
*Percurso da Indústria Criativa no Recife: a perspectiva dos festivais de música*¹

Maria Letícia Sarinho²
Aline Maria Grego Lins³
Universidade Católica de Pernambuco

RESUMO

O presente artigo busca regatar, historicamente, o percurso da Indústria Criativa no Recife e em Olinda, mapeando, de forma especial, a produção musical e suas perspectivas para o futuro, sob a ótica dos festivais de música realizados nas duas cidades. John Howkins e Mariana Madeira estão entre os autores que ancoraram o referencial teórico da pesquisa, que adotou procedimentos metodológicos, a exemplo da revisão bibliográfica, entrevistas com produtores dos festivais, consulta a bancos de dados (inclusive imagéticos) e arquivos jornalísticos. Apesar da pesquisa ainda encontrar-se em fase de desenvolvimento, é possível afirmar que a economia criativa vem ganhando espaço no setor econômico do Recife, inclusive com os festivais de música. Esses festivais resultam da qualidade musical aliada aos recursos financeiros.

PALAVRAS-CHAVE: economia criativa; futuro; passado; festivais musicais.

Os conceitos Indústria Criativa e Economia Criativa são bastante amplos e, por vezes, podem se mesclar. Como a economia criativa é uma soma de diversas outras concepções – Indústria Cultural, Economia da Cultura e Indústria Criativa –, ela acaba por ser muito variada e abrangente tornando, por vezes, difícil a identificação de seu objeto de análise.

A ausência de clareza que paira sobre a unidade desses setores tem também dificultado o auto reconhecimento das empresas e de profissionais ditos criativos. No que tange à definição de objetivos comuns das indústrias criativas, mais facilmente alcançados por meio de associações de classe ou de setores, tanto em nível nacional quanto internacional, o processo tem sido igualmente lento. (MADEIRA, 2014, pg. 67).

A Indústria Criativa pode ser subdividida em quatro áreas: Consumo (Design, Arquitetura, Moda e Publicidade), Cultura (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) Tecnologia (P&D, Biotecnologia e TIC), Mídias (Editorial e

¹ Trabalho apresentado no IJ8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019

² Estudante de graduação do 4º semestre de Jornalismo, da Universidade Católica de Pernambuco.

³ Orientadora do trabalho. Professora dos cursos de Jornalismo, Fotografia e Mestrado em Indústrias Criativas, da Universidade Católica de Pernambuco. Aline.grego@unicap.br

Audiovisual), de acordo com o mapeamento das Indústrias Criativas, (2016) feito pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan). Ainda segundo esse mapeamento, as empresas da economia criativa já movimentam R\$ 381 milhões por ano.

A Economia Criativa, por sua vez, está relacionada às ideias, informações e a tecnologias, com o intuito de produzir trabalhos criativos que geram recursos econômicos. Nesse cenário, a compreensão do que é criatividade é muito importante para o estudo da economia criativa. Mariana Madeira, afirma que "A criatividade tornou-se o mais recente buzzword da era contemporânea, considerada ingrediente essencial do crescimento econômico e de ganhos de produtividade." (MADEIRA, 2014, p.48). Atualmente, fala-se muito sobre “pensar fora da caixa”, fazer a diferença, inovar, criar. Nesse sentido, é possível entender que o conceito de economia criativa é uma inovação no setor econômico que, num dado sentido, tem ajudado vários países e cidades a receberem investimentos culturais e mercadológicos.

A criatividade por si só não tem valor econômico. Ela precisa tomar forma, ser plasmada em um produto comercializável se quiser alcançar valor comercial. Isso, por sua vez, precisa de um mercado com vendedores e compradores ativos, algumas diretrizes sobre leis e contratos e algumas convenções sobre o que constitui um negócio razoável. (HOWKINS, 2013, p. 39)

PIB DA ECONOMIA CRIATIVA EM PERNAMBUCO – 1,6 %

Gráfico 2: Participação estimada do PIB Criativo nas UFs



Fonte do Gráfico: Mapeamento de Indústrias Criativas (FIRJAN, 2016).

MÚSICA

A música, um dos fenômenos da Indústria Cultural, é considerada “uma indústria dinâmica do comércio mundial e um grande negócio da economia mundial, responsável por milhões de empregos e geração de renda em todo o mundo” (UNCTAD, 2010, p. 143). Em uma linha histórica, o processo de produção desse setor passou por fitas, vinis, CDS e DVDS, até chegar à forma mais utilizada nos dias atuais, o streaming. O compartilhamento de arquivos pela internet cria um novo modelo de negócio que facilita e barateia a proliferação do produto musical.

A música é o mais intangível dos produtos criativos. Ela também é, junto com o mercado editorial, um dos de maior penetração. (HOWKINS, 2013). Nesse cenário, em que a música possui valor econômico, há o fortalecimento de atividades ligadas a ela, como os festivais musicais, que geram recursos financeiros. Em Pernambuco, grandes festivais como o Rec Beat, Guaiamum Treloso, MIMO, No Ar Coquetel *Molotov*, Abril Pro Rock, cooperam com a cultura e a economia das cidades em que acontecem. Em seguida, destacamos brevemente alguns desses festivais. Esse tipo de evento musical é identificado, segundo a UNCTAD (2010), como parte do subgrupo de artes que envolvem apresentações ao vivo.

O setor da música faz parte do subgrupo de artes cênicas das indústrias criativas, quando a consideramos em termos de apresentações ao vivo e shows. No entanto, pode também ser incluída como parte de uma ampla área de audiovisuais quando se trata da criação de registros sonoros e composições. A música também pode ser classificada no subgrupo das novas mídias quando os produtos e serviços de música são comercializados virtualmente como conteúdo criativo na forma digital. (UNCTAD, 2010, p. 143)

REC BEAT

Começou em 1993 como um projeto musical itinerante, no qual o objetivo era divulgar as novas bandas que estavam surgindo no cenário artístico do Recife. No ano de 1995 deu-se início ao Movimento *Rec Beat*, em Olinda, no Centro Luiz Freire, no período de carnaval. Segundo Antônio Gutierrez (Gutie), idealizador do festival, ele imaginou “... que um festival dentro do carnaval poderia atender um pouco da curiosidade das

“... pessoas que vinham de fora e assim divulgar ainda mais a música local”, (GUTIERREZ, 2018). Em 1999, a Fundação de Cultura solicitou a mudança do festival para a cidade do Recife, com o intuito de fomentar o carnaval, que não era tão consolidado. O Festival é cenário de diversos ritmos musicais, como brega, frevo, tecnobrega, eletrônica, músicas internacionais, a exemplo de *The Space Lady*, dos USA, que faz um novo tipo de som, o Spacemusic, um subgrupo do New Age Music, entre outros.

Uma das inspirações que motivaram Gutie a investir no *Rec Beat* foi o Festival Mangubeat, pois, segundo ele, naquela época, o festival estava em todos os jornais: no jornal Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, em revistas, e músicas na MTV. Mas, apesar da grande visibilidade, ainda não havia nenhum espaço em que as pessoas pudessem encontrar a música.

ABRIL PRO ROCK

O movimento Mangubeat surge em uma época em que estavam no auge os gêneros rock, axé e pagode. Por isso, foi um movimento, pelo menos inicialmente, para pouca gente. Chico Science teve visibilidade internacional, mas mercadologicamente falando e tratando-se de festivais, a grande maioria dos jovens ia para shows de axé e para o Recifolia. “Quem não é daqui pensa que essa cena musical da cidade é muito mais forte do que ela realmente é”, afirma Paulo André, idealizador do Abril Pro Rock. (ANDRÉ, 2019).

O Abril Pro Rock surgiu em 1993, com o intuito de chamar a atenção dos jovens para a música local, além de dar palco às bandas de rock da cidade e mostrá-las para o Brasil, através da imprensa (MTV, O Globo, Estado de São Paulo, Folha de São Paulo) e das gravadoras, que chegaram a contratar várias das bandas que tocaram no Festival, a exemplo do próprio Chico Science e Nação Zumbi. O Abril Pro Rock teve a função de ser o elo entre as bandas, o público e as gravadoras. Foram cenários desse festival os espaços: Maluco Beleza, Centro de Convenções, Classic Hall e, atualmente, Baile Perfumado. O produtor ressalta também que o Festival movimenta uma cadeia produtiva da música – moda, discos, merchandising – pois muitas pessoas vêm do interior para assistir às edições do Abril Pro Rock, e nele encontra além do show, como produtos da banda; roupas, acessórios, CD's, etc.

COQUETEL *MOLOTOV*

O festival No Ar Coquetel *Molotov* começou como um programa de rádio e foi percorrendo uma crescente trajetória. De 2004 a 2013 aconteceu no Teatro da UFPE. Em 2009, passou para o Teatro Guararapes. De 2014 a 2016, o festival foi realizado na Coudelaria Souza Leão. No ano de 2017, o festival mudou para o Caxangá Golf & Country Club, recebendo 8 mil pessoas. Todas essas mudanças de locais aconteceram para atender a maior demanda de público. O festival surgiu da necessidade de ser diferente, primando por revelações musicais, experiências, cultura e arte, movimentando à venda de negócios autorais, pois dá espaço a comerciantes de diversos produtos, além de promover apresentações de artistas musicais, a exemplo de Otto, Lia de Itamaracá, Emicida, etc.

O No Ar Coquetel *Molotov* também se destaca pela sua diversidade na programação, que vai de rap, brega, MPB, eletrônica, etc., e no público, pois busca incluir de maneira orgânica todos os nichos da sociedade. Dessa forma, segundo Ana Garcia, produtora do Coquetel *Molotov*, “o festival acaba sendo um ponto de encontro das pessoas que querem se expressar.” (GARCIA, 2018).

MIMO

Também conhecido como Mostra Internacional de Música de Olinda, o MIMO é um festival de música gratuito. Começou em 2004, na cidade de Olinda, e a partir de 2016 ganhou uma edição anual em Portugal. Produzido por Lu Araújo Produções, o festival teve a sua primeira edição em 2004. O Festival atende uma demanda para além da música, incluindo também cinema, poesia, educação e arte – contemplando em sua programação atividades desses campos. O objetivo do festival é trazer para a cidade de Olinda um repertório internacional, da música do mundo e, também, brasileira e portuguesa.

REC 'N' PLAY

É um evento de turismo tecnológico, mas que também envolve a música e outros setores da Indústria Criativa. Realizou até o presente momento apenas duas edições, pois começou no ano de 2017 e contou com a presença de 8 mil pessoas. É um projeto desenvolvido pelo Porto Digital em parceria com a Prefeitura do Recife.

O Bairro do Recife é o principal cenário desse festival, que engloba tecnologia, cultura, informação e conhecimento, através de palestras, shows de pop, MPB, rap; oficinas e cursos gratuitos. Na sua última edição (2018) foram 354 atividades em 20 pontos do bairro.

FREVANÇA

O Festival Frevança começou em 1980 com a iniciativa da TV Globo Nordeste e da Prefeitura do Recife, e foi um importante festival no sentido de incentivar e promover os valores musicais de Pernambuco, e também oferecer oportunidades, na descoberta de novos compositores de frevo, através dos concursos carnavalescos que eram produzidos no Festival, a exemplo de J. Michellis, Getúlio Cavalcanti, José Roberto Moraes e Luiz Queiroga, entre outros.

O frevo, para além do Frevança, ganhou interpretações de estrelas da MPB, a exemplo de Geraldo Azevedo, Chico César, Ney Matogrosso, Dominginhos, Antônio Nóbrega, Louro Santos, Claudionor Germano, André Rio, Elba Ramalho, Daniela Mercury, Fafá de Belém, Amelinha, e Maria Bethânia, esta última com destaque para a interpretação de RECIFE MANHÃ DE SOL, uma marcha vitoriosa em 1966, no concurso UMA CANÇÃO PARA O RECIFE, instituído à época pela Prefeitura da cidade, através da EMETUR, sob a presidência do Sr. Manuel Gadelha. (MICHELLIS, 2019).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Apesar da pesquisa ainda encontrar-se em fase de desenvolvimento, verificamos que a economia criativa vem se destacando e ganhando cada vez mais espaço no setor econômico do Recife, inclusive na área da música e na produção de festivais. É possível

dizer que os festivais musicais são resultados do poder financeiro e da produção de qualidade musical. Esta pesquisa, como já destacado anteriormente, tem como objetivo analisar alguns festivais musicais do Recife e de Olinda, com destaque, até o presente momento da investigação, para o *Rec Beat*, *Abril Pro Rock* e *Coquetel Molotov* –, abordando desde sua formação, seu contexto histórico, até suas contribuições para a cultura e economia da cidade. Entre os dados identificados nesta pesquisa, destaca-se a constatação de que os festivais são capazes de gerar inúmeros empregos, diretos e indiretos. São funções e atividades que vão desde a produção e comercialização do festival, passam pela montagem de palco, comunicação, até transportes, hospedagem, alimentação e comércio informal de rua, além, é claro, dos artistas e grupos envolvidos nos eventos. Há também uma grande movimentação de recursos financeiros. Para se ter uma ideia, reunindo dados fornecidos apenas pelos produtores de “No Ar Coquetel Molotov” e do “Rec Beat”, verificamos que juntos esses festivais demandam alto montante para suas realizações, além de gerarem centenas de empregos, como pode ser observado na tabela a seguir:

TABELA 01 – Público e Recursos de Festivais no Recife

	NO AR COQUETEL MOLOTOV	REC BEAT	ABRIL PRO ROCK
Média de pessoas que assistiram às edições anteriores	8 mil	80 mil	4 mil
Média de pessoas empregadas durante o festival (direta ou indiretamente)	500 empregos diretos	140 empregos diretos 1000 empregos indiretos	200 empregos diretos
Média do montante necessário para a realização do festival	R\$ 500 mil	R\$ 450 mil	R\$ 350 mil.

Fonte: entrevistas com os produtores de *No Ar Coquetel Molotov*, *Rec Beat* e *Abril Pro Rock*, Ana Garcia, Antônio Gutierrez e Paulo André, respectivamente, em 2018.

O *Rec Beat* é um festival gratuito para o público, mas que conta com um patrocínio do poder público, 25% da verba são provenientes da Fundação de Cultura da Cidade do Recife para conseguir atingir a meta necessária para realização, o restante da verba é patrocinado por empresas privadas, através de cotas de publicidade negociadas pela

produção do festival. Por acontecer no carnaval, O Rec *Beat* enfrenta o problema dos altos preços da temporada para passagens e hospedagem, além do cachê dos artistas.

O No Ar Coquetel *Molotov*, por outro lado, tem cobrança de bilheteria. O ingresso mais barato da última edição, por exemplo, custou 35 reais por pessoa. Já os ingressos para o Abril Pro *Rock*, nesta edição de 2019, o mais barato foi R\$ 60,0, enquanto que, em edições anteriores, já chegou a custar R\$35,00. Isso aconteceu devido ao corte do patrocínio da Petrobras, que era um dos maiores patrocinadores do Festival. Esses eventos contribuem cultural e economicamente para a cidade do Recife, como pode ser observado nos dados, na tabela anterior, sobre a geração de empregos e recursos financeiros que movimentam os festivais. São muitas as pessoas que utilizam transportes (ônibus, taxis, etc.) compram bebidas e lanches a vendedores informais, pagam estacionamento de carros, entre outros serviços gerados durante os eventos, grande parte envolvendo empregos indiretos. Dessa forma, festivais a exemplo do *Rec Beat*, No Ar Coquetel *Molotov* e Abril Pro *Rock* potencializam e cooperam com o fluxo da economia criativa na cidade.

3.5 CONCLUSÃO

O estado de Pernambuco, em especial as cidades do Recife e de Olinda, é marcado pela riqueza de sua cultura, inclusive a música, sendo um cenário propício não só para o desenvolvimento de ritmos e inovações musicais, mas também para o desencadeamento e desenvolvimento de produtos e negócios próprios da economia criativa, como pode ser observado através da realização dos festivais musicais nas duas cidades aqui citadas.

As conclusões ainda são parciais, uma vez que a pesquisa ainda continua até o final deste semestre, mas é possível apontar que a Economia Criativa e as diversas áreas da Indústria Criativa vêm se destacando nessas cidades. Além de ser um setor flexível, que vem driblando o período de crise do País, pois, segundo o mapeamento da Indústria Criativa, realizado pela Firjan em 2016, o mercado de trabalho criativo foi o menos impactado na economia geral do país “ante o cenário econômico adverso do período 2013-2015, quando comparada à totalidade da economia nacional: a participação do PIB Criativo estimado no PIB Brasileiro cresceu de 2,56% para 2,64%” (FIRJAN, 2016, p. 6).

Ainda segundo a Firjan (2016), apesar da área cultural ser a que possui o menor número de trabalhadores formais na denominada indústria criativa, eles representam apenas 66,5 mil profissionais, que correspondem a 7,8% dos trabalhadores dessa indústria. Ao mesmo tempo, esse setor registra uma remuneração 18,3% superior à média dos trabalhadores formais brasileiros. Nesse cenário, a música – no que diz respeito ao segmento cultura - ocupa o terceiro lugar no que se refere ao número de trabalhadores (são 12 mil no total), o que reforça a importância das atividades musicais para a economia criativa local.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia Criativa, implicações e desafios para a política externa brasileira**. Brasília, 2014.

HOWKINS, John. **Economia Criativa, como ganhar dinheiro com ideias criativas**. Director Magazine, 2013.

BENDASSOLLI E WOOD JR. **Indústrias Criativas e a “virada cultural”**. UNCTAD. Relatório de Economia Criativa, 2010.

QUEIROGA, Júlia. Contribuições do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação e das produções audiovisuais locais para a indústria criativa do Recife e a consolidação do Porto Digital: um resgate histórico, 2018. Relatório Pibic/ Unicap, 2018

PAULO, André. Paulo André: entrevista [03.jan.2019]. Entrevistadora: Letícia Sarinho. Recife, 2019.

GUTIERREZ, Antônio. Antônio Gutierrez: entrevista por ligação [15.dez.2018]. Entrevistadora: Letícia Sarinho. Recife, 2019.

GARCIA, Ana. Ana Garcia: entrevista por e-mail [27.out.2018]. Entrevistadora: Letícia Sarinho. Recife, 2018

MICHILLES, J. J. Michilles: entrevista por whatsapp [26.fev.2019]. Entrevistadora: Letícia Sarinho. Recife, 2019

FIRJAN. **Mapeamento das Indústrias Criativas**, 2016.

YOUTUBE. O Festival de música mais legal de Pernambuco: Coquetel *Molotov*.