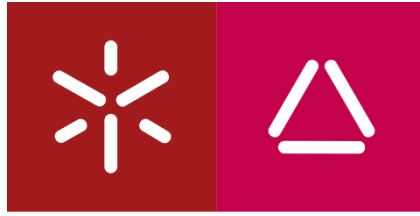


**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Rafaela Sanches Gonçalves

**Migração cultural e formação da  
identidade: o cenário dos concertos  
brasileiros em Braga**



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Rafaela Sanches Gonçalves

**Migração cultural e formação da  
identidade: O cenário dos concertos  
brasileiros em Braga**

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Comunicação, Arte e Cultura

Trabalho efetuado sob a orientação do  
**Professor Doutor Jean Martin Rabot**

Julho de 2020

## **DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS**

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

### ***Licença concedida aos utilizadores deste trabalho***



**Atribuição  
CC BY**

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

*Rafaela Gonçalves*

Para Gustavo Sanches Gonçalves

## **Agradecimentos**

Ao meu irmão, Gustavo, o complemento da minha existência, meus suspiros de felicidade, por estar sempre presente. *Nants ingonyama bagithi Baba.*

À minha mãe, Cristiane, por ser o meu exemplo de mulher forte e me mostrar sempre o outro lado da moeda.

Ao meu pai, Hiram, por me ensinar que as pedras, que me assustam pelo tamanho, podem ser feitas de barro, se por água, dá para brincar na lama.

À minha avó, Maria Luiza, por me mostrar como eu, muito provavelmente, serei no futuro.

À Paula, Bruna e tia Sandra, por serem a minha família, mesmo que a ciência prove o contrário.

À Clarice e Larissa, por fazerem as nossas vidas parecerem um filme, o meu favorito.

À Isabella, pelos sábios conselhos e por me ajudar a construir uma nova casa, o mundo.

À Ana, Catarina e Paulo Brandão, por me “adotarem” em terras portuguesas.

À Mariana, o meu perfeito e completo oposto, por ressignificar a palavra *blasé* e me fazer descobrir uma amizade motivadora.

À família Retrokitchen, Tânia, Rui, Maria Júlia e Olga, por serem muito mais do que um trabalho e marcarem a minha trajetória na pele e no coração.

Ao professor Dr. Jean-Martin Rabot, pela paciência infinita, pelos sábios ensinamentos e por acreditar em mim.

À Braga, por ser o meu segundo lar.

## **DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE**

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Universidade do Minho, 31 de julho de 2020.

Rafaela Sanches Gonçalves



## **Título**

Migração cultural e formação da identidade: o cenário dos concertos brasileiros em Braga

## **Resumo**

Este trabalho estuda a recepção da música brasileira em Portugal com o objetivo de compreender os fatores que possibilitaram um crescimento do consumo deste tipo de música no país. Com uma pesquisa feita a partir de concertos de música brasileira realizados em Braga de 2015 a 2019, procurou-se compreender quais fatores e sujeitos influenciam o público no processo de consumo de música, além de identificar as formas de circulação dessa, como concertos e também novas formas de consumo, por streaming. Os métodos utilizados para este estudo foram eminentemente qualitativos, recorrendo-se principalmente à observação participante e à realização de entrevistas. Foi importante para o presente trabalho definir o conceito de identidade e entender como a sua formação, principalmente no contexto cultural, se dá no cenário da pós-modernidade, percorrendo seus dilemas e suas consequências no mundo globalizado.

**Palavras-chave:** concertos; consumo cultural; identidade; migração cultural; música brasileira.

## **Title**

Cultural migration and identity formation: the scenario of Brazilian concerts in Braga

## **Abstract**

This dissertation studies the reception of Brazilian music in Portugal with the objective of understanding the factors that made possible an increase in the consumption of this type of music in the country. With a research made from Brazilian music concerts held in Braga from 2015 to 2019, it sought to understand which factors and subjects influence the public in the music consumption process, in addition to identifying its forms of consumption, such as concerts and also new forms of consumption, through streaming. The methods used for this study were eminently qualitative, using mainly participant observation and interviews. It was important for the present work to define the concept of identity and understand how its formation, especially in the cultural context, takes place in the post-modernity scenario, covering its dilemmas and its consequences in the globalized world.

**Keywords:** concerts; cultural consumption; identity; cultural migration; Brazilian music.



# Sumário

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO 1 – A MÚSICA BRASILEIRA .....</b>	<b>14</b>
1.1 O Início da música brasileira .....	14
1.2 Consolidação do mercado da MPB.....	16
1.3 O Cenário atual dos streamings .....	18
1.3.1 Reprodutibilidade técnica.....	20
<b>CAPÍTULO 2 – PLURALIZAÇÃO OU HOMOGENEIZAÇÃO CULTURAL .....</b>	<b>23</b>
2.1 Conceitos de identidade.....	23
2.2 Dilemas da autoidentidade na pós-modernidade .....	25
2.3 Consequências da identidade na globalização .....	29
2.4 A migração brasileira em Portugal.....	32
<b>CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA.....</b>	<b>36</b>
3.1 Observação participante .....	36
3.2 Entrevista .....	37
3.2.1 Caracterização dos entrevistados.....	38
3.3 Calendarização.....	40
<b>CAPÍTULO 4 – ANÁLISE .....</b>	<b>42</b>
4.1 Análise das entrevistas .....	42
4.1.1 Abertura para novas culturas .....	42
4.1.2 Público dos concertos .....	45
4.1.3 O comportamento do brasileiro em concertos .....	49
4.1.4 A migração do Brasil para Portugal.....	50
4.2 Análise da Observação.....	52
4.3 Theatro Circo.....	53
4.4 GNRation.....	57
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>60</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>62</b>

<b>ANEXOS .....</b>	<b>65</b>
Anexo 1 – Calendarização de concertos brasileiros em Braga.....	65
Anexo 2 – Guiões das entrevistas.....	68
Utentes de concertos.....	68
Programadores.....	69
Artista .....	70

## Lista de Siglas

BN – Bossa Nova

EP – Extended Play<sup>1</sup>

IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

INL – Instituto Ibérico de Nanotecnologia

GNR – Guarda Nacional Republicana

LP – Long Playing = Discos de Vinil

MPB – Música Popular Brasileira

RIFA – Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo

SEF – Serviço de Estrangeiros e Fronteiras

## Lista de Figuras

Figura 1: Sala Principal do Theatro Circo, início do século XX.....	54
Figura 2: Sala Principal do Theatro Circo, início do século XX.....	54
Figura 3: Sala Principal do Theatro Circo, 2015.....	55
Figura 4: Sala Principal do Theatro Circo, 2015.....	56
Figura 5: Fachada do Theatro Circo, início do século XX.....	56
Figura 6: Fachada do Theatro Circo, 2015.....	57
Figura 7: Pátio interno, GNRation.....	58
Figura 8: Blackbox, GNRation.....	58
Figura 9: Fachada do GNRation.....	59

---

<sup>1</sup> “Um disco longo demais para ser um single, geralmente com duas faixas, e curto demais para ser um LP, ou "long play", de cerca de doze músicas.” <http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/01/discos-mais-baratos-e-curtos-eps-ganham-forca-no-mercado-do-brasil.html>

## **Lista de Quadros**

Quadro 1: Empresas de streaming de música .....	20
Quadro 2: Dilemas do eu .....	29
Quadro 3: As três qualificações na crítica da homogeneização cultural.....	31

## **Lista de Gráficos**

Gráfico 1: Imigrantes brasileiros em Portugal .....	33
Gráfico 2: Nacionalidades imigrantes em Portugal .....	34
Gráfico 3: Concertos em Braga de 2015 a 2019.....	41

## **Introdução**

A história da migração de pessoas e cultura entre Brasil e Portugal começou há quinhentos e vinte anos. Por todo esse tempo, o mundo passou por mudanças e reformulou-se, quebrando as barreiras de espaço e tempo. Nos últimos anos, especificamente no período analisado nesta pesquisa, entre 2015 e 2019, houve uma crescente oferta de concertos brasileiros na cidade de Braga, em Portugal. Seria muito simples relacionar esse aumento somente a grande imigração brasileira em Portugal neste mesmo período. E este estudo tem o objetivo de entender os fatores que contribuíram para essa migração da cultura musical.

Para analisar um comportamento nos tempos atuais é preciso, antes, recordar e entender a história. A primeira comunidade brasileira, os índios nativos do território, já tinham conhecimentos musicais antes mesmo da chegada dos portugueses no Brasil em 1500, eles cantavam e dançavam músicas de guerras, vitórias e feitos dos caciques das tribos. Já com os portugueses se deu primeira migração cultural, pela música jesuíta, que foi usada como uma das principais ferramentas na catequização dos índios, ou seja, disseminava a cultura europeia entre os nativos indígenas, ajudando a criar assim um ambiente mais pacífico entre os dois povos. Essa composição de culturas exportadas, principalmente da Europa e dos Estados Unidos, continuou presente por toda a história. Porém, no início dos anos 60, iniciou-se um grande marco da música brasileira, o surgimento da Bossa Nova. Antes disso, o consumo de música era majoritariamente internacional, mas com esse novo estilo musical, que representava fortemente a cultura nacional, o cenário se inverteu. A era dos festivais, que eram transmitidos nas rádios e televisão, também foi grande incentivadora da propagação da Música Popular Brasileira, a MPB.

Décadas se passaram e o laço entre Brasil e Portugal continua forte e representativo na troca de experiências, vivências e, é claro, cultura. Sendo uma palavra tão subjetiva e, de certa maneira, falada bastante no mundo, a cultura, principalmente pela sua contribuição na formação das identidades, é muito mais profunda e complexa do que pensamos. “Nas últimas décadas, tem havido uma revolução do pensamento humano em relação à noção de ‘cultura’. Nas ciências humanas e sociais, concedemos agora à cultura uma importância e um peso explicativo bem maior do que estávamos acostumados anteriormente” (Hall, 1997, p. 27). Diversos sociólogos procuram a definição e explicação desses fatores que estão presentes durante todo o percurso e evolução da humanidade. Os sociólogos Anthony Giddens

e Stuart Hall, que serão tratados mais profundamente neste estudo, definem o conceito de identidade, como as identidades se apresentam nos indivíduos e os dilemas e consequências que elas sofrem num mundo globalizado. Afinal, a globalização deixou o mundo mais pluralizado ou homogêneo culturalmente?

Os concertos – ou shows, como dizemos no Brasil – de música brasileira na cidade de Braga, Portugal, são exemplos que a cultura de uma nação pode ser tão forte que atravessam oceanos. Além de serem propagadas por novos meios e plataformas, as músicas podem ser massivamente consumidas por públicos de diferentes culturas e nacionalidades, que encontram nessa arte algum tipo de identificação. Não se trata só de pensar no consumo da cultura como uma força na manutenção do capitalismo, a formação da identidade do indivíduo, ou do consumidor no olhar capitalista, está em constante formação no mundo em que as mudanças não param de surgir. As indústrias culturais, termo criado por Adorno e Horkheimer, em 1947, são responsáveis por criarem produtos de massa e tem o princípio de influenciar o consumidor na decisão e forma desse consumo. Porém, como será visto adiante, essa ideia de mercantilização possui divergências, como é o exemplo dos estudos defendidos por Giddens. O consumidor tem papel fundamental também na criação desse produto? Ele possui autonomia e influência sobre o mercado e as formas atuais de consumo capitalista?

Como consumidora ativa de espetáculos e por possuir uma forte ligação com a música, surgiu a motivação de pesquisar sobre o tema. A surpresa de pisar em terras lusitanas e perceber que os portugueses, em geral, conheciam tão bem a cultura brasileira – muitas vezes, até mais do que eu, nascida e criada no Brasil –, gerou diversas dúvidas desse fato, antes, desconhecido. Evidentemente, havia o conhecimento de que as novelas brasileiras tinham conquistado outras nações falantes da língua portuguesa, só não havia a percepção do grande impacto que a cultura brasileira tinha em outras áreas. O envolvimento com a música, independente do idioma, foi aumentando com a vivência em Braga, e estimulada pelos serviços prestados ao Theatro Circo e GNRation, dois locais de espetáculos de grande importância cultural para a cidade.

Quanto maior conexão com a música, mais questões eram levantadas para tentar entender a complexidade de fatores que faziam com que, por exemplo, um português fosse fã de uma cantora brasileira, sem nunca antes ter visitado o Brasil. E que explicassem os novos gostos musicais de moradores brasileiros de Braga e que não correspondiam aos mesmos de quando estavam no Brasil. Talvez a música brasileira já não represente somente a música de “casa”, talvez o Brasil já não é mais a única casa da música brasileira, nem Portugal. A nova percepção de cultura e de pertencimento passou a ser discutida em um novo patamar, passou a ser refletida em uma escala global.

## Capítulo 1

### A Música Brasileira

*(...) A música brasileira segue, pois, obediência a evolução musical de qualquer outra civilização: primeiro Deus, depois o amor, depois a nacionalidade.*

*– Mario de Andrade*

#### 1.1 O Início da música brasileira

Para estudar a música brasileira em terras portuguesas, é preciso entender o começo dessa migração cultural. A relação musical entre Brasil e Portugal se iniciou desde os tempos de colônia e colonizadores. Portugal levou para terras brasileiras a igreja, e com isso, a música jesuíta composta por órgãos e coros. (Andrade, 2012) Além disso, a música brasileira ainda foi formada por influência e junção de outros povos, como o indígena, que divide opinião dos historiadores sobre ter influenciado ou não a música brasileira, e o africano, que possuía uma cultura musical própria antes da chegada ao Brasil e conseguiu manter e desenvolver o feito.

O autor Mario de Andrade, no livro *Aspectos da Música Brasileira* (2012), menciona sobre a dificuldade do Brasil Colônia em ter uma diversidade de estilos e culturas. A época colonial do Brasil era basicamente composta por artistas portugueses. É compreensível esse cenário porque, mesmo com artistas estrangeiros se destacando pela genialidade na época, como Bach ou Palestrina, a Colônia não tinha estrutura para a realização de obras diferentes do que já estavam acostumados. O Brasil não tinha como executar composições com técnicas e polifonia diversificadas e estruturadas. Estavam acostumados com prosas, como, por exemplo, a de frei Vicente do Salvador, o discurso católico e cantos de órgão. Além disso, a população colonial não tinha ouvidos preparados para perceber tais composições.

Assim, as missas e motetes do padre José Maurício Nunes Garcia são uma prova irrefutável do que foi realmente a técnica musical da Colônia. (...) Às vezes, confundidos, somos levados a equiparar essa “perfeição técnica” a que

atingira a nossa música de então, ao que compreendemos como “perfeição técnica” do que se fazia na Europa. Tudo é a mesma perfeição técnica. Mas a música do padre José Maurício opõe um desmentido a isso; e pela sua facilidade relativa, pela sua polifonia humilde, pelo doce divagar solístico dos seus próprios conjuntos, aliás coralizados quase sempre verticalmente, ela prova de maneira decisória que na mais hábil capela colonial, paga com os dinheiros gordos do rei, a habilidade era medíocre. (Andrade, 2012, p. 7)

Segundo Mario de Andrade, a música jesuíta, do mesmo modo que a religião, é necessária e social. Além disso, crença, seja por Deus ou qualquer outro espírito místico, não é algo imposto pela elite da sociedade. As massas populares já acreditam e têm fé por si próprias e pela própria natureza, é necessário e compõe a essência das mentes mais rudimentares. A música jesuíta também foi principal ferramenta para a catequização dos índios. Uma das maiores dificuldades dos colonos era tentar inserir o índio, chamado de selvagens por eles, na cultura da época. Os índios eram uma ameaça as ambições dos colonos, eram livres, tinham a sua própria organização social e, principalmente, religião. Porém, a música jesuíta chamava a atenção dos índios, quase como terapêuticamente e ajudava a criar um ambiente pacífico.

O principal embate se dava naturalmente entre as ambições do colono e a instintiva liberdade do índio, e era de todo minuto a ameaça de socorro total da colonização. A música mística dos jesuítas veio então agir bem necessariamente e no mais lógico sentido social, como elemento de religião, de catequização do índio o concomitantemente de geral arregimentação. Encantava magicamente e submetia as forças contrárias, isto é, os índios; confortava quase terapêuticamente os empestados do exílio americano, isto é, os colonos e a todos fundia, confundia e harmonizava num grupo que as necessidades, ou melhor, a total carência de técnica e riqueza, tornava uma verdadeira comunidade sem classes, composta de indivíduos socialmente aplanados entre si. (Andrade, 2012, p. 8)

Além disso, o índio sempre se encantou com a novidade, o desconhecido. Um exemplo disto é o escambo feito pelos portugueses e índios do litoral brasileiro, em que os portugueses ofereciam objetos como facas, espelhos ou pentes e os índios trocavam por trabalho, como o corte e o transporte do pau-brasil. Da mesma maneira, os índios se impressionavam com a novidade da música que viram nas primeiras missas.

Segundo Luciano Gallet (1934), importante compositor brasileiro e patrono da cadeira de número 39 da Academia Brasileira de Música, os índios demonstravam curiosidade, inteligência e docilidade. “Pela curiosidade, foram atraídos, querendo assistir ao espetáculo ainda não visto. Pela inteligência, compreenderam e admiraram. Pela docilidade, ficaram ali sem relutância por vontade espontânea” (Gallet, 1934, p. 39). Logo depois do descobrimento, chegaram os primeiros missionários



e perceberam logo o poder da música como um forte auxílio para introduzir as normas da época. Começaram adaptando as músicas jesuítas, como fez o Padre Navarro ao traduzir os cânticos e hinos religiosos para a língua tupi. Os missionários usavam as crianças, que eram mais fáceis de instruir e, quando chegavam em novas aldeias, as colocavam na frente, segurando crucifixos e cantando. Os índios adultos se encantavam com o espetáculo e era mais fácil difundir a nova cultura.

Para o historiador Guilherme de Mello (1908), as influências indígenas também compuseram os ritmos brasileiros. Os indígenas não só tinham músicas para danças, eles também tinham músicas de guerras, com que comemoravam as vitórias e feitos dos caciques. Os escritores do século XVI diziam que, em geral, os índios eram grandes músicos e dançarinos. Dois exemplos são duas tribos do Rio de Janeiro: os tamoios, que criavam composições de improviso, e os tupinambás, que cantavam e dançavam em um ritmo uniforme por 24 horas consecutivas. O historiador ainda atenta para o fato dessa influência musical indígena percorrer os séculos seguintes. O Candomblé, religião afro-brasileira, por exemplo, evocam-se espíritos e consultam oráculos de paz ou de guerra, de amor ou de ódio, seguindo um ritmo do maracá, batuque ou do chocalho, ritual que se assemelha aos dos indígenas. (Mello, 1908, p. 9)

Porém, para Gallet, o índio não contribuiu para a formação da música brasileira. Ele acreditava que, se os índios em seu estado nativo eram músicos, o descobrimento logo mudou este cenário, pois a música religiosa europeia foi difundida rapidamente, substituindo a música primitiva. Além disso, para concretizar os novos ensinamentos, os padres criaram escolas, que além de ensinar a ler e escrever, também ensinavam os índios a contar, cantar e tocar instrumentos, como flautas, violinos e órgãos, que eram apropriados para fazer acompanhamentos nos cantos da igreja. (Gallet, 1934)

## **1.2 Consolidação do mercado da MPB**

Dando um salto para o primeiro grande marco de criação e consumo da música popular brasileira, a MPB, que iniciou por volta dos anos 60. Segundo o autor Marcos Napolitano (2010), em 1959, apenas 35% dos discos vendidos no país eram de produções nacionais. Dez anos depois, a estatística se inverteu, os discos de música brasileira vendidos passaram a ser 65% do cenário. Grande parte desse público consumidor era formado por jovens e universitários apoiadores de diversos movimentos.

Os anos 60 foram marcados pelo início da Bossa Nova, estilo que transformou e modificou outros já existentes. Napolitano diz que a Bossa Nova não apagou o samba tradicional ou o bolero, fortes no

cenário musical dos anos 50, e nem se formou sem diálogo com estes estilos. Os anos anteriores já marcavam e apresentavam elementos presentes na Bossa Nova nos gêneros Samba-Canção e o Bolero. “Uma das grandes contribuições da BN para as letras da MPB foi o rompimento do império das narrativas sobre os estados passionais extremos, como no bolero. [...] as letras se abriram para comunicar as impressões dos sentimentos que se impregnavam em representações do mundo exterior ao artista” (Napolitano, 2010, p. 17).

A Bossa Nova também possibilitou um novo mercado para os compositores, eles passaram a ter mais visibilidade e se afastando do trabalho quase-anônimos. Além disso, os compositores passaram a ter mais autonomia criativa, pois o mercado musical buscava atender às demandas por novidades. Napolitano ainda ressalta a importância do momento inicial da Bossa Nova, onde desencadeou várias características da revolução musical dos anos 60 como: a ascensão do disco de vinil, popularmente apelidado de LP (*Long Playing*); o compositor, muitas vezes, atuando também como intérprete e com maior autonomia; um novo público consumidor, os jovens intelectuais de classe média; e um novo olhar reflexivo, onde a canção não é só música, mas sim um veículo de reflexão.

Os anos 60 também foram marcados pelo início da “era dos festivais”. “Percebendo o crescente interesse por música brasileira, sobretudo no meio universitário e tendo o espaço aberto pelo sucesso dos programas musicais da TV Record, Solano Ribeiro conseguiu realizar o *I Festival de MPB*, ainda na TV Excelsior, em março/abril de 1965” (Napolitano, 2010, p. 117). Elis Regina ganhou o primeiro prêmio deste festival com a música “Arrastão”, escrita por Edu Lobo e Vinícius de Moraes. Embora o sucesso da música ganhadora, o Festival da Excelsior não teve muito destaque no público, sendo refletido pelo pouco espaço que os jornais de São Paulo deram a ele. No ano seguinte, Solano foi para a TV Record para realizar o *II Festival da Música Popular Brasileira*, ao perceber que a TV Excelsior não possuía estrutura técnica e financeira para sustentar um evento de música de grande dimensão.

O *II Festival da MPB* da TV Record teve grande sucesso de público, consagrando um novo espaço de destaque para os cantores. O prêmio de primeiro lugar foi para as músicas “A banda” de Chico Buarque e interpretada também por Nara Leão e “Disparada” de Geraldo Vandré e Téo de Barros, interpretada por Jair Rodrigues, Trio Maraiá e Trio Novo. Também participaram do festival Gilberto Gil, Elis Regina, Elza Soares e Jair Rodrigues<sup>2</sup>.

O sucesso deste festival se dava, principalmente, por três fatores: a emissora possuía elenco de grande notoriedade e popularidade; as músicas eram gravadas antes do fim do festival, com intenção de

---

<sup>2</sup> <http://dicionariompb.com.br/festival-da-musica-popular-brasileira-tv-record/dados-artisticos>. Acesso em: 10/11/2019

distribuir e comercializar e a emissora também contava com a cobertura prévia nas revistas especializadas em TV. A transmissão, que era organizada e promovida pela TV Record, também envolvia outras emissoras para a transmissão ao vivo, como a TV Paulista e a TV Globo, e as filmagens também seriam transmitidas pela TV Bauru, TV Gaúcha, TV Paranaense, TV Jornal do Commercio do Recife, e TV Belo Horizonte, incluindo as rádios. (Napolitano, 2010, p. 121)

Em 1966, o *III Festival da MPB* da TV Record conseguiu ainda maior repercussão que o anterior, com números de audiência inéditos e a participação de compositores famosos do momento. O prêmio de primeiro lugar foi para a música "Ponteio" de Edu Lobo e Capinam, interpretado por Edu Lobo, Marília Medalha e Quarteto Novo<sup>3</sup>. O festival também teve a participação de Chico Buarque, Elis Regina, Gilberto Gil, Caetano Veloso e Roberto Carlos.

Os números do IBOPE<sup>4</sup> são reveladores do impacto do III Festival: a audiência da 1ª eliminatória foi de 43%; da 2ª eliminatória: 55%; antes mesmo do encerramento do certame, tinham sido vendidos a impressionante cifra (para a época) de 300 mil discos, entre compactos e LPs. O Festival era o programa mais visto no seu horário, atingindo uma média de 50% no índice de audiência, aos sábados à noite (faixa de horário que, tradicionalmente, tinha pouca audiência). Dos Cr\$<sup>5</sup> 300 milhões investidos, a Record esperava reaver Cr\$ 220 milhões. Esta cifra não significava prejuízo, mas demonstrava o quanto a estrutura da emissora ainda não conseguia otimizar os ganhos, na medida em que o tempo da televisão ainda não possuía uma medida-padrão de valor/audiência plenamente estabelecida, sendo muito comum a aquisição de programas inteiros por patrocinadores fixos, sem grade de horário bem delimitada. (Napolitano, 2010, p. 161)

### 1.3 O Cenário atual dos streamings

Com o surgimento de novos tempos e a globalização, as formas de consumir e descobrir música foram se modificando. Para entender melhor o momento atual da música no âmbito global, é preciso dar devida importância à internet e a toda a complexidade e agilidade de mudanças que permeiam esse cenário. A internet possibilita que conteúdos sejam compartilhados em, praticamente, todo o mundo e a todo instante, ou seja, como se as barreiras e limitações de espaço/tempo fossem dissolvidas com a globalização. Com essa intensa velocidade de mudanças, diversas empresas conseguiram destaque

---

<sup>3</sup> <http://dicionariompb.com.br/festival-da-musica-popular-brasileira-tv-record/dados-artisticos>. Acesso em: 10/11/2019

<sup>4</sup> Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

<sup>5</sup> Cruzeiro. Moeda do Brasil na época

mundial em menos de duas décadas.

As empresas de tecnologia lideram o ranking de marcas mais valiosas do mundo, divulgado pela revista Forbes em 2019<sup>6</sup>. Analisando as empresas que oferecem produtos e conteúdo – principalmente, mas não exclusivamente – online, temos o Google, fundado em 1998<sup>7</sup>, em segundo lugar do ranking com valor de mercado de US\$ 167,7 bilhões e o Facebook, fundado em 2004<sup>8</sup>, com valor de mercado de US\$ 88,9 bilhões. O primeiro, terceiro e quarto lugar, respectivamente, são ocupados pelas marcas Apple, Microsoft e Amazon, que também são do ramo de tecnologia e possuem destaque para o comércio online pois, além de produtos físicos, também dependem da internet para seu funcionamento.

Conforme o avanço da internet e novas tecnologias, o consumo de música também teve muitas transformações e as diferentes gerações, principalmente mais jovens, passaram a ouvir e descobrir músicas, principalmente, por meio do streaming – do inglês, “fluxo de mídia”. “Seu modelo de negócio é baseado em numa experiência de consumo de conteúdos digitais que substitui a lógica da compra de um disco pelo acesso a fonogramas hospedados nas redes digitais, permitindo que seu desfrute possa ser realizado sem que se precise baixar, arquivar e organizar esse conteúdo em dispositivos individuais.” (Kischinhevsky, Vicente, & de Marchi, 2015, p. 2). Podem também ser descritos como um espaço online de circulação e consumo de conteúdos sonoros digitais, pois além de músicas, as principais empresas de streaming também oferecem podcasts, como um programa de rádio, mas podendo ser ouvido quando e onde o consumidor quiser.

A Deezer, uma empresa de serviços de streaming de músicas e podcasts, realizou um estudo sobre o comportamento musical entre as gerações<sup>9</sup>. Nele, mostrou que, embora uma família possua vários hábitos em comum, há uma grande diferença na forma em que eles consomem música. Por exemplo, 40% da geração Z (nascidos a partir dos anos 2000) consome e descobre novas músicas nos aplicativos de streaming, enquanto só 15% da geração Baby Boomer (nascidos entre 1945 e 1960) descobre desta mesma forma. A geração Y (nascidos entre 1960 e 1980) já são diferentes, descobrem novos artistas e músicas pelo rádio.

---

<sup>6</sup> <https://forbes.com.br/listas/2019/05/as-100-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2019/>. Acesso em: 04/02/2020

<sup>7</sup> [https://www.rtp.pt/noticias/mundo/os-20-anos-da-google-a-gigante-da-tecnologia-que-comeou-numa-garagem\\_es1096808](https://www.rtp.pt/noticias/mundo/os-20-anos-da-google-a-gigante-da-tecnologia-que-comeou-numa-garagem_es1096808). Acesso em: 04/02/2020

<sup>8</sup> <https://about.fb.com/company-info/>. Acesso em: 04/02/2020

<sup>9</sup> <https://www.deezer-blog.com/press/tudo-em-familia-estudo-da-deezer-revela-comportamento-musical-entre-geracoes/>. Acesso em: 11/02/2020

Assim como a Deezer, as empresas de streaming já possuem milhões de usuários e clientes e oferecem milhões de conteúdos digitais em grande parte do mundo, movimentando o mercado e a concorrência entre elas. O quadro abaixo demonstra algumas das empresas de streaming com maior destaque a nível global.

**Quadro 1: Empresas de streaming de música**

	Usuários ativos	Usuários Pagantes	Catálogo de Músicas	Países	Fonte
<b>Amazon Music</b>	*	55 milhões	50 milhões	*	(Amazon Day One, 2020)
<b>Apple Music</b>	*	60 milhões	60 milhões	115	(Loureiro, 2020)
<b>Deezer</b>	14 milhões	*	56 milhões	180	(Deezer, s.d.)
<b>Spotify</b>	248 milhões	113 milhões	50 milhões	79	(Spotify, s.d.)
<b>Tidal</b>	*	*	60 milhões	53	(Tidal, s.d.)
<b>YouTube Music Premium</b>	*	20 milhões	*	*	(Singleton, 2020)
* Números não divulgados					

Essas empresas disputam mercado entre si com base tanto no controle da maior quantidade possível de arquivos quanto na capacidade de organização dessa base de dados para seus usuários. Isso é, para que um usuário maximize o desfrute da enorme quantidade de fonogramas digitais oferecidos, essas plataformas oferecem técnicas de prescrição musical para conduzir o acesso a esses conteúdos. (Kischinhevsky, Vicente, & de Marchi, 2015, p. 5)

### 1.3.1 Reprodutibilidade técnica

É importante ressaltar que a forma atual do consumo de música por meios digitais possui a principal qualidade de romper as barreiras físicas, ou seja, transmitir essas obras a nível global, acompanhando a evolução e transformações da globalização. Assim, uma música escrita e gravada no Brasil, como visto no exemplo desse estudo, consegue alcançar um maior número de pessoas independente da sua localização, como Portugal. Um artista consegue lançar uma música nas

plataformas digitais e tanto brasileiros, como portugueses, conseguem ouvi-la ao mesmo tempo em qualquer lugar do mundo, fazendo assim a música ter um alcance muito maior que teria sem a internet.

Porém, de acordo com conceitos defendidos por Walter Benjamin (1987), essa reprodução técnica faz com que a obra perca a sua aura, “uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja” (Benjamin, 1987, p. 170). Segundo o autor, quando uma obra é reproduzida tecnicamente, ela vai perdendo a sua essência, a sua originalidade, deixa de ser algo único e passa a existir em série. De maneira prática, a aura de uma música, por exemplo, existe no momento em que o artista canta a sua música ao vivo, como Benjamin diz, o aqui e agora da obra de arte. A aura de uma obra de arte está no campo sensorial, ou seja, no indivíduo sentir e viver o momento original e único. Por mais perfeita que essa obra possa ser reproduzida, principalmente com a melhoria na qualidade que as novas tecnologias oferecem, essa reprodução técnica nunca estará ao alcance da obra real. E, seguindo essa lógica, os concertos de música devolvem a oportunidade ao público de presenciar a aura dessas obras.

A existência única da obra de arte, o aqui e agora, nunca estará presente numa reprodução, por mais perfeita que seja. Essa existência única conta a história da obra de arte, suas modificações no tempo e até mesmo sua degradação, visto por exemplo em pinturas ou fotografia originais. A obra de arte original, com sua autenticidade e sua aura, manifesta a sua tradição. Além disso, a reprodutibilidade técnica afasta o indivíduo da obra, no caso da música, o intérprete do público, como por exemplo, “o coro, executado numa sala ou ao ar livre, pode ser ouvido num quarto” (Benjamin, 1987, p. 168). Cada vez que uma reprodução da obra é multiplicada, não existe mais uma existência única, mas uma existência serial, um produto para a massa. Dessa maneira também, a obra se aproxima do espectador ou público, sendo atualizada e modificada, sendo assim, perdendo sua tradição.

Com a reprodutibilidade técnica, a obra de arte se emancipa, pela primeira vez na história, de sua existência parasitária, destacando-se do ritual. A obra de arte reproduzida é cada vez mais a reprodução de uma obra de arte criada para ser reproduzida. [...] Mas, no momento em que o critério de autenticidade deixa de aplicar-se à produção artística, toda a função social da arte se transforma. (Benjamin, 1987, p. 171)

Walter Benjamin (1987) exemplifica esse fator com a obra cinematográfica. Um filme precisa de muito dinheiro para ser produzido, sendo assim, depende da sua difusão em massa para o retorno financeiro; para um filme ser rentável, precisa atingir milhões de pessoas. O indivíduo consumidor, que poderia comprar um quadro por exemplo, não compra um filme. Como é o mesmo caso de um cantor ou banda, que depende da divulgação de uma música ou de um álbum para grandes massas, fazendo

assim sua carreira e seu trabalho ser mais rentável. Os concertos trazem um bom retorno financeiro, mas para isso a música precisa ser ouvida, atingindo as massas, e assim o trabalho se torna cada vez mais lucrativo para o intérprete. É como se fosse um ciclo, uma música muito visualizada nas plataformas de streaming ou no YouTube, por exemplo, faz com que o artista consiga aumentar sua popularidade e fazer mais concertos, ou seja, a arte é criada para ser reproduzida e o principal fator para que o artista consiga é a reprodutibilidade em massa.

Ainda, obra de arte reproduzida, causa um efeito de distração no público de massa, diferente do público presente em um concerto ao vivo, por exemplo, que vivencia uma experiência mais aprofundada de conexão, percebendo a aura da obra. Na prática, uma música ouvida no celular ou em casa funciona mais como uma distração para o consumidor, ele não necessariamente vai estar voltado a totalidade da sua atenção a esta arte. O mesmo consumidor indo a um concerto, estará muito mais atento a música e ao intérprete e a aura desta obra.

## Capítulo 2

### Pluralização ou Homogeneização Cultural

*Cada um de nós não apenas "tem", mas vive  
uma biografia reflexivamente organizada em termos do  
fluxo de informações sociais e psicológicas sobre  
possíveis modos de vida  
– Anthony Giddens*

Depois do século XX, o mundo se tornou cada vez mais próximo, em compreensão espaço-tempo, e expandiu as relações sociais, fornecendo trocas de informações e, sendo assim, culturas. O sociólogo Stuart Hall (1997) diz que essa expansão da circulação e meios de produção cultural se deve ao avanço das tecnologias e da revolução da informação. Entretanto, há um dilema sobre as transformações do século XX. Ao mesmo tempo em que há troca de culturas em um mundo cada vez mais pluralizado, alguns estudiosos culturais debatem sobre a tendência à homogeneização cultural. Essa tendência é de que o mundo se torne uniforme, no ponto de vista espacial, temporal e cultural.

#### 2.1 Conceitos de identidade

Para compreender o cenário das trocas culturais e suas consequências, é preciso, entender o conceito de identidade e sua adaptação e mutação com o momento histórico. Stuart Hall (2006) categorizou a identidade em três concepções de sujeito: sujeito do Iluminismo, sujeito sociológico e sujeito pós-moderno. O primeiro se baseava na total centralidade e unificação do indivíduo e sua própria consciência, razão e ação. Além disso, o sujeito do Iluminismo considerava-se o mesmo na sua essência ao longo de toda a sua existência. “O centro essencial do eu era a identidade de uma pessoa. [...] essa era uma concepção muito “individualista” do sujeito e de sua identidade” (Hall, 2006, p. 11).

“A noção do sujeito sociológico refletia a crescente complexidade do mundo moderno e a consciência de que este núcleo interior do sujeito não era autônomo e autossuficiente” (Hall, 2006, p. 11). A concepção de identidade desse sujeito era baseada na junção do “interior” e do “exterior”, do



individual e do público. Era formada pela influência de outros indivíduos que esse sujeito considerava importante. Sendo assim, além da projeção do “eu próprio”, eram internalizados valores, sentidos e símbolos, fazendo com que os sentimentos individuais se alinhassem de maneira harmônica com o mundo exterior. “Estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis” (Hall, 2006, p. 12).

O sujeito do Iluminismo e o sujeito sociológico se assemelham na identidade própria estável imutável, mesmo que, no caso do segundo sujeito, o mundo exterior influencie, a essência do indivíduo continua sendo a mesma. A transformação da concepção da identidade foi se tornando cada vez mais fragmentada, ou seja, composta por uma variedade de identidades, podendo até ser contraditórias entre elas mesmas.

É importante destacar que o sujeito moderno esta centralizado em uma época onde surgiu uma nova forma de individualismo, característica que define esse sujeito. No tempo pré-moderno, o indivíduo se apoiava na tradição e nos fundamentos da época. Nesse tempo existia a individualidade do sujeito, mas não era conceitualizada e nem fortemente sentida como no indivíduo moderno. “O nascimento do “indivíduo soberano”, entre o Humanismo Renascentista do século XVI e o Iluminismo do século XVIII, representou uma ruptura importante com o passado.” (Hall, 2006, p. 25).

Correspondentemente, as identidades, que compunham as paisagens sociais “lá fora” e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as “necessidades” objetivas da cultura, estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais. O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático. (Hall, 2006, p. 12)

O sujeito pós-moderno surge nesse processo de identificação, assim, ele não tem uma identidade estável e permanente. A identidade está em constante formação e transformação, influenciado pelos sistemas culturais em que se está inserido (Hall, 1987). Esse sujeito assume diversas identidades, dependendo do momento e do contexto. Segundo Hall (2006), se o indivíduo sente que vivenciou uma única identidade durante toda sua vida, é porque construiu uma confortável história sobre ele mesmo, o que o autor intitula de “narrativa do eu”. A identidade única e imutável é uma ilusão pertencente a um cenário utópico. “Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar - ao menos temporariamente” (Hall, 2006, p. 13).

O sociólogo Anthony Giddens também definiu um conceito de identidade, representada num

cenário de agente e estrutura, que podem ser comparadas a, respectivamente, indivíduo e sociedade. Para Giddens (2002), a alta modernidade, como ele denomina a sociedade contemporânea da pós-modernidade, contempla além das atividades individuais e pessoais, esse período é cheio de perigos e momentos de crise. Dessa maneira, a alta modernidade se aprofunda na autoidentidade e nos sentimentos individuais. O mundo pós-moderno, ou da alta modernidade, possui um dinamismo de mudança social muito mais veloz que nos tempos que o antecederam. Além disso, o impacto em dimensão e profundidade são mais intensos e complexos nas práticas e comportamentos sociais. A pós-modernidade é um período caracterizado pela reflexão e afeta da mesma maneira o núcleo do eu, ou seja, o indivíduo sai do contexto tradicional e se torna mais reflexivo.

As transformações na autoidentidade e a globalização, como quero propor, são os dois pólos da dialética do local e do global nas condições da alta modernidade. Em outras palavras, mudanças em aspectos íntimos da vida pessoal estão diretamente ligadas ao estabelecimento de conexões sociais de grande amplitude. Não quero negar a existência de muitos tipos de conexões intermediárias — por exemplo entre localidades e organizações estatais. Mas o nível do distanciamento tempo-espço introduzido pela alta modernidade é tão amplo que, pela primeira vez na história humana, "eu" e "sociedade" estão inter-relacionados num meio global. (Giddens, *Modernidade e identidade*, 2002, p. 36)

## **2.2 Dilemas da autoidentidade na pós-modernidade**

Segundo Giddens, esse cenário da modernidade tardia repleto de tensões e dificuldades, desencadeou dilemas na autoidentidade do indivíduo, o que o autor intitula de “dilemas do eu”, são eles: unificação versus fragmentação, impotência versus apropriação, autoridade versus incerteza e experiência personalizada versus mercantilizada.

O primeiro dilema que o autor aborda é a unificação versus fragmentação, em que a modernidade pode fragmentar ou unir tanto a nível individual, quanto coletivo a nível planetário. A unificação do indivíduo seria uma forma de proteger e reafirmar a narrativa do eu, a autoidentidade, mesmo com a presença de intensas mudanças provocadas pela modernização. O mundo externo, que possui eventos de larga escala, não desencadeia necessariamente o distanciamento do indivíduo da sua autoidentidade, criando uma nova forma de pensar e agir. Giddens pontua que eventos de larga escala e mais distantes do indivíduo podem criar maior familiaridade e referências que situações próximas do mesmo, ou seja, uma melhor identificação. “Uma pessoa pode estar ao telefone com alguém a 20 quilômetros de distância e durante o tempo que a conversa dura estar ligada mais de perto às respostas

do indivíduo distante do que às dos outros sentados na mesma sala.” (Giddens, 2002, p. 175).

Em contrapartida, a fragmentação é causada pela diversidade de contextos expostos na interação do mundo externo com o individual. Os indivíduos tendem a variar o seu comportamento e a forma como se expõe dependendo do meio em que se encontra. “Quando o indivíduo sai de um encontro e entra em outro, sensivelmente ajusta a ‘apresentação do eu’ em relação ao que lhe for demandado na situação em questão” (Giddens, 2002, p. 176). Esse fato não indica que o indivíduo é composto de uma pluralidade do “eu” e nem que a diversidade de contextos promove essa fragmentação. A diversidade também pode estimular a integração do eu, criando uma autoidentidade distinta que melhor se combina em diferentes narrativas, o que o autor denomina de “pseudo-eu”. Esse dilema faz com que o indivíduo só exponha o seu eu autêntico, conforme os outros aceitem seu comportamento como adequado.

O segundo dilema é o da impotência versus a apropriação. Para Giddens (2002), no cenário tradicional da pré-modernidade, em muitas situações, os indivíduos tinham menor controle de suas influências do que na modernidade. Ou seja, mesmo vivendo em grupos menores, eles não possuíam poder para romper com as tradições. Porém, as mudanças da modernidade não necessariamente modificaram o cenário nesse sentido. Uma das consequências da ruptura do espaço-tempo e da quebra de vários sistemas sociais é a diminuição de controle do indivíduo nas extensas conexões globais. Esse processo de expropriação desenvolve as instituições modernas, atingindo além da vida cotidiana, mas também o interior do indivíduo.

Impotência e reapropriação se entrelaçam de maneira diversa em contextos diferentes e em momentos diferentes – tendo em vista o dinamismo da modernidade, há pouca estabilidade nas relações entre elas. Um indivíduo que deposita confiança nos outros, ou num determinado sistema abstrato, normalmente reconhece através disso que lhe falta poder para influenciá-los de maneira significativa. Mas o investimento de confiança também pode gerar novas capacidades. Consideremos o exemplo do dinheiro. Para usar dinheiro, um indivíduo deve participar de sistemas de troca econômica, bancos e investimentos, e assim por diante, sobre os quais tem controle direto mínimo. Por outro lado, esse processo dá ao indivíduo – caso tenha recursos suficientes – uma diversidade de oportunidades que de outra maneira não teria. (Giddens, 2002, p. 179)

O terceiro dilema de Giddens é a autoridade versus a incerteza. Na pós-modernidade, há muitos que buscam a autoridade, mas não há autoridade absoluta. Cenário diferente da pré-modernidade, onde a tradição já carregava um sentido de autoridade, exemplo é a igreja e a religião. Porém, essa submissão aos sistemas tradicionais de autoridade, não anula a sensação de incerteza. “A força das formas pré-modernas de autoridade quase poderia ser entendida como uma reação à imprevisibilidade da vida diária

e ao número de influências percebidas como fora do controle dos homens” (Giddens, 2002, p. 180).

Ainda existem modelos de autoridade tradicionais, como ainda no exemplo da religião, pois também há as incertezas e dúvidas. Porém, essas autoridades tradicionais perderam poder com o desenvolvimento de estruturas sociais. Segundo Giddens, “todo mundo nos sistemas modernos é leigo em praticamente todos os aspectos da atividade social” (2002, p. 181), sendo assim, a autoridade não só existe porque há incertezas, mas os sistemas abstratos desenvolvidos na modernidade tornam as situações mais previsíveis do que nos contextos pré-modernos. Porém, esse dilema é solucionado com a combinação da rotina e de um fiel estilo de vida, mais a confiança em sistemas abstratos.

O quarto e último dilema exposto por Giddens é o da experiência personalizada versus a experiência mercantilizada. Com o desenvolvimento da modernidade, o “projeto do eu” foi estabelecido, mas com fortes influências do capitalismo mercantil. O sistema capitalista, acompanhado com a sua rápida expansão e capacidade de transformação, é uma ameaça a existência da tradição. Na pós-modernidade, esse sistema procura moldar as formas de consumo e comportamento, além de monopolizar as formas de produção.

A mercantilização afeta diretamente os processos de consumo, particularmente com o amadurecimento da ordem capitalista. O estabelecimento de padrões regulares de consumo, promovidos pela propaganda e outros métodos, torna-se central para o crescimento econômico. Em todos esses sentidos, a mercantilização influencia o projeto do eu e o estabelecimento de estilos de vida. (Giddens, 2002, p. 182)

Os mercados impulsionam o individualismo, assim sendo identificadas as preferências e liberdade de escolha individuais, essenciais para a manutenção do sistema capitalista. O estilo de vida passou a ser intensamente influenciado pela propaganda e estratégias de consumo. “Em maior ou menor grau, o projeto do eu vai sendo traduzido como a posse de bens desejados e a perseguição de estilos de vida artificialmente criados” (Giddens, 2002, p. 183). Desta maneira, o consumo de bens é aperfeiçoado e substitui o desenvolvimento legítimo do indivíduo, como Giddens menciona, “a aparência substitui a essência”.

Essa mercantilização não somente dita novos modelos de comportamento e fenômenos das sociedades, ela participa ativamente da reestruturação da vivência habitual do ser. As comunicações de massa expõem, quase que diariamente, estilos de vida que os indivíduos desejam. Entretanto, o autor atenta ao impacto que estas informações causam aos sujeitos, não somente influenciando novos comportamentos e estilos, mas também criando narrativas em que o indivíduo possa se identificar. Exemplo disso são as novelas na televisão, “nessas histórias ganha-se uma sensação de controle reflexivo

sobre as circunstâncias da vida, uma sensação de uma narrativa coerente que é um equilíbrio tranquilizador para as dificuldades de sustentar a narrativa do eu em situações sociais reais” (Giddens, 2002, p. 184). Ou seja, inspiram a reconstrução da narrativa do eu ao exibir situações cotidianas possíveis ou não de se realizar, ao mesmo tempo em que entretêm e proporcionam uma fuga da realidade do espectador.

As indústrias culturais, segundo Adorno e Horkheimer (1985), responsáveis pela criação do conceito, procuram adaptar os seus produtos e serviço ao consumo em massa e determinar a forma de se consumir, baseados na padronização e a produção em série. Para esses dois sociólogos, essa indústria não define a sociedade enquanto indivíduos, apenas como consumidores e os propõem uma ideologia dominante. Adorno e Horkheimer defendem a alienação dos indivíduos sob essa mercantilização da cultura, perdendo a capacidade de escolha, pois a produção já teria passado por uma classificação em visão a favor das massas anteriormente.

O fato de que milhões de pessoas participam dessa indústria imporia métodos de reprodução que, por sua vez, tornam inevitável a disseminação de bens padronizados para a satisfação de necessidades iguais. O contraste técnico entre poucos centros de produção e uma recepção dispersa condicionaria a organização e o planejamento pela direção. Os padrões teriam resultado originariamente das necessidades dos consumidores: eis por que são aceitos sem resistência. De fato, o que o explica é o círculo da manipulação e da necessidade retroativa, no qual a unidade do sistema se torna cada vez mais coesa. (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 100)

De acordo com os dois sociólogos, essa indústria produz com a intenção de produzir uma cultura única para ser consumida de maneira rápida, dessa forma, contribuindo para a manutenção do sistema capitalista. Os meios de comunicação de massa, presentes de maneira intensa na pós-modernidade, são principais difusores da indústria cultural. Voltando ao exemplo da televisão, na visão de Adorno e Horkheimer, ela produz um excessivo fluxo de informações banais que não passam por um filtro crítico da sociedade de consumo.

Em contraponto, Giddens (2002) também defende que os indivíduos não estão somente absorvendo toda essa experiência de mercantilização, eles também interpretam os estímulos que recebem de maneira criativa. O projeto do eu, da sua autoidentidade, pode ser considerado uma resistência a massiva influência da mercantilização, mas nem todo o entendimento de mercantilização pode ser visto como oposição à formação do eu. O mercado de massa, caracterizado pelo consumo padronizado e de larga escala, também desenvolve a possibilidade de opções variadas de produtos e serviços. Ou seja, a fabricação em larga escala de um produto, por exemplo, ainda dá autonomia e

opções de escolha ao indivíduo sobre o produto.

A personalização, porém, também tem seus aspectos patológicos. Todo autodesenvolvimento depende do domínio sobre as respostas apropriadas aos outros; um indivíduo que necessita ser "diferente" de todos os outros não tem chance de desenvolver reflexivamente uma auto-identidade coerente. A personalização excessiva tem ligações com concepções de grandiosidade. O indivíduo é incapaz de descobrir uma auto-identidade suficientemente "sóbria" para conformar-se às expectativas dos outros em seus ambientes sociais. (Giddens, 2002, p. 185)

### Quadro 2: Dilemas do eu

**Unificação versus fragmentação:** o projeto reflexivo do eu incorpora numerosos acontecimentos contextuais e formas de experiência através da mídia, através dos quais deve estabelecer uma rota.

**Impotência versus apropriação:** as opções de estilo de vida tornadas disponíveis pela modernidade oferecem muitas oportunidades de apropriação, mas também geram sensações de impotência.

**Autoridade versus incerteza:** em circunstâncias em que não há autoridade definitiva, o projeto reflexivo do eu deve encontrar seu rumo entre a lealdade e a incerteza.

**Experiência personalizada versus mercantilizada:** a narrativa do eu deve ser construída em circunstâncias em que a apropriação pessoal é afetada por influências padronizadas sobre o consumo.

Fonte: (Giddens, Modernidade e identidade, 2002, p. 186)

## 2.3 Consequências da identidade na globalização

A pós-modernidade não simplesmente fragmentou a identidade do indivíduo, ela foi responsável por descentralizar o sujeito. Os pensamentos marxistas dão exemplos disto, mesmo que escritos no século anterior, ganharam uma nova interpretação com a pós-modernidade. Marx defendia que o sujeito age sob as condições do exterior. Ou seja, em sua releitura, os indivíduos não criam suas histórias ou identidades, eles agem de acordo com o cenário histórico e cultura em que os foram inseridos.

Com as mudanças conceptuais da modernidade e pós-modernidade, o sujeito "fragmentado", como descreve Hall (2006), precisa ser analisado as suas identidades culturais. A identidade cultural não é definida somente pela nacionalidade em que o indivíduo nasce, a ideia de nação é mais bem

representada nesse caso. As culturas nacionais são pensadas como uma natureza essencial, mas são formadas e transformadas no cerne da representação e dos símbolos. A cultura nacional produz sentido e, ao serem identificados pelo sujeito, ajuda a construir a sua identidade. A cultura dessa nação pode não ser homogênea, existe inúmeras diferenças entre os sujeitos dessa mesma nação, por exemplo em termos de gênero, raça ou classe. “Em vez de pensar as culturas nacionais como unificadas, deveríamos pensá-las como constituindo um dispositivo discursivo que representa a diferença como unidade ou identidade” (Hall, 2006, p. 62). Ou seja, a cultura nacional pode não deslocar essas identidades divergentes, mas podem as unir em uma mesma identidade, independente das diferenças.

A noção de uniformização das nações deve ser apreendida – para que possamos pensar nosso tema – neste registro: língua, símbolos, corpos, tudo é único, autêntico, puro, portanto. [...] Nesse sentido, Herder “celebrava um mundo culturalmente plural, mas não uma sociedade culturalmente plural” (Parekh, 2000: 73), o que o fazia dizer que “o Estado mais natural é também um povo com um Caráter Nacional” (in Minogue, 1970: 79). Dessa forma, Herder “julgava os estados de múltiplos povos como máquinas aglutinadas, artificiais... sem vida interior” (Minogue, 1970: 79). Friedrich Schlegel vai no mesmo sentido, quando diz que “é muito mais apropriado para a natureza que a raça humana seja estritamente separada em nações do que várias nações serem misturadas, como ocorrera em tempos recentes” (in Greefeld, 1992: 369). (Netto, 2012, p. 93)

Segundo Giddens (1990), nas condições da modernidade, a estrutura do local não é somente algo que está presente no tempo e espaço físico, mas também as relações distantes que influenciam a sua natureza. Sobre as afirmações de Giddens, Stuart Hall (2006) explica, no cenário da globalização, que o lugar é algo que permanece fixo, onde estão as “raízes”, já o espaço pode ser interferido e modificado sem grande mudança de tempo, por exemplo, por uma ligação telefônica. Ou seja, voltando ao que já foi visto nesse estudo, a globalização pode ser definida como uma ruptura do tempo e espaço e a sua reaproximação e reorganização. Sendo assim, com esse novo movimento global, as identidades dos sujeitos são expostas cada vez a mais influências externas, como Hall cita há um “bombardeamento” e uma infiltração cultural.

As identidades nacionais permanecem fortes, especialmente com respeito a coisas como direitos legais e de cidadania, mas as identidades locais, regionais e comunitárias têm se tornado mais importantes. Colocadas acima do nível da cultura nacional, as identificações "globais" começam a deslocar e, algumas vezes, a apagar, as identidades nacionais. (Hall, 2006, p. 73)

Para Hall, dizer que as identidades nacionais estão sendo homogeneizadas com a globalização é uma visão muito simples e unilateral do cenário. Há três pontos discutidos por Hall que contrapõe essa

homogeneização. O primeiro é que, com o impacto do “global”, surge também um interesse no “local”. Por exemplo, na globalização, o mercado procura formas de especializar e diferenciação para criar nichos de mercado – como também já visto no quarto dilema de Giddens na experiência personalizada. Sendo assim, o global não substitui o local, mas é criado um novo ajuste entre eles. A globalização não deve simplesmente apagar as identidades nacionais, mas sim criar novas identidades tanto globais, quanto locais.

No segundo ponto, Hall cita a “geometria do poder”, conceituada por Doreen Massey. Isto é, a globalização não é disseminada da mesma forma em todo o mundo, diferencia entre regiões e camadas da população. E o terceiro ponto que poderá sobre a homogeneização é o fato que a globalização pode causar grande impacto em somente uma parte do mundo, pois há um desequilíbrio das relações de poder do “Ocidente” e do “Resto”, como define Hall. “Na última forma de globalização, são ainda as imagens, artefatos e as identidades da modernidade ocidental, produzidos pelas indústrias culturais das sociedades ‘ocidentais’ (incluindo o Japão) que dominam as redes globais” (Hall, 2006, p. 79) e esse padrão continua presente na modernidade tardia.

### **Quadro 3: As três qualificações na crítica da homogeneização cultural**

- a)** A globalização caminha em paralelo com um reforçamento das identidades locais, embora isso ainda esteja dentro da lógica da compressão espaço-tempo.
- b)** A globalização é um processo desigual e tem sua própria "geometria de poder".
- c)** A globalização retém alguns aspectos da dominação global ocidental, mas as identidades culturais estão, em toda parte, sendo relativizada pelo impacto da compressão espaço-tempo.

Fonte: (Hall, A identidade cultural na pós-modernidade, 2006, p. 80)

Nesse cenário, há uma pluralização de culturas e identidades nacionais em um mesmo local, como é o exemplo das diversas migrações árabes e africanas para a Europa, ou como é visto a seguir nesse estudo, de brasileiros para Portugal. Um dos efeitos desse cenário foi “um alargamento do campo das identidades e uma proliferação de novas posições-de-identidade, juntamente com um aumento de polarização entre elas” (Hall, 2006, p. 84). Assim, como já foi dito antes, a globalização pode fortalecer as identidades locais ou criar novas identidades. O fortalecimento das identidades pode ser observado em grupos culturais predominantes em um local que se sentem ameaçados por outros grupos culturais que chegam nesse mesmo espaço, o que pode desenvolver um “racismo cultural”, exemplo disso são vistos na política de grupos extremistas presentes na Europa Ocidental ou nos partidos políticos de



extrema direita no Brasil. E a produção de novas identidades pode ser observado, por exemplo, nos grupos *blacks* que surgiram na Grã-Bretanha nos anos 70, as novas formas de identificação vistas em comunidades tanto afro-caribenhas, quanto asiáticas, “apesar do fato de que esforços são feitos para dar a essa identidade *black* um conteúdo único ou unificado, ela continua a existir como uma identidade ao longo de uma larga gama de outras diferenças” (Hall, 2006, p. 86).

Como conclusão provisória, parece então que a globalização tem, *sim*, o efeito de contestar e deslocar as identidades centradas e "fechadas" de uma cultura nacional. Ela tem um efeito pluralizante sobre as identidades, produzindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, e tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas; menos fixas, unificadas ou trans-históricas. Entretanto, seu efeito geral permanece contraditório. Algumas identidades gravitam ao redor daquilo que Robins chama de "Tradição", tentando recuperar sua pureza anterior e recobrir as unidades e certezas que são sentidas como tendo sido perdidas. Outras aceitam que as identidades estão sujeitas ao plano da história, da política, da representação e da diferença e, assim, é improvável que elas sejam outra vez unitárias ou "puras"; e essas, conseqüentemente, gravitam ao redor daquilo que Robins (seguindo Homi Bhabha) chama de "Tradução". (Hall, 2006, p. 87)

## 2.4 A migração brasileira em Portugal

A população brasileira é, atualmente, a principal comunidade estrangeira residente em Portugal e reflete a intensa ligação que Brasil e Portugal possuem desde a Era dos Descobrimentos. Os dois países possuem muitas semelhanças e não é só pelo idioma. Esse fluxo de pessoas é essencial nas trocas de experiências e vivências sociais, apresentando um modo de vida brasileiro aos portugueses, incluindo, principalmente, a divulgação das artes e culturas.

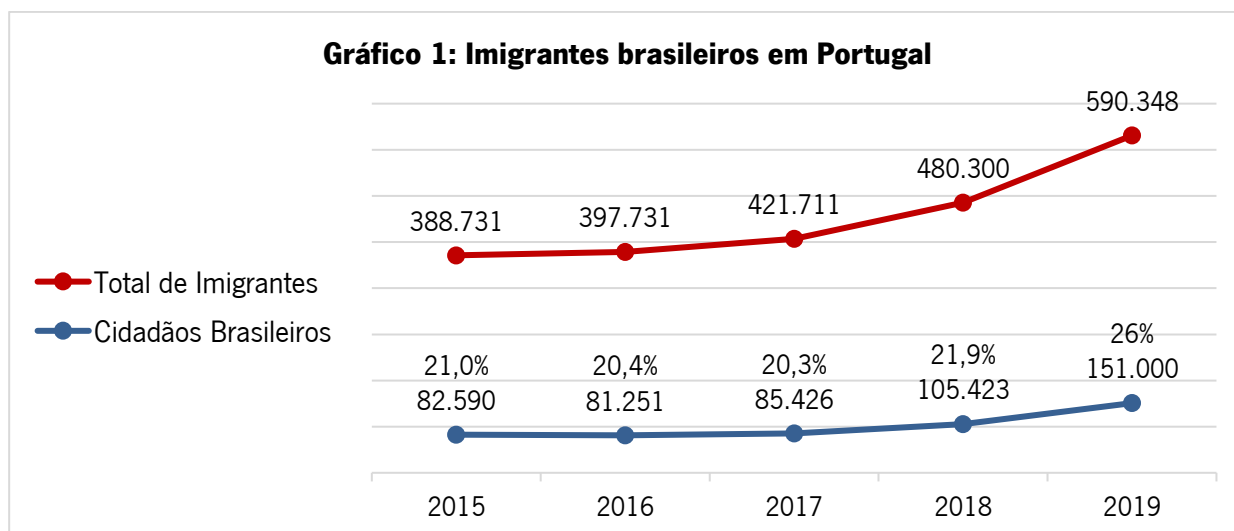
O Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo (RIFA) de 2019<sup>10</sup> publicado pelo Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) apresentou dados que comprovem o crescimento de imigrantes legais em Portugal, com destaque aos brasileiros que representam a maior comunidade estrangeira residente. “Em 2019 verificou-se, assim, pelo quarto ano consecutivo, um acréscimo da população estrangeira residente, com um aumento de 22,9% face a 2018, totalizando 590.348 cidadãos estrangeiros titulares de autorização de residência, valor mais elevado registado pelo SEF, desde o seu surgimento em 1976.”

---

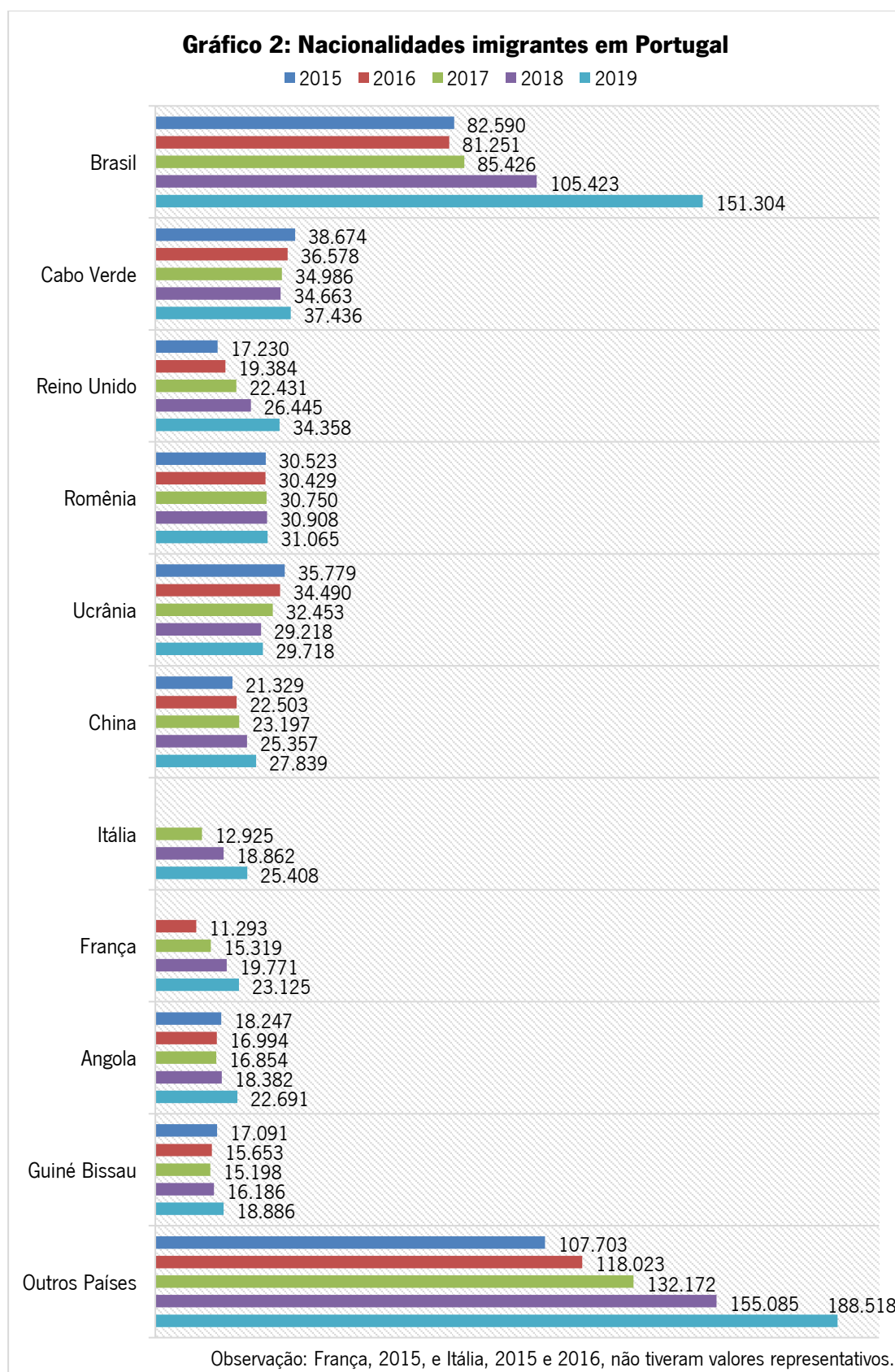
<sup>10</sup> <https://sefstat.sef.pt/forms/relatorios.aspx>. Acesso em: 30/06/2020

(Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF), 2019, p. 16).

A Itália é a sétima nacionalidade residente mais representativa em Portugal, como pode ser visto no gráfico a seguir, porém 29,5% desses cidadãos de nacionalidade italiana são naturais do Brasil. A explicação, segundo o SEF, se dá pela concessão da nacionalidade italiana aos brasileiros, que não há limite de gerações – se os ascendentes diretos forem homens –, e possuem relação com a grande comunidade de descendentes de italianos no Brasil.



Fonte: (Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, 2015); (Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, 2016); (Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, 2017); (Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, 2018); (Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, 2019)



Fonte: (Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, 2015); (Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, 2016); (Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, 2017); (Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, 2018); (Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, 2019)

De acordo com reportagem feita pela jornalista Giuliana Miranda para o jornal *Folha de S. Paulo* (2019), o principal motivo da migração de brasileiros para Braga é o baixo custo de vida, comparado a outros centros urbanos, além dos serviços de saúde e transportes oferecidos na cidade. A reportagem ainda destaca que a cidade ganhou popularidade nas redes sociais, há muitos sites e vídeos publicados por brasileiros que contam sobre a vida em Braga. O assunto também foi matéria no jornal *O Globo*, feita pelo jornalista Gian Amato (2019), onde teve destaque na capa do jornal “Braga, o novo El Dourado dos brasileiros”. A reportagem fala sobre o crescimento da população brasileira na cidade que em dez anos teve um crescimento de 137,6%, passou de 2.596 para 6.168. O jornal reafirma a busca por um custo de vida mais barato que Porto e Lisboa, mas com ajuda do estímulo ao empreendedorismo e segurança. De acordo com a reportagem, esses brasileiros que migram para Braga possuem recursos econômicos, são empreendedores ou estudantes. “A cidade é uma das mais procuradas para estudo, devido à Universidade do Minho, a quarta na preferência dos brasileiros. Cerca de 40% da população de 126 mil habitantes estão na faixa abaixo dos 30 anos” (Amato, 2019).

Segundo *O Globo*, mesmo ajudando a economia, esse crescimento de imigração refletiu no aumento dos preços de arrendamento e compra de imóveis, além disso, a agenda de marcações do SEF para concessão ou renovação de residência no país costuma estar sempre cheia. Essa tendência de crescimento da população brasileira em Braga, não é o mesmo caso em outras cidades, como é o exemplo de Lisboa que, segundo a reportagem, perdeu 10% de residentes brasileiros nos últimos dez.

## **Capítulo 3**

### **Metodologia**

A pesquisa procurou explorar e entender as motivações e causas que originaram a variação no número de concertos brasileiros em Braga, Portugal. Para direcionar essa pesquisa, foram definidos os seguintes objetivos: (a) Por que há um aumento de concertos brasileiros em Braga, considerando os fatores que impulsionaram o aumento do volume no período de 2015 a 2019?; (b) Por que os brasileiros procuram música brasileira em Portugal?; (c) Quem são os influenciadores e os influenciáveis no consumo de música brasileira em Braga?; (d) Quais são os meios de consumo e descoberta de músicas?

Por ser uma pesquisa descritiva, tratando-se de analisar um fenômeno já existente e suas variáveis, e exploratória, devido à ausência de pesquisa e estudo sobre o tema em específico, foi escolhida uma abordagem qualitativa que explicasse as principais motivações do aumento do número de concertos em Braga. Foram utilizadas técnicas como observação participante, entrevista e de calendarização. Também foram apresentados gráficos estatísticos, que são técnicas quantitativas, mas tiverem finalidade, somente, de ilustrar e comprovar as hipóteses criadas nesse estudo.

#### **3.1 Observação participante**

Quando o estudo tem como objeto algo subjetivo como a cultura de interferências em uma sociedade, como é o caso deste estudo, é importante utilizar a técnica de observação, que podem ser divididos em duas técnicas: observação participante e a observação sistemática.

Na observação sistemática, o pesquisador mantém um distanciamento com o grupo social estudado. Ou seja, o pesquisador faz suas observações sem interferir nas ações cotidianas do grupo. Esse é o fator determinante que diferencia a observação sistemática da observação participante. Nesta última, o pesquisador interage com o grupo social em um processo de imersão, a ponto de se misturar e se integrar com o grupo. “A observação participante parte da premissa de que a apreensão de um

contexto social específico só pode ser concretizada se o observador puder imergir e se tornar um membro do grupo social investigado.” (FRASER; GONDIM, 2004, p. 141). Dessa forma, o pesquisador poderá compreender os significados atribuídos que regem o cotidiano do grupo.

A técnica da observação participante exige certos desafios para que a observação seja o mais próximo possível do real. O investigador precisa ganhar a confiança do grupo, mostrando respeito e entendendo que os significados são diferentes da sua própria cultura. Quanto maior a proximidade do pesquisador com o grupo social, melhor a compreensão do mundo pela sua perspectiva.

### **3.2 Entrevista**

A entrevista foi outra técnica de metodologia deste estudo, é muito usual nas pesquisas qualitativas, por ser uma das melhores formas de criar conexão entre o pesquisador e o objeto ou grupo pesquisado. “A entrevista é uma forma de interação social que valoriza o uso da palavra, símbolo e signo privilegiados das relações humanas, por meio da qual os atores sociais constroem e procuram dar sentido à realidade que os cerca” (Fraser & Gondim, 2004, p. 139).

Uma das qualidades da entrevista é a possibilidade de uma melhor compreensão dos significados, valores e opiniões dos indivíduos de um grupo social em relação as suas próprias vivências, por meio de trocas verbais e não-verbais. Porém, as entrevistas também têm seus desafios. O pesquisador deve ter muito cuidado ao analisar as respostas do entrevistado para ser imparcial e não interpretar o que foi dito. Deve haver um cuidado ao analisar o material para não somente retirar informações que confirmem as hipóteses ou as pressuposições de teorias que o investigador quer provar. Além disso, é preciso conferir a fidedignidade, ou seja, ler e ouvir cada parta da entrevista realizada com o objetivo de corrigir possíveis erros e respostas induzidas.

As entrevistas têm várias subdivisões e modalidades, ou seja, várias formas e estruturas de se utilizar dessa técnica. Uma das modalidades é a entrevista face a face ou a mediada. A primeira modalidade se refere a entrevista feita pessoalmente, como já diz o nome, o entrevistador frente a frente com o entrevistado. Essa forma é mais bem indicada em uma pesquisa etnográfica, pois fica evidente a comunicação verbal e não-verbal, como as pausas, silêncios, movimentação corporal, reações faciais, tom de voz etc. Já a entrevista mediada são as feitas não presencialmente, pode ser por telefone, e-mail e questionários on-line. No caso deste estudo, foram priorizadas entrevistas face a face, presenciais, mas

por necessitar de uma maior disponibilidade dos entrevistados, optou-se por também realizar a entrevista por telefone videochamadas.

O mais importante da entrevista é que o pesquisador mantenha a fidelização da fala do entrevistado. O conteúdo da entrevista pode ser editado, com exceção de quando fará uma análise do discurso, para corrigir interjeições, repetições, vícios de linguagem, erros gramaticais etc., mas sempre deve ser mantido o discurso original e fiel do entrevistado.

Além disso, as entrevistas feitas nesse estudo foram semiabertas, ou seja, foi feito previamente um guião com perguntas, mas no decorrer da entrevista, a ordem foi alterada e perguntas foram adicionadas ou descartadas, facilitando a fluência e tornando a entrevista mais informal. “As entrevistas, em especial as abertas, mantêm subjacente a possibilidade do discurso do entrevistado alterar o plano de conversa previsto. Nessas e noutra situações competirá ao entrevistador ir colocando questões pertinentes em momentos oportunos” (Ribeiro, 2018, p. 126). A entrevista semiaberta, diferente da aberta, já possui perguntas formuladas e não só categorizadas em temas, nesse sentido é mais fácil para iniciar a entrevista, confiando no estudo prévio do entrevistado ao fazer as perguntas, e manter abertas opiniões e novos conhecimentos que o pesquisador não tenha questionado anteriormente.

### **3.2.1 Caracterização dos entrevistados**

Para essa pesquisa, foram realizadas entrevistas afim de buscar e coletar informações sobre a percepção dos concertos em Braga em três perspectivas diferentes de participação e relação: no planejamento, por parte dos diretores de programação das casa de espetáculos; na performance, pela visão do artista e interprete, e no consumo, na visão dos espectadores e frequentadores dos concertos.

A busca por esses entrevistados foi facilitada pelo trabalho feito no Theatro Circo como assistente de sala de fevereiro de 2019 a maio de 2020, assim, consegui conhecer os responsáveis pela programação do Theatro Circo e do GNRation e identificar algumas pessoas que tinham boa frequência de presença nos espetáculos, os espectadores já fidelizados. As entrevistas foram realizadas entre agosto de 2019 a junho de 2020 com as seguintes pessoas:

▪ **Paulo Brandão:** Diretor artístico do Theatro Circo, entre 2007 e 2010 e retornando em 2013, permanecendo na função atualmente. Suas experiências anteriores foram no Teatro Nacional São João, no Porto, durante 8 anos, e na Casa das Artes de Vila Nova de Famalicão. Cursou Interpretação na

Academia Contemporânea do Espectáculo e Literatura Portuguesa na Universidade do Porto<sup>11</sup>.

▪ **Luís Fernandes:** Diretor de programação do GNRation desde 2014 e Diretor Artístico do Festival Semibreve. Músico, fundador banda peixe:avião e mentor dos projetos artísticos The Astroboy, Landforms e de Quest. Também é compositor de música para cinema e instalações, já apresentados nos Festivais de Cannes, Locarno e Triennale di Milano<sup>12</sup>.

▪ **Tim Bernardes:** cantor, músico, produtor musical e compositor brasileiro. Possui carreira solo, com o disco Recomeçar lançado em 2017, e também é vocalista e fundador da banda O Terno, desde 2009, com três discos e um EP<sup>13</sup>. Apresentou-se solo no Theatro Circo no dia 25 de setembro de 2019 e com a banda O Terno em 16 de novembro do mesmo ano.

▪ **Utente 1:** 32 anos, brasileiro(a), psicólogo(a). Mudou-se para Braga, onde mora atualmente, em 2018 para fazer doutorado em Psicologia na Universidade do Minho. Assiste a concertos no Theatro Circo e GNRation, em média, quatro vezes por mês.

▪ **Utente 2:** 25 anos, brasileiro(a), estudante, graduada em Letras - Língua Portuguesa e Literatura Lusófona e mestre em Comunicação, Arte e Cultura. Mudou-se para Braga em setembro de 2017 para fazer o mestrado na Universidade do Minho. Mora no Porto desde junho de 2020. Assiste a concertos no Theatro Circo e no GNRation, em média, de duas a três vezes por mês.

▪ **Utente 3:** 27 anos, brasileiro(a), professor(a) de inglês e francês e mestre em Tradução e Comunicação Multilíngue. Mudou-se para Braga, onde mora atualmente, em outubro de 2017 para fazer o mestrado na Universidade do Minho. Assiste a concertos no Theatro Circo e no GNRation, em média, uma ou duas vezes por mês.

▪ **Utente 4:** 38 anos, brasileiro(a), jornalista e produtor(a) audiovisual. Mudou-se para Braga, onde mora atualmente, em setembro de 2017 para fazer mestrado em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho. Assiste a concertos no Theatro Circo, em média, uma vez por mês.

▪ **Utente 5:** 42 anos, português(a), administrador(a) e professor(a), nasceu em Braga, onde mora atualmente. Não soube dizer uma frequência mensal, mas em 2019 assistiu a 27 espetáculos, em que 12 eram brasileiros.

---

<sup>11</sup> <https://www.publico.pt/2013/12/06/local/noticia/paulo-brandao-volta-a-ser-directorartistico-do-theatro-circo-de-braga-1615236>

<sup>12</sup> <http://www.bragamediaarts.com/pt/rede/detalhe/luis-fernandes/>

<sup>13</sup> <https://www.facebook.com/timbernardesoficial/about>



▪ **Utente 6:** 20 anos, português(a), fotógrafa profissional. Assiste a concertos no Theatro Circo e GNRation, em média, de seis a dez vezes por mês. Nasceu em Vila Nova de Famalicão, mora no Porto e trabalha no Theatro Circo como assistente de sala desde março de 2019.

### 3.3 Calendarização

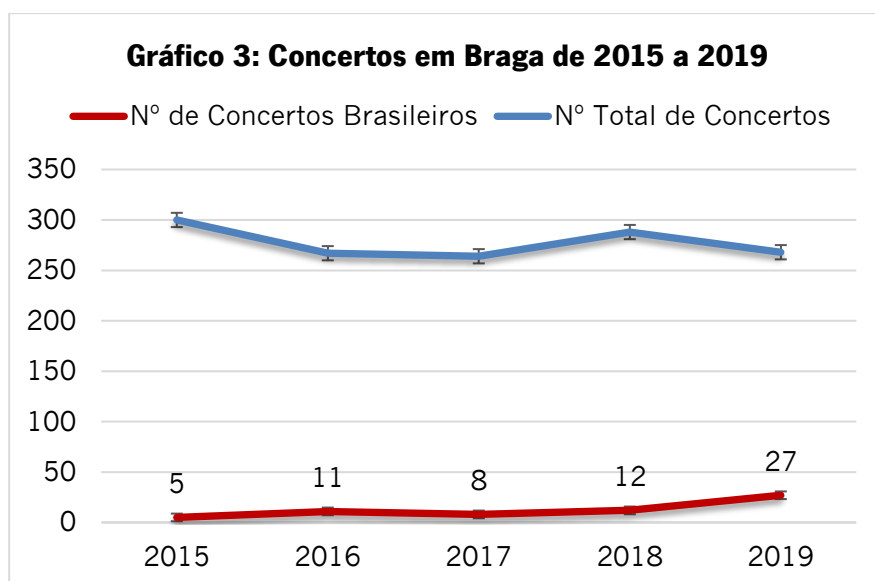
Outro método utilizado para essa pesquisa foi a calendarização dos concertos realizados na cidade de Braga entre 2015 e 2019, destacando o de artistas brasileiros, individuais ou bandas e coletivos. Desta forma, pode-se comprovar a variação da quantidade desses espetáculos. Por mais que uma pesquisa com objeto subjetivo priorize métodos qualitativos, as análises qualitativas reforçam e confirmam questões criadas em um estudo sociológico.

Contudo, apesar da sua subjetividade as opções metodológicas não são aleatórias. Não só não se desfiliam do respetivo quadro teórico, tanto mais exigente quanto mais subjetiva for a natureza do objeto de estudo, como é possível (e desejável) padronizar algumas orientações práticas indicadores quantitativos que transmitam segurança a quem pretenda realizar pesquisas qualitativas. (Ribeiro, 2018, p. 159)

Para contabilizar os concertos, foi feita a coleta destas informações de programação, principalmente, na Agenda Cultural de Braga, uma revista mensal produzida pela Câmara Municipal de Braga distribuída em diversos pontos da cidade e disponível também em versão online<sup>14</sup>. Além desta principal fonte utilizada para a consulta, também foi feito o levantamento em outros meios como plataformas online de venda de ingressos e sites e/ou redes sociais das páginas oficiais dos locais habituais de apresentação. Desta forma, foi comprovado o número de aumento dos concertos brasileiros. Em 2015, foram realizados 5 concertos brasileiros no ano e, em 2019, foram 27, ou seja um aumento em 440%, como pode ser visto no gráfico a seguir.

---

<sup>14</sup> <https://www.cm-braga.pt/pt/0502/viver/cultura-e-patrimonio/dinamizacao-cultural/agenda-cultural-de-braga>



Também foram analisados o total de concertos em Braga para mostrar a variação e tentar comprovar se o aumento ou queda deste número, afetaria o aumento do número de concertos especificamente brasileiros. Neste caso, não foram observadas grandes variações ou relação impactante na comparação nesses dois fatores.

A escolha dos eventos da calendarização foi feita baseada em concertos realizados em espaços fechados de público considerável e em eventos da cidade organizados pela Câmara Municipal, sendo assim, não foi possível contabilizar concertos fora desse cenário e que não foram publicados na Agenda Cultural de Braga ou sites e redes sociais oficiais. Por isso, não foi apresentado o número exato do total de concertos no gráfico acima, mas foi apresentada a variação de erro.

## Capítulo 4

### Análise

#### 4.1 Análise das entrevistas

A análise das entrevistas foi feita categorizando os assuntos em quatro temas principais: abertura para novas culturas, programação dos espetáculos, público dos concertos, comportamento brasileiro em concertos e migração do Brasil para Portugal.

##### 4.1.1 Abertura para novas culturas

Uma das tendências observadas nas entrevistas foi a disponibilidade e curiosidade dos utentes em ir a concertos de artistas que não conheciam, independente da nacionalidade ou do estilo de música que já estavam habituados a ouvir. Essa característica pode ser relacionada com o conceito de identidade no sujeito pós-moderno de Stuart Hall, já visto neste estudo, onde o indivíduo não tem uma identidade completamente formada e estável, ela está em constante transformação e adaptação, influenciadas pelos sistemas culturais (Hall, 1987). Todos os seis utentes entrevistados disseram que vão também a concertos sem conhecer o artista, claro que alguns se mostraram mais abertos e curiosos do que outros.

Muito do que fui, eu não conhecia e acabei descobrindo e gostando de muita coisa lá. Eu acho que, justamente, desde que eu vim pra cá (Portugal), eu tenho sido muito mais aberta a ir ver coisas que eu não conheço. Antes, era tipo “ah eu não vou pra um concerto que não conheço nenhuma música” e agora não, eu vou mesmo sem conhecer e é bom porque, realmente, acabo por descobrir coisas novas. (Utente 2)

Seu eu vir um concerto de alguém que eu gosto, obviamente eu quero ir, mas também seu eu vir um concerto de alguém que se calhar me desperta um interesse, eu quero ir também. Por isso, eu vou em várias coisas. (Utente 6)

Eu vou até do que eu não conheço também, mas procuro escutar as músicas antes para não chegar lá sem saber nenhuma, né? (Utente 4)

Mesmo quando um dos entrevistados respondeu de maneira mais inclinada a ir em concertos que já conheciam os artistas, ainda assim, se mostrou disponível a ir também nos que não conhecia.

Sim, a maioria eu já conheço as músicas sim. Só vou, quando eu não conheço, se é tipo em concerto gratuito ou quando rola convite de alguém para eu ir junto. (Utente 3)

Além disso, foram relacionadas duas respostas, uma sobre o que o utente costuma ouvir habitualmente e que concertos eles mais frequentam, brasileiros, portugueses ou de outras nacionalidades. Tanto os brasileiros, quanto os portugueses, não seguem uma tendência fixa de consumo de música relacionado entre os concertos e o que escutam em casa.

Eu acho que não foi (em mais concertos brasileiros), mas foi só por uma questão de, por exemplo, da própria agenda do teatro (Theatro Circo), que é onde eu frequento mais os concertos, de que, realmente, fui pra coisas de várias nacionalidades. [...] Em casa, eu escuto um pouco de tudo. E aí, lógico, que as coisas que eu vou ver, os concertos, porque eu tenho interesse, eu escuto em casa. De idioma, eu tenho escutado... sempre tem aquelas playlists do Spotify, tem a que é de música brasileira, tem a que é de música mais indie, que, infelizmente, é tudo praticamente em inglês. Eu escuto muito inglês, francês, português, é bem variado. (Utente 2)

Não. Acho bem misturado, eu costumo ir em shows de várias nacionalidades, não tem uma só. Depende do que a programação do Theatro ou dos outros lugares que eu vou tenham naquele mês. [...] Eu gosto mais de músicas em português, é o que mais escuto em casa. Mas em shows, não vou só nos brasileiros ou portugueses não. (Utente 4)

Ah... brasileiro com certeza. Eu vou em outras também, já vi, sei lá, trio de jazz australiano, já vi bandas portuguesas que eu gosto né, mas a maioria são os brasileiros. [...] Em casa eu escuto bastante música em inglês e em português do Brasil. Geralmente, é sempre focado no indie, no alternativo, na MPB, hip-hop. (Utente 3)

Um dos entrevistados portugueses, inclusive, disse frequentar mais concertos brasileiros do que portugueses e não ter uma preferência nas músicas que escuta em casa.

Eu frequento tanto espetáculos brasileiros quanto portugueses, talvez até mais brasileiros. Por mês não sei, mas por exemplo em 2019 assisti a 27 espetáculos em que 12 eram brasileiros. [...] Uii... Eu ouço todo o tipo de música. Portuguesa, brasileira e de outros países também. Gosto de música tradicional dos diferentes países, gosto de eletrônica, alternativa indie, hip-hop, fado, jazz. Não tenho preferência por idioma, dou até preferência à melodia. (Utente 5)

É importante lembrar neste ponto, os estudos de Anthony Giddens (1990) e Stuart Hall (2006), em que falam sobre a globalização que causa uma ruptura do tempo e, principalmente visto nessa pesquisa, do espaço e pode fortalecer identidades locais ou criar novas identidades. O cantor Tim Bernardes também destacou a identificação que os seus fãs portugueses possuem com a sua música.

Dá pra sentir Portugal quase como uma região do Brasil. Que nem quando eu vejo muita gente falando assim “vem pra Fortaleza”, vejo muita gente pedindo Portugal também sabe. Agora, proporcionalmente, dá pra ver que tem um público grande atento pra música brasileira. [...] Eu já contemplo Portugal no meu planejamento também do ano. Assim como eu planejo que cidades eu vou no Brasil, eu também já planejo quantas vezes e pra onde eu vou vir pra cá (em Portugal). (Tim Bernardes)

Para Giddens, a identificação pode-se dar nas relações distantes fisicamente, mas que influenciam a formação da identidade do sujeito. Exemplo disso é o utente 5, que criou uma identificação pela cultura brasileira, sem mesmo ter a nacionalidade ou estar presente fisicamente no Brasil. Para Hall, o lugar onde estão as “raízes”, que nesse mesmo exemplo seria Portugal para o utente, foi interferido e modificado pelo espaço, que pode ser relacionado aos concertos brasileiros que o utente frequenta. Além disso, o entrevistado diz ouvir música pelo Spotify, plataforma utilizada por esse utente para descobrir e consumir músicas. Todos os entrevistados desta pesquisa, são utilizadores da mesma plataforma, assim, conseguem ouvir música de qualquer país, sem estar necessariamente neles.

Outra característica observada nas entrevistas, foi o peso emocional que a música e cultura do país de origem e do idioma causam nos utentes. Tendo também Portugal e Brasil o mesmo idioma, facilita na expansão da cultura e também na migração entre esses dois países, que será visto mais à frente.

Eu já vi (concertos) de várias nacionalidades, mas sempre que tem aquele artista brasileiro, né, no caso, a gente fica mais impelido a ir porque é, normalmente, uma coisa que a gente já conhece e a gente tem mais interesse em ir ver. É aquela coisa do nosso país aqui no país onde a gente mora agora. [...] Essas músicas que a gente conhece a tradução, que a gente tem a língua como segunda, terceira ou quarta língua, elas não têm o mesmo efeito na gente, porque a nossa língua materna tem um afeto, uma força afetiva na gente que nenhuma outra língua vai ter. Não importa se a gente entende, o quão bem a gente entende aquela língua, nunca vai ser. [...] Mas imagina o pessoal aqui em Portugal, um país muito pequeno, que recebe uma música lá de longe, e fala a língua dele, que é a nossa própria língua, dizendo coisas que a gente entende na nossa própria língua. (Utente 2)

Foi surpreendente reparar que as pessoas já estavam ligadas (nas músicas), mesmo antes da gente divulgar, já conheciam as músicas, já conheciam a

banda. [...] Tem uma coisa forte de letra. A letra é uma coisa realmente importante. E o fato das letras serem compreendidas aqui dá muito ânimo. (Tim Bernardes)

As casas de espetáculo, como o Theatro Circo e o GNRation, tem o papel fundamental ao planejar a sua programação para que seja diversificada e atenda a todos os gostos de diferentes público, conseqüentemente, também causando uma maior curiosidade no público em assistir artistas diferentes do que já estão acostumados.

Se nós só nos movimentarmos para ver coisas que conhecemos, também vamos criar um ciclo vicioso que pode ser perigoso. O importante e o papel de estrutura como as nossas (GNRation) é dar a conhecer coisas novas, por mais arriscadas que elas sejam e as pessoas também devem ter essa curiosidade. Devemos educar as pessoas para serem curiosas a esse ponto, para elas procurarem coisas novas e não apenas os é confortável e familiar. (Luís Fernandes)

#### **4.1.2 Programação dos espetáculos**

A programação das casas de espetáculos tem um papel importante nesse aumento de concertos brasileiros em Braga, pois são eles que dão a oportunidade aos artistas se apresentarem e ao público em assistir. Uma das questões que surgiram nesse estudo, é saber quem tinha o “poder da influência”. O aumento considerável de concertos brasileiros em Braga foi influenciado pela população brasileira, que também aumentou nos anos analisados?

Para entender a direção dessa tendência de influência, foi perguntado aos diretores artísticos do Theatro Circo e do GNRation como era feito o planejamento da programação.

É uma ideia geral de programação para um ano e que tem que cumprir vários objetivos: serviço público, serviço à comunidade, de interação com as pessoas de Braga... portanto, é uma série de pressupostos. Depois, a partir daí, a escolha é feita por mim, indo ao encontro com esses objetivos que eu referi e, depois também, conforme o funcionamento do mercado. [...] Curiosamente, parte também muito dos meus gostos, porque eu acho que os programadores têm determinadas coisas de que gostam e que são referenciais também para as outras pessoas, não é? (Paulo Brandão)

A minha programação é muito diretiva, ou seja, tendo a partir mais de mim do que propostas que me chegam por norma. Portanto, nesse aspecto a minha programação é muito diretiva. Eu procuro as coisas em específico que quero fazer e tento com que elas aconteçam, mas há caso em que acontece muito o contrário, ou seja, virem ter comigo para me propor coisas. (Luís Fernandes)

Segundo Paulo Brandão, diretor artístico do Theatro Circo, ele tenta conciliar espetáculos de artistas que saiba que irá ter grande procura do público com concertos que atingem mais nichos.

Há apostas, muitas vezes, arriscadas para um público mais de nicho e, depois, uma programação mais popular e direta para um público que vai dar certo.  
(Paulo Brandão)

Essa combinação de estratégias, uma direcionada para a massa e outra para o público de nicho, configura um dos dilemas da autoidentidade de Giddens (2002), já apresentada no capítulo 2 dessa pesquisa, o quarto dilema da experiência personalizada versus a mercantilizada. Segundo o autor, as comunicações de massa expõem um estilo de vida desejável aos indivíduos, influenciando novos comportamentos e criando narrativas de identificação do sujeito. Os autores Adorno e Horkheimer (1985) discutem também sobre essa tendência. Segundo eles, as indústrias culturais adaptam os serviços oferecidos para que sejam consumidos em massa, padronizando a cultura. Essa tendência pode ser comparada ao que o diretor Paulo Brandão caracteriza de popular, uma programação que atinge e cria maior identificação no público de massa.

Por outro lado, há a estratégia de nicho de mercado, que, segundo o autor Roger Kerin pode ser “com base em idade, estágio de vida, estrutura familiar, localização geográfica e etnia” (Kerin, 2007, p. 98). Essa estratégia compõe o outro lado do dilema de Giddens, o da experiência personalizada, que é a possibilidade do indivíduo ter autonomia para escolher o produto que quer consumir. Ou seja, o público não é, somente, influenciado por essa cultura de massa, mas também recebe esses estímulos de maneira criativa, proporcionando uma capacidade de escolha. Mas, ainda segundo o autor, o mercado de massa também desenvolve opções variadas de produtos, como é o caso do Theatro Circo ao compor a programação com essas duas estratégias de mercado.

Os diretores de programação do Theatro Circo e do GNRation também assumiram que a escolha dos concertos não é feita somente pensando no retorno financeiro, o que se opõe à definição de indústria cultural, que prioriza o lucro para manter o sistema capitalista. Para Luís Fernandes, diretor de programação do GNRation, há a preocupação com o público e com o lucro, mas o papel principal do GNRation é formar culturalmente o público e possibilitar novas descobertas neste cenário.

Nós não podemos ser independentes e querer fazer uma programação sem pensar no público, ou seja, que tipo de procura que pode haver. Quando eu penso no público, tem que ser em quantidade, de garantir que haja muita procura e esgotar o concerto, e aí que haja lucro de bilheteira. O GNRation, enquanto estrutura pública, com financiamento público, tem o papel importante de educação para a cultura. E este tipo de estrutura tem o dever e a capacidade de investir dinheiro para que as pessoas possam ter acesso a

conteúdo cultural que não são necessariamente sustentáveis no ponto de vista económico. O que quer dizer com isto, se todos fizessemos artistas populares, os artistas que enchem salas, nós cairíamos num ciclo vicioso em que apenas programamos artistas populares. Então, toda as casas ou todas as estruturas teriam a mesma programação, teriam os mesmos artistas e não abria espaço para quem está a aparecer. Portanto, estruturas como o GNRation [...] tem o dever de ter um papel formativo na sua formação, ou seja, apresentar propostas, que apesar de não serem tão populares no ponto de vista da sua procura por parte do público, conseguem educar o público para novas formas de manifestações artísticas ou novos conteúdos músicas, etc. (Luís Fernandes)

Então, segundo Luís Fernandes, há uma motivação principal que é a de levar a cultura e as novas experiências e conteúdo para os espectadores, e não só aquilo que o público já está acostumado a ouvir e ver. Como, tanto o Theatro Circo, quanto o GNRation, são estruturas financiadas pela Câmara Municipal, eles têm maior liberdade para o planeamento e execução de uma programação que priorize a disseminação da cultura, e não somente o lucro, que também é importante, mas não principal fator, segundo os programadores.

Foi perguntado também como os programadores descobrem novas músicas e, até mesmo, novas tendências para compor as agendas. Segundo Paulo Brandão, é uma soma de diferentes fatores, que estão ativamente presentes e compõem o cenário atual do mundo globalizado, como já foi visto nesta pesquisa.

Hoje em dia, há muitos meios, tens o YouTube, tens o Spotify, tens a internet em geral. Depois, tens as revistas, os magazines ligados a música, as artes de espetáculo, tens também festivais, tens, às vezes, a opinião das pessoas, é um pouco de tudo. E também, é como eu te digo, acho que há sempre um balanço entre diferentes coisas. (Paulo Brandão)

#### **4.1.3 Público dos concertos**

Para saber qual a maioria da nacionalidade presente em espetáculos brasileiros, foi utilizada a percepção dos entrevistados e da observação participante, pois as casas de espetáculos não possuem uma forma de contabilizar a relação entre a venda de ingressos e a nacionalidade dos utentes. Foi perguntado aos utentes se eles percebiam mais brasileiros ou portugueses nos concertos de brasileiros e não houve um consenso nas respostas.

Assim, em Portugal não (há maioria brasileira nos concertos). Até porque, geralmente, o que eu observo é que são mais portugueses nesses concertos. (Utente 1)



Dá para ouvir as pessoas ao seu redor. Já tem muito brasileiro em Portugal, então quando tem um show brasileiro, mesmo que os portugueses gostem muito da produção brasileira, eu sei que vai estar cheio de brasileiros. (Utente 2)

Se for um cantor, uma banda ou um artista muito conhecido cá em Portugal que seja brasileiro, se calhar o público até pode ser mais português. Se calhar, músicos que são brasileiros e que são minimamente conhecidos, tenham mais público brasileiro, por isso fica por aí. (Utente 6)

Houve uma percepção similar nas entrevistas do utentes 6 e do diretor Paulo Brandão em que disseram haver uma variação dependendo do quanto o artista é conhecido em Portugal. Segundo eles, se o artista ou a banda forem muito conhecidos entre os portugueses, há possibilidade de o concerto ter um maior público português. Ainda, voltando ao que foi dito sobre a disposição do público em conhecer novos artistas e músicas, o diretor do Theatro Circo falou sobre os brasileiros, mesmo sem conhecer o artista ou a banda, costuma ir ao concerto por serem um público curioso e atento sobre o cenário musical.

Nós sempre tivemos atentos a programação e aos nomes do Brasil porque os portugueses sempre gostaram de música brasileira, é o referencial pra eles. [...] Não tenho a tentação de fazer algo assim, propositadamente, para esse público ou para aquele. Eu acho que penso um pouco em tudo porque também o público brasileiro também vai a outras coisas que não são só do Brasil. [...] Eu acho que acontecem dois fenômenos muito curiosos. O público brasileiro tem um respeito muito grande por cantores como Gilberto Gil, o Caetano, a Betânia, que são referências quase na história da música e, portanto, quando eles vêm cá, vem aos Coliseus, acabam por encher. Mas, por exemplo, a Maria Betânia já esteve aí (no Theatro Circo), a (Adriana) Calcanhoto já esteve aí, a Gal Costa também já esteve aí. [...] E depois, há ali uns nomes de nicho que, curiosamente, muitos brasileiros não conhecem, são nomes que fazem muito sucesso entre os portugueses porque são bastante indie, é o caso do Terno, por exemplo. Nem todos os brasileiros conhecem o Terno, ou mesmo o Tim Bernardes, mas há um público português que conhece bem e que gosta. E, depois, juntando a isso, digamos assim, os brasileiros que vivem cá em Braga ou que vivem aqui perto, também são curiosos da música, também estão mais atentos aos fenômenos da música, e acabam por ir ver. (Paulo Brandão)

Além disso, o Theatro Circo e o GNRation já criaram um público fidelizado, que vai à maioria dos espetáculos por já confiarem na programação e por estarem, previamente, abertos e disponíveis a conhecerem novos artistas ou bandas, como pôde ser discutido anteriormente.

O que eu noto é que esse grupo de facto é bocado cego na forma que nos seguem, ou seja, eles às vezes vão e nem conhecem, sabem que, com base na nossa oferta regular, que provavelmente há uma justificação boa para que

aquele artista tenha estado lá e que terá qualidade. (Luís Fernandes)

A música brasileira já criou um espaço entre o público português, seja pelas trilhas de novelas brasileiras que são muito transmitidas em Portugal, as músicas que tocam nas rádios, espetáculos e também sempre está presente em grande número nas listas de músicas mais tocadas em Portugal, por exemplo, nas plataformas de streaming. Como pode ser observado nas entrevistas e na própria observação participante, seja no Theatro Circo, GNRation ou outro local que tenha espetáculo brasileiro, foi notado que não há, visivelmente, grande maioria representativa de alguma nacionalidade presente. Como o utente 6 disse na entrevista, há cantores brasileiros que já são bastante conhecidos em Portugal, sendo assim, também tem alcance de grande público consumidor português.

#### **4.1.4 Comportamento brasileiro em concertos**

Outro ponto que foi discutido nas entrevistas, foi sobre o comportamento do público brasileiro nos espetáculos, independentemente da nacionalidade do artista. O utente 3, inclusive, falou sobre a hipótese de que pareça haver mais brasileiros pelo fato deles se comportarem diferentemente dos portugueses, com mais euforia e maior participação, característica que pode, por exemplo, ser um fator que contribua para a formação da identidade nacional dos brasileiros. Os outros entrevistados também responderam aspectos semelhantes sobre esse comportamento.

Quando o concerto é de brasileiro, é lógico que os brasileiros vão, mas os portugueses também vão. Mas você percebe mais euforia brasileira. Eu acho que o brasileiro reage de maneira diferente do que o português reage, né? Então, mesmo que os brasileiros possam até ser minoria ou igual, você percebe mais a presença do brasileiro no concerto do que a presença do português. (Utente 3)

Os brasileiros são muito mais animados que os portugueses, eles ficam em pé e cantam junto com os artistas, é mais agitado, mesmo em espetáculos sentados. (Utente 4)

O público brasileiro, em grosso modo, é mais espontâneo, é mais alegre, é mais quando é para dançar, é para dançar, acho que interage, muitas vezes, com o artista. Portanto, é muito participativo, é um público muito bom. E nota-se que sim, há uma diferença. (Paulo Brandão)

É mais efusivo do que o português. Se for para se levantarem, levantam-se mais facilmente, se for para baterem palmas, batem mais facilmente, as coisas fluem mais. (Utente 6)

Um dos utentes respondeu diferente aos demais. De acordo com o utente 5, depende também

do comportamento do artista e da sua interação com o público.

Na verdade não consigo atribuir um perfil a uma nacionalidade, penso que depende muito do artista e da forma como interage com o público. (Utente 5)

#### **4.1.5 Migração do Brasil para Portugal**

Outro assunto levantado nas entrevistas, foi sobre a imigração brasileira em Portugal. Como já foi abordado nessa pesquisa, entre 2015 a 2019, o número de habitantes brasileiros em Portugal cresceu 82%, em 2015 eram 82.590 habitantes e passou a ser 151.000 residentes brasileiros. As motivações principais dessa migração para os entrevistados brasileiros foram os estudos, o que também corresponde às reportagens apresentadas anteriormente.

Inicialmente, foi para estudar e, como meu curso é tradução, então tem que ter a língua portuguesa. E para fazer o mestrado em tradução fora do Brasil, Portugal era o melhor destino. Mas depois, como eu não vim sozinha, eu vim casada, minha mulher achou um trabalho muito bom aqui, a gente conversou e decidi ficar porque gostamos da vida que a gente leva aqui. (Utente 3)

Eu vim por causa do doutorado, foi o primeiro motivo. A questão foi realmente financeiramente, porque Portugal é mais barato e também tinha facilidade com o idioma. (Utente 1)

Foi perguntado aos utentes brasileiros se eles também iam, com a mesma regularidade, a concertos no Brasil. Segundo esses utentes, a oferta cultural de Braga é um dos principais fatores deles frequentarem mais concertos em Portugal, por ser maior do que a de suas respectivas cidades natais.

Eu sou de Fortaleza, no Brasil, que é um lugar onde não tem tanta oferta cultural como São Paulo e Rio de Janeiro, né. Então para eu ir pra um show era um pouco mais complicado, eram coisas muito locais ou um evento muito específico e só havia coisas brasileiras. E eu não tinha tanto essa mobilização do tipo 'ah eu vou pra um concerto, ah eu vou pra um teatro', não tinha tanto. E aqui, eu acho que a oferta cultural é muito grande, não tem nem comparação, mesmo sendo uma cidade muito menor do que Fortaleza, vem artistas que eu nunca imaginei ver lá em Fortaleza. (Utente 2)

la mas, como eu não sou de um grande centro (o utente morava em Maringá, Paraná), eu ia mas não eram concertos de grandes nomes, eram mais bandas de garagem e coisas assim, eram bandas mais locais. (Utente 3)

O Brasil é mais, tem mais extremos. Tem lugares que você consegue ir, capitais que você consegue tocar fácil e têm lugares que você não consegue ir, que a conta a conta não fecha, lugares que são muito longe, é tudo com avião. Então, aqui, tem uma coisa que é bom pra rodar, o público está

interessado, a música toca na rádio, as entrevistas acontecem na TV. (Tim Bernardes)

A cultura portuguesa no Brasil, principalmente no cenário da música, não é tão difundida como acontece de maneira oposta. A música brasileira está constantemente presente nas rádios portuguesas e nas listas de músicas mais tocadas em Portugal nas plataformas de streaming. Sendo assim, também foi abordado se os brasileiros entrevistados sabiam do grande consumo de cultura brasileira entre os portugueses.

Não, eu não tinha noção. Sabia que consumiam por causa das novelas, mas eu não tinha noção da dimensão do tanto que eles conheciam, tipo “novela tal aconteceu isso” e eu, que sou brasileira, não sabia. (Utente 1)

Eu sabia que (os portugueses) consumiam porque eles gostam da novela, né? Mas, tipo, saber que muita gente (portugueses) só escuta música brasileira ou só assiste coisa brasileira foi mesmo impressionante. A gente (brasileiro) não consome nada português, não consome absolutamente nada da música portuguesa. Não só música, mas cultura, filme, peça de teatro... você raramente vê um português indo para lá para divulgar o trabalho, fazer alguma coisa. Se vai, é para São Paulo, é para um público super restrito, não chega em um mainstream como o brasileiro chega aqui, tocar na rádio. (Utente 3)

Como foi visto nas teorias de Anthony Giddens (2002) e Stuart Hall (2006), a identidade cultural dos indivíduos na era pós-moderna é formada pelos fatores exteriores, não só mais pela sua tradição. Em vista disso, outra questão proposta aos entrevistados brasileiros foi se os seus gostos musicais mudaram depois da chegada deles a Portugal.

Eu estou conhecendo (as músicas portuguesas) por causa dessas vindas pra cá (Portugal). [...] Então, aos poucos, nessas viagens, eu vou tendo algum contato com música daqui e vou conhecendo certinho. (Tim Bernardes)

Eu vim para Portugal com a ideia só de fado, para mim só existia fado. Minha mãe tinha um CD da minissérie dos Maias e era tipo o que eu conhecia de música portuguesa. Mas aí depois aqui, também tendo contato com pessoal mais jovem, eu comecei a descobrir a produção musical portuguesa. Como por exemplo, na área de hip-hop, que não é uma área que eu gosto muito, mas Portugal produz umas coisas muito legais desde o Valete até agora, mulheres no hip-hop. As bandas de rock indie, que é o meu estilo musical favorito, adoro, conheci muita coisa legal, inclusive descobri que eles fazem muitos trabalhos com bandas do Brasil, mas não chegam tanto lá. É muito difícil ver um brasileiro fã de uma banda portuguesa. E eu conheci aqui e gosto muito. (Utente 3)

Sim, mudaram. Inclusive porque, quando eu cheguei, eu tive acesso até a mais músicas brasileiras que não são comerciais, digamos assim. Aqui, Portugal,

eu tive muito mais acesso a algumas músicas brasileiras que eu não tinha lá, músicas mais alternativas. (Utente 1)

## **4.2 Análise da Observação**

Outra técnica para coletar dados foi a da observação participante. Dos 27 concertos brasileiros realizados em Braga no levantamento dos cinco anos, estive presente em 12, além de diversos concertos portugueses e de outras nacionalidades que ocorreram na cidade. A presença nos concertos foi facilitada por conta do meu trabalho como assistente de sala no Theatro Circo e no GNRation entre março de 2019 a abril de 2020. Além dos concertos que eu pude acompanhar por causa do trabalho, ainda assistia a concertos para coletar informações para este estudo e também por já ser frequentadora de espetáculos antes mesmo de trabalhar nesse setor em Portugal e no Brasil.

Neste período, foi observado que o público brasileiro estava presente em quase todas os espetáculos, independentemente de ser um cantor ou banda do Brasil, de Portugal ou de outros países. Especificamente sobre os concertos de artistas brasileiros, não foi observado uma maioria de público de específica nacionalidade, havia um número maior de brasileiros presentes se comparado a outros espetáculos, porém o público, na grande maioria dessas apresentações, era diversificado em sua nacionalidade. Em espetáculos de artistas que não era brasileiros, havia minoria considerável de público brasileiro, porém, mesmo em menor quantidade, estava presente na quase totalidade dos espetáculos onde se deu a observação.

O comportamento do público, normalmente, variava em apresentações brasileiras. Como também foi falado nas entrevistas, a plateia era mais participativa. Porém, isto não quer dizer que somente o público brasileiro se demonstrava participativo nos concertos. Foi possível observar uma maior interação também por parte dos portugueses e outros estrangeiros nesses espetáculos. Esse cenário pode ser explicado pelo primeiro dilema de Giddens (2002), o da unificação versus a fragmentação, onde o autor descreve sobre a variação de comportamento e a forma que o sujeito se expõe dependendo da situação ou local em que ele se encontra, ajustando a “apresentação do eu”. Ou seja, os portugueses presentes podem ter alterado seu comportamento por terem imergido nesse grupo, que no caso seria tanto o artista, quanto o público brasileiro presente. Esse mesmo princípio também pode ser aplicado no cenário oposto, um concerto português com a maioria do público sendo português e um número reduzido de brasileiros presentes. Na prática, os brasileiros se comportaram de maneira mais discreta quando o

público à sua volta também estava menos efusivo, ou seja, o brasileiro apresentava o “pseudo-eu”, conceito definido por Giddens. É claro que houve exceções, nem todos os espetáculos tiveram essa composição, mas este cenário descrito pôde ser visto na maioria dos concertos onde foi realizada a observação participante.

Nesse caso, pode-se dizer que, há uma pluralização de culturas e identidades nacionais em um mesmo local, mas, assim como afirma Stuart Hall (2006), dizer que as identidades se tornaram homogêneas nesse cenário é muito simples. Uma das consequências da globalização foi a pluralização das identidades, ou seja, criou inúmeras possibilidades e novos arranjos de identificação, por exemplo, um espectador português pode criar uma identificação à cultura brasileira. Segundo Hall, ainda há uma contradição, as identidades que tentam manter a chamada “tradição” e outras que acolhem as diferenças e se assumem a sua descentralização.

### **4.3 Theatro Circo**

Como foi visto na calendarização dos concertos brasileiros em Braga, o Theatro Circo<sup>15</sup> foi o local com maior número desses espetáculos nos últimos cinco anos e é a casa de espetáculos mais antiga da região. A história do teatro começou em 1906, quando havia apenas um teatro em Braga, o Teatro São Geraldo, porém não possuía capacidade para abrigar um público grande, foi então que os bracarenses Artur José Soares, José António Veloso e Cândido Martins começaram a idealizar o projeto do Theatro Circo, visando atender as necessidades do desenvolvimento teatral que Portugal estava passando na época. A inauguração foi no dia 21 de abril de 1915, com o espetáculo "Rainha das Rosas" da companhia de Teatro Éden, com a atriz Palmira Bastos no papel principal<sup>16</sup>. Em 1987, a Câmara Municipal de Braga comprou a maioria do capital acionista do Theatro, devido à grande importância do espaço para a cultura e patrimônio da cidade.

---

<sup>15</sup> <https://www.theatrocirco.com/pt/theatrocirco>

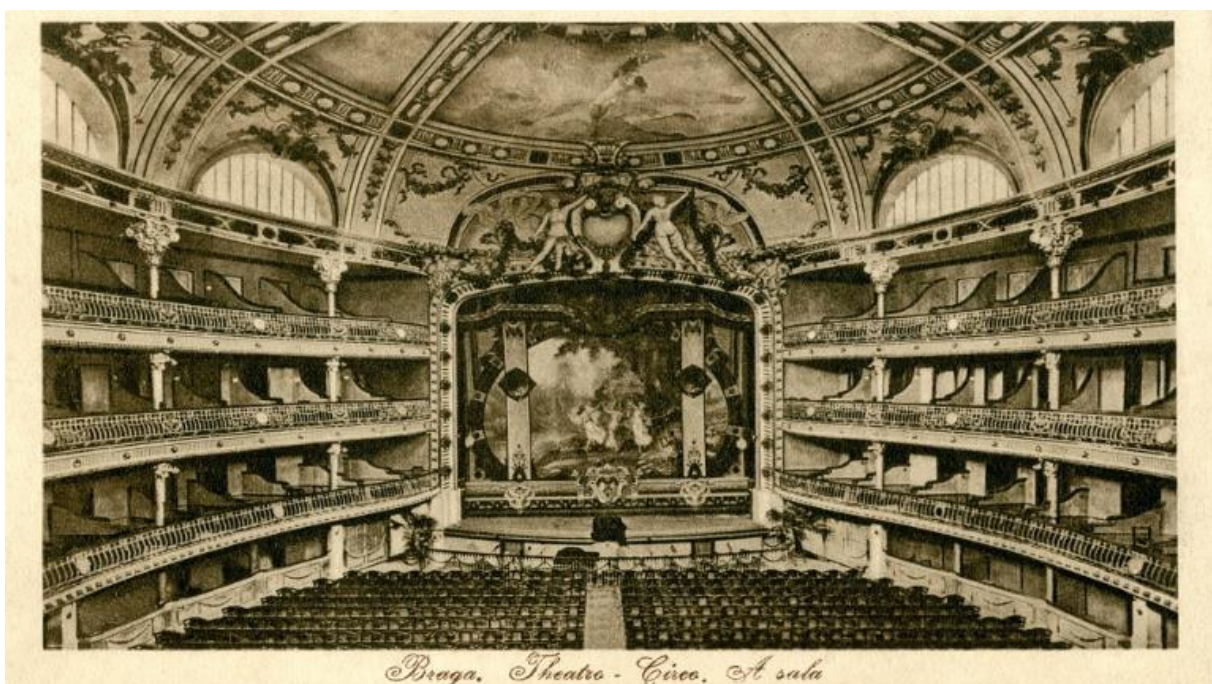
<sup>16</sup> <https://observador.pt/2015/04/21/theatro-circo-um-seculo-vida-venham-cem-anos/>

**Figura 1: Sala Principal do Theatro Circo, início do século XX**



Fonte: Site institucional do Theatro Circo<sup>17</sup>.

**Figura 2: Sala Principal do Theatro Circo, início do século XX**



Fonte: Site institucional do Theatro Circo<sup>18</sup>.

<sup>17</sup> <https://www.theatrocirco.com/pt/theatrocirco/galeria/imagens/1>

<sup>18</sup> <https://www.theatrocirco.com/pt/theatrocirco/galeria/imagens/1>



Com 105 anos de história, o teatro passou por diversas reformas na estrutura para acompanhar a evolução dos espetáculos culturais. Atualmente, o teatro possui duas salas de espetáculo, a sala principal com capacidade de 897 lugares e o pequeno auditório com 236 lugares e recebem diversos concertos, além de ser residência artística, iniciada em 1986, para a Companhia de Teatro de Braga. Em 2015, o Theatro Circo entrou para a Rota Europeia de Teatros Históricos, que também fazem parte outros três teatros portugueses, o Teatro Lethes em Faro, o Teatro Nacional de São Carlos em Lisboa e o Teatro Garcia Resende em Évora<sup>19</sup>.

A programação musical do Theatro é bem diversificada, já se apresentou no palco, por exemplo, concertos de fado, rock indie brasileiro, festivais piano com músicos de vários países, festival de música eletrônica – como o Semibreve –, e outras ofertas de diferentes estilos para todos os gostos. Além do cenário de concertos, também há, frequentemente, peças de teatro, apresentações de dança, musicais, exposições, exibição de filmes, espetáculos e oficinas para o público infantil e outros eventos.

**Figura 3: Sala Principal do Theatro Circo, 2015**



Fonte: Site institucional do Theatro Circo<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> <https://www.correiodominho.pt/noticias/theatro-circo-e-um-dos-palcos-na-rota-europeia-de-teatros-historicos/88026>

<sup>20</sup> <https://www.theatrocirco.com/pt/theatrocirco/galeria/imagens/1>



**Figura 4: Sala Principal do Theatro Circo, 2015**



Fonte: Site institucional do Theatro Circo<sup>21</sup>.

**Figura 5: Fachada do Theatro Circo, início do século XX**



Fonte: Site institucional do Theatro Circo<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> <https://www.theatrocirco.com/pt/theatrocirco/galeria/imagens/1>

<sup>22</sup> <https://www.theatrocirco.com/pt/theatrocirco/galeria/imagens/1>

**Figura 6: Fachada do Theatro Circo, 2015**

Fonte: Site institucional do Theatro Circo<sup>23</sup>.

#### 4.4 GNRation

O GNRation é um dos principais espaços culturais de Braga, como se define em seu site institucional, é um lugar de “criação, performance e exposição”<sup>24</sup>. O projeto surgiu como resultado da Braga 2012 – Capital Europeia da Juventude, e foi construído no antigo e desocupado prédio da GNR, Guarda Nacional Republicana. A estratégia do GNRation consiste em ser um espaço de diversas amostras culturais e criativas oferecidas à comunidade. Sua programação é organizada em duas áreas: a música contemporânea e a relação entre a arte e a tecnologia. Há duas galerias com exposições, ambas focadas na arte e tecnologia, e uma delas é focada no projeto Scale Travels, uma parceria entre o GNRation e o INL, Instituto Ibérico de Nanotecnologia. A programação musical conta com alguns programas específicos como, por exemplo, um que é totalmente dedicado ao apoio a novas bandas e artistas bracarenses ou os ciclos pontuais, por exemplo, “O ciclo Julho é de Jazz”, mas também convidam artistas de fora da cidade para se apresentarem, como foi o caso da banda brasileira Boogarins, que já se apresentou duas vezes no espaço. Além da programação cultural, o espaço também é uma incubadora de diversas *start-ups*, com a Startup Braga.

<sup>23</sup> <https://www.theatrocirco.com/pt/theatrocirco/galeria/imagens/1>

<sup>24</sup> <http://www.gnracion.pt/informacao/#gnracion-o-que-e>



**Figura 7: Pátio interno, GNRation**



Fonte: Site institucional do GNRation<sup>25</sup>.

**Figura 8: Blackbox, GNRation**



Fonte: Site institucional do GNRation<sup>26</sup>.

---

<sup>25</sup> <http://www.gnracion.pt/informacao/#gnration-o-que-e>

<sup>26</sup> <https://www.gnracion.pt/informacao/>

**Figura 9: Fachada do GNRation**



Fonte: Site institucional do GNRation<sup>27</sup>.

---

<sup>27</sup> <https://www.gnracion.pt/informacao/>

## **Considerações Finais**

Ao analisarmos os dilemas de Giddens, principalmente o de experiência personalizada versus a mercantilizada, é possível perceber que o espectador tem a autonomia para escolher a quais concertos quer assistir, porém depende das instituições, no caso as salas de espetáculos, oferecerem tais opções de concertos. Esse estudo demonstrou que as influências são um ciclo, ou seja, os programadores procuram artistas ou bandas para os espetáculos em Braga, mas essas decisões não estão diretamente ligadas ao público brasileiro que irá a esses concertos. Como pôde ser visto nas entrevistas, a escolha da programação não se baseia somente no lucro e retorno que os concertos proporcionam às casas de espetáculos. O fato dos dois principais locais de apresentações em Braga serem instituições públicas dá uma certa liberdade para que o programador possa arriscar ao escolher quem irá se apresentar. É claro que o retorno financeiro deve ser levado em consideração, mas não é o fator principal. Sendo assim, posicionando-se de maneira divergente a uma das características das indústrias culturais ao enxergar o consumidor além do seu caráter lucrativo, mas como um indivíduo.

O público conta então com uma agenda de programação diversificada e acaba, assim sendo, influenciado por essa disposição de concertos. Como pôde ser visto na observação participante, o público brasileiro, que tem uma boa frequência em concertos, não somente assiste a artistas brasileiros, eles também se mostram disponíveis a conhecer novos artistas, independente da nacionalidade e estilos musicais. Sendo assim, esse público acaba sendo influenciado por essa agenda e oferta de concertos na cidade. Um dos pontos visto nas entrevistas com o público foi o fato de que os entrevistados brasileiros não possuíam acesso fácil a concertos no Brasil, por não serem de grandes cidades, como Rio de Janeiro e São Paulo, em que a oferta é maior e mais diversificada. Além disso, o público brasileiro frequenta os espetáculos de artistas de mesma nacionalidade, pois fazem parte da formação da sua identidade nacional, independente das novas identificações locais e globais.

Porém, mesmo que os diretores artísticos considerem a escolha da programação feita a partir de seus próprios gostos, se nos basearmos nos estudos sobre identidade de Giddens e Hall, há possibilidade deles já terem sido influenciados pelo fatores externos, ou seja, os brasileiros que residem em Braga ou as músicas disponíveis nas plataformas de streaming, por exemplo. Se a escolha deles

fosse somente por uma ideia baseada numa identidade cultural inalterada, o que Stuart Hall diz ser uma ilusão em um cenário utópico, haveria também um grande número de concertos brasileiros, mesmo quando a comunidade brasileira ainda não era tão representativa quanto nos últimos anos analisados.

### **Ciclo de influências para a formação da identidade**



Além dessa percepção, o consumo de músicas nunca foi tão global como nos dias de hoje, possibilitado pelas novas formas de consumo apresentadas nesta pesquisa, o streaming. As empresas de streaming disponibilizam um catálogo com milhões de músicas para centenas de países; assim, os usuários conseguem, por exemplo, em Portugal, ouvir e descobrir os lançamentos do Brasil, China ou Angola. O público, com essa grande gama de informações, não é mais só influenciado por essas empresas, mas também possui uma autonomia de escolhas e formação do projeto do eu, como defende Anthony Giddens nos seus dilemas do eu.

O mundo não parece estar se homogeneizando, mas sim, se tornando cada vez mais plural culturalmente. Mesmo que pessoas sigam fluxos e tendências ditados pelas mídias de massa, as individualidades na formação das identidades estão cada vez mais diversificadas. O aumento dos concertos brasileiros em Braga não irá tomar completamente o lugar da tradição e se tornar mais forte que a música portuguesa no país. Da mesma maneira que a cultura brasileira é difundida, outras culturas também o serão e as novidades e fatores externos continuarão surgindo. A atualidade é altamente mutável e o capitalismo, por mais que faça por isso, nunca irá conseguir criar uma massa homogênea de consumidores, um exemplo claro é o mercado de nicho. As identidades, se analisadas historicamente, nunca foram tão bombardeadas de novas influências externas como estão sendo hoje e, por isso, tão pluralmente formadas.

## Referências

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1985). *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Amato, G. (04 de agosto de 2019). Os Novos Bracarenses. *Jornal O Globo*, 39.
- Amazon Day One. (22 de janeiro de 2020). *Amazon Music has more than 55 million customers worldwide*. Acesso em 05 de fevereiro de 2020, disponível em The Amazon Blog: Day One: <https://blog.aboutamazon.com/entertainment/more-than-55-million-amazon-music-customers>
- Andrade, M. d. (2012). *Aspectos da Música Brasileira*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Benjamin, W. (1987). A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. Em W. BENJAMIN, *Magia e técnica, arte e política: Ensaios sobre literatura e história da cultura* (S. P. ROUANET, Trad., 3ª edição ed., Vol. 1, pp. 165-196). São Paulo: Editora brasiliense.
- Deezer. (s.d.). *A nossa história: Deezer*. Acesso em 04 de fevereiro de 2020, disponível em Deezer: <https://www.deezer.com/pt/company/press>
- Fraser, M. T., & Gondim, S. M. (2004). *Da Fala do Outro ao Texto Negociado: Discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa*. Bahia: Universidade Federal da Bahia.
- Gallet, L. (1934). *Estudos de Folclore*. Rio de Janeiro: Carlos Wehrs & Lta.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (2002). *Modernidade e identidade*. (P. Dentzien, Trad.) Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Hall, S. (1987). Minimal Selves. In *Identity: The Real Me*. Londres: Institute for Contemporary Arts.
- Hall, S. (1997). A Centralidade da Cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Em *Media and Cultural Regulation* (M. BUJES, M. V. COSTA, & R. UEBEL, Trads., pp. 15-46). Educação & Realidade.

- Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade* (11<sup>o</sup> ed.). (T. T. SILVA, & G. L. LOURO, Trans.) Rio de Janeiro: DP&A.
- Kerin, R. e. (2007). *Marketing: recurso eletrônico*. (A. M. Oliveira, Trad.) Porto Alegre: AMGH.
- Kischinhevsky, M., Vicente, E., & de Marchi, L. (2015). Música infinita: serviços de streaming como espaços híbridos de comunicação e consumo musical. *Anais*. Fonte: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producao-academica/002735674.pdf>
- Loureiro, R. (23 de janeiro de 2020). *Amazon cresce, mas ainda está longe da liderança no streaming de áudio*. Acesso em 05 de fevereiro de 2020, disponível em Exame: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/amazon-cresce-mas-ainda-esta-longe-da-lideranca-no-streaming-de-audio/>
- Mello, G. T. (1908). *A Música no Brasil: Desde os tempos coloniais até o primeiro decênio da República*. Bahia: Typographia de S. Joaquim.
- Miranda, G. (28 de junho de 2019). *Com custo de vida baixo, Braga atrai 10 mil brasileiros nos últimos três anos*. Acesso em 12 de fevereiro de 2020, disponível em Folha de S. Paulo: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2019/06/com-custo-de-vida-baixo-braga-atrai-10-mil-brasileiros.shtml>
- Napolitano, M. (2010). *Seguindo a Canção: Engajamento político e indústria cultural na MPB (1959-1969)*. São Paulo: Editora Annablume.
- Netto, M. N. (2012). *O Discurso da Diversidade: A Definição da Diferença a Partir da World Music*. TESE DE DOUTORADO, Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas.
- Ribeiro, G. M. (2018). *Novo Manual de Investigação*. Lisboa: Contraponto.
- Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF). (2015). *Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo*. Portugal.
- Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF). (2016). *Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo*. Portugal.
- Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF). (2017). *Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo*. Portugal.



Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF). (2018). *Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo*. Portugal.

Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF). (2019). *Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo*. Portugal.

Singleton, M. (04 de fevereiro de 2020). *YouTube Premium and Music Now Have More Than 20M Subscribers*. Acesso em 10 de fevereiro de 2020, disponível em Billboard: <https://www.billboard.com/articles/business/digital-and-mobile/8550124/youtube-premium-music-20-million-subscribers>

Spotify. (s.d.). *Company Info*. Acesso em 23 de janeiro de 2020, disponível em <https://newsroom.spotify.com/company-info/>

Tidal. (s.d.). *What is TIDAL?* Acesso em 10 de fevereiro de 2020, disponível em <https://tidal.com/whatistidal>

## Anexos

## Anexo 1 – Calendarização de concertos brasileiros em Braga

<b>2015</b> (5 concertos)	Janeiro	31	<b>André Mehmari</b> (pianista)	Theatro Circo
	Março	7	<b>Adriana Calcanhotto</b>	Theatro Circo
	Abril	17	<b>Ca Cau</b>	Theatro Circo
	Maio	16	<b>Banda do Mar</b>	Theatro Circo
	Junho	11	<b>Alceu Valença</b>	Theatro Circo
<b>2016</b> (11 concertos)	Março	4	<b>Cícero</b>	Theatro Circo
	Abril	27	<b>Armandinho</b>	Theatro Circo
	Maio	7	<b>Gabriel O Pensador</b>	Estádio Municipal de Braga (Enterro da Gata)
	Junho	25	<b>Yuri Marchese</b> (violinista)	Museu Nogueira da Silva
		29	<b>Dona Odete</b>	Theatro Circo
	Julho	2	<b>Rodrigo Amarante</b>	Theatro Circo
	Setembro	2	<b>Boogarins</b>	GNRation (Noite Branca)
		16	<b>Mallu Magalhães</b>	Theatro Circo
		17	<b>Nega Jaci</b>	Theatro Circo
	Outubro	8	<b>Pablo Catalão</b> (pianista)	Museu Nogueira da Silva
	Novembro	10	<b>Arnaldo Antunes</b>	Theatro Circo
<b>2017</b> (8 concertos)	Março	4	<b>Filipe Catto</b>	Theatro Circo
	Abril	11	<b>Coro e Ensemble Aliança</b> (São Paulo)	Conservatório Bomfim

<b>2017</b> (8 concertos)	Junho	17	<b>Liniker e os Caramelows</b>	Theatro Circo
	Julho	29	<b>Samba Sem Fronteiras</b>	Avenida Central (Festival Do Bira ao Samba)
	Agosto	4	<b>Maria Gadú</b>	Theatro Circo
		11	<b>Criolo</b>	Theatro Circo
	Setembro	2	<b>Seu Jorge</b>	Avenida Central (Noite Branca)
	Novembro	23	<b>Adriana Miki</b> (Jazz)	Museu Nogueira da Silva
<b>2018</b> (12 concertos)	Janeiro	20	<b>Andréa Luísa Teixeira</b> (Pianista)	Museu Nogueira da Silva
	Fevereiro	15	<b>Fabio Zanon</b> (Violinista)	Museu Nogueira da Silva
	Abril	6	<b>Boogarins</b>	GNRation
		24	<b>Castello Branco</b>	Theatro Circo
	Maio	18	<b>Mallu Magalhães</b>	Theatro Circo
		26	<b>Guanduo</b>	Museu Nogueira da Silva
	Julho	18	<b>Adriana Calcanhotto</b>	Theatro Circo
	Agosto	16	<b>Edu Miranda Trio</b>	Avenida Central (Festival Brasil em Braga)
		17	<b>Fred Martins</b>	Avenida Central (Festival Brasil em Braga)
			<b>Lucas Argel</b>	Avenida Central (Festival Brasil em Braga)
		18	<b>Trio Pagú</b>	Avenida Central (Festival Brasil em Braga)
	Outubro	9	<b>Flauta de Bloco</b> (Universidade Federal de Pernambuco) + <b>Daniele Cruz Barros</b>	Largo do Paço
<b>2019</b> (27 concertos)	Janeiro	26	<b>AnaVitória</b>	Theatro Circo
	Fevereiro	15	<b>Jaloo</b>	Lustre
		23	<b>Nélson Freire</b> (Pianista)	Theatro Circo
	Abril	13	<b>Kevinho</b>	Altice Fórum Braga
	Maio	17	<b>Silva</b>	Altice Fórum Braga (Enterro da Gata)
		18	<b>Ricardo Dias Gomes</b>	GNRation
	Junho	27	<b>Samba do B.</b>	Jardim dos Coimbras

<b>2019</b> (27 concertos)		29	<b>Francisco El Hombre</b>	Theatro Circo	
	Julho	4	<b>Johnny Hooker</b>	Theatro Circo	
		25	<b>Samba do B.</b>	Jardim dos Coimbras	
	Agosto	1	<b>Samba do B.</b>	Jardim dos Coimbras	
		3	<b>Armandinho</b>	Jardim dos Coimbras	
			<b>Samba Rock Club</b>	Avenida Central (Festival Do Bira ao Samba)	
		10	<b>Melim</b>	Jardim dos Coimbras	
		11	<b>Gretchen</b>	Jardim dos Coimbras	
		14	<b>Samba do B.</b>	Jardim dos Coimbras	
		22	<b>Samba do B.</b>	Jardim dos Coimbras	
	Agosto	29	<b>Samba do B.</b>	Jardim dos Coimbras	
		Setembro	13	<b>Luan Santana</b>	Altice Fórum Braga
			25	<b>Tim Bernardes</b>	Theatro Circo
	Outubro	12	<b>Henrique e Juliano</b>	Altice Fórum Braga	
		18	<b>Coral Brasília</b>	Conservatório Bomfim	
		19	<b>Ana Vilela</b>	Altice Fórum Braga	
		26	<b>Leo Middea</b>	Pelle	
		27	<b>Fafá de Belém</b>	Altice Fórum Braga	
	Novembro	16	<b>O Terno</b>	Theatro Circo (Festival para Gente Sentada)	
		28	<b>Trio Pagú</b>	Pelle	

## **Anexo 2 – Guiões das entrevistas**

### **Utentes de concertos**

1. Você se considera frequentadora de espetáculos em Braga? Quantos, em média, você vai por mês?
2. Você acha que a sua presença em concertos, com o passar dos anos, foi aumentando, diminuindo ou continua a mesma frequência?
3. (Com base na resposta anterior) Quais os motivos desse aumento/diminuição da sua frequência?
4. Desses espetáculos que você frequenta em Braga, há maioria de alguma nacionalidade? Se sim, qual ou quais?
5. Você costuma ir em concertos de artistas que já conhece as músicas ou artistas novos?
6. Em casa, você costuma ouvir que gênero de música? Também tem alguma preferência por música em algum idioma específico?
7. Da sua visão do público, você sente muita diferença quando vai em concertos portugueses, brasileiros ou de outra nacionalidade? Por exemplo, diferenças na reação ou comportamento do público ou do artista.
8. Nos concertos brasileiros que já foi, você percebe uma maioria de público brasileira, portuguesa ou é bem misturado?

### **(Perguntas específicas para brasileiros que migraram para Braga, Portugal.)**

9. Sobre a sua migração, quais foram as suas motivações se mudar do Brasil para Portugal.
10. Você sentiu algum impacto da cultura? Por exemplo, passou a ouvir músicas de gêneros diferentes ou de outras nacionalidades?
11. Você já conhecia alguma coisa sobre cultura e artes portuguesas?
12. Tinha conhecimento sobre o consumo de cultura brasileira, especificamente, de música pelos portugueses?

## **Programadores**

- 1.** Como é feito o planejamento da programação do (Theatro Circo/GNRation)?
- 2.** E em relação, especificamente, na escolha dos artistas ou bandas que irão se apresentar?
- 3.** Quais são os meios que você utiliza para descobrir artistas brasileiros que traz ao (Theatro Circo/GNRation)?
- 4.** Quando você faz essas escolhas, o público é sempre levado em questão?
- 5.** O (Theatro Circo/GNRation) já têm um público recorrente, um público fiel. Você acha que se trazer um artista novo de sua escolha, eles comprarão a ideia e vão ao concerto mesmo sem o conhecer?
- 6.** Nos concertos de artistas brasileiros que tiveram no (Theatro Circo/GNRation), você percebe o público na maioria brasileiro ou português?
- 7.** Você percebe diferença no comportamento do público nesses espetáculos brasileiros?
- 8.** Dos artistas brasileiros que se apresentam no Theatro, há preferência em eles serem já conhecidos em Portugal ou não?
- 9.** Quais as dificuldades em trazer artistas brasileiros para Braga ou Portugal? Tanto no primeiro contato com o artista até o momento do concerto em si.
- 10.** Sobre essa troca cultural entre Brasil e Portugal. Você já percebe algumas influências brasileiras em artistas portugueses?

## **Artista**

- 1.** Como você sente a recepção do público português com a sua música? E como você acha que isso se mostra nos concertos?
- 2.** Percebe o mesmo nas redes sociais?
- 3.** Por que você decidiu vir se apresentar em Portugal? Foi uma escolha sua ou surgiram convites?
- 4.** Dos concertos que você fez em 2018 para esse, sente alguma diferença no comportamento do público?
- 5.** Você percebe mais público português ou brasileiro nos seus concertos?
- 6.** Quais as dificuldades de vir se apresentar em Portugal? Tanto no primeiro contato até o momento do concerto em si.
- 7.** Você já consumia música portuguesa antes de vir a Portugal?
- 8.** Sente semelhanças no estilo entre as músicas brasileiras e portuguesas?