.; Gomes, A.; Ramos, M.; Santos, P.; Gonçalves, G.; Fonseca, M. e Pires, A. (2018) "Solid waste prevention and management at green festivals: A case study of the Andanças Festival, Portugal" *Waste Management*. 71, 10-18.

Matarasso, F. (1997) *Use or ornament? The social impact of participation in the arts*. Stroud: Comedia.

Matarasso, F. (2009) "A place in the city recognizing creative inclusion" *Creative Communities Conference*. Australia, 16 de abril de 2009.

Matias, A. (2014) "Um país conectado" in Leiva, J. (org.) *Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas*. São Paulo: Tuva Editora, 129-137.

Mattern, S. (2013) "Infrastructural Tourism" *Places Journal*, placesjournal.org/article/infrastructural-tourism/ [11 de abril de 2018].

McKay, G. (2015) *The pop festival. History, music, media, culture*. New York and London: Bloomsbury.

Mello, Z.H. (2003) *A era dos festivais: uma parábola*. São Paulo: Editora 34.

Menezes, M. (2009) "A Praça do Martim Moniz: Etnografando Lógicas Socioculturais de Inscrição da Praça no Mapa Social de Lisboa" *Horizontes Antropológicos*. 32, 301-328.

Merkel, U. (2014) *Power, politics and International Events. Socio-Cultural analyses of festivals and spectacles*. London and New York: Routledge.

Merleau-Ponty, M. (2002) *Phenomenology of Perception*. Tradução: Colin Smith, New York: Routledge and Kegan Paul.

Metz, T. (2002) *FUN. Leisure and Landscape*. Rotterdam: NAI Publishers.

Milan, M. (2014) “A noite como um ponto de encontro para os talentos criativos” in Colaboratória, Grupo Interdisciplinar (coord.) *Manifesto da noite*. São Paulo: Invisíveis Produções, 105-113.

Miles, M. (2005) “Interruptions: Testing the Rhetoric of Culturally Led Urban Development” *Urban Studies*, Vol. 42, Nos 5/6, 889- 911, Maio.

Miles, M. (2007) *Cities and Cultures*. London e New York: Routledge.

Miranda, D.S. (2000) “Reflexões sobre o papel da cultura na cidade de São Paulo” *São Paulo em Perspectiva*. 14 (4). São Paulo: SEADE.

Mongin, O. (2009) *A condição urbana. A cidade na era da globalização*. São Paulo, Editora Estação Liberdade.

Muir, E. (1997) *Ritual in Early Modern Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.

Négrier, E. e Jourda, M. T. (2007) *Les nouveaux territoires des festivals*. Paris: Éditions Michel de Maule.

Négrier, E. (2015) “Festivalisation: Patterns and Limits” in Newbold, C.; Bianchini, F.; Maughan, C. e Jordan, J. (eds.) (2015) *Focus on Festivals. Contemporary Europeans case studies and perspectives*. Good fellow, Oxford, 18-27.

Negus, K. (2002) “The Work of cultural Intermediaries and the Enduring Distance Between Production and Consumption” *Cultural Studies*. 16 (4), 501-515.

Neve, E. (2012) “Tararear el espacio: evocación, expresión musical y imaginarios” in Lindón, A. e Hiernaux, D. (org.) *Geografías de lo imaginario*. Madrid: Anthropos, 159-178.

Newbold, C.; Bianchini, F.; Maughan, C. e Jordan, J. (eds.) (2015) *Focus on Festivals. Contemporary Europeans case studies and perspectives*. Oxford: Good fellow.

Nunes, P. e Maia, R. S. (2018) “Fotografia Selfie em festivais: Experiência cultural como dispositivo para a nova imagem urbana” *Vista - Revista de Cultura Visual*. 3, 71-94.

Nunes Junior, P. C. e Amaral, S. C. F. (2010) “Entre a marquise e a pista central. Espaço para o tempo livre no Parque do Ibirapuera” *Movimento*. 16, 249-265.

Nunes Junior, P. C. (2016) “Forma y función, ciudad y estética: un diálogo necesario” in *Anais do XII Congresso Español de Sociología - Grandes transformaciones sociales, nuevos desafios para la Sociología*. Gijón - Astúrias, 1 e 2 de Julho de 2016. Madrid: Federación Espanhola de Sociología.

Nunes Junior, P. C. (2018) “Urban Festivals in Brazil: imaginaries of violence or experiences of resistance?” in *Dissecting Violence. Structures, imaginaries, resistances*. Amsterdam School for Cultural Analysis, 4 a 6 de Abril de 2018. Amsterdam: Singel Library.

O’Connor, J. e Wynne, D. (2017) *From The Margins To The Centre. Cultural Production And Consumption In The Post-Industrial City*. Londres: Taylor and Francis.

Olsen, C. S. (2013) “Re-thinking festivals: a comparative study of the integration/marginalization of arts festivals in the urban regimes of Manchester, Copenhagen and Vienna” *International Journal of Cultural Policy*. 19 (4), 481-500.

Ortiz, R. (1999) *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense.

Ozouf, M. (1988) *Festivals and the French Revolution*. Cambridge: Harvard University Press.

Paddison, R. (1993) "City Marketing, Image Reconstruction and Urban Regeneration" *Urban Studies*. 30 (2), 339-349.

Pais, J. M. (1993) *Culturas Juvenis*. Lisboa: Imprensa Nacional da Casa da Moeda.

Pais, J. M. (2002) *Sociologia da Vida Quotidiana*. Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.

Pais, J. M. (2009) "Diversidade Cultural na União Europeia" in *Revista Observatório Itaú Cultura* (OIC), 8, 1173-176.

Paiva, J. P. (1997) "Etiqueta e cerimônias públicas na esfera da Igreja (séculos XVII-XVIII)" in Jancso, I. e Kantor, Í. *Festa: Cultura e sociabilidade na América portuguesa*. São Paulo: Ática.

Pastor, P. e Bréard, R. (2005) *Motiver*. Editions Liaisons, Paris.

Pejovic, K. (2008) "Les festivals d'arts urbains: une empreinte sur le territoire" in Autissier, A. M. (ed.) *L'Europe des festivals. De Zagreb à Édimbourg, points de vue croisés*. Paris: Éditions de L'Attribut.

Peixoto, P. (2013) "A cidade performativa na era da economia das experiências" in Fortuna, C.; Bógus, L.; Corá, M. e Junior, J. (orgs.) *Cidade e Espetáculo - A cena teatral luso-brasileira contemporânea*. São Paulo: EDUC, 141-151.

Peixoto, P. (2000) "Gestão estratégica das imagens das cidades: análise de mensagens promocionais e de estratégias de marketing urbano" *Revista Crítica de Ciências Sociais*. 56, 99 - 122.

Peixoto, P. (2001) “As cidades e os processos de patrimonialização: a corrida ao estatuto de património mundial e a identidade simbólica das cidades” in Pinheiro, M.; Baptista, L. V. e Vaz, M. J. (org.) *Cidade e metrópole - centralidades e marginalidades*. Oeiras: Celta, 171 - 179.

Peixoto, P. (2004) “A identidade como recurso metonímico dos processos de patrimonialização” *Revista Crítica de Ciências Sociais*. 70, 183 - 204.

Peixoto, P. (2009) “Requalificação urbana” in Fortuna, C. e Proença Leite, R. (orgs.), *Plural de cidade: novos léxicos urbanos*. Coimbra: Almedina, 41-52.

Pena, S. (2014) “Um som para cada gosto” in Leiva, J. (org.) *Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas*. São Paulo: Tuva Editora. 179-188.

Pink, S. (2009) *Doing sensory ethnography*. London: SAGE.

Popescu, R. I. e Corbos, R. A. (2012) “The Role of Festivals and Cultural Events in the Strategic Development of Cities. Recommendations for Urban Areas in Romania” *Informatica Economică* 16, (4), 19-28.

Pratt, A. (2006) “Cultural Industries and Public Policy. An Oxymoron?” *International Journal of Cultural Policy*. 11 (1), 31-44.

Pred, A. (1995) *Recognizing European Modernities. A Montage of the Present*. London e New York: Routledge.

Queiroz, T. (2016) “ ‘É business’! Os festivais de música enquanto plataforma - o papel da associação cultural DoSol” *IS Working Papers*, 3ª Série, N. 43. Instituto de Sociologia da Universidade do Porto. Porto, novembro.

Quinlan, E. (2008) "Conspicuous Invisibility: Shadowing as a Data Collection Strategy" *Qualitative Inquiry*. 4 (8). Sage Publications.

Quiñones, M. G. (2007) "Listening in shuffle mode" *Lied und populäre Kultur/Song and Popular Culture*. 52, 11-22.

Quinn, B. (2005) "Arts Festivals and the City" *Urban Studies*, 42 (5-6), 927-943.

Quinn, B. (2006) "Problematizing 'Festival Tourism': Arts Festivals and Sustainable Development in Ireland" *Journal of Sustainable Tourism*. 14 (3), 288-306.

Quintela, P. e Ferreira, C. (2018) "Indústrias culturais e criativas em Portugal: um balanço crítico de uma nova 'agenda' para as políticas públicas no início deste milénio" *Revista Todas as Artes*. 1 (1), 89-111.

Radovac, L. (2011) " 'The War on Noise': Sound and Space in La Guardia's New York" *American Quarterly*. 63 (3), 733-760.

Rappaport, R. (1999) *Ritual and religion in the making of humanity*. Cambridge. Cambridge studies in Social and Cultural Anthropology, 110.

Reeves, M. (2002) *Measuring the Economic and Social impact of the Art*. London: Arts Council of England.

Rena, N.; Berquó, P. e Chagas, F. (2014) "Biopolíticas Espaciais gentrificadoras e as resistências estéticas biopotentes" *Lugar Comum*. 41, 71-88.

Revill, G. (2016) "How is space made in sound? Spatial mediation, critical phenomenology and the political agency of sound" *Progress in Human Geography*. 40 (2), 240-256.

Richards, G. (2017) “The Festivalization of Society or the Socialization of Festivals? The Case of Catalunya” in Richards, G. (ed.) *Cultural Tourism: Global and local perspectives*. Binghampton: Haworth Press.

Richards, G. e Palmer, R. (2009) *Eventful Cities. Cultural Management and Urban Revitalisation*. London: Routledge.

Richards, G. e Wilson, J. (2004) “The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001” *Urban Studies*. 41 (10), 1931-1951.

Rifkin, J. (2001) *Era do Acesso*. São Paulo: Pearson Makron Books.

Robertson, M. e Wardrop, K. (2004) “Events and the destination dynamic: Edinburgh festivals, entrepreneurship and strategic marketing” in Drummond, S.; Robertson, M.; MacMahon, U.; Yeoman, I.; e Ali-Kight, J. (eds.) *Festivals and Events Management: An International Arts and Culture Perspective*. Oxford: Elsevier Butterworth Heinemann, 115-129.

Robinson, R. (2015) *Music festivals and the politics of participation*. Surrey: Ashgate.

Roche, M. (1994) “Mega events and urban policy” in *Annals of Tourism Research*. 21, 1-19.

Rojek, C. (1993) *Ways of Escape Modern Transformations in Leisure and Travel*. London: Palgrave Macmillan.

Rota, F. S. e Salone, C. (2014) “Place-making processes in unconventional cultural practices The case of Turin’s contemporary art festival Paratissima” *Cities*. (40), 90-98.

Rouillé, A. (2005) *A fotografia: entre documento e arte contemporânea*. São Paulo: Senac, 2009.

Rouvroy, A. (2012) “The end(s) of critique: Data behaviourism versus due process”, *pre-publication version of chapter in Privacy, Due Process and the Computational Turn. Philosophers of Law Meet Philosophers of Technology*, Hildebrandt, M. e De Vries, K. (eds.), Routledge, 1-19.

Sahasrabudhe, C. e Kashyap, A. (2016) “Festivals, Rituals, and Urban Landscape in Eighteenth-Century Maharashtra” *South Asian Studies*. 32 (2), 155-165.

Santos, M. L. L. e Costa, A. F. (coords.) (1999) *Impactos culturais da Expo' 98*. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais.

Santos, M. L. L e Pais, J. M. (orgs.) (2002) *Novos Trilhos Culturais: Práticas e Políticas*. Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.

Santos Silva, A. e Fortuna, C. (2001) “As Cidades do Lado da Cultura: Espacialidades Sociais e Modalidades de Intermediação Cultural” in Santos, B. de S. (org.) *Globalização: Fatalidade ou Utopia?* Porto: Afrontamento, 409-461.

Sarmiento, J. (2007) “Festivais de Música de Verão: artes performativas, turismo e território” *GEO-Working Papers*. Instituto de Ciências Sociais - Universidade do Minho Série Investigação 2007/13.

Sassatelli, M. (2015) “Festivals, Urbanity and the Public Sphere: reflections on European festivals” in Newbold, C.; Bianchini, F.; Maughan, C. e Jordan, J. (eds.) *Focus on Festivals. Contemporary Europeans case studies and perspectives*. Oxford: Good Fellow, 28-39.

Sassatelli, M. e Delanty, G. (2011) “Festivals in cities, cities in festivals” in *European Commission, European Arts Festivals: Strengthening cultural diversity*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 47-56.

Savat, D. (2005) *Deleuze's Objectile: From Discipline to Modulation*, *Deleuze and New Technology*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Scott, A. J. (2008) *Social Economy of the Metropolis - Cognitive-Cultural Capitalism and the global Resurgence of cities*. Oxford: Oxford University Press.

Seixas, J. (2010) "Os Mega-Eventos na Cidade: Imagem Social, Política Econômica e Governança Urbana" *E-Metropolis: Revista Eletrônica de Estudos Urbanos e Regionais*. 2 (1), 4-9.

Shaw, R. (2015) "Alive after five: Constructing the Neoliberal Night in Newcastle upon Tyne" *Urban Night / Urban Studies*. 52 (3), 456-470.

Shin, H. (2004) "Cultural festivals and regional identities in South Korea. Environment and Planning" *Society and Space*. 22, 619-632.

Sibley, D. (1995) *Geographies of exclusion*. Routledge: London and New York.

Sieber, T. (2008) "Ruas da cidade e sociabilidade pública: um olhar a partir de Lisboa" in Cordeiro, G. I. e Vidal, F. (coord.) *A Rua: Espaço, Tempo e Sociabilidade*. Lisboa: Livros Horizonte, 47-64.

Silke R. e Frank, S. (2000) "Festivalization and the media: Weimar, cultural capital of Europe 1999" *International Journal of Cultural Policy*. 6 (2), 219-241.

Simmel, G. ([1903] 1997), "A metrópole e a vida do espírito" in Fortuna, C. (org.), *Cidade, Cultura e Globalização - Ensaio de Sociologia*. Oeiras: Celta, 31-43.

Simondon, G. ([1958] 2005) *L'individuation à la lumière des notions de forme et d'information*. [ILFI] Grenoble: Éditions Jérôme Millon.

Smith, N. (2002) “New Globalism, New Urbanism: Gentrification as Global Urban Strategy” *Antipode*. 34 (3), 427-450.

Smith, N. (2006) “A gentrificação generalizada: de uma anomalia local à “regeneração” urbana como estratégia urbana local” in Bidou-Zachariassen, C. (ed.) *De volta à cidade*. São Paulo: Annablume, 59-87.

Smith, S. (2000) “Performing the (sound)world” *Environment and Planning: Society and Space*. 18, 615 - 637.

Sontag, S. (2004) *Sobre fotografia*. Trad. Rubens Figueiredo. São Paulo: Companhia das Letras.

Sorkin, M. (ed.) (1992) *Variations on a theme park: the new american city and the end of public space*. New York : Hill and Wang.

Souza, B. D. e Nunes Junior, P. C. (2017) “Sustentabilidade em eventos culturais: estudo de caso em um projeto de extensão universitária” *Revista Brasileira de Extensão Universitária*. 8 (1), 31-38.

Sauvagnargues, A. (2011) “Simondon et la construction de empiricisme transcendantal” *Cahiers Simondon*. 3 (11), 7-30.

Skrbis, Z. (2013) *Cosmopolitanism. Uses of the idea*. SAGE Publishing.

Stengers, I. (1997) *Power and Invention: Situating Science*. Minnesota: University of Minnesota Press.

Stevens, Q. e Ambler, M. (2010) “Europe's City Beaches as Post-Fordist Placemaking” *Journal of Urban Design*. 15 (4), 515-537.

Suárez-Pinzón, J. e Nunes Junior, P. C. (2016) “La caja de deseos: posibilidades y límites entre público y artista” in *Encuentros Sociología Ordinaria- Grandes transformaciones sociales, nuevos desafíos para la Sociología*. Gijón - Asturias, 4 a 5 de Maio de 2016. Madrid: Medialab -Prado.

Szmigin, I. (2017) “Socio-spatial authenticity at co-created music festivals” *Annals of Tourism Research*. 63, 1-11.

Timmermans, S. e Tavory, I. (2012) “Theory Construction in Qualitative Research: From Grounded Theory to Abductive Analysis” *Sociological Theory*. 30 (3), 167-186.

Tjora, A. (2015) “The social rhythm of the rock music festival” *Popular Music*. 35 (1), 64-83.

Tosun, C. (2002) “Host perceptions of impacts: A comparative tourism study” *Annals of Tourism Research*. 29 (1), 231-245.

Trasforini, M. A. (2002) “The immaterial City - Ferrara, a Case Study of Urban Culture in Italy” in Crane, D.; Kawasjima, N. e Kawasaki, K. (eds.). *Global Culture. Media, arts, policy and globalization*. Nova York: Routledge, 169-190.

Truax, B. (2001) *Acoustic communication*. Westport: Ablex Publishing.

Turner, V. (1982) *Celebration: Studies in Festivity and Ritual*. Washington: Smithsonian Institution Press.

Williams, R. (1982) *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-century France*. University of California Press.

Velho, G. (1978) “Observando o familiar” in Nunes, E. D. O. *A Aventura Sociológica*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Verdú, D. (2016) “O gosto na era do algoritmo” *El País*. 7 de julho, https://brasil.elpais.com/brasil/2016/07/07/cultura/1467898058_835206.html [07 de novembro de 2018].

Vilarino, R. (1999) *A MPB em movimento: Musica, festivais e censura*. São Paulo: Olho d'água.

Vilela, I. (2013) *Cantando a Própria História. Música Caipira e Enraizamento*. São Paulo: EDUSP.

Virilio, P. (1993) *O espaço crítico*. Rio de Janeiro: Editora 34.

Wanderley, L. E. (2006) “Ampliação do impacto cultural da ação social” in Carbajal Arregui, C. e Belfiore-Wanderley, M. (orgs.) *Colóquio de Animação Sociocultural*. São Paulo: IEE/PUC-SP.

Wanderley, L. E. e Raichelis, R. (orgs.) (2009) *A cidade de São Paulo: relações internacionais e gestão pública*. São Paulo: EDUC.

Wasterfors, D. (2017) “Observations” in Flick, U. (2017) *The SAGE Handbook of Qualitative Data Collection*, 426-438.

Waterman, S. (1998) “Carnivals for elites? The cultural politics of arts festivals” *Progress in Human Geography*. 22 (1), 54-74.

Weber, H. (2009) “Taking Your Favorite Sound Along: Portable Audio Technologies for Mobile Music Listening” in Bijsterveld, K. e Dijck, J. (2009) *Sound Souvenirs. Audio Technologies, Memory and Cultural Practices*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 69-82.

Webster e McKay (2016) *From Glydebourne to Glastonbury: The impact of British Music Festivals*. London: Arts and Humanities Research Council - Funded Literature Review.

Wilks, L. e Quinn, B. (2016) “Linking Social Capital, Cultural Capital and Heterotopia at the Folk Festival” *Journal of comparative research in anthropology and sociology*. 7 (1), 23-39.

Wiltse, J. (2015) “Cities are Alive with the Sound of Music: Saengerfest and the Transformation of Urban Public Music in Nineteenth-century America” *American Nineteenth Century History*, 2015. 16 (3), 269-296.

Winston, B. (1998) *Media, Technology and Society, a History: from the Telegraph to the Internet* London: Routledge.

Wolifson, P. e Gibson, C. (2016) “Beyond lockouts: Sydney needs to become a more inclusive city” *The conversation*. 17 March, 1-3.

Wu, H. C. e Ai, C. H. (2016) “A study of festival switching intentions, festival satisfaction, festival image, festival affective impacts, and festival quality” *Tourism and Hospitality Research*. 16 (4) ,359-384.

Wynn, J. R. (2015) *Music/City: American Festivals and Placemaking in Austin, Nashville, and Newport*. Chicago: University of Chicago Press.

Wynn, J. R. (2017) “Why Cities Should Stop Building Museums and Focus on Festivals” *Coldnoon - International Journal of Travel Writing e Travelling Cultures*, <https://coldnoon.com/magazine/news/travel-bulletin/why-cities-should-stop-building-museums-and-focus-on-festivals/> [20 de novembro de 2017].

Wynn, J. R. e Yetis-Bayraktar, A. (2016) “The Sites and Sounds of Placemaking: Branding, Festivalization, and the Contemporary City” *Journal of Popular Music Studies*. 28 (2), 204-223.

Yúdice, G. (2006) *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Zarifian, P. (2003) *A quoi sert le travail?* Paris: La Dispute.

Zukin, S. (1993) *Landscapes of power: from Detroit to Disney World*. Berkeley: University of California Press.

Zukin, S. (1995) *The Cultures of cities*. Cambridge, Mass: Blackwell Publishing.

Zukin, S. (2009) *Naked city: The death and life of authentic urban places*. Oxford: Oxford University Press, 1-31.

Referências técnicas

Ação Educativa (2010) *Agenda Cultural da Periferia* - Capital e Grande São Paulo. Ano 5, 43. São Paulo: Ação Educativa.

Agência Lusa (2016) “Boom Festival começa esta quinta-feira e espera mais de 33 mil pessoas” *Observador*. 10 de agosto de 2016, <https://observador.pt/2016/08/10/boom-festival-comeca-esta-quinta-feira-e-espera-mais-de-33-mil-pessoas/> [21 de março de 2018].

Alencar, M. E. (2017) “Presenças africana e feminina marcam Festival de Avignon 2017” *Portal de Notícias As vozes do mundo*. 5 de julho de 2017, <http://br.rfi.fr/cultura/20170705-presencas-africana-e-feminina-marcam-festival-de-avignon-2017>. [22 de janeiro de 2018].

Aporfest (2016) “245 festivais de música em Portugal no ano de 2016” *Aporfest Website*. 22 de setembro de 2016, <http://www.aporfest.pt/single-post/2016/09/22/243-festivais-de-musica-em-Portugal-no-ano-de-2016-estudo-Aporfest> [05 de novembro de 2016].

Arnzen, M. (2008) Enjoy Uncertainty: Randomization and the Uncanny iPod. The Popular Uncanny, <http://gorelets.com/uncanny/advertising/enjoy-uncertainty-randomization-and-the-uncanny-ipod/> [14 de Maio de 2006].

Bliss, D. (2016) “The Guide Festivals 2016” in *France Today*. June/July, 139-151.

Bramão, R. (2017) *Mais de 500 festivais em Espanha e possibilidade de internacionalização de marcas, serviços e artistas [compêndio]*, <http://www.aporfest.pt/single-post/2017/08/10/Mais-de-450-festivais-em-Espanha-e-possibilidade-de-internacionalizacao-de-marcas-servicos-e-artistas-novo-compendio>. [17 de Março de 2018].

Bramão, R. (2018) *Annual Report 2017 | 272 festivais de música - Novo Record*, <http://www.aporfest.pt/single-post/2017/10/11/257-festivais-portugueses-já-anunciados-para-2017> [17 de Março de 2018].

Cidade de Tomar (2014) *Orçamento participativo pode requalificar o centro de Cem Soldos e viabilizar o festival Bons Sons*, http://www.cidadetomar.pt/noticia.php?id=4831&fb_comment_id=710682305690802_711207325638300. [4 de dezembro de 2018].

Correio da Manhã (2018) “Portugal é o melhor destino turístico do mundo pela segunda vez” *Portal de Notícias Correio da Manhã*. 1 de dezembro, <https://www.cmjornal.pt/sociedade/detalhe/portugal-e-o-melhor-destino-turistico-do-mundo-pelo-segundo-ano-consecutivo> [5 de dezembro de 2018].

Dybwad, B. (2015) *The Juicy Fruit iPod Shuffle* [fotografia] <https://www.engadget.com/2005/06/03/the-juicy-fruit-ipod-shuffle/> [28 de novembro de 2018].

Edinburgh Festival City (2018) *Website*, <https://www.edinburghfestivalcity.com> [4 de dezembro de 2018].

Elodie, D. (2018) *White Night - Nuit Blanche 2018 in Paris and Ile-de-France entrusted to Gael Charbau*, <https://www.sortiraparis.com/arts-culture/exposure/articles/54413-white-night-nuit-blanche-2018-in-paris-and-ile-de-france-entrusted-to-gael-charb/lang/en> [21 de fevereiro de 2018].

European Commission Directorat General for Education and Culture (2006) “The economy of culture in Europa. Cultural access and participation” *Relatório Kea*, http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf [1 de maio de 2016].

Eutrio.be (2010) “Belgian Presidency of the Council of the European Union” *in* *Nuit Blanche - 9th Edition*. <https://archive.is/s9jV> [19 de fevereiro de 2018].

Ezabella, F. (2017) “Festival é plataforma para empoderar pessoas criativas, diz diretor do SXSW” *Jornal Folha de São Paulo*. 10 de março, <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/03/1865307-festival-e-plataforma-para-empoderar-pessoas-criativas-diz-diretor-do-sxsw.shtml> [21 de fevereiro de 2018].

Faria, H. (2009) *Cultura e modos de vida. São Paulo, a utopia da Gaia Urbana*, www.polis.org.br/equipe-interna.asp?codigo+128. [12 de novembro de 2018]

Festivalando (2018) *Guia de viagem para festivais de música e turismo*, <http://festivalando.com.br>. [21 de março de 2018].

Florida, R. (2016) *How Music Festivals Shape Cities - A conversation with Jonathan R. Wynn on his new book, Music/City*, <https://www.citylab.com/design/2016/02/music-festivals-cities-sxsw/459654/> [22 de março de 2018].

Fundação Perseu Abrão e SESC (2013) *Públicos de Cultura*. Relatório Técnico.

Garcia, J. L. (coord.) (2014) *Mapear os recursos, levantamento de legislação, caracterização dos atores, comparação internacional*. Lisboa: Secretaria de Estado da Cultura / GEPAC.

Gomes, R. T. e Martinho, T. D. (2011) “Cultural Profile: Portugal” in *Council of Europe/ERICarts, Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe*, 13ª edição, <http://www.culturalpolicies.net>. [19 de julho de 2018].

Guerra, A. R. (2012) “Patrocinar festivais é bom para as marcas?” *Dinheiro vivo*, <https://www.dinheirovivo.pt/buzz/patrocinar-festivais-e-bom-para-as-marcas/> [30 de outubro de 2018].

Hickey, S. (2016) “UK festivals suffer in a costly and crowded field, study shows” *The Guardian*. 13 de junho, <https://www.theguardian.com/business/2016/jun/13/festival-suffer-crowded-field> [05 de novembro de 2016].

Hill, D. (2005) *The rise and rise of shuffle mode. City of Sound*, http://www.cityofsound.com/blog/2005/01/the_rise_and_ri.html [17 de maio de 2018]

ICC (2003) *Icc International Code on Sponsorship*. Paris: International Chamber of Commerce.

Klingmann, A. (2007) *Brandscapes: “Architecture in the experience economy” Mit Press*, <https://mitpress.mit.edu/books/brandscapes> [30 de maio de 2018].

Loftsgaarden, B. (2012) *South By Southwest City of Austin Economic Impact*, <http://www.austinchamber.com/the-chamber/> [9 de junho de 2017].

Lusa (2018) “Portugal eleito melhor destino do mundo pela segunda vez” *SIC Notícias*, <https://sicnoticias.sapo.pt/pais/2018-12-01-Portugal-eleito-melhor-destino-do-mundo-pela-segunda-vez> [02 de dezembro de 2018].

Marie de Paris (2018) “Nuit Blanche in Paris” *Official website of the Convention and Visitors Bureau*, <https://en.parisinfo.com/paris-show-exhibition/135251/nuit-blanche-in-paris> [15 de fevereiro de 2018].

Marques, R. O. (2018) “Os festivais que trazem mais retorno à EDP são aqueles a que damos o nosso nome” *Meios e publicidade*. 30 de julho, <http://www.meiosepublicidade.pt/2018/07/os-festivais-trazem-retorno-edp-sao-aqueles-damos-nome/> [30 de outubro de 2018].

Móveis Coloniais de Acaju (2018) *Website*, <http://www.moveiscoloniaisdeacaju.com.br> [9 de setembro de 2017].

Neves, J. S. e Lima, M. J. (2010) *Visionamento de Festivais Internacionais CIOFF em Portugal 2010*. Relatório final. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.

Nuit Blanche Kyoto (2017) *Nuit Blanche Kyoto 2017 - Official Website*, <http://www.nuitblanche.jp/en/> [21 de fevereiro de 2018].

Nuitblanch.me (2017) *Nuit blanche.me*, <https://www.nuitblanche.me>. [21 de fevereiro de 2018].

Nuta, S. (2017) *Interview: Architect Tram-Anh Nguyen Talks Cultural Venues, Public Space, And Ephemerality. Using rhythm and melody, Nguyen creates designs that flow*, <https://news.bandsintown.com/view-article/2017/10/18/interview-architect-tram-anh-nguyen-talks-cultural-venues-public-space-and-ephemerality> [19 de outubro de 2017].

O Globo (2017) *Doria apaga grafites em avenida e cria polêmica em SP*, <https://oglobo.globo.com/brasil/doria-apaga-grafites-em-avenida-cria-polemica-em-sp-20815081> [5 de dezembro de 2018].

Pereira, L. (2017) “Ainda é possível estar num grande festival como nos tempos em que não trazíamos o mundo no bolso?” *Revista Blitz*. 21 de outubro, <http://blitz.sapo.pt/principal/update/2017-10-21-Ainda-e-possivel-estar-num-grande-festival-como-nos-tempos-em-que-nao-traziamos-o-mundo-no-bolso-> [27 de outubro de 2017].

Pinheiro, L. V. R. P. (2006) *Fontes ou recursos de informação: categorias e evolução conceitual*. Rio de Janeiro: Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia. 1 (1). <<http://www.ibict.br/pbcib/include/getdoc.php?id=76&article=251&mode=pdf>> [17 de novembro de 2018].

Project for Public Spaces (2018) *Whats is placemaking?* <https://www.pps.org/article/what-is-placemaking> [23 de março de 2018].

Redação TI Online (2006) “Estudo revela que 50% dos usuários de celulares têm entre 14 e 30 anos” *TI Online*. 29 de novembro, <http://tiinside.com.br/tiinside/29/11/2006/estudo-revela-que-50-dos-usuarios-de-celulares-tem-entre-14-e-30-anos/> [9 de outubro de 2018].

SAS Brasil (2018) “Refugiada síria fará comida típica na festa de abertura de 2018 do SAS Brasil - vai perder?” *Blog SAS Brasil*. 19 de fevereiro, <http://www.sasbrasil.org.br/refugiada-siria-fara-comida-tipica-na-festa-de-abertura-de-2018-do-sas-brasil-vai-perder/> [22 de fevereiro de 2018].

SEF (2010) *Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, 2009*. Oeiras: Serviço de Estrangeiros e Fronteiras.

Simpla (2016) “Workshop: Elaboração de Projetos Culturais. Simpla” *Website*, https://www.sympla.com.br/workshop-elaboracao-de-projetos-culturais__64349. [01 de junho de 2016].

Smith, D. e Barton, N. (1980) *International Guide to music festivals*. New York: Quick Fox.

Sanfilippo, V. (2017) “SXSW - O que é? Onde vive? O que faz? Do que se alimenta?” *Meio e mensagem*. 10 de março, <http://sxsw.meioemensagem.com.br/cobertura2017/2017/03/10/sxsw-o-que-e-onde-vive-o-que-faz-do-que-se-alimenta/> [21 de fevereiro de 2018].

Universidade Lusófona (2017) *Brand DNA e Namming*, <https://www.ulusofona.pt/agenda/brand-dna-namming> [24 de março de 2018].

The Pop History Dig (2011) *The iPod Silhouettes 2000-2011* [fotografia] <http://www.pophistorydig.com/topics/ipod-silhouettes-2000-2011/> [28 de novembro de 2018].

Valente, F. (2017) “Operação surpresa de guerra na Cracolândia choca entidades e recebe críticas” *Carta Capital*. 22 de maio. <http://justificando.cartacapital.com.br/2017/05/22/operacao-surpresa-de-guerra-na-cracolandia-choca-entidades-e-recebe-critica/> [15 de setembro de 2018].

Valley, M.S. (2013) “*Alt-Weeklies*” *Four-Letter Festivals: Movement Grows as Silicon Valley Launches C2SV*, <http://archive.altweeklies.com/aan/alt-weeklies-four-letter-festivals-movement-grows-as-silicon-valley-launches-c2sv/Article?oid=7274104>. [15 de fevereiro de 2018].

Wood, M. (2015) “ASXSW 2015: The festival changes, but for the better?” *Los Angeles Time Newspaper*. 23 de março, <http://www.latimes.com/entertainment/music/la-et-ms-sxsw-music-wrap-20150323-story.html> [15 de fevereiro de 2018].

World Popular Review (2018) <http://worldpopulationreview.com/world-cities/amsterdam-population/> [23 de março de 2018].

Referências videográficas

Clode, J.; Yamanaka, M. e Alapont, A. (2014). *O que é nosso - Reclaiming the Jungle*. Brasil [Filme Documentário - 72 minutos], <https://vimeo.com/112955569> [17 de Março de 2018].

Cohen, P. (Diretor. (1992) *Arquitetura da destruição*. Suécia: First Run Features [Filme Documentário - 121 minutos].

Farocki, H. (1986) *Como se vê*. Alemanha Ocidental [Filme Documentário - 72 minutos].

Wise, R. (1966) *Música do Coração*. Estados Unidos [Filme - 2 horas e 54 minutos].

Fontes citadas (texto e fotografia)

Bartolini, R. (2011) *Veja 6 dicas para aproveitar a Virada com quem mais entende do assunto*, Portal de Notícias Uol [fotografia] <https://entretenimento.band.uol.com.br/noticias/100000421829/veja6dicasparaaproveitaraviradacomquemmaisentendedoassunto.html> [13 de dezembro de 2018].

Blitz Notícias (2015) “NOS Alive e Vodafone Mexefest entre os 14 festivais mais bonitos do mundo para o Gigwise” *Revista Blitz*. 30 de janeiro, <https://blitz.sapo.pt/principal/update/nos-alive-e-vodafone-mexefest-entre-os-14-festivais-mais-bonitos-do-mundo-para-o-gigwise=f95239> [31 de outubro de 2018].

Bonifácio, J. (2015) “Um menu de degustação com travo tuaregue” *Caderno Ípsilon - Público*. 29 de novembro, <https://www.publico.pt/2015/11/29/culturaipsilon/noticia/um-menu-de-degustacao-com-travo-tuareg-1715963> [08 de Dezembro de 2017].

Caetano, M. J. (2016) “Vodafone Mexefest já tem o cartaz completo” *Diário de Notícias*. 02 de Novembro, <https://www.dn.pt/artes/interior/vodafone-mexefest-ja-tem-o-cartaz-completo-5476240.html>. [23 de abril de 2018].

Cardápio (2015) “Vodafone Mexefest com reconhecimento internacional” *Cardápio Website*. 6 de fevereiro de 2015, <https://www.cardapio.pt/musica/14198-vodafone-mexefest-com-reconhecimento-internacional/> [31 de outubro de 2018].

Diário Oficial da cidade de São Paulo (2006) Ano 51, n. 93. *Virada Cultural. Estratégia para desenvolver a indústria do Turismo*, 19 de maio.

Diógenes, M. (2007) “Virada Cultural se transforma em campo de batalha no centro de SP” *Folha de São Paulo*. 21 de maio, <http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u135031.shtml> [26 de janeiro de 2018].

Domingos, R.; Paulo, P. P. e Machado, L. (2017) “Chuva e descentralização esvaziam 13ª Virada Cultural em São Paulo” *G1 Globo São Paulo*. 21 de maio, <https://www.eqso.com.br/gnoticias/1853-chuvaedescentralizaucueoesvaziam13uviradaculturalemsueopaulo> [19 de setembro de 2018].

Festival Todos (2015) “TODOS - saberes e sabores culturais” *Website oficial Festival Todos*, <https://festivaltodos.wordpress.com/todos-saberes-e-sabores-culturais/> [22 de fevereiro de 2018].

Festival Todos (2018) *Website oficial Festival Todos*. <https://festivaltodos.wordpress.com> [26 de janeiro de 2018].

FMM (2018) “Programa - 20ª Edição do Festival Músicas do Mundo” *Sines* (19 a 28 de julho de 2018).

Fonte, J. (2011) *Cabaré Maxime fecha no final de Janeiro*. Expresso. 21 de janeiro, <http://expresso.sapo.pt/actualidade/cabare-maxime-fecha-no-final-de-janeiro=f627412> [22 de janeiro de 2018].

Frota, G. (2016) “Música de costas para a Europa, de frente para o mar” *Jornal Público*, 24 de Novembro, <https://www.publico.pt/2016/11/24/culturaipilon/noticia/musica-de-costas-para-a-europa-de-frente-para-o-mar-1752114> [24 de novembro de 2016].

G1 SP (2017) *Virada Cultural 2010* [mapa esquemático] <https://g1.globo.com/sao-paulo/musica/noticia/virada-cultural-de-sp-2017-veja-a-programacao.ghtml> [28 de novembro de 2018].

Guia Divirta-se Jornal da Tarde (2008) *Virada Cultural*, 26 e 27 de abril.

Guia Divirta-se Jornal da tarde (2009) *Virada Cultural*, 2 e 3 de maio.

Guia Especial Agora (2012) *Virada Cultural*, 3 de maio.

Guia Especial da Folha (2009) *Virada Cultural*, 2 e 3 de maio.

Guia Especial da Folha (2010) *Virada Cultural*, 15 e 16 de maio.

Guia Especial da Folha (2011) *Virada Cultural*, 16 e 17 de abril.

Guia Especial da Folha (2012) *Virada Cultural*, 5 e 6 de maio.

Guia Especial da Folha (2014) *Virada Cultural*, 16 a 22 de maio.

Guia Especial Folha (2017) *Virada Cultural*, 19 a 25 de maio.

Guia Especial Jornal Tarde (2008) *Virada Cultural*, 26 e 27 de abril.

Guia do Estado de São Paulo (2009) *Virada Cultural*, 2 e 3 de maio.

Guia do Estado de São Paulo (2012) *Virada Cultural*, 5 de maio a 6 de junho.

Guia do Estado de São Paulo (2014) *Divirta-se - Virada Cultural*, 16 a 22 de maio.

Lima, J. D. e Montensanti, B. (2016) “Debate sobre centralização da Virada Cultural persiste em 12 anos de evento” *Nexo Jornal Expresso*. 17 de maio, <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/05/17/Debate-sobre-centralização-da-Virada-Cultural-persiste-em-12-anos-de-evento> [19 de setembro de 2018].

Lobo, C. (2017) “CPTM e Metrô funcionam sem parar no fim de semana” *Viatrolebus* <http://viatrolebus.com.br/2017/05/cptm-e-metro-funcionam-sem-parar-no-fim-de-semana/>. [19 de setembro de 2018].

Lusa. (2016) Mexefest, “um festival para ‘petiscar’ música nova em Lisboa”. *Cultura ao Minuto*, 18 de novembro. https://www.noticiasao minuto.com/cultura/690131/mexefest-um-festival-para-petiscar-musica-nova-em-lisboa?utm_source=rss-ultima-hora&utm_medium=rss&utm_campaign=rssfeed [24 de novembro de 2017].

Manso, B. P.; Maria, J.; Medeiros, J. e Nascimento, R. (2013) “SP teve a Virada Cultural mais violenta” *Jornal Estado de São Paulo*. <https://www.estadao.com.br/noticias/geral,sp-teve-a-virada-cultural-mais-violenta,1033652>. [15 de janeiro de 2019].

Matos, W. (2010) *Virada Cultural de SP 2017: Veja a programação* [mapa esquemático] <https://weltonmatos.wordpress.com/2010/05/08/virada-cultural-2010/> [28 de novembro de 2018].

Medeiros, J. (2010). Vitórias e impasses no gigantismo da Virada Cultural. *O Estado de São Paulo*. 14 de maio, <https://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,vitorias-e-impasses-no-gigantismo-da-virada-cultural,551424> [05 de maio de 2019].

Menon, I. (2017) “Manifestantes ocupam Secretaria da Cultura e pedem renúncia de Sturm” *Folha de São Paulo*, 31 de maio, <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/05/1889064-manifestantes-ocupam-secretaria-da-cultura-e-pedem-renuncia-de-sturm.shtml> [5 de dezembro de 2018].

Moretti, J. (2017) “Virada Cultural se espalha para outros espaços da cidade”. *Veja São Paulo*. 5 de maio, <https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/virada-cultural-2017-mudancas/> [17 de setembro de 2018].

O Estado de São Paulo (2016) *Virada Cultural faz ajustes para coibir a violência*. <https://istoe.com.br/virada-cultural-faz-ajustes-para-coibir-a-violencia/> [15 de janeiro de 2019].

Prefeitura Municipal de São Paulo (2016) *Virada Cultural*. *Website*, <http://viradacultural.prefeitura.sp.gov.br> [9 de julho de 2016].

Prefeitura Municipal de São Paulo (2018) *Virada Cultural*. Website, <http://viradacultural.prefeitura.sp.gov.br> [9 de setembro de 2018].

R7 Notícias (2013) *Falta de planejamento, arrastão e mortes marcam a 9ª edição da virada cultural de São Paulo*. <https://noticias.r7.com/sao-paulo/falta-de-planejamento-arrastoes-e-mortes-marcam-9-edicao-da-virada-cultural-de-sao-paulo-20052013> [15 de janeiro de 2019].

Rede Brasil Atual (2017) “Virada Cultural 2017: Dória ‘esvazia’ centro e reduz locais de atividades na periferia” TVT Cultura, <http://www.tvt.org.br/virada-cultural-2017-doria-esvazia-centro-e-reduz-locais-de-atividades-na-periferia> [19 de setembro de 2018].

Sapo 24 (2016) “Mexefest, um festival para "petiscar" música nova em Lisboa”, *Sapo*. 18 de novembro, <http://24.sapo.pt/vida/artigos/mexefest-um-festival-para-petiscar-musica-nova-em-lisboa> [08 de dezembro de 2017].

São Paulo Turismo (2012) *Pesquisa de Perfil de público Virada Cultural 2012*. São Paulo: Observatório do Turismo.

Silva, J. (2009) *Super Bock em Stock 2009 com cartaz fechado*. <http://www.maisfutebol.iol.pt/musica/festival/super-bock-em-stock-2009-com-cartaz-fechado> [25 de abril de 2018].

Vodafone Mexefest (2015b) *Website Oficial*, <http://www.vodafonemexefest.com> [23 de fevereiro de 2016].

Vodafone Mexefest (2016a) *Website Oficial*, <http://www.vodafonemexefest.com> [13 de janeiro de 2018].

Vodafone Mexefest (2016b) *Fanpage Oficial (Facebook)*, <http://www.vodafonemexefest.com> [13 de janeiro de 2018].

Fontes citadas (vídeos)

Blitz Notícias (2018) *Luís Montez: “Se uma sala estiver cheia, a 100 metros têm outra. O Super Bock em Stock é para circular de um lado para o outro”* [Vídeo Reportagem - 4 minutos e 7 segundos] <https://blitz.sapo.pt/principal/update/2018-11-23-Luis-Montez-Se-uma-sala-estiver-cheia-a-100-metros-tem-outra.-O-Super-Bock-em-Stock-e-para-circular-de-um-lado-para-o-outro> [5 de dezembro de 2018].

Curto Circuito Web (2016) *Vodafone Mexefest 2016 1ª Parte*. [Vídeo Reportagem - 14 minutos e 24 segundos] https://www.youtube.com/watch?v=mlQ_xZWclHs [9 de setembro de 2018].

iPod Shuffle (2005) *iPod Shuffle 2005*. [Vídeo Promocional - 30 segundos] https://www.youtube.com/watch?time_continue=5ev=TE4EEwQAfxo [9 de setembro de 2018].

Música no Coração Oficial (2011) *O que é o Vodafone Mexefest*. [Vídeo Promocional - 3 minutos e 26 segundos] <https://www.youtube.com/watch?v=CTidCQDonO4> [10 de dezembro de 2018].

MyspacePortugal (2012) *Entrevista: Jwana Godinho revela tudo sobre o Vodafone Mexefest*. [Vídeo Reportagem - 4 minutos e 17 segundos] https://www.youtube.com/watch?v=mLMUe_iRMy4 [9 de dezembro de 2018].

Notícias Portugal (2014) *Vodafone Mexefest regressa à Avenida da Liberdade em Lisboa. SIC Notícias* [Vídeo Reportagem - 2 minutos e 40 segundos]. <https://www.youtube.com/watch?v=0uBSda6OlnI>. [13 de dezembro de 2018].

Silva, R. (2011) *Virada Cultural 2011*. [Vídeo Resumo - 4 minutos e 9 segundos] <https://www.youtube.com/watch?v=OK1oV1tQp7g> [10 de setembro de 2018].

TVI4 (2008a) *Super Bock em Stock anima Lisboa*. [VÍdeo Reportagem - 7 minutos] <http://www.tvi24.iol.pt/videos/musica/super-bock-em-stock-anima-lisboa/53f4c78e300428fec6f9c2b8>. [25 de abril de 2018].

TVI4 (2008b) *Os caminhos do Super Bock em Stock*. [VÍdeo Reportagem - 9 minutos] <http://www.tvi24.iol.pt/videos/musica/os-caminhos-do-super-bock-em-stock/53f4c78e300428fec6f9c2b2>. [25 de abril de 2018].

Vodafone FM (2014) *Vodafone Mexefest - Era uma vez*. [VÍdeo Promocional - 1 minuto] <https://www.youtube.com/watch?v=p3KBQdxbg8wefeature=youtu.be>. [10 de setembro de 2018].

Vodafone Mexefest (2015b) *Lisboa Já Mexe* [VÍdeo Promocional - 53 segundos] https://www.youtube.com/watch?v=RIP4k_8W-Yo [10 de setembro de 2018].

Vodafone Portugal (2016) *Conheça a história do Vodafone Mexefest*. [VÍdeo Promocional - 45 segundos] <https://www.youtube.com/watch?v=51blFEv0wKw> [10 de setembro de 2018].

Apêndices

Na ordem que se segue:

- Apêndice I: Guiões de terreno
- Apêndice II: Identificação e perfil sócio-profissional dos entrevistados

Apêndice I - Guiões de terreno¹¹³

1. DURANTE TODA A PESQUISA

1.1 *Análise Documental*

Fontes:

- a) documentação referente a financiamento, instrumentos de publicidade impressos, tais como cartazes, flyers, folders, programas, outdoors, e outros materiais do gênero;
- b) instrumentos de divulgação virtuais, a exemplo de websites, blogs, redes sociais e divulgação on line em geral;
- c) Clippagem e material de imprensa de veiculação dos festivais.

Pontos a serem analisados:

- > Histórico dos eventos e ocupação de espaços ao longo de suas edições;
- > Retóricas discursivas, sentidos e significados dos discursos sociopolíticos e culturais;
- > Perfis de públicos alvo;
- > Formatos e tipos de programação;
- > Identidade e imagem de divulgação e comercialização dos eventos.

1.2 *Atualização Bibliográfica*

Leitura de materiais diversos a respeito do tema principal de pesquisa e seus desdobramentos.

2. ANTES DOS EVENTOS

2.1 *Ficha de Coleta de Dados*¹¹⁴

Quando: até 30 dias antes de cada evento

¹¹³ O guião tem como caso referência o Vodafone Mexefest (Lisboa), e foi devidamente replicado à Virada Cultural (São Paulo).

¹¹⁴ Conforme esclarecimentos metodológicos prestados no Capítulo 3, este instrumento não foi replicado para o caso de São Paulo. O mesmo aplica-se aos itens 2.2, 3.1 e 4.1 deste Anexo.

Com quem: Público em geral

Como: Será lançado em forma on-line, divulgado nas redes sociais (grupos e eventos de interesse), *mailing* concedido pelos organizadores e contatos pessoais. Do total de inquéritos recebidos, serão eleitos 10 respondentes para participarem das fases seguintes da pesquisa.

Crítérios obrigatórios de Seleção: Ter mais de 18 anos de idade, estar acessível para conceder duas entrevistas e participar do evento cultural objeto do estudo (Vodafone Mexefest ou Virada Cultural).

Outros critérios de Seleção: Gostos culturais variados (diferentes respostas para a pergunta 6), pluralidade de sociabilidades abrangidas (marcação da resposta “em grupo” na pergunta 8), participação confirmada no evento (pergunta 11), disponibilidade de contato (pergunta 13).

Guião A

1. Sexo:

Masculino Feminino Outro

2. Idade:

(pergunta aberta)

3. Escolaridade:

Ensino Básico Ensino Secundário Ensino Superior

4. Cidade onde reside atualmente:

(pergunta aberta)

5. Com que frequência visita Lisboa? (Caso resida em Lisboa marque “Sempre”)

Nunca fui Raramente Com alguma frequência Sempre

6. Das áreas culturais abaixo listadas, assinale as que mais lhe interessam:

Música Instrumental/Erudita Música Popular Dança Teatro Circo Cinema

Fotografia / Artes Visuais Literatura Performance Folclore / Cultura Popular

Games /Jogos Museus / Monumentos Históricos

7. Em qual dos dois seguintes tipos de espaços prefere assistir a eventos culturais?

Espaços fechados e especializados (teatros, salas de espetáculos)

Espaços abertos/ao ar livre

Em ambos, por igual

8. Quando sai para participar em eventos culturais, costuma fazê-lo:

Sozinho

Acompanhado por uma pessoa

Em grupo

9. Costuma participar de festivais culturais?

Com muita frequência Com alguma frequência Ocasionalmente Nunca fui a um festival cultural

10. Já foi alguma vez ao Vodafone Mexefest?

Nunca fui Sim, uma vez Sim, mais de uma vez

11. Pretende ir à Edição 2016 do Vodafone Mexefest em Lisboa, nos dias 25 e 26 de novembro?

Sim, com certeza irei Talvez Não

12. Que tipo de relação você tem com a cidade no seu dia-a-dia? Conte-nos sobre seus percursos rotineiros, espaços que costuma frequentar nos seus horários livres, permanência fora de casa, etc.

(pergunta aberta e opcional).

13. Complete os campos a seguir, caso esteja disponível para ser contactado.

Email: Telemóvil:

(pergunta aberta e opcional).

2.2 Entrevistas Semiestruturadas com Público Participante

Quando: até 7 dias antes de cada evento.

Com quem: 10 respondentes eleitos para participarem da pesquisa em cada país, a partir das respostas recebidas no Inquérito Público.

Como: Serão pré-estabelecidos horários prévios para entrevistas individuais, as quais serão gravadas e transcritas.

Guião B

PARTE I

- > Seu perfil sociográfico e breve biografia (incluindo lugares onde viveu, trabalhou e visitou);
- > Percepção geral sobre a cidade, de forma mais abstrata (o que define a cidade como cidade; que tipos de lugares, atividades, formas de organização definem o que é ou não uma boa cidade; viver numa grande cidade é ou não uma preferência e porquê; qual seria a sua cidade de eleição para viver; e para visitar; papel atribuído à oferta e oportunidades culturais na vida da cidade;
- > Percepção e avaliação de Lisboa, em diálogo com tópicos anteriores;
- > Sua relação com a cidade fora do contexto dos festival (no cotidiano e em geral);
- > Seus percursos habituais;
- > Usos do espaço urbano para atividades culturais;
- > Suas sociabilidades (grupos, frequências, lugares, hábitos).

PARTE II

- > Relação com cultura: práticas e preferências culturais;
- > Experiência de participação em festivais;
- > Expectativas gerais para o Vodafone Mexefest;
- > Escolhas pessoais de programação: estilos, horários e trajetos a serem percorridos (dentro ou fora da programação oficial do evento);
- > Sociabilidades prévias para participação no evento (reais e virtuais).

2.3 Entrevistas Semiestruturadas com Intermediários Culturais

Quando: até 21 dias antes do evento.

Com quem: 5 respondentes eleitos para participarem da pesquisa em cada país, que tenham algum tipo de ligação com o evento (organizadores, produtores culturais, programadores, imprensa, gestores públicos co-realizadores).

Como: Serão pré-estabelecidos horários prévios para entrevistas individuais, as quais serão gravadas e transcritas.

Guião C

GERAL

- > Sua relação com o evento;
- > Modelo de organização do festival;
- > Filosofia e objetivos programáticos do festival;
- > Posicionamento do festival face a outros festivais e no campo cultural;
- > O papel dos festivais culturais na dinâmica urbana;
- > Percepções e opiniões sobre a relação do festival com a cidade.

ESPECÍFICO PARA INTERMEDIÁRIOS DIRETAMENTE LIGADOS AO EVENTO

- > Definição da programação: processo de eleição dos lugares-sede das atividades critérios utilizados;
- > Perfil do público alvo a ser atingido;
- > Parceiros envolvidos e modos de relacionamento com eles (especialmente atores e entidades da cidade);
- > Impactos de ações anteriores na relação entre sujeito e cidade.

3. DURANTE OS EVENTOS

3.1 Shadowing

Quando: Durante cada um dos eventos

Com quem: 2 sujeitos eleitos para participarem da pesquisa em cada país e seus respectivos grupos

Como: Serão gravados áudios e anotações por escrito, que registrarão toda a incursão feita nesta parte do terreno.

Critérios de escolha: A ser feito com grupos (mínimo de 3, máximo de 5 pessoas) com alta inserção no espaço urbano e diferentes comportamentos das pessoas do ponto de vista de sua participação cultural, tipos de eventos, gostos pessoais.

Guião D

COM FOCO NO SUJEITO

- > Sociabilidades estabelecidas pelos membros do grupo durante o tempo do festival (relações de proximidade e distanciamento, interações mais permanentes, interações mais fugazes, vínculo com outros grupos e pessoas);
- > Estados de exceção, transbordamento espaço/tempo presente na fruição das atividades e aguçamento da sensação de liberdade;
- > Reações/comportamentos/ estratégias face à oferta cultural (rejeição, sentimentos, desentendimentos);
- > Reações face ao ambiente com que se vai confrontando (outras pessoas presentes, ocorrências no espaço, etc.).

COM FOCO NO ESPAÇO

- > Cartografias dos trajetos e práticas: lugares da cidade com os quais os grupos estabelecem relação (direta ou indireta) antes, durante ou no período exatamente posterior ao festival;
- > Presença humana nos espaços percorridos;
- > Ocorrências nos espaços percorridos;
- > Calendarização dos percursos e experiências (temporalidades);
- > De que modo o espaço (na sua dimensão dinâmica, de espaço funcional, com atividade, ocorrências, atmosferas...) condiciona, estimula, orienta comportamentos e práticas;
- > Presença de policiamento, mobiliários urbanos, dispositivos de segurança e outros elementos que impliquem na estruturação dos padrões de sociabilidade no festival;
- > Placas indicativas, comunicação visual e elementos do gênero que influenciem as dinâmicas de fruição das atividades.

COM FOCO NA RELAÇÃO SUJEITO - ESPAÇO

- > Processos de apropriação e uso do espaço urbano possíveis durante a fruição das atividades dos festivais;
- > Novos mapas sócio-espaciais e percursos reelaborados, novos sentidos retóricos presentes na relação sujeito-espaço (enunciação e discurso);
- > Deslocamentos do sentido de uso do espaço - rompimento com a lógica funcional para a qual foi projetado. Performances e redesenho dos usos apriorísticos do espaço urbano;
- > Novos processos de produção de sentido para a cidade.

COM FOCO NA RELAÇÃO SUJEITO / OFERTA CULTURAL DO FESTIVAL

- > Formato dos eventos, quantitativo de público;
- > Estilos, consumidor cultural e eleição de gostos, permanências;
- > Cartografias dos trajetos e práticas: lugares da cidade com os quais os grupos estabelecem relação (direta ou indireta) antes, durante ou no período exatamente posterior ao festival;
- > Calendarização dos percursos e experiências (temporalidades).

3.2 *Observação direta*

Quando: Durante cada um dos eventos.

Com quem: Público e ambiente em geral.

Como: Serão gravados áudios e anotações por escrito, que servirão para registrar toda a incursão feita nesta parte do terreno. A observação direta será feita a partir dos grupos, mas não se restringirá a eles. O Guião a ser utilizado é o mesmo do *shadowing*, com a adição de outras duas categorias:

- > Ocorrências relevantes;
- > Presença e comportamentos humanos: outros participantes; outros usuários dos espaços; atores em funções profissionais (comerciantes, polícia, etc.).

Crerios de escolha: Os locais de observação serão mais ou menos determinados pelo *shadowing*, que guiará os percursos e horários a serem feitos durante cada um dos eventos.

4. APÓS OS EVENTOS

4.1 *Entrevistas Semiestruturadas com Público Participante*

Quando: até 10 dias depois de cada evento.

Com quem: 10 respondentes eleitos para participarem da pesquisa em cada país, a partir das respostas recebidas no Inquérito Público.

Como: Serão pré-estabelecidos horários prévios para entrevistas individuais, as quais serão gravadas e transcritas.

Guião E

PARTE I

- > Reconstituição da experiência (descrição detalhada);
- > Avaliação da experiência: apreciação geral do evento, aspectos mais satisfatórios e marcantes, aspectos mais insatisfatórios;
- > Programação eleita: dias, locais e atividades;
- > Principais memórias e percepções sobre os eventos;
- > Novas redes de sociabilidade construídas, mapas afetivos;
- > Imprevistos e surpresas.

PARTE II

- > Novas relações com o espaço (ativação de novos percursos, novos lugares de convívio);
- > A efemeridade do festival e suas continuidades com o espaço urbano;
- > Novos sentidos sobre a cidade fora do contexto do festival (Imagem, Valores Representacionais, Níveis de agradabilidade, Dinâmicas Sociais, Percepção de segurança);
- > Geografias subjetivas construídas a partir da experiência com o festival (primeira geografia: relação pessoa - espaços de percurso, segunda geografia: como estes percursos condicionam a experiência do sujeito com o restante da cidade).

Apêndice II - Identificação e perfil sócio-profissional dos entrevistados

1. Entrevistados em Lisboa

Código: L1

Sexo: Feminino

Entrevista: 02 de Dezembro de 2016 (14h00-16h00), Edifício sede da Produtora Música no Coração, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Manager Internacional - Virgin Records (2002-2006), Gerente responsável por contratações Produtora Música no Coração (2007-2017). Desde setembro de 2018 é Consultora Musical do Grupo Super Bock.

Critério de Seleção: Responsável pelas negociações e contratações de artistas no Mexefest 2016.

Observações: É filha de músico de renome no cenário artístico português, e desde sempre tem contato com este campo.

Código: L2

Sexo: Feminino

Entrevista: 13 de Novembro de 2016 (10h00-12h00), Café no Bairro da Graça, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Responsável por contratações Produtora Música no Coração (2010-2017). Desde janeiro de 2018 é Manager responsável por contratações na Produtora Everything Is New.

Critério de Seleção: Responsável pela montagem e alinhamento de programação no Mexefest 2016.

Observações:

Código: L3

Sexo: Masculino

Entrevista: 26 de Novembro de 2016 (15h00-16h00), Quiosque Avenida da Liberdade, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Músico e profissional no campo da comunicação. Desde 2016 é Sócio e Diretor Criativo na Empresa Big Fish.

Critério de Seleção: Responsável pela promoção e campanhas ativação de marca da Vodafone no Mexefest 2016.

Observações: Foi o criador do nome do evento.

Código: L4

Sexo: Feminino

Entrevista: 22 de dezembro de 2016 (10h00-11h30), Edifício Sede da Vodafone - Parque das Nações, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Gerente de comunicação corporativa e de mídia na Optimus (2008-2013) e NOS (2013-2015). Desde 2015 é gerente de comunicação na Vodafone.

Critério de Seleção: Responsável pela estratégias de comunicação entre a Vodafone e o Mexefest 2016.

Observações: Responsável pela atribuição de recursos da Vodafone também ao Festival Paredes de Coura.

Código: L5

Sexo: Feminino

Entrevista: 23 de novembro de 2016 (10h30-12h00), Sede da Produtora Sons da Lusofonia, Bairro Alto, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Foi diretora de produção - Centro para o Teatro e Artes de Rua (2011-2013). Desde 2013 é Coordenadora de Produção da Associação Sons da Lusofonia.

Critério de Seleção: Produtora do Festival Lisboa Mistura, evento emblemático lisboeta que dialoga com a problemática mais geral da tese.

Observações: A produtora realiza uma série de projetos com a Câmara Municipal de Lisboa.

Código: L6

Sexo: Masculino

Entrevista: 16 de novembro de 2016 (11h00-12h30). Sede da Produtora Cassefaz, São Bento, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Diretor Fundador da Academia de Produtores Culturais Cassefaz.

Critério de Seleção: Produtor do Festival Todos, evento emblemático lisboeta que dialoga com a problemática mais geral da tese.

Observações: O produtor realiza uma série de projetos com a Câmara Municipal de Lisboa.

Código: L7

Sexo: Masculino

Entrevista: 24 de novembro de 2016 (18h30-19h30). Café da Cinemateca, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Pesquisador e Estudante de Doutoramento em Biologia.

Critério de Seleção: Respondente ao inquérito lançado no início da pesquisa e público participante confirmado no Mexefest 2016.

Observações:

Código: L8

Sexo: Masculino

Entrevista: 25 de novembro de 2016 (16h00-17h00). Quiosque Avenida da Liberdade, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Estudante - Licenciatura em Comunicação Social.

Critério de Seleção: Respondente ao inquérito lançado no início da pesquisa e público participante confirmado no Mexefest 2016.

Observações:

Código: L9

Sexo: Feminino

Entrevista: 24 de novembro de 2016 (16h30-17h30). Universidade Católica, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Estudante - Licenciatura em Gestão.

Critério de Seleção: Respondente ao inquérito lançado no início da pesquisa e público participante confirmado no Mexefest 2016.

Observações: A respondente é aficcionada por eventos. Ao final da entrevista, exibiu-me o pulso repleto de pulseiras de festivais.

Código: L10

Sexo: Masculino

Entrevista: 30 de novembro de 2016 (16h00-17h30). A Padaria Portuguesa, Príncipe, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Locutor, Rádio Radar (2006-2014) e Rádio MEOSW (2011-2014). Desde 2014 é locutor na Rádio Vodafone FM.

Critério de Seleção: Responsável pela divulgação da programação musical do Mexefest 2016 na Rádio Vodafone FM e responsável pelas transmissões diretas em rádio durante o evento.

Observações: Durante a entrevista, comentou que viajou com o Presidente da Produtora Música no Coração (L14) para o SXSW.

Código: L11

Sexo: Feminino

Entrevista: 30 de novembro (19h00-20h30). A Padaria Portuguesa, Cais do Sodré, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Jornalista - Rádio Renascença (2000-2002) e Portal de Música Cotonete (2002-2006). Desde 2016 é jornalista de Imprensa na Revista Blitz.

Critério de Seleção: Intermediária importante no ramo da comunicação e imprensa portuguesa direcionada à música. Responsável pela cobertura do Mexefest 2016.

Observações: Respondente ao inquérito lançado no início da pesquisa e público participante confirmado no Mexefest 2016. Pelo papel significativo da entrevistada no campo da comunicação direcionada à música, passei a abordá-la a partir de outro status durante a pesquisa.

Código: L12

Sexo: Feminino

Entrevista: 22 de dezembro de 2016 (10h00-11h00). Museu de Arte, Arquitetura e Tecnologia, Belém, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Gestora no Museu de Arte, Arquitetura e Tecnologia.

Critério de Seleção: Respondente ao inquérito lançado no início da pesquisa e público participante confirmado no Mexefest 2016.

Observações: A entrevistada acabou por cancelar sua participação no Mexefest, mas mesmo assim procedi com uso dos dados tendo em vista que a mesma havia participado de várias das edições anteriores do evento.

Código: L13

Sexo: Feminino

Entrevista: 23 de dezembro de 2016 (10h00-11h30), Edifício Sede da Vodafone - Parque das Nações, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Desde 2015 é gerente de marca, patrocínio e eventos na Vodafone. Coordena o desenvolvimento e implementação de ativação de marca e estratégias de patrocínio em eventos de música.

Critério de Seleção: Responsável pela estratégias de comunicação entre a Vodafone e o Mexefest 2016.

Observações: Responsável pela ativação de marca da Vodafone também ao Festival Paredes de Coura e Rock in Rio.

Código: L14

Sexo: Masculino

Entrevista: 23 de dezembro de 2016 (15h00-16h00), Edifício sede da Produtora Música no Coração, Lisboa.

Experiência e Atividade Profissional: Empresário. Além de detentor da Música no Coração, que organiza concertos e festivais como o Super Bock Super Rock, o Meo Sudoeste e o EDP Cool Jazz, entre outros, o empresário é proprietário de uma série de rádios em Portugal.

Critério de Seleção: Presidente da Produtora Música no Coração, e intermediário político significativo na realização do Mexefest 2016.

Observações: Luís Montez é, de acordo com uma lista elaborada pelo Jornal de Negócios, a 50ª pessoa mais poderosa de Portugal.

2. Entrevistados em São Paulo

Código: S1

Sexo: Feminino

Entrevista: 30 de maio de 2017 (12h00-14h00). Restaurante Praça da República, São Paulo.

Experiência e Atividade Profissional: Arquiteta e Urbanista, criou em 2015 o Instituto A Cidade Precisa de Você. Desde agosto de 2017 trabalha como pesquisadora na Alexander von Humboldt Foundation.

Critério de Seleção: Realizadora de festas e eventos culturais/intervenções urbanas no Largo da Batata e outros espaços públicos da cidade de São Paulo.

Observações:

Código: S2

Sexo: Masculino

Entrevista: 19 de maio de 2017 (14h00-16h00). Café da Livraria Cultura, Avenida Paulista, São Paulo.

Experiência e Atividade Profissional: Produtor musical, Ex-executivo e Diretor de Gravadoras no Brasil.

Critério de Seleção: O intermediário esteve envolvido na curadoria de música em edições anteriores da Virada Cultural.

Observações: Coordenou a produção de festivais brasileiros (a exemplo do Hollywood Rock, o Rock in Rio e o Free Jazz Festival), e trabalhou ao lado de grandes bandas do cenário musical nacional (a exemplo do Titãs, Ira!, Ultraje a Rigor e Mutantes).

Código: S3

Sexo: Masculino

Entrevista: 9 de maio de 2017 (13h00-15h00). Café no Bairro Pompéia, São Paulo.

Experiência e Atividade Profissional: Advogado, pesquisador e gestor cultural, atuante na área de cultura e políticas culturais desde 2006. Ocupou as funções de Chefe de Gabinete e Coordenador

da Assessoria Técnica da Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo (2013 - 2015). Foi Secretário de Políticas Culturais do Ministério da Cultura (2015 - 2016). Atualmente, é consultor da Secretaria de Estado da Cultura de Brasília.

Critério de Seleção: O gestor esteve envolvido diretamente com a Virada Cultural em edições anteriores do evento, e contribuiu para a criação de uma série de políticas culturais ligadas a eventos culturais na cidade de São Paulo

Observações: O entrevistado facilitou o acesso a entrevistas que viriam a ser feitas posteriormente.

Código: S4

Sexo: Masculino

Entrevista: 1 de junho de 2017 (15h00-17h00). Casa do entrevistado - Higienópolis, São Paulo.

Experiência e Atividade Profissional: Advogado com a carreira direcionada para a produção cultural, criou o conceito da Virada Cultural. Coordenou e participou de todas as edições do evento até 2016. Atualmente trabalha como consultor de projetos.

Critério de Seleção: O intermediário tem envolvimento direto e decisivo em todo o histórico do evento.

Observações: O entrevistado tem sob sua posse o maior acervo de materiais impressos relativos ao histórico do evento.

Código: S5

Sexo: Masculino

Entrevista: 22 de maio de 2017 (14h00-15h00). Espaço Cultural A Barca . Anhangabaú, São Paulo.

Experiência e Atividade Profissional: Produtor cultural e Diretor na organização Efêmero Concreto, responsável pelo Coletivo CoCidade.

Critério de Seleção: O intermediário está envolvido com ações de ativismo cultural e urbano na cidade que dialogam com a problemática mais geral da tese. Além disso, organizou entre 2014 e 2016 o Festival Colaborativo CoCidade.

Observações: Participou da mesma sessão o Entrevistado S11. Embora sejam representantes do mesmo grupo optou-se por preservar trechos as duas falas no tratamento dos dados, tendo em vista os diferentes contributos pessoais de cada um deles na pesquisa.

Código: S6

Sexo: Feminino

Entrevista: 9 de maio de 2017 (10h00-11h30). Secretaria Municipal de Cultura, Largo Paissandú, São Paulo.

Experiência e Atividade Profissional: Desde 2006 dirige a programação da Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo.

Critério de Seleção: Produtora executiva da Virada Cultural, atuou diretamente na edição de 2017.

Observações: Responsável pelo Gerenciamento e curadoria da programação artística de alguns centros culturais e festivais integrados da Prefeitura Municipal de São Paulo.

Código: S7

Sexo: Masculino

Entrevista: 03 de junho de 2017 (Entrevista feita por telefone - Duração: 40 minutos).

Experiência e Atividade Profissional: Jornalista especializado em Cultural - Jornal O Estado de São Paulo.

Critério de Seleção: O intermediário escreve matérias a respeito da Virada Cultural já há vários anos, além de fazer a cobertura e temas e eventos na cidade que dialogam com a problemática mais geral da tese.

Observações:

Código: S8

Sexo: Masculino

Entrevista: 02 de junho de 2017 (19h00-21h00). Bar Balcão, Avenida Rebouças, São Paulo.

Experiência e Atividade Profissional: Professor Universitário de Arquitetura e Urbanismo tem vários livros publicados na área. Político, vereador (2012- 2015) e Secretário Municipal de Cultura de São Paulo (2015).

Critério de Seleção: Como gestor público, o intermediário esteve envolvido diretamente em várias edições da Virada Cultural.

Observações: O intermediário cultural também é colunista da Carta Capital e Folha de São Paulo.

Código: S9

Sexo: Masculino

Entrevista: 31 de maio de 2017 (12h00-13h00). Preto Café, Largo do Arouche, São Paulo.

Experiência e Atividade Profissional: Produtor Cultural (Sistema Negro de Som), ativista de causas raciais e cientista político.

Critério de Seleção: O intermediário é um agente importante junto aos movimentos culturais na cidade, e já esteve envolvido como produtor cultura em várias edições da Virada Cultural.

Observações: Em 2016 foi candidato a vereador para a Câmara Municipal de São Paulo.

Código: S10

Sexo: Feminino

Entrevista: 31 de maio de 2017 (10h00-11h30). Secretaria Municipal de Cultura, Largo Paissandú, São Paulo.

Experiência e Atividade Profissional: Funcionária pública, com carreira na Prefeitura Municipal de São Paulo. Desde 2005 é a responsável pela comunicação da Secretaria de Cultura.

Critério de Seleção: Responsável pela a comunicação institucional da Virada Cultural desde sua criação.

Observações:

Código: S11

Sexo: Masculino

Entrevista: 22 de maio de 2017 (14h00-15h00). Espaço Cultural A Barca . Anhangabaú, São Paulo.

Experiência e Atividade Profissional: Produtor cultural e Diretor Associado na organização Efêmero Concreto, responsável pelo Coletivo CoCidade.

Critério de Seleção: O intermediário está envolvido com ações de ativismo cultural e urbano na cidade que dialogam com a problemática mais geral da tese. Além disso, organizou entre 2014 e 2016 o Festival Colaborativo CoCidade.

Observações: Participou da mesma sessão o Entrevistado S5. Embora sejam representantes do mesmo grupo optou-se por preservar trechos as duas falas no tratamento dos dados, tendo em vista os diferentes contributos pessoais de cada um deles na pesquisa.

Código: S12

Entrevista: 8 de maio de 2017 (10h00-11h00). Centro Comercial, Rua Frei Caneca, São Paulo.

Experiência e Atividade Profissional: Produtora Cultural e Sócia-fundadora - Arueira e Difusa Fronteira Produções. Agenciadora de negócios na área da cultural em todo o país.

Critério de Seleção: Responsável por assessorar contratações e produzir concertos de artistas na Virada Cultural 2016.

Observações:

Anexos

Na ordem que se segue:

- Anexo I: Programação Virada Cultural 2017
- Anexo II: Nota pública - Ocupação da Secretaria de Cultural de São Paulo
- Anexo III: Correspondência Cooperativa Paulista de Teatro (Edital)
- Anexo IV: Press Kit - Material da Conferência de Imprensa Vodafone Mexefest 2016

PROGRAMAÇÃO VIRADA CULTURAL SÃO PAULO - 20 E 21 DE MAIO DE 2017

Fonte: Matos (2010)

PALCO ANHEMBI

Sábado (20)

18h: Daniela Mercury

21h: Circo Zanni

Domingo (21)

0h30: Fafá de Belém

12h: Titãs

16h30: Banda Olodum – Eu Falei Faraó

Palco Festa

Sábado (20)

19h30: Ékó Afrobeat

22h30: Odara Ôdesce

Domingo (21)

2h: Bloco Vaca Profana de Olinda

13h30: Tarado Ni Você

Arena de interações

Sábado (20)

18h: DJ Johnson Veiga

22h: MC Serginho

Domingo (21)

1h: DJ Valter Nü

10h: MC Serginho

14h: DJ Valter Nü

Sábado (20) e domingo (21)

18h: Voos Suspensos – Balão – Irmãos Sabatino

18h: A Banda que Voa apresenta 100 Anos de Samba

18h: Intervenção Piscinas Paulistanas

18h: Intervenção Balanço nas Nuvens

18h: Intervenção Animal Marinho

18h: Intervenção Cardume Colorido

18h: Praia de Paulista

Futebol de Drag + Arena (20 profissionais)

18h: PingPoint

Arena popular

Domingo (21)

16h: Congada de Santa Ifigênia (43 músicos)

14h: Samba do Bumbo (12 músicos)

11h30: Orquestra Coração da Viola Caipira (20 músicos)

10h: Brincadeira de Gigantes (15 artistas)

CHÁCARA DO JOCKEY

Palco 1

Sábado (20)

18h: Liniker e os Caramelows

20h30: As Bahias e a Cozinha Mineira convidam Tulipa Ruiz

23h: Juana Fé (Chile)

Bahias e a Cozinha Mineira

As Bahias e a Cozinha Mineira: no palco com Tulipa Ruiz

Domingo (21)

1h30: Dona Onete convida Gaby Amarantos

15h: Ambulantes

18h: Orquestra Brasileira de Música Jamaicana (OBMJ) convida Nando Reis

Palco 2

Sábado (20)

19h30: Miss Bolívia (Argentina)

22h: Morbo y Mambo (Argentina)

Domingo (21)

0h: Combo Cordeiro, Felipe Cordeiro e Manoel Cordeiro convidam Fernando Catatau e Kiko Dinucci

3h: Faauna (Argentina)

14h: Eduardo Dussek

Coreto

Sábado (20)

18h: Slam das Minas

20h: Craca e Dani Nega

22h30: Trovadores do Miocárdio – Black Poem: Negritudes Poéticas e Outras Consciências

Domingo (21)

0h: Chineladaaaa

1h: Rico Dalasam

2h: Festa Mel

FabLab

Sábado (20)

18h: Batekoo

Domingo (21)

0h: Sintonia (KI Jay convida)

Pista de skate

Sábado (20)

18h: Dubversão Sistema de Som

19h: Tela Bruta

22h: Femine HI FI

Domingo (21)

2h: Lei Di Dai – Gueto pro Gueto – Sistema de Som

Quadra

Sábado (20)

18h: Gaymada

Baias

Sábado (20)

18h: Vapor324 – Secções

18h: Noite Abstrata

19h: Midiadub

19h: AVAV

Área de piquenique

Sábado (20)

18h: Calefação Tropicaos convida Siba e Jaloo

Baias (Praça da Balança)

Sábado (20)

18h: Selvagem

Área verde

Sábado (20)

19h: Visuais ao Vivo

Itinerante

Sábado (20)

23h: Suaveciclo – VJ Suave

PARQUE DO CARMO

Alcione: no Parque do Carmo

Palco Principal

Sábado (20)

18h: Bicho de Pé e Fagner

20h: Planta e Raiz

22h: Acadêmicos do Tatuapé

Domingo (21)

13h: Diogo Nogueira

15h: Wilson das Neves e Germano Mathias

17h: Alcione

Palco 2

Sábado (20)

19h: Racha Cor'Ação

Domingo (21)

Intervenção cenográfica Naif

14h: Casuarina

Cortejo (gramado)

Sábado (20)

21h: Show de bandas e fanfarra

Intervenções

Sábado (20) e domingo (21): Saudosa Maloca

Intervenção de Dança

Sábado (20) e domingo (21): Dança na perna de pau

Intervenção de iluminação

Sábado (20): Fluxo de luz

PRAÇA CAMPO LIMPO

Palco Principal

Sábado (20)

20h: Sarau do Binho

Quadra

Sábado (20)

21h: Batalha Bonnie & Clyde

Palco Principal

Domingo (21)

0h: Chypher, Rashid, Fernandinho Beat Box, Funk Buia

2h: MV Bill

12h: Martnalia

15h: Samba de Gira – Grupo Bongar

16h: Grupo Cupuaçu

18h: Fundo de Quintal

Autódromo de Interlagos

Domingo (21)

9h: Circo A jornada de um Herói

Palco

Domingo (21)

10h: O Vaqueiro e o Bicho Froxo – Pia Fraus

11h: Música Brasileirinhos

12h: DJ Cau Bartholo

13h: Filipe Lancaster

14h: DJ Cau Bartholo

15h: MC Gui

Intervenção Dança Trampwall

CENTROS CULTURAIS

Mano Brown: show no domingo (21)

Centro Cultural Palhaço Carequinha

Sábado (20)

18h: Pagode da 27

21h30: Escola de Samba Estrela do 3º Milênio

23h: Graça Cunha

Domingo (21)

1h: Leandro Lehart

10h: Livro de Ouro – Luciana Esposito e Geraldo Rodrigues

12h: Mulher Guerreira Tocando Tambor – Baque Mulher SP

15h: Mato Seco
17h: Mano Brown

Centro Cultural da Juventude
Sábado (20)
18h: Lixomania
20h: Invasores de Cérebro
22h: Ratos de Porão

Domingo (21)
10h: Simbad, o Navegante – Circo Mínimo
14h: GAGÁ
16h: Banda Maverick Soul
18h: Os Opalas + Nereu Mocotó

Centro Cultural Cidade Tiradentes
Sábado (20)
18h: Os Clássicos do Passinho
20h: Lei Di Dai
22h: Esperança

Domingo (21)
0h: Tribo de Jah
1h: Africa Mãe do Leão Sistema de Som (com Quilombo Hi Fi)
2h: Slam/Música Quilombo Hi Fi (com Africa Mãe do Leão Sistema de Som)
10h: VIRADINHA
13h30: A mucambada chegou pra Brincá – Mucambos de Raiz Nagô
16h: Música Já Versátil
18h: Música A Coragem da Luz – Rashid

Centro Cultural da Penha
Sábado (20)
18h: Guilherme Arantes
20h: Vanusa
22h: Tributo a Jerry Adriani: Autoramas, Erika Martins, Astronauta Pinguim, China, Kiko
Zambiancchi, Lilian, Eduardo Araujo

Domingo (21)
14h: A Feira de Chico, Gonzaga e Jackson
16h: Sarau do Peixe (Coletivo Estopô Balaio de criação, memória e narrativa)
18h: Erasmo Carlos

Centro Cultural do Jabaquara

Sábado (20)
18h: Negra Li e banda 20 anos de carreira
20h: Lacuna Coletiva apresenta Leporifobia

Domingo (21)
10h: As Marias da Graça – Tem Areia no Maiô
12h: Babado de Chita – Cortejando
15h: Clarianas
18h: Ellen Oléria – Afrofuturista

Centro Cultural Tendal da Lapa

Sábado (20)

15h: Sarau Baque Bolado

19h: Música Salário Mínimo (Música)

20h30: A Vida é Sonho – Cia. Teatral Boccaccione

22h: Eutenia

Domingo (21)

0h: Dead Fish

10h: O Príncipe da Dinamarca (infantil)

12h: Música Sons de saturno

14h: Música Projeto Rock no Tendal – Death By Starvation Vazio, Creptum, Slov

18h: Música Santuário

Centro Cultural Santo Amaro

Sábado (20)

18h: O Peso da Tradição – Velha Guarda do Camisa Verde

21h: Saravá Baden – 80 anos de Baden Powell

Domingo (21)

10h: Tchu-tchu-tchu-tchu (infantil)

15h: Adriana Sanchez – Tributo a Luiz Gonzaga

18h: Tom Jobim e suas influências com a Grande Banda

Centro Cultural da Vila Formosa

Sábado (20)

18h: Samba da Vela

21h: Na Granja

Domingo (21)

0h: Negra Melodia: Karla Silva e Yzalu conv. Ellen Oléria

10h: O Rei e a Coroa Enfeitiçada (infantil)

14h: Kiwi – A Peça (infantil)

17h: Sandrão RZO

20h: Mustache & Apaches

Teatro Flávio Império

Sábado (20)

18h: Social Samba Fino

21h: Nelson Sargento e Samba do Bule

Domingo (21)

0h: Fioti

10h: Simbad

14h: Cia Faísca – Príncipe Carangueijo

18h: Fabiana Cozza

CENTRO CULTURAL SÃO PAULO

Sala Adoniran Barbosa

Sábado (20)

18h: Juçara Marçal

20h: Mariana Aydar
22h: Barbara Eugênia

Domingo (21)

0h: Tiê
2h: Anelis Assumpção
4h: Cidadão Instigado
8h: Operilda na Orquestra Amazônica
10h: Cocô de Passarinho
12h: Mahmundi
14h: Curumin
16h: Karina Buhr
18h: Siba

Área de Convivência

Sábado (20)
19h: Free Session – Original Breaking de Rua

Domingo (21)

9h: Saxtrupiado e a Orquestra de um Homem Só
13h: Plongée
15h: Sericleta

Sala Jardel Filho

Sábado (20)
21h: BRANCO...

Espaço Cênico

Sábado (20)
21h: Desmesura

Jardim

Domingo (21)

6h: Yoga e música
11h: Lucas Vasconcellos

PELO CENTRO

Palcos dos musicais, no Vale do Anhangabaú

Sábado (20)

18h: Auê – Barca dos Corações Partidos
21h: Gota D'Água – A Seco

Domingo (21)

0h: Beatles num Céu de Diamantes
10h: Carrossel – O Musical
13h: 60! Década de Arromba
16h: Alegria, Alegria

Wanderléa: 60! Década de Arromba, no palco de musicais

Os Cortejos

Rota: Rua Coronel Xavier de Toledo, Avenida Ipiranga, Avenida São João e Avenida São Luis.

Sábado (20)

18h15: Cortejo Arrasta Sandália. Concentração em frente ao Teatro Municipal.

Homenagem à cultura nordestina, com bonecos gigantes de São Luiz do Paraitinga e as bandas Falamansa e Xaxado Novo.

21h45: Cortejo Vale a Pena Ver de Novo. Concentração em frente ao Teatro Municipal.

No som, as trilhas de novelas clássicas da televisão, como Amor e Poder, de Rosanah, tema de Vera Fischer em Mandala, de 1987. Patricia Marx, Adryana Ribeiro, As Frenéticas e drag queens vestidas dos personagens são as comandantes.

Domingo (21)

1h: Cortejo Tecno Brasil. Concentração em frente ao Teatro Municipal.

A Banda Uó faz a rota com a cantora Iza, com músicas dançantes brasileiras.

10h: Cortejinho. Concentração na Avenida Ipiranga, em frente à Praça da República.

Voltado ao público infantil, o trajeto tem palhaços e artistas circenses como Trupe Pé de Histórias e Palhaça Rubra em um trio elétrico.

14h: Cortejo 90tinha. Concentração em frente ao Teatro Municipal.

Com É o Tchan! e Molejo, a folia relembram os sucessos dos anos 1990.

18h: Cortejo de Peso. Concentração em frente ao Teatro Municipal.

Tiago Abravanel está ao lado de bailarinas do Ballet Plus Size do Rio de Janeiro para caminharem pelo centro. Gretchen acompanha a turma.

Os Circuitos

Avenida Ipiranga

Sábado (20)

18h: Leo Cavalcanti

20h: Shanawaara

22h: Edy Star

Domingo (21)

0h: O Meu Lado Homem, Um Cabaré D'Escárnio

2h: Giovana Velasco

4h: Sarau Manas e Monas

7h: Marcelo Veronez, Não Sou Nenhum Roberto

9h: Concurso de Drag

11h: Lineker, Cida Moreira, Simone Mazzer

13h: Jaloo

15h: Rico Dalasam

18h: Linn da Quebrada

Edifício Itália (República)

Tema: Cabaré

Sábado (20)

19h: T Coletivo T [T Renata Peron / T Danna Lisboa]

21h: T Coletivo T [T Renata Peron / T Danna Lisboa]

23h: Jazz Cabaré

Domingo (21)

1h: Cabaré Excêntrico

3h: Cabaret Fucô
6h: Stereotupi
8h: As transformistas
10h: Trix mix
12h: Gottsha em Discotheque
14h: Fuzarka
16h: AMEM

Boulevard São João
Tema: Tributos

A cantora Blubell: escalada para cantar Madonna

Sábado (20)
18h: Curumin canta Stevie Wonder
21h: Cabeça Feita, Silvério Pessoa canta Jackson do Pandeiro

Domingo (21)
0h: Um Baile por Tim Maia Racional
3h: BluBell canta Madonna
6h: André Frateschi e Banda Heroes
9h: Filipe Catto canta Cassia Eller
12h: Ritchie & Blacktie, Old Friends, The Songs of Paul Simon
15h: Roberta Miranda canta Roberto
17h: Dê um Rolê, Homenagem aos Novos Baianos

7 de Abril
Tema: Rock

Sábado (20)
18h: FingerFingerrr
20h: The Baggios
22h: Maglore

Domingo (21)
0h: Vermes do Limbo+Bernardo Pacheco
2h: Pin Ups
4h: Garage Fuzz
6h: Dominatrix
8h: Ian Ramil
10h: Sara Não tem nome
12h: Luiza Lian – Oya Tempo
14h: Baleia

Avenida Ipiranga com a Avenida São João
Tema: Samba

Sábado (20)
18h: Rita Braga. Homenagem a 120 de Pixiguinha
19h30: Samba de Rainha
21h30: Quarteto Abayomi
20 23h30: Célia 100 anos de Samba

Domingo (21)
1h30: Baile Mestiço – Caio Ignácio e Grupo Mestiçagem
03h30: Samba da Vela

07h30: Samba do Bemol
9h30: Samba Delas
11h30: Verônica Ferriani
13h30: Griot – Reconcavo
15h30: Douglas Germano

República
Tema: Soul-funk

Sábado (20)
19h: Di Melo, Imorrível
21h: Soul Sisters
23h: Paulo Diniz e Luiz Vagner

Domingo (21)
01h: Black Rio
3h: Azymuth
5h: Berimbrown
7h: Black Soul Brothers – 40 Anos
9h: DJ Hum e o Expresso do Groove
11h: Simoninha
13h: Tony Tornado
15h: Gerson King Combo
17h: Nelson Triunfo e Funk&Cia

Praça do Patriarca
Tema: Forró

Sábado (20)
18h: Trio Alvorada
20h: Trio Sinhá Flor
22h: Trio Sabiá

Domingo (21)
0h: Anastácia, 63 anos de forró pé de serra
2h: Forró di Muié
4h: Caju e Castanha
6h: Forró de Rabeca
8h: Xaxado Novo, Sertão Cigano
10h: Adriana Sanchez – Salve Lua
12h: Escurinho, “Ciranda de maluco”
14h: Maria Fulô, De Luiz a Dominginhos
16h: Trio Dona Zefa
18h: Trio Virgulino

Praça Roosevelt

Domingo (21)
14h: Aula- baile, dança de salão com Karina Sabah e Marcelo Cunha
10h: Yoga com música indiana ao vivo

Paissandu
Tema: circo

Sábado (20)
18h: Circo Teatro Palombar

20h: Circo de Ebanos
21h: Omelete, com Grupo Namakaca
22h: Noite da Rose
23h: ApalhassadaMuzikada... Uma Sinfonia Engraçada!

Domingo (21)

0h: No Pok
1h: Compasso
2h: Grupo Ares
3h: O Mundo dos Irmãos Becker
10h: Picollo
10h: Altos & Baixos
12h: Carpinteiro em Domicílio
13h: O Show da Palhaça Rubra
14h: Alvaro Lages, Alvimar, O Caipira Paranormal
15h: Poróporó
16h: Maku
17h: Vaiqueeuvo
19h: Comparlhaçaria

São Bento

Tema: Hip-hop antigo

Sábado (20)

18h: Street Breakers Crew
20h: Dança Racional – Style Crew
22h: MC Jack

Domingo (21)

0h: SP Hip Hop All Stars
2h: Sharylaine
4h: Dj Hum
7h: Frank Bruno - Mr. Black Junior's
10h: DJ Ninja
13h: Back Spin Crew
16h: Street Warriors

Rua 24 de Maio

Tema: hip-hop

Sábado (20)

18h: Sorry Drummer & DJ Erick Jay apresenta Hip-Hop – As Origens
21h: Tassia Reis

Domingo (21)

0h: GOG
3h: Edi Rock
6h: KL Jay + Xis
9h: Difunção
12h: Divas do Hip Hop
15h: Rincon Sapiência
18h: Thaíde

Largo do Arouche

Tema: Jazz

Sábado (20)

18h: Orleans Street Band
19h: DJ Leo Lucas
20h: Vruumm
22h: Nomade Orquestra

Domingo (21)

0h: Hammond Grooves
1h30: DJ Elohim
2h30: Sollana AllStars
4h: DJ Dubstrong
5h: Mental Abstrato
7h: Amoradia do Som e Dharma Samu
9h: DJ Tahira
10h: Carlos Malta
12h: Projeto Coisa Fina
14h: DJ Nuts
15h15: Julio Bittencourt Trio e Leo Gandelman
16h30: Tributo ao Weather Report

Cinema ao ar Livre

Rua do Tesouro com a Rua Direita
Tema: Refugiados e Imigrantes

Sábado (20)

18h: Projeção do making off do premiado filme Era o Hotel Cambrigde, bate-papo com a Cineasta Eliane Caffé e atores do filme, entre eles refugiado e imigrantes
19h: MCs Ass. Raso da Catarina
19h: Projeção Acervo Visto Permanente
19h30: Syriana Tarab e Salam (Países Árabes)
21h: Satellite Music (Haiti)
22h30: Batanga e cia (Cuba)

Domingo (21)

0h: Rasin Kreyol (Haiti)
1h30: Grupo de Rap e Reggae Surprise 69 (Haiti)
3h: Grupo de Rap Feminino Santa Mala e De La Paz (Bolívia)
4h30: Cumbia Instrumental Pipo y su Sabor (Chile, Uruguai, Argentina e Brasil)
6h: Os Escolhidos (Angola e R.D do Congo)
7h30: Grupo Cambamberos (Colômbia)
9h: O grupo de dança tradicional e percussão africana Esperança (Togo)
10h30: Banda Cristal Congo Music (R.D. do Congo)
12h: Grupo de Teatro Experimental Maya. Kollasuyu Maya (Rituais Andinos)

Largo São Francisco

Tema: Iberoamericano

Sábado (20)

18h: Bagunço
0h: Yaniel Matos
21h: Jorge Ceruto Y Su Mambo Que Sambo

Domingo (21)

3h: René Ferrer
5h: Maira Freitas
8h: Fábio Kideshi

11h: Fernando Ferrer
14h: Pepe Cisnero
16h: Fanfarra Mazel Tov
18h: Emiliano Castro (Estação Flamenco)

Praça Dom José Gaspar
Tema: Instrumental

Sábado (20)
18h: Vitor Araujo
20h: Quartabê
22h: Strobo

Domingo (21)
0h: The Gasolines
2h: Félix Robatto
4h: E A Terra Nunca Me Pareceu Tão Distante
6h: Meneio
8h: M. Takara
10h: Quarteto Roda de Choro
12h: Amilton Godoy e Léa Freire – Homenagem aos compositores Brasileiros
14h: Guizado
16h: Dudu Lima Trio
18h: Guilherme Kastrup

Rua Coronel Xavier de Toledo com a Rua 7 de Abril
Tema: Cultura Popular

Sábado (20)
18h: Toré dos Índios de São Paulo
19h: Inimá do Reis e Grupo Folias e Folguedos
20h: Os Favoritos da Catira
21h: Congada de Santa Efigênia
22h30: Dinho Nascimento e Orquestra de Berimbau do Morro do Querosene
23h30: Maracatu Ilê Aláfia

Domingo (21)
1h: Afoxé Omo Korin
10h: Votubumbá, Samba Rural Paulista
11h30: Jongo de Embu das Artes
13h: Samba de Roda da Nega Duda
14h30: Grupo Cupuaçu
16h: Maracatu Bloco de Pedra

Rua José Bonifácio
Tema: Humor (stand-up)

Sábado (20)
18h: Olá, Terráqueos – Rogério Vilela
19h: Atila Shinhe
19h30: Rominho Braga
20h: Roupas Sujas Se Lava No Placo Micheli Machado e Robson Nunes
21h: Criss Paiva
21h30: Davi Mansour
22h: Iron(!)a, Rodrigo Fernandes
23h: Osmar Campbell

23h30: Victor Camejo

Domingo (21)

0h: Um Gordinho e Um Violão – Dinho Machado

1h: Wesley Crespo

1h30: Diego Baro

2h: Domingão Sem Faustão – Rafael Marinho, Fabio Guéré, Renato Tortorelli, Felipe Hamachi e Tomas Kenedi

4h: Renato Tortorelli

4h30: Luca Mendes

6h: Wanessa Morgado

6h30: Hallorino Jr

8h: Precisa-se de Mágico – Cristiano Carvalho e Carolyn Ferreira

9h: Yakko Sideratos

10h: Palhaço Tchutchuco – Renato Paio

11h: Tuingo e Bastião Uma Dupla de Baião – Nico Serrano e William Filho

12h: Vem Dançar Com A Nina – Marlei Cevada

13h: Arianna Nutt

13h30: Mhel Marrer

14h: Stand Up Universitário – Rogério Morgado

15h: André Santi

15h30: Eduardo Castilho

16h: O Que Você Não Vê Na TV – Victor Sarro

17h: Sangue – Marlei Cevada

17h30: Paulo Vieira

Viaduto do Chá (Prefeitura)

Tema: batalhas

Sábado (20) e domingo (21): 24 horas de duração QFC – Batalhas Improvisadas – 2ª Edição

Praça Dom José Gaspar

Tema: Piano na Praça

Sábado (20)

19h: Nelson Ayres

21h: Fábio Torres

23h: Amilton Godoy

Domingo (21)

1h: Eduardo Dusek

3h: Simoninha

5h: Fernanda Porto

7h: Adriano Grineberg

9h: Laércio de Freitas

11h: Sérgio Sá

13h: Maurício Manieri

15h: Tiago Costa

17h: André Mehmari

Rua Aurora com a Avenida São João

Tema: Virada Santa Ifigênia

Sábado (20)

18h: Iara Renno

20h: Marrero

22h: Slam da Guilhermina

Domingo (21)

0h: [Em] Quadros – Cia. 4 pra Nada

2h: MAR – Beth Bastos

4h: Saravá Beat

6h: Sampa Guitar Duo

8h: Between- Dançando Sobre Rodas

10h: Anunciação

12h: Dos Olhares Nasce o Grito

14h: Carta na manga

16h: A Roda, Paulo Federal e Danilo Dal Farra

18h: Cia Pé Na Tábua, Em Tempo

Rua Barão de Itapetininga, próxima a Praça da República

Tema: Virou Mix

Sábado (20)

18h: Mané boneco

20h: CantaLoop

22h: Grupo Divina Dança – Por Um Sorriso

Domingo (21)

0h: Larissa Luz

2h: Voduns Mi Axé

4h: Vitraux Rock Foulk

6h: Antonio Novaes – Carimbo

8h: Dom Edy

10h: Julião Boêmio

12h: Rosa Armorial

14h: Rapha Moraes e The Mentas

16h: Marcelle

18h: Guga Stroeter & Orquestra Heartbreakers convidam Hamilton Moreno

Rua 3 de Dezembro (Pregão)

Sábado (20)

18h Bananeira Brass Band

20h O Causo é o Seguinte

22h Andrei Furlan – Dia de Casa

Domingo (21)

0h: Zap! Zona Autônoma da Palavra

2h: Kali

4h: Devonts

6h: Yaya

8h: Beco TFStyle

10h: Quatro Mãos

12h: Slam do Grito

14h: Coletivo El Camino-Ieticia Spiller

16h: Mirar Migrar

18h: Thais Ribeiro, Batuques Afro Brasileiros

Rua Álvares Penteado com a Rua São Bento

Tema: Latino-americano

Sábado (20)

19h30: Coletivo Circo Band
22h30: Figueroas

Domingo (21)
1h30: El Chaski Pum
4h30: Berra Boi
7h30: Indee Styla
10h30: Quimbara
13h30: Arthus Fochi
16h30: Azukar

Deck São Bento BRASIL 360

Sábado (20)
19h: A banda dos corações partidos (Aracaju)
21h: Zé Brown [10772]
23h: Trio 123

Domingo (21)
1h: Juca Culatra – Carimbo (Belém do Pará)
3h: Carne Doce [2140]
5h: Baile da Massa Real
7h: Água de Vintém (Piracicaba)
9h: Hip Hop Quilombo [4885]
11h: Afrocidade (Bahia)
13h: Fato
15h: Ultramen

Avenida São Luis
Tema: Big Bands

Sábado (20)
18h: Big da Santa
20h30: Big Band Senior
23h: Banda Jazzco

Domingo (21)
1h30: Freedom Big Band
4h30: Orquestra Arruda Brasil
7h: JuruFrevo Big Band
9h30: Ensemble Brasileiro
12h: Speakin' Jazz Big Band
14h30: SP Jazz Big Band
17h: Banda Urbana

Rua dos Gusmões, 43, com a Rua Santa Ifigênia (Teatro Container)

Sábado (20)
18h: Oliver Twist
20h: Filme ou Luana Hanssen
23h59: Intervenção Gambiarra convida Giumelandia

Domingo (21)
18h: Não Recomendados

Igreja Santo Antônio, na Praça do Patriarca

(intervenções)

Sábado (20)

20h: Representa Corisco

Love Story (intervenções)

Sábado (20)

20h: Na Selva das Cidades – em obras

Rua Coronel Xavier de Toledo com a Rua 7 de Abril

(intervenções)

Domingo (21)

12h: Terreiro de Folia / Folias e Folguedos – Inimar dos Reis

Rua Coronel Xavier de Toledo e Viaduto do Chá

(intervenções)

Sábado (20) e domingo (21), 20h30, 23h, 2h45 – Palco Móvel

República (intervenções)

Domingo (21), 0h: Ambient Vibe: Tenda geodésica – chill out

Avenida São João (intervenções)

Sábado (20)

18h: Sampalhaças – Cortejo Cênico

Viaduto do Chá (intervenções)

Domingo (21)

12h, 14h30, 17h30: Brasil Lux – Caminhão Trapézio

Teatro Municipal (intervenções)

Sábado (20) e domingo (21), 21h30, 0h, 3h45, 9h: Bach Voador

Anhangabaú (intervenções)

Sábado (20) e domingo (21), 19h45, 22h45, 1h45, 9h30, 7h40: Futebol Voador

República (intervenções)

Domingo (21), 1h: O Canto das Mulheres do Asfalto

Viaduto do Chá (intervenções)

Sábado (20) e domingo (21), 18h, 18h50, 19h40, 20h30, 21h20, 22h10, 23h, 23h50, 0h40, 01h30:
Cir.com.passo

Shopping Light (lateral do centro de compras) (intervenções)

Sábado (20), 20h: Lembranças de São Paulo – Fotolabor

Domingo (21), 0h: Mixer Cinema São Paulo

Rua Dom José de Barros (intervenções)

Domingo (21), 12h: Unidos do Swing

Avenida São Luís (intervenções)

Domingo (21), 12h: Modesta Proposta Gourmet

Domingo (21), 16h: Modesta Proposta Gourmet

Viaduto do Chá (Prefeitura)

Sábado (20), 20h: Ópera na rua – Pocket-ópera

Circuito Rua Coronel Xavier de Toledo e Shopping Light – BMA

Sábado (20) e domingo (21), 18h50, 19h40, 20h30, 21h20, 22h10, 23h, 23h50, 0h40, 01h30:

Dança de Salão

Rua Vieira de Carvalho (músicos de rua)

Sábado (20) e domingo (21), 18h, 18h50, 19h40, 20h30, 21h20, 22h10, 23h, 23h50, 0h40, 1h30:

Feel Surreal: DJs convidados e intervenções com Trupe Benkady, Clássicos do Passinho e de drags queens.

Avenida Ipiranga I Marabá

Sábado (20) e domingo (21), 18h, 18h50, 19h40, 20h30, 21h20, 22h10, 23h, 23h50, 0h40, 1h30:

Vjs – Projeções

Rua Vieira de Carvalho

Sábado (20) e domingo (21), 18h, 18h50, 19h40, 20h30, 21h20, 22h10, 23h, 23h50, 0h40, 1h30:

Batalha de Passinho

Avenida São João I Olido – Ipiranga

Sábado (20) e domingo (21), 10h: Palhaçaria Paulistana

Itinerante no Centro

Sábado (20) e domingo (21), 18h, 18h50, 19h40, 20h30, 21h20, 22h10, 23h, 23h50, 0h40, 1h30:

Música de Rua

Avenida São João I Olido – Ipiranga

Sábado (20) e domingo (21), 10h: De Pernas pro Ar

Biblioteca Monteiro Lobato

Sábado (20) e domingo (21): Brincadeiras CIA K

Avenida São Luis com a Praça da República

Sábado (20) e domingo (21), 18h, 18h50, 19h40, 20h30, 21h20, 22h10, 23h, 23h50, 0h40, 1h30:

Shakespeare na Rua

Teatro Municipal

Sábado (20), 18h: Vinícius Atique e Ballet da Cidade

Sábado (20), 21h e 22h Orquestra Sinfônica Municipal – São Paulo dos Musicais

Domingo (21)

0h: Coro Lírico Municipal – Opera Horror Show

2h: Orquestra Bachianas com Thobias e a Bateria da Vai Vai

10h: Barca di Venetia per Padova (Adriano Banchieri) – Coral Paulistano

13h: Quarteto de Cordas da Cidade de São Paulo

15h: Sertanejo de Raiz – Orquestra Experimental e Ivan Vilella

18h: Camané (fado português) – parceria com o Consulado Português

Video Mapping (projeções) – Teatro Municipal

Sábado (20)

19h: Espetáculo visual para balé Aéreo

21h: O tempo não pára

23h: São Paulo, meu amor

Domingo (21)

2h: Arquitetonicamente Teatral

Escadaria do Theatro Municipal

Domingo (21), 11h30: Canto Guarani com o Coral indígena Amba Vera

Praça das Artes

Sábado (20)

19h: Pink Floyd cover: Mágico do Oz e Pink Floyd

20h: Cidade Digital: vídeo mapping na Praça das Artes

22h: Mr. Kurk: Fantasia e Clássicos do Rock

Domingo (21)

0h Trupe Chá de Boldo e A Fantástica Fábrica de Chocolate

3h Radiohead Cover: Nosferatu e Radiohead

10h Mercado Mundo Mix

Centro Cultural Olido

Sala Paissandu

Sábado (20)

18h: Doc. Eremitas

21h: Doc. Eremitas

23h: Casa de Carii

Domingo (21)

1h: Jackie

3h: Pélico

6h: Isso Não É Um Sacrifício – Christiane Tricerri

10h: Banda Lâmina

12h: Puro en la Mezcla

15h: Gumbo Dance Brasil

18h: Quando ia me esquecendo de você

Sala Olido

Sábado (20)

19h30: Ocupado, lançamento de livro e roda de conversa

22h30: Ocupado, lançamento de livro e roda de conversa

Domingo (21)

1h30: Farinha Com Açúcar

4h30: Oeste Verdadeiro (Mario Bortolotto)

11h: Dudu Braga

13h30: Simone Mazzer

16h30: São Paulo Cia de Dança

Vitrine

Sábado (20)

21h: Oceano Grupo XPTO

22h: Oceano

23h: Oceano

Domingo (21)

0h: Oceano

1h: Oceano
10h: Perifatividade
11h: Resistencia Preta
12h: Filhos de Urai
13h: Poetas do Tiete
14h: Poetas Ambulantes
15h: O que dizem os Umbigos
17h: Mariana Furquim

Biblioteca Mário de Andrade

Auditório

Sábado (20)

18h: Plínio Marcos em Prosa e Samba – Gero Camilo
20h: Léo Lama – Prisioneiro de uma Canção

Domingo (21)

0h: Leitura Dramática – Navalha na Carne/Inês Peixoto – Leo Pacheco
2h: Querô – Sérgio Guizé
6h: Dois Perdidos Paulo César Pereio e Mário Bortoloto
10h: Vera Fischer
12h: Leitura Dramática – Balada de Um Palhaço/Bete Dorgam-Dagoberto Feliz
14h: Leitura Dramática – Barrela e Abajur – André Garolli
16h: Leitura Dramática – Barrela e Abajur – André Garolli
18h: Ornitorrinco canta Brecht e Weill – Cida Moreira

Saguão

Sábado (20)

20h: Pliniocéia Desvairada
21h: Ó Ideal que estás em um céu maior...
22h: Inútil Canto e Inútil Pranto

Domingo (21)

4h: O Bote da Loba
11h: Cabaret Fucô

Terraço

Sábado (20)

22h: Samba da Vela

Escadaria

Domingo (21)

15h: Banda Paralela Toca Plínio Marcos

Fachada

Sábado (20)

18h: Plinio In Concert

Virada Oriental

Local: Praça do Correio

Cultura Chinesa

Sábado (20)

18h: Dança do Dragão pela Academia Lily Lau de Taboão da Serra

19h: Apresentação de Kung-Fú / Wu-Shu da Academia Garras de Águia Taboão da Serra.

Domingo (21)

10h: Dança dos Alunos da Escola chinesa Bilingue De-Xin Apresentação das crianças chinesas "De-Xin"

18h: Danças do Tigre versus Leão Chinês Academia da Associação Chinesa Sai Fung Kung

Cultura Japonesa

Sábado (20)

19h30: Dança do geupo Isshin Matsuri Yosakoi Soran

20h10: Apresentação do Ator KENDI YAMAI "Osako e Chekin Nomon" da Escolinha do Barulho".

20h30: Show Musical Cantor Ricardo Nakase (Irá interpretar músicas popular japonesa – ENKA)

21h: Show Musical Cantor Takeshi Nishimura – Kizuna Project (Campeão Brasileiro de Karaoke de Músicas Japonesas New Enka)

22h30: Fernando Chinen performance (Psy cover)

Domingo (21)

3h: DJ Asian Zone Line: Projeto Art Dash

4h: DJ Asian Zone Line: Inntro e Turogg

8h30: Ginástica Matinal "Rádio Taissô"

11h: Apresentação de Taikô – Ikkou Wadaiko Patriarca

13h: Desfile de Moda Kawaii – Lolitas de Akihabara

13h30: Show Musical da Cantora Elaine Hara

14h: Show Musical da Cantora Mariana Suzuke

14h40: Japa Stand Up Comedy

15h30:Apresentação Musical da Julie Nakayama

16h: Rizumu Kenko Taissô

17h: Okinawa Social Dance

17h: Show do Cantor JOE HIRATA

Das 13h30 às 16h30, Live Painting com Dan Mabe, desenhista e neto do Manabu Mabe.

Cultura Coreana

Sábado (20)

18h30: Samurnori (gênero de música tradicional percussão originárias da Coreia)

21h30: Gabriela Yoon Kim (cantora coreana)

22h: Blovo K-Pop

Domingo (21)

12h: Danças coreanas

15h: Taekwondo, Brazil Taekwondo Demonstration Team

16h30: Rappar Samukera

17h: Grupo cover Dream Racer e K-Nerg Team 1

18h: Dança de Leão do Grupo Sai Fung Kung seguida por Samurnori

Feira de livros

Domingo (21)

10h às 18h: Venda de livros a preço popular (Anhangabaú)

15h: Feira de Distribuição de Livros – Adote um Livro (Praça do Patriarca)

OCUPAÇÃO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA EXIGE A SAÍDA DE ANDRÉ STURM

O estopim para o movimento deflagrou-se nesta última segunda-feira (29) quando o secretário ameaçou "quebrar a cara" do agente cultural Gustavo Soares, um dos integrantes do Movimento Cultural Ermelino Matarazzo da Zona Leste de São Paulo.

O grupo exige também o descongelamento dos recursos da pasta e a definição de uma comissão para acompanhar a implementação do Plano Municipal de Cultura.

Artistas, trabalhadores da cultura e representantes de diversos coletivos da cidade de São Paulo ocuparam na tarde desta quarta-feira (31) o prédio da Secretaria Municipal de Cultura (SMC). Os manifestantes reuniram-se no centro da cidade para uma Audiência Cidadã da Cultura na Praça das Artes e de lá saíram em passeata até o prédio da Galeria Olido, sede da pasta. Sob o slogan "FORA STRUM! UMA (IND)GESTÃO PARA A CULTURA", o grupo exige a saída imediata do secretário de cultura da gestão João Dória, o descongelamento dos recursos e a definição de uma comissão para acompanhar a implementação do Plano Municipal de Cultura.

A justificativa para a organização desta ocupação envolve uma série de motivos: sucateamento dos equipamentos culturais públicos, desmonte da Virada Cultural, cancelamentos de aulas e oficinas nas periferias, perseguições e ofensas verbais à trabalhadores da cultura, apagamento de grafites, falas de cunho discriminatório e atitudes racistas (tal como a expulsão do agente cultural Aloysio Letra de uma reunião pública).

Entre as ações controversas constam ainda os cortes nas oficinas culturais nos CEUS e outros equipamentos (Programas Piá e Vocacional), o desmonte da Escola Municipal de Iniciação Artística (EMIA), a diminuição de 30% dos recursos destinados ao Programa VAI (política de incentivo à autonomia da juventude periférica) com a desclassificação arbitrária de cinco grupos selecionados para o programa, a suspensão do Programa Aldeias (destinado ao fortalecimento de aldeias indígenas da cidade), os cortes nos programas de fomento a grupos culturais (teatro, dança, circo, cultura digital e periferia), os atrasos de pagamento e abandono aos agentes comunitários de cultura e a demissão em massa de funcionários da SMC.

Segundo os manifestantes e conforme noticiado pela mídia nos últimos dias, André Sturm tem-se mostrado impaciente, autoritário e incapaz de dialogar com artistas e trabalhadores da cultura. O estopim para a ocupação deflagrou-se nesta última segunda-feira (29 de maio) quando André Sturm ameaçou "quebrar a cara" do agente cultural Gustavo Soares, um dos integrantes do Movimento Cultural Ermelino Matarazzo da Zona Leste de São Paulo.

A saída imediata de André Sturm está baseada em uma série de denúncias e irregularidades cometidas na gestão do secretário organizados em dossiê que circulou momentos antes da ocupação, tais como indícios de direcionamento ilegal em licitação do Teatro Municipal; irregularidades no novo edital de fomento a dança; ameaça de descumprimento da Lei de Fomento às Periferias; e interferências no processo licitatório do carnaval de rua. Um abaixo assinado elaborado pelo mandato da Vereadora Sâmia Bonfim do PSOL já colheu até esta quarta-feira (31) mais de 6 mil assinaturas requisitando a demissão de André Sturm.

Desde que a ocupação foi iniciada, a polícia impediu o acesso de suprimentos aos manifestantes no 11o andar do prédio, onde localiza-se o Gabinete do Secretário Municipal. Cerca de 40 viaturas e mais de 80 policiais ajudam a controlar a entrada e saída do prédio da SMC.

É importante destacar que desde o início a ocupação vem sendo pacífica. Os funcionários da SMC continuam a exercer de forma normal suas atividades laborais e sem impedimento de acesso ao prédio. Os manifestantes aguardam uma posição concreta da prefeitura com relação as suas exigências, e para tanto solicitaram a presença do prefeito João Dória ou um interlocutor que tenha capacidade de garantir o comprometimento da municipalidade com as demandas dos movimentos culturais.

Comissão de Comunicação

Ocupação da Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo

São Paulo, 31 de maio de 2017.

PREFEITURA DA CIDADE DE SÃO PAULO
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA

Para a Cooperativa Paulista de Teatro
Ref. Virada Cultural

Conforme ajustado em nosso encontro na sede desta entidade, lhes enviamos as categorias possíveis para inclusão dos grupos teatrais, conforme as necessidades específicas do evento Virada Cultural, de modo que a captação de projetos seja feita na própria Cooperativa, em seleção informal. Os projetos deverão ser encaminhados em propostas simples, igualmente consideradas pela equipe de programação do evento, aproveitadas segundo a melhor oportunidade e disponibilidade de recursos. Com o objetivo de minimizar os desencontros e falhas de programação, e para maior inteligência na distribuição dos grupos, pedimos se inscrevam os interessados em uma ou mais das seguintes categorias:

1 –Espetáculos e números para apresentação de rua propriamente dita, sem estrutura de som ou luz, sem tabladou construções, tendo a própria cidade e sua arquitetura como suporte. Pedimos indicar locais favoráveis e horários desejados, para possível adequação (inclusive espetáculos infantis para serem encenados em parques).

2 –Números de rua propriamente ditos, com potencial e volume para adentrar multidões, penetrando grandes platéias já formadas para espetáculos musicais, artistas que preferencialmente se valham de cenários móveis visíveis à distância, como carros, carroças, etc.

3-Espetáculos para apresentação de rua que necessitem de um ponto fixo, indicando necessidades estruturais como tablado, sonorização ou recursos de iluminação.

4 –Números curtos para apresentação em grande palco, com potencial para servir ao intervalo entre as atrações musicais.

5 –Espetáculos ou números para apresentação dentro de ônibus urbanos. Esta categoria depende de ajuste, ainda não confirmado, entre esta Secretaria de Cultura e a SPTrans.

6 –Espetáculos ou números para apresentação nos vagões e/ou plataformas do Metrô.

7 –Artistas com habilidades individuais, para contratação pessoal, que desejem passar a noite no centro velho da cidade, entre os diversos palcos e atrações, exercitando suas aptidões, inclusive circenses, como equilibristas, monociclistas e pernaltas.

As categorias propostas são indicativas e visam ilustrar as possibilidades de aproveitamento dos grupos teatrais no evento, todavia trabalhos e grupos que não se considerem adequados a nenhuma das propostas poderão se inscrever sem esta indicação.

No geral, pedimos seja desde logo indicada pelo grupo a categoria pretendida, bem como que necessariamente se indique o valor de cachê desejável. O valor indicado servirá como indicativo, especialmente para propostas que não contemplem espetáculos completos, posto que ausentes condições especiais será aplicada uma tabela progressiva, com valor final de dois mil reais, conforme oferecido na última edição do evento.

Nem todas as categorias propostas serão necessariamente realizadas, quer por dificuldades estruturais ou institucionais, quer por falta de inscritos. Não há número pré definido de apresentações ou verba pré destinada a categorias específicas, sendo esta uma seleção informal para inclusão segundo a lógica interna do evento e sua direção artística. A predileção desta supervisão por espetáculos de rua se deve ao espírito do evento, compreendido como uma grande festa de apropriação do espaço urbano, interesse para o qual é vital a proveitosa participação dos grupos teatrais.

Receberemos projetos até o final do presente mês de março, com votos de rápida programação e breve retorno para providências burocráticas.

Cordialmente, aos 13 de março de 2007.

José Mauro Gnaspini
Supervisor de Programação
Departamento de Expansão Cultural



Já só faltam 3 semanas!

Novas confirmações completam cartaz.
Distribuição por dias e salas já disponível.

O Vodafone Mexefest é o evento que reabre o Cine-Teatro Capitólio.
Sótão do Teatro Tivoli BBVA é também um novo espaço do Festival.

Concertos surpresa, Vodafone Vozes da Escrita e Vodafone Cuckoo
são as novidades que vão surpreender o público nesta edição.

25 e 26 de novembro
Avenida da Liberdade, Lisboa

www.vodafonemexefest.com | facebook.com/vodafonemexefest

Descoberta de Música nova, da cidade e dos seus espaços mais carismáticos, e movimento, muito movimento, são alguns dos ingredientes que fazem do **Vodafone Mexefest** uma experiência musical absolutamente única. **O cartaz está completo** com as últimas confirmações e a distribuição dos artistas por dias e por salas já está disponível.

Nas salas, destaque para as novidades: o **Vodafone Mexefest** tem a honra de **inaugurar o Cine-Teatro Capitólio** no Parque Mayer, marcando assim o tão aguardado regresso da histórica sala de espetáculos à vida da cidade. O **Sótão do Teatro Tivoli BBVA** é também um novo espaço do Festival.

E porque os momentos inusitados fazem também parte do ADN do Vodafone Mexefest, este ano haverá **Concertos Surpresa**, sessões de leitura com as **Vodafone Vozes da Escrita** e **Vodafone Cuckoo** para tornar a experiência ainda mais surpreendente e inesquecível.

Últimas confirmações completam o cartaz

O cartaz da edição de 2016 do Vodafone Mexefest completa-se com o melhor que a lusofonia tem para oferecer:

800 Gondomar; Acid Acid; Celeste/Mariposa; Celina da Piedade; DEAD PRETTIES; Dynamite | Celebração da Obra de Dina com: Ana Bacalhau, B Fachada, Best Youth, Da Chick, D'Alva, Márcia, Mitó e Tocha Pestana; Fábria Rebordão; Fandango; Filipe Sambado e os Acompanhantes de Luxo; Fugly; Ganso; Golden Slumbers; Irmãos Makossa; Kumpania Algazarra; Luís Severo; Lula Pena; Manuel Fúria e os Náufragos; Medeiros/Lucas; Mecânico do Amor (Tiago Santos); Pedro (Itch)Coquenão apresenta: “Os Projecionistas”; PZ; Señoritas; Toty Sa'Med; Valas e Zanibar Aliens são as últimas confirmações do cartaz.

Cine-Teatro Capitólio e Sótão do Teatro Tivoli BBVA são as novas Salas desta edição

O Cine-Teatro Capitólio no Parque Mayer reabre para o Vodafone Mexefest para receber alguns dos concertos da edição deste ano em três espaços - o Cine-Teatro, os Bastidores e o Terraço.

Inaugurado há 85 anos, em 1931, esta histórica sala de espectáculos da cidade de Lisboa foi requalificada, apresentando magníficas condições para receber artistas de muitas artes, nomeadamente da Música.



Para além do Capitólio, junta-se ao conjunto de salas o **Sótão do Teatro Tivoli BBVA**. Recentemente restaurado, situa-se por trás da área de projeção, tendo mantido por essa razão o equipamento original, funcionando como uma área museológica. É um espaço amplo e versátil, com luz natural, preparado para servir de palco a atuações memoráveis.



Todas as salas que irão receber a edição de 2016 do Vodafone Mexefest:

Cinema São Jorge (Sala Manoel de Oliveira e Sala Montepio), Capitólio (Cine-Teatro, Bastidores e Terraço), Teatro Tivoli BBVA, Sótão do Teatro Tivoli BBVA, Sala Delta no Palácio Foz, Estação Vodafone FM na Estação Ferroviária do Rossio | IP, Sala Super Bock na Garagem EPAL, Sociedade de Geografia de Lisboa, Coliseu dos Recreios, Sala Toyota C-HR na Casa do Alentejo e o Vodafone Bus.



A distribuição dos artistas por dias e salas está a partir de hoje no [site oficial](#) e na app Vodafone Mexefest.

Concertos Surpresa Vodafone (Novidade 2016)

A cada edição do Festival, o público é surpreendido por Música em formatos e em locais inusitados, que encontra ao longo do seu percurso. Este ano há **Concertos Surpresa Vodafone**. Em cada um dos dois dias haverá um espectáculo em que o artista, o horário e o local só serão revelados no próprio dia. Sabendo que tudo acontece no eixo Avenida da Liberdade-Rossio, para assistir basta ficar atento e aparecer no sítio certo, à hora certa.

Vodafone Vozes da Escrita (Novidade 2016)



A *spoken word* está este ano em destaque com as **Vodafone Vozes da Escrita**, com sessões de leitura protagonizadas por artistas nacionais bem conhecidos do público.

Sendo este um Festival urbano, os convidados desta iniciativa, que acontece pela primeira vez no Vodafone Mexefest, são nomes que fazem das palavras rimas, e das rimas canções. Repertórios de aguçada acutilância feitos pelo incontornável **Carlão**, pelos hip hoppers **Mike El Nite** e **Fuse** e pela enérgica **Da Chick**.

Para o Vodafone Mexefest, os quatro artistas vão preparar **sessões inéditas em torno de textos que podem incluir poesia, letras de canções, excertos de romances, crónicas, histórias e autores vários**. Os nomes estão anunciados, mas os horários e as salas onde serão as atuações prometem surpreender os espectadores. A não perder.

Vodafone Cuckoo (Novidade 2016)

A **varanda central do Coliseu dos Recreios** vai transformar-se em mais um dos espaços do Festival com o **Vodafone Cuckoo**. Como num relógio que toca sempre à hora certa, quando o Vodafone Cuckoo soar, anunciar-se-á a chegada de um músico para uma performance exclusiva.

O elenco do Vodafone Cuckoo será anunciado brevemente.

Banda na Avenida



A movimentação na Avenida da Liberdade, com o público em passo acelerado para assistir aos concertos, é já uma marca do Vodafone Mexefest. Este ano, a movida dos espectadores vai ser acompanhada pelos **Kumpania Alzarra**, que atuarão ao longo da Avenida durante os dois dias de festival.

Vodafone BUS



Um dos palcos de maior sucesso do Vodafone Mexefest é o **Vodafone BUS**. Circulando na Avenida da Liberdade, assegura o trajeto entre o Marquês e os Restauradores aos portadores de pulseira do Festival, em viagens acompanhadas ao som de novos artistas:

- Dia 25 - **Fugly**
- Dia 26 - **800 Gondomar**

Vodafone Band Scouting



O **Vodafone Band Scouting** contribui para a promoção e divulgação de projetos musicais portugueses ainda desconhecidos do grande público. Nomes como Lazy Faithful, Cave Story, Toulouse, Juba, Pista, Galgo ou Mighty Sands, são algumas das descobertas lançadas por esta iniciativa que já garantiu o seu lugar no panorama musical nacional.

As inscrições para a edição deste ano estão abertas até ao dia 9 de novembro, dando oportunidade a duas bandas para atuar no Vodafone Mexefest.

As candidaturas devem ser submetidas através do preenchimento do formulário disponível no site oficial do Festival. Terminado o período de candidaturas, o júri composto por membros da Vodafone FM, da Música no Coração e do coletivo HAUS - formado por Fábio Jovelim, Hélio Morais, Joaquim Albergaria e Makoto Yagyu - vai selecionar **seis finalistas**.

Segue-se um **casting ao vivo**, na estação de metro da Alameda, em Lisboa, a **18 de novembro**. As bandas apuradas atuarão durante 15 minutos perante o júri, que vai escolher dois finalistas para **abrir o palco da Estação Vodafone FM (Estação Ferroviária do Rossio)**, integrando assim a programação do Vodafone Mexefest.

Depois das atuações, o júri vai escolher o **grande vencedor do Vodafone Band Scouting**, que será anunciado a **28 de novembro**.

A banda eleita ganha a oportunidade de gravar o seu primeiro disco no estúdio HAUS.

Shuttles Toyota C-HR



O **Vodafone Mexefest** é palco para a estreia do novo crossover **Toyota C-HR**, que dá nome a uma das salas icônicas do Festival.

Adicionalmente, **15 Toyota C-HR** vão dar boleias gratuitas, com viagens em contínuo na **Avenida da Liberdade**, entre os **Restauradores** e o **Cinema São Jorge / Teatro Tivoli BBVA**.

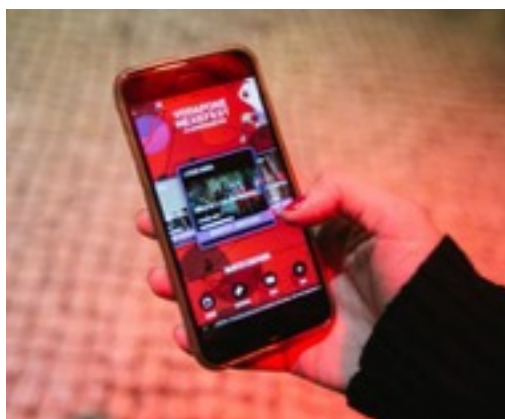
A **Toyota** assegura ainda a frota para o transporte de artistas e logística do **Vodafone Mexefest**.

Vodafone FM



Como habitualmente, o **estúdio da Vodafone FM** estará na **Avenida da Liberdade**, em frente ao **Cinema São Jorge**, para fazer a cobertura completa do Festival. Entrevistas e conteúdos exclusivos das bandas que compõem o cartaz vão preencher a emissão da rádio oficial do **Vodafone Mexefest**.

APP Vodafone Mexefest



Todos os anos a Vodafone disponibiliza uma **aplicação**, já disponível para **iOS e Android**, que permite:

- Consultar o cartaz
- Saber a lotação das salas a cada momento
- Obter informação dos artistas e horários dos concertos
- Conhecer os horários do Vodafone BUS e dos shuttles
- Criar uma agenda de concertos personalizada
- Partilhar fotografias
- Obter desconto de 5€ na compra do bilhete único do festival para clientes Vodafone

Cartaz Completo

A distribuição dos artistas por dias e salas está a partir de hoje no [site oficial](#) e na app Vodafone Mexefest.

- **DIA 25**

Cinema São Jorge / Sala Manoel de Oliveira
Céu; The Invisible

Cinema São Jorge / Sala Montepio
Fandango; Acid Acid

Cine-Teatro Capitólio
Large Professor & Diamond D; Talib Kweli; Mike El Nite + Nerve

Capitólio Bastidores
Valas

Capitólio Terraço

Celeste/Mariposa

Teatro Tivoli BBVA

Dinamite | Celebração da Obra de Dina com: Ana Bacalhau, B Fachada, Best Youth, Da Chick, D'Alva, Márcia, Mitó e Tocha Pestana; Bruno Pernadas

Sótão do Teatro Tivoli BBVA

Pedro (Itch)Coquenão apresenta: "Os Projecionistas"

Sala Delta / Palácio Foz

Luís Severo; Filipe Sambado e os Acompanhantes de Luxo

Estação Vodafone FM / Estação Rodoviária do Rossio | IP

Sunflower Bean; Baio; Vodafone Band Scouting

Sala Super Bock / Garagem EPAL

Manuel Fúria e os Náufragos; DEAD PRETTIES; Ganso

Sociedade de Geografia de Lisboa

Lula Pena; Toty Sa'Med

Coliseu dos Recreios

Jagwar Ma; NAO

Sala Toyota C-HR / Casa do Alentejo

Howe Gelb; Medeiros/Lucas

Vodafone BUS

Fugly

Banda na Avenida

Kumpania Algazarra

Vodafone Vozes da Escrita

Carlão; Mike El Nite

• DIA 26

Cinema São Jorge / Sala Manoel de Oliveira

Digable Planets; KING

Cinema São Jorge / Sala Montepio

PZ; Señoritas

Cine-Teatro Capitólio

Mayra Andrade; La Dame Blanche

Capitólio Bastidores

Zanibar Aliens

Capitório Terraço
Mecânico do Amor (Tiago Santos)

Teatro Tivoli BBVA
Whitney; Mallu Magalhães

Sótão do Teatro Tivoli BBVA
Irmãos Makossa

Sala Delta / Palácio Foz
Celina da Piedade; Fábria Rebordão

Estação Vodafone FM / Estação Rodoviária do Rossio | IP
Kevin Morby; Octa Push; Vodafone Band Scouting

Sala Super Bock / Garagem EPAL
**Ciência Rítmica Avançada (Curadoria de Rui Miguel Abreu): Fuse, Keso +
Oliveira Trio, Beware Jack + Blasph, Landim**

Sociedade de Geografia de Lisboa
Meg Baird; Golden Slumbers

Coliseu dos Recreios
Branko, Elza Soares; Gallant

Sala Toyota C-HR / Casa do Alentejo
TaxiWars; Joana Barra Vaz

Vodafone BUS
800 Gondomar

Banda na Avenida
Kumpania Algazarra

Vodafone Vozes da Escrita
Da Chick; Fuse

Bilhetes

- Até 24 de novembro: **45€**
- Nos dias do Festival (25 e 26 de novembro): **50€**

O bilhete é um passe único que deverá ser trocado por pulseira, pessoal e intransmissível, colocada ao próprio pela Organização, no Coliseu dos Recreios, a partir do dia 23 de novembro.

Locais de Venda:

www.ticketea.pt, www.blueticket.pt - Call Center 707 780 000, lojas FNAC, lojas Worten, El Corte Inglés (Lisboa e V. N. Gaia), Centros Comerciais Dolce Vita (Amadora, Porto, Vila Real, Ovar, Coimbra e Funchal), Casino de Lisboa, Galerias Campo Pequeno, Abep, Estações de Correios, lojas Media Markt, Turismo de Lisboa, Bilheteira Online, Ticketline, Coliseu dos Recreios, Festicket, Get a Fest.

Na App Vodafone Mexefest, disponível para IOS e Android.

Parceiros

NAMING SPONSOR



PATROCÍNIOS



MEDIA PARTNER



Vodafone.FM

PARCEIROS



PROMOTOR



Para mais informações

Música no Coração / Maria João Serra
mariajoaoserra@musicanocoracao.pt
961 325 108

Vodafone Portugal / Alexandra Ho
alexandra.ho@vodafone.com
910 345 328