

**LUIZ ALBERTO MOURA, JEAN-MARTIN RABOT
& MOISÉS DE LEMOS MARTINS**

luizalberto.moura@gmail.com; jmrabot@ics.uminho.pt; moiseslmartins@gmail.com

**Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
(CECS), Universidade do Minho, Portugal**

UMA GENEALOGIA DAS GRAVADORAS INDIE EM PORTUGAL (1982 – 2017)

RESUMO

O presente artigo pretende trabalhar, dentro de um contexto social, político e histórico, a música indie portuguesa no período compreendido entre 1982 e 2017. Este intervalo temporal abrange a criação da que consideramos a primeira gravadora indie nacional, a Fundação Atlântica, até à escolha de Portugal como *country focus* do “Eurosonic”, uma das maiores feiras de música independente do mundo, facto considerado – pela imprensa local – ponto de viragem no indie nacional. Dentro desse recorte temporal recorreremos a outro parâmetro, o de objeto, com 18 gravadoras do gênero, que entendemos serem fundamentais para a compreensão do fenómeno a ser estudado. Através de um olhar comparativo, verificaremos como o indie no Reino Unido, inicialmente, e, depois, o americano tiveram influência e como foram reconfigurados localmente. Dentro de um prisma transdisciplinar, utilizaremos a Comunicação como ponto de partida para entender os processos que essas editoras tiveram na divulgação e na valorização do indie enquanto produto cultural nacional, combinados com as mudanças sociais, políticas e econômicas ocorridas no país dentro do período proposto.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; diacronia; gravadoras indie; independência; indie

Se você tinha mais de 30 anos quando o Muro de Berlim caiu, é provável que aquela música tenha lhe parecido um tanto sem sentido. Por outro lado, se estava na adolescência ou na casa dos 20 anos, e especialmente se era homem, branco, magro, de óculos, é bem possível que o indie rock tenha soado como uma comunidade – uma salvação, até. (Cohen, 2015, § 1)

INTRODUÇÃO

No fim dos anos 1970, quando a Rough Trade¹ abriu as portas em Londres, havia cerca de 14 grandes companhias discográficas no mundo; hoje existem apenas três (King, 2012). Por outro lado, observa-se um crescente número de novas gravadoras indie que surgem em todas as partes do planeta (King, 2012).

Este artigo procura reconstituir a trajetória do indie em Portugal, tendo como fio condutor 18 gravadoras nacionais do gênero, que consideramos emblemáticas, assim, como suas relações temporais e espaciais ao longo de 35 anos. Trata-se de uma observação inicial de como estes selos surgem, moldam-se (de acordo com as realidades local e nacional), transformando as comunidades em que estão inseridas. Pretendemos destacar e elucidar seus papéis preponderantes na descentralização/evolução de cenas musicais, imprescindíveis na criação/produção/divulgação musical nacional.

METODOLOGIA

Numa abordagem diacrônica e multifacetada da produção/criação do indie português e seus processos de edição, mediação e disseminação, pretendemos elucidar questões e traçar os impactos sofridos/impostos, em cruzamentos com o contexto sócio-histórico português.

O estudo do indie, sob a ótica das gravadoras indie, segue a linha desenvolvida numa conjuntura anglo-saxônica, porém, incipiente em Portugal, que também exige abordagem sistemática transdisciplinar e comparativa. A bibliografia, além de elucidar o indie enquanto fenômeno cultural, possibilitará paralelos que o situam na música portuguesa a partir dos anos 1980. No entanto, a carência de literatura recente, notadamente dos anos

¹ Uma das mais emblemáticas lojas de discos e, posterior, gravadora indie de bandas como The Smiths, Aztec Camera, The Strokes, entre outros. Mais em informação em <https://www.roughtraderecords.com/>

1990 em diante, obriga-nos a utilizar fontes da imprensa e/ou entrevistas pessoais com atores destes selos.

FILTROS E RECORTES

Em um recorte temporal, partimos da criação da Fundação Atlântica em 1982 e encerramos em 2017, quando Portugal foi o *country focus* do “Eurosonic”², momento considerado pela comunicação social local como “provavelmente a maior acção concertada no sentido de dar a conhecer a atual realidade musical portuguesa” (Belanciano, 2017, p. 30). E, devido ao montante elevado de gravadoras verificado através de uma base de dados preliminar, foi preciso delimitar um número por meio de entrevistas e consultas a jornalistas especializados, pesquisadores, radialistas, etc., chegando a 18 selos que, de alguma forma, possuem características marcantes do gênero e que consideramos cobrir com clareza o recorte proposto.

O INDIE

A fim de entender o indie na música portuguesa, retomaremos as características iniciais do gênero. Por um prisma diacrônico, observaremos similaridades/particularidades do indie gerado no Reino Unido e do reconfigurado em Portugal: o primeiro é determinante na gênese do segundo, enquanto o praticado nos Estados Unidos tem maior penetração nos anos 90³.

Desde que começou a ser gravada e comercializada até o fim dos anos 1970, a música foi regida pelas grandes gravadoras, chamadas de *majors* (King, 2012), como Warner Bros., Sony, e, em Portugal, a Valentim de Carvalho, entre outras. As demais, chamadas de independentes⁴, possuíam *modi operandi* similares àquelas, e eram pequenas empresas que viviam de lucros, assim como da venda de direitos de artistas às *majors*. É o caso da Atlantic, Motown ou Vidisco, e Movieplay, no caso português (Neves, 1999; Nunes, 2014).

O *single* “Spiral Scratch”, lançado em janeiro de 1977 pela banda Buzzcocks, de Manchester, Inglaterra, foi o primeiro marco indie. O EP de quatro faixas “teve que ser” gravado, editado, custeado pelo grupo e lançado

² O evento contou com cerca de cinco mil profissionais, 40 mil pessoas, 23 bandas, profissionais do sector entre *managers*, produtores, editores, programadores, promotores de festivais, entre outros (Belanciano, 2017).

³ Como será analisado adiante.

⁴ Uma boa distinção entre indies e independentes é que estas sempre tiveram apoio das *majors* em algum momento, seja na produção, distribuição ou no marketing (Reynolds, 2005).

pelo selo New Hormones, cofinanciado pela banda e pelo produtor Richard Boon (Logue, 2015), uma vez que segundo Richard Boon (citado em Simpson, 2017), “os observadores das grandes gravadoras não se aventuravam em Manchester”. E, mesmo assim, “Spiral Scratch”, chegou a vender 16 mil cópias (Simpson, 2017). O disco “provou que era possível ter completo controle da música, da produção à distribuição, e, no processo, o indie foi inventado” (Boon, citado em Simpson, 2017).

Depois de “Spiral Scratch”, um grupo de gravadoras indie como a Rough Trade (1978), 4AD (1979), Mute (1978) e Factory (1978) (Aston, 2013; King, 2012; Reynolds, 2005; Taylor, 2010) surgiu na Grã-Bretanha: “qualquer um poderia competir com os grandes, mas isso só aconteceu porque [“Spiral Scratch”] foi um disco inegavelmente impactante” (Travis, citado em Simpson, 2017). Criou-se, assim, uma nova linguagem, um novo jeito de comunicar e de apresentar-se ao mundo, desmistificando o processo de produção musical.

OS DISCURSOS DO INDIE

O indie se expande levando a estética *do it yourself* (DIY) do punk rock a um novo patamar, calcado não apenas numa sonoridade, mas numa atitude, num *ethos*. A ela, somava-se o *release it yourself* — algo como “lance você mesmo” (Reynolds, 2005).

Segundo Hesmondhalgh (1999, p. 111), era a primeira vez que um gênero musical era batizado, não a partir do seu tipo de som, mas pela forma como era produzido, gravado e disseminado. Para Radcliff (citado em Logue), o indie

é um gênero de música porque envolve guitarras barulhentas? É um modelo de negócios, pequenas empresas que não pertencem às grandes corporações ou é um estado de espírito? O que está claro é o sentimento de rebelião. Há 40 anos, as principais gravadoras tinham controle total da indústria da música e fazer seu próprio disco parecia completamente fora de questão, e seria necessário um monte de esquisitos e desajustados para iniciar a revolução. (Logue, 2015)

Assim, o indie foi desenvolvendo discursos próprios ao longo das últimas quatro décadas. “O indie é atonímico, uma vez que se opõe à cultura dominante, mas também se destina à produção de capital cultural que distingue os consumidores” (Guerra, 2013, p. 108). É a “busca incessante

da diferença” (Guerra, 2013, p. 128). Além disso, o controle das etapas de produção de um álbum é um valor inalienável do gênero. Tudo isso passa por ter domínio sobre o seu destino. Estar numa gravadora indie, para um artista ou banda, era muito mais que optar por um estilo musical, é um modo de vida, uma atitude (King, 2012). O indie é uma “interseção de vários fenômenos estéticos, sociais e comerciais” (Hibbett, 2005, p. 55), que nos obriga a observar sob diferentes prismas uma produção cultural única e inclusiva. Porém, como estruturas independentes que não seguem regras mercadológicas, os selos indie são diversos nos *modi operandi*, apresentando uma variedade de discursos, formas, estilos, etc., além, claro, de sonoridades.

Entretanto, é necessário contextualizar o período em que surgiram os selos indie. O post-punk, compreendido entre 1978 e 1985, “afirmou vigorosamente a possibilidade de a cultura ser ao mesmo tempo popular, experimental e com motivação intelectual” (Butt, Eshun & Fisher, 2016, p. 7). Baseava-se na diferença, na experimentação e nas releituras do passado em busca de novas linguagens. “O post-punk foi um projeto amador e autodidata que permitiu acreditar mais na própria incapacidade do que na educação ou na experiência” (Butt et al., 2016, p. 12).

Consideramos que uma gravadora indie é muito mais que a soma das suas partes. É “a combinação de design afiado, marketing lúdico e uma postura amplamente anti-industrial (...) a língua franca das pequenas e novas gravadoras” (King, 2012, p. 20). Bares, lojas de discos, casas noturnas, programas de rádio, festivais, entre outros, têm uma importância fundamental neste contexto. Vale notar que, tal qual observado no post-punk inglês – ao contrário do similar americano⁵ - grande parte dos selos estava interessada não somente em criar um mercado paralelo, mas, também, em se infiltrar no existente. O novo modo de produção serviria para “construir estruturas fora do *mainstream*, que ajudem a se infiltrar no *mainstream*” (King, 2012, p. xxv). Para Mark Radcliff, a questão era “vencer as *majors* no jogo delas” (Logue, 2015), mas mantendo a identidade e a ideologia do indie⁶.

⁵ Claramente aqui estamos fazendo uma generalização. Mas de acordo com a bibliografia especializada (Azerrad, 2001; Fine, 2015), as gravadoras indie e artistas americanos demonstraram ao longo dos anos um interesse mercadológico muito menor que seus contemporâneos britânicos.

⁶ Isso é ainda mais necessário nos dias atuais, em que o termo indie é usado para quase tudo que seja, teoricamente, produzido fora do *mainstream* ou “artesanal”. Seja no cinema, nos videogames, na gastronomia e até no aluguer de veículos para viagem. É usual a indústria cultural de massa corromper e se apropriar de termos e conceitos vindos de setores marginais da sociedade.

INDIE, CAPITAL CULTURAL, ART WORLDS E O CONCEITO DE REDES

Por princípios, entendemos os discursos propagados desde o surgimento do indie. Neste sentido, podemos aplicar, mesmo que brevemente, para contextualizar a pesquisa deste gênero em Portugal, conceitos já muito discutidos, mas que são inegavelmente intrínsecos ao *modus operandi* do indie: o capital cultural, de Bourdieu (1993); o *art world*, de Becker (1984); e o de redes, de Crossley (2008).

Um dos motes do indie é o discurso do “bom gosto”, do guardião da boa música, “marginal”, de nicho, “não popular”. Johnson (1993, citado em Hibbett, 2005) refere-se ao capital cultural de Bourdieu como uma “uma forma de conhecimento, um código internalizado ou uma aquisição cognitiva que dota o agente social de empatia com apreciação por, ou competência em decifrar relações e artefactos culturais” (p. 56), que “pressuporia uma superioridade cultural» deste grupo em relação a outros.

No que Abreu (2010), citando Bourdieu, chama de campo cultural, verifica-se uma legitimação do indie num processo de autoafirmação da música “pura”, pelo seu afastamento das *majors* e de seus processos estritamente capitalistas. Esse campo restrito faz com que a comunidade em torno destas gravadoras seja, assim como elas, interlocutora desta produção, uma espécie de «defensora” da música daquela coletividade⁷. Podemos definir o indie enquanto campo “de atividade composto por um conjunto estruturado de agentes cujas atividades se orientam mutuamente e constituem uma arena socialmente autónoma e relevante” (Abreu, 2010, p. 45).

O indie é um estilo constituído pelo trabalho comunitário, cooperativo que desperta forte sentimento de pertença entre seus seguidores/integrantes. Aqui, é possível encaixar a lógica de *art worlds* de Becker (1984). Os métodos operativos das gravadoras indie – muitas vezes não remunerados – apoiam-se na força cooperativa de membros que ocupam diversas funções igualmente importantes. Um ecossistema de colaboração e transformação de espaços para produção e divulgação de música. “Toda a arte, de resto, implica uma divisão extensiva do trabalho” (Becker, 1984, p. 13). Como diz Reynolds (2005), “essas coletividades também criavam seus próprios meios de entretenimento, (...) um espaço de produção cultural que envolvia colaboração e suporte mútuo” (p. 106).

Porém, como afirma Guerra (2013), esses movimentos não acontecem de forma ordenada, uma vez que esses grupos são forças heterogêneas.

⁷ As gravadoras indie podem ser encaixadas também neste *primeiro discurso* dentro do conceito de prescrição musical, o que será retomado em trabalhos futuros.

Em meio de um *caos* ordenado, que é uma gravadora indie, existem o que a autora chama de “convenções” (Guerra, 2013). Regras, muitas vezes abstratas, pré-estabelecidas, “não escritas”. *Art worlds* “estão sempre mudando, à medida que as condições mudam, incluindo quem é recrutado para as várias funções, os recursos disponíveis e tipos de público-alvo” (Becker, 1984, p. 71). Crane (1992) expande o conceito de *art world* de Becker ao falar em *culture world* e diz que “é impossível entender a natureza e o papel da cultura registrada na sociedade contemporânea sem examinar as características das organizações em que é produzida e disseminada” (p. 4).

E, se falamos de processos colaborativos, de cooperação, precisamos citar o conceito de redes. Se Crossley (2008) afirma que o punk foi o resultado de interações dentro de uma concreta base relacional entre seus atores, verificamos que o post-punk acaba por potencializar tais práticas. Estas, segundo Crossley (2008), são “estruturas de relações e interações entre atores de carne e osso que agem propositadamente e gozam de capacidade de autorreflexão, deliberação e escolha” (p. 91).

INDIE ENQUANTO IDENTIDADE

Falamos das coletividades indie enquanto grupos sociais que se afirmam pela diferença e, sendo assim, possuem discursos, simbologias, valores próprios que os distinguem do resto da sociedade. No indie, as trocas existentes nas relações econômicas têm valor simbólico. Estes mercados agem como esferas de ação social que não ficam restritas à mera troca de produtos por dinheiro. Abreu (2010) diz: o “lugar e o peso de uma empresa no campo são definidos na relação com todos os outros agentes do mesmo espaço econômico” (p. 14). Ou seja, a gravadora indie tem valor se (1) disseminar o que o nicho considera a “boa música”; 2) se mantiver fiel, ou seja, não “se vender ao mercado”; 3) mantiver seu estatuto de vanguarda. A partir daí, a gravadora proverá o espaço necessário para dotar os fãs da música que dissemina a identidade necessária que estas coletividades juvenis procuram:

a música independente nos anos 80 era um lugar onde as pessoas podiam estar seguras se achavam que eram diferentes. Pessoas que talvez tivessem ideias diversas sobre sua sexualidade e identidade. (...) Era um lugar onde o embaraço, a timidez e a contracultura eram celebrados. Era outro mundo. Era um lugar que eles poderiam chamar de seu. Era um lugar que tinha sua própria identidade. (Richard King, citado em Logue, 2015)

Assim, sentem-se parte de algo, de uma comunidade que os entendem e onde se sentem representados, distinguindo-se através das formas de se falar, agir e de se vestir⁸. Bernard Butler afirma que

a pessoa que estava sentada ao meu lado na escola ou na fila atrás, o que ele usava, o corte de cabelo, todas essas coisas definiam a música que ele ouvia e me contava tudo sobre ele sem que eu precisasse falar com ele. (Logue, 2015).

O indie fornece a “trilha sonora do autodescobrimento” (King, 2012, p. xxiv).

E, isso reflete-se também nas gravadoras: como projetos de *autor*, a música veiculada é reflexo do gosto⁹ do dono do selo, logo, variado e mutável ao longo do tempo. A identidade do selo indie se faz num processo simultâneo de dentro para fora e vice-versa, moldando-se com o passar das experiências – musicais, empresariais, financeiras, culturais, etc., acumuladas por estes atores (Hall, 1992).

UMA GENEALOGIA DO INDIE PORTUGUÊS

1982 – 1990: CRISE, EXPERIMENTALISMO E “IGNORÂNCIA”

A partir do fim dos anos 1970 e início da década seguinte, o rock em Portugal assume carácter mais autoral, adicionando ao que chegava de fora, o Português como língua “oficial”, entre outras características e sonoridades locais. Surge o desejo não só de fazer rock em Portugal, mas de fazê-lo português. O processo de modernização pós 25 de abril que afetou inicialmente as principais cidades do país, como Lisboa e Porto, teve um papel determinante no processo, uma vez que ditava e acompanhava as mudanças pelas quais a sociedade portuguesa passava: o aumento da escolaridade, a crescente urbanização, os avanços das tecnologias de informação, entre outros (Miguel, 2018, p. 67).

⁸ Citando Simmel (1934), Guerra (2013) diz: “o que move as classes das sociedades modernas a diferenciar-se é o ‘perigo da mistura e confusão entre ‘trajes’, maneiras, gostos’ das suas diferentes classes” (p. 124). Porque aqui não podemos nos esquecer que desde o início, o rock também é imagem (Guerra, 2013, p. 131). Sendo imagem, é discurso, é comunicação, quer dizer algo. A *t-shirt* de uma banda conecta essa jovem a um outro fã na rua. A comunicação foi estabelecida. Concede a pessoas que não se conhecem motivos para conversar, estabelece parâmetros para possíveis amizades. É firmado um sentimento de pertença ou o inverso: *não pertencem ao vosso mundo, sou diferente*. O visual tem importância fulcral no indie e será abordado em trabalhos futuros.

⁹ São outras questões – a do gosto e da formação do gosto dentro do universo do indie – no caso, o português – que também serão exploradas em trabalhos futuros.

Programas de rádio, como os de António Sérgio¹⁰, despertavam na juventude o desejo pelo moderno, a procura pelas novidades dos discos rock ou a assistir aos concertos de bandas estrangeiras, além do “o surgimento do Musicalíssimo e do Rock Week destinados a divulgar as bandas; o lançamento dos primeiros videoclipes de bandas portuguesas” também ajudaram nessa disseminação do rock em Portugal (Guerra, 2010, p. 222). Thompson postula que a

apropriação de produtos mediáticos é sempre um fenómeno localizado, no sentido de que envolve indivíduos específicos situados em contextos sócio históricos particulares e que aproveitam os recursos disponíveis para dar sentido às mensagens dos meios e incorporá-las em suas vidas. E as mensagens são muitas vezes transformadas no processo de apropriação à medida que os indivíduos as adaptam aos contextos da vida quotidiana. (Thompson, 1995, citado em Bennett, 2005, p. 59)

Quando o mercado de discos se expande e surgem os primeiros *hits* do pop rock local, tendo ampla divulgação nas rádios e na televisão (Guerra, 2010), o rock passa a ser visto pela indústria musical como rentável (Amaro & Paz, 2017). “Existia um espaço por preencher, e milhares de potenciais consumidores à solta, ávidos de canções capazes de gerar identidade imediata” (Branco, 2019, p. 204). Tal cenário provocou um abalo cultural, que não só mexeu com as estruturas do que acontecia a *olhos vistos*, como também nos *subterrâneos* da música portuguesa.

Um conjunto de novas bandas, que buscavam linguagens diferentes das produzidas pelo *mainstream*, espalharam-se pelo país, «cruzando referências culturais mais intelectuais, com plásticas assumidamente pop, sem preconceitos e genuína vontade de fazer diferente, em sincronia com as novas sonoridades que chegavam lá de fora” (Amaro & Paz, 2017, p. 129). Porém, a saturação do mercado fonográfico sentida na segunda metade de 1982, consequência da crise financeira da época¹¹, força a indústria musical a investir em artistas de retorno certo (Branco, 2019).

Foram necessárias, então, alternativas para absorver aquela a produção musical alternativa, uma vez que as dificuldades em lançar um disco por conta própria eram inúmeras¹²: “implicava dinheiro e infraestruturas de

¹⁰ Que também teria atividades como *manager* de gravadoras como, por exemplo, a Rotações.

¹¹ Em 1983, o Governo português, liderado por Mário Soares solicitou ao Fundo Monetário Internacional (FMI) um segundo resgate face ao cenário económico português.

¹² A banda lisboeta Croix-Sainte chegou – a exemplo do Buzzcocks – a criar um selo, a Alliance Records, para lançar o disco *The Life of He*, de 1985. Retirado de <https://www.discogs.com/artist/190588-Croix-Sainte>

mais difícil acesso. Daí a necessidade de fazer uma editora independente” (Galopim, 2006, citado em Guerra, 2010, p. 284). Assim, os jovens teriam que investir tempo e criatividade para criarem e promoverem um mercado independente e inovador em relação à indústria musical (Guerra, 2010). Neste contexto aparecem as primeiras gravadoras indie nacionais. Amaro afirma que

se estivéssemos dependentes só daquilo que surgiu via multinacional não havia uma história para contar. (...) Há uma história muito interessante que nos foi dada ao longo dos anos e muito a partir dos anos 80 que é quando aparece esse fenómeno, o crescimento da edição independente em Portugal. (...) Por aparecer na altura certa e por ter uma espécie de um critério, uma direção artística que era extremamente libertária. (Morais, 2011)

AS PIONEIRAS

Considerada “grande inovação [em um] tempo crítico” (Branco, 2019, p. 263), a Fundação Atlântica surge “inspirada em editoras independentes inglesas, em particular a Factory, de Manchester, com a qual Miguel Esteves Cardoso contactou durante sua estadia na Inglaterra” (Castelo-Branco, 2010, p. 535). Nela verificamos uma das características que marca o mercado indie local: a aproximação a grandes empresas para suprir a falta de infraestrutura de produção e distribuição. Porém, mesmo com o *background* de pessoas ligadas à indústria fonográfica, a Fundação Atlântica emularia outro forte aspeto das primeiras indie *labels* pelo mundo: a inabilidade na gestão dos negócios devido ao “acumular de série de equívocos empresariais” (Branco, 2019, p. 264), que levaram o selo a fechar as portas apenas dois anos depois. Porém, foi fundamental para a solidificação, a expansão da música independente nacional e para as experimentações musicais/fonográficas que se seguiriam.

Num mesmo sentido de inovação, em 1986, João Peste, vocalista da banda Pop D’ell Arte, funda no Campo de Ourique, em Lisboa, a Ama Romanta. Sociólogo, pretendia que o selo fosse “uma plataforma para a música moderna portuguesa, surgindo daí um movimento que ficou conhecido como a Geração Ama Romanta” (Guerra, 2010, p. 284). Para João Peste, a gravadora deveria ser um veículo contra as *ditaduras culturais* da época, “fazendo com que uma música diferente fosse editada e chegasse ao maior número de pessoas possível” (Pereira, 2017). Enquanto a Fundação

Atlântica abriu as portas a um novo formato musical, a Ama Romanta é emblemática na sedimentação do chamado rock “alternativo” em Portugal.

[A] partir de 1986, assistiu-se à emergência e progressiva sedimentação do subcampo do rock alternativo, o que passou pela criação de segmentos e nichos específicos de público, pela emergência de produtores e criadores especializados, pela sedimentação de instâncias de consagração e de legitimação e, mais importante, pelo facto de existir, a partir desta altura, um corpus de obras implícita ou explicitamente dirigido ao campo e refletindo a sua história. (Guerra, 2010, p. 1301)

Pouco antes, em 1984, a Dansa do Som teve sua gênese ligada aos “Concursos de Música Moderna do Rock Rendez-Vous”, na principal sala de espetáculos de Lisboa, nos anos 1980 (Castelo-Branco, 2010, p. 1128). A gravadora também capitalizou a atenção que os concursos receberam dos meios especializados da época, compilando em disco as novas bandas que concorriam.

Neste caso *sui generis* podemos encaixar o conceito de cena musical (Bennett & Peterson, 2004; Kruse, 2010; Straw, 1991), pois havia uma comunidade em torno dos concursos. Estes eventos colaboraram para solidificar o Português como língua “oficial” das bandas da época, item obrigatório para o concurso. Anos mais tarde, o selo foi considerado pela Secretaria de Estado da Cultura «como de inegável interesse cultural” para o país¹³, e encerrou atividades em 1989, com o fim dos concursos.

Em 1988, a Facadas na Noite (FNN), de Braga, surge numa cidade movimentada musicalmente por bandas como Mão Morta, Rongwrong¹⁴, Espírito Ressacado, entre outras. Foi pioneira no lançamento de álbuns nacionais de viés eletrónico/experimental e encerrou atividades em 1991 (Quintela & Vinhas, 2016, p. 2). Transitava também entre um programa na Rádio Clube do Minho e um *fanzine* chamado *Die Neue Sonne*.

O estilo de vanguarda da gravadora também se traduzia nas edições – quase todas em cassete e apoiado “num trabalho gráfico cuidadoso” (Jorge Pereira, citado em Quintela & Vinhas, 2015 p. 2) – que ajudaria a transformá-la num objeto de “culto”. “Quem tinha aquele artefacto na mão sabia que era uma edição da FNN” (Jorge Pereira, citado em Quintela & Vinhas, 2015, p. 3).

¹³ Ver <http://www.sinfonias.org/mais/musica-portuguesa-anos-80/topicos/editores/1019-dansa-do-som>

¹⁴ Vencedora do “III Concurso de Música Moderna”, em 1986.

OS ANOS 1990: DESCENTRALIZAÇÃO, INGLÊS E NOVAS INFLUÊNCIAS

Se as gravadoras indie portuguesas seguem um modelo britânico, nos anos 1990, as referências alargaram-se, e o gênero espalha-se pelo país, numa reconfiguração “dentro dos parâmetros desenhados anteriormente” (Guerra, 2010, p. 301).

A recuperação da economia, a legalização das rádios livres, o fim do monopólio estatal da televisão, a integração europeia em 1986, entre outros fatores, resultam na expansão do mercado fonográfico (Neves, 1999). Ademais, o autor destaca a emergência de profissionais do setor musical (produtores, técnicos de som), o incremento de publicações especializadas, o aumento ou realocação de lojas de discos para centros comerciais, da venda em supermercados e a presença das *majors* em solo português¹⁵ (Neves, 1999, p. 173).

O que vimos acontecer nos anos 1980, de certo modo, se repetirá: uma apropriação de sonoridades estrangeiras com reconfigurações locais. Porém, estes jovens estão mais conectados com o que acontecia no exterior. Nos anos 1990, Portugal vê a expansão das *fronteiras musicais*. Novas cenas musicais surgem e, rapidamente, estabelecem diálogos não só com a capital, mas entre si, criando redes e conexões, ampliando contatos e reescrevendo o mapa cultural local. “A década de 90 foi ainda marcada por um incremento na realização autárquica e consequente financiamento de concertos no quadro do pop rock (...) são os anos em que se quebra finalmente o isolamento de Portugal” (Guerra, 2010, p. 303).

Uma apropriação do Inglês e do *noise* se dá a olhos vistos com a explosão do *grunge* e da *cena de Seattle* – e das suas influências – no começo da década: bandas como Nirvana, Pixies e Sonic Youth *tomariam* o espaço antes dado ao experimentalismo do post-punk inglês. “O concerto do Sonic Youth, no Campo Pequeno, foi fundamental para aquela geração e fez com que muitos montassem uma banda” ou “uma editora” (Fred Ferreira, 44, *cameraman*, Bee Keeper, entrevista pessoal, 10 de outubro, 2019).

A década de noventa também assistiu a uma forte presença da música pop rock na televisão, designadamente em programas como a Chuva de Estrelas e o Pop Off (Junqueira, 2003). Na rádio, o destaque vai para a XFM e Rádio Energia. Também apareceu a MTV em Portugal. A MTV veio aniquilar o *grunge*, ao transformá-lo em algo massivo e inserido no panorama mainstream (Reynolds,

¹⁵ Warner Bros., Sony, BMG, Polygram e EMI (que rompera ligações com a Valentim de Carvalho), além da MCA.

2007). Por outras palavras, veio forçar a inclusão da cena underground e alternativa americana no mainstream. No entanto, o sucesso e projecção de bandas como os Nirvana dependeram, em parte, das possibilidades criadas pela MTV, sendo fundamental para a socialização musical para o rock das gerações de noventa. (Guerra, 2010, p. 332)

“A SEGUNDA GERAÇÃO”

Destaca-se aqui a Moneyland Record\$¹⁶, criada em 1991 pelo músico e artista plástico caldense João Paulo Feliciano¹⁷ que, mesmo sediada em Lisboa, foi vital para divulgar a chamada *cena das Caldas da Rainha*. Esta *capturava* a essência de uma nova linguagem no rock português, referente ao movimento *no wave* nova-iorquino, aos Sonic Youth, cantado em Inglês (Moura & Guerra, 2016), com bastante ênfase no trabalho gráfico. O selo¹⁸ também abriu espaço para bandas similares de outras localidades, como Lulu Blind e More República Masónica, corroborando que determinadas cenas musicais passam a ter fronteiras mais filosóficas do que geográficas.

Outra editora essencial neste cenário foi a Bee Keeper¹⁹, criada por Elsa Pires em 1994 e considerada “um dos motores indie nacionais durante os anos 90” (Rios, 2016). A gravadora influenciada por selos como o americano K Records e o britânico Slampt, considerava-se um “veículo de expressão”²⁰ das bandas. Apesar da curta duração, “deixou a sua marca na segunda vaga da cena indie rock nacional” (Dinis, 2013). Tinha como característica principal o trabalho coletivo e artesanal e a comunidade que foi se juntando em torno dos concertos dos artistas do selo. Os lançamentos eram acompanhados de letras manuscritas e as capas eram verdadeiros trabalhos artísticos desenhadas à mão. Foi uma das primeiras gravadoras indie do país a se beneficiar com a expansão do CD em Portugal e das pioneiras a ter contactos com outras de fora de Portugal. Ainda em relação à

¹⁶ Catálogo disponível em <https://www.discogs.com/label/86854-Moneyland-Records>

¹⁷ O Tina and the Top Ten, banda de João Paulo Feliciano na altura, é uma das que faz a primeira parte do concerto do Sonic Youth na Praça de Touros do Campo Pequeno, a 14 de julho de 1993.

¹⁸ João Paulo fora convidado pouco antes da criação do selo para participar de uma ação em que pessoas ligadas às artes criavam uma página de publicidade, de livre tema, dentro do jornal *Expresso*. Num misto de provocação e vanguarda, ele resolveu que a página seria um anúncio fictício de uma “nova editora”, a Moneyland Record\$, ilustrada com as capas dos lançamentos num catálogo diversificado e voltado para o lado artístico/*noise* do rock. Curiosamente, as pessoas se interessaram pelos “álbuns”, entrando em contato para adquiri-los.

¹⁹ Catálogo disponível em <https://www.discogs.com/label/168450-Bee-Keeper>

²⁰ Retirado de <http://www.oocities.org/sunsetstrip/palms/4301/entre.htm>

descentralização, Coimbra e Póvoa de Varzim terão dois selos emblemáticos no período: a Lux Records²¹ e a LowFly.

A primeira fez de uma cidade conhecida pelo conservadorismo e pela universidade, um dos polos da nova música portuguesa da época, impulsionada por bandas como os Tédio Boys, tendo o hedonismo como marca. A Lux Records (1996), ainda existente, de Rui Ferreira, ligada à RUC (Rádio Universitária de Coimbra), vai inicialmente apostar no local, na comunidade, como forma de resistência ao eixo Lisboa-Porto. Esta gravadora absorve uma cena musical e se torna num farol para uma movimentação artística, tornando-se a agregadora desta e ganhando notoriedade a partir dela. Logo, como em outras cidades do país, Coimbra, impulsionada por eventos destas bandas e pela Lux Records, vai desenvolvendo uma cultura musical em torno de bares e discotecas.

[Em Coimbra] é preciso destacar ainda, nos anos noventa, a existência de locais e contextos potenciadores do agrupamento de sensibilidades musicais: a discoteca States, enquanto lugar de encontro despoletador da cena musical de Coimbra; a Cave das Químicas, cenário improvável de muitos concertos pela noite dentro; e a Rua da Sofia. (Guerra, 2010, p. 319)

A LowFly²², do artista gráfico Esgar Acelerado, ao contrário do que verificaremos na década seguinte, inicia-se a partir de um festival. “Havia um bando de pessoas entediadas, reclamando que nada existia na cidade. Escrevi um texto em que dizia que a cidade precisava de um festival que levei a Câmara de Póvoa de Varzim e acabou aceite e financiado” (Esgar Acelerado, 48, Artista Plástico, entrevista pessoal, 11 de novembro, 2019). A partir do “Cais do Rock” e do contato com bandas do país inteiro, veio a ideia da Lowfly²³. O selo possuía um leque variado de bandas, sem restrições à língua, nem se fixava a bandas da região²⁴. “Era um cenário mais efervescente no país, honesto, simples, fácil. Hoje, as bandas são mais voltadas para o negócio” (Esgar Acelerado, 48, Artística Plástico, entrevista pessoal, 11 de novembro, 2019). A Lowfly encerra as atividades em 2004, vindo Esgar a criar uma nova gravadora anos depois, a Chaputa Records, esta com mais laços internacionais.

²¹ Catálogo disponível em <https://www.discogs.com/label/56172-Lux-Records>

²² Catálogo disponível em <https://www.discogs.com/label/72145-LowFly-Records>

²³ A ideia de um investimento em música vinha do *fanzine Cru* que Esgar mantinha, em que enviava notícias falsas para jornais sobre álbuns e bandas *fakes*. Juntamente com o “Cais do Rock” e a proximidade a artistas que tocavam no evento, fez surgir a curiosidade em gerir um selo musical.

²⁴ Chegou a lançar um *single* do artista americano Bonnie Prince Billy.

OS ANOS 2000: A INTERNET (E A IMATERIALIDADE), CRISE E NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS

[F]oi possível observar ao longo dos últimos sete anos um reavivar, e mesmo um refundar, do que chamamos rock português, ou rock produzido em Portugal. E, mais do que isso, uma intensificação discursiva e representacional do chamado rock alternativo, que só encontra paralelo, no nosso país, nos anos 1980. (Guerra, 2013, p. 181)

Os anos 2000 iniciam-se em Portugal como no resto do mundo: observando a popularização da internet, e o acesso à música gravada, com a troca de arquivos em formato MP3. Esta democratização vai incorrer numa mudança drástica no modo como se consome música a partir de então, chegando à *desmaterialização* dos formatos (Guerra, 2010). Não só o modo como se ouvia música mudava, como também a disseminação permitindo às gravadoras indie maior competitividade num mercado fonográfico em crise, devido à pirataria provocada pelos downloads ilegais e, consequentes, quedas nas vendas de álbuns físicos. “Foram os *geeks* com computadores, não os com guitarras, que destronaram as *majors*” (Cohen, 2015).

Estas novas tecnologias, somadas a blogues e as primeiras redes sociais (Fotolog, Orkut, Facebook, Twitter), permitem às indie *labels* ferramentas de divulgação sem custos para qualquer parte do mundo. Assim, as gravadoras indie começam, a partir dos anos 2000, a enxergar um horizonte possível de sobrevivência no vácuo da falência do modelo de negócio das *majors*. Elas poderiam tomar uma parcela do mercado se adicionassem aos seus preceitos de liberdade artística, uma maior modernidade e profissionalismo.

A troca de informações torna-se mais intensa, provoca reconfigurações sonoras e até mesmo espaciais, amplificando o movimento iniciado na década anterior fazendo mais comunidades serem reconhecidas pela produção musical/artística. Como diz Hudson (2006), o indie pelo seu modo peculiar de produção, de consumo e de divulgação, reconfigura a música que vem de fora às identidades locais, fazendo ressurgir novas formas de se comunicar usando as gravadoras locais como porta de saída de sons feitos naquelas comunidades, sejam elas cidades, bairros, ruas, etc. Ainda segundo este autor (Hudson, 2006), a partir dos anos 2000, a expansão do conceito de globalização, no caso da música, dá um novo sentido às práticas de divulgação artística, reforçando em certos casos sentimentos de identidade e de pertença.

As gravadoras indie para além de “traduzirem” os sons que acontecem em localidades, em fonogramas, também partilham valores em forma de discos, sons, capas. Espalham o trabalho não só de artistas musicais, mas de artistas gráficos, letristas, estúdios de “determinado” local. Guerra (2015) vai ao encontro do que dizemos quando destacamos a importância das gravadoras indie no processo de aquisição de capital cultural de uma coletividade. Citando Wacquant (2005), diz que a “originalidade artística é conseguida (...) não por um dom carismático do artista, mas através desta ‘transcendência de instituição’ coletiva, tornada possível pelos mecanismos sociais do campo” (Guerra, 2015, p. 4).

Nesse momento, as gravadoras percebem que precisariam também de ir além da venda de fonogramas. Isto, reajusta o cenário e transforma, não só o *modus operandi* destes selos, como o cotidiano de algumas dessas localidades. “As editoras independentes em Portugal não conseguem atingir lucro por via da edição, tendo de apostar no alargamento de atividades” (Guerra, 2010, p. 361). Assim, assumem o papel ou ligam-se a produtoras, agências de espetáculos, promotores, entre outros.

As gravadoras indie então transformam o cotidiano do espaço urbano através de eventos, tornando localidades em polos criativos, no que Costa, Guerra e Oliveira chamam de “competição interurbana” (Costa, Guerra & Oliveira, 2015, p. 189). Festivais de pequeno e médio porte espalham-se por cidades e aldeias, contando com parcerias tanto privadas, quanto com os poderes públicos locais. Destaca-se que essas iniciativas perduraram mesmo com a grave recessão econômica que assolou o país naquela década (Lourenço, 2009).

É nesse momento que Portugal assiste a uma difusão internacional mais constante, fomentando contactos e a concretização de turnês de artistas indie pela Europa.

Neste período, surge a dúvida: se um músico agora consegue produzir um álbum em casa e distribuí-lo via Myspace, porque ele precisaria de um selo? O poder de uma gravadora indie pode ser medido nas palavras de Guerra (2010), quando diz que “frequentemente, os músicos deparam-se com dificuldades ao nível da distribuição, da marcação de concertos e da promoção dos seus trabalhos junto dos *media* pertinentes e dos jornalistas especializados” (p. 360).

Ou seja, não importa o método de produção ou de distribuição, o selo indie é a chancela, o *filtro* que confere valor ao fonograma/banda em questão. Em cada comunidade onde uma gravadora indie tenha tido impacto, percebemos como a linguagem, o discurso de cada uma influenciou

não só a música ali produzida, mas também a maneira como esses locais foram vistos a partir dali pelo resto do país (e, mais recentemente, pela Europa).

RENASCIMENTO

Para João Modas, promotor da Pointlist, “houve um momento em que aconteceu uma virada para uma nova vaga na música independente, há cerca de 12, 10 anos. Foi o surgimento da Lovers & Lollypops” (Portulez, 2017), no meio da crise que assolava o país, em meados da década passada. Fundada em 2005 e influenciada pela cena indie de Barcelona, a gravadora “nascida em Barcelos, crescida no Porto e a crescer pelo mundo” (Portulez, 2017), hoje tem mais de 80 discos editados, de bandas de todo o país e do exterior.

Também expandiria serviços com o agenciamento de artistas e os festivais “Milhões de Festa”, em Barcelos, e “Tremor”, nos Açores. A criação da gravadora impulsionou novamente o mercado indie nacional, um tanto abalado pela falta de investimento na cultura local devido à crise. Estas novas maneiras de divulgar a música indie “vieram trazer uma janela de oportunidades ao mercado editorial independente, permitindo a sua actual reafirmação” (Guerra 2010, p. 362) em um cenário em que o mercado não parecia convidativo.

Próxima a Lisboa, antes de ser um selo ou agência, a Hey, Pachuco!²⁵ autointitula-se uma “associação cultural”. Surgida em 2000, a editora confunde-se com a cena musical do Barreiro, colocando a margem Sul do Tejo no mapa do rock português. “O impacto pode ser medido quando vemos a proliferação de acções do mesmo sentido no local, como a Out Fest, chamada de ‘festival alternativo do Barreiro’” (Out.Fest 2016: o cartaz completo do festival “alternativo” do Barreiro, 2016). Ou, ainda, com o recém-finado festival “Barreiro Rocks!”.

Há também uma preocupação social com a integração de jovens locais com a arte e a cultura em parceria com o poder público e com empresas privadas, como no caso do “Programa Jovens Músicos”, feito para estimular a criação musical da região.

Neste sentido de coletividade, importa citar a FlorCaveira²⁶. Fundada em 1999, por Tiago Guillul, pastor protestante do bairro de Benfica, em Lisboa, e extinta em 2016, era uma gravadora que emulava uma identidade em

²⁵ Catálogo disponível em <http://heypachuco.pt/records/>

²⁶ Catálogo disponível em <https://florcaveira.bandcamp.com/>

torno da igreja batista de Queluz com o lema “Religião e Panque Roque”. Ainda, resgatava o Português como língua “oficial” do selo, sendo “de certa forma, um primeiro sinal de algo que, subterraneamente, começava a mudar na relação da pop portuguesa com o português” (Lopes, 2008, citado em Guerra, 2010, p. 377). A FlorCaveira foi um dos selos nacionais mais influentes, sendo devotos diretos da primeira geração do pop luso, como os GNR ou os Heróis do Mar, responsáveis diretos pela criação da Amor Fúria²⁷ (uma espécie de “selo irmão”) e influência da vindoura safra de gravadoras lisboetas da década de 2010.

Ainda há que se destacar duas gravadoras no Norte do país nos anos 2000: a Bor Land²⁸ (2000-2010), do Porto, foi considerada por Valter Hugo Mãe de “valor inestimável para a cena musical portuguesa” e destacava-se pelo leque diferenciado de sonoridades, pela estética visual atrativa e pelos canais criativos de distribuição (Guerra, 2010, p. 535). Inovava também pela relação mais próxima com a comunicação social, o que gerava destaque para seus lançamentos:

hoje em dia, vê uma procura maior de sonoridades diferentes ao mesmo tempo que observa o decréscimo da preocupação em vender discos. Tal tem um maior impacto quando se refere às editoras, dando maior destaque às editoras independentes como a Bor Land. (Guerra, 2010, p. 803)

Já no fim da década, em 2009, a Revolve²⁹ em Guimarães – ainda em operação – inicia suas atividades de modo *inverso*, assim como a Low Fly: primeiramente, como uma agência e, somente, em 2014 como uma gravadora. Porém, assim como a Lovers & Lollypops, ao investir na produção de eventos transforma o cenário musical da cidade com a criação de festivais, como o “Mucho Flow” e “Vai-m’ à Banda”. A gravadora – em parcerias com o poder público local – aposta em eventos que integram espaços tradicionais vimaranenses, audiência e artistas ainda desconhecidos do grande público. Tais ações ajudam a colocar o nome da “cidade berço” no mapa do indie nacional, atraindo pessoas, fortalecendo a economia da região e divulgando a música local. Miguel de Oliveira recorda que “nós começamos com a ideia de criação de público em Guimarães e depois com a editora quisemos estar envolvidos na parte de criação de discos. A

²⁷ Selo derivado da FlorCaveira. Catálogo disponível em <https://www.discogs.com/label/202109-Amor-F%C3%BAria>

²⁸ Catálogo disponível em <http://www.bor-land.com/pt/catalogo/>

²⁹ Catálogo disponível em <http://rvlv.net/editora/>

criação e a promoção, no fundo, são uma forma de expressarmos a própria Revolve” (Neto, 2019).

2010-2017: GANHANDO ÀS MAJORS NO SEU PRÓPRIO JOGO: O COLETIVISMO, A “VOLTA” ÀS CIDADES E O “EUROSONIC”

O último período do recorte temporal foi caracterizado por uma (re) descoberta da música pop/indie portuguesa pela Europa. O processo de difusão internacional iniciado na década anterior se afirma com o estabelecimento de turnês regulares até aquele que é considerado pela mídia local como um *ponto de viragem*: a escolha do país como *country focus*³⁰ da edição de 2017 do “Eurosonic”, em Groningen, na Holanda.

A nova geração tem aprendido com as anteriores no que se refere à (des)organização e ao modo mais profissional de se tratar a música. A recriação e disseminação de espaços por meio da música é o que Guerra (2013) chama de “processo subjetivo onde os públicos surgem como agentes reflexivos e criativos” (p. 31). Ou seja, linguagens que se reconfiguram constantemente, baseando-se em novas experiências feitas no território, na troca de culturas entre coletividades e na reconstrução constante de fronteiras artísticas (cenas musicais que não possuem limites rígidos e/ou geográficos).

Aqui falamos das coletividades indie enquanto grupos sociais, que se afirmam pela diferença quando Haenfler (2010, citado em Hodkinson, 2016) diz que “se distinguem da cultura *mainstream* por seus valores, crenças, símbolos e frequentemente, no caso de jovens, estilos e música” (Hodkinson, 2016). A música tem a habilidade de configurar sentimentos de pertença a um lugar, gerando imagens deste (Hudson 2006).

Essa mudança de postura verificada na década anterior se baseou no indie ainda ser calcado na diferença, mas que não precisa mais ficar relegado ao “precário”. Pode agora ter mais espaço, recursos financeiros e exposição. Porém, é importante frisar que o DIY não é um método (Cuffman, 2015), não se aprende, se vive. Um indie *label* é um modo de existir (Cuffman, 2015). O DIY nos anos 2010 continua valorizado, assim como o conceito de *família* dentro de uma gravadora indie. Ainda há a falta de capital. Entretanto, o diálogo com grandes empresas, o estreitamento de relações com o poder público local e nacional, ajuda a viabilizar concertos, festivais, edições, entre outras produções destas gravadoras e seus contatos de agenciamento e promoção.

³⁰ Sobre a participação portuguesa no “Eurosonic”: <http://www.europacriativa.eu/noticias/104-cultura/443-eurosonic-noorderslag-2017-foco-em-portugal>

AS NOVAS GERAÇÕES

São diversos os projetos surgidos nos últimos anos com uma visão 360°, ligados a produtoras e agências, promovendo seus artistas desde o início das suas carreiras, a destacar: Cafetra³¹ (2008), Xita³² (2015) e Spring Toast³³ (2015), todas de Lisboa; e ZigurArtists³⁴, de Lamego. O “que tem despontado nos últimos anos na forma de actuar e bandas e promotores independentes é ‘irreversível’” (João Modas, citado em Duarte & Lopes, 2017, p. 8).

Neste período, a capital portuguesa viu nascer um movimento conhecido como “Geração à Rasca”: gravadoras que não têm escritórios formais ou quantidade relevante de lançamentos físicos, porém, são atuantes pela cidade, promovendo eventos e lançando de forma online álbuns de artistas locais. O barateamento e novas formas de coletividade são das características mais marcantes destes selos, todos com fortes relações entre si e com produtoras, como a Filho Único e a Maternidade. São circuitos calcados *involuntariamente* nos conceitos de *art world* e de redes:

este tipo de estrutura, que agrega gravação, edição, agenciamento e demais necessidades de uma editora, não é inédito. Surge como consequência das novas formas de organização, mais próximas, mais comunitárias, criadas perante a nova realidade da indústria musical. O que faz a diferença é a personalidade que sobressai nestas micro-comunidades. (Lopes, 2017)

É o fortalecimento do *do-it-together*. “Estes colectivos, por partilharem influências, estéticas, valores e gostos em comum, desenvolvem uma comunidade que partilha interesses em comum, valores, estéticas e gostos” (Henriques, 2018, p. 43). E, apesar de ter sido criada na década anterior, a Cafetra é muito identificada com a atual, sendo influenciada diretamente pela FlorCaveira na imersão nos valores portugueses, na valorização do local e com ingerência direta no surgimento da Xita Records e na Spring Toast (esta com um catálogo mais variado de bandas, algumas inclusive em Inglês).

Dividem festas, promovem network e novas relações. Servem de inspiração e referência entre si. Para Maria Reis (citada em Duarte & Lopes,

³¹ Catálogo disponível em <https://cafetrarecords.bandcamp.com/>

³² Catálogo disponível em <https://xitarecords.bandcamp.com/>

³³ Catálogo disponível em <https://springtoastrecords.bandcamp.com/>

³⁴ Catálogo disponível em <https://zigurartists.bandcamp.com/>

2017, p. 6), “a comunicação está muito mais rápida entre os músicos, promotores e salas de espetáculos. Está tudo mais ligado”. Um ecossistema de colaboração e transformação de espaços para a prática da música e a sua divulgação. Trata-se de “uma actividade que potencia a cidadania e protagoniza a afirmação cultural e criativa de uma determinada geografia” (Miguel, 2018, p. 85).

A ZigurArtists (2012), de Lamego, surge, inicialmente, para divulgar os trabalhos dos membros que colaboram no coletivo (de mesmo nome) e, depois, expande-se para o resto de Portugal. Assume-se também como uma associação cultural sem fins lucrativos, que promove o festival “Zigur-Fest”, com entrada gratuita, espalhado por toda a cidade (num convite à passagem por pontos turísticos locais) e também com ligações ao poder público local. Podemos incluir o exemplo da ZigurArtists no que Hudson (2006) refere como lugares “abertos e porosos” (Hudson, 2006) e, assim, propensos a receberem informações, serem reconfigurados, reescritos de acordo com a época. As coletividades juvenis vão construindo, mapeando e, neste caso, principalmente, narrando suas identidades e realidades, tendo como pano de fundo o espaço físico, e conectando-as com a vida cotidiana (Hodkinson, 2016).

Fundada em 2012, a Omnichord Records, tem forte inspiração na Factory, de Manchester, também uma cidade industrial, mas de passado cultural como Leiria: “aqui existem cinco lojas de instrumentos e duas escolas de música com mais de 100 anos” (Hugo Ferreira, Omnichord Records, entrevista pessoal, 05 de novembro, 2019). A editora possui no seu catálogo cerca de 10 bandas, todas da cidade ou da região – revivendo o selo que revitaliza uma *cena* local.

Esta gravadora também é fundamental ao falarmos em um caráter mais profissional do indie português, com a introdução de novos modelos de negócio e com seu mentor, Hugo Ferreira, com estreitas ligações com associações como a Associação de Músicos Artistas e Editoras Independentes (AMAEI)³⁵ e a Why Portugal³⁶. A Omnichord representa um dos pontos de viragem na música local, no sentido de uma nova abordagem, um jeito mais profissional de olhar a música independente, sem abrir mão de *ideologias* e sem descuidar do local, do carinho pelos artistas, tendo como uma das suas metas, a difusão internacional.

³⁵ Ver <https://amaei.net/>

³⁶ Ver <https://whyportugal.org/>

A Omnichord nasce de uma experiência libertária e eclética e se baseia em movimentos culturais de cidades como Reikjavik ou Manchester tinha que acontecer mesmo da forma que se montou assentou na observação do que havia em Leiria, na ida às escolas para conhecer as bandas dos miúdos e depois acompanhá-los e ligar aos restantes projectos que já existiam. Também é ter ao lado pessoas que já trabalhavam há alguns anos no sector a ajudarem ao processo, desde a gravação à masterização, desde o *roadie* à comunicação. Tudo em plena liberdade criativa, fazer mais e melhor. (Hugo Ferreira, Omnichord Records, entrevista pessoal, 05 de novembro, 2019)

CONCLUSÕES

O indie – enquanto música e gênero musical – foi determinante, inicialmente, para a absorção de uma nova vaga de bandas que surgia após o primeiro *boom* do rock em Portugal. E, depois, para a confirmação de um novo tipo de música, em que se sentem os efeitos até hoje, sendo fulcral para dar voz a uma geração que não se via representada pelo *mainstream* e que não tinha espaço nas *majors*.

Os selos indie revitalizam a música portuguesa na década de 1980, influenciados pelo post-punk inglês em um circuito que não se encerrava apenas nos lançamentos fonográficos, mas em uma amálgama de fãs, *fanzines*, bares, lojas, programas de rádio livres, etc. (Guerra, 2010, 2013; Hodkinson, 2016).

Com o passar das décadas, o gênero foi desenvolvendo-se e expandindo-se para outras áreas do país que não só Lisboa e Porto, adquirindo novas influências, ficando mais conectado com o que acontece no resto do mundo, com a chegada da MTV e, um pouco mais tarde, da internet. O *grunge* de Seattle ganha força e o Inglês vira a língua mais comum entre as gravadoras, que começam a se comunicar mais constantemente com o resto do mundo.

Portugal também não ficaria indiferente à crise das *majors* nos anos 2000 e os selos indie veem ao mesmo tempo uma oportunidade, sendo impelidos a buscar novos modelos de negócios. É quando surgem os primeiros *netlabels*, os festivais e os selos com visão 360° ou ligados a produtoras/agências. O uso do Português como língua “oficial” e de “inspiração” portuguesa em diversas bandas e gravadoras reaparecem como movimento de “resistência”, da afirmação do *local* dentro do indie.

Além desta revalidação da comunidade/identidade, vemos o coletivismo e o profissionalismo ainda mais fortes dentro desses selos. Vários autores têm-se debruçado em como o indie adicionou organização ao amadorismo, além de desenvolvimentos tecnológicos e seus desafios (King, 2012; Reynolds, 2005). Em Portugal, este *local* se expande com a criação, nos anos 2010, da AMAEI e da Why Portugal, com intuito de (1) profissionalizar a música independente portuguesa; (2) levá-la para fora das fronteiras do país como foi com o “Eurosonic” em 2017.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020.

REFERÊNCIAS

- Abreu, P. (2010). *A música entre a arte, a indústria e o mercado: um estudo sobre a indústria fonográfica em Portugal*. Tese de Doutoramento, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal. Retirado de <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/13832/1/Tese%20Paula%20Abreu%202010.pdf>
- Amaro, H. & Paz, J. G. (Eds.) (2017). *Cento e onze discos portugueses: a música na rádio pública*. Porto: Afrontamento.
- Aston, M. (2013). *Facing the other way: the story of 4AD*. Londres: The Friday Project.
- Azerrad, M. (2001). *Our band could be your life: scenes from the American indie underground 1988-1991*. Boston: Back Bay Books.
- Becker, H. (1984). *Art worlds*. Londres: University of California Press.
- Belanciano, V. (2017, 12 de janeiro). No Eurosonic é impossível escapar à música portuguesa. *Público*, p. 30.
- Bennett, A. (2005). *Culture and everyday life*. Londres: Sage Publications.
- Bennett, A. & Peterson, R. (Eds.) (2004). *Music scenes: local, translocal & virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press.
- Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production: essays on art and literature*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Branco, P. F. (2019). *Sobreviventes: o rock em Portugal na era do vinil*. Queluz de Baixo, Barcarena: Marcador.

- Butt, G., Eshun, K. & Fisher, M. (Eds.) (2016). *Post-punk then and now*. Londres: Repeater.
- Castelo-Branco, S. (Ed.) (2010). *Enciclopédia da música em Portugal no século XX*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Cohen, D. (2015, junho). How indie rock changed the world. The influence of geeks with guitars on culture, from DIY to social media. *The Atlantic*. Retirado de <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2015/06/how-indie-rock-changed-the-world/392057/>
- Costa, P., Guerra, P. & Oliveira, A. (2015). Território(s) e territorialidade(s) das cenas musicais alternativas lisboetas: uma aproximação através de alguns lugares de referência. In P. Guerra (Ed.), *More than loud: os mundos dentro de cada som* (pp. 187-202). Porto: Afrontamento.
- Crane, D. (1992). *The production of culture: media and the urban arts*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Crossley, N. (2008). Pretty connected: the social network of the early UK punk movement. *Theory, Culture & Society*, 25(6), 89-116. <https://doi.org/10.1177/0263276408095546>
- Cuffman, T. (2015). Idle musical community: dischord Records and anarchic DIY practice. *Contemporary Justice Review*, 18(1), 4-21. <https://doi.org/10.1080/10282580.2015.1005502>
- Dinis, R. (2013, 24 de abril). “Bee Keeper Bands” já online!. *A Trompa*. Retirado de <http://a-trompa.net/breves/bee-keeper-bands-ja-online>
- Duarte, M. & Lopes, M. (2017, 17 de junho). Processo de agitação em curso. *Ípsilon*, pp. 4-9.
- Fine, J. (2015). *Your band sucks: what I saw at indie rock's failed revolution (but can no longer hear)*. Nova Iorque: Penguin Books.
- Guerra, P. (2010). *A instável leveza do rock: gênese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010)*. Tese de Doutorado, Universidade do Porto, Porto, Portugal. Retirado de <https://hdl.handle.net/10216/56304>
- Guerra, P. (2013). *A instável leveza do rock: gênese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010)*. Porto: Afrontamento.
- Guerra, P. (2015). Sonhos pop: criação, aura e carisma na música moderna portuguesa. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 18(1), 1-22. <https://doi.org/10.30962/ec.1101>
- Hall, S. (1992). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP & A.

- Henriques, I. (2018) *Se isto não é música, então faz tu uma canção: o fenómeno das “editoras-colectivo” e a herança do punk na música da “geração à rasca”*. Dissertação de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal. Retirado de <https://run.unl.pt/bitstream/10362/59616/1/Tese%20de%20Mestrado%20-%20In%C3%AAs%20Henriques.pdf>
- Hesmondhalgh, D. (1999). Indie: the institutional politics and aesthetics of a popular music genre. *Cultural Studies*, 13(1), 34-61. <https://doi.org/10.1080/095023899335365>
- Hibbett, R. (2005). What is indie rock? *Popular Music and Society*, 28(1), 55-77. <https://doi.org/10.1080/0300776042000300972>
- Hodkinson, P. (2016). Youth cultures and the rest of life: subcultures, post-subcultures and beyond. *Journal of Youth Studies*, 19(5), 629-645. <https://doi.org/10.1080/13676261.2015.1098778>
- Hudson, R. (2006). Regions and place: music, identity and place. *Progress in Human Geography*, 30(5), 626-634. <https://doi.org/10.1177/0309132506070177>
- King, R. (2012). *How soon is now? The madmen and the mavericks who made independent music 1975-2005*. Londres: Faber & Faber.
- Kruse, H. (2010). Local identity and independent music scenes, online and off. *Popular Music and Society*, 33(5), 625-639. <https://doi.org/10.1080/03007760903302145>
- Logue, S. (Produtora). (2015). *Music for misfits* [Série de televisão]. Londres: BBC.
- Lopes, M. (2017, 06 de janeiro). É dia de Reis e a Pataca Discos faz a festa, perdão, monta um sarau. *Público*, p. 31.
- Lourenço, S. (2009, 13 de fevereiro). A década das recessões. *Expresso*. Retirado de <https://expresso.pt/economia/a-decada-das-recessoes=f497691>
- Miguel, P. (2018). *Uma cena ao centro: música moderna portuguesa 1990-1999*. Leiria: Edição de autor.
- Morais, E. (Realizador). (2011). *Meio metro de pedra* [Documentário]. Lisboa: Antena 3 Docs.
- Moura, L. A. & Guerra, P. (2016). Contributos para a emergência de uma juventude sónica: a constituição da cena noise das Caldas da Rainha. *Cidades, Comunidades e Territórios*, 32, 158-179. Retirado de <http://hdl.handle.net/10071/11937>

- Neto, M. I. (2019, 14 de outubro). Revolve: dez anos de criação artística em Guimarães. *RUA*. Retirado de <https://www.revistarua.pt/revolve-dez-anos-de-criacao-artistica-em-guimaraes/>
- Neves, J. S. (1999). *Os profissionais do disco: um estudo da indústria fonográfica portuguesa*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.
- Nunes, P. (2014). Diversity and synergy in the recording industry in Portugal, 1988–2008. *Journal of World Popular Music*, 1(1), 73-95. <https://doi.org/10.1558/jwpm.v1i1.73>
- Out.Fest 2016: o cartaz completo do festival “alternativo” do Barreiro (2016, 16 de setembro). *Blitz*. Retirado de <https://blitz.pt/principal/update/2016-09-16-Out.Fest-2016-o-cartaz-completo-do-festival-alternativo-do-Barreiro>
- Pereira, L. (2017, março). Ama Romanta, cultivar a diferença. *Blitz*, 128, pp. 7-11.
- Portulez, E. (2017). *I love my label – a edição independente em Portugal* [Websérie]. Lisboa: Antena 3 Docs.
- Quintela, P. & Vinhas, P. (2015). Facadas na noite. In *KISMIF Conference 2015*. Porto: KISMIF.
- Reynolds, S. (2005). *Rip it up and start again: post punk 1978-1984*. Londres: Faber and Faber.
- Rios, P. (2016, 12 de julho). Abençoados ouvidos. *Ípsilon*. Retirado de <https://www.publico.pt/2016/07/12/culturaipsilon/noticia/abençoados-ouvidos-1736679>
- Simpson, D. (2017, 12 de janeiro). How Buzzcocks invented indie (with help from the Sex Pistols, a Renault and the Quo). *The Guardian*. Retirado de <https://www.theguardian.com/music/2017/jan/12/how-buzzcocks-invented-indie-with-help-from-the-sex-pistols-a-renault-and-the-quo>
- Straw, W. (1991). Systems of articulation, logics of change: communities and scenes in popular music. *Cultural Studies*, 5(3), 368-388. <https://doi.org/10.1080/09502389100490311>
- Taylor, N. (2010). *Document and eyewitness: an intimate history of Rough Trade*. Londres: Orion.

Citação:

Moura, L. A., Rabot, J. M. & Martins, M. L. (2020). Uma genealogia das gravadoras indie em Portugal (1982–2017). In Z. Pinto-Coelho; T. Ruão & S. Marinho (Eds.), *Dinâmicas comunicativas e transformações sociais. Atas das VII Jornadas Doutorais em Comunicação & Estudos Culturais* (pp. 118-143). Braga: CECS.