

Universidade Federal de Goiás
Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia
Coordenação de Jornalismo
Aline Mil Homens Felipe
Jorge Luiz do Nascimento Júnior
Tainá Rakan Borela

Relatório de Produção

Goiânia Rockstória: documentando os festivais de rock independente através do Podcasting

Goiânia, junho de 2009.

Aline Mil Homens Felipe
Jorge Luiz do Nascimento Júnior
Tainá Rakan Borela

Relatório de Produção

Goiânia Rockstória: documentando os festivais de rock independente através do Podcasting

Relatório do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), produzido no formato de projeto experimental, dos acadêmicos Aline Mil Homens Felipe, Jorge Luiz do Nascimento Júnior e Tainá Rakan Borela, do curso de Comunicação Social – Bacharelado em Jornalismo, sob orientação do professor Dr. Edson Spenthof, da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás.

Goiânia, junho de 2009.

Universidade Federal de Goiás
Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia
Aline Mil Homens Felipe
Jorge Luiz Nascimento Júnior
Tainá Rakan Borela

Goiânia Rockstória:
Documentando os festivais de rock independente através
do Podcasting

Projeto experimental aprovado em ____/____/____ para obtenção do título de
Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo

Banca Examinadora:

Edson Spenthof

Pablo Kossa Vieira Galli

Dedicamos este projeto a todos aqueles que acreditam que somente a passagem pela Universidade pode levar um profissional da Comunicação a perseguir a excelência em seu trabalho.

Agradecemos ao professor Dr Edson Spenthof, que acreditou na inovação e relevância deste projeto e nos ajudou a concretizá-lo.

Índice

1. Introdução	6
2. O projeto Goiânia Rockstória.....	7
2.1. Divisão de capítulos e formato	7
2.2. Os entrevistados	8
2.3. BGs e vinhetas	8
2.4. A veiculação.....	9
2.5. Gastos.....	9
2.6. Desafios encontrados	9
3. Podcasting.....	11
3.1. Podcasting e outras mídias.....	13
3.1.1. Podcasting e o radiojornalismo	13
3.1.2. Podcasting e o webjornalismo	15
3.2. O Podcasting e a música independente.....	17
4. Os festivais de rock independentes em Goiânia	18
5. Conclusão – Perspectivas e Proposta Teórica	21
6. Referências Bibliográficas.....	22
7. Anexos	23

1. Introdução

Este relatório pretende descrever o processo de produção de podcasts que contam a história dos festivais de rock independente em Goiás. Em cinco edições de cerca de 15 minutos cada, buscamos contar essa história dentro de um formato de mídia que, apesar de ser utilizado por uma parcela considerável da sociedade, ainda carece de exploração tanto pelos veículos de comunicação tradicionais quanto pelo meio acadêmico.

Além do produto, buscamos refletir a utilização de dois meios distintos, o rádio como provedor da linguagem e a web como suporte técnico, em um esquema de produção aplicado ao podcasting.

2. O projeto Goiânia Rockstória

O tema escolhido para ser explorado neste projeto experimental através da tecnologia do *podcasting* foi exatamente a evolução e importância dos festivais de rock independente para a cultura goianiense e também para a formação de um novo setor de entretenimento em Goiás e no próprio Brasil. Escolhemos documentar essa pouco valorizada face da cultura de nosso município pelo viés independente que o *podcast* também carrega e pelo fato de todos os três integrantes do grupo manterem contato próximo com a cena roqueira da cidade, o que dá mais consistência à apuração do *podcast*.

Jorge Nascimento é músico, foi um dos integrantes fundadores da banda MQN – uma das bandas goianas mais reconhecidas nacional e internacionalmente – e esteve presente como público espectador em todo o processo de consolidação dos festivais independentes. Aline Mil há cinco anos trabalha ativamente na produção de festivais e há três anos é sócia e assessora de comunicação da produtora Fósforo Cultural, além de produzir constante documentação fotográfica dos shows. Tainá Borela acompanha, há cerca de seis anos, como público crítico, o crescimento e consolidação do formato goianiense de festivais independentes, tendo feito reportagens sobre edições específicas dos festivais Vaca Amarela e Bananada.

2.1. Divisão de capítulos e formato

O projeto experimental *Goiânia Rockstória* foi dividido numa série de cinco capítulos fechados para que o ouvinte pudesse acompanhar com tranquilidade o documentário, tendo bom entendimento do assunto relatado. Cada episódio teve duração aproximada de 15 minutos, sem que limites rígidos de tempo fossem impostos. Essa maleabilidade, a não necessidade de encaixar o programa num *slot* de programação e o não seguimento de padrões estéticos são características fundamentais da ferramenta do *podcasting*.

A série está dividida de acordo com os seguintes temas:

1º programa: “As primeiras edições dos festivais independentes”

2º programa: “O boom dos festivais independentes no Brasil”

3º programa: “A profissionalização das produções”

4º programa: “A exportação do modelo goiano de festival independente”

5º programa: “As edições atuais e as ambições dos produtores”

O formato padrão para os programas foi mínimo, com uma vinheta rápida na abertura das edições e outra no encerramento e inserções de trilha de fundo quando necessário. As sonoras de algumas entrevistas foram inseridas e intercaladas nos programas seguindo a temática proposta. Os roteiros são nada mais que espelhos, a síntese das sonoras escolhidas, sem a redação literal das falas do locutor. Essa decisão foi tomada para que o *podcast* conservasse seu tom informal, improvisado e natural.

2.2. Os entrevistados

A escolha dos entrevistados seguiu o critério básico da apuração jornalística, no qual definimos, como editores, as fontes que mais poderiam contribuir para dar à série de *podcasts* maior coerência, validade e verossimilhança entre os fatos relatados e o que realmente aconteceu. Por ser um documentário de caráter jornalístico, num momento de pesquisa e garimpo foram ouvidos produtores culturais, músicos e personagens coadjuvantes que acompanharam todo o processo de consolidação da cena seja como público ou com olhar jornalístico sobre os festivais.

Conversamos com um total de 17 personalidades. No processo de criação dos roteiros, nos utilizamos de toda essa bagagem apurada e de nosso próprio olhar sobre a cena documentada e definimos quais os entrevistados que melhor poderiam resumir e sistematizar o processo histórico para que pudessemos encaixar as sonoras nos *podcasts* sem torná-lo desgastante e cansativo. Ainda que o internauta consiga controlar a velocidade com que absorve as informações do *podcast*, é de extrema importância que o programa continue sendo dinâmico e interessante.

2.3. BGs e vinhetas

A escolha das músicas para utilização nas vinhetas e nos breves intervalos não foi feita ao acaso. Por buscarmos discutir a formação da cena de rock independente goiano, escolhemos uma banda que está intrinsecamente ligada ao movimento. A goianiense Hang the Superstars, criada em meados da década de 1990 – que marcou o início dos grandes festivais –, foi uma das mais importantes bandas do período.

As referências ao som pesado se uniram a outras características paradoxais como vocais de apoio femininos e letras inteligíveis em inglês. Todo esse amálgama

se justificava nas apresentações ao vivo, criando e deixando fãs fiéis ao grupo em Goiânia e outras cidades, mesmo após o seu término. Por sua relevância, acreditamos que a escolha musical foi acertada para ilustrar o período cronológico tratado na série de *podcasts*. Não menos importante, a utilização dos trechos foi devidamente autorizada pela banda.

2.4. A veiculação

A série de cinco *podcasts*, produto final deste trabalho acadêmico, foi disponibilizada através da *homepage* da produtora Fósforo Cultural (www.fosforocultural.com.br). A produtora goiana foi escolhida pelo fomento de diversas áreas culturais, pela já consolidada atuação de sete anos junto ao público-alvo do trabalho e por abraçar e apoiar a idéia do projeto.

2.5. Gastos

Uma das principais características do *podcasting* é a possibilidade de fazer todo o processo de produção a um baixíssimo custo, principalmente com o uso de softwares livres de gravação e edição. No caso específico deste projeto, pelo viés teórico e científico, os gastos aumentaram para que a pesquisa pudesse ter fundamento bibliográfico e para que a apuração e entrevistas pudessem ser feitas com tranqüilidade. Portanto, os custos deste projeto experimental podem ser resumidos em:

- R\$230,00 para aquisição de bibliografia nacional e internacional
- R\$150,00 para aquisição de equipamento de gravação digital
- R\$60,00 de combustível (custo estimado)

2.6. Desafios encontrados

Durante toda a elaboração deste projeto o grupo teve como principal desafio a organização do tempo e a falta de bibliografia e estudos teóricos sobre a nova tecnologia do *podcasting*. O grupo fez um estudo intenso de peregrinação por sites e *homepages* na internet que abordassem os internautas com *podcasts* e como as pessoas interagem com o que estavam escutando. A partir daí, passamos a absorver bibliografias estrangeiras para entender, de fato, como os programas eram produzidos.

Outro desafio encontrado foi como usar os termos ouvinte e internauta durante a locução dos *podcasts* e também neste relatório. Internauta é um termo genérico, utilizado para designar aqueles que navegam na chamada *World Wide Web*. O termo *ouvinte* se mostrou mais apropriado na produção do relatório pois especifica aquele que é público do *podcast* em questão e não tem o teor genérico e amplo do vocábulo *internauta*. Já no *podcast*, utilizamos as duas designações no cumprimento inicial do primeiro capítulo exatamente pela dúvida e possibilidade de usar os dois termos.

Na parte do tema escolhido, o grande número de entrevistados e a pesquisa e leitura, somados ao tempo escasso que todos os integrantes do grupo disponibilizavam pelo fato de conciliarem estudos e atividades profissionais, foram os maiores desafios para que a conclusão e veiculação do produto deste projeto pudessem ser feitas.

3. Podcasting

Podcast é um formato de publicação de mídia digital pela Internet que permite que o ouvinte desfrute de sua atualização e conteúdo no momento e da forma em que preferir. A ferramenta possibilita o acompanhamento e até o download automático ou não do programa disponibilizado para o assinante ou internauta para que ele possa arquivá-lo e ouvi-lo quando desejar. Este formato de transmissão já é utilizado por pessoas, empresas e organizações de todo o mundo para divulgar reportagens, documentários, programação institucional e os mais diversos conteúdos.

O termo *podcast* foi criado pelo jornalista Ben Hammersley em um artigo publicado pelo jornal britânico *The Guardian*, em 12 de fevereiro de 2004, e designa a junção dos termos *iPod* (o popular tocador de mídia da empresa estadunidense Apple que serviu como plataforma para a popularização do formato mp3 de áudio) e *broadcast*, do inglês ‘transmitir’. Da denominação *podcast*, que se refere ao produto, ao programa em si, surge o termo *podcasting*, que se refere ao ato de produzir o *podcast*. Por derivação semelhante, surge o título *podcaster*, aplicado a aquele que produz o *podcast*, seja ele profissional da área da comunicação ou não. Apesar de o nome sugerir que exista compatibilidade apenas com o *iPod*, o *podcast* não exige o uso de um tocador de mídia específico. O único item necessário é uma conexão com a Internet para que sejam baixados os arquivos disponibilizados por servidores e homepages aleatórias. Uma placa de som, caixas acústicas domésticas e o internauta então desfruta do programa como desfrutaria de uma música digital.

Um dos pioneiros dessa tecnologia foi o empresário holandês Adam Curry, ex-apresentador da MTV estadunidense, que criou o primeiro programa agregador de *podcasts* e disponibilizou o código na Internet, em busca de outros programadores que pudessem ajudá-lo a difundir e formatar a idéia. Alguns dizem que Curry, na verdade, é quem teria inventado o termo *podcast* e não Hammersley. A novidade chamou a atenção de Dave Winer, considerado o "pai" dos blogs, que incluiu um elemento que possibilitou a atualização automática de novos conteúdos dentro da mesma temática proposta por cada um dos programas. Assim, o *podcasting* possibilitou o recebimento automático de novas edições de um programa sem obrigar novas visitas ao site em que ele é produzido. A cada nova edição do *podcast*, o ouvinte é notificado e o arquivo é automaticamente baixado em seu computador.

O fato de essas assinaturas e programas serem gratuitos é outro atrativo do *podcasting*. O processo é diferente de ouvir *streamings* de áudio em tempo real pelo computador, que obriga a consumir a informação praticamente ao mesmo tempo em que ela é veiculada pelo servidor. Assim, o *podcast* dá liberdade ao ouvinte para escolher escutar o programa quando e onde quiser. Essa mobilidade pode ser considerada o principal diferencial do *podcasting* em relação a outras ferramentas.

Essas vantagens causaram uma rápida adesão dos internautas ao formato e uma conseqüente variação do . Pouco tempo depois do surgimento dos *podcasts*, em abril de 2005, um artigo de John Markoff, repórter especial de tecnologia do jornal estadunidense *The New York Times*, mostrava que cerca de 11 milhões de ouvintes já compunham o público dos *podcasts*, e isso somente nos Estados Unidos. Agora, nem sempre um *podcast* é assinado, como foram suas primeiras edições. Blogs, sites e as mais diversas homepages podem ter uma seção específica para os programas para que o visitante possa baixá-los sem que seja necessário um acompanhamento assíduo.

Algumas universidades têm visto um grande potencial educacional na nova tecnologia e começam a disponibilizar aulas e temáticas específicas através do *podcasting*. Com uma enorme amplitude de temas e a flexibilidade permitida pela tecnologia na hora de ouvir os conteúdos, o *podcast* é uma aula que pode ser estudada ou recordada a qualquer momento, em qualquer lugar. Assim como nos Estados Unidos, essa utilização da tecnologia também já é popular na Europa. Jornais como o *New York Times* e o *The Guardian* têm publicado constantemente artigos sobre o valor acadêmico que programas simples como um *podcast* podem ter e isto já está sendo colocado em prática.

A Universidade de Michigan, localizada na cidade de Ann Arbor, no estado de Michigan, nos EUA, possui uma série ativa de *podcasts* em sua homepage¹ na internet. Professores, especialistas e alunos usufruem da seção para tratar de assuntos acadêmicos, desde propor discussões científicas até difundir informações de utilidade pública. Além disso, a universidade também propõe a discussão sobre a própria ferramenta do *podcast*.

Outro ponto importante a favor dos *podcasts* é que a tecnologia possibilita uma considerável democratização do processo de comunicação. Gravar um episódio no formato mp3, o mais popular entre os usuários, está ao alcance de qualquer pessoa

¹ <http://www.ns.umich.edu/podcast/podcast.php>

que tenha um computador, um captador de áudio e um programa para edição (que pode ser gratuito). Essa condição contrasta com a das emissoras de rádio e de TV tradicionais já estabelecidas, que dependem de concessões governamentais e de equipamentos caros. Assim, o *podcasting* poderia transformar qualquer internauta num aspirante a radialista e/ou jornalista, ainda que ele não domine as técnicas específicas do meio e faça isso por intuição. A partir dessa pesquisa, não pretendemos questionar o valor qualitativo dos conteúdos, formatos e abordagens que possibilitariam o *podcaster* a receber, de fato, o título de jornalista.

3.1. Podcasting e outras mídias

Mesmo sendo uma nova tecnologia que prima pela liberdade na construção de seu formato, o *podcast* utiliza, intuitivamente, o rádio como linguagem e todos os atributos da web como berço e como suporte para a sua difusão. Portanto, é preciso pontuar características semelhantes entre o *Podcasting* e o radiojornalismo, assim como também é importante atribuir faces da nova tecnologia à teoria do webjornalismo.

3.1.1. Podcasting e o radiojornalismo

A linguagem utilizada pelos chamados *podcasters* é bastante similar à linguagem utilizada no rádio. Se no campo do texto, o webjornalismo vai buscar algumas de suas principais características no jornal impresso, quando o som é utilizado como ferramenta, caso específico do *podcasting*, é o rádio quem oferece algumas das suas especificidades para possibilitar a linguagem dos programas de *podcast*.

A palavra, o ruído e o silêncio, combinados, permitem criar ambientes e imagens sonoras (FERRARETO, 2007). O jornal jamais poderia causar um efeito semelhante sobre os leitores e a televisão só com recurso e meios de produção caros pode obter igual resultado. A base da linguagem radiofônica começou por ser a palavra escrita, herança do impresso, mas recriada em palavra dita, seguindo uma lógica textual única (ECO, 1982). No rádio, é preciso que tudo seja falado de forma clara, pois o ouvinte não consegue, em poucos segundos, assimilar construções textuais complexas. O discurso radiofônico deve ser o mais claro e conciso dos discursos jornalísticos. É preciso usar, com o máximo de propriedade, o repertório, o

vocabulário do público-alvo do programa radiofônico em questão (FERRARETO, 2007).

Nos *podcasts*, a linguagem também é clara e, principalmente, pretende atender o perfil do internauta que o *podcaster* almeja atingir. Mas a possibilidade de ouvir o programa quando, onde e quantas vezes quiser faz com que a simplicidade tão exigida no discurso radiofônico não seja característica determinante nos programas de *podcast*. Se, por algum momento, a informação não ficar clara, o ouvinte pode facilmente ouvir quantas vezes quiser o que foi dito para então apreender com consistência a mensagem, sem a necessidade da simplificação utilizada na linguagem radiofônica, que pretende o entendimento imediato.

No rádio, a notícia é feita sob o comando da voz do jornalista, mas a utilização de eventuais entrevistados no complemento do conteúdo da notícia confirma o texto e eleva seu valor (ECO, 1982). A utilização de músicas, comentaristas e sons de background – trilha sonora de fundo –, são recursos básicos para que o rádio repasse com qualidade as informações desejadas. No *podcasting* essa variedade também existe. A diferença está igualmente na possibilidade de voltar e ouvir o programa quantas vezes o ouvinte desejar. Por consequência dessa maleabilidade, a colocação de sonoras dos entrevistados e outros recursos não precisa seguir técnicas específicas e, na grande maioria – quando a produção não é feita por profissionais e instituições especializados em comunicação –, são incorporadas intuitivamente pelo *podcaster*, sem grandes preocupações estéticas.

Existe ainda o outro lado do relacionamento entre o rádio e o *podcasting*. O autor do livro *Podcasting*, o estadunidense Todd Cochrane, analisa que, por ser envolvente e ter grande apelo junto ao público internauta, grandes emissoras de rádio estão, inclusive, se rendendo ao *podcasting* para complementar e aumentar a sua difusão.

(...) O rádio tradicional está começando a entrar neste meio. Alguns conteúdos em grandes emissoras como a BBC e a NPR estão agora disponíveis como *podcasts*. (...) A maioria dos *podcasters* são bloggers, mas a tecnologia não é domínio único deles. Várias pessoas estão agarrando a oportunidade e fazendo as alterações necessárias para que seus sites permitam que os ouvintes

façam o download de conteúdos ² (COCHRANE, 2005. P 12).

A partir dessa premissa, podemos concluir que o *podcasting* é entendido pelo radiojornalismo (e também por veículos impressos que mantenham homepages online) como um complemento de suas já consolidadas ferramentas de comunicação. Nesses casos, o programa de *podcast* segue a linguagem quase idêntica à utilizada no rádio, pois é produzida por profissionais da área que só procuram se adaptar ao fato de que aquela informação poderá ser ouvida inúmeras vezes na web.

3.1.2. Podcasting e o webjornalismo

O *podcast* é produto direto da web, meio que ainda não possui delimitações de parâmetros e faz disso um dos seus principais canais de estudo.

O artigo “Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web”, escrito pela doutora em comunicação pela Universidade Federal da Bahia, Luciana Mielniczuk, aponta alguns conceitos e estabelece categorias para que possamos melhor compreender o webjornalismo. Ela categoriza as fases do desenvolvimento do jornalismo na web e ainda mostra diferentes espaços e formatos para as notícias dentro do webjornal.

Atenta à explosão da utilização da internet, Mielniczuk percebe que mesmo após grandes estudos já terem sido desenvolvidos, não existe, até o momento, um consenso sobre os termos que devem ser utilizados para o jornalismo oferecido ou feito para a internet. Ela cita autores como o português Helder Bastos, doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa e o professor da Universidade Federal de Santa Catarina, Elias Machado, doutor em Jornalismo pela Universidad Autonoma de Barcelona (UAB), que tentaram estabelecer estas definições.

Para Bastos (2000), jornalismo eletrônico é a junção do jornalismo on-line e digital. Segundo o mesmo autor, a pesquisa realizada na rede, tendo como objetivo a apuração jornalística, é chamada de jornalismo on-line. Já o jornalismo digital é a

² (...) Traditional radio is now getting onboard. Some content on such big broadcasters as the BBC and NPR are now available as podcasts. (...) the majority of podcasters are webloggers, but it is not their sole domain. A lot of people are jumping on the bandwagon and making the necessary changes to their websites do allow listeners to download contents.

própria disponibilidade das informações na internet. Machado (2003), porém, referindo-se mais ao suporte das informações, prefere o termo jornalismo digital a jornalismo on-line, pois o primeiro é mais abrangente e não contempla apenas algumas particularidades do meio.

Luciana Mielniczuk resume todos os termos oferecidos e discutidos em um quadro bastante simples e didático, em que separa cada nomenclatura de acordo com as definições, que para ela, são as mais corretas: Jornalismo eletrônico é aquele que se utiliza de equipamentos e recursos eletrônicos, ou seja, quase todo o jornalismo, pois ele se apóia em grande quantidade de equipamentos eletrônicos; Jornalismo digital é o que emprega tecnologia digital; Ciberjornalismo é o que envolve tecnologias que utilizam a rede mundial de computador; Jornalismo on-line é desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados através da web e em tempo real; Webjornalismo diz respeito à utilização de uma parte específica da internet que é a web (MIELNICZUK, 2003).

Após a definição dos termos, a professora doutora tenta caracterizar cada fase do jornalismo na web sem que essas definições sejam baseadas somente no tempo, visto que não há exclusão entre elas.

São apresentadas três fases. A primeira geração, chamada fase de transposição, eram as reproduções dos jornais impressos na internet. Os produtos oferecidos na web eram simples cópias dos materiais já expostos nos jornais impressos. A segunda geração ou fase de metáfora apresentava certo aperfeiçoamento da estrutura oferecida na rede. Começavam a utilizar links com chamadas para outras notícias, percebia-se certo estreitamento na relação do jornalista e seus leitores e, principalmente, a chegada do chamado link de “últimas notícias”. Porém, a credibilidade destes novos espaços era dada pelos grandes jornais impressos, que mantinham estas páginas na internet.

Já na terceira geração – a fase da exploração deste meio – aumentam-se as iniciativas empresariais e editoriais para uma busca exclusiva do jornalismo na internet. Não se vê, nesta fase, uma obrigatória relação de um jornal impresso com o jornal da rede e, muito menos, a transposição do primeiro para o segundo. Esta geração se tornou mais interativa com o público, chats com personalidades públicas e recursos multimídia foram acrescentados (MIELNICZUK, 2003).

3.2. O Podcasting e a música independente

Um dos setores que utiliza em larga escala as vantagens do meio construído pela nova tecnologia do *podcasting* é o da música independente. Como a problemática dos direitos autorais – tão discutida na web – alcança também a produção de *podcasts* musicais (um programa nesse estilo pode ser considerado distribuição gratuita de música online), muitos produtores incluem somente faixas promocionais que já estão disponíveis na Internet em sites e homepages. Isso ajuda artistas independentes a divulgar seu trabalho a um público que antes era inatingível através dos meios tradicionais.

O mercado fonográfico independente é tão próximo ao *podcasting* exatamente pelo também independente processo de produção desta tecnologia. Com o advento da internet, não é mais preciso estar vinculado à uma grande gravadora para que milhares de pessoas entrem em contato com a música de uma banda. Da mesma forma que não é necessário estar incluído numa organização ou empresa de comunicação para expôr idéias, notícias e comunicados através de um *podcast*.

4. Os festivais de rock independentes em Goiânia

Goiânia é considerada hoje uma cidade pólo quando o produto em questão é a produção do rock independente. A capital goiana sedia três dos principais eventos do gênero no Brasil e se tornou um dos focos de peregrinação de produtores, músicos, estudiosos e jornalistas que se interessam e trabalham com o estilo musical. Não é por menos que Goiânia recebeu o título *de Goiânia Rock City* e o apelido de a *Seattle Brasileira*. A cidade de Seattle, no estado americano de Washington, é berço de grandes empresas inovadoras como a Boing e a Microsoft, mas é principalmente reconhecida no mundo todo pelas bandas que saíram de suas garagens e influenciaram todo o rock'n roll produzido na década 1990. Grupos como Nirvana, Pear Jam e Alice in Chains surgiram na metrópole.

Goiânia ainda não conseguiu exportar uma grande banda, mas já exporta internacionalmente o seu modelo de produção de festivais independentes. Há 15 anos, surgia na cidade o Goiânia Noise Festival. A primeira edição do festival, em 1994, tinha a pretensão apenas de incorporar Goiânia num momento propício para uma nova música independente que começa a ser bem vista no Brasil.



Figura 1 – Cartazes da 1ª edição do festival Goiânia Noise Festival, em maio de 1994, e da 13ª, realizada em novembro de 2008. O festival é avaliado, hoje, como o maior festival de música independente do país.

Depois do declínio da safra oitentista do rock brasileiro, surgiu espaço para que um novo estilo e abordagem do rock'n roll pudesse suprir essa lacuna e então dar combustível para o ideal dos grandes festivais independentes que promovessem intercâmbio entre bandas dos mais diversos estados. Em 1994, na Universidade de Campinas (Unicamp), em Campinas-SP, um festival foi transmitido pelo canal MTV Brasil e instigou a produção do então ideal Goiânia Noise Festival. O *Junta Tribo* apresentou grupos como Raimundos, Planet Hemp, Pin Ups, Kiiling Chansaw, entre outros (Kossa, 2005).

Goiânia também tinha potencial para aquilo. A intenção da dupla [Márcio Jr. e Léo Bigode] era chamar a atenção da mídia nacional para as bandas da Capital de Goiás e promover um intercâmbio entre a cena local e a do restante do País. Isso já era feito, de certa maneira, por meio da troca de correspondências. Sim, eram tempos sem internet! Entretanto, nada se compara ao face a face entre as bandas, com as fitas demos trocadas e os shows conferidos de perto. Isso sim era intercâmbio! **(KOSSA, 2005. P. 27).**

Também é importante pontuar que, em 2005, foi criada a Associação Brasileira de Festivais Independentes (Abrafin) que tem como principal objetivo unir, organizar e potencializar o circuito de festivais de música independente no Brasil. Acreditando no princípio de que esse movimento está em constante ascensão no país, a associação promove a troca de know-how entre os produtores associados, bem como entre grupos, produtoras, imprensa e coletivos responsáveis pela realização dos festivais. O presidente é o goiano Fabrício Nobre, da também goiana Monstro Discos, responsável pela criação do Goiânia Noise Festival e também pela consolidação da cena, por ter o título de maior gravadora de álbuns independentes do Brasil.

(...) A Abrafin reúne hoje 32 eventos do gênero. São festivais das mais diversas regiões brasileiras, que atingem um público de pelo menos 300 mil pessoas ao ano, fazendo circular mais de 600 bandas entre nacionais e internacionais, movimentando, assim, uma quantia superior a cinco milhões de reais ao ano. Além de gerar pelo menos três mil empregos fixos e temporários, os festivais são os principais vetores de estímulos da cadeia produtiva da música independente brasileira, impulsionando também a abertura do diálogo com os mercados ligados ao setor em nível internacional.

Homepage ABRAFIN (www.abrafin.com.br)

Desta forma, Goiânia foi uma das grandes precursoras de uma cadeia de produções independentes e de uma cena brasileira que trabalha e se dedica em prol do independente. E o gosto pelo rock foi e continua sendo o grande combustível desse movimento cultural e também deste projeto experimental.

5. Conclusão – Perspectivas e Proposta Teórica

A internet é recente em comparação com as outras formas de mídia e, talvez por isso, não tenha recebido ainda total atribuição de valor e estudo. Os efeitos da chegada dos webjornais e da webnotícia ainda são imaturos para uma análise da compreensão dos leitores sobre eles. Porém, os estudos realizados até aqui já evidenciam que a web pode ser muito eficaz para ampliar não só o alcance das informações quanto a própria variedade de assuntos através de canais cada vez mais alternativos.

Neste contexto, a tecnologia do *podcasting* viabiliza a criação de oportunidades para produções que, jornalísticas ou não, dificilmente obteriam espaço na grande mídia. Em contraponto, grandes empresas de comunicação e meios já consolidados estão utilizando a tecnologia como complementação de suas atividades. Revistas, rádios, TVs e toda e qualquer empresa que tenha também uma homepage na internet pode manter uma seção de *podcasts* para aumentar a sua capacidade de difusão e contato com ouvintes, leitores e internautas.

O fato de esse novo meio não ter referencial acadêmico trouxe ao grupo o desafio e crescimento pessoal de desvendar seus limites e entender como essa suposta liberdade de formato e conteúdo funciona na prática. Documentar e divulgar um movimento cultural de grande relevância e que não possui devida atenção na grande mídia estabeleceu uma relação direta com a própria definição do *podcasting* e motivou o grupo a realizar este trabalho.

6. Referências Bibliográficas

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet: Planejamento e Produção da Informação On-Line**. São Paulo: Ed Summus, 2003

ECO, Umberto. **Beato de Liébana, o apocalipse e o milênio**. In Cadernos do Norte, nº 14, 1982.

LANDOW, George P. **Hipertext. The convergence of contemporary critical theory and technology**. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

MURAD, Angéle. **Oportunidades e desafios para o jornalismo na internet**. In Ciberlegenda, nº 2, 1999.

KOSSA, Pablo. **Em terra de cowboy quem toca guitarra é doido - 10 anos de Goiânia Noise**. 1ª. ed. Goiânia: Contato Comunicação e Universidade Católica de Goiás, 2005.

FERRARETTO, L. A. . **Rádio: O veículo, a história e a técnica**. 3. ed. Porto Alegre: Doravante, 2007.

COCHRANE, Todd. **Podcasting: the do-it-yourself guide**. Wiley Publishing Inc, 2005

BASTOS, Hélder. **Jornalismo Eletrônico: Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redações**. Coimbra, Minerva Editora, 2000.

GONÇALVES, E. M. ; PALACIOS, Marcos Silva. **Manual de jornalismo na Internet: Noções básicas, conceitos e um guia sobre as principais publicações jornalísticas digitais no Brasil e no Exterior**. Salvador: Facom-Ufba, 1996.

PALACIOS, Marcos; GONÇALVES, Elias Machado (OrgS.). **Modelos de jornalismo digital**. 1. ed. Salvador: Edições GJOL - Editora Calandra, 2003. v. 1. 233 p.

MIELNICZUK, L. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na Web**. In: 12º Compós - Encontro dos cursos de Pós-Graduação em Comunicação, 2003, Recife. CD-ROM, 2003.

7. Anexos

Goiânia Rockstória – Podcast 1

“As primeiras edições dos festivais independentes”

VINHETA DO PROGRAMA (Goiânia Rockstória + BG Hang The Superstars – “Cramps”)

Locutor: apresentação rápida do podcast, explicando de forma sucinta os objetivos do trabalho. Descrição do assunto a ser tratado no episódio. Contextualiza o ouvinte no período histórico e argumenta sobre a relevância do tema do episódio. Apresenta o primeiro entrevistado.

Pablo Kossa: faz uma análise inicial, dizendo que já existiam shows esporádicos em Goiânia. Só depois é que se começa a pensar em uma integração.

Pablo Kossa: cena roqueira goianiense é apenas expressão de cultura urbana, como qualquer outra cidade.

Léo Bigode: começou porque tinha uma banda mas, ironicamente já tinha uma panela para combater.

Marcio Jr.: encaixar o rock dentro do movimento estudantil, como discurso político.

Léo Bigode: conforme a cena foi se movimentando e Léo explica como começam a surgir as primeiras bandas de repercussão nacional e festivais.

Márcio Jr.: Sonic Records e surgimento da Monstro Discos.

Pablo Kossa: “A partir daí o rock entrou numa maré baixa, cria-se um vazio do estilo. A indústria cultural partiu para o sertanejo, e dá seqüência ao pagode, o que dizia muito pouco a esta juventude urbana que tinha a guitarra como referência. Logo começa a surgir no país essas idéias para retomar o rock.”

Márcio: Nirvana ocupou esse vazio. E produziu uma necessidade de novas bandas.

Léo Bigode: existiam bandas goianas, mas era mais fácil dialogar com os grupos contemporâneos de outros estados que estavam na mesma situação.

SOBE E DESCE BG (Hang The Superstars – Dogs Shout)

Léo Bigode: conforme a cena foi se movimentando, apareceu a idéia de um festival. Léo Bigode explica a evolução que levou até a criação do Goiânia Noise.

Pablo Kossa: primeira edição é gratuita na praça universitária. Segundo Pablo Kossa, o fato do evento ter sido de graça na praça é que determinou a vinda do pública.

Márcio Jr.: o surgimento do Goiânia Noise Festival. A vontade de mostrar Goiânia pro restante do país, estabelecer dialogo com outras cenas.

Léo Bigode: a idéia foi de manter o festival na ativa. O problema é que ninguém sabia que rumo as coisas iam tomar dali pra frente.

Marcio Jr.: a primeira edição do Goiânia Noise. A sistematização de uma cena rockeira que já existia em Gyn desde os anos 60 através da criação do evento

SOBE E DESCE BG (Hang The Superstars – Here’s not London)

Márcio Jr.: a segunda edição e a continuidade do festival. Parceria com Brasília. Otimização de custos que dura até hoje.

Léo Bigode: um ponto de virada foi o início da cobrança de ingressos, na terceira edição. Mas outros fatores destacaram o terceiro noise.

Márcio Jr.: O salto de qualidade na terceira edição do Noise e a continuidade até hoje.

VINHETA DO PROGRAMA (Goiânia Rockstória + BG Hang The Superstars – “Cramps”)

Locutor: encerramento.

Goiânia Rockstória – Podcast 2

“O boom dos festivais independentes no Brasil”

VINHETA DO PROGRAMA (Goiânia Rockstória + BG Hang The Superstars – “Cramps”)

Locutor: retomada do assunto do podcast anterior. Concluir rapidamente como foi o início dos festivais. Descrição do assunto a ser tratado no episódio. Contextualiza o ouvinte no período histórico e argumenta sobre a relevância do tema do episódio. Apresenta o primeiro entrevistado; Pablo Kossa dá continuidade ao que Márcio Jr. explica no final do primeiro podcast.

Pablo Kossa: explica que somente a partir da terceira edição do Goiânia Noise o festival começou a ser reconhecido. Terceira edição em três dias, com bandas de fora no mini ginásio da Escola Técnica. Foi cobrado o ingresso e a exigência do público subiu.

Léo Bigode: acredita que a consolidação veio na quarta edição do Goiânia Noise, mas os mesmos desafios de antes se mantêm ainda hoje.

Léo Bigode: a aposta aumentou. A Monstro precisou se profissionalizar. Além da busca de crescimento, havia a necessidade de encarar o mercado e criar uma identidade.

Márcio Jr.: o presente inesperado e os resultados que surpreenderam. Antes, era impossível imaginar viver de arte, de música. Monstro vira referência. Goiânia como cidade fundamental do rock. O reconhecimento da imprensa.

SOBE E DESCE BG (Hang The Superstars – Dogs Shout)

Pablo Kossa: da quinta para sétima edição o festival sofreu a grande transformação. Na sétima, o festival muda para o Martim Cererê e são montados dois palcos para as apresentações.

Léo Bigode: o Bananada surge à margem do Goiânia Noise. Léo destaca a iniciativa de Fabrício Nobre de passar de espectador a produtor de eventos.

Pablo Kossa: o surgimento do festival Vaca Amarela que, assim como o Noise, não foi criado conscientemente.

Fabrcio Nobre: o inrcio do Bananada, quem teve a iniciativa de produzir. Fabrcio fala sobre a vontade de realizar os festivais.

SOBE E DESCE BG (Hang The Superstars – Here’s not London)

Léo Bigode: durante as primeiras edies do Bananada, Léo deixava de ser produtor e se tornava espectador.

Fabrcio Nobre: o primeiro Noise foi realizado no Bar Territrio Brasileiro e rolou grana da bilheteria e um patrocnio ou outro. Quando comeou a trazer banda de fora no havia muitas produtoras.

Fabrcio Nobre: a cena ficou importante, grande de verdade, e bandas como MQN, Hang, Mechanics, Violins ou as mais novas de Braslia passaram a ser a referncia na cidade.

Pablo Kossa: distanciamento do motivo da criao dos festivais. O som no e mais tao pesado. O sexto Noise foi o momento de reflexao. Mudanca de perfil: o rock pesado e para minoria; para que o festival expandisse tinha que mudar o estilo.

VINHETA DO PROGRAMA (Goiânia Rockstória + BG Hang The Superstars – “Cramps”)

Locutor: encerramento.

Goiânia Rockstória – Podcast 3

“A profissionalização das produções”

VINHETA DO PROGRAMA (Goiânia Rockstória + BG Hang The Superstars – “Cramps”)

Locutor: retomada do assunto do podcast anterior. Destacar os festivais mais importantes de Goiânia que se destacaram no cenário nacional. Descrição do assunto a ser tratado no episódio. Fazer uma pequena referência sobre os produtores dos festivais. Apresenta o primeiro entrevistado.

Márcio Jr.: Sonic Records e o nascimento da Monstro Discos.

Léo Bigode: shows com bandas estrangeiras garantiram a Fabrício um certo respeito na cena. Léo credita isso à coragem e articulação de Fabrício, além de um contexto de época que estimulava uma expectativa maior do público.

Márcio Jr.: surgimento de outras produtoras, estabelecer um padrão de qualidade na cidade, na cena.

Terence Machado: A Monstro é o epicentro disso. Como foi a Cogumelo em BH nos anos 80 com o Heavy Metal. Ouviu do Márcio Jr. a história de que tinha outro padrão e quando fizeram o primeiro Noise nem existia a Monstro. Ela veio e começou a registrar isso.

Léo Bigode: a parceria foi estabelecida. O primeiro teste foi o 5º Noise. A Monstro Discos assume sua cara atual.

SOBE E DESCE BG (Hang The Superstars – Dogs Shout)

Léo Bigode: soma das habilidades foi definitiva para a formação da sociedade, a qual ele relutava. Léo explica a dinâmica do funcionamento entre os sócios da Monstro.

Pablo Kossa: fala sobre os produtores.

Léo Bigode: fala sobre como novos festivais não são encarados como competição, mas como complementares à cena.

Fabrício Nobre: não vê competição, mas alívio por ter mais de uma produtora na cena. Competição não é uma outra produtora, mas quando alguém, que não sabe nada,

vai lá e faz o show do Mundo Livre por um preço ridículo, num lugar ruim. Algo que desqualifica a cidade.

Léo Bigode: conforme a cena foi se movimentando, apareceu a idéia de um festival. Léo Bigode explica a evolução que levou até a criação do Goiânia Noise.

SOBE E DESCE BG (Hang The Superstars – Here’s not London)

Léo Bigode: explica a dinâmica do funcionamento entre os sócios da Monstro. Diferente de empresas de outros ramos, a Monstro não consegue ter um desenvolvimento planejado. Falta de políticas públicas dá certo ar de incerteza.

Fabício Nobre: assume o medo de o festival cair o padrão por causa de dinheiro. Mas, diz que não vai deixar de fazer, porque festival independente tem esse discurso. o que a Monstro tem como princípio. Goiânia Noise e Bananada são referências nacionais e internacionais. A hora é arriscar, tentar uma edição diferente.

VINHETA DO PROGRAMA (Goiânia Rockstória + BG Hang The Superstars – “Cramps”)

Locutor: encerramento.

Goiânia Rockstória – Podcast 4

“Exportação do modelo goiano de festival independente”

VINHETA DO PROGRAMA (Goiânia Rockstória + BG Hang The Superstars – “Cramps”)

Locutor: retomada do assunto do podcast anterior. Citar as bandas que conseguiram sair da capital e tocar fora. Descrição do assunto a ser tratado no episódio. Pequena referência de como a internet ajudou a exportação do modelo goiano. Apresenta o primeiro entrevistado.

Pablo Kossa: fala do “modelo tipo exportação” do movimento. Goiânia é rotulada de “Seattle brasileira”.

Fabício Nobre: fala sobre o modelo tipo exportação das bandas goianas. Não acredita que as bandas tenham espaço em grandes gravadoras. Ele acha que sair é muito mais relevante para o cenário independente que fazer mainstream.

Léo Bigode: acredita que o Goiânia Noise se tornou uma referência para o cenário independente, inclusive com reconhecimento no mainstream. Para Léo, já passou da hora de alguma banda goianiense já ter transposto essa barreira entre independente e mainstream. Ele estabelece um paralelo com a Sub Pop, gravadora independente norte-americana que revelou o Nirvana.

Terence Machado: o momento era diferente, através de gravadoras ainda. Existência da Abrafin é um outro momento de mercado e circulação de música. Acha que não haveria perigo de uma banda como MQN aparecer no Faustão, a não ser constranger todo mundo.

SOBE E DESCE BG (Hang The Superstars – Dogs Shout)

Léo Bigode: acredita que já houve bandas que poderiam ter chegado a um nível mais amplo. O problema é que algumas bandas faziam letras em inglês, o que dificulta o processo. Goiânia poderia ter alguém para ocupar esse espaço, mas a mídia não deu abertura a isso, restringindo o foco aos festivais.

Márcio Jr: curadoria dos festivais atuais. Os referenciais e conceitos de cada festival e do casting da Monstro. A coerência que dá o gás para continuar.

Léo Bigode: falta às bandas goianas se dispuserem a buscar um reconhecimento maior, colocando de lado outros objetivos de vida.

Márcio Jr: relação entre outros festivais e o mainstream. Porão do Rock. O patrimônio da coerência do Goiânia Noise. A inversão da lógica do mercado, não se adaptar ao mercado e sim achar mercado para seu produto. A influência do Goiânia Noise nos outros festivais.

VINHETA DO PROGRAMA (Goiânia Rockstória + BG Hang The Superstars – “Cramps”)

Locutor: encerramento.

Goiânia Rockstória – Podcast 5

“As edições atuais e as ambições dos produtores”

VINHETA DO PROGRAMA (Goiânia Rockstória + BG Hang The Superstars – “Cramps”)

Locutor: retomada do assunto do podcast anterior. Citar que é a última produção do documentário de cinco podcasts. Detalhar o assunto que vai finalizar os programas. Citar a internet. Apresenta o primeiro entrevistado.

Fabrizio Nobre: a tendência do festival é crescer. Não tem como fazer um prognóstico, porque há dez anos atrás não existia nem internet. O que Fabrício consegue ver é que daqui a 3 anos vai existir casas de show funcionando e as bandas vão entender que a profissionalização vai além do mainstream.

Léo Bigode: Goiânia tem fatores que cativam artistas do meio independente. Segundo Léo Bigode, a carência do público e a qualidade das produções são fundamentais. O público mudou sua forma de agir. Não há mais aquela receptividade de antes, talvez pelo excesso de oferta e pela internet.

Pablo Kossa: o futuro dos festivais com a tecnologia. Kossa acha que vai ter momentos de inércia e não vê mudanças grandes mudanças para os festivais.

SOBE E DESCE BG (Hang The Superstars – Dogs Shout)

Márcio Jr.: curadoria sem estar fisicamente presente, hoje. A influência da tecnologia e a sensibilidade para separar o joio do trigo. Recorrer aos parceiros para pegar novas bandas.

Léo Bigode: o Noise tem um desafio com relação ao seu crescimento. Afinal, como ampliar sem comprometer seus padrões?

Léo Bigode: além da consolidação, Léo acredita na manutenção da relevância dos festivais, mesmo com as mudanças de paradigmas na indústria fonográfica.

Fabrizio Nobre: fala sobre o otimismo e como a Monstro arrecada dinheiro e consegue sustentar famílias, ter empregados e chamar a atenção do circuito musical.

VINHETA DO PROGRAMA (Goiânia Rockstória + BG Hang The Superstars –
“Cramps”)

Locutor: encerramento.