

**Universidade Federal  
do Rio de Janeiro**

# **O que, afinal, é o indie?**

**Criatividade e comércio  
na produção musical  
contemporânea**

**fernanda  
marques  
fernandes**

**Rio de Janeiro | 2004**

Fernanda Marques Fernandes

O QUE, AFINAL, É O *INDIE*?: criatividade e comércio na produção musical contemporânea

Trabalho de conclusão de curso submetido ao corpo docente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação Radialismo.

Orientador: João Freire Filho

Rio de Janeiro  
2004

Fernandes, Fernanda Marques.

O que, afinal, é o *indie*?: criatividade e comércio na  
produção musical contemporânea /

Fernanda Marques Fernandes. Rio de Janeiro, 2004.  
59 f

Trabalho de conclusão de curso (Graduação em  
Comunicação Social) – Universidade Federal do Rio de  
Janeiro, Escola de Comunicação, 2004.

Orientador: João Freire Filho

1. Estudos Culturais. 2. Produção musical. 3. Cultura  
da Mídia. I. Freire Filho, João (Orient.). II. Universidade  
Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. III.  
Título.

Fernanda Marques Fernandes

O que, afinal, é o *indie*?: criatividade e comércio na produção musical contemporânea

Trabalho de conclusão de curso submetido submetido ao corpo docente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação Radialismo.

Rio de Janeiro, 13 de dezembro de 2004.

---

Prof. Dr. João Freire Filho, Doutor em Literatura Brasileira, ECO/UFRJ

---

Prof. Dr. Eduardo Granja Coutinho, Doutor Comunicação e Cultura, ECO/UFRJ

---

Prof. Dra. Fátima Sobral Fernandes, D. Sc., ECO/UFRJ

---

Prof. Dr. Micael Maiolino Herschmann, Doutor em Comunicação e Cultura, ECO/UFRJ

Dedico este trabalho a Geraldo, Adélia,  
Paula e Bruno. O apoio, nas horas certas  
e à maneira de cada um, foi fundamental  
para que eu não enlouquecesse.

## AGRADECIMENTOS

Ao professor João Freire Filho, orientador no mais amplo sentido da palavra. Obrigada por encorajar-me a fazer sempre o melhor.

*One way out is all you're ever going to get  
From those who'll hand it out don't never let it upset you  
Cos they'll put words into our mouths they're making us  
Feel so ashamed*

*Making us taking the blame  
Making us cold in the night  
Making us question my heart and soul  
If I think that it's not quite right*

*Hey! Stay young and invincible  
Cos we know just what we are  
And come what may we're unstoppable  
Cos we know just what we are*

*Feed your head with all the things you need  
When you're hungry  
And stay in bed and sleep all day as long as it's Sunday  
Cos they'll put words into your mouth they're making  
You feel so ashamed*

(Letra e música: Noel Gallagher. Do álbum *The Masterplan*. Oasis. Sony Music, 1997)

## RESUMO

FERNANDES, Fernanda Marques. O que, afinal, é o *indie*?: criatividade e comércio na produção musical contemporânea. Rio de Janeiro, 2004. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004

Neste trabalho, procura-se oferecer bases teóricas para uma reflexão aprofundada sobre os usos do termo *indie* na cultura de massa. Os diferentes significados atribuídos ao termo *indie* (diminutivo em inglês para “independente”) são analisados por meio de uma revisão crítica da literatura disponível sobre o assunto. Relações entre selos independentes e grandes gravadoras, a dinâmica dos gêneros musicais na indústria fonográfica e o estabelecimento de alianças afetivas e sociais entre os indivíduos são algumas das instâncias em que o uso do termo *indie* pode ser identificado. São analisadas as conexões entre cada significado do *indie* e o contexto onde eles se efetivam; e as relações observadas entre os diferentes significados. O estudo do *indie* pode revelar aspectos importantes sobre a ideologia da autenticidade, presente nos grupos produtores e consumidores de determinados estilos de música popular massiva. Ele também pode ajudar na compreensão dos meios pelos quais os jovens constroem sua identidade e seu estilo de vida, através de um exame dos processos de construção de sentido na cultura de massa contemporânea.

ESTUDOS CULTURAIS, CONSUMO CULTURAL, CULTURA DA MÍDIA

## ABSTRACT

FERNANDES, Fernanda Marques. O que, afinal, é o *indie*?: criatividade e comércio na produção musical contemporânea. Rio de Janeiro, 2004. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004

This study is an attempt in constituting a theoretical basis for approaching issues on the uses of the expression *indie* in popular culture. Different meanings attributed to the word *indie* (diminutive for “independent”) will be examined within a critical review perspective of the available material addressing it. By analyzing the relationships between independent labels and major record companies, observing the dynamics of music genres within the music industry and examining the establishment of alliances and relationships between individuals, one may infer different meanings attributed to “*indie*”. This study may reveal some important features about the ideology of authenticity and how it operates within groups of producers and consumers of specific popular music styles. It may also help to understand the means by which young people built their sense of identity and their lifestyles within contemporary popular culture.

CULTURAL STUDIES, CULTURAL CONSUMPTION, MEDIA CULTURE

## SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO .....	10
1.1	Contexto e delimitação do tema .....	10
1.2	Objetivos e justificativas .....	11
1.3	Quadro de referências teóricas e metodologia .....	12
2.	SOBRE O INDEPENDENTE .....	17
2.1	<i>Majors versus</i> independentes .....	20
2.2	A dinâmica do gênero musical .....	24
3.	O ROCK ALTERNATIVO.....	29
3.1	Origens, influências, referências: a gênese do rock alternativo .....	29
3.2	Expressão musical e autenticidade .....	34
4.	SUBCULTURA OU CENA? .....	38
5.	CONCLUSÕES .....	44
5.1	Uma nova perspectiva: a produção fonográfica independente .....	44
5.2	Rumo ao <i>indie</i> , metagênero musical .....	45
5.3	Formação de alianças: a viabilidade de uma cena <i>indie</i> .....	48
	REFERÊNCIAS .....	51
	ANEXO A: Quadro de gêneros musicais do site <i>audiogalaxy</i> .....	58
	ANEXO B: Resultado de busca da palavra “BEATLES” no site <i>audiogalaxy</i> .....	59
	ANEXO C: Quadro de gêneros musicais do site <i>mp3.com</i> .....	60

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1 Contexto e delimitação do tema

Durante a fase de conservadorismo político dos anos 1980, observou-se a formação de um novo grupo social jovem na Inglaterra e, posteriormente, nos Estados Unidos: o *indie*, derivado de uma das muitas subdivisões de gêneros musicais que o *pós-punk* abarcava.

O termo *indie* (diminutivo para *independent*) começou a ser utilizado , a partir do final da década de 1980, para fazer referência à estrutura de selos fonográficos e pequenas gravadoras situadas à margem do esquema de produção, distribuição e promoção das *majors* (as grandes companhias fonográficas). Os independentes possuíam quadros de funcionários reduzidos, pouco dinheiro para investir e uma modesta infra-estrutura de produção e distribuição. A maioria dos artistas contratados por essas gravadoras era desconhecida do grande público e fazia uma música menos comercial, com maiores dificuldades de penetração no *mainstream* (HESMONDHALGH, 1999).<sup>1</sup>

Alguns músicos, no entanto, preferiam continuar seu trabalho nos pequenos selos e gravadoras. Acreditavam que a música não seria cooptada, desfigurada e depois utilizada como nas grandes companhias, com o único objetivo de proporcionar lucro. Existia uma espécie de ideologia da autenticidade nesse grupo, de acordo com a qual os valores e os

---

<sup>1</sup> Por *mainstream*, entende-se o espaço midiático da cultura de massa, comumente chamado de *grande mídia*, onde os discursos difundidos são mais abrangentes, voltados para um público amplo e pouco segmentado, em comparação com aqueles disseminados por veículos endereçados a nichos de mercados específicos. Usa-se, neste trabalho, o termo *mainstream* como em Clark (2004, p.224), para denotar um centro hegemônico imaginário da cultura, e delimitar a cultura dominante para propósitos de crítica cultural e formação identitária.

objetivos do músico independente em relação à sua obra seriam mais verdadeiros que os dos músicos inseridos no esquema capitalista mercantil das grandes companhias fonográficas. Havia um certo sentido de nobreza em fazer parte daquele ambiente ainda preservado das influências do mercado (*Ibid*).

A partir daí, o caráter economicamente independente dos pequenos selos fonográficos passou a ser utilizado para designar um novo e amplo gênero musical: o rock "alternativo", conhecido como *indie* na Inglaterra, e *underground*, nos Estados Unidos. A música *indie* parecia se opor, de certa maneira, ao tipo de música veiculada nas paradas de sucesso do *mainstream*, que teria sido cooptada e transformada em um mero produto comercial (HESMONDALGH, 1999, p 35-37).

Segundo David Hesmondhalgh,

*the mid-1980s'coining and adoption of the term (...) was highly significant: no music genre had ever before taken its name from the form of industrial organization behind it. For indie proclaimed itself to be superior to other genres not only because it was more relevant or authentic to the youth who produced it and consumed it (which was what rock has claimed) but also because it was based on new relationships between creativity and commerce* (1999, p 35).<sup>2</sup>

No entanto, o significado e a utilização do termo *indie* tornaram-se alvo de controvérsias. Podendo aludir à estrutura econômica de pequenas companhias fonográficas e, ao mesmo tempo, ao gênero musical produzido naquelas empresas ou até mesmo nomear um grupo de pessoas com estilo de vida similar, o termo *indie* nunca foi fixado a nenhum desses significados.

---

<sup>2</sup> “A cunhagem e adoção do termo na metade dos anos de 1980 foi bastante significativa: nenhum outro gênero musical havia tirado seu nome do tipo de organização industrial que o suporta. O indie se autoproclamava superior aos outros gêneros não só pelo fato de ser mais autêntico ou relevante para a juventude que o produzia e o consumia (o que o rock proclamava), mas também pelo fato de se basear em novas relações entre criatividade e comércio” (Tradução nossa).

## 1.2. Objetivos e justificativas

A intenção, neste trabalho, é procurar oferecer material teórico para uma reflexão sobre o *indie*: os usos do termo, suas implicações e suas particularidades. Isto será feito por meio da análise de elementos comumente relacionados ao termo *indie*: a dinâmica da indústria fonográfica, o tipo de segmentação proporcionado pelos gêneros musicais e, finalmente, a construção identitária dos grupos jovens na cultura popular massiva nas décadas de 1980 e 90.

Algumas questões podem, então, ser apontadas, relativamente aos tópicos acima mencionados: O que faz um tipo de música ser reconhecida pelas diversas mídias e pelo público como “alternativa”? Como e por que são estabelecidas segmentações de gênero musical na cultura de massa? De que forma elas fazem sentido para os indivíduos produtores e consumidores de música? Como eles organizam seus estilos de vida a partir dessas segmentações e como se relacionam com outros indivíduos e com os conteúdos da cultura proeminente? O *indie* deve ser entendido como um gênero musical, uma característica econômica de algumas empresas fonográficas ou como uma espécie de grupo social reconhecido por meio de certas práticas culturais?

Acredita-se que a tentativa de estabelecer bases para a reflexão sobre o que é o *indie*, proposta por este trabalho, constitui um primeiro passo em direção a uma análise mais aprofundada sobre a produção e o consumo cultural do jovem na sociedade contemporânea. Ademais, ela também oferece a possibilidade de realizar uma reflexão mais abrangente sobre as possibilidades de produção e disseminação de discursos relacionados a formas de expressão e consumo cultural alternativos aos naturalizados na sociedade contemporânea.

### 1.3 Quadro de referências teóricas e metodologia

Optou-se por abordar essas questões por meio de uma revisão crítica da literatura específica disponível sobre o assunto e por uma análise dos discursos presentes no cinema e em *sites* da internet especializados em música. Dessa forma, procura-se observar como as controvérsias e divergências de opinião sobre o que é o *indie* se efetivam em alguns campos da produção midiática.

Pode-se apontar, como uma das principais fontes teóricas deste trabalho, os estudos culturais britânicos, empreendidos a partir do final da década de 1960 na Inglaterra. Os teóricos dessa corrente encaram a cultura como um campo de batalhas entre grupos dominantes e subordinados (ESCOTEGUY, 2001; O'SULLIVAN *et al.*, 2001, p.75; HALL, 2003; MATTELART & NEVEU, 2004).

Os teóricos estão interessados em como os desenvolvimentos históricos estão refletidos e registrados nos diversos símbolos culturais e como eles influenciam a reprodução das identidades, dos relacionamentos e das comunidades. Análises de textos, discursos, instituições, leituras e audiências estão entre os métodos mais recorrentes nas pesquisas. Além disso, os estudos culturais foram os pioneiros nos estudos sobre música popular massiva e subculturas jovens, procurando situar a música popular (particularmente, o rock) no centro das ideologias de oposição e enfatizando a importância do indivíduo na determinação dos significados culturais. (SHUKER, 1999, p. 119-120).

Entretanto, esses estudos foram alvo de críticas que os acusavam de atribuir um papel demasiadamente ativo às subculturas jovens, atribuindo a algumas delas um potencial revolucionário que não encontraria representação real. Desse modo, utilizaremos as proposições de autores como Sarah Thornton (1994; 1995), Keith Negus (1996; 1998) e David Hesmondhalgh (1999), por acreditarmos na pertinência de alguns de seus argumentos

em relação à abordagem da música popular massiva pelos estudos culturais.

A indústria fonográfica e a dinâmica dos gêneros musicais serão encaradas sob a luz dos escritos de Theodor Adorno (1990 [1947]) sobre a indústria cultural e música popular. Também serão utilizadas as contribuições teóricas de Keith Negus (1998) e Roy Shuker (1999), no exame das particularidades dos gêneros musicais na cultura de massa.

São utilizados, ainda, os estudos de Will Straw (1997[1991]) e Michel Maffesoli (1998), na discussão dos critérios de formação de comunidades e alianças, contrapondo os conceitos propostos por esses autores aos provenientes da análise subcultural britânica, acima mencionada.

O conteúdo midiático é analisado na medida em que questões teóricas específicas forem sendo desenvolvidas no decorrer do trabalho. Esse material é utilizado como uma espécie de ilustração do assunto abordado. A análise desses conteúdos, portanto, não constitui elemento primordial para a obtenção de bases para uma reflexão sobre o *indie*; trata-se de uma forma de exemplificar o que está sendo desenvolvido no trabalho.

Aborda-se alguns temas levantados pelo filme *Hype!*, (HYPE!, EUA,1996), dirigido por Doug Pray, para ajudar na reflexão sobre o *indie*. O filme mostra um breve histórico sobre a produção musical da cidade norte-americana de Seattle, no início dos anos 1990, onde surgiu o *grunge rock*<sup>3</sup>. A cena musical local, que revelou, para o *mainstream*, nomes como *Nirvana*, *Soundgarden* e *Pearl Jam*, é revista através de depoimentos e performances de bandas locais. O filme tem sua temática focada na relação músicos-indústria fonográfica, além de abordar o público do *grunge* e a posterior explosão do consumo daquela produção musical no *mainstream*. *Hype!* mostra, ainda, o funcionamento e a filosofia de selos independentes como o *Sub Pop*, responsável pelo descobrimento de diversas bandas que se

---

<sup>3</sup> Conforme Shuker (1999, p.153), “o grunge colocou de lado a ênfase na aparência e técnica refinada em favor das canções em estado bruto, iradas e apaixonadas, tematizando o pessimismo e a ansiedade dos jovens”, alimentando-se de uma atitude contra as convenções”. Há, também, um tipo de atitude e de vestuário associado ao grunge: camisas de flanela, bermudões folgados, estamparia xadrez.

tornariam fenômenos de venda.

Os *sites* selecionados para ilustrar as questões que serão desenvolvidas neste trabalho são *audiogalaxy* ([www.audiogalaxy.com](http://www.audiogalaxy.com)) e *mp3.com* ([www.mp3.com](http://www.mp3.com)). Ambos disponibilizam arquivos de músicas para *downloads*, por meio de um sistema próprio de venda. Os *sites* foram selecionados por serem os mais acessados em sua categoria e por apresentarem, também, classificações de gêneros musicais bastante amplas, com divisões em diversos subgêneros, oferecendo uma pequena descrição de cada um.

O percurso teórico, adotado neste trabalho, procura seguir uma lógica que será explicitada nos parágrafos seguintes.

Analisa-se, primeiramente, a indústria fonográfica a partir de sua origem e seu desenvolvimento histórico, observando as relações entre as formas sedimentadas de produção musical e as alternativas a elas. Enquanto são abordados o surgimento das pequenas gravadoras e dos selos independentes e suas relações com as grandes companhias, empreende-se uma breve análise da relação dos músicos e do público com o tipo de trabalho proposto em cada um desses tipos de organização industrial.

As questões que a expressão “gênero musical” suscita também são abordadas neste trabalho. Uma análise da origem desse tipo de segmentação, das relações entre os gêneros musicais e de como o público organiza seu consumo cultural a partir desses referenciais pode revelar algumas particularidades com relação ao uso do termo *indie* na cultura de massa.

Mais especificamente, investigam-se as origens musicais do rock alternativo, gênero musical comumente associado ao *indie* (WEINSTEN, 1995; HESMONDHALGH, 1999), procurando enxergá-lo também por um viés político-econômico. Além disso, discute-se a dificuldade de incluir alguns tipos de expressão musical designada por *indie* na classificação tradicional dos gêneros musicais.

Em seguida, empreende-se uma discussão sobre o grupo social que consome o tipo

de música associado ao termo *indie*. A análise subcultural empreendida sob a luz dos estudos culturais britânicos é encarada criticamente, com o objetivo de indagar se o termo *indie* pode ser utilizado para aludir a um grupo social específico, que partilha certas características de expressão e consumo cultural listadas por aqueles teóricos. Investiga-se, também, se o conceito de subcultura seria adequado para referir-se ao *indie* e procura-se outros caminhos e conceitos que possam ser úteis à reflexão sobre o tema.

É necessário frisar que este trabalho não possui pretensões de oferecer conclusões definitivas sobre a utilização mais apropriada do termo *indie*. Pelo contrário, investigando os campos específicos do estudo da música popular massiva, mencionados anteriormente, procura-se demonstrar que não se trata de atribuir uma definição estanque a um fenômeno específico da cultura de massa e sim de compreender suas particularidades e seus diferentes tipos de utilização.

## 2. SOBRE O INDEPENDENTE

Desde a década de 1940, com a publicação das proposições de Theodor Adorno e Max Horkheimer sobre a indústria cultural, a música popular massiva vem sendo objeto cada vez mais recorrente nas pesquisas empreendidas no campo da comunicação. Adorno caracterizou a indústria cultural como uma “linha de montagem”, onde a principal característica era a padronização e a reprodução das mercadorias culturais segundo fórmulas já estabelecidas (ADORNO, 1990 [1947]; NEGUS, 1996, p.37).

Com a invenção do fonógrafo, no final do século XIX, e o desenvolvimento de tecnologias de gravação, copiagem e reprodução das composições musicais, novas possibilidades surgiram para a exploração da música como mercadoria (DIAS, 2000). A composição musical, segundo Adorno, graças à influência da técnica, havia se tornado uma operação mecânica motivada unicamente pelos ganhos comerciais e pela manipulação social empreendida pelas corporações capitalistas (NEGUS, *op. cit.*).

A partir da década de 1960, no entanto, autores como Chapple e Garofalo (1977 *apud* NEGUS, 1996, p.40), analisando a dinâmica da música popular massiva, começaram a contestar alguns dos pontos desenvolvidos por Adorno em relação à impossibilidade de haver criação musical com algum valor artístico dentro da organização das corporações capitalistas. Eles acreditavam que havia um potencial social na música popular massiva que não era posto em prática devido às restrições impostas pelas grandes corporações da indústria fonográfica .

De acordo com Shuker, a indústria fonográfica

... engloba uma série de instituições e mercados: as gravadoras e o varejo, produzindo e vendendo as gravações em seus vários formatos; a imprensa musical; os equipamentos musicais, incluindo instrumentos, aparelhos e tecnologias de gravação e reprodução sonora; *merchandising* (pôsteres, camisetas, etc.); e os *royalties*, direitos autorais e escritórios de coleta e licenciamento. (1999, p. 174)

Esse tipo de organização, segundo Vogel (*apud* SHUKER, 1999, p. 173), seria a que melhor exemplificaria o conceito de *indústria cultural*, cunhado por Adorno e Horkheimer, uma vez que difunde símbolos na forma de bens culturais, empregando, para tal fim, modos de produção e organização característicos de empreendimentos industriais.

A indústria fonográfica é um negócio rodeado de incertezas e risco, pois se baseia nas flutuações e alterações no mercado. As estratégias utilizadas pelas empresas para manter (e aumentar) sua participação no mercado são diversas e envolvem a seleção de divisões artísticas que podem oferecer maiores retornos em relação ao montante investido (NEGUS, 1998, p.364-365).<sup>4</sup>

As *majors*, como são comumente chamadas, possuem acesso e controle dos meios de produção, gravação e reprodução musical. De acordo com Chapple e Garofalo (*apud* SHUKER, 1999, p.41), isto resultaria na redução das possibilidades de haver conteúdo crítico ou criativo nas mercadorias musicais. Qualquer conteúdo crítico que pudesse surgir durante a produção seria, segundo essa visão, absorvido e cooptado pelo sistema de exploração comercial daquelas companhias.

As grandes companhias fonográficas contam com a grande mídia na difusão de suas mercadorias musicais. A exposição nos diversos veículos de comunicação desempenha papel primordial no impulsionamento da venda de discos e consequente aumento dos lucros. A popularidade do artista pode ser encarada, portanto, como o resultado da combinação dos altos investimentos da companhia em produção e promoção com os discursos produzidos pelos diversos veículos midiáticos.

No entanto, são poucos os estilos musicais que recebem tal atenção. A forma privilegiada é a *música pop*, que surgiu como “uma diluição do rock, uma versão mais suave, associada a um estilo mais rítmico e a uma harmonia mais agradável” (SHUKER, 1999, p.

193), e que constitui a tradicional parada de sucessos.<sup>5</sup>

Com o barateamento das tecnologias de gravação e reprodução a partir dos anos 80, no entanto, surgiram manifestações de uma produção musical alternativa à oferecida pelas grandes companhias fonográficas no *mainstream*. Os selos e as gravadoras independentes, iniciativas empreendidas muitas vezes pelos próprios artistas, permitiam uma outra relação com a mercadoria musical. Segundo Negus, há muitas evidências para sugerir que algumas companhias independentes contribuíram significativamente para a produção e distribuição de tipos importantes de novas músicas que, de outra forma, não teriam emergido devido ao conservadorismo das grandes companhias (1996, p. 43).

O autor, no entanto, afirma que é necessário manter uma visão menos romântica com relação às iniciativas independentes na produção fonográfica. Nem todas produzem dessa forma por estarem comprometidas com valores políticos e culturais alternativos (NEGUS, 1992 *apud* NEGUS, 1996, p. 43). O relacionamento entre as *majors* e as diversas iniciativas independentes é composto por complexas interações que envolvem diversos estágios da produção fonográfica.

Na próxima seção, aborda-se o relacionamento entre as grandes companhias fonográficas e as independentes, procurando identificar as formas de abordagem da mercadoria musical em cada uma delas e as diferenças na produção artística existente nesses tipos de organização industrial.

Em seguida, coloca-se em questão a segmentação do mercado musical, feita por meio dos gêneros musicais. Procura-se investigar a origem desse tipo de divisão de nichos de mercado, os critérios que a definem e suas influências no estabelecimento dos tipos de música

<sup>4</sup> As majors realizam, como parte de sua estratégia de mercado, o chamado *portfolio management* (NEGUS, 1998, p. 364): mantêm contratados artistas de uma ampla gama de gêneros musicais e, observando as tendências do mercado, decidem investir mais ou menos em alguns deles, diminuindo os riscos.

<sup>5</sup> De acordo com Shuker, “as paradas de sucesso refletem e moldam a música popular, especialmente pela influência sobre as músicas executadas nas emissoras de rádio” (1999, p 209), direcionando a escolha do consumidor. Existem diversos critérios sob os quais elas são organizadas. Geralmente, referem-se a um período de tempo específico (um dia, uma semana, um mês)

que obterão sucesso comercial. Finalmente, busca-se vislumbrar, através de uma breve descrição das origens da música associada ao *indie* (o rock alternativo), a forma pela qual a dinâmica dos gêneros musicais opera na cultura de massa.

## 2.1. Majors *versus* independentes

Nos últimos anos da década de 1980, surgia, na Inglaterra, um novo tipo de manifestação musical juvenil, oriunda do *pós-punk*.<sup>6</sup> Segundo as regras da estética e da ideologia punk “*Do it Yourself*”<sup>7</sup> dos anos anteriores, essa produção musical se desenvolveu em pequenos estúdios de gravação construídos pelos próprios músicos (WEINSTEIN, 1995; NEGUS, 1998; HESMONDHALGH, 1999).

O material gravado nesses estúdios era compilado em fitas K7 ou discos de vinil e vendido durante os shows das pequenas bandas. As formas de comercialização também envolviam os correios e as pequenas lojas de discos. Mesmo sem contar com um bom esquema de distribuição, os recém-criados selos independentes conseguiam difundir os produtos de suas bandas (HESMONDHALGH, *op. cit.*)

O tipo de música produzido nessas pequenas empresas era, em sua maioria, rock. Porém, tratava-se de um tipo de rock diferente do que estava em voga no *mainstream*, com menor penetração comercial. O público que consumia esse tipo de música era composto, em sua maioria, por jovens universitários e de classe média-baixa (HESMONDHALGH, 1999, p.35).

No Brasil, a produção musical independente começou a ser delineada durante a

<sup>6</sup> Segundo definição encontrada no site *audiogalaxy* ([www.audiogalaxy.com](http://www.audiogalaxy.com)), que disponibiliza arquivos de música para downloads, o pós-punk “took the musical experimentation of the punks to another level by further abandoning conventional rock instrumentation and song structure” (Tradução nossa: levou a experimentação musical do punk a um outro nível, por meio do abandono dos instrumentais e das estruturas de canções existentes no rock convencional). Bandas como *U2* e *Echo and the Bunnymen* desenvolveram esse tipo de música e criaram as bases para o rock alternativo que surgiria posteriormente.

<sup>7</sup> Faça você mesmo (Tradução nossa)

década de 1990 (DIAS, 2000). Os pequenos selos contavam com estrutura similar à das iniciativas britânicas e norte-americanas e a música que começou a ser produzida podia ser encarada como “alternativa” ao que havia no mercado. Deckdisc<sup>8</sup>, Trama e Monstro Discos são alguns dos exemplos da produção fonográfica independente no país, que vem, aos poucos, se desenvolvendo e estabelecendo novos tipos de relações com o público e com as *majors*.

Neste trabalho, entretanto, opta-se por analisar o surgimento e a dinâmica dos selos independentes na Inglaterra e nos Estados Unidos. Isso decorre do fato de que foi nestes países que o termo *indie* foi cunhado e começou a ser utilizado, designando uma produção e expressão musical alternativa à oferecida no *mainstream*.

O rock alternativo (*underground*, nos Estados Unidos, ou *indie*, na Inglaterra), como ficou conhecida a produção dos selos e das gravadoras independentes, conseguia manter uma estrutura de divulgação satisfatória através de shows, *fanzines*<sup>9</sup>, rádios universitárias e revistas especializadas em música (GOTTLIEB & WALD, 1994; WEINSTEIN, 1995; THORNTON, 1995; HESMONDHALGH, 1999).

Pouco a pouco, as bandas independentes levavam cada vez mais pessoas aos shows, vendendo mais discos e fitas, alimentando um circuito de mídia alternativo. Alguns dos artistas produzidos por esses pequenos selos desenvolviam novas expressões musicais e, após venderem uma grande quantidade de discos para os padrões independentes, começavam a atrair as atenções das grandes gravadoras. O grupo *Nirvana*, por exemplo, vendeu mais de duas mil cópias de seu primeiro disco independente pelo selo *Sub Pop*. Em seguida, a banda de Seattle assinou um contrato com a *Geffen Records*, subdivisão da *major Music Corporation of America (MCA)*, chegando ao *mainstream* e vendendo mais de 10 milhões

---

<sup>8</sup> Os artistas da Deckdisc receberam prêmios de prestígio no Video Music Brasil 2004, premiação do canal MTV Brasil aos melhores videoclipes do ano: “Melhor Videoclipe de Rock”, “Melhor Videoclipe segundo a Audiência”, “Banda/Artista Revelação”, “Melhor Clipe Independente” (VMB, 2004).

<sup>9</sup> Os fanzines, segundo Shuker (1999, p. 125) “são um tipo de publicação de natureza não comercial e, por isso, não são considerados parte do conjunto da imprensa musical”. Simon Frith (1983, p. 77 *apud* SHUKER, *op. cit.*) afirma que “os fanzines acumulam fatos e fofocas a respeito do rock, não para um público leitor de massa, mas para um pequeno círculo social sectário; além disso, são defensores de sua preferência musical”.

cópias do álbum de estréia *Nevermind*, no início da década de 1990 (WEINSTEIN, 1995; HYPE!, 1996; TOP, 2001).<sup>10</sup>

No entanto, após a assinatura do contrato com as *majors*, algumas canções tinham de ser adaptadas para que se adequassem a uma fórmula *mais pop*, para agradar a públicos mais amplos. Esse processo poderia envolver a mudança de partes de letras, a intensidade e o volume de guitarras, chegando até ao vestuário. Isso era visto pelos artistas que permaneciam sob a estrutura independente como *sell out*<sup>11</sup>: trilhar o caminho do *mainstream* via grandes companhias fonográficas significava sacrificar os valores e ideais de autenticidade e independência musical em prol de sucesso e popularidade (HYPE!, 1996).<sup>12</sup>

Negus (1999, p.45-53) argumenta que a idéia de um conflito entre a criatividade e o comércio, embutida no discurso dos selos e artistas independentes, da perspectiva da teoria acadêmica, pode ser um clichê. Porém, na perspectiva dos participantes das cenas musicais, essas idéias são parte do modo pelo qual compreendem o que está se passando com eles (*op. cit.*, p. 48).

Assim, as tensões entre questões de criatividade e comércio devem ser analisadas em contextos específicos. É importante não partir do pressuposto de que a mesma dinâmica servirá para explicar todos os movimentos, em todos os locais e períodos.

Devido à sua estrutura econômica, os pequenos selos não podiam oferecer o esquema de distribuição e a penetração midiática que as grandes companhias ofereciam. Ao mesmo tempo, as *majors* não queriam despender recursos com a formação e o amadurecimento dos músicos (HESMONDHALGH, 1999; DIAS, 2000).

O que acontecia, em alguns casos, mais do que uma tensão entre *majors* e independentes, era uma forma de simbiose (NEGUS, 1996, p.43): os selos se encarregariam

<sup>10</sup> O website <http://www.wmich.edu/mus-genred/mus152/platinum.html>, disponibiliza quadro de informações fornecido pela *major* BMG em janeiro de 2001 sobre os álbuns mais vendidos. Acesso em: 11.nov.2004.

<sup>11</sup> Venda (Tradução nossa)

de achar e formar revelações musicais no rock alternativo e as *majors*, com um esquema de distribuição e divulgação de grande alcance, fariam com que as novidades (em forma de mercadorias musicais) chegassem ao *mainstream*.

Essa foi a estratégia utilizada para que o *Britpop* alcançasse as paradas de sucesso mundiais durante a década de 1990 (HESMONDHALGH, *op. cit.*, p 40-47). O *Britpop*, estilo musical muito baseado em guitarras, assim chamado devido ao enorme sucesso alcançado por bandas britânicas fora do Reino Unido, surgiu no final dos anos 1980 com bandas como *Stone Roses*, *Inspiral Carpets* e *Charlatans UK*. Segundo o site de *downloads audiogalaxy*, “*Brit Pop is defined more by its reliance on "rock star" attitude and image, and its disinterest in US chart success, than by a particular sound*” (GLOSSARY, 2004).<sup>13</sup>

*Oasis*, a banda britânica de maior destaque e maior sucesso mundial, foi contratada por um selo independente (*Creation Records*) no início da década de 1990. Este teve uma percentagem vendida à major *Sony Music*. A *Sony*, por sua vez, garantiu um esquema de distribuição para a produção da *Creation* capaz de ultrapassar as fronteiras do Reino Unido. Como resultado desse processo, o *Oasis* permaneceu durante seis semanas consecutivas nas paradas de sucesso americanas com seu segundo álbum, (*What's the story morning glory?*), feito jamais realizado por uma banda britânica (HESMONDHALGH, 1999, p. 47).

Esse tipo de cooperação entre *majors* e *indies* também ocorreu nos Estados Unidos, mais especificamente com relação à cena de Seattle. O fenômeno da época, *Nirvana*, vendeu milhões de cópias em todo o mundo e abriu caminho para outros fenômenos de venda como o *Pearl Jam*. Era a primeira vez, nos Estados Unidos, que aquele tipo de rock do *underground* levava milhares aos shows e vendia tantos discos. O frenesi causado pelo

<sup>12</sup> Os depoimentos de integrantes de bandas desconhecidas de Seattle no documentário “*Hype!*” demonstram uma certa reprovação à chegada ao *mainstream*, e a se tornarem conhecidos do grande público.

<sup>13</sup> O *Britpop* é definido mais pelo fato de prescindir de uma atitude e uma imagem de ‘*rock star*’ e um desinteresse pelas paradas de sucesso norte-americanas, do que por uma sonoridade particular (Tradução nossa)

*grunge* de Seattle era tanto que músicos locais, entrevistados no documentário *Hype!*, afirmavam que não era raro ver a MTV americana fazendo reportagens que apontavam como as últimas revelações da cena bandas que sequer haviam se apresentado ao vivo. O *grunge* rock surgiu naquela cidade trazendo uma profusão de bandas para o *mainstream* graças à cooperação entre selos como o *Sub Pop* e as grandes gravadoras (WEINSTEIN, 1995; HYPE!, 1996).

O relacionamento entre as grandes companhias fonográficas e os selos independentes, como mostrado anteriormente, pode ser encarado em termos de uma cooperação em diversos âmbitos: algumas vezes adquirindo uma percentagem da independente (como no caso da *Creation Records*), outras, licenciando bandas provenientes dos selos e atuando na distribuição e promoção de seus discos (HESMONDHALGH, 1999, p. 59-61).

Independentemente da natureza dos relacionamentos entre os dois tipos de organização industrial mencionados anteriormente, o rock alternativo era agora encarado como um gênero musical e não mais como um nicho específico de mercado.

## 2.2 A dinâmica do gênero musical

Classificações da produção musical são comumente agrupadas nos chamados gêneros musicais. A gênese desse tipo de categorização está associada às distinções feitas pela indústria fonográfica refletindo a história musical e as divisões de *marketing* (FRITH, 1987, p.147 *apud* SHUKER, 1999, p. 141).

Os gêneros musicais devem ser encarados criticamente em termos de sua fluidez. Nas décadas de 1980 e 90, as fronteiras musicais ficaram menos nítidas, devido ao fato de que nenhum estilo é totalmente independente dos estilos precedentes (SHUKER, *op. cit.*, p. 142). Os artistas incorporam informações musicais de diversos gêneros, ao longo de suas vidas, que

fazem parte de suas referências (ou influências) na hora de compor algo novo.

O *indie* começou a ser considerado um gênero musical no início dos anos 1990, na Inglaterra. O tipo de música que faria parte desse novo gênero era o rock alternativo, produzido, em sua maioria, fora do *mainstream* por selos independentes. Por se tratar de uma nomenclatura bastante ampla, associada ao caráter de sua organização industrial e filosofia de produção, o *indie* deu origem a diversos subgêneros (HESMONDALGH, 1999).

Uma consulta ao *site* de *downloads* de arquivos de música *audiogalaxy* revela dez diferentes subgêneros dentro do rótulo *Indie Rock* e quatro subgêneros na categoria designada por *Alternative Rock* (ver Anexo A). Os dois gêneros estão agrupados dentro da categoria *Modern Rock*, que abarca, também, o *Experimental Rock*, o *Jam Rock*, o *Post Punk*, o *New Wave* e o *Power Pop*. Segundo Shuker (1999, p. 142) o rock alternativo pode ser considerado um *metagênero musical*, uma categoria ampla de denominação de estilos musicais. O metagênero, de acordo com o autor, engloba diversas fusões e formas híbridas de vários estilos musicais em sua composição.

O *audiogalaxy* oferece, ainda, pequenas definições sobre cada um dos gêneros, subgêneros e “departamentos” (nomenclatura criada pelo próprio *site*). Por exemplo, sobre o Rock moderno (*modern rock*):

*modern rock is just that - modern rock music. More specifically, this term refers to the genres of rock that influenced or were influenced by the advent of punk, from the Big-Star-crafted American-punk-influencing Power Pop to the post-punk sounds of New Wave, the forefather of Alternative, a genre that, in the early 90s, crashed into the rocks of commercialism and cracked into the two halves of fiercely uncommercial Indie Rock and radio-friendly Alternative, Adult Alternative, and Grunge (GLOSSARY, 2004).<sup>14</sup>*

---

<sup>14</sup>Disponível em <http://www.audiogalaxy.com>. Acesso em: 10. nov.2004. Rock moderno é isso – música rock moderna. Mais especificamente, o termo se refere aos gêneros do rock que influenciaram ou foram influenciados pelo advento do punk: do punk americano influenciando o *Power Pop* até as sonoridades pós-punk do *New Wave*, o ancestral do Alternativo, gênero que, no início dos anos 90, quebrou as barreiras do comercialismo e rachou-se em duas partes: o Indie Rock ferozmente não-comercial e os gêneros Alternativo, Alternativo Adulto e *Grunge*, que tocavam nas rádios (Tradução nossa)

No *site*, é possível obter uma lista de artistas que representariam cada gênero e subgênero musical. É interessante notar que a maioria dos artistas não consegue ser “encaixado” em apenas um gênero musical específico. Digitando-se a palavra “*beatles*” no campo de busca do *audiogalaxy*, observa-se que o grupo britânico *The Beatles* pode ser enquadrado em sete tipos diferentes de gêneros musicais (Ver Anexo B).

A fluidez das fronteiras entre os gêneros musicais e as dificuldades de incluir diferentes manifestações musicais em uma mesma categoria, apontadas por Shuker (1999, p. 142), pode ser comprovada mediante uma comparação entre as tabelas fornecidas por dois dos mais populares *sites de downloads* da internet: o *audiogalaxy* (ver Anexo A) e o *mp3.com* (ver Anexo C). Os critérios de separação e arranjo dos gêneros musicais não são os mesmos nos dois *sites*, embora as categorias mais amplas (como rock, pop, alternativo, etc.) estejam presentes em ambos.

Por exemplo, a categoria Alternative/Indie no *mp3.com* (que difere das observadas no *audiogalaxy* já a partir do nome), engloba quase cinqüenta subgêneros. Estes, por sua vez, refletem muitos movimentos musicais ocorridos em locais e períodos específicos (como o *Riot Grrrl*<sup>15</sup> e o *Madchester*<sup>16</sup>) que não foram contabilizados na tabela do *audiogalaxy*.

Baseando-se nos exemplos anteriores, pode-se afirmar que o gênero musical é uma categorização por demais ampla e fluida para dar conta das diversas manifestações musicais que ocorrem no âmbito da cultura de massa. Essa segmentação estabelecida pelas grandes gravadoras, ao longo do desenvolvimento da música popular massiva, também foi adotada pelos outros componentes da indústria fonográfica. Lojas de discos, revistas especializadas em música e, mesmo público consumidor, organizam materiais e discursos a partir desse tipo

---

<sup>15</sup> Movimento contrário à marginalização das mulheres no cenário musical alternativo, estabelecido em Washington DC e Olympia (EUA) no início dos anos 1990. A sonoridade era semelhante ao das tradicionais bandas de hardcore e punk, “mas sua ênfase situava-se no processo e não no produto” (SHUKER, 1999, p. 140).

<sup>16</sup> O *Madchester* foi a força dominante no rock britânico durante o fim dos anos 1980 e início dos 90. Muitas das bandas da época influenciaram a sonoridade de outras que alcançaram sucesso mundial posteriormente, como

de categorização. Pode-se dizer que a divisão da produção em gêneros musicais possui como um de seus maiores objetivos o direcionamento do consumo.

A partir do consumo dos gêneros musicais e das impressões de críticos, fãs e artistas, elaborou-se uma espécie de hierarquia musical. Os critérios de sua formação, de acordo com Shuker (1999, p. 143), são vagamente baseados em noções de autenticidade, sinceridade e valor comercial. A legitimação ou a desautorização de um ou outro gênero musical por meio de tais critérios pode, em certa medida, ser associada à tradicional divisão entre alta cultura e cultura de massa.

Os departamentos artísticos e de *marketing* das gravadoras utilizam a concepção da hierarquia de gêneros musicais na constituição de seu portfólio de artistas e na tomada de decisão sobre investimentos. Segundo Negus, da mesma forma que os diferentes gêneros não existem isoladamente, mas em relação direta com os outros no sistema de gêneros, eles assumem uma posição no portfólio da companhia, com cada departamento lutando continuamente por maior reconhecimento e investimento (1998, p. 365).

Assim, alguns gêneros musicais gozam de posições privilegiadas em termos de investimentos e/ou prestígio entre críticos, artistas e consumidores de música popular massiva. Alguns gêneros são associados a um certo tipo de organização cultural a que se quer privilegiar, como a música erudita; outros são reconhecidos por seu comprometimento com certos valores e ideais. Esse seria o caso do rock alternativo (que prezaria pela independência da expressão musical em relação ao comercialismo) e do hip hop (que procura valorizar e divulgar a experiência dos negros na sociedade contemporânea).

O site *audiogalaxy* (GLOSSARY, 2004) oferece uma definição sobre o Indie Rock que permite vislumbrar alguns valores a partir dos quais esse tipo de música é produzido: “*Though there is no particular Indie Rock sound, it is typically guitar-based and made with a*

---

*Oasis* e *Blur* (MP3, 2004). O filme “A festa nunca termina” (24 hour party people – ING - 2002), dirigido por Michael Winterbottom, retrata a cena musical da cidade de Manchester, na Inglaterra, no final dos anos 1980.

*Punk-inspired Do-It-Yourself (DIY) aesthetic*.<sup>17</sup> Esses valores se baseariam numa expressão autêntica da possibilidade de experimentação criativa, desenvolvida em um ambiente onde a obtenção de lucro seria um objetivo secundário em relação à manifestação musical.

Mais do que um conjunto de sons específicos, o *indie* engloba movimentos e tendências musicais diferentes entre si. É possível afirmar que a característica que talvez consiga unir tantos estilos dentro do *indie* é o fato de todos partilharem, de alguma forma, dos mesmos ideais estéticos e filosóficos sobre uma produção musical baseada em um tipo de organização industrial realmente alternativo ao enraizado na indústria fonográfica da sociedade contemporânea.

De acordo com o que foi apresentado nos parágrafos anteriores, as formas musicais do rock alternativo, desde o final da década de 1980, parecem ser as mais associadas ao termo *indie* (HESMONDHALGH, 1999). Além disso, o rock alternativo parece constituir um metagênero musical, ao englobar dentro dele um grande número de diferentes subgêneros e estilos musicais.

Isso será analisado em termos de origens musicais e de motivações políticas e econômicas no capítulo seguinte.

---

<sup>17</sup> Embora não haja uma sonoridade particular do *indie*, ele é tipicamente baseado em guitarras e produzido segundo uma estética inspirada no ‘Faça Você Mesmo’ do punk (Tradução nossa).

### 3. O ROCK ALTERNATIVO

A expressão musical chamada de rock alternativo, desenvolvida a partir dos anos 1980 na Inglaterra e nos Estados Unidos, sofreu influências de importantes manifestações musicais anteriores. Além de partilharem as mesmas referências musicais, os artistas do rock alternativo também desenvolveram posições filosóficas e estéticas que podem ser encaradas como uma resposta a situações culturais, políticas e econômicas particulares, nas quais eles estavam inseridos em determinados períodos.

Nos parágrafos seguintes, é realizada uma breve descrição das principais correntes musicais que influenciaram o rock alternativo britânico e norte-americano das décadas de 1980 e 90. Em seguida, procurar-se relacionar as condições históricas de seu surgimento às posturas com relação à indústria fonográfica e ao *mainstream*.

#### 3.1. Origens, influências, referências: a gênese do rock alternativo

O período que antecedeu os anos 1980 foi marcado por uma série de acontecimentos e desdobramentos da Segunda Guerra Mundial, não somente no campo da política, como também nas manifestações artísticas observadas na cultura de massa.

Na década de 1950, surgia, nos Estados Unidos, um novo tipo de música que iria revolucionar a indústria fonográfica e a sociedade: o Rock'n'Roll. De acordo com Shuker, o rhythm'n'blues, a country music norte-americana e o boogie-woogie dos anos de 1940 e 1950 constituem o rock'n'roll dos primeiros tempos. Ainda segundo Shuker, alguns autores utilizam o termo rock'n'roll como um sinônimo de rock, que constituiria um rótulo mais genérico para tratar dos variados estilos derivados do rock'n'roll (1999, p. 247).

A exploração do rock, a partir do final da década de 1950, pela indústria fonográfica, pode ser associada à crescente importância que uma nova categoria demográfica

adquiria na sociedade de consumo. Antes ignorado pela publicidade, o jovem tornou-se público-alvo de diversas mercadorias da indústria cultural. O que antes constituía uma fase de transição entre a infância e a idade adulta era agora transformado em ideal e modelo de vida, pelo qual a sociedade contemporânea deveria se guiar. O ideal da juventude passava pelo consumo de alguns estilos musicais, por determinados elementos de vestuário e até mesmo por modos específicos de comportamento (GELDER & THORNTON, 1997).

Através de símbolos, práticas e comportamentos comuns, a juventude se firmou como um construto cultural, tanto quanto uma categoria social e biológica. Nos anos cinqüenta, a juventude se tornou um mercado servido pelos meios de comunicação de massa na sociedade de consumo, com seu próprio capital e seus próprios desejos. Na década de 1960, houve um ganho em termos de sua configuração cultural, através da música (o rock'n'roll), do vestuário e de um conjunto de rituais e atividades centralizadas no entretenimento (WEINSTEIN, 1995, p.2).

De acordo com Weinstein (*op. cit.*), o elemento central do que se convencionou chamar de *cultura jovem* é a música aí produzida e consumida. No final da década de 1960, a cultura jovem foi transformada em contracultura. O estilo de vida da juventude era explicitamente entendido como uma forma de oposição aos valores disseminados pela cultura dominante (adulta).

No campo musical britânico, o final dos anos 1960 revelou grupos de rock que influenciariam a música produzida pelas próximas gerações: *Kinks*, *Small Faces*, *Beatles*, *The Who*, *Rolling Stones*. A música desses grupos atravessou o oceano e chegou ao topo das paradas de sucesso americanas. O fenômeno ficou conhecido como *British Invasion* e só pode ser definido temporalmente, uma vez que as bandas que o compunham apresentavam estilos e sonoridades variadas (SHUKER, 1999, p. 178-179; GLOSSARY, 2004).

Na metade da década de 1970, quando o rock já havia se estabelecido como gênero

musical e rendia muito à indústria fonográfica, surgia, simultaneamente, na Inglaterra e nos Estados Unidos, o *punk rock*, um novo tipo de rock mais agressivo, com mais guitarras, e vocais menos melodiosos e grudentos que os anteriores (CLARK, 2004).

Tanto o *proto-punk* nova-iorquino do final dos anos 1960 (*Iggy and The Stooges, Velvet Underground, MC5*) quanto o punk britânico e norte-americano do final dos anos 1970 surgem como reação ao rock que estava sendo feito no período. A versão nova-iorquina podia ser encarada como uma resposta ao estilo de vida *hippie* e à música produzida durante o movimento (por exemplo, as canções de Bob Dylan e *Grateful Dead*). Os proto-punks valorizavam a decadência, a perversão, a vida na sarjeta. Os punks do final da década de 1970 se opunham ao rock grandioso e megalômano do rock progressivo, cujos expoentes eram bandas como *Yes* e *Emerson Lake e Palmer*, bem como ao som dos ídolos dos anos 1960, superastros como Rod Stewart e Peter Frampton.

Tanto os punks norte-americanos como os britânicos desejavam um retorno às raízes do rock, às canções de curta duração. Os punks britânicos eram jovens provenientes de classes operárias, sem muitas perspectivas de ascensão econômica ou social. Os nova-iorquinos pertenciam a uma esfera mais intelectualizada (*Ibid*, p. 225).

Para fins deste trabalho, entretanto, o termo “punk” é utilizado para se referir ao movimento sociocultural e musical que emergiu no Reino Unido por volta de 1976, e que foi objeto de análises subculturais empreendidas pelos estudos culturais britânicos na década de 1970.

A subcultura punk, como os teóricos a nomeavam, se apropriava dos símbolos e dos bens culturais disponíveis na cultura dominante, atribuindo-os novos significados oposicionais. O vestuário punk era composto por coturnos pesados, alfinetes de segurança em diversas partes da roupa e do corpo, além de roupas escuras (em sua maioria, rasgadas). A ideologia do movimento punk, estendida à música, pregava a utilização de uma estética mais

visceral e menos trabalhada que as dos períodos anteriores. Os vocais eram compostos de palavras de ordem gritadas e a harmonia era simples, com poucos acordes (MCNEIL & McCAIN, 2002).

O rock alternativo foi extremamente influenciado por essas duas manifestações culturais. O novo gênero era baseado em guitarras, com alguns vocais melodiosos e possuía linha rítmica pouco complexa (HESMONDHALGH, 1999, p. 38).

O site *mp3.com* define o gênero *Alternative pop/rock* como um termo que engloba a produção musical *pós-punk* do final dos anos 1980 até a metade inicial dos anos 1990. Segundo o site,

*there is a multitude of musical styles within alternative rock, from the sweet melodies of jangle-pop to the disturbing metallic grind of industrial, yet are all tied together by a similar aesthetic -- they all existed and operated outside of the mainstream* (MP3, 2004)<sup>18</sup>

O site afirma, ainda, que o rock alternativo dos anos oitenta era ainda mais diverso e fraturado do que o *mainstream*. Entre os estilos classificados como alternativos podem ser citados o *alternative dance*, o *jangle-pop*, o *post-hardcore punk* e o rock experimental. Todos eles chegaram ao *mainstream* de alguma forma, após o sucesso do *Nirvana*, em 1991 (MP3, 2004).

O rock alternativo dos anos noventa, graças à contratação de muitas das novas bandas alternativas, apresentava sonoridades mais homogêneas que as anteriores – já que os sons mais pesados possuíam maior apelo comercial que as versões mais calmas e peculiares. A maioria das bandas com expressões musicais do segundo tipo continuaram nos selos independentes, constituindo o subgênero chamado de *indie rock* (MP3, 2004).

A principal razão atribuída pelo músico para permanecer nas independentes era a

---

<sup>18</sup> Há uma enorme quantidade de estilos musicais dentro do rock alternativo, das doces melodias do *jangle-pop* aos ruídos metálicos perturbadores do *industrial*; porém, estão todos ligados por uma estética similar – todos existem e operam fora do *mainstream* (Tradução nossa).

de que ali sua expressão musical poderia ser desenvolvida com liberdade. Isso não aconteceria nas *majors* devido ao fato de esse tipo de organização industrial estar mais voltado às interferências do mercado e à busca do lucro comercial (GROSSBERG, 1994; NEGUS, 1996; HESMONDHALGH, 1999; SHUKER, 1999, p. 171-174).

Assim, há um sentido de nobreza nos valores do músico independente. Pelo fato de os interesses comerciais não constituírem seu objetivo primário, esse artista (e sua produção musical) seria mais autêntico em comparação com outros artistas que desenvolvem seu trabalho no *mainstream*. A atitude de permanecer em um selo independente é vista como algo nobre e digno de prestígio, segundo esse ponto de vista.

A hierarquia dos gêneros musicais, abordada no capítulo anterior, fortalece a essa percepção. O rock alternativo, desenvolvido em ambientes como as pequenas gravadoras independentes, é encarado como uma forma “mais nobre” de rock, mais autêntica do que a popularizada nas paradas de sucesso, por não estar vinculada a interesses mercadológicos e por apresentar uma proposta diferenciada em relação à produção musical do *mainstream*.

Segundo Grossberg (*apud* FREIRE FILHO, 2003b), a ideologia da autenticidade em relação à produção musical constituiu a base para o julgamento estético e político do rock desde os anos 1950. O “rock autêntico”, para fãs, músicos e críticos, “era transgressivo e significativo, e o ‘rock inautêntico’ era mero entretenimento comercial” (FREIRE FILHO, *op. cit.*, p. 311). As fronteiras entre eles são sempre fluidas e móveis, o que contribui para a produção incessante de novas cenas e novas subdivisões.

Algumas questões se impõem, quando se analisa a relação do artista independente com sua produção musical: por que a noção de autenticidade é tão importante para esses indivíduos? Por que ela é tão valorizada por alguns grupos na sociedade contemporânea, especialmente os grupos jovens? Os músicos independentes constituiriam uma espécie de novos românticos, no final do século XX?

### 3.2. Expressão musical e autenticidade

Para respondermos essas questões, é necessário analisar em que contexto se efetivam esses acontecimentos. A crescente preocupação com a autenticidade dos atos e das práticas cotidianas pode ser associada a uma tentativa de restabelecimento de um sentido coerente de auto-identidade na modernidade tardia. Giddens (2002), argumenta que o conceito de que cada indivíduo possui uma identidade, una e imutável, sofreu um imenso abalo devido ao que ele chama de “mecanismos de desencaixe”, ocorrido nas estruturas espaço-temporais da modernidade. Segundo o autor, os processos desencadeados por esses mecanismos rearticularam as antigas relações entre localidades e temporalidades, afetando diretamente os processos de construção identitária dos indivíduos.

Na modernidade tardia, a identidade tornou-se o resultado de um esforço feito pelo próprio indivíduo em manter uma narrativa coerente do eu, nas diversas situações da vida cotidiana. A noção de autenticidade, então, desempenharia um papel importante no processo de construção identitária na sociedade contemporânea pelo fato de oferecer, ao indivíduo, a possibilidade de uma apreensão uniforme de sua narrativa do eu (GIDDENS, 2002).

A noção de autenticidade pode revelar algo sobre um indivíduo que parece crer na possibilidade de uma expressão cultural que verdadeiramente reflete seus valores, apesar de estar imerso na sociedade de consumo, massificada e massificadora. Relativamente à questão da produção fonográfica independente, a permanência dos artistas nas pequenas gravadoras parece contribuir para a formação de um senso de auto-identidade mais unificado (*/bid*).

O projeto de auto-expressão autêntica, desenvolvido por esses indivíduos, serviria também como uma forma de estabelecimento de alianças e relações com outros indivíduos que partilham desses mesmos valores e ideais. Isto guiaria a forma pela qual esses indivíduos se relacionam com o mundo (com o *mainstream*), contribuindo também para o

desenvolvimento de preconceitos e hierarquias de gosto (*Ibid*).

O apego às questões de autenticidade e comprometimento com os ideais alternativos pode ser associado ao repúdio a certos tipos de produção artística ocorridas nas décadas anteriores (como o *art rock* de bandas como o *Genesis*, que se esforçavam em reproduzir, no rock, elementos rebuscados encontrados na música clássica) e às intervenções excessivas da tecnologia (o uso de sintetizadores, por exemplo), ocorridas na produção musical das décadas anteriores (FREIRE FILHO, 2003b, p. 307). Esse tipo de manifestação ocorreria ciclicamente e, no caso do rock alternativo, deve ser entendido num contexto particular: a fase de conservadorismo político existente na Inglaterra e nos Estados Unidos, durante os anos oitenta.

Durante toda a década de 1980, o conservadorismo marcou as atividades desses dois países. O *Tatcherismo*, na Inglaterra, e o *Reaganismo*, nos Estados Unidos, foram o primeiro sinal do neoliberalismo, prática econômica que tem como característica principal o fato de rejeitar a intervenção do Estado na economia, deixando o mercado se auto-regular. Durante a década de 1980, o consumidor se tornou o herói, servindo não apenas de combustível para o crescimento econômico, mas também como modelo de cidadão moderno (SLATER, 2002, p.19).

O presidente dos Estados Unidos no período de 1981 a 1989, Ronald Reagan, era partidário da desregulamentação e da descentralização do governo proposta no neoliberalismo. Gastos governamentais com programas sociais foram cortados ou reduzidos, o que gerou diversas críticas com relação ao tipo de política implementado pelo presidente americano (*Ibid*).

A primeira-ministra britânica, Margaret Thatcher, governou a Grã-Bretanha de 1979 até 1990, conduzindo um processo de liberalização e reorganização do Estado britânico. Seu governo foi marcado por longas greves de diversos setores operários, contrários aos planos de

privatização propostos por ela (*Ibid*).

Esse cenário político-econômico influenciou a expressão cultural dos dois países de formas diversas. Na Inglaterra, até os últimos anos da década de 1980, pouca coisa mudou com relação à música. O que se via era a predominância de músicas *pop* na parada de sucessos, com o crescimento de uma cena de *dance music*, rapidamente apropriada pelo *mainstream*. O movimento alternativo, capitaneado pela cidade de Manchester, pode ser encarado como uma resposta à situação de desemprego dos jovens durante o Thatcherismo.

Através de medidas econômicas similares às de Reagan, Margaret Thatcher, ao final de seu governo, diminuiu a dívida pública e as taxas de desemprego, trazendo um período de prosperidade econômica para a Grã-Bretanha. Porém, tal desenvolvimento ocasionou, como no caso da experiência norte-americana, diversos custos sociais (SLATER, 2002).

Sob essa perspectiva, a importância atribuída por músicos e selos independentes a questões de autenticidade e cooptação do trabalho artístico pode ser entendida em termos de uma resposta à situação social desencadeada pelas políticas neoliberais. A livre atuação e auto-regulamentação do mercado levaram essas organizações e esses indivíduos ao total descrédito em relação ao que ocorria no *mainstream*, impulsionando a busca de novas alternativas que fugissem dos imperativos do lucro.

É possível falar em uma romantização da visão desses empreendedores independentes na indústria fonográfica, na Inglaterra e nos Estados Unidos dos anos 1980 e 90. A concepção de uma expressão musical totalmente separada de interesses mercadológicos é ingênuo, se pensarmos que a produção musical, em si mesma, se trata de um processo inteiramente inserido na lógica de produção de mercadorias culturais na sociedade de consumo contemporânea (MIDDLETON, 1990; NEGUS, 1996). O rótulo “não comercial”, atribuído a uma dada mercadoria musical, significa dizer que ela não possui boa penetração no mercado (THORNTON, 1994).

O tipo de organização industrial dos selos independentes não implica, necessariamente, uma oposição radical às grandes companhias fonográficas. Pelo contrário: como foi visto, cada uma dessas instituições traça suas próprias estratégias quanto a manutenção (ou o aumento) da participação no mercado. Estas podem envolver, inclusive, associações de diversos tipos entre *majors* e *indies*.

A estrutura mais flexível das empresas independentes pode, realmente, propiciar melhores condições em termos de liberdade criativa para o artista. Mas ela também deve ser entendida em termos de uma estratégia utilizada para conquistar públicos em nichos de mercado específicos; e, em última análise, para conquistar maiores lucros com a mercadoria musical.

Uma questão surge dessa discussão: a postura observada nesses indivíduos vinculados às iniciativas independentes pode ser atribuída como característica de um grupo social específico, que partilha de certo estilo de vida através de um consumo cultural semelhante? Aborda-se essa questão no próximo capítulo, por meio da análise subcultural empreendida pelos teóricos dos estudos culturais britânicos.

#### 4. SUBCULTURA OU CENA?

O conceito de *subcultura* é primordial para o estudo das questões relativas à formação identitária juvenil. Ele é útil para investigar se o termo *indie* pode ser aplicado para nomear um grupo social específico com características semelhantes, em termos de estilo de vida, comportamento e posturas ideológicas.

A análise subcultural começou a ser empreendida nas décadas de 1960 e 70 por um grupo de teóricos dos estudos culturais britânicos no *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies* (BCCCS). *Resistance through rituals*, de Stuart Hall e Tony Jefferson (1976) e *Subculture*, de Dick Hebdige (1979), foram os primeiros trabalhos nesses moldes e influenciaram uma série de outros estudos sobre o tema nas décadas seguintes (NEGUS, 1996).

A análise subcultural focava certos grupos juvenis (como *punks*, *mods* e *teddy boys*) que desenvolviam comportamentos encarados pelos teóricos como uma resposta à situação social de classe subordinada em que se encontravam, na disputa pela hegemonia no campo cultural (HALL & JEFFERSON, 1976; HEBDIGE, 1979; MCROBBIE, 1991; THORNTON, 1994 e 1995; NEGUS, *op. cit.*; GELDER & THORNTON, 1997). Isso era feito por meio da contestação do sistema de valores observado na cultura dominante (chamada de “cultura dos pais”). As subculturas jovens, segundo os teóricos, transformavamativamente os códigos da cultura dominante e atribuíam a eles novos significados oposicionais, por meio de um consumo cultural diferenciado.

Diferentes estilos de vida foram, então, associados às diversas subculturas jovens analisadas. Os estilos de vida são mecanismos utilizados pelo indivíduo na tentativa de compor uma narrativa do eu coerente, através da qual ele estabelece para si mesmo e para os outros quem ele é e, dessa forma, consegue se relacionar com o mundo. Isto é particularmente

importante no contexto da modernidade tardia, onde os referenciais anteriores de formação da identidade não bastam para um senso de unidade do eu (GIDDENS, 2002; HALL, 2002; SLATER, 2002)<sup>19</sup>.

No contexto das subculturas jovens, os estilos de vida dão origem a formas particulares de consumo simbólico e abrangem configurações características da identidade cultural e do conjunto de práticas sociais e gostos culturais de grupos específicos de consumo (SHUKER, 1999, p. 148-149).

Uma análise do consumo cultural dos integrantes das subculturas jovens e de suas formas de atribuição de novos significados oposicionais aos elementos disponíveis na cultura dominante seria capaz de revelar muito sobre os mecanismos de formação de identidade e os processos de identificação nesses grupos, segundo os teóricos dos estudos culturais britânicos, mencionados anteriormente.

No entanto, Sarah Thornton (1994, p. 177) destaca que até mesmo as subculturas mais politizadas também são culturas baseadas no gosto. Segundo ela, a maioria das subculturas juvenis britânicas não possui projetos políticos, nem mesmo constitui uma “subcultura” (no sentido sociológico do termo). Thornton sugere que essa perspectiva contribui para uma melhor representação da cultura de massa, pois, mesmo que a diferença não seja necessariamente resistente a algo, ela sempre está inserida em sistemas de distinção.

Segundo Thornton (1994, p. 178), os indivíduos participantes do *underground* definem-se por meio do que não são. O *mainstream* (e, consequentemente, a cultura de massa) é visto como um espaço derivativo, comercial e superficial. O grande problema, para as subculturas, portanto, é a popularização de seus conteúdos por meio de uma ida para o *mainstream*.

---

<sup>19</sup> Nas sociedades tradicionais, a identidade era determinada, desde o nascimento, por meio da vinculação do indivíduo a locais e contextos específicos, não havendo possibilidade de mudança ou reinvenção dos papéis sociais desempenhados pelos indivíduos. A modernidade tardia provocou um abalo no senso de unidade do eu,

Baseando-se nas proposições de Pierre Bourdieu sobre o *capital cultural*, Thornton (*op. cit.*) cunhou o conceito de *capital subcultural* para analisar as formas de construção identitária e socialização nas subculturas jovens. O conceito de Bourdieu revela os processos de diferenciação e estratificação social por meio do consumo de bens culturais na cultura superior ou “alta” cultura. O capital subcultural exerce influências sobre o status do jovem, tal qual o seu equivalente adulto (THORNTON, *op. cit.*).

Uma das especificidades referentes ao capital subcultural é o fato de que a juventude está isenta dos compromissos e das responsabilidades de acumulação de capital, próprios da vida adulta. De certa forma, eles gozam de algo que Bourdieu (*apud* THORNTON, *op. cit.*) chama de “*taste of liberty and luxury*”<sup>20</sup>, normalmente reservado à burguesia.

O capital subcultural é constituído por uma espécie de obsolescência programada: ele se deteriora com a idade e, por isso, consegue manter-se como uma prerrogativa dos jovens. A mídia possui grande importância em sua circulação, sendo o consumo midiático um elemento fundamental para os processos de distinção social<sup>21</sup>. A mídia se torna um elemento crucial para a definição e a distribuição do conhecimento subcultural.<sup>22</sup>

O conceito de subcultura jovem e os estudos desenvolvidos a partir dele, no entanto, foram alvos de algumas críticas. Uma delas se referia ao fato de a análise encarar o gênero musical mais popular como *mais um* elemento de um *estilo subcultural*. Os críticos argumentavam que era justamente a emergência de novos gêneros musicais o que criava as condições para a atividade subcultural.

Ademais, a crítica à excessiva valorização dada pelos teóricos ao caráter ativo de

tornando necessária a formulação de um projeto de construção identitária a partir de novos referenciais e constantemente tomado por incertezas.

<sup>20</sup> Gosto de liberdade e suntuosidade (Tradução nossa).

<sup>21</sup> A mídia não constituiu um elemento ou meio de acumulação de capital cultural para Bourdieu; os referenciais da cultura erudita é que forneciam as bases para a distinção social.

<sup>22</sup> Thornton (*op. cit.*) argumenta que as distinções observadas nesses grupos são, elas próprias, fenômenos da mídia, que cria as subculturas ao nomeá-las, descrevê-las e estabelecer fronteiras entre elas.

oposição e resistência cultural nas subculturas jovens levou à concepção de que o público de um determinado gênero musical não é uma subcultura espontânea (NEGUS, 1996, p. 23-24; GELDER & THORNTON, 1997). A formação de uma subcultura, entendida como um grupo com práticas culturais de oposição à cultura dominante, poderia ou não ocorrer a partir da reunião de um grupo de pessoas em torno da preferência por um gênero musical específico.

Mediante a pertinência das críticas às primeiras análises empreendidas pelos estudos culturais britânicos, se fazia necessária uma forma alternativa à noção de subcultura jovem. Ela deveria oferecer meios mais apropriados para compreender a dinâmica observada nos grupos de jovens, relativamente ao processo de construção identitária e ao consumo cultural. Straw (1997 [1991]) propôs, então, o conceito de *cena musical*.

A expressão cunhada por Straw (*Ibid*) trata de um espaço cultural onde diversas práticas musicais coexistem, interagindo por meio de processos de diferenciação e com trajetórias variantes de mudança e fertilização mútua. As diferentes cenas possuem lógicas variáveis e modos distintos de encarar a mudança temporal e espacial.

Uma importante diferenciação entre os conceitos de *cena* e *subcultura* é o fato de que as cenas não são, necessariamente, subculturas oposicionais. A partir de alianças e coalizões ativamente criadas e mantidas, uma comunidade é articulada, onde se desenvolvem formas de comunicação que contribuem para delinear fronteiras musicais (STRAW, *op. cit.*, p. 494-495).

No entanto, o conceito de cena não oferece muitas indicações sobre a dinâmica de seu surgimento e sobre os processos que contribuem para estabelecer as alianças entre o público. Assim, uma aproximação teórica entre esse conceito e as neo-tribos, de Michel Maffesoli (1998), pode ajudar a iluminar a questão das motivações da construção dessas alianças e escolhas de estilos de vida nas cenas.

As comunidades afetivas teorizadas por Maffesoli dão base a estilos de vida

derivados de identificações empáticas e emocionais com outros indivíduos que partilham mais ou menos as mesmas inclinações. Sob esse ponto de vista, as neo-tribos são comunidades intencionais e questões de escolha são enfatizadas no que se refere à comunidade, à amizade e ao pertencimento. A relação pura teorizada por Giddens (p. 85-95; *op. cit.*) guarda certas similaridades com o conceito de Maffesoli<sup>23</sup>, ao permitir um outro modo de pensar a identidade e as questões de identificação na modernidade tardia, por um viés relacionado a questões afetivas, pouco explorado na pesquisa social (HETHERINGTON, 1998).

É necessário, entretanto, perceber algumas deficiências nas proposições de Maffesoli. Para ele, as relações de poder e incertezas nas questões de escolha de identidade deixam de ser determinantes na sociedade, a partir do momento em que os estilos de vida começam a ser escolhidos por razões afetivas. Uma abordagem adequada sobre a questão da constituição da identidade e dos estilos de vida nas cenas jovens deve levar em conta a coexistência dos critérios tradicionais de formação de identidade (classe, gênero, etnia, etc) e das formas afetivas de que trata Maffesoli (*/bid*).

De acordo com a análise dos conceitos de subcultura jovem e cena musical empreendida nos parágrafos anteriores, pode-se inferir que os indivíduos que produzem e consomem um certo tipo de música que não faz parte do *mainstream* constituiriam uma cena musical, e não uma subcultura. A preferência por uma expressão musical específica - o rock alternativo ou *indie* - parece ser a principal característica partilhada por esses indivíduos.

A preferência pelo consumo de mercadorias musicais produzidas por selos independentes, que não possuem acesso ao *mainstream* (e, muitas vezes, se mostram opostas a ele), constituiria o principal fator aglutinador de indivíduos em torno de uma cena musical.

Acredita-se que utilizar o termo *indie* para se referir a uma *cena musical* seja mais apropriado que utilizá-lo para designar uma *subcultura jovem*. O conceito de *cena* permite

---

<sup>23</sup> Uma das características particularmente interessantes desse tipo de relação é a possibilidade da afirmação da auto-identidade do indivíduo no outro. Acredita-se que as cenas musicais e as neo-tribos trazem consigo essa

encarar um grupo social sob o ponto de vista de um consumo cultural diferenciado, praticado por indivíduos que partilham a preferência pelo gênero musical nomeado como *indie* (ou *indie rock* ou, ainda, rock alternativo). Esse consumo não é, necessariamente, oposicional em relação ao observado na cultura proeminente. Acredita-se que ele pode, inclusive, se efetivar apenas em termos de preferências musicais ou de vestuário.

---

noção no que se refere a questões de escolha e pertencimento nesse tipo de comunidade.

## 5. CONCLUSÕES

Neste trabalho, houve empenho em reunir elementos para a formação de uma base teórica que possibilitasse uma reflexão mais aprofundada sobre um termo utilizado no âmbito da música popular massiva: o *indie*.

Após analisar separadamente alguns elementos constituintes da produção cultural na sociedade contemporânea, pode-se inferir que o termo *indie* (diminutivo para independente) parece ser utilizado para evocar três significados principais:

- 1) O tipo de organização industrial e a estrutura econômica de pequenos selos e companhias fonográficas;
- 2) Um gênero musical amplo;
- 3) Uma cena musical composta por jovens que partilham gostos semelhantes.

### 5.1 Uma nova perspectiva : a produção fonográfica independente

O campo da produção fonográfica, até meados dos anos 1980, era restrito aos poucos que tinham acesso aos meios de produção. As grandes companhias fonográficas decidiam, com base em análises de mercado, quais eram os estilos musicais e artistas que seriam levados ao conhecimento do grande público (NEGUS, 1998; DIAS, 2000).

O final da década de 1980 foi o período em que emergiram as primeiras iniciativas de produção musical desvinculada de grandes corporações capitalistas. Na Inglaterra e nos Estados Unidos, diversos pequenos empreendimentos puderam ser estabelecidos devido ao barateamento das tecnologias de gravação e reprodução musical (NEGUS, 1996; HESMONDHALGH, 1999).

O modo de organização industrial dos pequenos selos e gravadoras envovia um número reduzido de funcionários e uma parca estrutura de promoção e distribuição das

mercadorias musicais. Em sua maioria, esses empreendimentos eram dirigidos por músicos que, em sintonia com a estética “*Do it Yourself*”<sup>24</sup> do punk (movimento de contestação musical ocorrido nos anos anteriores), buscavam conquistar espaço para expressões musicais consideradas “menos comerciais”. As *majors*, grandes companhias fonográficas, investiam maiores recursos em músicas com estética mais *pop* (mais suaves e fáceis de memorizar), não se interessando em desenvolver novas expressões musicais, devido ao dispêndio de recursos necessário a este fim (HESMONDHALGH, *op.cit.*).

Entretanto, era comum que as *majors* manifestassem interesse pela produção dos selos independentes. Quando algumas bandas começavam a vender mais discos e atrair mais públicos, contratos com grandes companhias eram oferecidos. Havia, também, propostas de aquisição de participações nos pequenos selos e acordos de distribuição e licenciamento, feitos entre *majors* e independentes (*Ibid*).

Alguns dos artistas, contudo, não aceitavam as propostas das *majors*, por achar que sua música seria cooptada e utilizada de acordo com interesses mercadológicos. O *mainstream*, sob esta perspectiva, era encarado como um espaço onde a criação musical estaria subordinada à lógica da economia capitalista (THORNTON, 1995; WEINSTEIN, 1995; NEGUS, 1996; HESMONDHALGH, 1999; CLARK, 2004).

## 5.2 Rumo ao *indie*, metagênero musical

A música produzida nas pequenas companhias era, na maioria das vezes, um tipo de rock que trilhava uma direção contrária à das manifestações encontradas no *mainstream* (HESMONDHALGH, 1999). Apesar de (ou justamente por isso), ela encontrava consumidores em nichos específicos, como os jovens universitários e de classe média-baixa. Em pouco tempo, a produção musical desses selos independentes ficou conhecida como *indie*,

---

<sup>24</sup> Faça você mesmo (Tradução nossa).

devido ao tipo de organização industrial em que estava inserida.

Fanzines, rádios universitárias e revistas especializadas falavam de uma música “alternativa” ao que estava sendo produzido e consumido no *mainstream*. O rock “alternativo”, produzido por artistas vinculados aos selos, deixou de ser encarado como um nicho específico de mercado e foi celebrado como um novo gênero musical (HESMONDHALGH, 1999, p. 35-39).

As principais características atribuídas a essa profusão musical eram a forma pela qual eram produzidas (em estabelecimentos desvinculados de grandes corporações capitalistas) e a oposição ao tipo de música que estava sendo consumido no *mainstream* (a música *pop*). A iniciativa independente era vista como uma forma de produção cultural livre das determinações e limitações da economia capitalista (*Ibid*).

No entanto, as expressões musicais desenvolvidas naqueles ambientes, submetidas a um breve exame, apresentavam sonoridades bastante variadas. Apesar de partilharem origens musicais e motivações sócio-econômicas semelhantes, elas não poderiam ser incluídas em um só gênero musical (*Ibid*).

Com o crescimento dos selos e o aumento do circuito de mídia alternativo, começou-se a especificar cada vez mais os tipos de sons do independente. Subgêneros como o *grunge*, proveniente da cena de Seattle, o *power pop* e o *indie pop* emergiram dentro da categoria mais ampla “rock alternativo/*indie*” (GLOSSARY, 2004; MP3, 2004).

Após análise da dinâmica dos gêneros musicais na cultura de massa, acredita-se que o rock alternativo/*indie* parece constituir um *metagênero musical* amplo (SHUKER, 1999, p.141-144), que abrange estilos musicais de sonoridades diversas. Eles têm em comum o fato de serem produzidos em pequenos empreendimentos independentes, onde os indivíduos produtores e consumidores do rock alternativo partilham os mesmos valores em relação à produção musical.

A relação desses indivíduos com o *mainstream* pode ser encarada em termos do estabelecimento de uma hierarquia musical (THORNTON, 1994 e 1995; NEGUS, 1996; HESMONDHALGH, 1999; SHUKER, 1999). A música produzida sob a lógica capitalista, de acordo com essa visão, seria menos autêntica e teria menor valor artístico do que aquela em que o aspecto econômico se encontra subordinado à criatividade musical. Essa hierarquia é reconhecida e reforçada por críticos, fãs e pelos próprios artistas (SHUKER, *op. cit.*, p. 143).

No entanto, como afirma Negus (*op. cit.*, p. 43), nossa concepção das companhias e artistas independentes não deve ser demasiado romântica: eles também possuem interesses financeiros em relação à produção musical; porém, diferem das grandes companhias fonográficas quanto ao tipo de abordagem da mercadoria musical (maior espaço para desenvolvimento de novas expressões musicais) e quanto à estratégia adotada para atingir segmentos mais específicos do mercado.

O discurso de nobreza e autenticidade mantido pelos músicos independentes e pelos consumidores do rock alternativo pode ser entendido no contexto da crise no senso de auto-identidade, ocorrida na modernidade tardia. Com a perda dos antigos referenciais de constituição identitária, os indivíduos se vêem obrigados a elaborar um senso de identidade a partir de novos referenciais (GIDDENS, 2002; HALL, 2002). O apego a certos ideais e valores constituiria, assim, uma tentativa do indivíduo de construir uma narrativa do eu menos fragmentada.

Os valores e ideais “autênticos” podem, também, configurar a crença de alguns indivíduos na possibilidade de produção de um fenômeno com potencial contestador, no âmbito da cultura de massa. A proposta de alguns pequenos empreendimentos independentes poderia, dessa forma, constituir uma tentativa genuína de expressão cultural alternativa. Outros indivíduos, contudo, estariam apenas explorando um nicho de mercado, deixando de lado posicionamentos e questionamentos políticos importantes, provenientes da produção

cultural independente.

### 5.3 Formação de alianças: a viabilidade de uma cena *indie*

A formação de comunidades e grupos sociais juvenis vem sendo objeto de estudo desde a década de 1970. A análise subcultural dos estudos culturais britânicos, as cenas musicais, de Will Straw, e as neo-tribos, teorizadas por Michel Maffesoli, objetivam entender a dinâmica e as motivações das alianças entre indivíduos.

Uma questão surge quando são analisadas as relações entre os indivíduos que consomem a música produzida nos selos independentes: pode-se encarar esses indivíduos como integrantes de uma subcultura *indie*, ou de uma cena musical *indie*? Eles partilham os mesmos valores e posições ideológicas, com relação à produção e ao consumo cultural?

Como foi apresentado anteriormente, Sarah Thornton (1994) argumenta que a base das associações envolve, necessariamente, questões de gosto. O público do *indie*, segundo essa visão, seria atraído para uma “comunidade” a partir de sua preferência pelos estilos musicais constituintes do metagênero rock alternativo.

Aspectos como a valorização da autenticidade nas práticas cotidianas, a oposição aos discursos e produtos veiculados no *mainstream* e a preocupação com a apropriação da expressão musical *indie* pelas grandes corporações capitalistas constituem elementos aglutinadores de indivíduos em comunidades. No entanto, acredita-se que eles devem ser encarados como um estágio posterior às questões de gosto (o fator aglutinador primordial), na formação e no estabelecimento de alianças.

Essas alianças, quando se examina o independente, parecem não originar, primariamente, uma subcultura jovem, tal como definida pelos teóricos dos estudos culturais britânicos (HALL & JEFFERSON, 1976; HEBDIGE, 1979; NEGUS, 1996, GELDER &

THORNTON, 1997). Segundo esses autores, as formações subculturais estabelecem um tipo de comportamento rebelde e de oposição em relação à cultura proeminente. Através de elementos particulares de seu estilo de vida e consumo cultural, os integrantes das subculturas jovens afirmam conscientemente seu caráter oposicional na disputa pela hegemonia no campo da cultura.

Portanto, acredita-se que o termo *indie* pode ser utilizado para se referir a uma cena musical, onde questões de escolha, baseadas no gosto, são primordiais para o desenvolvimento de alianças entre os indivíduos. O que ocorre nos grupos produtores e consumidores do independente, no que se refere ao compartilhamento de ideologias e valores, não configuraria, primariamente, uma subcultura.

O termo *cena* permite encarar o estilo de vida *indie* sob o ponto de vista de um consumo cultural diferenciado, praticado por indivíduos que partilham a preferência pelo gênero musical nomeado como *indie* (ou *indie rock* ou rock alternativo). O consumo cultural observado nessa cena não é, necessariamente, de oposição em relação ao observado na cultura proeminente.

O *indie* parece, então, possuir, pelo menos, três significados/usos diferentes: designa o tipo de organização econômica desvinculada de grandes corporações capitalistas; refere-se à produção musical desenvolvida nos pequenos empreendimentos independentes e, por fim, pode também ser utilizado para nomear uma cena musical juvenil, caracterizada por associações baseadas em afinidades de gosto musical.

Nenhum dos usos do termo apontados anteriormente possui preponderância sobre os outros. As relações existentes entre eles parecem operar em bases mais complexas, inseridas na dinâmica da cultura de massa contemporânea. Além disso, os usos do termo *indie* não estão fixados, como se constituíssem uma classificação estanque; eles sofrem influências de tudo que ocorre no campo da música popular massiva. Desse modo, mutações e

transferências de significado podem ocorrer, contribuindo tanto para o fortalecimento quanto para o desaparecimento de determinados usos do termo *indie* na cultura de massa.

É necessário perceber, no entanto, que pode ser construída uma política de oposição à produção cultural do *mainstream*, a partir das alianças já estabelecidas nas cenas musicais juvenis, graças às questões de gosto mencionadas anteriormente. Os indivíduos participantes dessas comunidades podem solidificar e expandir suas alianças por meio de ações de expressão e consumo culturais realmente alternativas e com propósitos transgressores.

Assim, a cena *indie* poderia se transformar em uma alternativa política para os jovens que a compõem e seria possível estabelecer novas relações com a cultura dominante. Segundo Clark (2004), as experiências das subculturas das décadas anteriores mostram que música e vestuário podem ser (e, efetivamente, foram, em alguns casos) mais facilmente cooptados pela cultura dominante. A solução para esse problema estaria na política:

*The real thing to do is to get some content. If you don't want to be coopted, if you don't want to be ripped off, there's only one thing that's ever going to prevent it and that's politics. National politics, politics of the workplace, but most importantly politics of culture (FRANK, 1996 apud CLARK, 2004, p. 232-233).<sup>25</sup>*

Acredita-se que as cenas musicais *indie*, oriundas das iniciativas independentes das juventudes britânica e norte-americana das décadas de 1980 e 90, devem considerar esses aspectos para conceber algo verdadeiramente transgressor e oposicional aos conteúdos veiculados pela cultura dominante na sociedade contemporânea.

---

<sup>25</sup> A verdadeira coisa a fazer é ter algum conteúdo. Se você não quer ser cooptado, se você não quer ser solapado, há somente uma coisa que impedirá: a política. Política nacional, política do ambiente de trabalho, mas, principalmente, política da cultura (Tradução nossa).

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. ; HORKHEIMER, M. A indústria cultural - o Iluminismo como mistificação de massa. In: LIMA, L. (org.), Teoria da cultura de massa, p. 159-204. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990 [1947].
- BENNETT, A. Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste. *Sociology*, v. 3, n 3, p. 599-617, 1999.
- BEST, S.; KELLNER, D. Contemporary youth and the postmodern adventure. Disponível em <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner>. Acesso: 12.nov.2004. 16p.
- BIVAR, A. O que é punk?. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- BOCOCK, R. Consumption. London: Routledge, 1997.
- BOLLON, P. A moral da máscara: merveilleux, zazous, dândis, punks, etc. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- BORELLI, S. H. S.. Universalidades e singularidades juvenis: cotidiano, nomadismo e consumo cultural. ECO-PÓS, Rio de Janeiro, vol. 6, nº 1, p. 113-122, 2003.
- BOURDIEU, P. La distinction - critique sociale du jugement. Paris: Les Éditions de Minuit, 1997 [1979].
- \_\_\_\_\_. A metamorfose dos gostos. In: Questões de sociologia, p. 127-135. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- CAMPBELL, C. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CANCLINI, N. G. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.
- CHANEY, D. Lifestyles. London: Routledge, 1996.
- DEBORD, G. A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DeCERTEAU, M. A invenção do cotidiano. Petrópolis: Vozes, 1994.
- DIAS, M. T. Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo editorial, 2000.
- EAGLETON, T. Ideología: uma introdução. São Paulo: Boitempo/UNESP, 1997.
- EPSTEIN, J. (ed.) Youth culture: identity in a postmodern world. Malden, Massachusetts: Blackwell, 1998.

ESCOTEGUY, A. C. D. Cartografias dos Estudos Culturais. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FEATHERSTONE, M. Cultura de consumo e pós-modernismo. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

\_\_\_\_\_. O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 1997.

FISKE, J. Understanding popular culture. London: Unwin Hyman, 1989a.

\_\_\_\_\_. Reading popular culture. London: Unwin Hyman, 1989b.

FOUCAULT, M. A ordem do discurso. São Paulo: Loyola, 1999.

FREIRE FILHO, J. Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós-modernidade. ECO-PÓS, Rio de Janeiro, vol. 6, nº1, p. 72-97, 2003a.

\_\_\_\_\_. Música, identidade e política na sociedade do espetáculo. Interseções, Rio de Janeiro, n.2, p. 303-327, dez. 2003b.

\_\_\_\_\_. A sociedade do espetáculo revisitada. Famecos, Porto Alegre, vol. 22, p. 33-45, 2003c.

FRITH, S. Performing rites: on the value of popular music. Cambridge: Harvard University, 1996.

GELDER, K. ; THORNTON, S. (eds.). The subcultures reader. London: Routledge, 1997.

GIDDENS, A. Modernidade e identidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GLOSSARY of music styles. *Audiogalaxy*. Disponível em <http://www.audiogalaxy.com>. Acesso em: 05.nov.2004.

GOTTLIEB, J.; WALD, G. Smells like teen spirit: riot grrrls, revolution and women in independent rock. In: ROSS, Andrew & ROSE, Tricia (eds.). Microphone friends: youth music and youth culture, p. 250-274. London: Routledge, 1994.

GRIPSRUD, J. Understanding media culture. London: Arnold, 2002.

GROOPPO, L. A. Juventude: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas. Rio de Janeiro: Difel, 2000.

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

\_\_\_\_\_. The media economy of rock culture: cinema, postmodernity and authenticity. In: FRITH, S. et al (eds), Sound and vision: the music video reader, p. 185-209. New York: Routledge, 1993.

- \_\_\_\_\_. Is anybody listening? Does anybody care?: on talking about “the state of rock”. In: ROSS, A. ; ROSE, T. (eds.). Microphone friends: youth music and youth culture, p. 41-58. London: Routledge, 1994.
- \_\_\_\_\_. Putting the pop back into postmodernism. In: ROSS, A. (ed.). Universal abandon: the politics of postmodernism. Minneapolis: University of Minnesota, 1989.
- HALL, S. Encoding/decoding. In: HALL, S. et al. (eds.), Culture, media, language: working papers in cultural studies, 1972-1979, p. 128-138. London: Hutchinson, 1980.
- \_\_\_\_\_. Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- \_\_\_\_\_. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- HALL, S.; JEFFERSON, T. (Orgs.) Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain. London: Hutchinson, 1976.
- HEBDIGE, D. Subculture: the meaning of style. London: Methuen, 1979.
- HESMONDHALGH, D. Indie: the institutional politics and aesthetics of a popular music genre. Cultural studies, vol 13 (1), p 34-61. London: Routledge, 1999
- HETHERINGTON, K. Expressions of identity: space, performances, politics. London: Sage, 1998.
- HYPE! Direção: Doug Pray. Produção: Steven Helvey, Lisa Dutton, Pete Vogt. Estados Unidos: Republic Studios, 1996.84 minutos.
- JANOTTI JR., J. À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva. EcoPós, Rio de Janeiro, v.6, n.5, p. 31-46, ago./dez. 2003.
- \_\_\_\_\_. Aumenta que isso aí é rock'n'roll: mídia, gênero musical e identidade. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003.
- KAPLAN, E. A. Rocking around the clock: music, television, postmodernism and consumer culture. New York: Methuen, 1987.
- KELLNER, D. A cultura da mídia. São Paulo: EDUSC, 2001.
- \_\_\_\_\_. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. Líbero, São Paulo, ano VI, vol. 6, nº11. p. 4-15, 2003.
- LARRAÍN, J. & HURTADO, A. El concepto de identidad. Famecos, Porto Alegre, nº 21, agosto, p. 30-42, 2003.
- LEMERT, C. Pós-modernismo não é o que você pensa. São Paulo: Loyola, 2000.
- LOPES, M. I. Pesquisa em comunicação. São Paulo: Loyola, 1990.
- LONGHURST, B. Popular music and society. Cambridge: Polity, 1995.

- LULL, J. (Org.) Popular music and communication. London: Sage, 1992.
- LURY, C. Consumer culture. London: Sage, 1996.
- MAFFESOLI, M. O tempo das tribos: *o declínio do individualismo na sociedade de massa*. Rio de Janeiro: Forense, 1998.
- MARTÍN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, M. W. de (Org.) Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-68.
- \_\_\_\_\_. Dos medios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2002.
- MATO, D. Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder. In: \_\_\_\_\_ (Org.) Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder. Caracas: UCV/CLACSO, 2001. p. 21-46.
- MATTELART, A.; NEVEU, É. Introdução aos estudos culturais. São Paulo: Parábola, 2004.
- MATTELART, A.; MATTELART, M. Pensar as mídias. São Paulo: Loyola, 2004.
- McROBBIE, A. Feminism and youth culture: *from Jackie to Just Seventeen*. London: Macmillan, 1991.
- \_\_\_\_\_. Postmodernism and popular culture. London: Routledge, 1994.
- McNEIL, L.; McCAIN, G. Mate-me por favor: uma história sem censura do punk. Porto Alegre: L&PM, 2002.
- MIDDLETON, R. Studying popular music. Philadelphia: Open University, 1990.
- MILES, S. Consumerism: as a way of life. London: Sage, 1998.
- \_\_\_\_\_. Youth lifestyles in a changing world. Oxford: Open University Press, 2000.
- \_\_\_\_\_. Consuming youth: consuming lifestyles. In: MILES, S. et al. (eds.), *Changing consumer: markets and meanings*, p. 131-144. London: Routledge, 2002.
- MP3.com. *Mp3.com*. Disponível em <http://www.mp3.com>. Acesso em: 11.nov.2004.
- MUGGLETON, D. Inside subculture: the postmodern meaning of style. Oxford: Berg, 2000.
- MUGGLETON, D.; WEINZIERL, R. (eds.). The post-subcultures reader. Oxford: Berg, 2003.

VMB 2004. MTV Brasil. Disponível em <http://mtv.terra.com.br/vmb2004/hotsite>. Acesso em: 12.nov.2004.

NEGUS, Keith. Popular music in theory: an introduction. London: Wesleyan University, 1996.

\_\_\_\_\_. Cultural production and the corporation: musical genres and the strategic management of creativity in the US recording industry. *Media, Culture & Society*, London, vol. 20, nº 3, p. 359-379. Sage, 1998.

O'SULLIVAN T. et al. Key concepts in communication and cultural studies. New York: Routledge, 2002. p. 296-298.

REDHEAD, Steve. Subculture to clubcultures: an introduction to popular cultural studies. Oxford: Blackwell, 1997.

SANTAELLA, L. Comunicação & pesquisa. São Paulo: Hackers, 2001.

SHUKER, R. Vocabulário de música pop. São Paulo: Hedra, 1999.

\_\_\_\_\_. Understanding popular music. New York: Routledge, 2002.

SKELTON, T.; VALLENTINE, G. (eds.). Cool places: geographies of youth cultures. London: Routledge, 1997.

SLATER, D. Cultura do consumo & modernidade. São Paulo: Nobel, 2002.

STAM, R. Mikhail Bakhtin e a crítica cultural de esquerda. In: KAPLAN, E. A. (Org.) O mal-estar no pós-modernismo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

STRINATI, D. Cultura popular: uma introdução. São Paulo: Hedra, 1999.

STRAW, W. et alii (org). Popular music: style and identity. Montreal: Centre for Research on Canadian Cultural Industries and Institutions, 1995.

SUNKEL, G. Una mirada otra. La cultura desde el consumo. In: MATO, D. (Org.) Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder. Caracas: UCV/CLACSO, 2001. p. 287-294.

THOMPSON, J. B. The media and modernity: a social theory of the media. California: Stanford University, 1995.

THORNTON, S. Club cultures: music, media and subcultural capital. Oxford: Polity, 1995.

\_\_\_\_\_. Moral panic, the media and british rave culture In: ROSS, A. ; ROSE, T. (eds.). Microphone friends: youth music and youth culture. p. 176-192. London: Routledge, 1994.

TOP-selling platinum albums. Western Michigan University. Disponível em <http://www.wmich.edu/mus-gened/mus152/platinum.html>. Acesso em: 11.nov.2004.

WARDE, A. Consumption, identity-formation and uncertainty. *Sociology*, v. 28, n 4, p. 877-898, 1994.

WEINSTEIN, D. Alternative youth: the ironies of recapturing youth culture. Disponível em: [http://www.alli.fi/nyri/young/1995/95\\_1\\_Artikel\\_Weinstein.htm](http://www.alli.fi/nyri/young/1995/95_1_Artikel_Weinstein.htm). Acesso em: 11.jul.2004. 13 p.

## **ANEXOS**

## ANEXO A

Quadro de gêneros musicais do site audiogalaxy

<b>audiogalaxy</b>		
<b>FolderShare.com - Your Files Anywhere - Personal P2P</b>		
Music Search <input type="button" value="go"/>	— Jump To — <input type="button" value="go"/>	member login 
<b>Modern Rock</b> see <a href="#">Rock department</a>	<b>Electronica</b> see <a href="#">Electronica department</a>	<b>Pop</b>
<i>Alternative Rock</i>	<i>Acid Jazz</i>	<i>Dance Pop</i>
<i>Adult Alternative</i>	<i>Ambient</i>	<i>Easy Listening</i>
<i>Brit Pop</i>	<i>Dark Ambient</i>	<i>Euro Pop</i>
<i>Grunge</i>	<i>Big Beat</i>	<i>Soft Rock</i>
<i>Rock en Espanol</i>	<i>Breakbeat</i>	<i>Teen Pop</i>
<i>Experimental Rock</i>	<i>Downbeat</i>	<i>Vocalists</i>
<i>Indie Rock</i>	<i>Dub Techno</i>	<b>Hip Hop</b>
<i>Chamber Pop</i>	<i>Trip Hop</i>	see <a href="#">Hip Hop department</a>
<i>Indie Folk</i>	<i>Drum 'n' Bass</i>	<i>Abstract Hip Hop</i>
<i>Indie Garage</i>	<i>Jungle</i>	<i>Bass</i>
<i>Indie Pop</i>	<i>Electro Funk</i>	<i>Gangsta Rap</i>
<i>Jangle Pop</i>	<i>House</i>	<i>Independent Hip Hop</i>
<i>Lo Fi</i>	<i>Deep House</i>	<i>Turntablist</i>
<i>New Psychedelia</i>	<i>Disco House</i>	<i>Old School Hip Hop</i>
<i>Noise Rock</i>	<i>Garage</i>	<i>Pop Rap</i>
<i>Post Rock</i>	<i>Happy Hardcore</i>	<i>Southern Hip Hop</i>
<i>Space Rock</i>	<i>Organic House</i>	<b>R&amp;B</b>
<i>Jam Rock</i>	<i>Industrial</i>	<i>Funk</i>
<i>New Wave</i>	<i>Intelligent Dance Music</i>	<i>Disco</i>
<i>Goth Rock</i>	<i>Techno</i>	<i>G-Funk</i>
<i>Synth Pop</i>	<i>Detroit Techno</i>	<i>Gospel</i>
<i>Post Punk</i>	<i>Digital Hardcore</i>	<i>Soul</i>
<i>Power Pop</i>	<i>Trance</i>	<i>70s Soul</i>
<b>Rock</b> see <a href="#">Rock department</a>	<b>Jazz</b> see <a href="#">Jazz department</a>	<i>Contemporary R&amp;B</i>
<i>Classic Rock</i>	<i>Be Bop</i>	<i>Motown</i>
<i>Acid Rock</i>	<i>Cool Jazz</i>	<i>New Soul</i>
<i>Garage Rock</i>	<i>Hard Bop</i>	<i>Quiet Storm</i>
<i>Blues Rock</i>	<i>Avant Garde</i>	<b>Reggae</b>
<i>British Blues Rock</i>	<i>Post Bop</i>	<i>Roots Reggae</i>
<i>British Invasion</i>	<i>Latin Jazz</i>	<i>Dub Reggae</i>
<i>Folk Rock</i>	<i>Soul Jazz</i>	<i>Dancehall</i>
<i>Glam Rock</i>	<i>Jazz Fusion</i>	<i>Lovers Rock</i>
<i>Prog Rock</i>	<i>Big Band</i>	<i>Pop Reggae</i>
<i>Kraut Rock</i>	<i>Dixieland</i>	<i>Ska</i>
<i>Southern Rock</i>	<i>Swing</i>	<i>Rock Steady</i>
<i>Hard Rock</i>	<i>Crossover Jazz</i>	<b>World</b>
<i>Guitar Rock</i>	<i>Lounge</i>	<i>African</i>

## ANEXO B

Resultado de busca da palavra “BEATLES” no site audiogalaxy

**audiogalaxy**  **FolderShare.com - Your Files Anywhere - Personal P2P**

Music Search ▾ BEATLES **go** — Jump To — **go** member login 

## search results

1-10 of 19 matches

**the beatles** is on Rhapsody  
Listen to the beatles and over 8,300 other artists with **Rhapsody**. Free 7-day Trial!  
[» GET RAPSODY](#)

Artist	Top Matching Song
<b>the beatles</b>	<i>yesterday</i> <a href="#">2350 comments</a>
<i>Rock, Pop, Classic Rock, Oldies, Early Rock &amp; Roll, British Blues Rock, British Invasion</i> also try: <a href="#">pink floyd</a> , <a href="#">the rolling stones</a> , <a href="#">led zeppelin</a> , <a href="#">oasis</a>	
<b>dave matthews band</b>	<i>in my life (The Beatles cover live)</i> <a href="#">112 comments</a>
<i>Jam Rock, Adult Alternative, Modern Rock</i> also try: <a href="#">john mayer</a> , <a href="#">dispatch</a> , <a href="#">dmb</a> , <a href="#">phish</a>	

## ANEXO C

Quadro de gêneros musicais do site *mp3.com*

The screenshot shows the mp3.com homepage with a navigation bar at the top. Below the navigation is a search bar and a banner for Napster. The main content area is titled "Alternative/Indie" and contains three tabs: Overview, Styles, Key Artists, and Key Albums. The "Styles" tab is selected, displaying a grid of alternative rock sub-genres.

## Alternative/Indie

**Main Styles**

<b>Alternative/Indie</b>	<b>Rock &amp; Roll/Roots</b>	<b>British Invasion</b>
<b>Art-Rock/Experimental</b>	<b>Soft-Rock</b>	
<b>Hard Rock/Metal</b>	<b>Psychedelic/Garage</b>	
<b>Pop/Rock</b>	<b>Europop</b>	
<b>Punk/New Wave</b>	<b>Foreign Language Pop</b>	

**Alternative/Indie**

<b>Adult Alternative</b>	<b>Art-Rock/Experimental</b>	<b>College Rock</b>
<b>Pop/Rock</b>	<b>British Trad Rock</b>	<b>Cowpunk</b>
<b>Alternative Dance</b>	<b>Britpop</b>	<b>Dream Pop</b>
<b>Alternative Folk</b>	<b>Chamber Pop</b>	<b>Emo</b>
<b>Ambient Pop</b>	<b>Cocktail</b>	<b>Funk Metal</b>
<b>American Underground</b>		
<b>Garage Punk</b>	<b>Industrial</b>	<b>Math Rock</b>
<b>Goth Rock</b>	<b>Industrial Dance</b>	<b>Neo-Glam</b>
<b>Grunge</b>	<b>Jangle Pop</b>	<b>Neo-Psychedelia</b>
<b>Indie Pop</b>	<b>Lo-Fi</b>	<b>New Zealand Roc</b>
<b>Indie Rock</b>	<b>Madchester</b>	<b>Noise Pop</b>
<b>Paisley Underground</b>	<b>Punk Revival</b>	<b>Shibuya-Kei</b>
<b>Pop Underground</b>	<b>Punk-Pop</b>	<b>Shoegaze</b>
<b>Post-Grunge</b>	<b>Queercore</b>	<b>Ska-Punk</b>
<b>Post-Rock</b>	<b>Riot Grrrl</b>	<b>Skatepunk</b>
<b>Psychobilly</b>	<b>Sadcor</b>	<b>Slowcore</b>
<b>Space Rock</b>		
<b>Third Wave Ska Revival</b>		
<b>Twee Pop</b>		