



Juliana Müller

**Os filhos da revolução, o futuro da nação:
um estudo sobre comunicação, música, juventudes e
trocas geracionais no Rock in Rio**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação Social.

Orientadora: Prof^a. Cláudia da Silva Pereira

Rio de Janeiro
Fevereiro de 2018



Juliana Müller

**Os filhos da revolução, o futuro da nação:
um estudo sobre comunicação, música, juventudes e
trocas geracionais no Rock in Rio**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social do Departamento de Comunicação Social do Centro de Ciências Sociais da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Profa. Cláudia da Silva Pereira

Departamento de Comunicação Social - PUC-Rio
Orientadora

Profa. Bruna Aucar

Departamento de Comunicação Social - PUC-Rio

Prof. Luís Antonio Groppo

UNIFAL

Prof. Micael Maiolino Herschmann

ECO - UFRJ

Prof. Augusto César Pinheiro da Silva
Vice-Decano Setorial de Pós-Graduação CCS
Rio de Janeiro, 19 de fevereiro de 2018.

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e da orientadora.

Juliana Müller

Graduou-se em Comunicação Social pela PUC-Rio, com habilitação em Jornalismo. Sua pesquisa acadêmica engloba temas relacionados às culturas e práticas juvenis, sobre as quais já apresentou trabalhos em congressos nacionais e internacionais. Sua carreira profissional inclui experiência nas áreas de Comunicação e Marketing de diversas empresas e organizações não-governamentais.

Ficha Catalográfica

Müller, Juliana

Os filhos da revolução, o futuro da nação: um estudo sobre comunicação, música, juventudes e trocas geracionais no Rock in Rio / Juliana Müller ; orientadora: Cláudia da Silva Pereira. – 2018.

144 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2018.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Comunicação. 3. Festivais de música. 4. Juventude. 5. Geração. 6. Rock in Rio. I. Pereira, Cláudia da Silva. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Ao meu marido, Eduardo, e aos meus filhos,
Daniel e Laura, pelo amor que temos e que
só o dia a dia constrói.

Aos meus pais, Ivonete e Beto, pelo porto
seguro tão necessário, e desde sempre tão
presente em minha vida.

Agradecimentos

À Professora Cláudia da Silva Pereira, pela orientação e amizade dos últimos anos e, para a minha felicidade, dos que ainda estão por vir. Por sua dedicação e disponibilidade em ouvir ideias, compartilhar achados, tirar dúvidas e revisar textos. Por acreditar no potencial deste trabalho, que não passava de um tímido projeto quando a conheci. E por vibrar a cada conquista, ao longo do caminho percorrido até a sua conclusão. Deixo registrado não só o meu agradecimento, como também o meu carinho, o meu respeito e a minha admiração.

Ao Corpo Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio, em especial aos Professores Tatiana Siciliano, Everardo Rocha e José Carlos Rodrigues, pelas aulas tão proveitosas ao longo do mestrado. Pela mesma razão, agradeço também aos Professores Igor Sacramento (FIOCRUZ), Leticia Matheus (UERJ) e Maria das Graças Dias Pereira (Departamento de Letras da PUC-Rio).

À CAPES e à PUC-Rio, pelo auxílio financeiro concedido ao longo da pesquisa.

Ao Professor Arthur Dapieve, por fornecer informações tão valiosas ao trabalho. Às Professoras Claudia Brutt, Cristina Bravo e Sandra Korman, pelo apoio incondicional, desde o seu início.

À Marise Lira e a todos os funcionários do Departamento de Comunicação Social, sempre dispostos a ajudar na rotina acadêmica.

Aos colegas do JuX – Juventudes Cariocas, suas culturas e representações midiáticas - grupo de pesquisa liderado por minha orientadora. Por nossos encontros tão produtivos e nossas trocas sempre positivas.

Aos entrevistados que abriram suas casas, dedicaram seu tempo e concordaram em relatar parte de suas histórias de vida. E aos anônimos fotografados durante o Rock in Rio. Foram estes os registros que deram vida ao trabalho.

Resumo

Müller, Juliana; Pereira, Cláudia da Silva. **Os filhos da revolução, o futuro da nação: um estudo sobre comunicação, música, juventudes e trocas geracionais no Rock in Rio**. Rio de Janeiro, 2018. 144 p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O estudo procura identificar as formas pelas quais o festival de música intitulado Rock in Rio foi capaz de atravessar gerações e, no Rio de Janeiro, ao longo de mais de trinta anos (1985-2017) e com futuros eventos confirmados, se manter pertinente junto às diferentes juventudes que vivenciaram - e ainda vivenciam - suas diversas edições. Para isso se desdobra, primeiramente, em uma análise sobre os festivais contemporâneos enquanto importantes difusores da música na atualidade, além relevantes mediadores do encontro presencial e da convivência social; e, ainda, como se tornaram símbolos de valores tipicamente associados ao conceito de juventude que, no Brasil, vieram ao encontro de um cenário local que propiciou o surgimento do Rock in Rio. Na sequência, o estudo apresenta informações sobre a abrangência deste festival, junto a aportes teóricos onde dialogam os campos da comunicação, história e memória que refletem o contexto de sua realização. Por último, são apresentados os achados das duas etapas compreendidas no trabalho de campo: (a) a observação participante realizada durante a edição de setembro de 2017 do Rock in Rio; e (b) as entrevistas em profundidade com integrantes da audiência da primeira edição do festival, no ano de 1985, e com representantes da atual geração de jovens, no que concerne à faixa etária, que passaram a frequentá-lo a partir de 2011. Ambas tiveram como objetivo entender o valor simbólico do Rock in Rio para as distintas gerações que compõem a sua audiência, fator que se mostrou intrínseco à longevidade do festival.

Palavras-chave

Comunicação; festivais de música; juventudes; geração; Rock in Rio.

Abstract

Müller, Juliana; Pereira, Cláudia da Silva (Advisor). **The children of revolution, the nation's future: a study on communication, music, youngsters and generational exchanges at Rock in Rio.** Rio de Janeiro, 2018. 144 p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The study aims to identify the ways by which the music festival entitled Rock in Rio was able to cross generations in the city of Rio de Janeiro and make itself relevant along with the distinct youths who have lived and experienced its various editions for more than thirty years (1985-2017) with future events already confirmed. To this end, the study presents an analysis of contemporary festivals as one of the main broadcasters of music in the present time, besides being relevant mediators of the face-to-face meeting and the social coexistence; and also how they became symbols of values typically associated with the concept of youth, which have found particular circumstances in Brazil that led to the emergence of Rock in Rio. The study then presents some institutional information about this music festival, together with theoretical contributions on the fields of communication, history and memory that reflect the context of its accomplishment. Finally, the findings of the two stages included in the fieldwork are presented: (a) a research carried out during the September 2017 edition of Rock in Rio; and (b) in-depth interviews with members of the audience of this festival's first edition, in 1985, together with current young people, regarding the age group, who accompanied its most recent editions (from 2011). Both phases were aimed at understanding the symbolic value of Rock in Rio for the distinct generations that make up its audience, something that was perceived as intrinsic to the festival's longevity.

Keywords

Communication; music festivals; youngsters; generation; Rock in Rio.

SUMÁRIO

1. Introdução	11
2. Os festivais de música contemporâneos e a juventude	18
2.1. Os festivais de música em sua amplitude	18
2.2. A música na “festivalização” contemporânea	19
2.3. Woodstock: onde tudo começou? Rock e juventude no mais emblemático dos festivais	26
2.3.1. O início da associação entre rock e juventude	27
2.3.2. Woodstock e os novos ares dos anos 1960	30
2.3.3. A construção do simbolismo para a juventude.	34
2.4. A pré-história do Rock in Rio no contexto brasileiro	39
2.5. Síntese do capítulo	47
3. Um diálogo entre comunicação, história e memória	48
3.1. A dimensão do Rock in Rio	48
3.2. Memória, história, reconhecimento e distinção	54
3.3. A possível construção de um projeto de memória	60
3.4. Síntese do capítulo	66
4. O público do Rock in Rio: comunicação, interação e construção identitária por meio do consumo e da cultura material	67
4.1. Aspectos gerais do trabalho de campo.	67
4.2. Aportes teóricos sobre consumo e cultura material	70
4.3. A música, o vestuário e os usos do corpo	74
4.4. Interações sociais para além da música	92
4.5. Síntese do capítulo	94
5. O Rock in Rio para distintas gerações	95
5.1. Uma perspectiva sobre “geração”	95
5.2. A formulação das entrevistas: antecedentes e detalhamento	99

5.3. O Rock in Rio como referência geracional	105
5.3.1. “Rock in Rio, eu fui” – As motivações em 1985	108
5.3.2. O retorno a partir de 2011	113
5.3.3. Lembranças materiais e imateriais	116
5.3.4. Diferentes significados para distintas gerações	127
5.4. Síntese do capítulo	132
6. Considerações finais	134
7. Referências bibliográficas	141

Lista de figuras

Figura 1 - Marcas “Amazônia Live” e Rock in Rio	62
Figura 2 - Palco do show “Amazônia Live” realizado em 2016	62
Figura 3 - Famílias com adolescentes e crianças no Rock in Rio	74
Figura 4 - Adolescentes em show da Blitz	77
Figura 5 - Camisas com nomes e imagens de bandas musicais	79
Figura 6 - Camisas com menção a outros festivais ou a traços subculturais	81
Figura 7 - Mensagens nas camisas	82
Figura 8 - Camisas com caricaturas do grupo junto à marca Rock in Rio	84
Figura 9 - Grupo feminino com frequentadoras de todas as edições	85
Figura 10 - Família com vestuário propositadamente homogêneo	86
Figura 11 - Amigos adolescentes com camisas iguais de sua banda favorita	87
Figura 12 - Grupo autodenominado “Clube dos Canalhas”	87
Figura 13 - Chapéu que identificava o grupo em meio à audiência	88
Figura 14 - Supostas mãe e filha com o mesmo penteado	89
Figura 15 - Irmã mais velha da entrevistada próxima à cantora Nina Hagen	117
Figura 16 - Ingresso do Rock in Rio de 1985	118
Figura 17 - Irmã mais nova da entrevistada ao lado do cantor Axl Rose	118
Figura 18 - Ingressos do Rock in Rio guardados pelo pai da “família 3”	119
Figura 19 - Ingressos e copo guardados pela filha da “família 1”	121
Figura 20 - Ingressos do Rock in Rio guardados pelo filho da “família 2”	122
Figura 21 - A “lama de 85” vendida na edição de 2016 do Rock in Rio	124
Figura 22 - Catálogo com peças de vestuário com a marca Rock in Rio	128

1

Introdução

Os versos tomados como empréstimo da banda Legião Urbana ao título deste trabalho procuram nomear a geração de jovens brasileiros que vivenciou, durante os anos 1980, a efervescência de um rock cantado em português, adotado por bandas e artistas de diversas partes do Brasil que em alguns casos, e a seu próprio modo, mesclaram ainda os acordes de suas guitarras a ritmos e instrumentos já intrínsecos à cultura musical nacional. E que, por vezes, além de contemplarem motes comuns ao gênero como o amor, o sexo e a vida urbana, incorporaram às suas canções letras fortes com temas inerentes a seu universo local: o protesto contra o meio político, a busca pelo estabelecimento de novos valores, a luta por mais ética e por mais justiça social. Era também o fim da ditadura militar e da censura por ela imposta ao país, e foi justamente em meio àquele contexto de abertura política e de propagação de um rock com ares nacionais que, no dia 11 de janeiro de 1985, deu-se início ao primeiro Rock in Rio, festival de música que acumula a realização de sete edições em sua cidade de origem - o Rio de Janeiro – onde mantém, desde 2011, um calendário regular bianual. Festival, esse, que atravessou ainda um processo de internacionalização, com outras onze edições organizadas em três diferentes países – Estados Unidos, Espanha e Portugal – sendo que este último conta também, atualmente, com sua ocorrência regular.

O foco geográfico do presente estudo compreende a realização do Rock in Rio no Brasil, mais especificamente na cidade que lhe concede o nome, e sobre a qual as publicações já existentes, acessadas ao longo da pesquisa, refletem uma certa convergência de opiniões no que diz respeito à sua importância para o fortalecimento dos campos da música e do entretenimento brasileiros. As que se referem à primeira edição do festival enfatizam as formas pelas quais abriu espaço para apresentações de artistas nacionais em paralelo às de renomadas atrações internacionais até então inéditas no país. Tal cenário, entrelaçado ao momento de início de um novo governo civil, teria originado a criação de um certo valor simbólico, ou “aliança afetiva”¹ (GROSSBERG, 1983, p.104), entre o Rock in Rio e a juventude da época. Nesse sentido, um dos pontos de partida da pesquisa

¹ Tradução livre do original: *affective alliance*.

foi aprofundar o conhecimento sobre a possível relação firmada entre a versão carioca do festival e os então jovens dos anos 1980 – os “filhos da revolução”- que nele estiveram presentes. Este pareceu um dos passos necessários à investigação em torno da questão primária proposta no estudo: entender como o Rock in Rio foi capaz de atravessar gerações e se desdobrar em diversas edições ao longo de mais de trinta anos (1985-2017) e com futuros eventos já confirmados².

Minha experiência pessoal enquanto frequentadora de todas as edições do festival realizadas no Rio de Janeiro a partir do ano de 2001 – além de outras duas na capital portuguesa que não constam do escopo aqui proposto – apontava ainda para a existência de um público eclético na audiência do Rock in Rio no que diz respeito, especificamente, à sua constituição por faixa etária. Em muitas das situações por mim observadas, aqueles indivíduos de diferentes idades pareciam se encontrar reunidos em um mesmo grupo participante do festival. Este se tornou, então, um primeiro indicador sobre a criação de um simbolismo próprio ao festival, e inerente não só à geração de jovens que acompanhou o surgimento de sua primeira edição, como também junto àquelas que a sucederam ao longo do tempo.

Um dos motivadores deste estudo tornou-se, portanto, o interesse pela construção do componente geracional notadamente presente no âmbito do festival: estava ali, efetivamente, já nos anos 2000, parte do público presente em sua edição original realizada em 1985? Ou seriam apenas adultos, levando seus filhos menores de idade a um festival de música? Se havia, de fato e depois de tanto tempo, muitos daqueles presentes em 1985, o que os incentivava a retornarem às recentes edições do Rock in Rio? E qual seria o apelo do festival junto aos mais jovens? Por que – diferentemente da maioria dos demais ambientes de lazer que frequentavam - aqueles jovens pareciam não se importar em estarem ali, junto a pessoas pertencentes a um outro grupo etário que, possivelmente, incluía seus próprios pais e mães?

² Até o momento de conclusão deste estudo já haviam sido confirmadas oficialmente, através de veículos midiáticos e de anúncio público presencial durante a edição carioca de 2017, a realização do Rock in Rio em 2018 e 2019, respectivamente, em Lisboa, Portugal, e no Rio de Janeiro, Brasil.

Além de minhas observações particulares sobre a composição do público do Rock in Rio, houve uma situação que, logo no início do desenvolvimento deste estudo, contribuiu para o embasamento de sua ideia central e apontou para um caminho factível a ser por ele percorrido: a oportunidade de realizar uma pesquisa exploratória preliminar, junto a estudantes universitários entre 19 e 22 anos no Rio de Janeiro, que teve por objetivo verificar se havia – e qual seria – o interesse do referido grupo sobre o festival. As respostas concedidas a uma das perguntas do questionário aplicado mostrou que, entre os vinte e três estudantes abordados, vinte declararam já terem ido a pelo menos uma edição do Rock in Rio, sendo que mais de um terço afirmou tê-lo feito especificamente em companhia do pai e/ou da mãe, tendo sido ainda citadas espontaneamente respostas como “com outras pessoas da família”³ e “com amigos dos meus pais com filhos pequenos e adolescentes”. Tratou-se de uma pequena amostra, mas que pareceu suficiente para se configurar em um segundo indício afirmador da premissa que, de fato, o Rock in Rio despertava o interesse de um público constituído por indivíduos de diferentes faixas etárias. E, ainda, que a realização presencial do festival poderia se configurar em um ambiente facilitador de uma série de trocas simbólicas, sob o aspecto geracional, no âmbito da comunicação e das relações sociais. E foi assim que a pesquisa saiu em busca de identificar os significados do Rock in Rio na visão de representantes de diferentes gerações mescladas em seu público frequentador. E, ainda, de apurar as formas pelas quais a possível capacidade de gerar valor às diferentes juventudes que o vivenciaram implicaria também em sua longevidade, sendo esta, por sua vez, uma característica pouco comum em festivais de música contemporâneos, mesmo ao se levar em conta a cena global.

Ao considerar a música como relevante tema de pesquisa no campo da comunicação, além de elemento catalisador de inúmeras formas de sociabilidade, o presente estudo sugere, em seu primeiro capítulo, um olhar justamente sobre os referidos festivais enquanto importantes difusores da música na atualidade. Entre os vários desdobramentos passíveis de análise, optou-se por detalhar os aspectos que se mostraram mais interessantes ao escopo do trabalho aqui proposto. Estes seriam: (a) o reconhecimento dos festivais de música contemporâneos na

³ Entende-se que, nesse caso, podem se tratar ou não de representantes de uma geração anterior a dos jovens pesquisados mas que, mesmo assim, se traduziria em um dado importante para o objetivo da pesquisa.

qualidade de motivadores do encontro presencial, da interação e do entretenimento e (b) uma breve retrospectiva sobre seu histórico recente e sua consolidação enquanto ícones intrinsecamente associados à ideia de juventude. A seção final do primeiro capítulo discorre ainda sobre a chegada desse movimento ao Brasil e as formas pelas quais sua inserção no contexto local propiciou condições favoráveis à realização de um festival de música com a dimensão do Rock in Rio.

O segundo capítulo, por sua vez, reúne dados relativos aos desdobramentos do referido festival, objeto deste estudo, ao longo dos mais de seus atuais trinta anos de existência (1985-2017) em meio a aportes teóricos nos quais dialogam os campos da comunicação, história e memória. Uma abordagem entendida como pertinente a uma pesquisa que estabelece, entre as suas principais metas, a compreensão sobre o valor simbólico atribuído ao Rock in Rio por parte de diferentes juventudes que o vivenciaram, ou ainda o vivenciam. E, também, na medida em que a fundamentação teórica apresentada procura justificar o emprego das entrevistas em profundidade, na busca por histórias de vida atreladas ao festival, enquanto opção metodológica aplicada a uma das fases do trabalho de campo que será descrito a seguir. O capítulo propõe, ainda, uma reflexão relativa à construção da memória e da história do Rock in Rio, sob o argumento de que esta se traduziria menos no reflexo de um sistema de disputas entre diferentes visões sobre um mesmo fato ou acontecimento – tema por vezes inerente aos referidos campos de estudo - e mais em torno da convergência e da complementaridade de depoimentos acerca do festival, por parte de quem o registrou ou, ainda, somente o vivenciou. E que essa construção se daria, justamente, por meio da compreensão em torno do valor simbólico estabelecido pelo festival junto à sua diversa audiência, bem como ao longo dos diferentes contextos sociais, culturais e políticos que já atravessou. Por último, discorre-se sobre algumas das formas pelas quais a referida construção da memória e da história do Rock in Rio se torna – ou se tornaria - capaz de contribuir na manutenção da já mencionada longevidade que lhe é característica.

O terceiro e o quarto capítulos apresentam, efetivamente, os dados empíricos inerentes aos achados do trabalho de campo concluído como parte do presente estudo, que teve seu escopo dividido em duas etapas distintas, descritas detalhadamente ao longo dos referidos capítulos e aqui apresentadas de forma

sucinta, em caráter introdutório. São elas: (a) uma pesquisa inspirada em alguns preceitos da etnografia antropológica, realizada durante quatro dos sete dias compreendidos na edição do Rock in Rio ocorrida em setembro de 2017, na cidade do Rio de Janeiro, que totalizou cerca de quarenta horas de observação participante no local do festival, nomeado por seus organizadores como “Cidade do Rock”; e (b) a realização de entrevistas em profundidade com integrantes do público da primeira edição do festival na cidade do Rio de Janeiro - no ano de 1985 - e que, a partir de 2011, retornaram a pelo menos uma de suas edições, na mesma cidade, em companhia de um ou mais indivíduos representantes da atual geração de jovens no que concerne à faixa etária. Os participantes da edição de 1985 foram entrevistados junto aos jovens que posteriormente o acompanharam, num total de nove entrevistas realizadas entre os meses de agosto e setembro de 2017. Ambas as fases não se consumaram em uma etnografia *stricto sensu*, mas nelas fez-se uso de algumas de suas técnicas, tais como a observação participante e a descrição interpretativa dos discursos verbais e não verbais por parte de membros da audiência, na busca por descrever e compreender parte de suas crenças e da visão de mundo.

No terceiro capítulo são apresentados os principais achados referentes à pesquisa etnográfica. Em linhas gerais, buscou-se verificar se, de fato, a Cidade do Rock se configura em um ambiente propício à interação entre gerações e se existiriam situações ou elementos específicos que atuariam como facilitadores da referida interação. Nesse sentido, o capítulo discorre sobre dois aspectos: o primeiro trata da integração notadamente observada em algumas das apresentações musicais e que parece ocorrer, basicamente, em função do vínculo afetivo estabelecido entre certos artistas ou gêneros musicais e indivíduos que representam distintas gerações; já o segundo aspecto envolve uma série de achados inerentes aos campos do consumo e da cultura material, dentre os quais os usos simbólicos de certos itens (a) culminam na construção de identidades próprias e decorrentes da participação no festival; (b) tornam-se capazes de aproximar e promover a interação entre indivíduos de diferentes faixas etárias; e (c) em última instância, se traduzem também em efetivas práticas de comunicação.

O quarto e último capítulo se inicia com uma breve perspectiva sobre a ideia de geração levada em conta no presente estudo, para já na sequência

apresentar os pontos mais importantes referentes às entrevistas em profundidade das quais participaram representantes de diferentes gerações que frequentam – ou frequentaram – o Rock in Rio desde a sua primeira edição, no ano de 1985. Às minuciosas descrições do grupo abordado e do formato escolhido para a realização das entrevistas, segue-se o relato sobre os seus principais achados, divididos em subitens que procuram englobar as mais importantes temáticas relativas ao festival entre as muitas surgidas ao longo de tais conversas. Em muitos momentos optou-se por reproduzir na íntegra trechos de algumas narrativas, como forma de explicitar sua riqueza de detalhes e, também, de evidenciar as próprias trocas geracionais notadas já nos momentos iniciais de cada entrevista, por vezes responsáveis por ditar o tom dos relatos que se seguiam.

Além da já citada pesquisa preliminar junto a um grupo de jovens universitários, a entrevista logo de início realizada com Arthur Dapieve⁴ se mostrou fundamental ao andamento de todo o trabalho. O que, a princípio, assumiu-se como fonte singular na busca por referências sobre o cenário musical e os festivais brasileiros à época dos anos 1980 acabou por se desdobrar em uma profusão de informações tão valiosas que passaram a encadear vários dos argumentos propostos ao longo de todo o estudo, bem como embasar algumas de suas considerações finais. Sobre as referências bibliográficas utilizadas, faz-se importante mencionar que (a) também refletem a pesquisa necessária a temáticas abordadas de forma secundária ao longo do estudo, tais como identidade, consumo e cultura material; (b) incluem publicações de caráter não acadêmico, principalmente no que diz respeito ao âmbito do Rock in Rio; e (c) são citadas, em muitos momentos, enquanto fundamentação teórica associada aos achados das duas fases contidas no trabalho de campo.

Um último ponto relativo ao conteúdo, que vale ser explicitado, refere-se à escolha por focar esforços na análise do ambiente físico de realização do Rock in Rio – a Cidade do Rock – bem como nas trocas de informações através de interações presenciais junto a entrevistados e participantes do festival. Tratou-se, efetivamente, de uma escolha em seu sentido mais literal, e que pareceu a mais adequada à obtenção de um detalhamento que poderia se tornar – como, de fato,

⁴ Professor universitário, jornalista e escritor que assina uma série de publicações sobre a cena musical brasileira, entre elas, o livro “BRock: O rock brasileiro dos anos 80”, cuja nota de abertura à edição de 2015 se refere à importância do Rock in Rio para o referido movimento musical. A saber: DAPIEVE (2015 [1995]), que consta nas referências bibliográficas do presente estudo.

se tornou - fundamental ao entendimento sobre fatores que contribuem para a longevidade do Rock in Rio.

Do subtítulo constam os pilares desse estudo: *comunicação e música*, analisados a partir de um olhar que se pretende *geracional*, como forma de refletir as perspectivas de diferentes *juventudes* que ainda se veem retratadas a partir da realização de cada nova edição do Rock in Rio. A banda Legião Urbana nunca chegou a se apresentar no festival. Mas seus versos fazem alusão à geração de jovens que, nos anos 1980, dele foi pioneira - os “filhos da revolução” - ao passo que carregam também a ideia inerente ao próprio conceito de juventude enquanto eterno “futuro da nação”, e portanto aplicado também aos jovens de agora, que ainda representam a esperança por um futuro melhor. E é assim que a canção acaba por remeter a um jogo de continuidade entre gerações que se faz pertinente ao escopo do presente estudo, ao ponto de se tomar a liberdade de fazer uso de seus versos para nomeá-lo.

2

Os festivais de música contemporâneos e a juventude

O objetivo do capítulo é apresentar uma perspectiva sobre a relevância dos festivais de música enquanto manifestações sociais e culturais, bem como a sua crescente abrangência no contexto contemporâneo. Busca-se, ainda, discorrer sobre as formas pelas quais os festivais de música se tornaram símbolos de valores tipicamente associados ao conceito de juventude e, também, como se desdobraram a partir de cenários regionais que, no Brasil, propiciaram o surgimento do Rock in Rio.

2.1

Os festivais de música em sua amplitude

Muitas vertentes são capazes de explicitar o papel central ocupado pelos festivais de música enquanto fenômenos relevantes e altamente integrados ao atual contexto contemporâneo. Entre elas encontram-se: a mobilização determinante exercida na economia das cidades, regiões e até mesmo países onde são realizados; a reunião de um significativo número de atrações, em formatos capazes de proporcionar ao público atividades e experiências que aliam novas possibilidades de entretenimento às mais diversas apresentações musicais; sua importância como elemento fundamental na atual organização da indústria da música, no que concerne não somente à produção fonográfica e aos preparativos para os shows, como também à divulgação na mídia, à descoberta de novos artistas e ao momento propício para a interação dos já conhecidos com suas audiências; a ligação com patrocinadores, da qual muitas vezes se originam os próprios nomes dos festivais, e cujo retorno pelo investimento financeiro se espera alcançar, normalmente, através da projeção de suas marcas e do estabelecimento de conexão destas com determinados segmentos do público.

A abordagem de tais aspectos será realizada de forma sucinta, pelo fato de neles não residirem as principais questões motivadoras desta pesquisa. Serão tomados, portanto, apenas como tópicos balizadores para uma análise cujo tema central gira em torno da consideração dos festivais de música contemporâneos enquanto:

[...] importantes formas de participação social e cultural, espaços-tempo de celebração e partilha (de valores, de ideologias, de mitologias, de crenças), fundamentais na estruturação das comunidades e sociedade [...] encarados como espaços de sociabilidades, espaços de descoberta, de exposição / afirmação do self, [...] de modos de estar face à música” (GUERRA et al., 2017, p.1-6).

Para isso, fez-se então necessário aprofundar no presente capítulo, como também ao longo de todo o estudo, a análise de certas características inerentes aos festivais contemporâneos, citando-se aqui alguns exemplos nesse sentido: (a) sua capacidade em gerar motivação para o encontro presencial e de mobilizar um significativo contingente de pessoas; (b) o importante lugar que hoje ocupam nas escolhas de lazer, especialmente dos jovens, mas que, ao mesmo tempo, abrem espaço para a interação e a troca simbólica entre indivíduos de diferentes faixas etárias; (c) as formas pelas quais agregam valores identitários locais a modelos tidos como globais; (d) seu potencial enquanto catalisador de significativas transformações sociais, políticas e culturais; e (e) sua capacidade de atingir tamanha representação de determinados valores, causas ou contextos que o fazem tornar símbolos de uma geração.

Foi este o rumo adotado pela pesquisa, no sentido de caminhar para conclusões em torno da colocação de sua principal questão: o que torna um festival de música, como o Rock in Rio, capaz de atravessar gerações e se manter pertinente junto a um público que mescla os jovens de hoje com os da audiência de sua primeira edição, no ano de 1985?

2.2

A música na “festivalização” contemporânea

A condição de importantes expressões da cultura e da sociabilidade assegurada aos festivais no contexto contemporâneo pode ser notada, ao redor de boa parte do mundo, pela proliferação de seus diversos formatos em uma abrangência cada vez maior de temas, tão variados como música, cinema, gastronomia, automóveis e literatura, que acabam por fazer com que encontrem seu público e se configurem em uma das mais importantes formas de entretenimento e interação social nos tempos atuais. Em uma reunião de estudos direcionados ao processo que dá título à sua publicação - “A Festivalização da

Cultura”⁵ - majoritariamente dedicados ao campo musical, Bennett, Taylor e Woodward (2014) assim introduzem a atual relevância concedida aos festivais:

Em um mundo onde as noções de cultura estão se tornando cada vez mais fragmentadas, o festival contemporâneo tem se desenvolvido em resposta a processos de pluralização cultural, mobilidade e globalização, além de comunicar algo significativo sobre a identidade, a comunidade, a localidade e o pertencimento. [...] O festival contemporâneo torna-se assim um lugar com grande potencial para representar, encontrar, incorporar e pesquisar aspectos da diferença cultural.⁶ (BENNETT; TAYLOR; WOODWARD, 2014, p.1).

No que concerne à pluralização e às diferenças culturais, vale ressaltar a capacidade de alguns festivais de música em unir em um mesmo ambiente – e em uma identidade coletiva - grupos notadamente distintos em muitos aspectos da vida social mas que partilham da conexão e do entusiasmo por uma mesma banda, um artista ou uma canção - mesmo que esse entusiasmo, e essa conexão, se desdobrem em níveis de envolvimento e maneiras distintas de expressá-los em suas vidas, variando entre a criação e gestão de um fã clube ao simples ato de ouvir e apreciar as canções de um artista no dia a dia. A ideia é explicitada em uma das conclusões do estudo de Duffy (2014):

Permitir que um indivíduo se conecte a uma identidade coletiva compartilhada é um aspecto significativo da participação em um festival. A música é um meio de proporcionar aos participantes possibilidades de (re)conectar-se uns com os outros, mantendo ou gerando um senso compartilhado de pertencimento dentro e através do espaço festivo - um pertencimento que pode então se espalhar para ajudar os indivíduos a entenderem seu próprio cotidiano.⁷ (DUFFY, 2014, p.245)

Experiências como assistir às apresentações musicais, além da participação nas diversas atividades de entretenimento atualmente oferecidas em boa parte dos festivais de música, garantiriam um caráter coletivo e fundamental à manutenção das relações sociais. Nesse sentido, Herschmann e Queiroz (2012) também apontam que “Os encontros musicais presenciais, tais como os concertos e

⁵ Tradução livre do original: *The Festivalization of Culture*.

⁶ Tradução livre do original: *In a world where notions of culture are becoming increasingly fragmented, the contemporary festival has developed in response to processes of cultural pluralization, mobility and globalization, while also communicating something meaningful about identity, community, locality and belonging. [...] The contemporary festival therefore becomes a potential site for representing, encountering, incorporating and researching aspects of cultural difference.*

⁷ Tradução livre do original: *Enabling an individual to connect with a shared collective identity is a significant aspect of participating in a festival. Music is one means to provide participants with possibilities to (re)connect with each other, sustaining or generating a shared sense of belonging in and through the festival space - a belonging that then may spill out into helping individuals make sense of their everyday lives.*

festivais de música ao vivo, portanto, seriam muito relevantes, pois colocariam o grupo em ‘epifania’, colaborariam para fazer emergir sentimentos que legitimariam o grupo” (HERSCHMANN; QUEIROZ, 2012, p.110-111).

Ao mesmo tempo em que se traduzem em uma “intensificação do cotidiano”⁸ (DUFFY, 2014, p.240), por serem capazes de reforçar o senso de comunidade e os elos de pertencimento, estudos como o de Bennett e Woodward (2014), direcionados a festivais de música e cinema, sinalizam a sua importância enquanto espaços liminares afastados das atividades mais comuns do dia a dia (BENNETT; WOODWARD, 2014, p.11) e que, justamente por representarem uma quebra na rotina, possibilitariam a seus participantes diferentes formas de expressão que não encontrariam lugar na vida cotidiana, seja na forma de dançar, de se vestir, de interiorizar a música, formalizar um protesto ou confraternizar socialmente.

Hobsbawm (2013, p.54) aponta para a multiplicação dos festivais “ [...] como coelhos. Seu número disparou desde os anos 1970 e nada sugere que esse crescimento esteja chegando ao fim”. A análise do autor sobre as razões pelas quais realizam-se festivais no século XXI menciona um expressivo aumento no número de festivais de música na Grã-Bretanha em um período de apenas três anos, entre 2013 e 2016. Ressalta, ainda, que esse crescimento também é notado em festivais voltados para outros temas da arte e da cultura, tais como o cinema e a literatura, sendo que estes, em sua maioria, expressam também um lado musical (HOBBSAWM, 2013, p.54). Em sua introdução sobre o processo de “festivalização” da cultura, Bennett, Taylor e Woodward (2014, p.11) também apontam para esta recente reprodução do modelo de festivais: “Na última década do século XX em particular, todos os continentes não só testemunharam um aumento no número de festivais anuais, como também uma diversificação nos tipos de festival, que se tornaram pilares dos calendários culturais, além de uma diversificação de audiências locais e globais”⁹. Em maio de 2017, a empresa *Live Nation Entertainment*, tida como uma das maiores operadoras mundiais de gestão de concertos e festivais de música, anunciou a venda de um passe anual que daria

⁸ Tradução livre do original: [...] *intensification of the everyday*.

⁹ Tradução livre do original: *In the last decade of the twentieth century in particular, all continents not only witnessed a surge in the number of annual festivals, but also a diversification in the types of festival that became a mainstay of cultural calendars, as well as diversification in local and global festival audiences.*

direito, aos seus compradores, à entrada em mais de noventa festivais espalhados pelo mundo – e que se esgotou em menos de dois dias.¹⁰ Em paralelo, também nesse mesmo mês, foi anunciada a intenção da *Live Nation Entertainment* em comprar uma participação societária no Rock in Rio¹¹.

Ao abordar a importância dos festivais de música na contemporaneidade portuguesa, especialmente no que diz respeito ao comportamento dos jovens, Guerra (2016)¹² também ressalta o crescimento do número de festivais em seu país a partir dos anos 2000. E, ao apresentar uma série de perspectivas locais, porém amplamente aplicáveis ao contexto global, analisa o surgimento do que denomina um “modo de vida festivaleiro” (GUERRA, 2016) que envolve uma série de atividades intrínsecas à participação em um festival de música, a saber: a escolha das atrações imperdíveis, a definição do grupo que se fará presente entre amigos, familiares, namorados e namoradas, a compra de ingressos de forma individual ou conjunta, a análise dos melhores trajetos e formas de deslocamento até o local do evento, o vestuário mais adequado, os objetos que devem ser levados. Nesse sentido, a própria escolha das roupas, dos cortes de cabelo, da maquiagem e demais “artefatos que acompanham o corpo” (GUERRA, 2016) durante a participação em um festival dizem algo sobre diversidade, preferências e estilos, e também sobre associações específicas como, por exemplo, a determinadas bandas, artistas ou gêneros musicais. Alguns festivais demandam ainda a montagem de acampamentos para pernoite que se traduzem em mais uma forma de convivência, e onde a própria cor, forma, localização e possíveis customizações das barracas já teriam algo a comunicar. Esses e outros aspectos da relação entre pessoas e “coisas”, bem como as formas pelas quais o próprio corpo se traduz em uma plataforma de comunicação no âmbito dos festivais de música – particularmente, do Rock in Rio – serão detalhadamente explorados no terceiro capítulo deste estudo.

¹⁰ Divulgação realizada pela *Live Nation Entertainment* através de e-mail marketing, recebido por esta autora em 21/05/2017, que direcionava a venda dos passes, denominados *Festival Passport*, bem como a obtenção de mais informações, ao site www.festivalpassport.com. O mesmo e-mail marketing indicava o início das vendas em 22/05/2017. O acesso, em 24/05/2017, ao site acima citado, indicava que os passes já se encontravam esgotados.

¹¹ Revista VEJA, edição 2531 – ano 50 – número 21, de 24/05/2017. Nota na seção “Radar”, p.37.

¹² Festivais de música, ritualizações e identidades na contemporaneidade portuguesa (Profa. Paula Guerra). Disponível em: <https://vimeo.com/203079400>. Acessado em 10/05/2017 e revisitado em 15/1/2018. Idem para todas as demais citações referentes à GUERRA (2016), ao longo do presente capítulo.

Pode-se considerar o “modo de vida festivaleiro” descrito por Guerra (2016) como um conjunto de práticas inerentes às culturas juvenis na forma como estas são conceituadas por Pais (1993), essencialmente, como culturas voltadas para o lazer e para a sociabilidade. O autor aponta que “A forma como os jovens se entregam às actividades dos tempos livres é – pelo menos aparentemente – o que dá mais especificidade aos seus modos de vida” (PAIS, 1993, p.116) e, também, que “[...] os espaços e tempos de lazer aparecem, de certo modo, sobrevalorizados pelos jovens porque reconhecem aí desfrutar de uma certa autonomia, em contraste com outros domínios (família, escola, trabalho) onde é predominante a autoridade adulta” (PAIS, 1993, p.111). Ainda segundo Pais (1993), um dos aspectos a se destacar, dentro da ideia de lazer prevalente nas culturas juvenis, trata da “[...] importância afectiva dada ao tempo coletivo” (PAIS, 1993, p.111). A agenda de programações sociais se traduziria em formas de organização do tempo que ajudariam a estabelecer a coesão do grupo, uma vez que as decisões sobre que programas fazer, ou de quais eventos participar são, normalmente, tomadas de forma coletiva. Nesse sentido, o autor cita o exemplo de um concerto de rock como uma atividade “ocasional” (PAIS, 1993, p.110) que reforçaria tal coesão - e, aqui, é possível fazer uma analogia direta entre concertos e festivais de rock (ou de música), em função de questões temporais, uma vez que a proliferação do referido modelo de festivais, em Portugal, é tida como imediatamente posterior à publicação do trabalho citado¹³. Similar à narrativa de Guerra (2016), o estudo de Pais (1993) se refere ao comportamento de grupos de jovens portugueses, porém, muitas de suas conclusões parecem características de um contexto bem mais amplo inerente às práticas sociais juvenis, especialmente no que diz respeito à relevância do lazer e da coletividade em seu cotidiano.

Dentre os diversos formatos adotados pelos festivais de música contemporâneos, chamam atenção aqueles denominados “megaeventos”, ou “megafestivais”, cuja abrangência física pode ter alcance transnacional - a partir de edições realizadas em diferentes países, como é o caso do Rock in Rio¹⁴ - e que encontram forte repercussão nos veículos midiáticos. São capazes de reunir um público numeroso, não restrito a sua localidade geográfica, e por essa razão

¹³ Ver: <https://vimeo.com/203079400>. Festivais de música, ritualizações e identidades na contemporaneidade portuguesa (Prof. Paula Guerra). Acessado em 10/05/2017.

¹⁴ Edições no Brasil, Portugal, Espanha e Estados Unidos.

demandam a composição de estruturas, por vezes temporárias, que requerem sinergia entre os setores público e privado. Freitas, Lins e Santos (2014, p.2) indicam a ausência de consenso em relação à definição de megaeventos, em função da amplitude de aspectos que o envolvem - em alguns casos, aspectos tidos como regionais - e que são levados em conta pelos diversos autores centrados no tema. No presente estudo, para efeito de fundamentação teórica, serão consideradas as perspectivas levantadas por Bennett e Woodward (2014), e Freitas, Lins e Santos (2014), ambas descritas a seguir:

Por sua própria definição, os festivais de hoje são eventos altamente organizados e mercantilizados dirigidos a audiências específicas - e em alguns casos de nicho. Eles são uma oportunidade perfeita para alcançar economias de escala tanto econômicas quanto culturais; economicamente, o megafestival é capaz de coletar e apresentar uma gama de artistas dentro de um espaço ou um lugar em um período de tempo limitado, oferecendo economias de escala em termos de produção cultural. Além disso, as possibilidades de agregação cultural são grandes dentro dos festivais, e isso faz parte de sua atração tanto para produtores quanto para consumidores: a oportunidade de unir-se, divertir-se em conjunto, encontrar sinergias e assentar diferentes consumidores, experiências e gostos culturais. (BENNETT; WOODWARD, 2014, p.12).¹⁵

A dependência de grande suporte legal e material do poder público, as interferências no cotidiano das cidades e na vida das pessoas – como as mudanças no trânsito -, a forte repercussão na mídia, seus conteúdos espetaculares, seu legado material e, principalmente, imaginal, convertem os megaeventos em motores de transformação social [...] Em nossas pesquisas, consideramos, como principal característica dos megaeventos contemporâneos, o impacto massivo da mídia, ou seja, um megaevento não se restringe ao tempo de sua duração. Começa muito antes de seu início e termina muito após seu encerramento. Por conta de suas reverberações, um megaevento se espalha por toda a sociedade, suggestionando a coletividade, o que nos remete ao conceito de fato social. Para Émile Durkheim, o fato social é determinante nas alterações do cotidiano de uma coletividade, caracterizando-se por três vertentes: a coercitividade relacionada a fortes padrões culturais do grupo que os indivíduos integram; a exterioridade desses padrões de cultura; e a generalidade, ou seja, os fatos sociais existem para a coletividade (FREITAS; LINS; SANTOS, 2014, p.2-3)¹⁶.

¹⁵ Tradução livre do original: *By their very definition, festivals today are highly organized and commodified events targeted at particular - and in some cases quite niche - audiences. They are a perfect opportunity to achieve both economic and cultural economies of scale; economically, the mega-festival is able to collect and present a range of performers within a space or a site over a limited time period, offering economies of scale in terms of cultural production. Moreover, the possibilities for cultural aggregation are great within festivals, and this is part of their attraction for both producers and consumers: the opportunity to coalesce, play together, find synergies and enroll different consumers, experiences and cultural tastes.*

¹⁶ Embora uma discussão aprofundada sobre o conceito de “fato social” fuja ao escopo deste estudo, considerou-se importante citá-lo como suporte à compreensão do Rock in Rio enquanto um importante mobilizador social.

Em sua análise sobre os desdobramentos provocados pelos megaeventos na sociedade contemporânea, Freitas, Lins e Santos (2014, p.2) mencionam ainda o protagonismo do Rock in Rio para a cidade do Rio de Janeiro, ao lado de megaeventos realizados pontualmente na cidade no início de século XXI – entre eles, a Copa do Mundo de Futebol, em 2014, e os Jogos Olímpicos, em 2016 – e de outros já tradicionais de seu calendário anual, tais como o carnaval e o réveillon na Praia de Copacabana.

No que diz respeito à construção e à manutenção de sociabilidades, certas características mapeadas como predominantes nos festivais de música contemporâneos se desdobram em alguns dos norteadores da presente pesquisa, entre eles: (a) a definição de um espaço geográfico específico e facilitador do encontro presencial que se faz cada vez mais necessário, diante de uma rotina onde muitas vezes prevalecem as relações sociais exteriorizadas em espaços virtuais; (b) a representação de uma ruptura pontual com o cotidiano que permite manifestar novas formas de expressão, sejam estas individuais ou coletivas; (c) a oferta de um leque de atrações musicais e formas paralelas de entretenimento capazes de promover as relações sociais e se tornarem garantia de público frente aos organizadores e frequentadores; e (d) a ligação estabelecida entre os festivais de música e as culturas juvenis, na forma como ambos foram concebidos nos tempos contemporâneos – em outras palavras, quando os jovens passaram a representar uma nova categoria socialmente construída, à parte da infância e da vida adulta, e como os festivais de música se traduziram em reveladores de seus gostos, comportamentos e aspirações. Hobsbawm (2013, p.58) assim os resume:

[...] muitos festivais, sobretudo depois da ascensão das culturas jovens, hoje são celebrações organizadas, localizadas, de amantes de um estilo musical específico, como o heavy metal, ou de um instrumento, como a guitarra, ou da tecnologia, como é o caso dos festivais de música eletrônica. São expressões de comunidades de interesse e predileções fortes, porém mundiais, cujos membros gostam de se encontrar face a face de tempos em tempos.

Isso é particularmente importante nas artes ancoradas na cultura jovem, como o rock. Aqui a experiência consiste, em grande parte, na autoexpressão coletiva dos participantes, e o elemento interativo do festival – em outras palavras, a interação entre os artistas e a audiência de massa – é decisivo. (HOBBSAWM, 2013, p.58).

E completa:

A rigor, levando-se em conta que praticamente só depois da Segunda Guerra Mundial os festivais começaram a proliferar, o século XXI pode ser considerado o verdadeiro apogeu dessa forma de experiência cultural. (HOBSBAWM, 2013, p.61).

Nesse sentido, entendeu-se como necessária à pesquisa a construção de uma análise sobre o contexto de origem do conceito de juventude, na forma como passamos a conhecê-lo após a Segunda Grande Guerra, em sua relação com a música e o rock em especial, para assim chegar à concepção dos festivais enquanto uma de suas relevantes formas de expressão.

2.3

Woodstock: onde tudo começou? Rock e juventude no mais emblemático dos festivais

O que será apresentado nessa seção não se configura numa revisão bibliográfica que leva em conta a vasta literatura dedicada aos temas da construção social da juventude, do surgimento do rock e da criação de simbolismos em torno do Festival de Woodstock. Busca-se aqui fazer uso da visão de alguns autores no sentido de formular uma perspectiva sobre o período de convergência entre esses três movimentos. Para isso, propõe-se, primeiramente, uma análise do contexto vivido pela geração que os deu origem – os chamados *baby boomers* - primeiro grupo nascido após o fim da Segunda Guerra Mundial, nos Estados Unidos¹⁷, e para o qual o andamento da pesquisa identificou dois significativos diferenciais frente às gerações anteriores: *a música* – onde o rock é tido como seu principal expoente - e *o consumo*, fundamentado aqui, e ao longo de todo este trabalho, como “[...] fenômeno da ordem e da cultura, como construtor de identidades, como bússola das relações sociais e como sistema de classificação de semelhanças e diferenças na vida contemporânea” (ROCHA, 2005, p.127).

¹⁷ De acordo com Grossberg (1992, p.172), entre os anos de 1946 e 1964.

2.3.1

O início da associação entre rock e juventude

Pais (1993, p.105) assim se refere ao rock, no que concerne à sua definição enquanto gênero musical: “[...] uma das características do *rock* é a de não se deixar definir por um critério musical preciso, por uma estrutura codificada, abrindo campo à redescoberta de ritmos. O *rock* é, desde as suas origens, uma interpretação anárquica de *rhythm and blues*, de *country music*, de *merry melodies*, com influências africanas”. No que diz respeito à capacidade de transformação e de desdobramento do rock, Muggiati (1983) sustenta visão semelhante e a demonstra já nas primeiras frases de sua citada publicação: “Uma visão linear do rock? Isso iria contra a própria natureza do principal *medium* da nova cultura [...]” (MUGGIATI, 1983, p.7). E assim também o faz Grossberg (1992) a partir da seguinte afirmação:

Embora uma narrativa do rock não possa ignorar sua efetividade musical, é também o caso de não se definir o rock em termos musicais. Não há, para todos os efeitos práticos, limites musicais sobre o que pode ou não ser rock. Naturalmente, os fãs podem ter seu próprio senso de restrições sobre suas possibilidades musicais, mas haverá sempre outros fãs com limites diferentes. O que soa como rock para alguns não vai soar para outros. Não há nada que não possa se tornar uma canção de rock ou, talvez mais precisamente, não há som que não possa se tornar uma parte do rock. Seus limites musicais são definidos, para públicos particulares em momentos e lugares particulares, pelas alianças construídas entre sons, imagens, práticas e fãs seletos. (GROSSBERG, 1992, p.131).¹⁸

Grossberg (1992, p.132) denomina como “*rock formation*”¹⁹ um conjunto de práticas articuladas que ultrapassam o entendimento do rock somente enquanto uma nova concepção sonora e musical. Em sua definição, *rock formation* equivale a uma formação cultural, possibilitada por circunstâncias intrínsecas a um lugar e

¹⁸ Tradução livre do original: *Although an account of rock cannot ignore its musical effectivity, it is also the case that rock cannot be defined in musical terms. There are, for all practical purposes, no musical limits on what can or cannot be rock. Of course, particular fans may have their own sense of constraints on its musical possibilities, but there will always be other fans with different boundaries. What sounds like rock to some will not to others. There is nothing that cannot become a rock song or, perhaps more accurately, there is no sound that cannot become a part of rock. Its musical limits are defined, for particular audiences at particular times and places, by the alliances constructed between selected sounds, images, practices and fans.*

¹⁹ Na ausência de uma tradução oficial para o português, optou-se, neste trabalho, pela permanência do termo original, *rock formation*, em sua versão na língua inglesa. Mas, em uma tradução livre do original, entende-se como uma “formação”, “estrutura”, “arranjo” ou “composição” propiciada pelo rock.

momento específicos da história - o contexto norte-americano no período imediatamente posterior ao fim da Segunda Guerra Mundial - capazes de converter o rock em um novo elemento da cultura popular, com o auxílio de sua propagação pelos diversos veículos midiáticos já inseridos naquele cotidiano, tais como a televisão, o cinema, as revistas impressas e a publicidade. Na visão de Grossberg (1992, p. 132), “É esta *rock formation* que de fato colonizou espaços significativos dentro da vida cotidiana da sociedade contemporânea”²⁰.

Ao descrever a geração dos *baby boomers*, Grossberg (1992, p.173) enfatiza seu simbolismo enquanto representação de esperança para o futuro dos Estados Unidos, um país com formação relativamente recente - quando comparado, por exemplo, ao continente europeu - porém já com ampla projeção internacional, protagonista do lado vitorioso nas duas grandes guerras mundiais do século XX e com boa parte da população detentora da sensação – potencializada pelo salto econômico também presente naquele contexto - de que havia um horizonte próspero e otimista a ser explorado pela frente. A representação daquele “sonho americano” teria sido, então, materializada em uma série de valores e práticas que se tornaram inerentes ao seu cotidiano, em um conjunto denominado pelo autor como “*everyday life*” (GROSSBERG, 1992, p.148). Entre tais valores e práticas encontravam-se o papel relevante ocupado pela concepção da família, além do foco central na criação dos filhos e nas expectativas sobre seu futuro - princípios estes refletidos nos hábitos de consumo e também na configuração de espaços físicos, tais como a propagação dos subúrbios para habitação da classe média. Foi o protagonismo exercido nesse contexto social que teria proporcionado aos jovens a oportunidade de se expressarem e serem amplamente ouvidos. E é nesse sentido que Grossberg (1992, p.171) formula o argumento de que “[...] uma geração em particular foi identificada como ‘juventude’ e foi investida de um certo poder por uma ampla gama de discursos sociais”²¹. E afirma ainda:

Esta foi a primeira geração de jovens isolados pelos negócios (e especialmente pelas agências de publicidade e marketing) como um mercado identificável; apesar das diferenças sociológicas dentro da geração e da diversidade cultural de

²⁰ Tradução livre do original: *It is this rock formation which in fact has colonized significant spaces within the daily life of contemporary society.*

²¹ Tradução livre do original: *[...] a particular generation was identified with ‘youth’ and invested with a certain power by a broad range of social discourses.*

seus gostos e estilos, as estratégias econômicas foram surpreendentemente bem-sucedidas na construção de uma identidade geracional bastante coerente e de um segmento de marketing singular²² (GROSSBERG, 1992, p. 173).

O que parece não ter sido previsto era que o cenário de recursos abundantes e de grandes expectativas em relação ao futuro daquela geração não consumaria, de fato, seus próprios sonhos e aspirações. Sua demanda por novas formas de entretenimento, de consumo e de cultura, sua propensão ao encontro presencial e ao desfrute do tempo livre de forma coletiva – atividades estas tão intrínsecas à cultura do lazer tida como base das culturas juvenis (PAIS, 1993, p.116) - já não cabiam nas escolas e nos subúrbios planejados para aqueles jovens. O rock surgiu então como alternativa para suprimir o tédio e escapar do cotidiano, como uma nova forma de lazer e um elemento diferenciador daqueles jovens frente aos demais grupos sociais. Na visão de Grossberg (1992), de início o rock representou uma novidade, uma forma de escape, um diferencial. Mas não uma ruptura. O rock teria representado um caminho mais interessante e autêntico a ser percorrido pelos jovens, porém com a finalidade de alcançar os mesmos valores em torno da liberdade, da felicidade, do consumo e da realização pessoal que já se mostravam inerentes ao seu contexto social:

O rock não desistiu da paixão cada vez mais normativa pelo conforto e sucesso; pelo contrário, criou um novo caminho para esse fim [...] e ofereceu uma visão de caminho que não apenas recriaria os fracassos da geração dos pais. Os fãs de rock, capturados no espaço entre a disciplina (e o tédio) da escola e da família, imaginavam seu próprio espaço, um espaço de alegria, prazer e diversão, um espaço regulado apenas pelas normas da própria *rock formation*. Mas este espaço não foi concebido como um substituto para a escola ou a família, embora possa ocasionalmente sugerir organizações menos disciplinadas. A maioria dos fãs de rock, mesmo que preferissem a diversão à escola, não imaginou a possibilidade de deixá-la, pois era o caminho para garantir o estilo de vida consumista e seus prazeres associados²³ (GROSSBERG, 1992, p.145).

²² Tradução livre do original: *This was the first generation of children isolated by business (and especially by advertising and marketing agencies) as an identifiable market; despite the sociological differences within the generation, and the cultural diversity of its tastes and styles, the economic strategies were surprisingly successful in constructing a rather coherent generational identity and a singular marketing cluster.*

²³ Tradução livre do original: *Rock did not give up the increasingly normative passion for comfort and success; quite the contrary, it created a new path toward that end (...) and it offered a vision of path which would not merely recreate the failures of the parent's generation. Rock fans, caught in the space between the disciplines (and boredom) of school and family, imagined their own space, a space of enjoyment, pleasure and fun, a space regulated only by the norms of the rock formation itself. But this space was not conceived as a replacement for the school or the family, although it may have occasionally suggested less disciplined organizations for them. The majority of rock fans, as much as they preferred fun to school, did not envision the possibility of leaving school, for it was the path to securing the consumerist lifestyle and its associated pleasures.*

Se naquele lugar e momento da história - o contexto norte-americano dos anos 1950 - os jovens de fato simbolizaram a esperança do país, se passaram a representar o centro das atenções da família e foram convertidos em um segmento de mercado promissor, determinante de novas estratégias de publicidade e práticas de consumo, faria sentido então que o rock - enquanto uma das principais expressões das quais esta geração se apropriou - fosse rapidamente incorporado à comunicação de massa e à cultura popular, tornando-se assim algo maior que a música, no movimento aqui descrito como “*rock formation*” (GROSSBERG, 1992, p. 132).

2.3.2 Woodstock e os novos ares dos anos 1960

Ao consistir em uma formação cultural, originada em função de um contexto particular em termos regionais, históricos, econômicos e sociais, a “*rock formation*” (GROSSBERG, 1992, p. 132), por sua própria definição, deve ser considerada uma manifestação dinâmica, viva e em constante movimento, o que a torna sujeita à modificações e reorganizações. Mudam-se os fatores determinantes do contexto, modificam-se também os discursos e as formas de expressão dele originados. É nesse sentido que Bennett (2004) descreve a reviravolta ocorrida no âmbito das práticas juvenis, no período que concerne à passagem entre as décadas de 1950 e 1960, que teria sido amplamente favorecida por novos movimentos surgidos no campo musical:

Se o mercado juvenil do pós-guerra dos anos 1950 e início dos anos 1960 conseguiu dar à juventude sua própria identidade (ver, por exemplo, Chambers, 1985), a partir de meados da década de 1960 essa identidade se tornaria cada vez mais fundamental. A imagem visual da juventude, juntamente com as sensibilidades de estilo de vida, as preferências de lazer e a visão geral dos jovens tornaram-se cada vez mais distintas da cultura de seus pais. Como nos anos 1950, as afirmações culturais da juventude foram efetuadas em sua maior parte através dos recursos musicais e estilísticos. Mas foi a natureza mutável da música e de seu estilo durante a década de 1960 que deu a tais afirmações um aspecto distintivo em relação ao que já tinha ocorrido antes (Bennett, 2001).²⁴ (BENNETT, 2004, p.xv).

²⁴ Tradução livre do original: *If the post-war youth market of the 1950s and early 1960s had succeeded in giving youth its own identity (see, for example, Chambers, 1985), from the mid-1960s onwards this identity was set to become ever more radical. The visual image of youth, together with the lifestyle sensibilities, leisure preferences and general outlook of young people became increasingly distinct from those of the parent culture. As with the 1950s, the cultural statements of youth were effected largely through musical and stylistic resources. But it was the changing nature*

Entre as vertentes constituintes da “natureza mutável da música” (BENNETT, 2004, p.xv) e notadamente intrínsecas ao comportamento adotado por jovens durante os anos 1960, estariam o caráter experimental e as novas tecnologias empregadas para amplificação e formação de novos sons, além da popularização do uso de drogas como a maconha e o LSD que propiciariam novas sensações ao ouvi-los e apreciá-los. Aqui, ainda, busca-se contextualizar o cenário norte-americano que, em diversos aspectos, acabou por se tornar referência para uma significativa parcela do mundo, interessando para o presente estudo o que diz respeito à espantosa capacidade de internacionalização dessa nova visão da cultura jovem que teve, entre seus principais símbolos, o *blue jeans* e o rock (HOBSBAWM, 1995, p.320).

Areladas às novas concepções musicais que despontaram em meados da década de 1960 estavam as próprias circunstâncias formadoras da conjuntura histórica naquele período, especialmente no que concerne a sua designação enquanto “[...] a década da agitação estudantil *par excellence*” (HOBSBAWM, 1995, p.295), em função da aliança entre movimentos de jovens estudantes universitários em todo mundo às mais diversas causas relacionadas a seus contextos regionais²⁵, sendo preponderantes, no âmbito norte-americano, as manifestações contrárias à Guerra do Vietnam (HOBSBAWM, 1995, p.235; BENNETT, 2004, p. xvi). Dessa forma, o rock, como estilo musical emblemático da juventude – e a “*rock formation*” (GROSSBERG, 1992, p. 132), enquanto conjunto de práticas dele derivado – teria acompanhado o posicionamento dos jovens frente às demandas por mudanças sociais:

Em meados da década de 1960, a atmosfera cultural mudou. Era uma época de dissidência evidente, especialmente nos campi universitários... Com uma revolução pesada no ar, como o da-doo-ron-ron poderia expressar os sentimentos sérios de uma nova era? E assim nasceu a nova música intelectual de massa. A poesia do rock era, se nada mais, uma reação contra a aparente trivialidade da primeira era do rock.²⁶ (BILLIG, 2000, p.114 apud BENNETT, 2004, p.xv).

of music and style during the 1960s that gave such statements a distinctive edge over what had gone before (Bennett, 2001).

²⁵ Ver mais em Hobsbawm, 1994, p.282-313.

²⁶ Tradução livre do original: *In the mid-1960s, the cultural climate changed. It was a time of open dissent, especially on the college campuses... With weighty of revolution in the air, how could da-doo-ron-ron express the serious feelings of a new age? And so the new, mass intellectual music was born. Rock poetry was, if nothing else, a reaction against the seeming triviality of rock's first era.*

Tal contexto culminou na realização, nos dias 15, 16 e 17 de agosto de 1969²⁷, do Festival de Artes e Música Woodstock – nome oficial do evento²⁸ mundialmente conhecido como Festival de Woodstock e que ainda permanece no imaginário popular como símbolo maior da contracultura representada pelo movimento jovem nos anos 1960. Apoiado no slogan “três dias de paz e música”²⁹, o Festival de Woodstock acabou por marcar uma diferença não somente na forma de ouvir, como também de *viver* a música, no que diz respeito a usufruir do espaço e da convivência entre as pessoas, e criar uma forma de estar inovadora em termos de lazer e sociabilidades (GUERRA, 2016). E, também, por representar um novo meio de tornar evidentes o posicionamento e a demanda daquela geração por mudanças em seu âmbito social.

Originalmente concebido para acontecer na cidade norte-americana que lhe emprestou o nome – o que não ocorreu em função da proibição, de última hora, por parte de autoridades locais – a organização do Festival de Woodstock acabou por encontrar condições propícias em Bethel, também no Estado norte-americano de Nova Iorque, graças à visão empreendedora de Elliot Tiber, proprietário de um hotel na região capaz de convencer um produtor de leite local a alugar sua fazenda para a realização do evento. Ao relatar detalhadamente a experiência em se tornar parte de sua equipe de produção, como também de liderar a relação desta com a comunidade local, a biografia de Elliot Tiber³⁰ (TIBER; MONTE, 2009) será aqui usada como fonte para uma série de informações que envolvem o festival – a começar pela expectativa inicial de um público de cinquenta mil pessoas (TIBER; MONTE, 2009, p.127) que acabou por se tornar uma audiência em torno de quinhentas mil, estimando-se ainda, por parte das autoridades na região, que cerca de outras um milhão de pessoas não conseguiram chegar ao festival em virtude, basicamente, do intenso tráfego que bloqueou suas estradas de acesso (TIBER; MONTE, 2009, p.279). A multidão a caminho assim foi por ele descrita:

²⁷ Que, de fato, só foi oficialmente encerrado na manhã do dia 18 de agosto de 1969.

²⁸ Além do nome mais comumente citado para o festival na língua inglesa, *Woodstock Music & Art Fair*, foi encontrada, também, uma referência ao seu nome oficial como “Woodstock Aquarian Music and Art Fair” (ver Bennett, 2004, p.xiv).

²⁹ Original em inglês: “*Woodstock – Three Days of Peace and Music*”.

³⁰ Publicação na qual o filme “Aconteceu em Woodstock”, dirigido por Ang Lee (2009), é inspirado.

Eu me vesti e caminhei até a rodovia 17B, onde vi algo inacreditável. Uma interminável corrente humana motorizada adentrava Bethel. Centenas de pessoas a pé caminhavam junto aos carros, que se moviam lentamente. Havia muitas pessoas em Kombis e outras tantas em motocicletas. Algumas Kombis tinham pinturas elaboradas e coloridas, revelando todos os tons de rosa-shocking, verde, laranja e azul. Muitas exibiam o sinal da paz e slogans antiguerra [...] Inúmeros automóveis revelavam desenhos muito coloridos [...] Já outros louvavam os benefícios dos alucinógenos, que abriam a mente [...] Saía música de todos os carros. As vozes de Janis Joplin, Jim Morrison, The Beatles e Bob Dylan rolavam como ondas de alegria intensa e liberdade sem recalque, vindas dos rádios e toca-fitas de oito faixas dos automóveis. Hippies de cabelos compridos, vestindo camisetas tie-dye coloridas, se debruçavam para fora dos carros e acenavam. [...] A maioria parecia feliz só por estar ali. (TIBER; MONTE, 2009, p.166-167).

Ao longo de três dias de apresentações musicais, o Festival de Woodstock foi capaz de reunir alguns dos artistas mais consagrados daquele momento entre os identificados com a cultura jovem - muitos deles considerados representantes autênticos do rock. Participaram do festival Jimi Hendrix, Janis Joplin e The Who, em uma extensa lista que incluiu Carlos Santana, Joan Baez, John Sebastian, Joe Cocker e tantos outros (TIBER; MONTE, 2009, p.280; BENNETT, 2004, p.xiv)³¹. Exigiu, por parte dos organizadores - com o apoio de alguns membros da comunidade local e das autoridades públicas, que veio a se tornar fundamental - a montagem de uma ampla estrutura temporária em termos de hospedagem, transporte, distribuição de alimentos e comunicação (TIBER; MONTE, p.151). Performances singulares, como a de Country Joe MacDonald's e sua canção-protesto contra a guerra do Vietnã, ou a de Jimmy Hendrix, ao dedilhar na guitarra o hino nacional norte-americano e encerrar o evento, tornaram-se retratos memoráveis da autenticidade do festival. Este, por sua vez, contou também com amplo apoio de divulgação na imprensa, ao noticiá-lo antes, durante e depois de sua realização³². Muitas das características sobre o Festival de Woodstock acima descritas, principalmente no que concerne à logística e divulgação na mídia, são até hoje observadas na produção de grandes festivais de música.

³¹ A lista completa dos artistas que se apresentaram no Festival de Woodstock de 1969 se encontra em: <http://www.woodstock.com/lineup>. Acessado em: 2/1/2018.

³² Descrições sobre algumas publicações encontram-se em Tiber, 2009, p.145, 185, 261 e 278.

2.3.3

A construção do simbolismo para a juventude

O Festival de Woodstock se tornou o mais emblemático enquanto representação da cultura jovem na década de 1960, porém contou com pelo menos um relevante antecessor que, apesar de amplamente conhecido, não alcançou o status de ícone no imaginário popular – o Festival Internacional de Música Pop de Monterey³³, realizado em junho de 1967 na cidade de Monterey, no Estado da Califórnia, nos Estados Unidos. Due (2011, p.3)³⁴ se refere a uma série de acontecimentos sucedidos no intervalo de praticamente dois anos que separa os dois festivais e que teriam originado significativas mudanças naquele contexto regional em um curto período de tempo, contribuindo, dessa forma, para aumentar o simbolismo em torno da realização do Festival de Woodstock. Entre esses acontecimentos estariam os assassinatos de Robert Kennedy e Martin Luther King Jr, a chegada de Neil Armstrong à lua e o aumento do número de protestos contra a Guerra do Vietnã nos campi universitários. Due (2011, p.5) sugere ainda um breve comparativo – a ser aqui aprofundado – entre os dois documentários que figuram entre os principais registros oficiais dos citados festivais: *Monterey Pop* (1968), de D.A. Pennebaker, e *Woodstock – 3 dias de paz, amor e música* (1970), de Michael Wadleigh, vencedor do Oscar de melhor documentário em 1971.

Due (2011, p.6) concebe sua análise a partir de trechos de uma entrevista com o diretor de cinema Martin Scorsese³⁵ – ele mesmo, integrante da equipe de edição de *Woodstock* – que credita ao filme a relevância de um registro para além das apresentações musicais, ao incluir imagens e depoimentos de pessoas da audiência, bem como da equipe organizadora, de membros da comunidade local, de autoridades públicas e de funcionários que trabalharam na operação do festival. Na mesma entrevista, Scorsese menciona a importância da técnica de edição usada no filme, cujo detalhamento fornecido por Bennett (2004) facilita o entendimento e visualização:

³³ Ou *Monterey International Pop Music Festival*.

³⁴ Trabalho apresentado no Seminário: *Europe and the US in the 1960s - Coming Together or Coming Apart?*, realizado entre os dias 12 e 24 de setembro de 2011, na Freie Universität em Berlim, Alemanha. Link para o trabalho completo: http://www.jfki.fu-berlin.de/academics/SummerSchool/Dateien2011/Papers/duncan_due.pdf. Acessado em: 12/10/2017.

³⁵ Ver em Due, 2011, p.5, a referência ao depoimento de Scorsese originalmente publicado em Evans, 2009, p.7.

[...] essa técnica envolve literalmente a divisão da tela principal em duas telas paralelas menores, permitindo que duas sequências de filmagens diferentes sejam vistas simultaneamente. O emparelhamento de sequências de filmagens dessa forma permite que vários efeitos distintos sejam alcançados. Em *Woodstock*, a tela dividida é usada para duas finalidades principais. Primeiro, facilita uma intercalação mais eficaz entre os artistas no palco e os membros da audiência, aumentando assim o sentimento de comunicação entre artista / audiência que muitos dos que lá estiveram acreditavam ser fundamentais para o ethos do festival de Woodstock [...] A segunda maneira em que o efeito de tela dividida é usado em *Woodstock* é fornecer referências visuais adicionais sobre observações e comentários realizados pelos entrevistados no filme. Assim, por exemplo, uma consideração do co-organizador de Woodstock, Artie Kornfield, sobre como a geração da contracultura rejeitou as normas e os valores da sociedade dominante, é acompanhada na tela paralela por uma cena de um jovem casal adentrando uma grama alta no local do festival onde eles são vistos a se despir e se deitar juntos, presumivelmente para fazer amor³⁶ (BENNETT, 2004, p.47-48).

O filme *Woodstock* foi produto do trabalho de uma equipe dedicada a captar imagens não só durante a realização do festival, como também dos preparativos que o antecederam - tais como a montagem do palco - da chegada do público, além de testemunhos de jovens que compunham a audiência, dos artistas, dos moradores locais e da equipe de produção. Com três horas e meia de duração, mescla trechos das diversas performances musicais a inúmeras imagens ilustrativas da filosofia de paz e amor associada ao jovem público: pessoas nadando em grupo, sem roupa, nos lagos da região, montando barracas, dormindo nos gramados, compartilhando alimentos, dançando da forma como bem quisessem, alimentando bebês e crianças e uma série de outros atos de sociabilidade. O filme traz ainda imagens como as de Max Yasgur, dono da fazenda anfitriã do festival, no alto do palco, falando ao público; de moradores da região se posicionando contra ou a favor do festival; e, ainda, dos organizadores falando sobre a produção e as expectativas sobre a sua realização. Alguns

³⁶ Tradução livre do original: [...] this technique literally involves the splitting of the screen into two smaller parallel screens, thus enabling two different sequences of film to be viewed simultaneously. The pairing of film sequences in this way allows for a number of different effects to be achieved. In *Woodstock* the split screen is used in two principal ways. First, it facilitates a more effective intercutting between the artists on stage and members of the audience, thus enhancing the feeling of performer / audience communication that many of those who attended believed to be central to the ethos of the Woodstock festival [...] The second way in which the split-screen effect is used in *Woodstock* is to provide extra-visual commentary on points and observations made by those interviewed in the film. Thus, for example, an extended account by Woodstock co-organizer Artie Kornfield on how the counter-cultural generation were rejecting the norms and values of the dominant society is accompanied in the parallel screen by a scene of a young couple retiring into long grasses on the festival site where they are seen to undress and lay down together, presumably to make love.

depoimentos materializam a ideia da busca daquela geração por novos valores e formas de viver, como em um dos mais longos exibidos no filme entre os testemunhos dos jovens ali presentes:

Meu pai me perguntou se eu estava em uma espécie de acampamento para comunistas. E eu posso entendê-lo, porque de onde ele veio... ele era um imigrante e teve que lutar para se manter aqui econômica e socialmente. E me dar uma vida melhor. Então ele não consegue entender, sabe, ele não consegue entender porque eu simplesmente não entro no jogo. Ele me diz que eu tenho todas as oportunidades, que eu tenho todas essas coisas com tanto valor... Mas que só têm valor para ele, não para mim. E ele não entende por que elas não têm valor para mim [...]. Eu só quero ser eu mesmo e achar um lugar onde eu possa manter meu equilíbrio [...]. Eu não quero ter poder, eu posso simplesmente ficar sentado aqui, na beira dessa estrada. Eu não preciso me tornar o presidente dos Estados Unidos, eu não preciso subir na vida, porque não existe nada pelo qual subir, é tudo sobre estar bem aqui [...]. Sabe, pessoas estão vindo aqui do nada, porque acham que aqui existem pessoas que são alguém de verdade, então está todo mundo aqui procurando algum tipo de resposta, quando não há nenhuma. É o que eu penso. Por que 50, 60, 70.000 pessoas viriam a algum lugar só por causa da música, quero dizer, a música é assim tão importante? Eu realmente não acho. A questão é que as pessoas não sabem como viver, não sabem o que fazer, e acreditam que vindo para cá podem descobrir algo. As pessoas estão realmente muito perdidas³⁷.

Woodstock mostra também imagens claras do posicionamento de sua audiência contra a guerra no Vietnã; entre elas, manifestações explícitas, tais como a já citada apresentação de Country Joe MacDonald's, e outras mais sutis, como a narrativa do faxineiro que, ao limpar os banheiros químicos instalados na fazenda onde o festival foi realizado, comenta que tem dois filhos: um que estaria se divertindo no festival e, outro, simultaneamente, lutando no Vietnã.

Se *Woodstock* reforça a existência de outros motivadores, no contexto do festival, para além da música, o filme *Monterey Pop* caminha na direção contrária e faz dela seu foco central. Durante seus setenta e nove minutos de duração – bem mais enxuto, portanto, que as mais de três horas da versão original de *Woodstock* - retrata diferenças claras entre os dois festivais, a começar pela dimensão - estima-se que o Festival de Monterey tenha recebido cerca de 90 mil espectadores em cada um dos três dias de realização (DUE, 2011, p.2) - com parte da plateia assistindo às performances musicais sentadas em cadeiras previamente organizadas em filas. A ambientação dos filmes se torna bastante semelhante, porém, no que diz respeito à representação da juventude da época, no seu jeito de

³⁷ Tradução livre do original, a partir do depoimento exibido na versão em inglês do filme *Woodstock*.

vestir, de andar e socializar, embora em *Monterey Pop*, em função do clima frio, todos vestissem casacos em vez de nadar nos lagos.

Monterey Pop é mais sobre a música e menos sobre os protestos e demandas por mudanças sociais. Mas mostra-se intenso na representação da música enquanto força inovadora e revolucionária, e demonstra o caráter experimental do qual fala Bennett (2004, p.xv), no que diz respeito à formação de novos ritmos, sons e sensações ao criá-la e ouvi-la. Ao retratar quase que na íntegra algumas das apresentações musicais do Festival de Monterey, *Monterey Pop* parece retratar a tendência musical do jovem daquela geração e sua total interação com aquele novo gênero poderoso e diverso representado pelo rock, do qual falam Pais (2013) e Grossberg (1992). Performances como as de Janis Joplin, The Who, Jimmy Hendrix ou Otis Redding são exemplos claros nesse sentido. E, apesar de suas diferenças conceituais, ambos os filmes contribuem para a construção dos festivais aos quais se referem enquanto fenômenos midiáticos, ao produzirem um registro permanente e acessível ao público de sua época, como também ao das gerações que se seguiram.

Diferente do Festival de Monterey, concebido enquanto evento sem fins lucrativos, o Festival de Woodstock foi organizado, em princípio, com o objetivo de alcançar lucro financeiro. Contou com o patrocínio privado de dois jovens investidores - Joel Rosenman e John Roberts (TIBER; MONTE, 2009, p.153; BENNETT, XX, p.xvii) – e outros dois já atuantes nos mercados fonográfico e de eventos - Artie Kornfels e Mike Lang. Somente às vésperas de sua realização, em função de dificuldades logísticas, o acesso ao festival foi permitido mesmo para aqueles que não possuíam ingressos (DUE, 2011, p.3), o que resultou na paisagem descrita por Tiber e Monte (2009):

Por todo o gramado, 500 mil pessoas, todas unidas como fios multicoloridos em um tapete gigante e elaborado. Era impressionante, inspirador e atordoante, tudo ao mesmo tempo. Observei o público e vi a alegria tranquila estampada no rosto de todo mundo. Era isso o que Mike Lang estava vendo aqui - uma geração que era contra a guerra e que deu mais voz ao movimento de direitos civis. Eram esses os rostos que o inspiraram a chamar essa geração de Nação Woodstock. (TIBER; MONTE, 2009, p.270).

Por último, no que diz respeito à narrativa de Tiber e Monte (2009) sobre o Festival de Woodstock, vale citar o relato sobre a tentativa frustrada de um grupo

de moradores locais de impedir a realização do festival, ao formar uma barreira humana de bloqueio às suas estradas de acesso:

De modo inesperado, a barreira foi prova de que a geração que havia aceitado o racismo e a discriminação sexual como questões naturais da vida - a mesma que nos dera a bomba atômica e a Guerra do Vietnã - estava simplesmente acostumada demais a aceitar o status quo para fazer um protesto eficiente contra qualquer coisa [...] Com todas as coisas horríveis que aconteciam no mundo, eles haviam concentrado sua energia em impedir três dias de música, paz e amor (TIBER; MONTE, 2009, p 275-276).

Laing (2004, p. 14) menciona que as edições de Woodstock II e Woodstock III – realizadas, respectivamente, em 1994 e 1999 – foram, de certa forma, descaracterizadas em relação à sua versão original, por aspectos que variam entre a exibição explícita de patrocínios e a predominância de interesses de gravadoras, até a desterritorialização consumada pela transmissão ao vivo por meio da TV a cabo. Mas argumenta que, mesmo assim, o primeiro Festival de Woodstock, realizado no ano de 1969, se tornou precursor na “[...] formação de um negócio específico de performances de rock realizado em um mundo de negócios mais tradicional [...]”³⁸ (LANG, 2004, p.8).

As concepções de múltiplos autores foram aqui expostas em um sentido de complementaridade, dentro do objetivo de evidenciar o contexto que propiciou o surgimento do rock, sua articulação com um novo conceito de juventude socialmente construído e seus desdobramentos em uma série de comportamentos e atitudes que ultrapassaram a esfera musical. Entende-se o contexto presente às décadas de 1950 e 1960 como ponto de partida fundamental na compreensão sobre a atual centralidade ocupada pelo jovem na sociedade contemporânea, em todos os estilos, complexidades e modos de viver nela contemplados, e que chegam a corresponder a “[...] um projeto de vida que se estende para além dos vinte e poucos anos” (ROCHA; PEREIRA, 2009, p.61). As representações sociais da juventude “[...] seja na mídia ou no senso comum, sublinham seu caráter múltiplo e simbólico, e [...], sobretudo, ditam os gostos, valores e padrões da cultura de consumo [...]” (ROCHA; PEREIRA, 2009, p.35).

Hobsbawm (1995, p.323) afirma que “A cultura jovem tornou-se a matriz da revolução cultural no sentido mais amplo de uma revolução nos modos e

³⁸ Tradução livre do original: [...] *the formation of a specific rock performance business hewed out of a more traditional showbusiness world* [...].

costumes, nos meios de gozar o lazer e nas artes comerciais, que formavam cada vez mais a atmosfera respirada por homens e mulheres urbanos”. Nessa direção, entende-se os festivais de música, em especial os festivais tidos como de rock e suas variações, enquanto relevantes expressões de lazer na contemporaneidade que são base fundamental dos valores e práticas intrínsecos à cultura jovem (PAIS, 1993) e cujos modelos e formatos, tidos como globais, demandam muitas vezes a assimilação de valores, hábitos e preferências inerentes a contextos regionais.

2.4

A pré-história do Rock in Rio no contexto brasileiro

O abrangente processo de internacionalização percorrido pela cultura jovem - do modo como esta foi construída a partir da geração dos *baby boomers* e encontrou no rock uma de suas principais representações (HOBSBAWM, 1995, p.320) - teve seus desdobramentos também no Brasil, em meio a um cenário local de importantes transformações sociais e políticas onde, a partir da década de 1980, o rock passou a simbolizar também uma forma de protesto e de ruptura com valores e padrões pré-estabelecidos, sendo estes, também, não só restritos ao meio musical.

Grossberg (1983, p.104) enfatiza a ideia de uma “aliança afetiva”³⁹ criada pela música como algo “produzido localmente”⁴⁰ (GROSSBERG, 1983, p.111): “O poder afetivo da música variará com o contexto em que está inscrito, potencialmente efetuando reorganizações específicas”⁴¹ (GROSSBERG, 1983, p.114). Ao tratar desse argumento puramente no que diz respeito ao rock, considera que “A política cultural de qualquer momento da história do *rock and roll* é uma função, assim, das relações afetivas existentes entre a música e outros fatores sociais, culturais e institucionais”⁴² (GROSSBERG, 1983, p.104). E entende ainda que “Qualquer leitura do *rock and roll* deve começar por identificar

³⁹ Tradução livre do original: *affective alliance*.

⁴⁰ Tradução livre do original: *locally produced*.

⁴¹ Tradução livre do original: *The affective power of the music will vary with the context into which it is inscribed, potentially effecting specific reorganizations*.

⁴² Tradução livre do original: *The cultural politics of any moment in the history of rock and roll is a function, then, of the affective relations existing between the music and other social, cultural, and institutional facts*.

o contexto dentro do qual ele deve ser localizado e suas relações identificadas”⁴³ (GROSSBERG, 1983, p.105).

O argumento de Grossberg (1983, p.104) sobre a articulação de “alianças afetivas”⁴⁴ locais e temporais providas pela música é aqui empregado para explicitar um panorama sobre a trajetória do rock no Brasil, e intrínseco a um contexto social, político e cultural que trouxe condições propícias para a realização de um festival com as características do Rock in Rio. O autor se dirige ao âmbito da juventude norte-americana em meados da década de 1980, e conclui que “[...] aparentemente, o *rock and roll* geralmente já não serve às funções afetivas [...] Para as gerações mais jovens, bem como para muitos *baby boomers*, tornou-se uma música ambiente que, mesmo como lazer, não pode oferecer nenhum desafio ao desejo das organizações dominantes”⁴⁵. E encerra o trabalho com uma questão em aberto (GROSSBERG, 1983, p.121): as novas alianças em formação naquele momento seriam tão interessantes quanto as criadas durante a década de 1950, quando se deu o surgimento do *rock and roll*? Ou simplesmente determinariam seu fim? Enquanto Grossberg (1983) questionava-se sobre a manutenção das “alianças afetivas”⁴⁶ providas pelo rock nos primeiros anos da década de 1980, nos Estados Unidos, durante esse mesmo período o movimento da juventude local percebido no Brasil seguia a direção exatamente oposta: pode-se considerar os anos 1980 como o momento em que o rock finalmente emergiu no país e foi definitivamente abraçado pelos jovens como símbolo de transgressão, resistência, protesto político e reivindicação por transformação social.

Em uma das primeiras publicações dedicadas especificamente ao rock brasileiro dos anos 1980 - e aqui usada para a contextualização do cenário musical desse período no país - Arthur Dapieve (2015 [1995]) descreve o argumento que, segundo conta, concebeu na época em que realizava a cobertura jornalística dos feitos musicais de sua geração: “A tese é a de que o rock só conquistou cidadania

⁴³ Tradução livre do original: *Any reading of rock and roll must begin by identifying the context within which it is to be located and its relations identified.*

⁴⁴ Tradução livre do original: *affective alliances.*

⁴⁵ Tradução livre do original: *[...] apparently, rock and roll no longer generally serves the affective functions [...] For the younger generations, as well as for many baby boomers, it has become background music which, even as leisure, can provide no challenge to the dominant organizations of desire.*

⁴⁶ Tradução livre do original: *affective alliances.*

brasileira nos anos 80, superando décadas de desconfiança ideológica graças à sua participação no movimento de redemocratização” (DAPIEVE, 2015, p.7).

Não se trata de desconsiderar as formas pelas quais o rock se manifestou no país durante as três décadas que antecederam os anos 1980, mas sim, que:

Nem em seu momento de maior sucesso popular, a Jovem Guarda, ele conseguiria deixar de ser tratado, por quase todos, inclusive por alguns de seus cultores, como uma febre passageira, que logo os glóbulos verde e amarelos se encarregariam de expulsar do corpo da música brasileira, devolvendo-lhe assim sua sanidade. Estrangeiro numa nação de estrangeiros, o rock penou por quase três décadas até conseguir, de fato e de direito, a cidadania brasileira (DAPIEVE, 2015, p.13).

Se, de início, a chegada do rock ao Brasil foi tida como um movimento passageiro, e esse gênero musical “ [...] ainda era ouvido como um artigo importado e supérfluo” (DAPIEVE, 2015, p.16), ao fim da década de 1960 o rock ainda permanecia à margem, considerado por boa parte dos jovens locais como “[...] duplamente, na forma e no conteúdo, vassalo do imperialismo ianque” (DAPIEVE, 2015, p.17). Jovens, estes, politicamente engajados na luta contra a ditadura militar (VENTURA, 1988) instaurada no Brasil - em um movimento alinhado à tendência então observada, em diversos países, de associação entre movimentos estudantis e causas sociais e políticas de interesses regionais, que fizeram com que os anos 1960 fossem nomeados por Hobsbawm (1995, p.295) como “[...] a década da agitação estudantil [...]”.

O começo dos anos 1980 trouxe o processo de redemocratização e consequente início do fim da censura. E contou também com uma nova referência no campo musical – a filosofia *do-it-yourself*⁴⁷ (DIY), originada no movimento punk inglês, que encontrou seu ápice naquele país no final da década anterior. Faz parte da tese de Dapieve (2015) o fato de que o BRock – assim ele denomina o rock brasileiro originado nos anos 1980 – não seria o mesmo sem ambos. A abertura política é por ele colocada como “Ponto pacífico: ele [o BRock] não teria sido possível sem o processo de redemocratização conduzido, aos trancos e barrancos, pelos governos dos generais Ernesto Geisel (1974-1979) e João Figueiredo (1979-1985) e exigido nas ruas pelas multidões que empolgaram a campanha das Diretas Já (1984). Teria sido impossível fazer um rock (in)decente, cantado em português, sob violenta censura” (DAPIEVE, 2015, p. 205). Sobre a

⁴⁷ Em uma tradução livre, a expressão significa *faça você mesmo*.

inspiração da cultura punk, a colocação é no sentido de que esta se deu mais por sua filosofia que pelo próprio estilo musical: a atitude *do-it-yourself* (DIY) teria impulsionado um grupo de jovens brasileiros a criar por conta própria um rock local, cantado em português, com temas comuns a seu universo, como amor, sexo e vida urbana, porém mesclados a fortes letras de protesto sobre ética, política e justiça alinhadas a seu próprio contexto. Certas bandas misturavam os acordes da guitarra a ritmos e instrumentos regionais – fato que parece alinhado à ideia, já mencionada, de não haver, na prática, limites musicais sobre o que pode ou não ser considerado rock (GROSSBERG, 1992, p.131).

O que era então esse tal de BRock? Era o reflexo retardado no Brasil menos da música do que da atitude do movimento punk anglo-americano: *do-it-yourself*, ainda que não saiba tocar, ainda que não saiba cantar, pois o rock não é virtuoso. Era um novo rock brasileiro, falando em português claro de coisas comuns ao pessoal de sua própria geração: amor, ética, sexo, política, polaroides urbanos, dores de crescimento e maturação – mensagens transmitidas pelas brechas do processo de redemocratização. ‘Era um corte proposital em relação à MPB, era a valorização da juventude nos anos 80’, diz Renato Russo (DAPIEVE, 2015, contracapa).

Com algumas exceções, a formação do BRock foi liderada por um grupo de jovens brancos de classe média alta, representantes de uma elite “Bem-informada sobre os rumos do rock lá fora e inconformada com os descaminhos da música aqui dentro”, (DAPIEVE, p.199-200). Ao longo de seu trabalho, Dapieve (2015) pontua que o BRock nasceu nos grandes centros urbanos - Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Porto Alegre - mas se espalhou por todo o país e inspirou o surgimento de inúmeras bandas que, muitas vezes, compunham poucas canções, mas tocavam nas rádios e se apresentavam nos palcos de pequenas cidades, e proporcionavam a sensação de que algo efetivamente inovador ocorria na cena musical brasileira. E foi nesse contexto, ao fim de um período de mais de vinte anos de ditadura militar no Brasil e da censura por ela institucionalizada, e de surgimento de um novo rock brasileiro criado e atestado por jovens locais que, entre os dias 11 e 20 de janeiro de 1985, foi realizada a primeira edição do Rock in Rio.

O festival trouxe uma estrutura de grandes proporções para os padrões da época - mesmo os padrões internacionais - e absolutamente inovadora no contexto brasileiro, montada no local que passou a ser conhecido como “Cidade do Rock”.

Provavelmente não havia existido, até então no Brasil, uma oportunidade para reunir tantos fãs de uma mesma banda ou de um mesmo gênero musical, principalmente entre o público jovem. Serão apresentados, no segundo capítulo do presente estudo, aspectos relacionados à dimensão da audiência, aos artistas que se apresentaram e a outras informações intrínsecas à realização do festival. Aqui pontua-se apenas um acontecimento em particular: conforme narra Carneiro (2011, p.109-110), 15 de janeiro de 1985 foi um dos dias de realização do Rock in Rio e, também, data da eleição do primeiro presidente civil brasileiro desde o golpe militar ocorrido em 1964 - mesmo que ainda pelo Congresso e não pelo voto direto da população. O processo das eleições foi transmitido por alguns dos telões instalados na Cidade do Rock e a maior parte das bandas nacionais, e algumas estrangeiras, fizeram alusão a esse feito durante suas apresentações.

Diante de tal cenário, propõe-se a consideração do Rock in Rio como a materialização do que Grossberg (1983, p.104) descreve como uma “aliança afetiva”⁴⁸ provida pela música a partir das condições sociais, políticas e econômicas presentes no contexto onde esta se encontra inserida. Dapieve (2015, p.206) ressalta ainda outros aspectos que atestam a relevância concedida ao Rock in Rio:

O sucesso do festival, que atraiu 1.380.000 espectadores à Cidade do Rock, em Jacarepaguá, fez saltar aos olhos de indústria & comércio uma fatia de mercado até então ignorada: a fatia jovem. ‘Houve uma confluência de interesses entre criadores, público e mídia, nem armação, nem coisa marginalizada’, reflete Arnaldo Antunes. Essa confluência gerou outros festivais, o Alternativa Nativa, o Hollywood Rock, cada um puxando para uma praia mais ou menos nacionalista. O Rock in Rio foi importante, também, como um choque de profissionalismo nas bandas brasileiras. ‘Depois do Rock in Rio, a agente se profissionalizou na marra’, lembra Paula Toller [...] A sedimentação da cultura jovem, do mercado fonográfico e da infraestrutura tecnológica facilitou a vida dos ciclos posteriores, aí incluídos o sertanejo e o da música baiana” (DAPIEVE, 2015, p.206-207).

O cenário musical da cidade do Rio de Janeiro já contemplava certos festivais de música voltados para o público jovem, que abriam espaço para apresentações de bandas de rock locais em um período anterior à década de 1980. A Revista Veja⁴⁹ (1975) chamou atenção para a série de shows ocorridos no início daquele mesmo ano e que atraiu cerca de 40.000 jovens “[...] com uma idade

⁴⁸ Tradução livre do original: *affective alliance*.

⁴⁹ Edição de 5 de fevereiro de 1975, p.66-67.

média não superior a 17 anos [...]” ao campo do Botafogo para ouvir “[...] alguns dos melhores conjuntos e cantores de rock”. O evento, patrocinado pela marca de cigarros Souza Cruz, foi chamado de Hollywood Rock e, conforme comentado por Dapieve, em entrevista presencial concedida a esta pesquisa⁵⁰, é correto afirmar que foi a origem da série de festivais de mesmo nome, porém de proporções bem maiores, ocorrida a partir de 1988. Dapieve relata que o Hollywood Rock, nas décadas de 1980 e 1990, “foi ressuscitado depois de um hiato grande mas, formalmente, era o mesmo festival” já surgido nos anos 1970. A matéria da Revista Veja (1975) fornece uma ideia sobre os desafios enfrentados naquele momento, mesmo ao tratar de um festival que já contava com um patrocínio privado expressivo e com alguma estrutura de produção:

Um miraculoso sintetizador Moog, que diziam capaz de produzir sons espaciais jamais ouvidos por qualquer astronauta, pifou no início da apresentação do conjunto Vímana, obrigando o guitarrista Lulu [Santos] a dar uma palavra aos 10.000 jovens que estavam no campo do Botafogo, no Rio, e já começavam a vaiar: ‘Mas tudo bem, tudo bem’. No domingo anterior, o concerto dos Mutantes também não havia conseguido passar de três rápidos números. Um violento temporal oferecia poças fartas para bailados de musicais da Metro, mas inibia maiores demonstrações de rock’n’roll. ‘Mas tudo bem, tudo bem’, repetiam entre si os jovens que se retiravam do show interrompido. Menor dose de perseverança não se poderia esperar de músicos e público de rock no Brasil. (REVISTA VEJA, 5 DE FEVEREIRO DE 1975, p. 66).

Na citada matéria da Revista Veja (1975, p.77), Nelson Motta, então produtor daquele primeiro Hollywood Rock, fala sobre a necessidade de implementação do que, entende-se aqui, teria sido um embrião dos modelos adotados pelos festivais de rock contemporâneos: “Primeiro, sem patrocínio não se consegue fazer nada. Lota-se o estádio mas não se obtém lucro. Segundo, tem de haver mais de um espetáculo. No caso da nossa série, dividimos as despesas por 4 e multiplicamos o faturamento por 4. Um show de rock é caro...”.

O Rock in Rio, portanto, foi entendido neste estudo como o festival que mudou certos padrões relativos aos festivais de música no Brasil, tais como o dimensionamento da audiência, da estrutura física e de critérios de profissionalismo; e, ainda, que abriu caminho para a produção de outros festivais na cidade e no país. Sobre o cenário do Rio de Janeiro, durante a entrevista

⁵⁰ Entrevista realizada no dia 11 de abril de 2017, em uma das salas do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

concedida a esta pesquisa, Dapieve pontuou dois festivais significativos por “mexerem com muita gente” e terem contado com variadas edições: o Alternativa Nativa, com edições entre os anos de 1987 e 1989 realizadas nos espaços do Canecão e estádio do Maracanãzinho, dedicado exclusivamente ao rock brasileiro e patrocinado pelo grupo Mesbla, em função da divulgação de sua marca de roupas voltadas ao público jovem, cujo nome homônimo ao do festival; e o Hollywood Rock que, depois da já descrita série de shows de 1975, contou com mais sete edições na Praça da Apoteose, entre os anos de 1988 e 1996, com desdobramentos também na cidade de São Paulo. A matéria publicada na Revista Veja (13/01/1988, p.60) – três anos, portanto, após a realização do primeiro Rock in Rio - menciona que, entre as então recentes passagens pelo Brasil das turnês de Tina Turner e Sting, “[...] ergue-se a variedade espetacular do Hollywood Rock”, um festival que, entre bandas e artistas nacionais e internacionais, em uma de suas noites, “[...] arrastou mais de 25.000 pessoas à Praça da Apoteose” e “[...] o público vibrou por mais de 5 horas a fio”. A mesma matéria cita ainda esta primeira edição nos anos 1980 do Hollywood Rock como uma das responsáveis por colocar “[...] o Brasil definitivamente no circuito do rock internacional” (VEJA, 13/01/1988, p.60) e completa: “O país entrou, também, na engrenagem milionária que move o rock das megaturnês, na guerra sem fronteiras geográficas que as empresas travam para chegar mais perto do público. Principalmente do público jovem”.

Por último, Dapieve menciona que, entre os momentos de ausência de novas edições do Rock in Rio, e com o fim do Alternativa Nativa e do Hollywood Rock, “[...] os espaços foram diminuindo ao ponto de, durante um determinado momento, um bom festival de rock na cidade [do Rio de Janeiro] era qualquer nome que tivesse o *Free Jazz*, onde sempre havia pelo menos uma noite de rock no meio de sua programação”. O Free Jazz Festival, ao qual Dapieve se refere, fez parte do calendário anual de eventos musicais nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo durante os anos de 1985 e 2001, totalizando dezesseis edições em ambas as cidades. A proibição instituída ao patrocínio de eventos por marcas de cigarros ocasionou sua migração para a empresa de telefonia móvel TIM, e assim

foi renomeado TIM Festival, produzindo outras seis edições realizadas entre os anos de 2003 e 2008⁵¹.

Dentre os distintos modelos que constituem a concepção dos festivais de música contemporâneos, chama atenção a capacidade do Rock in Rio em atravessar diferentes gerações e se fazer presente até os dias atuais, reunindo um público formado por indivíduos de faixas etárias distintas, onde nota-se a presença dos jovens de hoje mesclados aos da audiência de sua primeira edição. Também é importante ressaltar como o festival se tornou parte da vida de algumas pessoas, objeto de desejo para outras, faz com que pais e filhos o frequentem juntos e, muitas vezes, torna-se ponto de encontro para amigos que há tempos não se veem. O protagonismo do Rock in Rio, nem tanto no número de edições, mas na continuidade ao longo de mais de trinta anos (1985 - 2017) parece inédito no Brasil e pouco comum mesmo ao se levar em conta os festivais internacionais, podendo-se citar, como exemplos similares em termos de longevidade, festivais como o de Glastonbury⁵², na Inglaterra, ou o de Roskilde⁵³, na Dinamarca.

A pesquisa, então, saiu em busca da identificação dos elementos que, possivelmente, contribuíram para o favorecimento de tal longevidade. Nesse sentido, além de uma revisão bibliográfica, da entrevista com um estudioso do meio musical⁵⁴ e de uma pesquisa documental complementar, procurou-se mapear também o sentido, o significado do Rock in Rio na vida de pessoas comuns. O mapeamento sobre tais significados consistiu em um dos objetivos principais das duas etapas do trabalho de campo realizado: a observação participante durante a edição de 2017 do Rock in Rio, na cidade do Rio de Janeiro, e as entrevistas em profundidade com representantes das distintas gerações que formam a sua audiência – e que se encontram descritas, respectivamente, no terceiro e quarto capítulos deste estudo.

⁵¹ Disponível em: <http://www.botequimdeideias.com.br/flogase/a-historia-dos-festivais-tim-festival>. Acessado em 2/2/2018.

⁵² www.glastonburyfestivals.co.uk. Acessado em 1/6/2017.

⁵³ www.roskilde-festival.dk. Acessado em 25/5/2017.

⁵⁴ A já citada entrevista com o professor universitário, jornalista e escritor Arthur Dapieve.

2.5

Síntese do capítulo

O capítulo partiu de uma visão geral que buscou qualificar os festivais de música enquanto importantes manifestações intrínsecas à vida social contemporânea em função, principalmente, das diversas possibilidades de interação que promovem por meio da música e de outras formas de entretenimento. Buscou-se, também, fornecer uma perspectiva sobre o processo que culminou em sua associação a valores considerados como inerentes ao universo jovem, até se chegar aos desdobramentos referentes ao contexto brasileiro, em particular, que colaboraram para o surgimento do Rock in Rio e, posteriormente, para a formação de outros festivais de música no país.

3

Um diálogo entre comunicação, história e memória

O capítulo se inicia com a exposição de um panorama composto por informações consideradas relevantes ao entendimento do Rock in Rio, de sua abrangência, bem como de certas peculiaridades surgidas a partir da realização de sua primeira edição na cidade do Rio de Janeiro, no ano de 1985. Em seguida, serão apresentados aportes teóricos que compreendem os campos da comunicação, história e memória, no sentido de fundamentar a escolha das entrevistas em profundidade enquanto metodologia empregada em uma das etapas do trabalho de campo realizado para o presente estudo (e apresentado no capítulo 4), além de embasar uma reflexão relativa a certos aspectos envolvidos na construção da memória e da história próprias ao referido festival.

3.1

A dimensão do Rock in Rio

As diversas fontes de informação consultadas ao longo da pesquisa, entre livros, reportagens, documentários, artigos, blogs e websites, apontam o Rock in Rio como um dos maiores festivais de música do mundo desde o seu surgimento, no ano de 1985, pelo fato de já naquela primeira edição ter reunido presencialmente cerca de um milhão trezentas e oitenta mil pessoas durante os dez dias de realização do festival⁵⁵. A título de comparativo entre ordens de grandeza, no simples intuito de evidenciar o feito significativo de tais números em uma audiência presencial à época – e mesmo para os padrões dos maiores festivais da atualidade – o emblemático Festival de Woodstock é citado por suas fontes oficiais⁵⁶ como tendo reunido, dezesseis anos antes, um público em torno de quinhentas mil pessoas durante seus quatro dias de duração⁵⁷.

Outros feitos amplamente citados no que diz respeito aos diferenciais do Rock in Rio à época de seu surgimento são: (a) ter promovido shows de bandas e artistas estrangeiros até então inéditos no Brasil, contribuindo assim para a inserção do país entre os destinos a serem considerados no planejamento de turnês

⁵⁵ A primeira edição do Rock in Rio foi realizada entre os dias 11 e 20 de janeiro de 1985. Disponível em: <http://www.rockinrio.com/rio/rockinrio/historia>. Acessado em 5/1/2017.

⁵⁶ Optou-se aqui por citar uma das fontes oficiais sobre o festival: <http://www.woodstock.com/about>. Acessado em 10/12/2017.

⁵⁷ Entre 15 e 18 de agosto de 1969.

internacionais; (b) ter proporcionado mais espaço e maior estrutura para apresentações de bandas e artistas brasileiros, ocorridas no mesmo dia e no mesmo palco das referidas atrações internacionais, favorecendo a sua popularidade e profissionalização, principalmente no que diz respeito a algumas bandas de rock brasileiras que ainda buscavam se estabelecer no cenário da música nacional; e (c) o momento de seu surgimento coincidente ao da abertura política no Brasil, após um período de mais de vinte anos (1964-1985) vividos sob o regime de uma ditadura militar, o que teria atribuído ao festival um certo valor simbólico, por ter representado um ambiente de livre expressão ao fim da censura imposta por tal regime.

Ao ser entrevistado, Arthur Dapieve também pontuou certas transformações ocorridas na forma de apresentação de algumas bandas nacionais e na concepção de festivais de música posteriores ao Rock in Rio no país:

No primeiro Rock in Rio, [as bandas nacionais] tinham estrutura quase que nenhuma, e elas também tomaram um choque de profissionalismo. Entre outras pessoas, tanto o Herbert Viana [vocalista da banda Paralamas do Sucesso] quanto a Paula Toller [vocalista da Banda Kid Abelha] me falaram que, quando foram se apresentar no primeiro Rock in Rio, pensaram assim: pera aí, agora a brincadeira é séria, não dá mais para brincar, esse equipamento, um palco desse tamanho'. Os Paralamas nunca se levaram muito a sério, improvisaram, pegaram umas samambaias do camarim e colocaram no palco para fazer figuração. Aquele palco enorme e só quatro caras tocando... Então isso deu um choque de profissionalismo nos nacionais [...] foi um *know how* trazido para um concerto de rock, que por sua vez perdeu uma aura mambembe que até fazia parte do romantismo da história, e estabeleceu um patamar para outros festivais e shows de rock no Brasil.

Ao longo dos mais de trinta anos (1985-2017) que separam a realização de sua primeira edição e o presente estudo, o Rock in Rio atravessou um processo de internacionalização que resultou em outras onze edições organizadas em três diferentes países, além das sete que tiveram a cidade do Rio de Janeiro como sede e que se traduzem no foco dessa pesquisa. Abaixo encontra-se a descrição sobre as dezoito edições⁵⁸ acumuladas pelo Rock in Rio até o momento:

- Sete na cidade do Rio de Janeiro, Brasil (1985, 1991, 2001, 2011, 2013, 2015 e 2017).

⁵⁸ Disponível em: <http://www.rockinrio.com/rio/rockinrio/historia>. Acessado em: 5/1/2018.

- Sete em Lisboa, Portugal⁵⁹ (2004, 2006, 2008, 2010, 2012, 2014 e 2016).
- Três edições em Madrid, Espanha (2008, 2010 e 2012).
- Uma edição em Las Vegas, Estados Unidos (2015).

Uma curiosidade intrínseca à longevidade do Rock in Rio, no âmbito do Rio de Janeiro, reside no fato de ter havido, por duas vezes, uma interrupção de dez anos consecutivos (1991-2001 e 2001-2011) até a realização de uma nova edição do festival na cidade – diferentemente de Lisboa, a capital portuguesa, que também abrigou outras sete edições do Rock in Rio, porém organizadas de forma regular, desde 2004, em intervalos bianuais. As causas originárias desses dois longos hiatos no contexto carioca não se tornaram aqui objeto de estudo, mas vale ressaltar que não parecem ter sido suficientes para apagar o simbolismo do festival junto às diferentes juventudes que o acompanharam desde o ano de 1985.

No balanço sobre a edição de 2011 do Rock in Rio, no Rio de Janeiro, Herschmann e Queiroz (2012) reforçam a característica eclética do festival ao defini-lo enquanto “[...] um evento generalista (não é dedicado a qualquer nicho de forma exclusiva) e, portanto, difere-se de outros megafestivais que em geral são realizados pelo mundo” (HERSCHMANN; QUEIROZ, 2012, p.109). Nesse sentido, torna-se possível indagar se a própria natureza plural do rock que nomeia o festival não estaria, de certa forma, representada em sua diversa programação musical.

Além da já citada perspectiva de Grossberg (1992, p.131), para quem haverá sempre diferentes interpretações por parte dos fãs sobre o que deve ou não ser considerado rock, autores como Friedlander (2012) percorrem a trajetória de sua criação ao descreverem sua origem a partir da união de elementos presentes em gêneros tão distintos quanto o folk, o country e certas correntes da música negra americana, tais como o blues, o gospel e o jazz. Friedlander (2012), em especial, menciona ainda que “Cada livro sobre rock vem com sua própria definição do termo” e que os estilos dele derivados “[...] receberam nomes específicos segundo suas raízes, características musicais, conteúdo das letras e a relação com o meio político e cultural que os circundavam (FRIEDLANDER, 2012, p.12), em um argumento que parece dialogar com uma das formas pelas quais Pais (1993, p.

⁵⁹ Uma nova edição portuguesa está confirmada pela organização do festival em junho de 2018. Disponível em: www.rockinrio.com. Acessado em 10/12/2017.

105) caracteriza o rock, em meio a um vasto estudo relacionado à práticas e comportamentos inerentes às culturas juvenis:

Como em qualquer rito, o *rock* dá a ilusão de uma continuidade na descontinuidade. Conservando um substrato de imutabilidade que lhe permite ser imediatamente detectável, acaba por regenerar, renascer, transformar-se, a uma cadência que parece desafiar o tempo real: *folk/rock*, *country rock*, *sympho/rock*, *afro/rock*, *hard/rock*, *jazz/rock*... os gêneros multiplicam-se. (PAIS, 1993, p.105).

Desde o seu surgimento, o Rock in Rio parece ter aderido a essa combinação de estilos dos quais o rock deriva, e também aos quais dá origem, a partir de uma programação musical que, já em sua primeira edição, no ano de 1985, era composta por artistas com perfis tão variados quanto James Taylor, Rod Stuart e Ivan Lins; Queen, Iron Maiden e Barão Vermelho⁶⁰. As escalas musicais ao longo das diversas edições do festival foram assim comentadas por Dapieve:

Embora nem sempre o elenco seja o dos meus sonhos, eu acho que [os organizadores do Rock in Rio] sempre entenderam para que lado o vento estava soprando. Causava muita revolta as primeiras apresentações da Ivete Sangalo, etc. Só que é uma atração dessa que viabiliza aquelas atrações alternativas que vão tocar no palco menor. [Ouvia-se] ‘Não, mas isso não é rock’... ora, nunca nenhum festival de rock foi apenas de rock. Assim como o Free Jazz não era apenas de jazz. Então o purismo em relação ao rock me parece sempre um pouco fora de lugar.

O trabalho de Herschmann e Queiroz (2012, p.100) também descreve o Rock in Rio, em 2011, como “[...] uma espécie de ‘megaparque temático’, no qual era possível não só dançar e assistir aos shows, mas também, entre outras coisas, comprar acessórios e/ou discos, jogar videogames e/ou desfrutar de atividades típicas de uma área ao entretenimento [...]”. Tal estrutura difere significativamente da concepção original do festival quando, em 1985, foi realizado em um terreno em Jacarepaguá, emprestado pela iniciativa privada, onde foram construídos “O imenso palco, os dois shoppings, dois mini-hospitais, videocenters e as 140 roletas”, além de “[...] quatrocentos banheiros” (CARNEIRO, 2011, p.38-39). Carneiro menciona, ainda, a montagem de inúmeros campings em áreas próximas ao local do evento, que abrigavam quem iria acompanhar, por vários dias, a realização do festival e preferia pernoitar em suas redondezas a enfrentar longos

⁶⁰ A programação musical completa da edição de 1985 está disponível em: <http://rockinrio.com/rio/rock-in-rio/historia>. Acessado em 15/7/2017.

deslocamentos. E comenta ainda sobre o surgimento de muita lama em tal terreno, em função das chuvas durante alguns dos dias de realização do festival. Tratou-se de uma estrutura, conforme mencionada pelo mesmo autor, de grandes proporções para os padrões da época e absolutamente inovadora no contexto brasileiro, não só por sua dimensão como também por trazer equipamentos de som, iluminação e efeitos especiais até então inéditos no país. Mas o projeto atual vai além: são apresentações musicais simultâneas em palcos distintos, atividades como passar na tirolesa montada em frente ao palco principal, andar em uma montanha russa ou em uma roda gigante com vista panorâmica para o festival. Praticamente não há lama, pois o chão é coberto por grama sintética. Os patrocinadores oferecem opções de diversão e consumo em uma série de lojas e ações promocionais e um passeio pela *Rock Street* proporciona a interação com pequenas performances de dança e música, além de uma ampla variedade de opções de bebida e de alimentação. Um sinal visível da necessidade de adaptação aos novos tempos onde predomina uma tendência também apontada por Herschmann e Queiroz (2012, p.110): “É importante sublinhar a esta altura que as experiências no mundo atual estão crescentemente e intensamente associadas à dinâmica do espetáculo e do entretenimento”. Nesse sentido, também serão discutidas posteriormente, ao longo do presente capítulo, certas mudanças relacionadas às formas pelas quais tais experiências são vivenciadas atualmente.

Ao analisar o conteúdo dos livros já publicados, dedicados à história do Rock in Rio e acessados ao longo desse estudo, nota-se uma certa convergência de opiniões no que diz respeito à sua compreensão enquanto importante referência para a realização de festivais de música ao vivo que se seguiram e para a consolidação do campo do entretenimento musical no Brasil – mencionadas, fundamentalmente, enquanto consequências diretas de seus quatro diferenciais citados no início dessa seção: a ordem de grandeza do público, as atrações nacionais e internacionais que reuniu, o incentivo que proporcionou a artistas brasileiros e o enlace ao contexto local de abertura política. Citam-se como os principais exemplos da referida bibliografia:

- A pesquisa de Carneiro (2011) que compila informações referentes às três primeiras edições do Rock in Rio realizadas na cidade do Rio de Janeiro (1985, 1991 e 2001) e tem seu foco direcionado aos

depoimentos de organizadores e jornalistas, além de fotos e casos contados por artistas participantes do festival.

- A biografia de Roberto Medina, na qual Neves (2006) narra uma série de episódios referentes à carreira e à vida pessoal do empresário que criou, e até hoje se mantém à frente da organização do Rock in Rio – entre eles, os desafios e conquistas obtidas durante a concepção do festival.
- O livro narrado em primeira pessoa por Roberto Medina (2000) sobre os desafios e grandes feitos vivenciados durante a organização das duas primeiras edições do Rock in Rio (1985 e 1991).
- O livro lançado em comemoração ao aniversário de 30 anos do Rock in Rio (ROCK WORLD S/A, 2015), amplamente ilustrado com imagens emblemáticas de diversas edições do festival, e com trechos de depoimentos de artistas, jornalistas e especialistas do meio musical sobre sua relevância para a música brasileira.
- O relato pessoal de Cid Castro (2010), publicitário que narra sua experiência como criador da marca e integrante da equipe de produção da primeira edição do Rock in Rio, para quem, no aniversário de vinte e cinco anos do festival, coincidente ao lançamento da referida publicação, era “[...] surpreendente continuar ouvindo suas histórias. São sempre relatos apaixonados de um tempo que não volta mais, mas que resiste na nossa memória [...]” (CASTRO, 2010, p.9).

Para além da afinidade de ideias contidas em tais publicações sobre o contexto de criação e organização, e da relevância do Rock in Rio, nelas observou-se ainda um outro ponto em comum que acabou por contribuir para a estruturação de parte do trabalho de campo contido no presente estudo: a ausência, nessas publicações, de informações, curiosidades e relatos narrados sob o ponto de vista dos integrantes da audiência do festival⁶¹. Há uma vasta

⁶¹ Ao longo da pesquisa foi encontrado apenas um livro (Clube do Livro, 2012) que enfatiza depoimentos de frequentadores comuns do Rock in Rio. Porém este não faria parte do contexto do presente estudo, uma vez que se refere especificamente às três primeiras edições do festival

exposição de registros fotográficos que captam a imensidão do público, como também a explícita emoção nos rostos por eles destacados. Porém, as publicações em questão não fazem referência, ou não dão relevância, às possíveis versões sobre o festival narradas especificamente por membros de sua audiência. E foi assim que tal constatação acabou por se traduzir em uma das primeiras motivações, no presente estudo, para a busca por relatos de pessoas comuns que vivenciaram presencialmente o Rock in Rio desde o seu surgimento, como também daquelas que, em algum momento ao longo dos mais de trinta anos de existência do festival (1985-2017) passaram a acompanhá-lo e, possivelmente, poderiam considerá-lo enquanto acontecimento entrelaçado às suas próprias histórias de vida. Entendeu-se, portanto, que esta seria uma forma pela qual o presente estudo poderia prestar uma contribuição à bibliografia já existente, ao fornecer uma visão complementar sobre o Rock in Rio a partir dos pontos de vista de alguns de seus frequentadores. Ao mesmo tempo, considerou-se que, ao trazerem à tona certas temáticas, tais como as razões para a participação no festival ou o valor simbólico que ele carrega junto às diversas gerações que compõem seu público, tais depoimentos seriam capazes de produzir achados significativos inerentes aos campos da comunicação e da música, bem como aos das diversas juventudes que dele participaram e das possíveis trocas simbólicas facilitadas durante a sua, que se traduzem nos alicerces embasadores do presente estudo.

A ideia de se buscar relatos de diversos participantes do Rock in Rio, a partir da realização de entrevistas em profundidade, foi estimulada ainda pelo que se infere a partir da fundamentação teórica apresentada a seguir.

3.2

Memória, história, reconhecimento e distinção

No intuito de explicitar as formas pelas quais certos diálogos entre os campos da comunicação, história e memória se estabelecem no âmbito dos estudos sobre o Rock in Rio, os aportes teóricos aqui expostos têm como primeiro objetivo elucidar a distinção entre esses dois últimos - memória e história - destacando-se, nesse sentido, o argumento de Pierre Nora (1993):

realizadas na cidade de Lisboa, em Portugal, nos anos de 2004, 2006 e 2008 e, ainda, mescla tais depoimentos aos de algumas celebridades portuguesas.

Memória, história: longe de serem sinônimos, tomamos consciência que tudo opõe uma a outra. A memória é vida, sempre carregada por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível de longas latências e repentinas revitalizações. A história é a reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais. A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente; a história, uma representação do passado. Porque é afetiva e mágica, a memória não se acomoda a detalhes que a confortam; ela se alimenta de lembranças vagas, telescópicas, globais ou flutuantes, particulares ou simbólicas, sensível a todas as transferências, cenas, censura ou projeções. A história, porque operação intelectual e laicizante, demanda análise e discurso crítico. A memória instala a lembrança no sagrado, a história a liberta, e a torna sempre prosaica. A memória emerge de um grupo que ela une [...] que há tantas memórias quantos grupos existem; [...] A história, ao contrário, pertence a todos e a ninguém, o que lhe dá uma vocação para o universal (NORA, 1993, p.9).

E completa:

Desde que haja rastro, distância, mediação, não estamos mais dentro da verdadeira memória, mas dentro da história. (NORA, 1993, p.9)

Toma-se como base o conceito de Nora (1993) para entender a memória enquanto algo vivo e integrante do tempo presente, e que no âmbito do Rock in Rio se constrói a partir das concepções de indivíduos pertencentes a grupos diversos que fazem ou já fizeram parte do contexto do festival, entre os quais constam, por exemplo, os integrantes de seu público; os artistas que nele se apresentaram; as equipes que trabalharam ou trabalham em sua organização; os profissionais responsáveis por sua cobertura na mídia e tantos outros envolvidos em sua realização. Passível de oscilar entre razão e emoção e, ainda, de sofrer alterações ao longo do tempo, a memória atribuída ao festival por grupos tão distintos se traduziria em lembranças e depoimentos que, ao serem registrados, se tornariam agentes formadores da história do festival; e seriam, portanto, recursos fundamentais para que o Rock in Rio possa ser estudado, analisado e compreendido no futuro.

Dentre as diversas formas possíveis de se relatar um fato ou um acontecimento, e dos múltiplos enfoques capazes de contribuir para a composição destas inúmeras versões, optou-se no presente estudo por considerar enquanto fonte de memória aquela visão que pareceu então menos recorrente nos registros encontrados, ao longo da pesquisa, no que se refere ao Rock in Rio: as narrativas

das pessoas comuns que o frequentam, ou o frequentaram em algum momento. Por outro lado, entende-se que a entrevista realizada com Arthur Dapieve acabou por se firmar como fonte de memória adicional, e que se mostrou interessante também em tal contexto, pois se configurou em uma oportunidade de contrastar a visão do público frente a de um especialista do campo da música, com atuação ainda na cobertura jornalística de algumas edições do referido festival.

O trabalho de Halbwachs (2006, [1950]) abriu caminho para a análise da memória enquanto fenômeno social e apontou para a relevância da coletividade na construção das memórias individuais, a partir da noção de que “[...] jamais estamos sós” (HALBWACHS, 2006, p.30) e da consequente construção da memória de um indivíduo em função das referências intrínsecas aos diversos grupos nos quais se encontra inserido. Em uma alusão a esse estudo, Pollak (1989) trata da memória comum e compartilhada que, mesmo quando estruturada a partir de hierarquias e classificações – às quais se refere por “enquadramento da memória” (POLLAK, 1989, p.9) – promove a coesão social, na medida em que reforça os sentimentos de pertencimento e a criação de laços entre os integrantes de um grupo:

Na abordagem durkheiminiana, a ênfase é dada à força quase institucional dessa memória coletiva, à duração, à continuidade e à estabilidade. Assim também Halbwachs, longe de ver nessa memória coletiva uma imposição, uma forma de dominação ou violência simbólica, acentua as funções positivas desempenhadas pela memória comum, a saber, de reforçar a coesão social, não pela coerção, mas pela adesão afetiva ao grupo, donde o termo que utiliza, de “comunidade afetiva” (POLLAK, 1989, p.3).

Certamente a definição sobre o que será lembrado ou esquecido, por parte do senso comum, pertence majoritariamente àqueles que registram os momentos, produzem documentos e geram arquivos, num processo capaz de se traduzir em um ambiente de disputas e de interesses pela prevalência de uma determinada interpretação sobre um fato, ou um acontecimento. Porém, ao contrário de reforçar tal sistema de disputas, os registros encontrados sobre o Rock in Rio parecem se complementar e se reunir em torno de uma visão positiva que reflete justamente a “coesão social [...] pela adesão afetiva” da qual trata Pollak (1989, p.3). Dessa forma, as entrevistas realizadas, ao longo da pesquisa, com frequentadores do Rock in Rio que representam distintas gerações tiveram como objetivos principais, no que diz respeito à construção da memória relativa ao festival, atestar: (a) se as lembranças relativas à experiência dos entrevistados em

participar do Rock in Rio estariam em linha com tais registros já existentes; (b) se os depoimentos alcançados a partir das entrevistas seriam convergentes ao ponto de, possivelmente, refletir o sentimento geral de um determinado grupo em relação ao festival, ilustrando assim, de fato, os elos de pertencimento e de coletividade que o envolvem; e (c) se há divergências em torno da relevância do festival e de seu significado no que se refere às visões de representantes das distintas gerações que compõem seu público, bem como ao longo dos diferentes contextos sociais, culturais e políticos que já atravessou.

Em um segundo estudo, Pollak (1992) destaca alguns dos elementos sobre os quais se constitui a memória, seja ela individual ou coletiva:

Em primeiro lugar, são os acontecimentos vividos pessoalmente. Em segundo lugar, são os acontecimentos que eu chamaria de ‘vividos por tabela’, ou seja, acontecimentos vividos pelo grupo ou pela coletividade à qual a pessoa se sente pertencer. São acontecimentos dos quais a pessoa nem sempre participou mas que, no imaginário, tomaram tamanho relevo que, no fim das contas, é quase impossível que ela consiga saber se participou ou não. Se formos mais longe, a esses acontecimentos vividos por tabela vêm se juntar todos os eventos que não se situam dentro do espaço-tempo de uma pessoa ou de um grupo. É perfeitamente possível que, por meio da socialização política, ou da socialização histórica, ocorra um fenômeno de projeção ou de identificação com determinado passado, tão forte que podemos falar numa memória quase que herdada (POLLAK, 1992, p.2).

Assim parece também se formar uma memória que, além de herdada, conta com um viés geracional em sua construção: indivíduos que constituem uma mesma geração podem carregar lembranças semelhantes e coletivas mas, ao mesmo tempo, completamente distintas e particulares sobre um acontecimento vivenciado em sua época e sobre o qual a memória, uma vez viva e presente no imaginário, será transmitida às gerações seguintes. Nesse sentido, histórias familiares, determinados hábitos culturais ou eventos sociais chegam a representar um referencial a tal ponto que parecem se transportar de um tempo que não é mais o seu – o passado – para se tornarem, de certa forma, atemporais. Porém, às novas gerações cabe a escolha entre a descontinuidade e o prosseguimento, neste último caso, com a necessidade de adaptá-los ao contexto de seu tempo e permitir, assim, que sobre esses acontecimentos se elaborem novas interpretações, significados e representações. No que concerne à abordagem proposta no presente estudo, entende-se o referido argumento de Pollak (1992, p.2) como questão intrínseca ao escopo do objetivo (c) anteriormente citado: ao procurar entender se há diferenças

entre os significados atribuídos ao Rock in Rio por parte de representantes das distintas gerações que compõem seu público, torna-se necessário verificar, principalmente no contexto dos depoimentos dos mais jovens, se haveria – e qual seria – a influência de relatos sobre as vivências de pessoas que os precederam no que diz respeito à opção em participar do festival.

O âmbito do Rock in Rio também acompanha a tendência observada, segundo Huyssen (2000, p.10), a partir da segunda metade do século XX, que busca validar a presença de novos atores na concepção de campos como a memória e a história, em um processo que este autor denomina como “recodificação do passado” e que descreve nos seguintes termos: “Discursos de memória de um novo tipo emergiram pela primeira vez no ocidente depois da década de 1960, no rastro da descolonização e dos novos movimentos sociais em busca por histórias alternativas e revisionistas. (HUYSSSEN, 2000, p.10).

Os novos atores se traduzem em indivíduos que fornecem testemunhos pessoais, narrativas sobre tradições familiares e hábitos do dia-a-dia, além de obras de ficção, fotografias, imagens e outros objetos que começam a estabelecer novas visões para uma história, até então, tida como única e oficial, construída fundamentalmente a partir de documentos escritos, com base na descrição de grandes acontecimentos e figuras ilustres, e analisada sob o ponto de vista de distanciamento do historiador. Faz-se então referência à ideia de rompimento com uma forma única de se retratar o passado, a partir do reconhecimento e da autenticidade destinados às novas formas de registro sobre um tempo, um acontecimento, um grupo ou até mesmo um Estado ou uma nação. Estes se dariam, por exemplo, a partir das narrativas de pessoas comuns, sua visão sobre o período em que viveram e o significado dos acontecimentos que presenciaram. Tomando-se como base a referida fundamentação teórica, faria sentido que um estudo relativo a um festival de música surgido na década de 1980 contasse com o apoio de tais fontes. E, levando-se em conta a busca por significados atribuídos ao Rock in Rio por parte de seu diverso público, entendeu-se como mais interessante a opção de buscar informações originais – ou seja, através de entrevistas pessoais e presenciais apresentadas neste estudo de forma inédita – do que, por exemplo, replicar depoimentos encontrados na mídia ao considerá-la, também, enquanto uma destas possíveis fontes mais recentes de pesquisa.

Sobre as formas de se vivenciar uma experiência, atualmente tão entrelaçadas à dinâmica do entretenimento (HERSCHMANN; QUEIROZ, 2012, p.110), Benjamin (1994) aponta para as significativas mudanças nelas ocorridas ao longo do tempo. E, no que diz respeito à realidade contemporânea, em grande parte as atribui à prevalência do estilo e da estética da informação imediata sobre a lógica das narrativas orais ou escritas que envolvem a descrição de tradições e de determinados acontecimentos:

Cada manhã recebemos notícias de todo o mundo. E, no entanto, somos pobres em histórias surpreendentes. A razão é que os fatos já nos chegam acompanhados de explicações. Em outras palavras: quase nada do que acontece está a serviço da narrativa, e quase tudo está a serviço da informação. [...] A informação só tem valor no momento em que é nova. Ela só vive nesse momento, precisa entregar-se inteiramente a ele e sem perda de tempo tem que se explicar nele. Muito diferente é a narrativa. Ela não se entrega. Ela conserva suas forças e depois de muito tempo ainda é capaz de se desenvolver. (BENJAMIN, 1994, p. 203-204).

É natural relacionar o crescimento da necessidade por uma informação sempre atual e imediata à criação dos novos dispositivos midiáticos e da tecnologia neles embutida – assim como as mudanças na estética das imagens e no estilo de escrita dela derivadas. Mas, além disso, torna-se importante ressaltar como o tipo de relação que se estabelece com tais dispositivos faz com que o ato de se vivenciar uma experiência seja, no mundo contemporâneo, algo marcado essencialmente por essa estética midiática. Um evento com mais de trinta anos de existência como o Rock in Rio (1985-2017) permite explicitar essa questão: a maior parte dos registros visuais dos shows, do público e do espaço das primeiras edições do festival se resume a imagens de profissionais autorizados. A narrativa oral torna-se, então, uma das principais fontes de memória de quem lá esteve – o que reforça a relevância destas fontes para a pesquisa em questão – seja ela a memória coletiva em relação ao espaço, aos shows e a outros aspectos gerais do festival, como também a memória individual, que considera as narrativas sobre momentos particulares vivenciados exclusivamente por um indivíduo ou um pequeno grupo.

Em 1985, participar do Rock in Rio pode ter significado um ato de rebeldia ou, simplesmente, de integração a um grande festival de música pioneiro no Brasil; ou ainda, a oportunidade de assistir a shows inéditos de bandas nacionais e internacionais e aproveitar o momento de liberdade que se materializava a partir de um novo contexto político então iniciado. Os

sentimentos e situações vividos a partir dessas motivações pertenciam somente a quem os vivenciava, e seu compartilhamento se daria com os demais indivíduos lá presentes para, ao fim do evento, serem relatados verbalmente a um universo de pessoas próximas e que faziam parte dos grupos sociais de quem o presenciou. Não havia mecanismos de exposição imediata de imagens e de exteriorização dos sentimentos. O público mal tirava fotos e não publicava *selfies*. A experiência vivida não era instantaneamente postada nas redes sociais.

Os megaeventos contemporâneos – categoria onde o Rock in Rio se enquadra, levando-se em conta as definições de Bennett e Woodward (2014) e de Freitas, Lins e Santos (2014) citadas no capítulo anterior - já são considerados, por si só, eventos midiáticos por seu “[...] impacto massivo na mídia, ou seja, um megaevento não se restringe ao tempo de sua duração. Começa muito antes de seu início e termina muito após seu encerramento” (FREITAS; LINS; SANTOS, 2014, p.2). Mas a questão levantada por Benjamin (1994) faz pensar sobre como a atual relação humana com certos veículos midiáticos – as redes sociais, por exemplo – e com as novas tecnologias interfere nas formas pelas quais estas se fazem presentes enquanto elementos transformadores da própria experiência de fazer parte do festival e de como descrevê-lo, registrá-lo ou mantê-lo vivo na memória.

O argumento de Benjamin (1994) remeteu, ainda, a uma reflexão sobre se os vestígios de memória construídos ao longo das diversas edições do Rock in Rio, sejam eles depoimentos, reportagens, fotos, vídeos, biografias e outros tantos, já se encontram organizados, ou se ainda poderiam ser repensados de forma a construir um registro mais amplo e que contribua na elaboração de um projeto capaz de explicitar a dimensão do Rock in Rio para as futuras gerações – tema abordado na seção a seguir.

3.3

A possível construção de um projeto de memória

Arrisca-se dizer que a relevância atribuída aos festivais de música na vida social contemporânea, abordada no capítulo anterior, legitimaria uma perspectiva de continuidade para o Rock in Rio: um festival que se perpetua há mais de trinta anos poderia encontrar um caminho para se manter pertinente e atrativo, em meio

a decisões sobre a programação musical, adaptações necessárias em seu formato ou novas estratégias de comunicação. Nesse sentido, a campanha denominada “Amazônia Live”, divulgada pela organização do Rock in Rio ao longo do ano de 2016, pareceu representar um indício de mudança – ou de atualização – no que diz respeito ao seu posicionamento e visão de futuro. Com o logotipo visivelmente derivado da marca original do Rock in Rio (Figura 1), o site oficial da campanha⁶² menciona a necessidade de se iniciar “[...] um grande movimento em defesa do planeta” e pretende, assim, arrecadar fundos para o plantio de árvores em regiões desmatadas da Amazônia. A doação era realizada on-line através do site oficial, ao custo de R\$5,60 por árvore. No site encontravam-se, também, informações sobre o processo de gestão financeira dos recursos e a ferramenta de contagem das doações que, ao fim de janeiro de 2017⁶³, sinalizava uma arrecadação correspondente ao plantio de 2.970.195 árvores, num total de quatro milhões que representaria a meta final da campanha, a ser atingida até 2020. Em 27 de agosto de 2016 também foi promovido o show denominado “Amazônia Live”, para o qual foi montado um palco flutuante e em formato de folha (Figura 2), dentro do Rio Negro, em uma região próxima à cidade de Manaus, no estado do Amazonas. O show reuniu apresentações de artistas nacionais e internacionais, teve como público presencial um pequeno grupo de convidados e sua transmissão ao vivo foi restrita ao canal de TV a cabo *Multishow*⁶⁴.

⁶² www.amazonialive.com.br. Acessado em 10/1/2017.

⁶³ Informação disponível no dia 21/1/2017.

⁶⁴ Detalhes sobre o elenco do show e o grupo restrito de convidados:
<http://g1.globo.com/am/amazonas/manaus-acontece/noticia/2016/08/amazonia-live-une-ivete-sangalo-e-opera-em-palco-no-rio-negro.html>

Figura 1: Marcas “Amazônia Live” e Rock in Rio.



Fonte: <http://portaldapropaganda.com.br/noticias/8567/rock-in-rio-lanca-clipe-de-eu-quero- apenas-e-convoca-publico-para-participar-do-amazonia-live/>. Acessado em: 10/1/2017.

Figura 2: Palco do show “Amazônia Live” realizado em 2016.



Fonte: <http://new.d24am.com/noticias/amazonas/palco-amazonia-live-reune-operativete-sangalo-negro/157389>. Acessado em: 10/1/2017.

Sobre iniciativas voltadas para a divulgação de causas ambientais e práticas sustentáveis no âmbito dos festivais de música, o estudo de Cummings (2014) argumenta que “[...] os festivais de música contemporâneos desempenham um papel importante como locais de sensibilização do público no que concerne a questões eco-políticas, especialmente para os jovens. Os festivais de música podem servir como locais onde uma consciência e sensibilização globais sobre questões ambientais são exibidos e desenvolvidos entre uma audiência jovem trans-local⁶⁵” (CUMMINGS, 2014, p.169). O estudo relata uma série de ações envolvendo a conscientização ambiental e o estabelecimento de práticas sustentáveis em festivais de música de vários países, com destaque para a Austrália e o Reino Unido, e que englobam desde atividades ligadas à reciclagem até a neutralização das emissões de carbono durante sua realização. Ao mesmo tempo em que identifica o aumento da preocupação global com questões ligadas ao meio ambiente, e as formas pelas quais essa realidade vem sendo refletida no formato de alguns festivais de música, uma das conclusões de Cummings (2014) aponta para a escassez de estudos sobre resultados objetivos gerados a partir dessas ações:

Embora tenha havido uma intensa discussão sobre a capacidade dos festivais de música em promover a ‘governança verde’ em questões relativas ao meio ambiente e a sustentabilidade entre o público jovem, até o momento nenhuma pesquisa documentou de forma clara a eficácia dos festivais de música na promoção da consciência ecológica e de estilos de vida de âmbito sustentável entre os jovens⁶⁶ (CUMMINGS, 2014, p.174).

Se a inclusão de atividades relativas ao estabelecimento de práticas ambientalmente sustentáveis representa uma nova tendência em festivais de música ao redor do mundo, mesmo sem resultados positivos comprovados, faria sentido que o Rock in Rio também as adotasse. Dessa forma, as ações desenvolvidas pela campanha “Amazônia Live” podem ilustrar um sinal de

⁶⁵ Tradução livre do original: [...] *contemporary music festivals play an important role as sites for raising public awareness and education of eco-political issues, especially for young people. Music festivals may serve as sites within which a global consciousness of environmental issues and global awareness are displayed and further developed among a trans-local youth audience.*

⁶⁶ Tradução livre do original: *Although there has been vibrant discussion relating to the capacity of music festivals to promote ‘green governance’ on issues pertaining to the environment and sustainability among Young audiences, to date no research has comprehensively documented the effectiveness of music festivals in promoting eco-awareness and sustainable life styles among young people.*

alinhamento com o atual contexto dos festivais de música internacionais, de pioneirismo ao lançar uma campanha ambiental de grandes proporções em um evento musical brasileiro ou, ainda, de correr riscos ao propor novos formatos de apresentações musicais no país, sendo que essas três características - alinhamento com o contexto internacional, pioneirismo no Brasil e a proposta de assumir riscos - ao que esta pesquisa pôde comprovar, fazem parte da estratégia empresarial do Rock in Rio desde o seu surgimento na década de 1980.

No que diz respeito à memória relativa ao festival, torna-se pertinente uma reflexão sobre se os registros relativos aos diferentes significados a ele atribuídos, por parte de seus diversos grupos participantes, já se encontram suficientemente organizados em torno de um projeto capaz de contribuir para a sua permanência e estabilidade no futuro. Velho (1994, p.101) ressalta a organização e a construção de um projeto como algo de caráter individual, seja este pertencente a um único indivíduo ou a um grupo com ideologias e interesses em comum, e assim indica a ligação entre projeto e memória:

Portanto, se a *memória* permite uma visão retrospectiva mais ou menos organizada de uma trajetória e biografia, o *projeto* é a antecipação no futuro dessas trajetória e biografia, na medida em que busca, através do estabelecimento de objetivos e fins, a organização dos meios através dos quais esses poderão ser atingidos. A consistência do *projeto* depende, fundamentalmente, da *memória* que fornece os indicadores básicos de um passado que produziu as circunstâncias do presente, sem a consciência das quais seria impossível ter ou elaborar *projetos*. (VELHO, 1994, p.101)

A convergência e complementaridade de opiniões, notadamente encontradas nas atuais publicações sobre o Rock in Rio, parecem em linha com o conceito de construção de um projeto originado a partir de uma visão comum, conforme descrito por Velho (1994, p.101). Dessa forma, a principal questão a ser levantada, no âmbito do Rock in Rio, parece então girar efetivamente em torno da organização de tais registros: se estes já se encontram suficientemente estruturados em um projeto de memória capaz de propiciar uma visão ampla sobre sua realização, para as próximas gerações. A título de contextualizar o que se entende por estruturação e organização de tais registros de memória, cita-se aqui o exemplo do museu inaugurado no ano de 2008 em Bethel, localidade norte-americana onde foi realizado, em 1969, o emblemático Festival de Woodstock. Nomeado *Museum at Bethel Woods* e descrito como parte integrante do Centro de Artes de Bethel Woods – cujas atividades incluem concertos musicais, oficinas de

arte, exposições e palestras educacionais abertas à população - o museu informa, através de seu site oficial⁶⁷, que pretende contar a história do referido festival por meio dos mais variados registros de memória, além de “[...] inspirar pessoas a protagonizar vidas criativas e engajadas através de seus variados concertos, festivais, programações e exposições – todas no local onde se realizou o Festival de Woodstock em 1969”⁶⁸. Um segundo exemplo no sentido de projeto de memória, ainda no que concerne ao contexto deste festival, seria o filme *Woodstock*, ganhador do Oscar de melhor documentário em 1971 e já citado no primeiro capítulo do presente estudo. Seu roteiro é construído a partir de imagens e depoimentos que parecem refletir as visões de diferentes grupos que fizeram parte de sua realização e que, notadamente, contribuem para a riqueza de tal registro: o público presente, os moradores dos arredores, os organizadores, policiais que promoveram a segurança e até mesmo funcionários responsáveis pela limpeza dos banheiros químicos.

É possível afirmar que a reverência ao passado e a construção da memória se tornaram práticas centrais na sociedade contemporânea e se fazem evidentes a partir de diversas manifestações, sendo facilmente percebidas as descritas por Huyssen (2000):

[...] a restauração historicizante de velhos centros urbanos, cidades-museus e paisagens inteiras, empreendimentos patrimoniais e heranças nacionais, a onda da nova arquitetura de museus (que não mostra sinais de esgotamento), o *boom* das modas retrô e dos utensílios retrô, a comercialização em massa da nostalgia, a obsessiva automusealização através da câmera de vídeo, a literatura memorialística e confessional, o crescimento dos romances autobiográficos e históricos pós-modernos (com as suas difíceis negociações entre fato e ficção), a difusão das práticas memorialísticas nas artes visuais [...] e o aumento do número de documentários na televisão [...]” (HUYSEN, 2000, p.14).

As origens de tal necessidade de materialização do passado podem estar na perda de tradições relativas às narrativas orais (BENJAMIN, 1994). Ou, ainda, no imensurável acúmulo de referências as quais os indivíduos se encontram expostos no atual contexto contemporâneo, onde o registro, materializado seja em imagens,

⁶⁷ <https://www.bethelwoodscenter.org>. Acessado em 17/12/2017.

⁶⁸ Tradução livre do original: “[...] inspires people to lead creative and engaged lives through its many concerts, events, festivals, programs, and exhibitions—all on the site of the 1969 Woodstock Music and Art Fair.

testemunhos, textos ou objetos, parece solucionar o medo do esquecimento, da perda de informações ou de lembranças preciosas. Nessa linha, Nora (1993) também afirma:

Nenhuma época foi tão voluntariamente produtora de arquivos como a nossa, não somente pelo volume que a sociedade moderna espontaneamente produz, não somente pelos meios técnicos de reprodução e de conservação de que dispõe, mas pela superstição e respeito ao vestígio. À medida em que desaparece a memória tradicional, nós nos sentimos obrigados a acumular religiosamente vestígios, testemunhos, documentos, imagens, discursos, sinais visíveis do que foi, como se esse dossiê cada vez mais prolífero devesse se tornar prova em não se sabe que tribunal da história (NORA, 1993, p.15).

O atual contexto de evocação do passado, e de sua utilização no presente para, possivelmente, se construir novas visões para o futuro, são capazes de reforçar a necessidade de ênfase em um projeto de memória que englobe a trajetória do Rock in Rio de forma ampla, e a partir da visão dos grupos que dele fazem parte.

3.4

Síntese do capítulo

As três seções que compõem o presente capítulo foram divididas da seguinte forma: a primeira concentrou-se na exposição de informações consideradas relevantes ao entendimento das dimensões e de certos diferenciais relativos aos desdobramentos do festival em suas edições realizadas no Brasil, mais especificamente na cidade do Rio de Janeiro, entre os anos de 1985 e 2017; a segunda e terceira seções, por sua vez, fundamentaram-se em aportes teóricos no intuito de promover certas reflexões inerentes aos campos da comunicação, história e memória, no que diz respeito especificamente ao âmbito do Rock in Rio e que, portanto, que se fazem pertinentes ao escopo do presente estudo.

4

O público do Rock in Rio: comunicação, interação e construção identitária por meio do consumo e da cultura material

O presente capítulo propõe um olhar sobre as relações entre consumo e cultura material observadas no âmbito do Rock in Rio, e na forma como estas se traduzem em práticas comunicacionais inerentes aos diversos grupos formadores de sua audiência. Faz-se uso, ainda, dos dados gerados a partir da pesquisa de campo realizada na edição de setembro de 2017, na cidade do Rio de Janeiro, no intuito de explicitar o modo pelo qual os usos simbólicos de certos elementos materiais – tais como o vestuário, os gestos, os penteados – consistem em formas efetivas de expressão, comunicação e construção identitária do público durante a participação no festival.

4.1

Aspectos gerais do trabalho de campo

Ao dedicar o capítulo à análise de certas ligações entre o consumo e a cultura material percebidas no contexto do Rock in Rio, busca-se retratar esses dois campos de estudo dentro de um universo próximo e familiar à maior parte das pessoas, ao estabelecer um sistema de classificação e de trocas, e se caracterizar como um “[...] construtor de identidades [...]” (ROCHA, 2005, p.127), capaz de auxiliar na criação de laços de pertencimento e sentimentos de coletividade, na formação de determinados grupos e no estabelecimento de relações sociais, comprovando assim, em uma dimensão mais ampla, sua relevância na compreensão de uma série de dinâmicas presentes na vida contemporânea. Procura-se demonstrar, também, de que maneiras os conceitos de consumo e cultura material, a serem aqui expostos, se entrelaçam à formação de um ambiente⁶⁹ específico - como é o caso do Rock in Rio - para conceber um

⁶⁹ Optou-se, ao longo de todo o capítulo, pelo emprego do termo *ambiente* para denominar o local físico de realização do Rock in Rio, ao invés de se utilizar, por exemplo, nomenclaturas como *espaço* e *lugar*. Tal escolha se deu pelo fato de não haver, neste trabalho, a pretensão de aprofundar a discussão já existente sobre a relação entre esses dois últimos termos mencionados. Dessa forma, aqui apenas introduz-se, brevemente, os conceitos de *espaço* e *lugar* apresentados pela Professora Cláudia da Silva Pereira, orientadora do presente estudo, no Seminário Internacional “Desafios da Diversidade e da Desigualdade”, realizado na PUC-Rio em setembro

fenômeno particular que não poderia ser observado sem a realização do trabalho de campo: algo que pode ser interpretado como a construção de identidades ocasionais embasadas na lógica de que “[...] quem somos está intimamente conectado a onde estamos [...]”⁷⁰ (BENWELL; STOKOE, 2010, p.12).

No decorrer do texto, a fundamentação teórica será apresentada junto a este e a outros achados da pesquisa de campo realizada durante a edição mais recente do Rock in Rio ocorrida até a conclusão deste trabalho: no ano de 2017, o festival aconteceu nos dias 15, 16, 17, 21, 22, 23 e 24 de setembro na cidade do Rio de Janeiro, no local conhecido como Parque Olímpico da Barra, assim nomeado por ter abrigado boa parte das competições de diversas modalidades esportivas durante as Olimpíadas sediadas pela cidade no ano anterior e que, durante a realização do Rock in Rio, foi transformado na Cidade do Rock. A pesquisa de campo consistiu em uma observação participante feita durante quatro desses sete dias (16, 17, 21 e 23/9/2017) e teve, como objetivos primários: (a) a confirmação, *in loco*, sobre se o Rock in Rio possui, efetivamente e em larga escala, uma audiência formada por indivíduos de diferentes faixas etárias e se constitui, de fato, em um ambiente facilitador de trocas geracionais; (b) a identificação de possíveis formas pelas quais as relações entre consumo, cultura material, e um determinado ambiente geográfico favoreceriam a interação social – em especial, as trocas geracionais já mencionadas.

A referida pesquisa totalizou cerca de quarenta horas presenciais no festival. Foram dezoito shows assistidos entre os Palcos Mundo, *Sunset*, e os dos espaços cenográficos da *Rock Street* e da *Rock District*, além de andanças por toda a Cidade do Rock, que tinham início em horário próximo ao da abertura dos portões, sempre às 14:30h, e se estendiam até a madrugada, normalmente coincidindo com os momentos finais das últimas apresentações no Palco Mundo, o último a encerrar suas atividades e onde tocaram as atrações musicais tidas como as principais do festival. Em função da vasta área a ser explorada – a Cidade

de 2017, e que trouxeram ao estudo o entendimento de *espaço* e *lugar* como viabilizadores da criação de um *ambiente* diferenciado e facilitador de certas práticas sociais: *espaço*, a dimensão geográfica, material e delimitada a partir de parâmetros convencionais; *lugar*, como resultado de uma ocupação do espaço que compreende uma dinâmica de fluxos, conflitos e interações entre pessoas, grupos e instituições, na vida cotidiana.

⁷⁰ Tradução livre do original: [...]who we are is intimately connected to where we are[...].

do Rock possuía um total de trezentos mil metros quadrados de extensão⁷¹ – foi necessário fazer escolhas sobre os ambientes físicos que deveriam ser priorizados na pesquisa. Levando-se em conta seus objetivos primários, acima descritos, optou-se pelo foco na observação das proximidades dos quatro palcos mencionados, por se tratarem dos locais de maior circulação e concentração de pessoas, além das duas arenas batizadas como *Game XP*, ou *Game Experience*, pelo fato de representarem uma novidade na composição do festival - uma área dedicada a diversos tipos de jogos, não exclusivamente aos videogames e demais eletrônicos, que também comportava outras atividades relacionadas a este universo e que serão descritas na última seção deste capítulo. Locais como a tenda eletrônica, cujas atividades tinham início após o encerramento das apresentações no Palco Mundo, as filas de brinquedos tais como a tirolesa e a montanha russa, ou os *stands* de patrocinadores e as ações neles organizadas, não foram contemplados no referido trabalho de campo, justamente em função da necessidade de sua adequação ao escopo e à dimensão da pesquisa anteriormente mencionados.

A seleção dos quatro dias para a pesquisa de campo, entre os sete de realização do Rock in Rio, baseou-se prioritariamente na tentativa de contemplar a maior diversidade possível de apresentações de bandas e artistas em termos musicais – o que, talvez, determinasse uma propensão à existência de públicos distintos a cada dia, principalmente no que diz respeito à sua composição por faixa etária, um dos principais focos de interesse deste trabalho. O objetivo, então, seria entender se, caso fossem confirmadas as premissas relativas à existência de práticas comunicacionais, interações e trocas entre gerações durante a realização do Rock in Rio, estas estariam, por exemplo, conectadas à programação de um dia em especial, a um estilo musical específico, ou ainda, a um artista em particular. Nesse sentido, levou-se em conta não somente a multiplicidade de gêneros e estilos (pop, rock, *heavy metal*, hip-hop e tantos outros)⁷² como também a de bandas tidas como referências musicais para distintas gerações. A título de exemplificar essa busca por variedade, citam-se aqui, em ordem alfabética,

⁷¹ Fonte: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,rock-in-rio-2017-instalacoes-da-cidade-do-rock-ja-estao-funcionando,70001990566>. Acessado em: 15/10/2017.

⁷² Faz-se aqui uso de nomenclaturas empregadas no senso comum, para mencionar alguns dos diferentes estilos musicais encontrados durante as apresentações no Rock in Rio, sem a pretensão de um aprofundamento na complexidade envolvida em certas definições e discussões sobre o tema – a começar, pela própria definição do que pode ou não ser considerado como rock.

algumas das apresentações musicais ocorridas nos dias contemplados pela pesquisa: entre os artistas internacionais, Aerosmith, Alice Cooper, Alicia Keys, Guns n'Roses, Maroon 5, Nile Rodgers e Chic, Shawn Mendes e The Who; entre os nacionais, Blitz, Dinho Ouro Preto, Frejat, Scalene e Titãs.⁷³

A descrição mais aprofundada da pesquisa de campo e de seus principais achados serão apresentadas ao longo do capítulo, bem como a fundamentação teórica que a estruturou e que, também, embasa suas conclusões. A seção a seguir tratará de expor uma revisão literária relativa ao consumo e à cultura material que apontou a direção do trabalho no que diz respeito a esses dois campos de estudo.

4.2

Aportes teóricos sobre consumo e cultura material

O primeiro capítulo deste estudo já trouxe a definição de consumo que norteou o desenvolvimento da pesquisa: este é aqui reconhecido enquanto “[...] fenômeno da ordem e da cultura, como construtor de identidades, como bússola das relações sociais e como sistema de classificação de semelhanças e diferenças na vida contemporânea” (ROCHA, 2005, p.127) que, junto à música – e o rock em particular – argumenta-se, no início do estudo, teria sido um dos principais diferenciais do contexto vivido pelos *baby boomers*⁷⁴ frente às gerações anteriores.

A presente seção tem o propósito de detalhar o conceito adotado para se definir o consumo, bem como estabelecer sua conexão junto ao campo de estudos da cultura material, para então explicitá-lo frente a situações específicas presentes no contexto de realização do Rock in Rio.

Em um trabalho que busca justamente evidenciar as relações estabelecidas entre consumo e cultura material, Miller (2007) revisita algumas das razões pelas quais a literatura sobre o consumo muitas vezes o encara por um viés negativo, dentro do que o autor define como “[...] um peculiar preconceito antimaterial” (MILLER, 2007, p.34), cuja abrangência seria capaz de englobar distintas esferas

⁷³ A programação musical completa da edição de 2017 do Rock in Rio está disponível em: http://rockinrio.com/rio/pt-BR/line-up?filter=date_2017-09-15. Acessado em 1/10/2017.

⁷⁴ Conforme mencionado no primeiro capítulo, levou-se em conta, neste trabalho, a descrição de Grossberg (1992, p.172) relativa ao grupo denominado como *baby boomers*: primeiro grupo nascido após o fim da Segunda Guerra Mundial, nos Estados Unidos, no período delimitado entre os anos de 1946 e 1964.

tais como os âmbitos ambiental, religioso e moral (MILLER, 2007, p.35). No que diz respeito à relação com o meio ambiente, o autor argumenta que as críticas geradas a partir da afirmação de que o consumo “gastaria” recursos escassos ou insubstituíveis poderiam, na verdade, ser direcionadas a outros fatores, tais como a inadequação muitas vezes observada em processos produtivos. A lógica de que o ato de consumir daria prioridade ao materialismo, em detrimento do lado espiritual, seria um dos argumentos críticos no plano religioso. Por último, na esfera moral, haveria uma busca, sem expectativa de consenso, por se estabelecer limites ou níveis de consumo para o que seria moralmente definido como adequado ou necessário. Na visão de Miller (2007), “A combinação dessas críticas levou, por sua vez, a uma caracterização do mundo moderno como um circuito sem fim de ‘signos’ supérfluos levando a uma existência pós-moderna superficial que perdeu autenticidade e raízes” (MILLER, 2007, p.37).

A partir desta abordagem, entende-se que o trabalho de Miller (2007) sugere uma visão do consumo para além de um simples gasto de recursos, algo que fere os valores morais ou espirituais de uma sociedade ou, ainda, apenas como ápice do capitalismo e de seus processos produtivos. Sobre a relação entre produção e consumo, Miller (2007) argumenta:

Se este século viu populações inteiras se identificando através do consumo ao invés da produção, isso poderia ser visto como progresso. Nós poderíamos ter apreciado uma mudança da identidade enquanto fundada em algo que a maioria das pessoas faz por um salário e sob pressão (ver Gortz, 1982), para encontrá-la em um processo sobre o qual eles têm muito mais controle. Nós poderíamos ter argumentado que o capitalismo tem muito mais controle sobre as identidades diretas das pessoas enquanto trabalhadores do que enquanto consumidores. (MILLER, 2007, p.37-38).

O estudo de Miller (2007) foi usado como um dos fios condutores da fundamentação teórica aqui apresentada justamente por empregar uma abordagem positiva, e enquadrar o consumo dentro de um universo próximo e familiar à maior parte das pessoas – o que não ocorre, por exemplo, junto a muitos dos processos de produção, geralmente distantes e pouco conhecidos no meio social. Nesse sentido, cita-se também um trecho do prefácio de Roberto Da Matta a Everardo Rocha (2010) sobre o que denomina-se como consumo:

Aqui, em contraste com a esfera da produção, encontramos o sentido, a recordação, o gosto, o ítem, a qualidade, a sensibilidade, a beleza e a própria construção da identidade pessoal e social como centros de um drama que durante anos foi esquecido pelos estudiosos do capitalismo. [...] Sabemos muito bem o que é produção. Passar da natureza bruta das matérias-primas aos produtos

humanos é algo ligado à raiz da produção, essa transformação de base. Mas o que será o consumo? Bem, o consumo seria esse modo final de inserir o objeto produzido na sociedade, como um objeto social. A carne é diferente da comida; o navio é diferente da embarcação batizada; a casa é diferente do lar; o automóvel é diferente do ‘meu carango’, aquele carrinho que tem me levado pelo mundo e onde eu tenho feito amor e sonhado meus sonhos. (DA MATTA A ROCHA, 2010, p.18-19).

Miller (2007) conclui seu estudo justamente com o argumento de que o consumo não retira o lado humano das relações sociais, tampouco possui um foco reduzido aos bens e objetos. Ao contrário, argumenta que os estudos sobre bens e objetos e, mais especificamente, sobre as relações que se estabelecem entre estes e as pessoas – e que, em grande medida, são facilitadas pelo consumo – proporcionam a certos objetos um “[...] senso de humanidade [...]” (MILLER, 2007, p.52) capaz de demonstrar que, de fato, a materialidade pode ser encarada como uma realidade intrínseca à formação de subjetividades e de laços sociais.

O consumo se traduziria, assim, em um modo de inserção de objetos no meio social, onde estes podem ganhar um ou mais significados distintos ou, ainda, serem ressignificados. A concepção relativa à cultura material que direciona este estudo diz respeito justamente à relevância do papel dos objetos na definição dessas subjetividades e na construção de relações sociais.

Em uma descrição ampla, a cultura material pode ser entendida como o campo de estudos dedicado às relações entre as pessoas e as “coisas” onde estas, independente de serem nomeadas como bens, objetos, artefatos, elementos, símbolos ou mercadorias, em função da nomenclatura adotada pelos diversos autores debruçados sobre o tema, funcionariam como facilitadoras da comunicação e da vida social. Miller argumenta que “Estudos de cultura material trabalham através da especificidade de objetos materiais para, em última instância, criar uma compreensão mais profunda da especificidade de uma humanidade inseparável de sua materialidade” (MILLER, 2007, p.47) e, em segundo estudo, ainda menciona que “Artefatos são meios pelos quais damos forma, e chegamos a um entendimento, sobre nós mesmos, sobre os outros, ou a abstrações tais como a nação ou o moderno”⁷⁵ (MILLER, 1994, p.397).

⁷⁵ Tradução livre do original: *Artefacts are means by which we give form to, and come to an understanding of, ourselves, others, or abstractions such as the nation or the modern.*

A abordagem de Douglas e Isherwood (2013) chama atenção para a forma como os bens são capazes de retratar, de forma física e visível, a hierarquia de valores de quem os escolheu e, analisados em conjunto, dizem muito sobre um determinado indivíduo, seus valores e seu estilo de vida. Nessa perspectiva, o consumo se insere, mais uma vez, enquanto sistema de classificação, de trocas e de ordenação de tais bens, na forma como é descrito por Rocha (2010):

De fato, o domínio do consumo é aquele no qual homens e objetos são postos em contato. É pelo consumo e em seu interior que algumas das mais humanas práticas encontram espaço de realização. O domínio do consumo é o da compra, da venda, das escolhas, dos negócios. E por excelência, um ‘negócio’ humano. Nele, a palavra fundamental é a troca. Homens, objetos, valores e dádivas são trocados, adquiridos e retribuídos. Na esfera do consumo homens e objetos adquirem sentido, produzem significações e distinções sociais.

Pelo consumo, os objetos diferenciam-se diferenciando, num mesmo gesto e por uma série de operações classificatórias, os homens entre si (ROCHA, 2010, p.84).

Um trecho do trabalho de Martin-Barbero (2008) sobre as sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens do século XXI explicita ainda, com clareza, alguns dos pontos a serem abordados ao longo do capítulo, no que concerne à presença da cultura material entre as formas de comunicação utilizadas pelos jovens contemporâneos:

Os sujeitos com os quais vivemos, especialmente entre as novas gerações, percebem e assumem a relação social como uma experiência que passa fortemente pela sensibilidade – que é, em muitos sentidos, sua corporeidade – e por meio da qual alguns jovens, que falam muito pouco com os adultos, acabam *lhes dizendo* muitas coisas. Os jovens nos falam hoje através de outros *idiomas*: dos rituais de vestir-se, tatuar-se, adornar-se [...] (MARTIN-BARBERO, 2008, p.21).

E é complementado, na sequência, pela visão de Lima (2011):

Na transmissão e reprodução do significado cultural, os símbolos são agentes ativos. São eles que ordenam a vida social, recriando-a continuamente, de tal forma que esta é uma dimensão da cultura material que não pode ser ignorada. [...] Por meio de discursos materiais, as pessoas falam silenciosamente sobre si mesmas, sobre sua visão de mundo, sobre o que não pode ou não deve ser dito verbalmente, e aí reside a sua força. (LIMA, 2011, p.19).

Levando-se em conta a proposta de observar os elementos da cultura material inerentes às práticas comunicacionais específicas de um determinado cenário – o âmbito dos festivais de música e do Rock in Rio em particular – buscou-se aqui empregar a visão de alguns autores como aporte teórico e

embasamento à ideia do consumo e da cultura material como parte integrante das relações sociais que, em grande medida, nos ajudam a entendê-las. O passo seguinte foi então compreender as formas pelas quais esses conceitos, de fato, se fazem presentes no contexto do festival - o que se traduz no objetivo das duas seções a seguir.

4.3

A música, o vestuário e os usos do corpo

A pesquisa de campo confirmou as premissas, já indicadas pelas pistas iniciais citadas na introdução deste estudo, de um público composto por indivíduos de diferentes faixas etárias e da caracterização do Rock in Rio enquanto um ambiente propício à configuração de uma série de trocas geracionais no que diz respeito à interação social e à práticas comunicacionais. A suposição de que a pluralidade de gerações poderia estar ligada a um estilo musical, artista ou banda em particular não se concretizou: pode-se afirmar que esse foi um dos aspectos unanimemente observados nos quatro dias de realização do festival compreendidos na pesquisa, destacando-se, em um primeiro momento, a presença visível de muitos pais e/ou mães com seus filhos adolescentes e, até mesmo, algumas crianças (Figura 3).

Figura 3: Famílias com adolescentes e crianças no Rock in Rio.





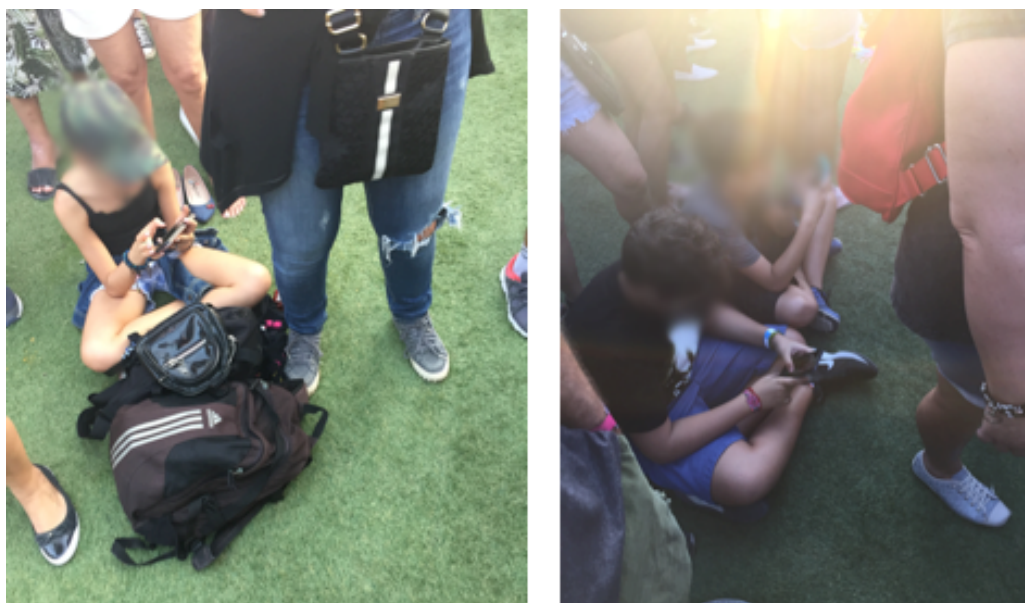
Fonte: Acervo pessoal da autora. Registros da edição de setembro de 2017 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

Ao caminhar pela Cidade do Rock, também foi identificada, com certa facilidade, a presença de grupos compostos por indivíduos de distintas gerações, e de variadas dimensões, muitas vezes formados por indivíduos com algum vínculo de parentesco – o que foi confirmado em breves conversas, com estes, ocorridas durante o trabalho de campo. Além disso, notava-se também, na composição maciça da audiência, a presença de pessoas de idades variadas, porém agrupadas exclusivamente junto a outras de faixa etária aparentemente similar. Vale mencionar, no entanto, que em diversos momentos e de muitas maneiras, esses indivíduos ou grupos, independentemente da idade, apresentavam comportamentos muito similares aos de outros indivíduos ou grupos de faixa etária bastante distinta. E, ao mesmo tempo, havia ocasiões em que notava-se claramente a existência de símbolos e preferências conectados a uma determinada geração. A seguir serão descritos exemplos que se referem a essas situações.

A participação conjunta ao cantar e ao interagir com cada um dos artistas, durante suas apresentações musicais, traduziu-se em exemplos ilustrativos das similaridades e diferenças observadas nas atitudes destes distintos grupos etários que compunham a audiência do festival. De modo geral, foi notada a participação de pessoas de diferentes gerações na maior parte dos shows acompanhados ao longo do trabalho de campo. Mas, entre eles, notaram-se algumas distinções no que diz respeito a atitudes e comportamentos a cada show. Por exemplo,

apresentações como as das bandas Maroon 5 e Guns n'Roses, ou ainda dos brasileiros Frejat e Skank, pareceram unânimes na conquista de um público eclético, onde fez-se nítida a presença dos citados grupos com integrantes de distintas gerações – incluindo as muitas famílias com filhos adolescentes - em que todos dançavam e cantavam letras completas de várias canções. Já em outras apresentações era visível o interesse e o despertar de um determinado público composto por uma faixa etária homogênea. Nesse sentido, chamou particular atenção o show da banda brasileira Blitz, ocorrido ainda no cair da tarde, no Palco *Sunset*. Apesar da audiência formada majoritariamente por grupos compostos por indivíduos de distintas gerações – novamente, notou-se a presença em peso de famílias com filhos adolescentes – observou-se o que seriam os pais e as mães, e todos aqueles na faixa dos quarenta ou cinquenta anos, cantando e dançando com visível empolgação, muitos casais abraçados e muitos grupos em franca diversão, enquanto seus filhos, ali ao lado, pareciam visivelmente surpresos com a empolgação dos pais. A partir de um determinado momento, optaram então por estender cangas, sentar-se no gramado e manusear seus celulares (Figura 4) e, assim, passar o tempo e aguardar o momento de se direcionar às atividades e shows que efetivamente os interessavam – entre estes, possivelmente, o do cantor americano Shawn Mendes, que começaria logo em seguida, e um dos poucos a chamar atenção pela participação quase exclusiva do público adolescente. Enquanto isso, seus pais assistiam e aplaudiam Evandro Mesquita, vocalista da Blitz, visivelmente emocionado, entoar os primeiros trechos da canção “A dois passos do paraíso” e fazer alusão à sua apresentação no primeiro Rock in Rio, em 1985, para afirmar que “... música boa não tem prazo de validade”.

Figura 4: Adolescentes em show da Blitz.



Fonte: Acervo pessoal da autora. Registros da edição de setembro de 2017 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

No que diz respeito à homogeneidade de comportamentos atestada presencialmente em pessoas ou grupos de diferentes faixas etárias, a situação vivenciada durante o show do grupo The Who pareceu bastante peculiar – tido por muitos como uma das apresentações mais aguardadas do Rock in Rio por aqueles na casa dos cinquenta ou sessenta anos, que tiveram o Festival de Woodstock e o rock dos anos 1960 como referências musicais na juventude, o grupo pareceu, na verdade, despertar o interesse de uma audiência variada no que concerne à faixa etária. O público que esteve à minha volta, durante este show, exemplificou bem a situação; ao meu lado esquerdo havia dois rapazes e uma moça, com não mais do que vinte e cinco anos, cantando todas as canções e vibrando a cada interação da banda com o público. À minha frente, um outro grupo com exatamente o mesmo comportamento, porém já na faixa etária dos seus cinquenta anos. E, durante a segunda metade do show, um terceiro grupo, na casa dos vinte anos, se posicionou ao meu lado direito. Feições entediadas, resolveram se sentar. E mencionaram, entre si, que aquele já seria um bom local para aguardar o próximo show, a saber, o do grupo Guns n’Roses. Portanto, em um pequeno espaço físico, durante um curto trecho de um dos shows, já se tornou possível observar uma série de distintas situações no que concerne a atitudes comportamentais conectadas a distintas faixas etárias.

Ainda em torno da audiência nas apresentações musicais, os chamamentos aos protestos de cunho político, ou em favor de causas sociais e ambientais realizados por variados artistas, foram amplamente atendidos por um público heterogêneo no aspecto geracional, com exceção de parte dos adolescentes e também das crianças, cuja presença se mostrou frequente nas plateias de muitas apresentações. Entre os artistas nacionais, prevaleceram os protestos contra a corrupção e a classe política brasileira, que se fizeram presentes em praticamente todos os shows acompanhados pela pesquisa – desde Skank, Titãs e Frejat, no Palco Mundo, até Dinho Outro Preto, em um show *solo* realizado no palco da *Rock District* e composto por um repertório, denominado por ele mesmo, como voltado ao *punk rock*.

As descrições do público e de suas manifestações até aqui mencionadas, observadas no contexto de realização do Rock in Rio, validam a fundamentação teórica já aprofundada no primeiro capítulo deste estudo, que aponta para os festivais de música contemporâneos enquanto ambientes aos quais se atribui uma dupla função: ao mesmo tempo em que reforçam o senso de comunidade e de outros laços presentes no cotidiano (DUFFY, 2014, p.240), por promoverem, por exemplo, a oportunidade de expressão conjunta em favor de determinadas causas comuns – como é o caso das manifestações contra a corrupção na política brasileira ocorridas durante o Rock in Rio - os festivais de música se traduzem em uma quebra na rotina (BENNETT; WOODWARD, 2014, p.11) onde se encontra espaço para formas de dançar, de se vestir e se expressar através do corpo que dificilmente se concretizariam no dia a dia. Bennet e Woodward (2014, p.11) citam ainda Dowd, Liddle e Nelson (2004, p.149), para reforçar tal ideia sobre os festivais de música na atualidade: “[...] longe das expectativas da vida cotidiana, fãs e artistas podem mergulhar em uma cultura particular e experimentar diferentes identidades”⁷⁶.

No que diz respeito à experimentação de identidades, a pesquisa de campo mapeou o que foi considerado um relevante achado, relacionado também à esfera da cultura material: o uso de roupas, de acessórios, de penteados, dos itens que se carrega – entre eles, as cangas, frequentemente usadas para se sentar no gramado, à espera dos shows - e de outros “artefatos que acompanham o corpo”

⁷⁶ Tradução livre do original: [...] *away from the expectations of everyday life, fans and performers can immerse themselves in a particular culture and experiment with different identities.*

(GUERRA, 2016) como algo que efetivamente compõe o que esta mesma autora denomina enquanto um “modo de vida festivaleiro”, já mencionado anteriormente no presente estudo. E que culmina na construção do que aqui se entende por identidades ocasionais, ou seja, identidades que só se formam e se manifestam em função, especificamente, do comparecimento e da sensação de se fazer parte de um determinado acontecimento fora da rotina, como é o caso da participação em um festival de música como o Rock in Rio.

Nas mais diversas situações da vida social, o vestuário se inclui no universo de bens capazes de comunicar algo sobre as pessoas, suas escolhas, preferências e sua hierarquia de valores (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013). Mas, durante a realização do Rock in Rio, observou-se que o modo de se vestir converte-se em uma prática comunicacional ainda mais acentuada: as pessoas parecem ter a intenção explícita de usar roupas e acessórios que expressam alguns de seus valores ou certos aspectos de seu estilo de vida. As camisetas com fotos e nomes de bandas – estando estas presentes ou não na programação do festival – são uma constante e dizem algo sobre preferências musicais (Figura 5).

Figura 5: Camisas com nomes e imagens de bandas musicais.





Fonte: Acervo pessoal da autora. Registros da edição de setembro de 2017 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

Durante a pesquisa de campo, também foi amplamente observado, entre a audiência, o uso de camisetas, broches e outros acessórios que fazem alusão à participação em outros festivais de música espalhados pelo mundo ou, ainda, em grupos com “traços subculturais” (HAENFLER, 2014) - entre eles, por exemplo, os motoqueiros Harley-Davidson, além dos adeptos do *heavy metal* e do movimento punk (Figura 6).

Figura 6: Camisas com menção a outros festivais ou a traços subculturais.



Fonte: Acervo pessoal da autora. Registros da edição de setembro de 2017 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

E, ainda, notou-se a reincidência de camisas com dizeres tão diretos e específicos – sendo muitos na língua inglesa - que pareciam, por parte de quem as vestia, comunicar mensagens bastante explícitas ao restante do público (Figura 7). Alguns exemplos de dizeres encontrados nas camisas: *You can't stop rock-n-roll; Feel no fear; Hey music thanks for the therapy*⁷⁷; *Something better will come up*; e “Bem-vindo ao Rio” traduzido em quatro idiomas (português, francês, inglês e alemão)⁷⁸.

⁷⁷ Esta camisa, em especial, foi posteriormente encontrada à venda na loja de uma rede de varejo, na cidade do Rio de Janeiro, e lá anunciada como item de uma coleção de roupas chancelada oficialmente pela marca Rock in Rio.

⁷⁸ Algumas destas camisas chamaram atenção, pela originalidade, logo no início da pesquisa de campo, porém só foram notadas enquanto tendência de vestuário no decorrer de sua realização. Por essa razão, não há registro fotográfico de todas as que aqui são citadas, apesar de terem constado da observação participante realizada ao longo desta pesquisa.

Figura 7: Mensagens nas camisas.



Fonte: Acervo pessoal da autora. Registros da edição de setembro de 2017 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

O vestuário, os acessórios e itens complementares – tais como óculos escuros, bonés, broches, penteados, cangas, maquiagens bem produzidas e toda a materialidade que sugere o “modo de vida festivaleiro” (GUERRA, 2016) - se consomem, então, enquanto elementos intrínsecos aos usos que se fazem do corpo e que tomam parte na construção e exposição de traços identitários, na forma como estas são concebidas, segundo Benwell e Stokoe (2010), e que parecem intimamente conectadas ao fato de se estar presente e se reconhecer como parte integrante do ambiente que compõe o Rock in Rio:

Além dos dados relativos à fala, consideramos uma série de outras práticas e domínios semióticos, incluindo sinais, fotografias das atividades das pessoas em locais específicos, além de gestos incorporados e outras ações de interação. As pesquisas do discurso são muitas vezes criticadas por ignorar a "materialidade" do "mundo real" ou o papel do "corpo" na interação e na construção da identidade. [...] Além disso, "o corpo" não é separado da interação verbal, mas uma parte a ela agregada⁷⁹. (BENWELL; STOKOE, 2010, p.12).

⁷⁹ Tradução livre do original: *In addition to language data, we consider a number of other practices and semiotic domains, including signs, photographs of people's activities in particular locations, and embodied gestures and other conduct in interaction. Discourse researches are often criticised for ignoring the 'materiality' of the 'real world' or the role of 'the body' in interaction and identity construction. [...] Moreover, 'the body' is not separate from verbal interaction, but an aggregate part of it.*

E completam:

Podemos começar a ver como a identidade está ligada não "apenas" a conversas e textos, mas também a outras 'práticas em interação', tais como movimentos corporais no espaço físico. No entanto, o 'espaço físico' não é um fenômeno objetivo e neutro, mas inevitavelmente socialmente construído por agentes humanos e suas práticas semióticas. As fronteiras nacionais, as paredes em torno das casas, os portões para a terra, as estradas para o trânsito e os pavimentos para as pessoas são produtos de práticas sociais e devem ser mantidos continuamente (isto é, reconstruídos) para cumprir suas funções organizadoras de canalização da atividade humana⁸⁰. (BENWELL; STOKOE, 2010, p.208).

No decorrer da pesquisa de campo, notou-se que a composição do vestuário contribuiu para a construção identitária de seus participantes também no plano coletivo, junto a outros domínios como a fala, os gestos e demais formas de interação social (BENWELL; STOKOE, 2010, p.12). Nesse sentido, o vestuário surge, durante a realização do Rock in Rio, como recurso simbólico capaz de fortalecer os laços de pertencimento e de coesão de determinados grupos que o frequentam juntos. A compra e uso de uma camiseta com o slogan "Rock in Rio. Eu fui", por parte de diversos membros de um mesmo grupo, ou dos demais itens à venda nas lojas oficiais do evento, tais como bonés, bolsas e cangas, representam bem o reforço à sua coesão. A interligação entre indivíduos e objetos, no âmbito do Rock in Rio, também pode ser observada tendo em vista o que as pessoas compram, ou o que levam para casa como recordação. Porém, o aspecto que chamou particular atenção, no que diz respeito ao vestuário enquanto elemento da cultura material, produtor de significados no que remete à coletividade, foi o fato de muitos grupos fazerem uso de certos bens no sentido de estabelecer uma relação que ultrapassa o conceito do consumo enquanto "bússola das relações sociais" (ROCHA, 2005), para englobar também o que Miller (2007, p.47) define como uma "transformação material [...]" que envolve "[...] uma apropriação altamente produtiva e criativa desses bens" (MILLER, 2007, p.47) a serem, neste momento, aqui exemplificadas: durante os quatro dias de pesquisa de campo *in loco*, na Cidade do Rock, observou-se a existência de diversos grupos

⁸⁰ Tradução livre do original: *We can begin to see how identity is bound up not 'just' in talk and text, but also in other 'practices-in-interaction' such as bodily movement in physical space. However, 'physical space' is not an objective, neutral phenomenon but inescapably socially constructed by human agents and their semiotic practices. National boundaries, walls around houses, gates to land, roads for traffic and pavements for people are all products of social practices, and have to be continually maintained (that is, reconstructed) to fulfill their organizing functions of channeling human activity.*

que optaram por confeccionar, por conta própria, itens de vestuário pensados de forma a serem usados e produzirem significado exclusivamente em função de sua participação no Rock in Rio, além de combinações de itens já existentes e padronizados, porém usados, durante o festival, de forma a reunir o grupo em torno de um objeto e, assim, torná-lo visualmente distinto do restante do público. Citam-se aqui alguns destes exemplos, embasados por curtas interações verbais realizadas junto a tais grupos durante o trabalho de campo, além das imagens que os ilustram, no intuito de facilitar a visualização desta apropriação criativa do vestuário que se pretende demonstrar: (a) primeiramente, um grupo formado por dois casais, onde todos usavam camisas iguais, cuja ilustração trazia as imagens de suas próprias caricaturas aliadas à marca oficial do Rock in Rio (Figura 8).

Figura 8: Camisas com caricaturas do grupo junto à marca Rock in Rio.





Fonte: Acervo pessoal da autora. Registros da edição de setembro de 2017 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

(b) Um grupo formado exclusivamente por mulheres de distintas gerações, onde algumas possuíam relações de parentesco (irmãs; mães e filhas) e parte das mais velhas tinham estado em todas as edições do festival realizadas no Rio de Janeiro, o que fizeram questão de informar nas camisas idênticas que usavam (Figura 9).

Figura 9: Grupo feminino com frequentadoras de todas as edições.



Fonte: Acervo pessoal da autora. Registros da edição de setembro de 2017 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

(c) A família que não só mandou fazer a própria camisa, como se preocupou em adequar outros acessórios para formar um visual uniforme; e fizeram questão de se posicionar de frente e de costas para o registro aqui exposto (Figura 10).

Figura 10: Família com vestuário propositadamente homogêneo.



Fonte: Acervo pessoal da autora. Registros da edição de setembro de 2017 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

(d) Os dois amigos adolescentes que optaram por ir ao Rock in Rio vestindo camisetas iguais, sendo que a mesma trazia a imagem de sua banda favorita (Figura 11).

Figura 11: Amigos adolescentes com camisetas iguais de sua banda favorita.



Fonte: Acervo pessoal da autora. Registros da edição de setembro de 2017 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

(e) O “Clube dos Canalhas”, autodenominação de um grupo de amigos que optou por estampá-la em suas próprias camisetas, junto à marca Rock in Rio (Figura 12).

Figura 12: Grupo autodenominado “Clube dos Canalhas”.



Fonte: Acervo pessoal da autora. Registros da edição de setembro de 2017 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

(f) O extenso grupo que usou chapéus iguais, customizados com broches que faziam referência a edições passadas do Rock in Rio, a bandas musicais e a marcas de motocicletas (Figura 13) e que, pelo próprio formato do item, chamava atenção em meio à audiência de um dos shows, como também teve alguns de seus membros reconhecidos em outros locais da Cidade do Rock englobados pela pesquisa.

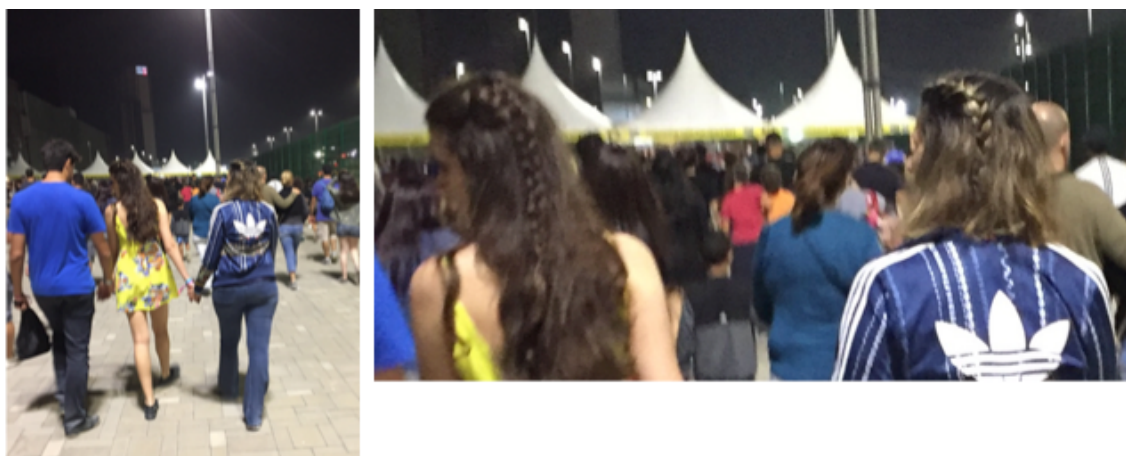
Figura 13: Chapéu que identificava o grupo em meio à audiência.



Fonte: Acervo pessoal da autora. Registros da edição de setembro de 2017 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

(g) Por último, o que pareciam ser mãe e filha na saída de um dos dias do festival, usando penteados iguais, o que, possivelmente, não se traduz em uma prática de sua rotina (Figura 14).

Figura 14: Supostas mãe e filha com o mesmo penteado.



Fonte: Acervo pessoal da autora. Registros da edição de setembro de 2017 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

Vale mencionar, aqui, que a maior parte das fotos foi tirada ainda à luz do dia, pelo fato deste horário permitir melhor circulação e visualização do público, em função de um menor contingente de pessoas e da própria iluminação no ambiente; e, também, faz-se relevante ressaltar como o trabalho de campo se tornou prazeroso e de fácil realização sob vários aspectos, porém, majoritariamente, como resultado da reciprocidade de todos os abordados, da facilidade com que falavam sobre seu vestuário, sobre o grupo do qual faziam parte, e se deixavam fotografar sem muitos questionamentos, a partir do momento em que me identificava como pesquisadora.

Os exemplos descritos e ilustrados ao longo desta seção procuraram apontar para situações concretas, ocasionadas no ambiente físico de realização do Rock in Rio – a Cidade do Rock - onde fenômenos do consumo e da cultura material foram interpretados como facilitadores da expressão de subjetividades e da interação social. Além disso, remetem à possibilidade de construção de identidades diretamente conectadas à presença em um determinado ambiente, ou à participação em uma situação específica. Esta é a ideia de concepção de identidades ocasionais mencionada ao longo da seção, que pretende se sustentar não somente pelos dados gerados na referida pesquisa de campo, como também por argumentações teóricas tais como a de Bucholtz e Hall (2003):

Uma das maiores fraquezas de pesquisas anteriores sobre identidade, na verdade, é a suposição de que as identidades são atributos de indivíduos ou grupos, ao invés de situações. [...] Mas a identidade é inerente às ações, não às pessoas. Como produto de uma ação social localizada, as identidades podem mudar e se

recombinar para atender a novas circunstâncias.⁸¹ (BUCHOLTZ; HALL, 2003, p.376).

Torna-se importante destacar um aspecto adicional observado durante o trabalho de campo associado às trocas geracionais ocasionadas na Cidade do Rock. Notou-se que certas perspectivas compreendidas no estudo de Pais (1993) e descritas enquanto atributos relacionados diretamente à temática das culturas juvenis, durante a realização do festival pareceram se estender e produzir significado para outros grupos ou indivíduos, das mais diversas faixas etárias, que compõem a audiência do festival. As referidas perspectivas são:

- (1) O entendimento das culturas juvenis, sobretudo, como culturas orientadas para o lazer e para a sociabilidade.
- (2) A função da música – em especial, do *rock* – enquanto “pólo gregário de sociabilidades juvenis” (PAIS, 1993, p.105).
- (3) Os concertos e festivais de rock tidos como saídas ocasionais que marcam uma ruptura na rotina e são entendidos como uma das formas de organização coletiva do tempo capazes de reforçar as sociabilidades entre os jovens (PAIS, 1993, p.110).
- (4) O conceito de “fachadas culturais” (PAIS, 1993, p.102) construídas no contexto das culturas juvenis, onde se encontra inserida uma série de elementos intrínsecos à cultura material, tais como roupas, acessórios, cortes de cabelo e as próprias expressões do corpo, considerados fenômenos de comunicação repletos de significados e valores simbólicos.

Nesse sentido, Pais argumenta:

O simbolismo da aparência é entre os jovens revelador de expressões de identidade grupal, sendo as identificações acompanhadas por complexos e subtis processos de diferenciação. O vestuário, em particular, aparece entre os jovens

⁸¹ Tradução livre do original: *One of the greatest weaknesses of previous research on identity, in fact, is the assumption that identities are attributes on individuals or groups rather than of situations. [...] But identity inheres in actions, not in people. As the product of situated social action, identities may shift and recombine to meet new circumstances.*

como um instrumento de integração grupal, um poder simbólico [...] Com o vestuário, os jovens pretendem afirmar um *estilo de vida* no sentido em que Weber utilizava este conceito, isto é, como um meio de afirmação e de diferenciação de *status*. Neste sentido, os estilos de vida juvenis apresentam-se como um fenômeno de comunicação que envolve formas concretas de produção de estilo (o vestuário, mas também os penteados, os modos, as linguagens, os objetos, os hábitos, os lazeres, a educação, etc.). Hábitos, posturas, vestimentas e gestos combinam-se, de maneira intencional, numa lógica de significação [...] No próprio corpo se torna legível o respeito pelos códigos ou os desvios em relação a determinados sistemas de comportamento. (PAIS, 1993, p.99-101).

E completa:

Em suma, objetos simbólicos como a música, o vestuário, a aparência, a linguagem, as formas de interação, são cristalizações expressivas que ajudam a definir a identidade dos grupos, isto é: como todas as construções culturais, os usos simbólicos desses objetos ajudam a expressar e a consolidar uma identidade dotada de ‘coerência interna’ que, de certo modo, pressupõe uma oposição relativamente a outros grupos contra os quais essa identidade é definida. (PAIS, 1993, p.106).

A centralidade ocupada, na sociedade contemporânea, por valores e comportamentos tipicamente associados à ideia de juventude, mostrou-se prevalente também no ambiente de realização do Rock in Rio, manifestando-se amplamente em formas de expressão, comunicação e definição identitária por parte de um público formado por indivíduos de diferentes faixas etárias; tais formas de expressão, comunicação e definição identitária acabaram por se traduzir, assim, em importantes mediadoras da interação entre gerações. A concepção da juventude enquanto: “[...] uma representação social que concilia valores positivos relacionados ao seu estilo de vida, como modernidade, liberdade, felicidade, amizade, sociabilidade, beleza, entre outros” (ROCHA; PEREIRA, 2009, p. 98), também no Rock in Rio, extrapola o conceito da idade cronológica e se desdobra em uma série de situações que envolvem o convívio social, entre elas, as que foram visivelmente observadas no festival e que o conceito de Rocha e Pereira (2009) ajuda a descrever:

Os adultos já não apenas controlam, eles *consomem* a juventude. [...] Consumindo a juventude e seus estilos de vida, os pais se parecem cada vez mais com seus filhos, os avós com seus netos. Ainda que a alteridade se mantenha, já que a disputa pelo poder e pelo controle faz parte de toda dinâmica social, o que marca a relação entre as gerações já não é mais o conflito. O embate tão inspirador das forças antagônicas, que foram fundamentais para os movimentos políticos e culturais que conduziram os caminhos do mundo em décadas passadas, foi substituído pela tendência de aproximação entre gerações. Se, antes, os adultos estabeleciam regras para a juventude, hoje ela é a regra. (ROCHA; PEREIRA, 2009, p. 100).

Nesse sentido, cita-se ainda a concepção de juventude enquanto construção social descrita por Groppo (2000), à qual parecem se adequar o ambiente e o público do Rock in Rio descritos ao longo do capítulo:

[...] a juventude é uma concepção, representação ou criação simbólica, fabricada pelos grupos sociais ou pelos próprios indivíduos tidos como jovens, para significar uma série de comportamentos e atitudes a ela atribuídos. Ao mesmo tempo, é uma situação vivida em comum por certos indivíduos. Na verdade, outras faixas etárias construídas modernamente poderiam ser definidas assim, como a infância, a Terceira Idade e a própria idade adulta. Trata-se não apenas de limites etários pretensamente naturais e objetivos, mas também, e principalmente, de representações simbólicas e situações sociais com suas próprias formas e conteúdos que têm importante influência nas sociedades modernas. (GROPPO, 2000, p. 7-8).

A seção seguinte busca tratar de outras situações deparadas durante a pesquisa de campo, realizada no Rock in Rio, que englobam trocas geracionais, além de questões relativas aos campos do consumo e da cultura material enquanto facilitadores das relações sociais, cujas abordagens foram propostas, até o momento, ao longo deste capítulo.

4.4 **Interações sociais para além da música**

A pesquisa de campo realizada durante a edição de 2017 do Rock in Rio confirmou a tendência, já apontada anteriormente por Herschmann e Queiroz (2012, p. 100), de inclusão de opções de lazer, no âmbito do festival, para além das apresentações musicais. Notou-se a manutenção de atrações de edições anteriores, tais como a tirolesa montada em frente ao maior palco (o Palco Mundo), a montanha russa e a roda gigante com vista panorâmica para a Cidade do Rock; outras tiveram seu espaço físico e escopo ampliados, como foi o caso da *Rock Street*, que se desdobrou em uma segunda área cenográfica - a *Rock District* - onde, além das já existentes opções de alimentação, de ações promocionais patrocinadas, de venda de produtos licenciados e de pequenos palcos que abrigavam shows de menor duração, foram incluídas ainda novas atrações, entre elas a Calçada e a Parede da Fama. Na primeira, visualizavam-se, no que seria a réplica de uma calçada, nomes de artistas e bandas, cada qual com a indicação das edições do Rock in Rio em que se apresentaram; a segunda trazia as marcas das

mãos de alguns destes artistas estampadas em um grande painel, onde muitas pessoas tiravam fotos de suas próprias mãos entre as marcas das do artista de sua preferência. Por último, a edição de 2017 do Rock in Rio inaugurou uma área que a pesquisa de campo realizada mapeou como sendo a maior novidade do festival no que diz respeito às referidas opções de lazer: duas grandes arenas, utilizadas para competições esportivas durante as Olimpíadas de 2016, e agora batizadas de *Game XP*, ou *Game Experience*. Tratava-se de uma área um pouco mais afastada, geograficamente, dos palcos e demais ambientes que compunham o festival. Ao adentrá-la, mal se ouvia o início das apresentações musicais. Naquele espaço era possível participar de uma série de jogos - majoritária porém não exclusivamente eletrônicos - além da possibilidade de ter feita *in loco* sua própria caricatura, como também comprar revistas em quadrinhos e ilustrações com os mais variados temas, interagindo pessoalmente com os artistas que as criaram, ali presentes para divulgar seu trabalho. Houve até mesmo um concurso *cosplay*⁸². Novamente, foi possível notar a presença de pessoas das mais diversas faixas etárias interagindo em tais atividades.

Entende-se que a participação de indivíduos e grupos em boa parte das opções de lazer e entretenimento para além do campo musical, proporcionadas no âmbito do Rock in Rio, se configuram em práticas adequadas ao conceito proposto por Pereira, Siciliano e Rocha (2015) enquanto “consumo de experiência”, assim denominado por remeter “[...] à ideia de ‘experiência’ como o objeto, ele mesmo, a ser consumido [...]” (PEREIRA; SICILIANO; ROCHA 2015, p.7) e onde a subjetividade sempre se fará presente, mesmo quando a experiência é vivenciada de forma coletiva (PEREIRA; SICILIANO; ROCHA, 2015, p.10).

No sentido da coletividade, ainda que se leve em conta o perfil generalista (HERSCHMANN; QUEIROZ, 2012, p.109) já mencionado, destaca-se a capacidade do Rock in Rio em ser visto de forma positiva por grupos e indivíduos de distintas gerações, como se tornou parte da vida de algumas pessoas, objeto de desejo para outras, faz com que pais e filhos o frequentem juntos e, muitas vezes, se torna ponto de encontro para amigos que há tempos não se veem. As diversas

⁸² Nunes (2015, p.23-24) define *cosplays* como “roupas de brincar” e *cosplayers* como “[...] jovens fantasiados de personagens midiáticos [...]”. E completa: “Fazer cosplay diz respeito a uma prática comunicativa, cultural e de consumo em que os participantes não apenas se vestem, mas sobretudo atuam como personagens das mais variadas narrativas” (NUNES, 2015, p. 24).

práticas de interação proporcionadas pelo oferecimento de inúmeras atrações, aqui entendidas como intrínsecas ao conceito de “consumo de experiência” (PEREIRA; SICILIANO; ROCHA, 2015, p.10), reforçam a própria ideia do consumo, por si só, enquanto fenômeno facilitador das relações sociais. Além disso, se mostram alinhadas ao atual direcionamento estratégico definido pela equipe organizadora do Rock in Rio, conforme declarado por um de seus principais executivos⁸³, de proporcionar cada vez mais experiências inesquecíveis ao seu público não somente através da música, como também de outras atividades ligadas ao campo do lazer e do entretenimento. Atividades estas que, possivelmente, parte do público ainda enxergue como secundárias, tomando-se como base os relatos contidos nas entrevistas em profundidade realizadas com alguns frequentadores do festival, cujo conteúdo é o foco do capítulo a seguir.

4.5

Síntese do capítulo

Dentre as diversas abordagens possíveis, no que concerne às conexões entre consumo, cultura material e o amplo universo intrínseco à realização do Rock in Rio, buscou-se tratar aqui daquelas reconhecidas enquanto expressões de comunicação, integração e construção identitária de indivíduos ou grupos constituintes de sua audiência – um conjunto de práticas, assim identificadas, em função da pesquisa de campo realizada na edição carioca de 2017 do festival. Houve, também, ao longo de todo o capítulo, a preocupação em explicitar o conteúdo teórico que fundamentou suas conclusões. Outros aspectos destes dois campos de estudo – o consumo e a cultura material – são mencionados, em outros momentos do texto, em função de sua relevância e adequação ao escopo do estudo aqui apresentado. Entre eles, constam as referências aos itens materiais, guardados como recordação por alguns frequentadores desde a primeira edição do Rock in Rio, em 1985, que foram citados durante as entrevistas em profundidade que serão descritas a seguir.

⁸³ Informação fornecida por Luís Justo, apresentado como CEO do Rock in Rio, em palestra realizada no auditório do Instituto de Administração e Gerência (IAG) da PUC-Rio, no dia 10/10/2017.

5

O Rock in Rio para distintas gerações

O objetivo do presente capítulo é relatar os principais achados referentes ao segundo momento do trabalho de campo compreendido no escopo da pesquisa: as entrevistas em profundidade realizadas com integrantes de três famílias, que representam diferentes gerações e que frequentam – ou frequentaram – o Rock in Rio desde 1985, ano de sua primeira edição. As referidas entrevistas tiveram o propósito de identificar as possíveis semelhanças e diferenças entre os significados do festival nas histórias de vida de indivíduos destas distintas gerações que ainda compõem seu público nos dias atuais.

5.1

Uma perspectiva sobre “geração”

Dentre os significados conferidos ao termo “geração”, foram encontradas múltiplas definições, tais como: “grau de filiação; conjunto dos homens da mesma época; tempo médio da duração da vida humana; família, parentela, linhagem, genealogia; descendência; gente; nação”⁸⁴, sendo que somente algumas se aplicam efetivamente ao contexto aqui proposto. Viu-se surgir, assim, a necessidade de elucidar de forma objetiva o significado atribuído à ideia de geração pela pesquisa, que consiste, basicamente, no conjunto de pessoas que vivem ou viveram em uma mesma época, e para a qual é possível listar uma série de palavras que carregam sentidos semelhantes, entre elas: “gente, pessoal, pessoas, grupo, turma, galera, nação, massa”⁸⁵. No que se refere ao âmbito dos festivais de música, em especial, encontram-se certas citações, ao longo deste trabalho, em que a ideia de geração é explicitada justamente a partir do uso de algumas destas palavras, como o trecho da publicação de Tiber e Monte (2009, p.270), citada no capítulo 1, que menciona a existência da “[...] nação Woodstock”, em referência às pessoas que compunham a audiência do festival homônimo realizado em 1969.

A título de breve fundamentação teórica, faz-se uso da revisão bibliográfica provida por Groppo (2000), que engloba uma série de análises sobre a obra de estudiosos que se debruçaram sobre temáticas relativas a questões

⁸⁴ Fonte: <https://dicionariodoaurelio.com/geracao>. Acessado em: 11/11/2017.

⁸⁵ Fonte: <https://www.sinonimos.com.br/geracao/>. Acessado em: 12/11/2017.

geracionais. Destaca-se, nesse sentido, sua visão sobre o trabalho de Mannheim (1982 [1952]), autor que “[...] procurou definir a geração como um ‘fato coletivo’, como uma forma de situação social” (GROPPO, 2000, p.19), noção da qual Groppo (2000) se utiliza para estabelecer uma analogia junto ao próprio conceito de juventude que procura definir – analogia esta que interessou especialmente ao presente estudo:

[...] analogamente ao conceito de juventude, a unidade de uma geração não é um grupo concreto como família, tribo ou seita. Enquanto um grupo social concreto define-se como ‘união de um número de indivíduos através de laços naturalmente desenvolvidos ou conscientemente desejados’, a geração é estruturalmente semelhante à posição de classe de um indivíduo na sociedade. Se a posição de classe é baseada na situação comum de certos indivíduos dentro das estruturas econômicas e de poder, a situação de geração é ‘baseada na existência de um ritmo biológico na vida humana’. Tanto a vivência de uma posição de classe quanto a experiência comum de indivíduos situados em uma mesma fase crucial do curso da vida – segundo Mannheim, a juventude – ‘proporcionariam aos indivíduos participantes uma situação comum no processo histórico e social e, portanto, os restringe a uma gama específica de experiência potencial e a um tipo característico de ação historicamente relevante’. (GROPPO, 2000, p.19-20, e MANNHEIM, 1982 [1952], p.71-72).

A partir do argumento acima citado, Groppo (2000, p.20) indica que “a geração poderia ser considerada uma vivência social criada a partir de um fenômeno natural”; mas ressalta que a própria definição de faixas-etárias, inerente tanto ao conceito de geração quanto o de juventude, já representa em si mesma uma construção social e “jamais um dado puro e simples da natureza” (GROPPO, 2000, p. 20). Nesse sentido, constata que “O que temos, na verdade, tanto no conceito de juventude quanto no de geração, é a possibilidade de se criarem representações e relações sociais derivadas de outras relações e representações sociais. No caso, relações e representações socialmente estabelecidas a indivíduos e grupos definidos como jovens” (GROPPO, 2000, p. 20-21). Entende-se, dessa forma, que o autor pretende destacar que as perspectivas inerentes à juventude e à geração, enquanto construções sociais, já decorrem, por si só e em certa medida, de outras construções sociais, tais como o estabelecimento prévio de faixas etárias.

No que concerne ao escopo deste estudo, vale ainda trazer à tona a ideia de “unidade de geração” descrita por Groppo (2000, p.21), também em referência à Mannheim (1982 [1952]). Esta seria “[...] uma potencialidade de cada momento

histórico particular e de cada situação social” (GROPPO, 2000, p.21). O autor escreve, ao citar também sua fonte bibliográfica original:

A unidade de geração pode ser dada por um repertório comum de experiências sociais, dramáticas ou não, singulares ou cotidianas, de indivíduos situados nas mesmas faixas etárias, principalmente naquelas faixas de transição à maturidade, como a juventude. [...] Para Mannheim, na juventude os indivíduos realizam pela primeira vez a absorção consciente de suas experiências sociais, passam a ter realmente uma experimentação pessoal com a vida. Já na maturidade, as novas experiências recebem, em geral, elucidação racional e reflexiva, sendo julgadas e analisadas pelo indivíduo a partir de padrões de conhecimento já sedimentados. A resistência dos indivíduos maduros à mudança social é, portanto, muito maior que a dos jovens, pois os adultos já têm seu quadro de referências formado, segundo Mannheim. Esta recepção diferente dos acontecimentos, principalmente das transformações sociais, explica por que os grupos etários mais velhos não participam da mesma unidade de geração dos grupos etários mais jovens” (GROPPO, 2000, p.21-22).

As definições acima descritas fazem pensar sobre se a “unidade de geração” não seria uma das principais razões pelas quais as experiências vividas na juventude são normalmente tidas, pelo senso comum, como tão marcantes em uma determinada trajetória de vida; E, ainda, como tal conceito ratificaria a ideia de que a realização de um festival de música como o Rock in Rio, ao longo de mais de trinta anos, poderia se desdobrar em uma gama de diferentes significados frente às distintas gerações que o vivenciaram – e ainda o vivenciam – configurando-se, assim, em um ambiente capaz de dar lugar a uma intensa troca simbólica entre as mesmas.

Grosso (2011, p.23) não deixa de pontuar a existência de visões contrárias ao conceito de “unidade de geração”, citando o entendimento de Jaide (1968) de que não seria possível que vivências sociais comuns a um determinado grupo de faixa etária similar se configurassem, de fato, em algo caracterizado enquanto uma unidade de geração - basicamente em função da diversidade de pensamento e concepções de vida provavelmente contidas no próprio grupo (GROPPO, 2000, p.23). O autor enxerga a possibilidade de relativização do conceito de “unidade de geração” frente à multiplicidade de fatores sociais, econômicos e culturais passíveis de serem encontrados em um extenso grupo de faixa etária similar. Mas termina por corroborar com Mannheim ([1952]1982) no que diz respeito à relevância de se considerar a “unidade de geração” enquanto conceito

fundamental na compreensão de uma série de relações sociais intrínsecas ao contexto contemporâneo:

Concordo que a multiplicidade social relativiza o alcance da unidade de geração, no sentido de que um grupo etário possa construir uma mesma interpretação para vivências comuns de acontecimentos históricos e transformações sociais. Contudo, a geração, a juventude, além de outras categorias sociais advindas da institucionalização do curso da vida, também são realidades sociais atuantes e não desprezíveis para o entendimento das relações sociais e de suas transformações. A modernidade também é construída sobre o reconhecimento, a criação e a recriação das faixas etárias que podem proporcionar realidades semelhantes às que Mannheim chama de unidade de geração (GROPPO, 2000, p.23).

A ideia de geração, portanto, considerada no presente estudo, refere-se a um grupo de pessoas com faixa etária similar, e sobre as quais certas particularidades do contexto histórico, social e cultural em que vivem ou viveram são capazes de potencializar o surgimento e a vivência de algumas experiências comuns que, de alguma forma – e mesmo que haja múltiplas variações nessa forma - marcam suas próprias trajetórias de vida. Potencialidades estas conceituadas por Mannheim ([1952]1982), citadas no estudo de Groppo (2000, p.21) como “unidades de geração”. Ao embasamento deste trabalho, torna-se também fundamental a analogia proposta por Groppo entre os conceitos de geração e juventude, e a importância de ambos no entendimento de muitas das práticas presentes na vida social contemporânea. As entrevistas realizadas junto a representantes de diferentes gerações que frequentam ou frequentaram o Rock in Rio, inseridas nesta pesquisa enquanto ferramenta metodológica, tiveram como um de seus principais objetivos, justamente, identificar a possível existência de diferentes significados de caráter geracional atribuídos ao Rock in Rio que, possivelmente, se configurariam em uma das razões pelas quais o festival se manteria pertinente, apesar das transformações que marcaram os diferentes contextos vivenciados por estas gerações ao longo dos mais de trinta anos de sua existência.

5.2

A formulação das entrevistas: antecedentes e detalhamento

O trabalho de campo descrito no capítulo 3, realizado durante a edição de 2017 do Rock in Rio, se traduziu em uma investigação de extrema importância, para a presente pesquisa, na identificação de interações sociais e de práticas de comunicação. Muitas delas envolviam trocas simbólicas entre gerações que, na prática, foram (a) facilitadas pelo caráter relacional que se estabelece entre o consumo, enquanto fenômeno social, e a cultura material, enquanto *locus* onde ele, o consumo, se realiza; e (b) exercidas pelo próprio público em função do contexto particular do festival. Porém, antes mesmo de iniciar o trabalho de campo na Cidade do Rock, já se pressupôs que não seria o momento nem o ambiente propícios para tratar de questões aprofundadas sobre o simbolismo do Rock in Rio na visão dos indivíduos e grupos diversos que integram sua audiência. Por esse motivo, as entrevistas em profundidade foram tidas, então, como ferramenta metodológica mais adequada para o alcance de tal objetivo.

Com o foco geográfico deste trabalho voltado, desde o seu início, para a realização do festival no Rio de Janeiro - cidade que acumula, até o momento, sete edições do Rock in Rio ao longo de um período de mais de trinta anos (1985-2017) - entendeu-se como necessária a delimitação de um escopo específico para as entrevistas, pois a conversa indiscriminada, com frequentadores de diversas edições do festival, além de extrapolar as limitações temporais da pesquisa, poderia, ainda, não contribuir com resultados objetivos no que diz respeito a um mapeamento sobre a construção de diferentes significados atribuídos ao Rock in Rio sob o aspecto geracional. A premissa indispensável seria, portanto, ouvir o relato de indivíduos de diferentes gerações, e foi nesse sentido que saiu-se em busca de frequentadores do festival portadores das seguintes características: pessoas que estiveram presentes na primeira edição do Rock in Rio, em 1985, e que, a partir da edição de 2011, retornaram ao festival em companhia de, pelo menos, uma pessoa com idade entre quinze e vinte e quatro anos, e que representam, portanto, a atual geração de jovens no que concerne à faixa etária. Ambos precisariam ser entrevistados, tanto quem esteve no Rock in Rio em 1985, como também o jovem que posteriormente o acompanhou.

Dois pontos relativos à definição sobre o perfil dos entrevistados merecem ser aqui explicitados: o primeiro se refere à escolha de 2011 como data considerada para o retorno dos participantes do primeiro Rock in Rio. Àquele ano atribui-se um certo valor simbólico⁸⁶, por ter representado o fim do último hiato de dez anos consecutivos sem a realização de uma nova edição do festival no Rio de Janeiro⁸⁷. Este intervalo cronológico permitiria verificar também, durante as entrevistas, se os então jovens de 1985, presentes na primeira edição do Rock in Rio, tiveram interesse em retornar ao festival com seus filhos, amigos dos filhos, enteados e/ou sobrinhos, uma vez que esse era um aspecto sobre o qual havia curiosidade e interesse de se apurar a partir da pesquisa. Em segundo lugar, faz-se necessário justificar que a delimitação da faixa etária aqui utilizada, no que concerne à definição dos jovens enquanto indivíduos com idade entre quinze e vinte e quatro anos, se deve à diretriz, por parte das Organizações das Nações Unidas (ONU), descrita por Amorim (2011, p.1)⁸⁸: “[...] a ONU indicou as idades de 15 a 24 anos como um conceito médio de juventude. É verdade que na mesma oportunidade, as Nações Unidas admitiram que cada país pode adotar uma faixa jovem diferenciada”. Nesse sentido, Amorim (2011) referencia ainda o trabalho de Barrientos-Parra (2004) que faz uso desta mesma orientação provida pela ONU:

Ao subscrever as diretrizes para o planejamento e o acompanhamento das questões atinentes à juventude, a Assembleia Geral, para fins estatísticos, definiu como jovens as pessoas entre os 15 e os 24 anos, sem prejuízo de outras definições de Estados Membros. Posteriormente, quando a mesma Assembleia aprovou o Programa Mundial de Ação para a Juventude para além do ano 2000, reiterou que definia a juventude como sendo a faixa etária 15-24. No entanto, acrescentou que, ‘para além dessa definição estatística, o sentido do termo juventude variava em todo o mundo e que as definições de juventude haviam mudado continuamente como resposta a flutuações das circunstâncias políticas, econômicas e socioculturais’ (BARRIENTOS-PARRA, 2004, p.133).

O “[...] conceito médio de juventude” (AMORIM, 2011, p.1), estabelecido pela ONU, se configurou então no principal indicador referente à faixa etária que,

⁸⁶ Há um valor simbólico atribuído, também, a 2015, quando se comemorou o aniversário de trinta anos do Rock in Rio.

⁸⁷ 1991-2001 e 2001-2011.

⁸⁸ O documento da ONU que descreve o referido conceito de juventude está disponível em: <http://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-definition.pdf>. Acessado em 8/11/2017. Entendo que, a princípio, esta poderia ter sido a minha única fonte de consulta, porém, a título de fundamentação teórica, optei por referenciar, também, as interpretações dos dois pesquisadores brasileiros, acima citados, que procuraram estudá-la mais a fundo.

na busca por possíveis entrevistados, deveria ser considerada enquanto “jovens” que frequentam ou frequentaram o Rock in Rio. Porém, de certa forma, adotou-se a flexibilização que este próprio critério possibilita, ao “[...] reconhecer os jovens na sua idiossincrasia, heterogeneidade e particularidades regionais e locais” (BARRIENTOS-PARRA, 2004, p.131). Assumiu-se assim, na pesquisa, a possibilidade de também entrevistar pessoas com idade um pouco inferior aos quinze anos – uma proposta que faria sentido, até mesmo, em função do que acabou por ser observado na pesquisa de campo realizada na edição de 2017 do Rock in Rio, onde notou-se a presença de vários “jovens”, aparentemente na faixa dos onze aos quatorze anos de idade⁸⁹, notadamente acompanhados por seus pais ou outros adultos por eles responsáveis, sendo que estes poderiam, por sua vez, ter participado da primeira edição do festival. Esta foi uma premissa confirmada na prática: conforme será mostrado, um dos entrevistados esteve na primeira edição do Rock in Rio, em 1985, aos onze anos, acompanhado por seu pai. E, em 2015, retornou com sua filha, então com doze anos, fato que considerou “simbólico” não só pelas idades similares dele e da filha em suas primeiras idas ao Rock in Rio, como também pela edição de 2015, em que foram juntos, ter marcado o aniversário de trinta anos do festival. Nesta entrevista, em especial, foi possível conversar simultaneamente com quatro integrantes de uma mesma família que representam três gerações distintas: pai e filho que foram juntos ao Rock in Rio em 1985, sendo que, na edição de 2015 do festival, este último, então também já pai, levou sua filha, na época, com doze anos de idade. Houve ainda a inclusão de última hora da mãe da jovem, esposa do pai, que estava presente no local da entrevista mas que, a princípio, dela não participaria. Porém, em uma conversa informal, minutos antes da gravação se iniciar, a mãe comentou que também havia estado na primeira edição do Rock in Rio em 1985, e também aos onze anos,

⁸⁹ Na pesquisa de campo realizada no Rock in Rio de 2017, descrita no terceiro capítulo deste trabalho, foi observada a presença de várias crianças, acompanhadas por adultos que estariam por elas responsáveis. Mesmo assim, não houve intenção de contemplá-las na busca por entrevistados, por se tratar de uma categoria que não se encontra inserida no escopo desta pesquisa. Dessa forma, para adotar um critério de exclusão na busca por entrevistados, no que concerne à definição da faixa etária considerada como “crianças”, utilizei de minha livre interpretação sobre o mesmo documento da ONU já citado (<http://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-definition.pdf>, acessado em 8/11/2017), cuja tabela, na página 2, se refere à possibilidade de considerar uma idade mínima de dez anos para o que seriam as “pessoas jovens”. Entendi, dessa forma, que, uma pessoa abaixo dos 10 anos, de acordo com a referida instituição, não deveria ser considerada como jovem, mas sim, como criança. Dessa forma, portanto, ao longo da pesquisa não se considerou, como jovem, nenhuma pessoa abaixo dos dez anos de idade.

ainda sem conhecer o marido já escalado para a entrevista. A meu pedido, juntou-se de bom grado aos demais três integrantes de sua família – seus sogro, marido e filha – numa conversa que gerou muitas descobertas e rendeu frutos inesperados, a serem relatados mais à frente neste capítulo. E, conforme também será descrito mais à frente, os quatro entrevistados serão nomeados como avô, pai, mãe e filha da “família 3”.

As três famílias foram entrevistadas entre os dias 2 e 8 de setembro de 2017 – na semana anterior, portanto, ao início da edição do Rock in Rio⁹⁰ onde se realizou o trabalho de campo já descrito no capítulo 3. Essa proximidade foi proposital, pois permitiu identificar, entre outros aspectos, se os entrevistados já tinham planos de também participar desta nova edição do festival. A escolha do local foi sempre dos próprios entrevistados: todos, sem exceção, preferiram conversar em suas próprias casas, ou na casa de um dos integrantes da família que participaria da entrevista, nos casos em que não moravam, todos, no mesmo local.

Vale ressaltar um outro ponto relativo à busca pelos entrevistados que se tornou bastante relevante, pelo fato de já ter se configurado, por si só, em um importante achado da pesquisa: a condição de ter participado do festival em 1985 e, a partir de 2011, ter a ele retornado em companhia de pelo menos uma pessoa com idade entre quinze e vinte e quatro anos, não implicaria, necessariamente, que estes dois ou mais indivíduos fizessem parte da mesma família. De fato, a palavra “família” não foi mencionada enquanto condição necessária, durante os contatos realizados na busca por entrevistados. Porém, absolutamente todos os retornos obtidos, de pessoas aptas e dispostas a participar das entrevistas, foram constituídos por integrantes de uma mesma família. Em apenas um dos contatos efetuados – que, de fato, se converteu em uma das entrevistas realizadas – essa oportunidade já parecia concreta, uma vez que tratou-se de uma das estudantes entrevistadas durante a pesquisa exploratória preliminar mencionada na introdução do presente estudo, que havia respondido já ter ido ao Rock in Rio em companhia da mãe. Mas essa se tornou uma tendência observada em todos os retornos das pessoas dispostas a ser entrevistadas – não havia, entre elas, outros possíveis laços sociais previamente imaginados, tais como: amigos de trabalho,

⁹⁰ Realizado de 15 a 24/9/2017 na cidade do Rio de Janeiro.

uma vez que seria possível haver um indivíduo, por exemplo, na faixa dos 50 anos, que foi ao primeiro Rock in Rio e recentemente retornou ao festival com um colega de trabalho na faixa dos 20-24 anos; ou, ainda, um indivíduo na faixa dos 45-50 anos, participante do festival em 1985, que optou por voltar a uma de suas edições mais recentes e concordou em levar o jovem filho de um amigo de mesma faixa etária, que não poderia, ou não estaria disposto, a leva-lo ao Rock in Rio. Mesmo com o ingresso ao festival legalmente permitido a partir dos 16 anos⁹¹, talvez fosse considerado conveniente, por parte de muitos pais, que houvesse um adulto a acompanhar seus filhos menores de idade. Porém, tais situações não foram encontradas durante a busca por possíveis entrevistados. Novamente, estas foram cem por cento ligadas a integrantes de uma mesma família onde, mesmo com o surgimento de menções relativas a tios, tias ou primos, notou-se também a predominância da relação de parentesco direta entre pais e mães com seus filhos e filhas na formação do grupo que foi junto ao festival. Tais fatos se desdobraram, assim, no que podem ser considerados os dois primeiros achados relativos às entrevistas em profundidade mesmo antes de sua realização: (a) não foi difícil encontrar pessoas que estiveram presentes na primeira edição do Rock in Rio, em 1985, e que retornaram recentemente – a partir de 2011 - ao festival e (b) entre essas pessoas, também não foi difícil encontrar aquelas que retornaram recentemente ao Rock in Rio acompanhadas por jovens, predominantemente membros de suas famílias e, na maior parte dos casos mapeados, seus próprios filhos e filhas.

O último ponto a ser colocado, no que diz respeito ao detalhamento e antecedentes que nortearam a formulação das referidas entrevistas em profundidade, gira em torno justamente da certa facilidade com que foram encontradas pessoas adequadas ao perfil que se procurou entrevistar. Mais do que isso: a disponibilidade que estas pessoas demonstraram, desde o primeiro

⁹¹ O item 17 dos “Termos e condições para compra de ingressos e para entrada e permanência na Cidade do Rock” descreve condições especiais de participação no festival apenas para jovens com idade inferior a 16 anos, a saber: “É permitida a entrada de menores de 16 anos desde que estejam acompanhados dos pais ou responsáveis legais (ascendentes ou colaterais até o 4º grau), que deverão entregar o termo de responsabilidade do acompanhante disponível no link “Informações sobre menores” que estará disponível no site de compras do Rock in Rio 2017 ou inscrevê-lo no Ponto de Informação e permanecer no local do festival enquanto o menor estiver presente. Esta determinação, assim como a classificação etária, está sujeita a alteração nos termos do Alvará a ser expedido pelo Juízo de Direito da Vara da Infância, da Juventude e do Idoso. Disponível em: <http://rockinrio.com/rio/pt-BR/termos-e-condicoes-rockinrio>. Acessado em: 10/11/2017.

momento, em falar, em abrir suas casas para a realização das entrevistas, em contar sobre a relação do Rock in Rio com suas próprias histórias de vida e em tentar resgatar antigos pertences que remetessem à sua participação no festival. Muitas das famílias que se colocaram à disposição não puderam ser ouvidas. Em função do próprio escopo e do tempo disponível para a realização deste trabalho, as entrevistas foram limitadas a três famílias, num total de nove participantes.

Abaixo encontra-se a descrição detalhada sobre a composição das famílias e de cada um de seus integrantes contemplados nas entrevistas, no intuito de facilitar a exposição e identificação dos depoimentos expostos a seguir:

(a) **Família 1:** mãe com 51 anos, professora, moradora da cidade de Petrópolis, no Estado do Rio de Janeiro, que esteve na edição de 1985 do Rock in Rio aos 19 anos e, no ano de 2011, retornou ao festival em companhia da filha, então com 15 anos e, atualmente, com 21 anos. A filha é estudante universitária e mora na cidade do Rio de Janeiro. A entrevista aconteceu na residência dos pais da estudante, na cidade de Petrópolis. O pai da estudante também se encontrava em casa no momento de realização da entrevista e, dessa forma, obteve-se a informação de que havia estado na edição de 1991 do Rock in Rio, já em companhia de sua esposa, mãe da estudante; e, mais importante, em 2011 integrou o grupo do qual as duas fizeram parte no retorno ao festival. Dessa forma, acabou por auxiliar suas esposa e filha na lembrança sobre certos momentos dessa ida em família ao Rock in Rio, no ano de 2011, além de contribuir para uma rica discussão em torno da diversidade do rock que, de certa forma, se encontra intrínseca ao contexto do festival. A filha esteve também na edição de 2013 do Rock in Rio, já sem os pais. Após a entrevista, pai e filha, junto ao namorado desta, optaram por retornar a um dos dias da edição de 2017 do festival.

(b) **Família 2:** mãe com 54 anos, bióloga que, mais recentemente, trabalhou com produção de eventos, moradora do bairro de Ipanema, na cidade do Rio de Janeiro. Esteve na primeira edição do Rock in Rio, em 1985, aos 22 anos e, em 2011, retornou ao festival em companhia de seu filho, estudante universitário, então com 16 anos e atualmente com 21

anos. A mãe não retornou ao festival após 2011, porém o filho foi a todas as edições ocorridas no Rio de Janeiro desde então (2013, 2015 e já possuía ingresso comprado para 2017).

(c) **Família 3:** pai/avô, publicitário, 68 anos, morador do bairro da Lagoa, na cidade do Rio de Janeiro que, aos 35 anos, levou seu filho, então com 11 anos, à primeira edição do Rock in Rio, em 1985. Este, por sua vez, tem atualmente 43 anos, morador da Tijuca e levou sua filha, então com 12 anos, à edição do festival em 2015. Foi nesta família que a mãe da jovem, presente no local da entrevista, acabou por ser incluída no grupo entrevistado. O avô só esteve na edição de 1985 do Rock in Rio. O pai compareceu a todas as edições do festival até hoje realizadas na cidade do Rio de Janeiro (1985, 1991, 2011, 2013, 2015 e ingresso comprado para 2017). A mãe esteve em 1985, 1991 e também irá à edição de 2017. A filha esteve pela primeira vez em 2015 e também irá à edição de 2017 acompanhada da tia, em função do interesse por uma atração musical diferente da de seus pais.

Na intenção de organizar os depoimentos, a análise será dividida em temas principais relativos ao âmbito do Rock in Rio abordados ao longo das entrevistas.

5.3

O Rock in Rio como referencia geracional

As entrevistas foram realizadas junto a integrantes das três famílias que representam gerações diversas e que frequentam, ou frequentaram, o Rock in Rio desde a sua primeira edição, realizada na cidade do Rio de Janeiro, no ano de 1985. Há certos momentos em que alguns trechos destes depoimentos serão mencionados junto a fragmentos da entrevista concedida por Arthur Dapieve à pesquisa, também já mencionada ao longo do presente estudo. Este formato pareceu interessante como forma de demonstrar a confluência de alguns temas que, espontaneamente, acabaram por surgir durante as distintas entrevistas, além de ilustrar a concordância de opiniões sobre a maior parte dos variados aspectos

abordados sobre o festival, no que se refere aos pontos de vista dos entrevistados frente ao de um especialista do meio musical.

O primeiro ponto a ser mencionado é que a possibilidade de interação e trocas simbólicas entre diferentes gerações, já constatada durante a realização do trabalho de campo na Cidade do Rock (descrito no capítulo 3), foi também uma realidade observada no contexto das entrevistas. Desde os momentos iniciais da primeira conversa, tornou-se claro o interesse de ambos os lados – a “geração de 1985” e a “geração atual” – em se ouvir mutuamente. Tanto que o formato inicialmente pensado para a condução das entrevistas sofreu alterações de última hora: a ideia, em princípio, era conversar separadamente com cada um dos integrantes de uma mesma família para então, na sequência, reuni-los em torno de uma única conversa. Pensou-se que essa poderia ser uma forma de evitar possíveis interferências mútuas no raciocínio e no testemunho de cada um dos entrevistados. Mas o próprio conceito de troca inerente ao objetivo da pesquisa se colocou, na prática, como inviabilizador de tal modelo. *Trocar* pressupõe justamente o ato de transferir algo mutuamente entre uma ou mais pessoas – nesse caso, a troca, ou transferência, de conhecimento e de vivências sobre um mesmo acontecimento – o Rock in Rio - entre indivíduos de uma mesma família porém de distintas gerações. Acredita-se, portanto, que as trocas geracionais alcançadas durante as entrevistas não teriam sido tão ricas, nem tão completas, caso tivessem ocorrido em separado; possivelmente o segundo momento, inicialmente programado para a reunião entre os membros da família, acabaria esvaziado, uma vez que a maior parte das informações relevantes já teriam sido fornecidas individualmente pelos entrevistados, o que tornaria o depoimento conjunto, de certa forma, redundante. Por sorte, a percepção relativa à inadequação do formato concebido para as entrevistas ocorreu logo ao se chegar à casa da primeira família a ser entrevistada, muito em função da observação de certos fatores que valem ser aqui detalhados: a forma como a mesa da sala já estava preparada para a realização da entrevista, com duas cadeiras dispostas de forma bem próxima uma da outra, onde entendi que ficariam mãe e filha, e a terceira cadeira de frente para essas duas, onde pareceu que seria o meu lugar. Sobre a mesa já estavam posicionados, também, os objetos que foram solicitados ser mostrados, caso existissem, guardados como lembranças referentes à participação de ambas no festival. Mãe e filha sentaram-se então, lado a lado, e perguntaram como

deveríamos começar. Não houve um pedido explícito para que ficassem juntas. Foi realmente um sentimento, uma sensação percebida, naquele momento, de que realizar as entrevistas em conjunto talvez trouxesse muito mais benefícios do que perdas ao resultado da pesquisa – uma possibilidade que, ao fim do trabalho, felizmente entendeu-se como confirmada.

O interesse, por parte dos entrevistados, em ouvir e serem ouvidos, foi um fato recorrente nas conversas com as três famílias abordadas na pesquisa. Os pais pareciam querer ouvir os filhos e a recíproca era verdadeira. O único avô entrevistado, em diversas oportunidades, queria ouvir ambos e saber sobre como está organizado o Rock in Rio atualmente. Todos os integrantes das famílias pareceram aproveitar o momento, seja aprendendo coisas novas um sobre o outro, seja trazendo à tona recordações de momentos vividos em conjunto, mesmo que cada um procurasse expor sua própria narrativa sobre um mesmo fato ocorrido, e vivenciado conjuntamente, durante a passagem pelo festival. E é nesse sentido que a dinâmica das entrevistas, por si só, acabou por reafirmar a condição do Rock in Rio enquanto um festival de música facilitador e mediador da interação entre diferentes gerações. Durante todo o tempo, cada entrevistado procurou narrar sua experiência pessoal ao participar do Rock in Rio mas, quando ela havia se dado em companhia de um dos outros entrevistados, este, por sua vez, em muitos momentos trazia à lembrança um detalhe, ou uma situação, que talvez passasse despercebida. Dessa forma, mais uma vez, o formato das conversas em conjunto pareceu de grande valor à riqueza das entrevistas. E mesmo que, em alguns casos, a resposta de um entrevistado tenha influenciado a do outro, isso acabou por acontecer de forma positiva, colaborativa e agregadora.

O formato de condução das conversas não foi o único fator a sofrer alterações durante o processo de realização das entrevistas. Houve também a inesperada e positiva inclusão de dois integrantes não programados - o pai da “família 1” e a mãe da “família 3” - conforme consta na descrição já fornecida das três famílias entrevistadas. De início, portanto, a pesquisa contaria com um total de sete pessoas entrevistadas, que acabaram por se firmar em um grupo total de nove integrantes. Roulston (2010, p.224) ressalta que “A pesquisa qualitativa é muito mais do que simplesmente selecionar métodos e seguir receitas”⁹², ao

⁹² Tradução livre do original: *Quality research is much more than simply selecting methods and following recipes.*

destacar a importância do pesquisador em estar apto a enxergar as possibilidades de se conseguir dados de qualidade que respondam às principais perguntas colocadas por seu trabalho. E foi nesse sentido que, ao chegar à casa da primeira família, optou-se pela alteração repentina na dinâmica inicialmente pensada para as entrevistas; e, também, que duas pessoas foram imediatamente convidadas a se juntar ao grupo que forneceria suas impressões sobre como o Rock in Rio se tornou parte de suas histórias de vida.

5.3.1

“Rock in Rio, eu fui” - as motivações em 1985

Dentre as variadas singularidades citadas nos depoimentos dos quatro entrevistados presentes no Rock in Rio de 1985 – muitas delas relacionadas a aspectos particulares de suas próprias trajetórias de vida – foi constatada uma unanimidade no que diz respeito ao principal motivador para a ida ao festival: o pioneirismo do Rock in Rio, pelo fato de ter representado uma novidade no contexto brasileiro, por ter sido um festival de música com proporções nunca vistas antes no país e pela quantidade e qualidade de atrações musicais que reuniu. Também foi unânime a menção ao fato de ter sido o primeiro festival de música ao vivo que cada um dos entrevistados presenciou. Os depoimentos relativos a este tema foram concedidos sempre com uma impressionante riqueza de detalhes, explicitada nos trechos abaixo selecionados:

[...] Quando a gente soube que vinha esse bando de bandas, já foi todo mundo comprando. Eu comprei, é, cinco dos dez dias. [...] eu olhei hoje porque você perguntou, eu anotei os dias que eu tenho quase certeza que eu fui: foi 12, 13, 14, 18 e 20. Então, eu lembro que eu vi duas vezes uma que não era rock, que era Go-gos; vi Queen, muito de perto [...] É, vi também Rod Stuart, que eu adorava, lembro do Yes, no último dia, lembro de muita lama. A gente ficava assim, enlameada, né, era muita lama. [...] E todo mundo que a gente conhecia *tava* lá. O pessoal todo do interior, que era de Barra Mansa, todo mundo lá. Eu lembro que vi a minha prima grávida, gravidona, tipo de sete ou oito meses, e eu tomei um susto lá. E, assim, todo mundo da faculdade, eu estava no último ano de faculdade. Todo mundo da faculdade, assim, não tinha ninguém que não estivesse lá. (Mãe, família 2).

Olha, quando falaram que ia ter um Rock in Rio, foi assim uma coisa, né, artistas internacionais reunidos em um festival... Todo mundo ficou alucinado, né! Aí tinham aquelas camisas, “Rock in Rio, eu vou”, “Rock in Rio, eu fui”, foi assim um *boom*. [...] Eu tinha 19 anos. Aí a minha prima fez a cabeça do meu pai,

falando que nós íamos em uma excursão, o ônibus ia deixar na porta, ia ser tudo correto [...] Aí eu já fiquei super feliz, naquele dia eu dormi até lá na casa da minha avó com ela e foi aquela empolgação. [...] aí teve a chuva que fez aquela laminha, o pessoal foi embora, com o pé cheio de lama, perdendo sapato, aquela coisa toda, aquela empolgação... É... eu gostei demais, entendeu, eu nunca tinha ido a um lugar assim. [...] e eu fui, realmente, no primeiro dia, o Rock in Rio abriu as portas naquele dia, ou seja, eu vi o Rock in Rio nascer, naquele dia. [...] eu fiquei maravilhada justamente por isso: eu vi o Fred Mercury! É, aquilo foi, para mim, uma coisa, um acontecimento, para mim foi o mais importante, foi ver o Fred Mercury. E o show dele foi assim, era tipo o da Katy Perry [ela olha para a filha, que movimenta a cabeça num sinal de concordância. As duas assistiram juntas a apresentação de Katy Perry no Rock in Rio de 2011], produzido, né, e ele dançava, se jogava, entendeu, colocou a bandeira do Brasil, e cantando, né, foi assim, realmente... eu adorei, eu amei. (Mãe, “família 1”).

[...] tinha uma demanda reprimida muito grande, pelo fato do Brasil não fazer parte desse circuito [dos shows de rock internacionais]. Então, assim, quando apareceu o Rock in Rio, eu acho que várias gerações, tanto a minha, quanto a do pessoal de trinta, na época - e ele, trinta era ele, na verdade [seu pai, o avô da “família” 3] - então foi assim ‘nossa, que isso, não é qualquer oportunidade’. Não tinha nem show de pequeno porte, quem dirá um festival, né. Então, acho que, *vamo* nessa, né, acho que todo mundo se viu, fígado. (Pai, “família 3”).

O depoimento do avô da “família 3”, então com 35 anos de idade à época da primeira edição do Rock in Rio, reafirma a relevância sobre o ineditismo do festival ao declarar: “Eu acho, assim, que é exatamente isso que ele [seu filho, o pai da “família 3”] tá falando, do público ansioso por ver alguma coisa que não chegava aqui”. Ele menciona, ainda, o fato da Inglaterra ter sido considerada por muitos o berço dos festivais de rock, porém destaca a analogia entre a realização do Rock in Rio e a do Festival de Woodstock, realizado não naquele país, mas nos Estados Unidos, reafirmando a relação emblemática deste último festival com boa parte da geração que vivenciou os anos de juventude na década de 1960 em diferentes partes do mundo – numa narrativa que corrobora com a de Nelson Motta⁹³, para quem “Isso era um sonho que a minha geração sonhou por pelo menos vinte anos, desde Woodstock que a gente sonhava ter um grande festival de rock”⁹⁴. Um outro motivo para a participação no festival, ressaltado ainda no testemunho do avô da “família 3”, diz respeito ao desejo de satisfazer uma vontade do filho – fator que, conforme será mencionado em seção posterior deste capítulo, se repete no discurso dos jovens que estiveram no Rock in Rio de 1985 e

⁹³ Jornalista, escritor e produtor musical brasileiro.

⁹⁴ Citação no livro “Rock in Rio 30 Anos” referente a um trecho da entrevista de Nelson Motta ao “Memória Globo”, em 10/05/2002, sobre o Rock in Rio 1985.

que, na edição de 2011, já haviam se tornado pais. Abaixo encontra-se, então, um trecho do referido depoimento do avô da “família 3”:

Eu acho que eu fui parar no Rock in Rio por duas coisas: uma, a principal, é que os garotos [seu filho com os amigos] estavam loucos para ir. Ele [seu filho] e os amigos dele eram metaleiros [...] mas, aí também tinha uma curiosidade minha, que eu não sei se interessa, mas é que eu, na década de 70, naquela coisa de curtir a onda daquela época, teve, eu acho que o máster dos festivais daquela época, naquela década, que foi o Festival de Woodstock. E toda aquela mudança, aquela revolução cultural, aquela coisa toda. E eu fiquei fascinado, né, com Woodstock, todo mundo da minha geração ficou [...] muitos amigos [...] que tinham grana, ou não tinham grana, compravam uma passagem e iam, mas o destino era Londres. Não era os Estados Unidos. Neguinho ia prá Londres, sei lá, aí Caetano foi, Gil foi, Gal foi, não sei quem, aí todo mundo ia pra Londres. E em Londres, na Inglaterra tinha uma porrada de festivais, muito mais que nos Estados Unidos [...] enfim, aí era uma coisa assim ‘pô, eu vou ter um festival prá mim’, sabe, assim? De rock, né, no meu país, era uma coisa assim ‘pô, tô curioso prá ver como é que vai ser’, entendeu. (Avô, “família 3”).

Relembrando que esteve em duas das noites “dos metaleiros” para acompanhar o filho e seus amigos – quando menciona ter visto os shows das bandas Scorpions e AC/DC – cita também a noite do Rock in Rio em que esteve com a esposa, que teria sido “a noite dos coroas”, com apresentações como as de James Taylor, Al Jarreau e Ivan Lins. Seu filho, o pai da “família 3”, detalha ainda: “[...] a gente foi a duas noites do metal, dia 11 e dia 19 [...] É, tinha tudo o que tinha de melhor, tudo o que eu queria ver”. A menção à presença da lama, já encontrada nos depoimentos dos primeiros entrevistados, aqui também se repete: “[...] era engraçado, porque, uma coisa que era nítida para mim, fora os shows, e tal, e aquela porrada de gente, era o negócio da chuva. Da lama. Que foi um caos total. Todo mundo cagado, literalmente, de lama, vestia saco de lixo, não sei como [...]” (avô, “família 3”) e “No dia 19 a gente pegou um lamaçal tão violento que meu pai me comprou um disco, um vinil [...] e eu fiquei com ele embaixo do braço, lá, até que em um momento, fomos embora e eu não levei o vinil prá casa, né, ficou lá. O vinil ficou na lama [...]” (pai, “família 3”).

Outra referência reincidente trata da sensação de liberdade experimentada durante o festival, tais como expressas nos relatos, respectivamente, das mães das “famílias 1 e 2”: “E o que eu mais senti foi aquela sensação de liberdade, né, que a música fala, te empolga, e você acredita mesmo que vai transformar o mundo, porque você é jovem, então você vai transformar o mundo!”. E:

Nossa, uma sensação de liberdade, de você sentir que... ali tinham todas as tribos, né. Você *tava* aberta a várias coisas, a conhecer várias coisas, várias tribos, pessoas de... todo mundo foi pra ali. Então tinha das pessoas mais caretas, às pessoas mais doidas, que podiam...porque, embora eu não tenha ido aos dias dos heavy metal, os heavy metal estavam ali, então, pra gente, os heavy metal eram aquela coisa, assim, diferente, né. E...assim... era, era... todas as faculdades. Todo mundo *tava* lá! Então...era muito bom. (Mãe, “família 2”).

Sobre tais motivações houve um fator surpreendente: pode-se dizer que já era esperado encontrar relatos sobre a sensação de liberdade proporcionada pela ida ao Rock in Rio entre os entrevistados presentes à sua edição de 1985. Porém, em função de boa parte das publicações já existentes, sobre o festival, fazerem alusão direta ao momento político vivido à época no Brasil - no que se refere ao fim da ditadura militar e da censura por ela imposta - havia a expectativa de que os testemunhos dos jovens de 1985, agora entrevistados nesta pesquisa, se referissem ao momento de liberdade proporcionado pelo festival também em relação àquele novo cenário estabelecido no país que, de fato, teria um impacto direto em suas próprias histórias de vida. Porém tal questão não foi mencionada em nenhuma das entrevistas realizadas. Conforme mencionado no início deste estudo, Carneiro (2011, p. 109-110), por exemplo, menciona que no dia 15 de janeiro de 1985 “O público que chegou cedo à Cidade do Rock pôde assistir à eleição de Tancredo Neves no Colégio Eleitoral pelos telões do videocenter – o único momento em que se transmitiu algo diferente de música. Parte da plateia com gel verde e amarelo no cabelo, carregava bandeiras do Brasil [...]”. Mas a pesquisa não alcançou nenhum depoimento nesse sentido – o que, vale ressaltar, representava uma premissa praticamente dada como certa. O único testemunho que, de forma remota, se aproxima ao referido contexto, remete a um evento paralelo ao Rock in Rio ao qual compareceu a mãe da “família 2”:

Uma coisa que eu acho que pode ser curiosa, não é do Rock in Rio mas eu acho que pode te ajudar, que foi bem curioso que eu lembrei: naquela época, *tava* todo mundo com o negócio do Tancredo Neves. E eu acho que o nome era Tancredance⁹⁵. E aí, a gente foi, na época do Rock in Rio, no intervalo de um dos dias em que eu não fui ao Rock in Rio, a gente foi a um show no Circo Voador. Que *tava* tendo essa coisa de eleições, e era show do Caetano, Gil, não sei quem, e foi o James Taylor. Ele deu uma canja. Agora, uma coisa interessante, que eu até catei no jornal para ver se eu achava, jogaram uma coisa na cabeça dele na hora. Eu não sei se foi uma garrafa, uma latinha, uma coisa, e foi um mico, a gente morreu de vergonha. Mas foi muito legal, porque a gente ficou na beira do

⁹⁵ Carneiro (2011, p.109-110) também menciona este evento, realizado no Circo Voador.

palco, no Circo Voador, e o James Taylor lá, que eu tinha visto um dia, ou dois dias antes, e ele *tava* ali, naquele Circo Voador bem pertinho, foi bem interessante.

Como se tratou de uma narrativa surgida espontaneamente por parte da entrevistada, foi incluída, nesse momento, uma pergunta sobre se esta havia presenciado, no Rock in Rio, algum momento de alusão à eleição de Tancredo Neves, ou de comemoração, por parte do público, pelo fim da ditadura militar ou, ainda, de protesto em função da existência deste período. E a resposta foi: “Ai, não lembro. Mas, eu acho engraçado, que deve ter sido, porque essa curiosidade da gente ter ido, né, no Circo. Foi muito interessante porque ninguém esperava dar de cara com o James Taylor lá, né. Quando a gente viu, sentou lá, foi uma coisa” (Mãe, “família 2”).

Ao evidenciar a ausência de associação entre os testemunhos dos entrevistados e o momento político vivido no Brasil, em meados dos anos 1980, não se pretende aqui realizar nenhum tipo de reflexão ou crítica referente ao comportamento dos jovens no que concerne a questões políticas. Busca-se, simplesmente, relatar uma constatação desta pesquisa que permitiu verificar, na prática, que os principais motivadores para a participação dos então jovens no Rock in Rio no ano de 1985 já se traduziriam, por si só, em uma reafirmação do conceito de Pais (1993), para quem a essência das culturas juvenis se situa, basicamente, em relações que dizem respeito ao lazer e à sociabilidade. No referido caso isso se torna evidente, pelo fato das motivações relatadas nas entrevistas estarem diretamente ligadas ao desejo de se participar de um acontecimento inédito, onde se encontraria muita gente e se teria contato com artistas nunca antes vistos em apresentações musicais ao vivo no país. Isto também não quer dizer que as manifestações relativas ao momento político, mencionadas em boa parte das publicações referentes ao Rock in Rio não tenham, de fato, ocorrido. Afirma-se apenas que os depoimentos conseguidos ao longo da pesquisa apontam que tais manifestações não se encontram entre os principais fatores que motivaram os jovens a participarem daquela primeira edição do festival.

5.3.2

O retorno a partir de 2011

Outro fator que surgiu de forma clara e unânime entre as entrevistas: a volta dos então jovens de 1985 ao Rock in Rio, a partir de sua edição em 2011, se deu não só pela necessidade de acompanhar seus filhos menores de idade, como também pela nostalgia e pela curiosidade em ver no que o Rock in Rio havia se transformado depois de um período de dez anos consecutivos sem ter sido realizado (2001-2011) e mais de vinte e cinco anos após a data de sua primeira edição. A mãe da “família 2” descreve suas motivações da seguinte forma:

[A motivação] Foi levar ele [seu filho]. E também tem a nostalgia, né. A nostalgia. A gente sempre falou muito do Rock in Rio pra você, né, filho [que movimentava a cabeça, em sinal de concordância]. E a gente falava do Rock in Rio, contava, e assim, eu e meu marido, a gente conversava, assim, que ele foi, eu fui, mas as bandas que ele procurou ver foram diferentes das minhas, e a gente contava muito para ele [seu filho], então parece que a gente queria mostrar para ele: ‘olha como foi legal aquilo que a gente teve. Vamos ver se você vai ter isso legal também, né’. A gente queria passar a experiência da gente para ele.

Nesse sentido, a mãe da “família 1” muito enfatizou a necessidade de acompanhar sua filha ao festival, sendo que foi nesse momento que seu marido, inicialmente não escalado para a entrevista, fez uma primeira intervenção, pelo fato de também ter acompanhado a esposa e a filha na edição de 2011 do festival. Abaixo, a reprodução de um trecho da conversa sobre as motivações da “família 1”:

Mãe: Sim, [a motivação] foi levá-la [a filha]. Porque o pai [seu marido] não ia deixar ela ir sozinha, de jeito nenhum.

Pai: Não, não, não... Só ela [a filha], né? Até parece que a gente também não curtiu um pouquinho... Foi o conjunto da obra, né.

Filha: Ah! Vocês também pensaram na época: ‘o Rock in Rio tá voltando, vamos ver como é que vai ficar’, tinham várias promessas de que ia ser diferente, eles ficaram curiosos também. Mas, tipo assim, eu estava no primeiro ano do Ensino Médio, a gente, eu e minhas amigas que foram, a gente tinha 15 anos, aí eles falaram: ‘pô, a gente vai deixar esse monte de menina sozinha lá, não sei como vai ser’.

Mãe: É, ele [seu marido] teve a mesma preocupação que o meu pai teve, entendeu, só que aí ele quis ir, então eu falei que nós iríamos fazer o sacrifício.

Já o pai da “família 3” menciona o simbolismo em ter retornado ao festival, em 2015, na companhia da filha, então com 12 anos de idade: “é, ela [sua filha] foi com a mesma idade que eu fui ao Rock in Rio 1 [ele foi aos 11 anos]. E

foi 30 anos depois da primeira edição. Foi simbólico”. Este mesmo pai, no entanto, declara o Rock in Rio de 1985 como tendo sido, em sua opinião, a mais marcante entre as edições, numa conversa que vale aqui ser replicada na íntegra, da qual participaram os quatro integrantes da família entrevistados, e entre os quais apenas a filha, com 14 anos de idade, não esteve presente no festival em 1985:

Pai: Na verdade, assim... O primeiro foi ‘o’ Rock in Rio. Nenhum deles mais se... Não digo só pela organização, ou pelas bandas em si...

[Mãe e avô da “família 3” concordam e começam a enumerar, simultaneamente, algumas das bandas que se apresentaram no Rock in Rio de 1985].

Pai: ... Mas pela *vibe* do negócio, sabe. Dos nacionais, no dia em que a gente foi, teve Ney Matogrosso, teve Erasmo.

Avô: É... é...

Mãe: E jogaram coisa no Kid Abelha.

Filha: Olha, mas essa é a opinião de vocês, porque o meu primeiro Rock in Rio, que foi em 2015, foi incrível. Eu ouvi Queen desde que você [seu pai] me mostrou, eu era novinha, assim, e eu sempre gostei, também. De repente nem tanto quanto você quando era da minha idade, mas eu gostava, e aí eu vi aquela banda, que era uma lenda, eu vi o Queen, mesmo que não fosse o Fred Mercury, eu vi o Queen ao vivo, e eu vi aquele festival, que eu ouvia falar, que teve em 85.

Avô: É, era aquele outro cara cantando.

Pai: É, o Adam Lambert.

Filha: Assim, o fato de eu ter visto, sabe, o fato de ter visto aquela banda, que é uma lenda...

Pai: É, era o Queen. Capenga mas era.

Assim como a filha da “família 3”, que ouvia desde pequena seu pai falar sobre a banda Queen e teve a chance de assisti-la ao vivo no Rock in Rio em 2015 – a mesma que menciona, ainda, ter cantado a “música do Rock in Rio” em uma de suas primeiras apresentações referentes às aulas de música que pratica - o filho da “família 2” também relata a influência de seus pais na construção do desejo de fazer parte do festival:

Como a minha mãe falou, eles [a mãe e o pai] me falaram a vida inteira sobre o Rock in Rio. O meu sonho de vida era ir ao Rock in Rio. Sempre saía no jornal, às vezes no Segundo Caderno [do Jornal O Globo]: ‘o Rock in Rio pode voltar’ sei lá quando... e daí eu ficava animado... Aí quando anunciou que ia ter em 2011 eu fiquei doido. Eu falei ‘caraca, mãe, a gente tem que ir, você vai me levar’ e aí eu comecei a esperar para ver como é, aí saiu o Rock in Rio Card, e a gente comprou correndo o Rock in Rio Card para poder escolher que dia que ia, e aí começaram a anunciar as bandas: ‘vem Red Hot, Cold Play’ e eu fiquei doido, e a gente comprou e... nossa...foi um sonho. Em 2011 eu fui a dois dias: o dia em que o Red Hot foi o principal e, no outro, o Cold Play. Esse ano vou no The Who e Guns.

Nota-se nas narrativas acima correspondentes, respectivamente, à filha da “família 3” e ao filho da “família 2”, uma notória alusão a uma memória herdada (POLLAK, 1992, p.2) a partir de um viés geracional, cuja fundamentação teórica foi apresentada no capítulo 2 do presente estudo e que, nesse ponto, observa-se a partir da relação afetiva claramente estabelecida entre o festival e os entrevistados pertencentes à “geração de 85” que, em alguma medida, parece ter sido repassada a seus filhos. Porém, apesar desta relação ter se revelado unânime entre os entrevistados “da geração de 85”, suas narrativas demonstraram uma sutil diferença, a saber: tanto os pais e mães das “famílias 2 e 3” afirmaram terem feito questão de contar aos próprios filhos sobre suas vivências relativas ao festival quando jovens e evidenciaram, ao longo das conversas, o fato de enxergarem um certo simbolismo no retorno ao Rock in Rio, depois de tantos anos, em sua companhia. O mesmo não foi observado durante a entrevista com a mãe da “família 1”: atestou-se a relação de afeto pelo fato do Rock in Rio ter representado um marco em sua juventude, porém não houve menção ao desejo de que sua filha passasse por uma experiência similar ao participar do festival sendo que esta, como será mostrado mais à frente, foi a jovem que afirmou não possuir nenhuma espécie de vínculo afetivo em relação ao Rock in Rio. Esta breve análise busca retratar como, no caso das famílias entrevistadas, tal memória herdada a partir de uma intensa identificação com um acontecimento passado (POLLAK, 1992, p.2) é capaz de se refletir no estabelecimento de interações, de vínculos afetivos e de trocas geracionais presentes no âmbito dos estudos sobre o referido festival.

Com exceção do pai e da mãe da “família 3”, que continuam a frequentar o Rock in Rio e já tinham ingressos comprados para a edição de 2017 – o pai, inclusive, demonstra orgulho ao dizer que foi a todas as edições brasileiras do festival – os demais participantes de 1985 pararam de frequentar o Rock in Rio após 2011 – sendo que o avô da “família 3” esteve somente na edição de 1985. Estes falaram em “fechar a tampa”, “se aposentar do Rock in Rio” e em vê-lo “só pela televisão mesmo, que já está de bom tamanho”. Porém, independente destes ainda participarem ou não das edições presenciais do Rock in Rio, seus filhos o fazem – uma constatação que parece alinhada ao que Arthur Dapieve chamou de “passagem de bastão” durante a entrevista concedida à pesquisa:

Quando eu vejo, hoje em dia, reportagens que são repetidas a cada nova edição, pais que foram no primeiro [Rock in Rio] levando os filhos, etc, para ver o mesmo show, isso eu acho fascinante, porque é realmente uma passagem de bastão, é, em outra escala, aquela confiabilidade sobre a qual a gente conversava no início. É o pai que sabe que funciona, que pode levar o filho, que não vai ter transtorno, etc, etc. Que na primeira noite pode não funcionar a ligação com o BRT, mas na segunda funciona, agora vai ser mais simples isso. É, então, marca afetivamente, isso. Pessoas que foram pela primeira vez ao Rock in Rio pelos pais, e os pais já morreram, ou coisa parecida, então tem um calendário afetivo que ele [o festival] vai marcando. Eu imagino que todo grande evento faça isso mas, no caso do Rio, o mais regular é o Rock in Rio. Claro, para outro público o carnaval mas, como o carnaval tem todo ano, tem uma hora que também eu sei que fica embaralhado, você não sabe se foi no carnaval de 2013, no de 2014. Então pauta assim, acho que afetivamente a vida das pessoas, a descoberta de um artista que eventualmente vai mudar a vida delas, pelo impacto ali, emocional, eu acho que isso fica para as pessoas. Tem o lado do consumo, evidentemente, você pode comprar LPs, consumir pra burro, foi melhorando sobre esse aspecto com o tempo. Mas eu acho que as pessoas se lembram mesmo é dos shows que elas viram, quem elas estavam namorando naquela hora, o que elas estavam fazendo.

A próxima seção dará continuidade aos relatos sobre as lembranças mais marcantes, descritas pelos entrevistados, relativas ao festival.

5.3.3 Lembranças materiais e imateriais

A inclusão inesperada da mãe da “família 3” no grupo entrevistado ocasionou a inserção de lembranças materiais que, pode-se afirmar, jamais haviam sido pensadas de serem alcançadas por este trabalho – e foi a partir delas que optou-se por dar início a esta seção. A mãe da “família 3” assim começa o relato sobre a sua participação na primeira edição do Rock in Rio:

Bom, eu fui parar no Rock in Rio porque a minha irmã ia, e eu não tinha nada, tipo, e aí eu falei, ‘eu vou junto’. E eu fui. [...] Eu tinha 11 e ia fazer 12 [anos de idade]. Eu fui no dia da lama. Eu fui no dia do Queen. Eu fui no dia da Nina Hagen. [...] E a minha irmã, ela era tão louca, a minha irmã, ela é cinco anos mais velha do que eu. Ela foi para o hotel e ela fez amizade com a Nina Hagen, ela fez fotos com a Nina Hagen. Ela tem fotos com a Nina Hagen.

Seu marido, o pai da “família 3”, dá continuidade à conversa da qual, novamente, participam todos os integrantes da família ali presentes e que aqui vale ser reproduzida na íntegra:

Pai: Depois a sua outra irmã ainda fez amizade com o Axl Rose, né?

Mãe: É, no Rock in Rio II [em 1991], essa minha irmã mais velha foi numa festa que o Medina, a Artplan, fez no Resumo da Ópera.

Avô: era na Lagoa, né?

Mãe: e era só para o pessoal do festival. E a minha irmã mais velha foi com a minha irmã mais nova e com a madrinha dela [de sua filha].

Filha: ah! Sei! A história do Axl Rose...

Mãe: A minha irmã mais nova era alucinada pelo Axl Rose e ele convidou elas para sentar na mesa dele.

Pai: é, e ninguém sabe prá que, né, ninguém imaginou o motivo.

Mãe: e elas foram para o hotel, elas foram para o hotel, com eles, no ônibus deles, e ela não subiu no hotel porque o segurança não deixou ela entrar, minha irmã tinha 16 anos. E tem uma foto da minha irmã, com o Axl Rose.

Pai: Tem, tem.

Mãe: Saiu numa revista, na Europa, um amigo dela viu, comprou a revista e mandou para ela. Ela tem, plastificou a revista, e tal. E ela era fã do Axl Rose, né. Eu não fui nessa.

A mãe da “família 3” mediu o contato com sua irmã mais velha, a partir do qual foi autorizada a inserção, neste trabalho, da referida foto com a cantora Nina Hagen (Figura 15), bem como a do ingresso que guardou como lembrança de sua participação na primeira edição do Rock in Rio (Figura 16). A entrevistada encaminhou, ainda, a foto de sua segunda irmã ao lado do cantor Axl Rose, vocalista da banda Guns n’Roses (Figura 17), tirada à época da segunda edição do Rock in Rio (1991). Embora esta edição não conste do foco das entrevistas, entendeu-se como válida a inserção da referida imagem em função da relação entre o contexto familiar e o histórico do festival no qual se encontra inserida.

Figura 15: Irmã mais velha da entrevistada próxima à cantora Nina Hagen.



Fonte: Acervo pessoal da irmã mais velha da entrevistada nomeada como mãe da “família 3”. Registro da edição de 1985 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

Figura 16: Ingresso do Rock in Rio de 1985



Fonte: Acervo pessoal da irmã mais velha da entrevistada nomeada como mãe da “família 3”.

Figura 17: Irmã mais nova da entrevistada ao lado do cantor Axl Rose.



Fonte: Acervo pessoal da entrevistada nomeada como mãe da “família 3”.
Registro da edição de 1991 do Rock in Rio, realizada na cidade do Rio de Janeiro.

Estas significativas lembranças materiais, relativas às primeiras edições do Rock in Rio, surgiram de onde menos se esperava: foram conseguidas a partir do contato com a mãe da “família 3” que, por sua vez, passou a fazer parte do grupo entrevistado apenas momentos antes do início da conversa inicialmente agendada junto aos demais integrantes de sua família. Houve, ainda, outros momentos em que os achados relativos ao trabalho de campo surpreenderam, citando-se aqui

mais uma dessas situações: pensou-se que se trataria de um pedido relativamente simples que os entrevistados mostrassem, durante as entrevistas, os objetos – entre fotos, ingressos, camisetas, adesivos – que guardavam como lembranças de sua participação no festival. Nesse sentido, esperava-se encontrar uma série de itens guardados pelos então jovens de 1985; e, por outro lado, não havia muita expectativa em relação à existência de itens guardados pelos jovens que frequentaram o festival a partir de 2011, além de fotos eventualmente publicadas nas redes sociais. Mas o que se percebeu, de fato, foi uma certa similaridade entre os relatos, sobre esse tema, dos integrantes das distintas gerações: são poucos os que guardam objetos de lembrança do festival e têm facilidade em localizá-los e, entre os que o fazem, em sua maioria, guardam os ingressos, e não outros itens adquiridos ao longo do tempo, tais como camisetas ou brindes de patrocinadores. Entre os então jovens de 1985, apenas o pai da “família 3” tinha, em mãos, os ingressos guardados de diversas edições do festival às quais esteve presente (Figura 18).

Figura 18: Ingressos do Rock in Rio guardados pelo pai da “família 3”.



Fonte: Acervo pessoal do pai da “família 3”.

Os demais entrevistados que estiveram na primeira edição do Rock in Rio até mencionaram a existência de itens que pensavam ainda manter guardados mas que, de fato, não conseguiram localizar. Abaixo encontra-se o relato da mãe da “família 2” nesse sentido:

E aí o que a gente, todo mundo gostava, era de falar que foi. Então tinha o tal do adesivo – até procurei – “Eu vou ao Rock in Rio” e depois “Eu fui ao Rock in Rio”, e camiseta todo mundo tinha, então isso era o máximo [...] A gente procurou aqui de 85, mas não encontrou. Eu acho que tá lá em Copacabana [na antiga casa, onde ela morava na época, com os irmãos]. Eu vou pedir para a minha irmã checar num baú antigo que ela tem. Não me lembro se a gente tirou alguma foto [...] Ao mesmo tempo, agora que eu percebo que, se eu tivesse guardado um monte de coisas do Rock in Rio eu acho que ajudava a gente a lembrar das coisas [...] por que é que a gente joga as coisas fora, né? (Mãe, “família 2”).

A mãe da “família 3” ter guardado a “luva do Queen” distribuída no Rock in Rio de 1985, além de um pequeno livro com as letras das canções de várias bandas estrangeiras, distribuídas no Rock in Rio de 1991, mas também não teve como localizá-los. Os jovens entrevistados que estiveram no festival a partir de 2011, por sua vez, também não guardaram itens comprados no festival; suas lembranças materiais também se restringiram aos ingressos, além da menção a confetes jogados durante o show do Queen, em 2015, guardados pela filha da “família 3” (que não chegaram a ser mostrados durante a entrevista) e um copo (Figura 19) - além dos ingressos - guardado pela filha da “família 1”, comprado durante a edição de 2011 e sobre o qual ela se refere da seguinte forma:

A gente comprou esse copo, nem sei por que a gente comprou... Acho que foi o meu pai que comprou. E eu vou te falar, a gente só tem esse copo porque eu estava com o meu pai, porque em 2013 [quando ela voltou ao Rock in Rio sem os pais, apenas com uma amiga] eu não comprei nada. Achei tudo meio caro. Eu acho até assim, pô, em 85, para a minha mãe, tinha a camisa, eles não se importavam se custava 30, 40, 50 reais porque assim, era “o” Rock in Rio, a única chance de ter a camisa do Rock in Rio.

No que sua mãe rapidamente se coloca: “Mas [em 85] eu só comprei a caneta mesmo. Quebrou esses dias e eu joguei fora”.

Figura 19: ingressos e copo guardados pela filha da “família 1”



Fonte: Acervo pessoal da filha da “família 1”.

Ao mencionar que retornou a todas as edições do festival no Rio de Janeiro (2013, 2015 e ingresso comprado para 2017), desde que lá esteve com seus pais pela primeira vez, em 2011, o filho da “família 2” ressalta que nunca comprou nenhum bem material durante o festival, e apresenta discurso bastante alinhado ao da filha da “família 1” no que concerne a guardar os ingressos como principal lembrança afetiva relacionada ao festival, além de relatar opinião similar, também, sobre o preço dos objetos à venda no festival: “No Rock in Rio, o que tinha para guardar, e tal, tipo as camisas, era tudo muito caro. Aí acabei não comprando nada. Eles fazem o preço que eles quiserem, só tem eles lá. Mas, assim, R\$80 uma camisa [...] O que eu faço, eu guardo ingresso. [...] Todos os shows em que eu fui na minha vida eu tenho ingresso guardado, e os do Rock in Rio estão aqui também” (Figura 20).

Figura 20: Ingressos do Rock in Rio guardados pelo filho da “família 2”



Fonte: Acervo pessoal do filho da “família 2”.

Outro ponto que chamou atenção entre os depoimentos de todos os entrevistados – mas que surpreendeu, principalmente, no que diz respeito aos relatos dos mais jovens, que já conheceram um Rock in Rio com escopo ampliado em termos de opções de lazer – foi a ausência de menções às atrações ligadas ao entretenimento porém não conectadas necessariamente ao meio musical. Entre elas estão, por exemplo, a tirolesa, a roda gigante, a montanha russa e várias das ações de interação promovidas nos quiosques dos patrocinadores. Em nenhuma entrevista foram citadas como experiências memoráveis – de fato, não foram ao menos citadas como experiências vivenciadas durante o festival. Todas as boas lembranças descritas pelos entrevistados estavam diretamente ligadas aos shows que assistiram. O pai da “família 1” chega a relembrar que sua filha e as amigas foram entrevistadas por uma equipe do canal Multishow durante o Rock in Rio em 2011, mas o relato desta girou em torno das apresentações das artistas Kate Perry (2011) e Florence and The Machine (2013). O mesmo se passou com a filha da “família 3”, ao afirmar ter ido ao Rock in Rio, em 2015, “[...] só por causa do Queen” e com o filho da “família 2” que procurou, ao longo de toda a conversa, descrever detalhadamente os shows que assistiu e os que mais lhe marcaram ao longo de todas as edições do festival em que esteve presente. E quando, durante a entrevista, o atual destaque sobre a violência no Rio é por mim apontado como possível causa da demora na venda de ingressos para alguns poucos dias do

festival ao longo do ano de 2017, ele discorda. E a relaciona com a ausência de renovação musical, que também entende se tratar do principal desafio relativo à manutenção do sucesso de público do festival:

Para mim, não é isso não [a questão da violência]. Para mim é porque eles repetiram várias bandas que já vieram. Eu achei, esse ano, disparado, o pior de todos, de *line up*⁹⁶. Tirando o dia do Guns e The Who, que vai ser o melhor de todos, eu acho, né. Titãs, o The Who e o Guns. Mas eu acho que, Bon Jovi acabou de vir, Red Hot acabou de vir, o show do Red Hot foi muito ruim, eu não gostei do show, ainda mais que o guitarrista, que era o principal da banda, saiu. Maroon 5 já veio também, e os dias, assim que não tem muito apelo, sabe. Aerosmith tem apelo. Mas o resto das bandas no mesmo dia não tem tanto apelo. Bon Jovi não tem tanto. Já vieram em 2013 e o show foi péssimo, sabe, eu fui ao show. Foi muito ruim. E, também, o resto do dia não tem tanto apelo. Então, eu acho que eles erraram nisso, né. Justin Timberlake, acabou de vir também. Então várias bandas repetidas. [...] Eu acho também que eles não querem arriscar, entendeu. Porque Bon Jovi mal ou bem vai encher, sabe. Pode demorar um mês para vender os ingressos mas vai vender. Eles não querem arriscar também de trazer uma banda nova, de trazer uma banda, uma Artic Monkeys, sei lá. [...] mas, acho que falta... se quiserem continuar vendendo muito ingresso e tal, e fazer essa quantidade de dias, que são muitos dias, acho que vão ter que dar uma renovada.

A filha da “família 1” chega a mencionar um incômodo em relação à diversidade de atividades promovidas por patrocinadores:

Você chega lá e parecia que eu tava num parque da Disney, no Hopi Hare, sabe, não só pela tirolesa, pela roda gigante, mas pela quantidade de lojinha, marquinha, tudo ali: ‘ah, agora você compra a camisa, ah, agora você compra não sei o quê... Então eu acho que, então, não é tanto uma experiência de juventude. [...] eu sei que a marca quer aparecer, só que eu acho que, às vezes, fica chato, você fica meio de saco cheio, tipo, você chega lá, plá, Coca-cola, plá, Multishow, plá, Itaú. Aí, sei lá, na outra banquinha é só roupa do Rock in Rio, loja oficial do Rock in Rio, e aí tipo assim, Bob’s, e tudo vira uma oportunidade para ter uma marca ali, entendeu. Tem um panfletinho, tem que ter uma marca, tem uma coisinha, tem que ter uma marca [...]. Não tem uma parada que é tipo, sabe, que não esteja atrelada.

Um dado pontual, porém importante de ser citado, refere-se à opinião unânime dos entrevistados presentes à edição de 1985 sobre um item, em especial, que esteve à venda nas lojas oficiais do festival trinta anos depois: mesmo com todo o simbolismo em torno da lama inerente à primeira edição do Rock in Rio,

⁹⁶ *Line up* é uma expressão usada para definir o que seria a programação musical do evento.

nenhum dos entrevistados demonstrou interesse em comprar a “lama de 85”⁹⁷ (Figura 21) exibida nas lojas oficiais da edição de 2015 do festival.

Figura 21: A “lama de 85” vendida na edição de 2015 do Rock in Rio



Fonte: www.diariodocentrodomundo.com.br/wp-content/uploads/2015/09/lama-do-rock-in-rio-2.jpg. Acessado em 13/6/2017.

Os dados acima descritos apontam para uma possível relativização da ideia, por vezes determinada pelo senso comum a partir de uma conotação negativa, de que as pessoas consumiriam “muito”, ou ainda, que consumiriam de forma “exagerada” ao participarem presencialmente do Rock in Rio. É fato que a quantidade de produtos licenciados com a marca do festival parece se elevar a cada nova edição⁹⁸, chegando a setecentos itens distintos em 2017, o que poderia se traduzir em um indicador do potencial de consumo relacionado à sua realização. Porém não fez parte do escopo da pesquisa o levantamento de dados comparativos, por exemplo, entre os parâmetros de consumo do Rock in Rio frente aos de outros festivais de música de porte similar, no Brasil ou no exterior. Sob tal aspecto, o que se pretende explicitar é que, curiosamente, as duas fases do trabalho de campo compreendidas no presente estudo apontaram para situações

⁹⁷ Esse item correspondeu a verdadeiros fragmentos de lama retirados da atual Vila dos Atletas, no Rio de Janeiro, local onde se realizou a primeira edição do Rock in Rio, em 1985. Esta lama, colocada em azulejos de acrílico, foi comercializada sob o apelo de item de colecionador, pelo simbólico que relaciona o “valor” da lama à realização da primeira edição do festival.

⁹⁸ Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2017/06/27/rock-in-rio-2017-bate-recorde-licenciados.html>. Acessado em 26/12/2017.

que, de certa forma, passam ao largo de tal percepção negativa em relação ao ato de consumir. Primeiramente, o capítulo 3 buscou reunir uma série de observações, realizadas *in loco*, em torno de algumas das formas pelas quais as relações de consumo estabelecidas no ambiente presencial do Rock in Rio responderiam, na prática, ao conceito de “bússola das relações sociais” (ROCHA, 2005, p.127) entrelaçado à ideia de uma “apropriação altamente criativa” (MILLER, 2007, p.47) de determinados bens, onde estes se tornariam ingredientes capazes de contribuir para o fortalecimento dos laços de pertencimento e de sentimentos de coletividade. E que remetem ainda a uma reflexão sobre o argumento de Miller (2007), também citado anteriormente, no que concerne à impossibilidade de se definir critérios universais relativos ao que seria um nível de consumo moralmente adequado. Em segundo lugar, os depoimentos citados ao longo da presente seção demonstram uma certa indiferença – e até mesmo um incômodo – no que diz respeito à variada quantidade de itens, ofertados para o consumo, durante a realização do Rock in Rio.

Apesar de não identificar sua proporção frente ao público geral do festival, as entrevistas em profundidade aqui descritas apontam para a possível existência de um grupo frequentador de várias edições do Rock in Rio que, em princípio, não percebe grande valor ou benefício no consumo de bens materiais, ou ainda, no envolvimento direto com as atividades paralelas lá promovidas. Estas são tidas como parte do contexto de um grande evento, mas tais entrevistados não as interpretam como uma motivação suficientemente relevante que justifique a sua participação no festival. Todos os relatos obtidos na presente pesquisa apontam para as atrações musicais como o principal – por vezes, o único - apelo para a ida dos entrevistados ao Rock in Rio. Nesse sentido, o que pode ser retratado como um fenômeno do consumo particular ao âmbito do festival, no que se refere a grandes números, ocorre não durante, mas sim nos meses que antecedem a abertura de seus portões: trata-se da venda de ingressos on-line que se inicia bem antes da realização efetiva de cada edição do Rock in Rio sem a divulgação completa da programação musical para cada dia do festival. Herschmann e Queiroz (2012, p.114) citam dados relevantes sobre a venda de ingressos para a edição de 2011 no Rio de Janeiro: “Um dos termômetros para observarmos a expectativa gerada no público foi a venda antecipada de 100 mil ingressos em apenas 21 dias (durante o mês de novembro de 2010), sem nenhuma atração do

evento ainda confirmada”.⁹⁹ Já para a edição mais recente do Rock in Rio, realizada em setembro de 2017, foram vendidos antecipadamente, em novembro de 2016, cento e vinte mil ingressos em um período de duas horas e com apenas três atrações musicais confirmadas – as bandas Maroon 5, Aerosmith e Red Hot Chili Peppers - para os sete dias de duração do festival¹⁰⁰. Parece, assim, ainda existir uma certa confiabilidade, por parte do público, de que haverá sempre uma atração musical interessante a ser proporcionada pelo Rock in Rio, conforme explicita o pai da “família 3” ao mencionar: “O que me levou a comprar com antecedência foi a esperança de ter alguma coisa que eu gostasse”. Sua esposa, a mãe da “família 3”, comprou os ingressos antecipados para 2017 na expectativa de assistir ao show do artista Phil Collins; mas, como este não foi confirmado entre as atrações do festival, ela e o marido optaram, então, pelo dia da apresentação da banda Aerosmith.

Não houve, por parte dos entrevistados, nenhum tipo de questionamento em relação à natureza comercial do evento – surgiram, em alguns momentos, certas discussões em torno do aumento progressivo no preço dos ingressos, mas não do propósito de gerar lucro aos organizadores. Houve, sim, uma certa discussão – pode-se dizer, até mesmo uma preocupação - sobre a manutenção da relevância do festival em termos musicais, sendo que esta, em um certo sentido, corrobora com a seguinte colocação de Dapieve:

Por mais que faça parte das acusações: ‘ah, é um evento só comercial’... É claro que é um evento comercial. Você não coloca tanta gente junta ali, com essas atrações caras, se você não for viável economicamente, se não der lucro para que está produzindo o festival. Agora, não é só isso. [...] Claro, quer ganhar dinheiro, todo mundo precisa, agora, não é só ganhar dinheiro, é oferecer em troca alguma coisa interessante, ao menos para a comunidade que gosta de música popular.

Em uma de suas breves - porém afirmativas - intervenções durante a entrevista, o pai da “família 1” também opinou: “O que junta a galera é a música”. Esta, possivelmente, se mostra como uma afirmação que não deve ser esquecida durante o processo de configuração das próximas edições do Rock in Rio.

⁹⁹ Fonte citada pelos autores: Entrevista publicada no dia 16 de setembro de 2011, realizada por Mauricio Meirelles (cf. “Roberta Medina: O rock é a atitude”, in: *Revista Época*. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/cultura/rockinrio/noticia/2011/09/roberta-medina-o-rock-e-atitude.html>>, acesso em: 10/12/2011).

¹⁰⁰ “Rock in Rio 2017 anuncia novas atrações: Bon Jovi e Billy Idol”. In: *Jornal O Globo*. Veiculado em 14/12/2016, Caderno “Rio”, p.20.

5.3.4

Diferentes significados para distintas gerações

Uma questão relatada por integrantes das “famílias 1 e 3”, enquanto curiosidade relativa ao primeiro Rock in Rio, diz respeito à comparação entre o modo de se vestir observado durante o festival em 1985 e o que se nota atualmente – narrativas que acabaram por corroborar com o argumento proposto no capítulo 3 deste estudo, que discorre sobre a atual construção de identidades tidas como ocasionais, originadas a partir do vestuário, e que produzem significado exclusivamente em função de sua inclusão no ambiente de realização do festival. Diz a mãe da “família 1”:

Agora, eu me lembro, que você falou agora essa questão da roupa, né, que no de 85, para você ter uma ideia, a gente nem tinha noção do que era um show de rock, ao ar livre. Mas a gente não tinha noção do que era. Tinha muita gente que não tinha noção do que era. Aí eu me lembro até como eu fui: eu botei um tênis, uma jardineira, com uma camiseta, eu já sabia que era quente no Rio, e tal [ela morava no município de Petrópolis]. Mas eu tive uma amiga que ela foi de salto alto e blusa de seda. E o salto ficou lindo no final, né, ficou agarrado, naquela lama. E engraçado, porque a coisa era tão inédita, era tão vanguarda, que as pessoas não sabiam nem como ir, tipo ‘com que roupa que eu vou? Como é que eu não vou?’ Tinha gente rasgando a roupa lá, na hora, para ficar estiloso, moderno, rock and roll... Isso é muito engraçado, essa questão da roupa hoje em dia. (Mãe, “família 1”).

Já na entrevista com a “família 3”, a abordagem sobre o vestuário surgiu de forma espontânea, antes mesmo que fosse formulada qualquer pergunta relativa ao tema:

Pai: uma outra coisa engraçada, quer ver, um negócio do Rock in Rio de que eu me lembro, em 85. [...] o pessoal entrando, e abrindo a Cidade do Rock, e tal, e a quantidade de gente, com camisa preta, assim, camisa de banda, era quase inexistente. Não tinha essa cultura.

Avô: não, não, o pessoal ia vestidinho normal.

Pai: isso, se vestia normal. Roupa colorida, e tal. A maior parte sem camisa. Tomando banho de mangueira durante o dia.

Mãe: ninguém nem sabia o que vestir, né.

Pai: é, porque não tinha a cultura de show, entendeu.

Atualmente, dentre as já citadas setecentas opções de itens licenciados sob a marca “Rock in Rio”¹⁰¹, encontram-se peças de vestuário comercializadas nas lojas, estandes e no site oficial do festival, e outras que constam ainda em editoriais de moda, desenvolvidas e comercializadas em parceria com outras marcas, tais como ilustra o catálogo de uma loja de roupas femininas (Figura 22). Nota-se até mesmo, entre os *looks* propostos para frequentar o festival, opções de blusa e jaqueta que serviriam como uma espécie de proteção para o caso de chuvas, como aquelas que marcaram a primeira edição do festival, em 1985. A proteção contra a lama, também emblemática daquela primeira edição, não se faria mais necessária, como bem como observa o filho da “família 2” ao relatar: “Eu nunca peguei chuva (*no festival*). Mas, também, agora tem aquela grama sintética” – em menção à cobertura colocada em boa parte do chão do terreno onde se realiza o festival e que evitaria a proliferação de lama mesmo em caso de fortes chuvas.

Figura 22: Catálogo com peças de vestuário com a marca Rock in Rio.



Fonte: Acervo pessoal da autora. Catálogo recebido durante visita à loja da marca “FYI”, no Shopping Leblon, na cidade do Rio de Janeiro.

¹⁰¹ A lista completa de produtos licenciados com a marca “Rock in Rio”, durante a edição do festival no ano de 2017, pode ser acessada em: <http://rockinrio.com/rio/pt-BR/novidades/rock-in-rio-bate-novo-recorde-de-produtos-licenciados?festival=rio>. Acessado em: 26/12/2017.

Nesse sentido, o pioneirismo do Rock in Rio surge também sob o aspecto do vestuário – sendo que, em função de todos os depoimentos apresentados ao longo deste capítulo, é o pioneirismo, de forma geral, que parece de fato representar o fio condutor no que diz respeito ao simbolismo do festival frente à geração que foi jovem e que dele participou em 1985. Representou ainda o cerne do depoimento do avô da “família 3” – já com 35 anos à época daquela primeira edição - mesmo que a partir de uma outra associação, mais ligada à analogia entre o Rock in Rio e o Festival de Woodstock e à “revolução cultural” que este último representou a partir do fim dos anos 1960. A mãe da “família 2” fala em: “[...] marco. O Rock in Rio foi um marco. Para mim e acho que para todo mundo, né”. Tal afirmativa se mostrou reincidente em todas as entrevistas realizadas com os então jovens de 1985 que, quando aprofundadas, se traduziram na sensação de liberdade e no ineditismo das bandas e artistas, na possibilidade de ver e conviver com outros grupos diferentes dos seus e, como descreve a mãe da “família 1”, “[...] naquele clima de estar, ali, todo mundo junto, num lugar descampado”.

Outros pontos consensuais relativos às entrevistas com os então jovens de 1985 podem ser citados. Encontram-se, entre os principais: (a) todos os entrevistados afirmaram ter ido, posteriormente, a pelo menos uma das edições do Hollywood Rock¹⁰², porém todos, sem exceção, só se lembraram deste fato com as entrevistas em estágio já bem avançado – e, em certos casos, após já terem fornecido uma resposta negativa à pergunta sobre se já haviam estado em algum festival de música antes ou depois do primeiro Rock in Rio. Aqui, vale mencionar que o Rock in Rio foi o primeiro festival de música ao qual todos compareceram e, além do Hollywood Rock, houve menções apenas à participação no Free Jazz Festival, além de uma única citação ao festival Monsters of Rock na cidade de São Paulo; (b) o Rock in Rio foi o único festival de música onde já foram acompanhados por seus respectivos filhos ou filhas; e (c) nenhum dos entrevistados se recorda de possuir uma única foto como recordação da participação no primeiro Rock in Rio, mesmo que esta tivesse sido tirada, por exemplo, ainda em casa, durante os preparativos para a ida ao festival. Nesse sentido a mãe da “família 1” parece resumir bem o sentimento explicitado

¹⁰² Festival de música patrocinado pela marca de cigarros homônima, já citado no capítulo 1 deste trabalho, iniciado durante os anos 1970, mas que teve a sua primeira grande edição realizada, no Rio de Janeiro, em 1988 – três anos, portanto, após a realização da primeira edição do Rock in Rio.

coletivamente nas referidas entrevistas – além de mencionar uma particularidade de sua vivência que, dificilmente, seria passível de registro:

Além de não ter essa facilidade que hoje você tem, né, do celular, da câmera digital, você sabe, não passou em momento nenhum, pela minha cabeça, registrar aquele momento. Engraçado, né... Sabe por que? A gente vivia o momento. Não tinha essa coisa de ‘ah! Depois eu tenho que, sabe, mostrar pro meu amigo’. Não, eu vou falar pro meu amigo independente de eu ter a camiseta, a caneta, e ele vai acreditar ou não. Não tinha esse negócio de, sabe... Mas uma coisa eu lembro, e foi engraçado, sabe, foi a primeira vez que teve um show em que eles fizeram aquele jogo de *laser*, né? E eu falei para a minha prima: ‘abaixa a cabeça! Porque esse *laser* vai cortar nosso pescoço!’ E ela falou assim: ‘Isso não é o *laser* do Star Wars não, é outro *laser*!’. [...] Mas não, assim, foi a primeira vez que teve, né, jogo de luzes, assim, diferente... Mas eu não voltaria pra comprar uma lama, uma outra coisa não. Eu sou muito de viver o momento, sabe, eu acho que quem vive de passado é museu. Então eu vivo o hoje, eu vivo o agora, não tenho nostalgia com nada. Gostei, foi bom, foi legal, mas foi um momento da minha vida, em que eu tinha 19 anos.

As convergências observadas nos depoimentos da “geração de 85” apontam para a construção da memória enquanto fenômeno social (HALBWACHS, 2006, p.30) a partir da relação concomitante entre memórias individuais e coletivas. Notadamente, a riqueza de detalhes contida em cada depoimento reflete uma série de particularidades da vivência de cada entrevistado - o que, de nenhuma forma, corresponde a um impedimento para que tais narrativas reflitam, sob muitos aspectos, uma certa unidade capaz de ressaltar a coesão social e a adesão afetiva (POLLAK, 1989, p.3) no que diz respeito à narrativa de um grupo sobre um determinado acontecimento.

Por outro lado, na “passagem de bastão”, assim nomeada por Dapieve e explicitada pela série de trechos das entrevistas citados ao longo do capítulo, a concordância de ideias sobre os significados do Rock in Rio para “a geração de 1985” não parece se replicar no que diz respeito ao simbolismo do festival para a geração de jovens atuais. É fato que existem duas convergências presentes nos relatos dos três jovens contemplados pela pesquisa: a primeira gira em torno de seu interesse primordial pelas atrações musicais do festival; a segunda, que ele não mais simboliza a liberdade que tanto marcou a geração de seus pais. O diálogo entre mãe e filha da “família 1” resume bem essa ideia:

Filha: Vínculo afetivo [com o Rock in Rio] tipo, nossa, eu me senti jovem, com liberdade, não muito. Tipo, em 2013, quando eu fui sozinha, pensei ‘caraca, muito mais maneiro’, outra experiência, e tal. Mas não descrevo como um mega

vínculo afetivo não. Tipo, ah, agora eu amo o Rock in Rio, quero tudo do Rock in Rio, o maior orgulho por ter ido...

Mãe: Sabe por que, eu entendo pelo seguinte fato: porque, na minha experiência, foi o primeiro. Nunca tinha tido nada igual no Brasil, não tinha, entendeu. *Pô*, o pessoal falava que era o Woodstock brasileiro, né, nunca tinha tido nada aqui, igual. Teve até a lama, igual a Woodstock, nós tivemos a lama aqui também. Ela no caso dela [da filha] já teve outros, entendeu.

Filha: Pois é, já tinha tido muito show internacional no Brasil.

Mãe: Para essa juventude agora, já é normal ver uma banda. Era muito difícil ver uma banda estrangeira, aqui, entendeu [...] Realmente ele [o Rock in Rio] conquistou a juventude ali, naquele momento. Por isso que eu fiquei tão encantada.

Filha: Acho que também, tipo assim, a identificação da juventude, com o festival, é muito diferente agora. Porque na época dela [da mãe] era, ‘ai meu Deus, que liberdade, *tô indo sozinha*’ e tal... Eu, por mais que tenha ido sozinha, e tenha gostado muito, em 2013, não foi um lugar que ‘nossa, agora estou me sentindo muito livre aqui’. [...] Eu acho que, se eu fosse ao *Burning Man*¹⁰³, eu ia ficar ‘*caraca*, agora eu *tô* me sentindo jovem’. Ia ser a experiência da minha mãe prá mim, entendeu.

Apesar de também não citar a liberdade como valor associado ao Rock in Rio, o filho da “família 2”, por sua vez, difere da filha da “família 1” e deixa transparecer claramente o vínculo afetivo que estabeleceu com o festival: “Foi como eu falei, o Rock in Rio, para mim, é obrigação. Eu amo. Só de falar que eu fui ao Rock in Rio, só de ir... não sei, não sei como definir. Foi como eu falei, acho que é muito por causa dos meus pais também. Meu pai e minha mãe curtiam o Rock in Rio, daí eu quis seguir isso também”. Os três jovens entrevistados discordam ainda sobre a relação do próprio festival junto ao público composto por sua geração: a filha da “família 1” conforme já foi citado, acredita que a redução na área de espaços patrocinados, bem como a inserção de atividades voltadas para criações coletivas e espaços colaborativos, aproximariam mais o festival do público jovem; já o filho da “família 2” entende que “[...] ele [o Rock in Rio] já se aproxima muito do jovem, eu acho que o público maior que vai é jovem”; por último, a filha da “família 3” apresenta ainda uma terceira visão, distinta das duas colocações acima citadas:

Eu acho que o Rock in Rio não é tanto para se aproximar do público jovem, sabe, eu acho que prá isso tem o Lolla [o festival que ocorre anualmente em São Paulo, denominado Lollapalooza]. Eu acho que o Rock in Rio serve para o público jovem ver... as lendas. [...] É prá gente tentar, também, fazer parte daquela história, e não o Rock in Rio se aproximar da gente. [...] O Rock in Rio não é para o jovem. O Rock in Rio é para o público. E o jovem vai para fazer parte

¹⁰³ Festival realizado anualmente em meio ao deserto do estado de Nevada, nos Estados Unidos. Mais informações em <https://burningman.org/event/>. Acessado em: 20/11/2017.

daquilo. Eu acho que o jovem que vai pro Rock in Rio, não vai pro Rock in Rio porque quer ver aquela coisa jovem. Vai pro Rock in Rio que é pra você fazer um pouco parte daquela época, daquela história toda [...].

Mesmo que ainda não tenha decorrido tempo hábil, ou distanciamento suficiente, que permitisse à pesquisa identificar a construção de um valor simbólico coletivo para o Rock in Rio frente à geração de jovens atuais, torna-se possível confirmar, desde já, que o festival foi capaz de se adaptar aos vários contextos sociais, políticos e culturais surgidos ao longo dos mais de trinta anos de sua existência (1985-2017) e se desdobrar, efetivamente, em diferentes significados para as distintas gerações que formam sua audiência. Sobre os então jovens presentes em sua primeira edição, o festival conseguiu, de fato, e a partir de vários aspectos relativos ao seu pioneirismo no Brasil - a qualidade das atrações musicais, a quantidade de pessoas que reuniu, o formato inovador no país - firmar uma espécie de vínculo afetivo muito particular no que diz respeito ao âmbito dos festivais de música. E é este vínculo que promove uma característica, a princípio, bastante exclusiva do Rock in Rio: a frequência, em larga escala, de pais e mães, filhos e filhas, que frequentam, juntos, suas recentes edições.

5.4

Síntese do capítulo

O capítulo partiu de uma breve perspectiva sobre a ideia de geração, para então se ater a uma detalhada descrição sobre a formulação das entrevistas em profundidade, realizadas enquanto segunda etapa do trabalho de campo compreendido na pesquisa. Na sequência, apresentou os achados considerados como os mais relevantes no que diz respeito ao conteúdo das referidas entrevistas. Entre estes, enumeram-se:

- (a) A facilidade em encontrar pessoas que estiveram presentes na primeira edição do Rock in Rio, em 1985, e que posteriormente – a partir de 2011 – retornaram a uma de suas edições acompanhados por jovens atuais sendo estes, predominantemente, seus próprios filhos e/ou filhas.
- (b) As trocas geracionais, constatadas no trabalho de campo realizado na Cidade do Rock (descritas no capítulo 3), foram também observadas já nos momentos iniciais de todas as entrevistas, onde pareceu notório que pais e

mães, filhos e filhas, estavam dispostos a se ouvirem mutuamente e, assim, trocar experiências e conhecimento sobre o Rock in Rio e outros temas relacionados a seu universo, tais como preferências musicais e vivências de suas juventudes. Nesse sentido, a própria dinâmica das entrevistas reafirmou o entrelace entre o Rock in Rio e temáticas tais como a música e a memória, que permite interpretá-lo enquanto mediador de práticas de comunicação e de interações entre indivíduos de distintas gerações.

- (c) As motivações dos participantes da primeira edição do Rock in Rio giraram unanimemente em torno de seu pioneirismo no que diz respeito ao formato – num local descampado que abrigaria uma grande quantidade de pessoas - e ao ineditismo das atrações musicais.
- (d) O retorno destes participantes às edições recentes do festival, a partir de 2011, ocorreu em função da nostalgia, da necessidade de atender a um pedido dos próprios filhos e filhas e, em alguns casos, do desejo de proporcionar-lhes uma experiência similar à vivenciada em 1985.
- (e) Os filhos e filhas, representantes da geração de jovens atuais, atribuem ao festival significados diferentes daqueles entendidos por seus pais como os grandes motivadores para se frequentar o festival.
- (f) A criação de um vínculo afetivo muito particular frente aos então jovens de 1985 originou a ida frequente ao Rock in Rio de pais e mães com seus filhos e filhas, o que se traduz em um diferencial frente a outros festivais de música realizados no Brasil.

6

Considerações finais

A publicação de Grossberg (1983), referenciada na introdução e no primeiro capítulo do presente estudo, aponta para a articulação de “alianças afetivas”¹⁰⁴ (GROSSBERG, 1983, p.104) locais e temporais propiciadas pela música, e se dedica especificamente ao rock e à sua efetividade na interação junto a diversas audiências e a distintos contextos sociais, históricos e culturais; e ainda, simultaneamente, à sua propensão em manter uma certa unidade capaz de identificá-lo em meio a diferentes conjunturas. Tal argumento foi empregado, neste trabalho, como forma de explicitar a realização da primeira edição do Rock in Rio, no ano de 1985, enquanto possível materialização de uma dessas alianças.

Da mesma forma como, no contexto norte-americano, o rock passou por modificações em sua concepção sonora por vezes atreladas a transformações no meio político e social locais, ocorridas na passagem entre as décadas de 1950 e 1960, (BENNETT, 2004, p.xv), também apresentou uma trajetória de mudanças e adaptações em suas forma e conteúdo devido a condições particulares inerentes ao contexto brasileiro. É nesse sentido que entende-se o Rock in Rio como resultado de uma efetiva “aliança afetiva” (GROSSBERG, 1983, p.104) local facilitada, já nos anos 1980, pelas seguintes circunstâncias: (a) o fim de um período de mais vinte anos (1964-1985) de ditadura militar no Brasil e da censura por ela institucionalizada; (b) a efervescência e a disseminação do rock brasileiro dos anos 1980, criado e atestado por jovens locais (DAPIEVE, 2015 [1995]) que tratava de temas próprios ao seu universo; (c) a ausência, até então, de grandes festivais de música no país, que unissem artistas nacionais e estrangeiros e remetessem aos padrões do primeiro Festival de Woodstock, realizado em 1969 e (d) o simbolismo emblemático deste último enquanto representação de valores inerentes à juventude da época. Conclui-se, ainda, que tal pioneirismo do Rock in Rio se traduz justamente em um dos principais pilares de sua longevidade.

Não houve a pretensão de aprofundar-se em uma investigação sobre as raízes do rock, ou rock and roll, enquanto gênero musical. Mas fez-se importante evidenciar sua natureza mutável, abordada por certos autores, e que permite interpretá-lo a partir de um duplo sentido: “[...] apesar da diversidade dos efeitos

¹⁰⁴ Tradução livre do original: *affective alliances*.

produzidos localmente pelo rock and roll, este parece se reproduzir constantemente a partir de uma certa identidade histórica unificada¹⁰⁵” (GROSSBERG, 1983, p.104). De forma similar, Pais (1993, p.105) também discorre sobre o rock: “Conservando um substrato de imutabilidade que lhe permite ser imediatamente detectável, acaba por regenerar, renascer, transformar-se [...]”. Um segundo aspecto notadamente relacionado ao rock, alcançado pela pesquisa e relevante ao escopo aqui proposto, trata do entendimento deste mesmo autor sobre a música enquanto “signo juvenil geracional” onde o rock é tomado como exemplo na descrição de tal conceito: “por serem comuns ao colectivo dos jovens, desvalorizam os símbolos juvenis grupais, isto é, negam diferenças entre os grupos juvenis, de tal forma que entre todos os jovens acabaria por prevalecer a afirmação de uma identidade singular e colectiva” (PAIS, 1993, p. 104).

Por um lado, o *rock* cumpre uma função de *integração geracional*, ou seja, é um *signo juvenil geracional* que funciona como pólo gregário de sociabilidades juvenis. O *rock* atrai bastantes jovens porque, ao contrário do que acontece com outros gêneros musicais, é um estilo de música envolvente que não implica propriamente uma ruptura entre o compositor (ou executante) e o receptor. Há no *rock* um chamamento à participação conjunta dos jovens. [...] os contratempos do *rock* apelam a uma espécie de desincorporação musical que acaba por ser recuperada através da dança, do movimento natural dos corpos. Esta simulação rítmica funciona como uma ruptura em relação ao ‘normal’, projectando os jovens a um universo imaginário, onde certos equilíbrios são abolidos. (PAIS, 1993, p.105).

Tal embasamento teórico permitiu a concepção da seguinte perspectiva: se o rock representa um “signo juvenil geracional” (PAIS, 1993, p.105) que possui ampla capacidade de se reinventar, sem limites pré-estabelecidos e com possibilidades musicais passíveis de adaptação a contextos regionais e temporais (PAIS, 1993, p.105; MUGGIATI, 1983, p.7; GROSSBERG, 1992, p.131), faria sentido entendê-lo como um elemento de integração geracional que vem se fazendo presente entre as distintas gerações de jovens que o vivenciaram a partir dos anos 1950, quando surgiu e se propagou enquanto ícone da juventude. A partir de então, o rock sofreria mutações, adaptações e replicações em função de novas realidades, contextos e circunstâncias. Mas manteria a função de importante

¹⁰⁵ Tradução livre do original: [...] *despite the diversity of the locally produced effects of rock and roll, it seems to constantly reproduce itself as having a certain unified historical identity.*

elo entre indivíduos de uma mesma geração, como também, de certa forma, o vínculo com práticas e comportamentos inerentes à ideia de juventude:

Como qualquer rito, também a música *rock* assegura uma coesão simbólica aos seus participantes. Os comportamentos (ritualizados) face ao rock são, aliás, modelados por representações míticas transmitidas e veiculadas pelos *media*. Sublimada, a vedeta do rock erige-se em catalisador de sentimentos confusos, mas convergentes. Esta adesão, fomentada pelos mass-media, não deixa de ter os seus efeitos ideológicos: não no sentido de que, através do *rock*, se veicule um sistema de ideias, mas porque, através da música, se modela uma série de representações e de práticas que forjam uma certa concepção da juventude. (PAIS, 1993, p.106).

À época de seu surgimento, o Rock in Rio alcançou o feito de viabilizar um acontecimento inédito, a nível local, em muitos sentidos; entre eles, encontra-se a reunião de atrações do rock nacional e internacional referenciadas coletivamente pela então geração de jovens, associando-as ainda a artistas brasileiros e estrangeiros possivelmente conectados a outros gêneros musicais mas cujas apresentações, por variados motivos, fariam sentido temporal e localmente naquele contexto - uma tendência adequada à própria essência versátil do rock e que parece ter sido empregada também às sucedidas edições do festival. E é daí que desponta o principal componente relativo à longevidade do Rock in Rio mapeado a partir desta pesquisa: a formação de uma “aliança afetiva” (GROSSBERG, 1983, p.104) entre a sua primeira edição e a juventude da época, e para a qual o entendimento da música enquanto elemento de integração geracional, ou signo juvenil geracional (PAIS, 1993, p.105) se tornou fundamental para que o festival se perpetuasse e fizesse sentido junto às diferentes juventudes que o acompanham ao longo do tempo.

As duas fases do trabalho de campo compreendido no presente estudo demonstraram ainda outras formas pelas quais verificou-se a existência de aspectos geracionais notadamente presentes no âmbito do Rock in Rio. A primeira diz respeito à notória frequência de grupos e indivíduos de faixas etárias distintas, além de inúmeras famílias, com integrantes de variadas idades, em meio à audiência dos quatro dias em que se realizou a pesquisa etnográfica durante a edição de 2017 do festival, na cidade do Rio de Janeiro; a segunda se reflete na facilidade com que foram localizados participantes da primeira edição do Rock in Rio em 1985 que, a partir de 2011, retornaram a uma de suas edições recentes

acompanhados por pessoas mais jovens - na maior parte dos casos mapeados, seus próprios filhos e filhas. Nesse sentido, ressalta-se também a prontidão com que todos se dispuseram a ser entrevistados e a narrar suas experiências ao vivenciarem o festival.

Sobre a pesquisa etnográfica realizada, vale ainda destacar os achados referentes aos modos pelos quais uma série de atributos intrinsecamente conectados à práticas de comunicação e sociabilidade típicas das culturas juvenis (PAIS, 1993), no âmbito do festival se tornam inerentes ao comportamento de indivíduos e grupos das mais diversas faixas etárias. Se no contexto dos anos 1960 acentuaram-se as diferenças nas formas de pensar, de se vestir, de ouvir e de interiorizar a música (BENNETT, 2004, p.xv) entre aqueles jovens e as gerações que os precederam, nos dias de hoje tal realidade parece caminhar na direção contrária, quando parecem cada vez menores as diferenças visuais e de atitude entre os jovens e seus pais (ROCHA; PEREIRA, 2009, p.100), e onde prevalecem os valores e as formas de convívio associados à ideia de juventude. Procurou-se exemplificá-los, ao longo do presente estudo, a partir do que descreveu-se como a construção de identidades ocasionadas especificamente em função da presença no Rock in Rio, mediadas por situações que envolvem práticas de consumo inerentes à cultura material.

É ainda na esfera das culturas juvenis, considerando-se a forma como são conceituadas por Pais (1993), que também se reflete uma série de achados relativos às entrevistas em profundidade realizadas junto a frequentadores do festival, representantes de distintas gerações. Primeiramente, é fato que os desdobramentos da “aliança afetiva” (GROSSBERG, 1983, p.104) relativa ao Rock in Rio, observados unanimemente nos depoimentos dos participantes de sua primeira edição, não soaram tão uníssonos entre os mais jovens. Mesmo que se leve em conta a impossibilidade de distanciamento temporal - que, poderia-se argumentar, prejudicaria tal diagnóstico - é possível afirmar, em função dos depoimentos reproduzidos na parte final deste estudo, que não houve consenso relativo ao valor simbólico representado pelo Rock in Rio junto aos entrevistados pertencentes a tal grupo. E que a empatia junto ao festival foi, em uma considerável proporção, resultado da “memória herdada” (POLLAK, 1992, p.2) também abordada ao longo do estudo. Mas há dois importantes pontos de convergência entre os relatos dos entrevistados destas diferentes gerações. O

primeiro reside no fato de os principais motivadores para a participação no Rock in Rio estarem intimamente ligados a relações que envolvem o lazer e a sociabilidade – e que o trabalho de Pais (1993) aponta enquanto os principais pilares das culturas juvenis. Na “geração de 85” tal aspecto se torna ainda mais evidenciado pela ausência de menções, durante as entrevistas, ao momento político pelo qual passava o Brasil, amplamente abordado nas publicações já existentes sobre o Rock in Rio acessadas ao longo da pesquisa. Este, talvez, tenha sido um facilitador para a viabilização do festival em si mas não parece constar entre os principais motivadores para a participação de seu público. Ou, como citou Dapieve, não é o que se registra no “[...] calendário afetivo que ele [o Rock in Rio] vai marcando. Eu imagino que todo grande evento faça isso mas, no caso do Rio, o mais regular é o Rock in Rio. [...] eu acho que as pessoas se lembram mesmo é dos shows que elas viram, quem elas estavam namorando naquela hora, o que elas estavam fazendo”. É o que parece ficar na memória das pessoas – aquela que é viva, atuante e sujeita às emoções do presente (NORA, 1993, p.9), que o estudo buscou detalhar.

O segundo ponto de concordância notado entre os entrevistados das distintas faixas etárias trata, na verdade, de um desdobramento do primeiro, ao considerar a música enquanto aspecto fundamental ao lazer, além de importante elemento de “integração geracional” ou “signo juvenil geracional”, também na forma como este é descrito por Pais (1993, p.105) e cuja relevância é tida pelos entrevistados como indispensável à concepção do Rock in Rio. Dessa forma, chamou especial atenção a estratégia proposta por um dos executivos líderes de sua equipe organizadora¹⁰⁶ para trilhar um caminho na direção exatamente oposta. Arrisca-se dizer que o conteúdo das entrevistas realizadas durante a pesquisa indicam a possível existência de um grupo, inerente à audiência do Rock in Rio, para o qual a credibilidade das atrações musicais se mostra, inclusive, como fator de garantia para a venda antecipada de ingressos – o que, propôs-se neste estudo, se traduz em um aspecto diferenciador do Rock in Rio no que diz respeito a relações estabelecidas a partir de práticas inerentes ao consumo.

O domínio do consumo no contexto do festival, inclusive, revelou efetivamente sua vertente na qual “[...] homens e objetos são postos em contato”

¹⁰⁶ Durante a palestra citada ao fim do terceiro capítulo deste trabalho.

(ROCHA, 2010, p.84), fato ilustrado a partir das situações observadas durante a pesquisa etnográfica na Cidade do Rock e complementadas ainda por um tópico – ou um item, em especial - que chamou atenção por sua menção recorrente ao longo das entrevistas realizadas: as camisetas e adesivos com os slogans “Rock in Rio, eu vou” e “Rock in Rio, eu fui”, disponíveis desde a primeira edição do festival, se revelaram enquanto as únicas peças de comunicação referenciadas pelos entrevistados. Fato que se repetiu, ainda, durante a entrevista com Dapieve, para quem:

A quantidade de camisetas que eu ainda vejo na rua, mesmo adesivos em carro, por mais que os carros sejam trocados, adesivos ‘Eu fui’, de outras edições, né, como é uma coisa nascida no coração de uma empresa de publicidade¹⁰⁷, acho que algumas coisas foram muito bem pensadas lá no início, de modo que ainda hoje você tem desdobramentos disso. ‘Eu fui’ é uma coisa de orgulho, a quantidade de gente com as camisetas “Eu fui” de edições e edições.

É nesse sentido que entende-se o consumo como modo pelo qual os objetos são inseridos no meio social e podem, assim, contribuir para a formação de laços de pertencimento e sentimentos de coletividade.

A alusão ao primeiro Festival de Woodstock, realizado no ano de 1969, se mostrou inevitável em alguns momentos do estudo, seja por sua menção nos depoimentos dos entrevistados, pela sinergia com o momento em que se formou a imagem do que é atualmente associado à ideia de juventude ou, ainda, pela forma como seus registros estão organizados em variados recortes acadêmicos e biográficos, além de outros midiáticos e de memória (tais como, respectivamente, o documentário vencedor do Oscar em 1971 e o Museu de Bethel, ambos mencionados ao longo do estudo). Pode-se dizer que a observação dos registros já existentes sobre o Festival de Woodstock representaram o passo inicial no que diz respeito à reflexão inerente à construção de um projeto de memória mais estruturado que leve em conta o âmbito do Rock in Rio. Especificamente sobre o referido documentário, também ele intitulado *Woodstock*: alguns diálogos, cenas e depoimentos – um deles mostrado no início deste trabalho - dão a entender que o festival não teve a música como seu único motivador, mas que foi ela o elemento fundamental que uniu o público, a “nação Woodstock” (TIBER; MONTE, 2009, p.270), em torno de valores e ideias pertinentes àquela geração de jovens - o que

¹⁰⁷ A agência Artplan, integrante do mesmo grupo empresarial que concebeu o Rock in Rio e, até os dias atuais, se encontra a frente de sua organização.

remete, novamente, à ideia da música enquanto “signo juvenil geracional” (PAIS, 1993, p.105).

Assim como o Festival de Woodstock, o Rock in Rio foi concebido enquanto um evento liderado pela iniciativa privada com objetivos comerciais - fato que, até onde a pesquisa foi capaz de alcançar, não interfere em seu simbolismo frente às gerações que o acompanham ao longo do tempo. Análises como a de Hobsbawm (2013) vão ao encontro de tal ideia:

Os festivais, apesar de incrustados no sistema econômico mais amplo, não são, como a ópera não o é, empreendimentos basicamente racionais em termos econômicos. Não podem subsistir apenas com a venda de ingressos, mesmo a preços de luxo, mais do que subsistem as Olimpíadas ou a Copa do Mundo de futebol. Como a ópera, os festivais, em particular os onerosos, dificilmente seriam viáveis sem subsídios públicos ou privados, e sem patrocínio comercial. (HOBSBAWM, 2013, p.55).

O Rock in Rio não conta mais com o pioneirismo que lhe foi característico, em várias vertentes, nos anos 1980; e a citada “festivalização da cultura” (BENNETT; TAYLOR; WOODWARD, 2014), ao mesmo tempo em que se torna uma oportunidade de criação e viabilização de um projeto de permanência para o festival em um futuro próximo, traduz-se também em um desafio, uma vez que se fazem cada vez mais amplas as possibilidades de escolha por parte do público - especialmente, do público jovem. Mas há ainda, nos dias atuais, um importante diferencial em sua composição referente à citada “aliança afetiva” (GROSSBERG, 1983, p.104) formada três décadas atrás. Este consiste na configuração do Rock in Rio enquanto um ambiente mediador do encontro presencial entre indivíduos de distintas gerações e facilitador de trocas simbólicas entre elas, realizadas no âmbito da comunicação e da convivência social. Na esfera dos festivais de música contemporâneos, talvez seja um dos poucos locais a reunir, de fato, juventudes diversas, onde estas encontram a possibilidade de compartilhar os mesmos gostos, ou o mesmo entendimento a respeito de seus gostos. “O Rock in Rio não é para o jovem. O Rock in Rio é para o público. E o jovem vai para fazer parte daquilo” – é com este já citado depoimento, de uma das jovens entrevistadas, que o presente estudo conclui suas ponderações finais, ressaltando a importância de se investir em ambientes facilitadores do diálogo entre gerações na vida social contemporânea.

Referências bibliográficas

AMORIM, R. H. P. O jovem, o estatuto da juventude e a EC 65/2010. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XIV, n. 93, out 2011. Disponível em: http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=10545. Acessado em: 8/11/2017.

BARRIENTOS-PARRA, J. O estatuto da juventude: instrumento para desenvolvimento integral do jovem. In: **Revista da Informação Legislativa**. Brasília a. 41 n.163 jul./set. 2004. Disponível em: www.ujc.com.br/estatutodajuventude/arquivos/EstatutodaJuventudecomentado.pdf. Acessado em: 8/11/2017.

BENJAMIN, W. O narrador. In: _____ **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BENNETT, A. **Cultures of Popular Music**. Buckingham: Open University Press, 2001.

_____. Introduction. In: BENNETT, A (org). **Remembering Woodstock**. Burlington: Ashgate Publishing Company, 2004.

_____. TAYLOR, J. WOODWARD, I. **The festivalization of culture**. Burlington: Ashgate Publishing Company, 2014.

_____. WOODWARD, I. Festival Spaces, Identity, Experience and Belonging. In: BENNETT, A. TAYLOR, J. WOODWARD, I. (org). **The festivalization of culture**. Burlington: Ashgate Publishing Company, 2014.

BENWELL, B.; STOKOE, E. **Discourse and Identity**. Edinburg: Edinburg Univ. Press, 2010.

BILLIG, M. **Rock ‘n’Roll Jews**. Nottingham: Five Leaves, 2000.

BUCHOLTZ, M.; HALL, K. Language and Identity. In: A. DURANTI (org.). **A Companion to Linguistic Anthropology**. Oxford, Basil Blackwell, 2003.

CARNEIRO, L.F. **Rock in Rio: a história do maior festival de música do mundo**. São Paulo: Globo, 2011.

CASTRO, C. **Metendo o pé na lama**. Rio de Janeiro: Tinta Negra, 2010.

CHAMBERS, I. **Urban Rhythms: Pop Music and Popular Culture**. London: Macmillan, 1985.

CLUBE DO LIVRO. **Rock in Rio – Lisboa: Eu fui**. As histórias do Rock in Rio por quem as viveu. Lisboa: Guerra e Paz, 2012.

CUMMINGS, J. The Greening of the Music Festival Scene: An Exploration of Sustainable Practices and Their Influence on Youth Culture. In: BENNET, A.; TAYLOR, J.; WOODWARD, I. (org). **The festivalization of culture**. Burlington: Ashgate Publishing Company, 2014.

DAPIEVE, A. **BRock**: o rock brasileiro dos anos 80. São Paulo: Editora 34, 2015.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

DOWD, T.J.; LIDDLE, K.; NELSON, J. Music festival as scenes: Examples from serious music, womyn's music and skatepunk. In: **Music Scenes: Local, Translocal and Virtual**. BENNETT, A.; PETERSON, R.A. (org). Nashville, TN: Vanderbilt University Press.

DUE, T.C. **Remembering the Counterculture – Ang Lee's Taking Woodstock**. Disponível em: http://www.jfki.fu-berlin.de/academics/SummerSchool/Dateien2011/Papers/duncan_due.pdf. Acessado em: 16/10/2017.

DUFFY, M. The Emotional Ecologies of Festivals. In: BENNETT, A.; TAYLOR, J.; WOODWARD, I. (org). **The festivalization of culture**. Burlington: Ashgate Publishing Company, 2014.

EVANS, M. **Woodstock** - three days that rocked the world. New York: Sterling Publishing, 2009.

FREITAS, R.; LINS, F.; SANTOS, M.H. Megaeventos: a alquimia incontrollável da cidade. In: **Dossiê – Megaeventos e espaço urbano**. Edição 40, n.24, v.1, sem I - 2014.

GORTZ, A. **Farewell to the working class**. London: Pluto Press, 1982.

GROPPO, L.A. **Juventude**: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas. Rio de Janeiro: DIFEL, 2000.

GROSSBERG, L. **We gotta get out of this place**: popular conservatism and postmodern culture. New York and London: Routledge, 1992.

_____. The Politic of Youth Culture: Some Observations on Rock and Roll in American Culture. In: **Social Text**, n.8 (Winter, 1983-1984), pp. 104-126.

GUERRA, P. (2016) **Festivais de música, ritualizações e identidades na contemporaneidade portuguesa**. Disponível em: <https://vimeo.com/203079400>. Acessado em 10/05/2017.

_____; JANOTTI JUNIOR, J.; LIMA, J.C.; GELAIN, G.; BITTENCOURT, L. **A música em carne viva**: Dinâmicas Recentes de Festivalização da Cultura Contemporânea. Trabalho apresentado no GP

Comunicação e Culturas Urbanas do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, no 40o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017.

HAENFLER, R. **Subcultures: the basics**. New York: Routledge, 2014.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.

HERSCHMANN, M.; QUEIROZ, T. Balanço da experiência sonora e lúdica da edição 2011 do Rock in Rio. In: **Comunicações e Territorialidades: Rio de Janeiro em cena**. São Paulo: Anadarco, 2012, v.1, p. 97-126.

HOBBSAWM, E. **A era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

_____. **Tempos fraturados**. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

HUYSEN, A. Passados presentes: mídia, política e amnésia. In: **Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

JAIDE, W. As ambiguidades do conceito de geração. In: BRITO, S. (org). **Sociologia da Juventude**, vol.III. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

LAING, D. The three Woodstocks and the live music scene. In: BENNETT, A (edição). **Remembering Woodstock**. Burlington: Ashgate Publishing Company, 2004.

LIMA, T.A. Cultura material: a dimensão concreta das relações sociais. In: **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi**. Ciências Humanas, v.6, n.1, p.11-23, jan-abr.2011.

MANNHEIM, K. O problema sociológico das gerações. In: FORACCHI, M. (org). **Mannheim**, Col. Grandes Cientistas Sociais-25. São Paulo: Ática, 1982.

MARTIN-BARBERO, J. A mudança da percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. In: BORELLI, Silvia; FREIRE FILHO, João (ogs.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008, p. 9-32.

MEDINA, R. **Rock in Rio 1985-1991**. São Paulo: Companhia Melhoramentos, 2000.

MILLER, D. Consumo como cultura material. In: **Horizontes Antropológicos**: Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul /dez. 2007.

_____. Artefacts and the meaning of things. In: **Companion Encyclopedia of Anthropology**. London: Routledge, 1994, p.396-419.

MUGGIATI, R. **Rock, o grito e o mito: a música pop como forma de comunicação e contracultura**. Petrópolis: Vozes, 1983.

NEVES, M.E. **Vendedor de sonhos**: a vida e a obra de Roberto Medina. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2006.

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. In: **Projeto História**. São Paulo: n.10, dez, 1993.

NUNES, M (org.). Cena Cosplay: breves narrativas de consumo e memória pelas capitais do Sudeste Brasileiro. In: **Cena cosplay**: comunicação, consumo e memória nas culturas juvenis. Porto Alegre: Sulina, 2015.

PAIS, J.M. **Culturas Juvenis**. Lisboa: INCM, 1993.

PEREIRA, C.; SICILIANO, T.; ROCHA, E. “Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: uma discussão conceitual. In: **Dossiê: Cotidiano e Experiência**. Vol.22, número 2, segundo semestre 2015.

POLLAK, M. Memória e identidade social. In: **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro: v.5, n.10, 1992.

_____. Memória, esquecimento, silêncio. In: **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro: v.2, n.3, 1989.

ROCHA, E. Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa. In: **Comunicação, Mídia e Consumo**, v.2, n. 3, 2005, p. 123-138.

_____. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 2010.

_____; PEREIRA, C. **Juventude e consumo**: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

ROCK WORLD S/A. **Rock in Rio 30 anos**. Rio de Janeiro: Grupo 5w, 2015.

ROULSTON, K. Considering quality in qualitative interviewing. In: **Qualitative Research**, v.10, n.2, p.199-228, 2010.

TIBER, E; MONTE, T. **Aconteceu em Woodstock**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2009.

VELHO, G. Memória, identidade e projeto. In: **Projeto e Metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

VENTURA, Z. **1968**: O ano que não terminou. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.