



tourism and **H**ospitality
International **J**ournal

EDIÇÃO ESPECIAL

A historicidade dos festivais de música: Uma análise sob a perspectiva do turismo

Rayane Ruas
Donária Coelho Duarte

Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília

Ruas, R. & Duarte, D. C. (2014). A historicidade dos festivais de música: Uma análise sob a perspectiva do turismo. *Tourism and Hospitality International Journal*, 2(2), 94-109.

Resumo

Este artigo trata-se de uma pesquisa de caráter qualitativo, baseada em um estudo bibliográfico e documental, que busca construir uma historicidade dos festivais de música, entendendo que estes eventos contribuem para o turismo como uma das experiências possíveis de se vivenciar sob este enfoque. O recorte do objeto de estudo foram os principais festivais de música que ocorreram no decorrer dos tempos. Os resultados desta pesquisa apontaram que os Estados Unidos foram o berço dos festivais, entretanto foi na Inglaterra onde eles encontraram um ambiente favorável e se desenvolveram, posteriormente se espalhando pelo mundo. Outro aspecto identificado foi que os primeiros festivais tinham suas entradas gratuitas ou com valores simbólicos, pois o objetivo da sua realização era a celebração e com o passar dos anos eles foram adotando o caráter mercadológico e comercial. Nos primeiros festivais o turismo pouco influenciou no seu desenvolvimento, pois se tratavam de algo mais local, uma confraternização. Entretanto, com o passar do tempo os festivais tomaram uma ampla proporção que só foi possível apoiando-se nas infraestruturas e serviços proporcionados pelo turismo.

Palavras-chave: Festivais de Música, Turismo, Experiência, Histórico

Abstract

This article it is a qualitative survey, based on literature and documents, which aims to build a historicity of music festivals, understanding that these events contribute to tourism as one of the possible experiences. The limits of the subject were standouts of the music festivals that occurred throughout the ages. The results of this research show that the United States was the birthplace of the festival, though it was in England where they found a favorable place and developed subsequently spreading around the world. Another aspect identified was that in the first festivals the entries were free or was a symbolic value, because the objective were the celebration, but over the years they were adopting the marketing and commercial character. In the first festivals the tourism had little influence on their development because they were local, as a fellowship. Over time, festivals took a large proportion which has only been possible backed by the infrastructure and services proportionate by tourism.

Keywords: Music Festivals, Tourism Experience, History

1. Introdução

O presente artigo tem como objetivo discutir a evolução dos festivais de música ao longo dos anos. Isto porque estes eventos evoluíram tornando-se cada vez mais presentes e importantes para a cultura e economia dos lugares que os abrigam. Ainda, as vivências proporcionadas pelos festivais podem ser entendidas como uma experiência proporcionada pelo turismo com base nos elementos que a compõe – uma motivação que gera uma expectativa, um lugar que abriga a experiência e uma interação social (Martins, 2006).

A pesquisa realizada foi de cunho bibliográfico e também documental, tendo em vista a atualidade do tema, com o recorte para os principais festivais de ocorridos, utilizando-se como técnica a análise de conteúdo, sob o viés qualitativo.

Partindo do pressuposto que o turismo possibilita inúmeras experiências, buscou-se investigar a relação entre os principais festivais de música realizados ao longo dos anos e o turismo. Cabe ressaltar aqui que não é objeto desse estudo abordar o impacto de tais festivais sob o viés puramente econômico/mercadológico, mas sim realizar uma análise mais intrínseca de quais características estão presentes a esses dois elementos – turismo e festivais de música.

Fléchet (2011) aponta que os festivais se tornaram um verdadeiro fenômeno turístico no século XXI, entretanto ainda não foram estudados de maneira sistemática pelos historiadores, não possuindo uma publicação ou obra que

estude este fenômeno, sendo esta a principal motivação e justificativa para a construção deste artigo.

Tendo em vista a diversidade de festivais ao longo dos anos, para esse artigo, foram contemplados os festivais de maior relevância no processo de desenvolvimento e fixação destes eventos e que apresentaram relação com o turismo. Os festivais selecionados tiveram maior abrangência, inovação, aceitação e contingente de público, além da continuidade em suas edições, permitindo a análise da influência do turismo no seu desenvolvimento. Vale ressaltar que os festivais foram apresentados de forma cronológica.

2. O Festival de Woodstock (EUA, 1969)

Ao se falar dos grandes festivais de música realizados ao longo da história é inevitável não se deparar com o *Woodstock*. Este festival é visto como um marco, não só pelos fãs que estiveram presentes, mas também pela sociedade como uma manifestação pela paz e pela liberdade.

Vale ressaltar que o *Woodstock Music & Art Fair*, seu nome original, popularmente conhecido como Festival de *Woodstock*, só teve o impacto e a magnitude que o tornou um marco não só na era dos festivais, como também como um símbolo da contra cultura, por ele ter ocorrido no momento e ambiente propício para que a revolução cultural ocorresse. Imagina-se, que se o festival tivesse acontecido em outra conjuntura política e social, talvez não tivesse tido a

representatividade e a adesão de tantos participantes (Maurizzo, 2009).

Mariuzzo (2009) pontua que no final da década de sessenta o país se defrontava com a segregação social e racial, com a revolução feminista e com a Guerra do Vietnã, no qual milhares de jovens perderam suas vidas.

Emiliano Rivello (citado por Mariuzzo, 2009, p. 2) ressalta que:

O festival é a base de um processo sociocultural que se desenrola por anos nessa sociedade de maneira conflituosa e se materializa ou tem seu desfecho metaforicamente na presença de um público ávido por mudanças estruturais. O rock'n roll adquire um grau de legitimidade que acaba por catalisar os ideais da contracultura, por meio de uma mensagem musical engajada e contestatária.

Na década de sessenta o *rock* era mais do que um estilo musical, era um modo de ver o mundo, uma atitude. No entanto, na década seguinte, na euforia de vendas da indústria cultural, o *rock* foi se tornando mais um produto comercializável do que uma mensagem ideológica de protestos (Mariuzzo, 2009).

O festival aconteceu de quinze a dezessete de agosto de 1969, ao norte do estado de Nova Iorque na cidade de *Bethel*, em uma propriedade rural de *Max Yasgur*, com aproximadamente 250 hectares. O intuito dos idealizadores e produtores do evento (*Artie Kornfeld, Michael Lang, John Roberts e Joel Rosenman*), era que o festival fosse um encontro que afirmasse a cultura *hippie*,

celebrasse o amor e a paz e protestasse contra a Guerra do Vietnã. O que aconteceu ultrapassou em muito o ideal inicial transformando-se em um importante marco da cultura do século 20 (Woodstock, 2013).

Thurau (2013) aponta que o custo inicial do festival era de dois e meio milhões de dólares, teve nove meses de preparação, com publicidade feita através de revistas alternativas dos Estados Unidos. No local do evento foram instalados: um palco com trinta metros, quatro torres de som e luz e seiscentos banheiros químicos. Logo toda a infraestrutura montada foi insuficiente, pois a princípio eram esperadas oitenta mil pessoas, no entanto o festival contou com a participação de quinhentas mil.

No dia quinze, primeiro dia do festival, os alimentos e água acabaram. Insumos extras foram transportados e lançados por helicópteros, diante da impossibilidade de aterrissar com o público ocupando toda a área e de chegar por vias terrestres que estavam congestionadas com aproximadamente oitocentos mil veículos e milhares de pedestres. Para dar subsídio ao evento, a união das mulheres da comunidade judia doou os alimentos que foram transportados pela Força Aérea Americana, e o dono da propriedade, Sr. *Max*, ofereceu leite e queijo para os participantes (Thurau, 2013).

Como o festival representava um protesto contra a guerra do Vietnã, além de se configurar como uma revolução da contra cultura, atraiu um contingente de público inesperado, que realizou um certo deslocamento, rompeu seu

cotidiano e se entregou ao momento lúdico que era participar do festival.

Observa-se, ainda, que parte do público presente consistiam-se em *hippies*, em geral pessoas que tinham um espírito de vida comunitário, em geral nômades que viviam em comunhão com a natureza, o que influenciou diretamente no ambiente criado pelo festival.

Jefferson *Airplane*, *Jimi Hendrix*, *The Grateful Dead*, *The Who*, *Janis Joplin e Crosby, Stills, Nash & Young* foram alguns dos nomes confirmados para tocar no festival, que tinha venda de ingressos e a programação para três dias. No entanto, o *Woodstock* foi transfigurado em um festival de cultura em que se deixou de lado os lucros e a venda dos ingressos configurando-se como um encontro musical, que teve quatro dias de música, uma vez que os *shows* aconteceram até o dia dezoito de agosto pela manhã (Thurau, 2013; Woodstock, 2013).

O sociólogo e pesquisador da Universidade de Brasília, Emiliano Rivello (citado por Mariuzzo, 2009) ressalta que além do Festival de *Woodstock* revolucionar a forma como os artistas cantavam, compunham e realizavam a sua performance no palco, revolucionou também os hábitos culturais da sociedade norte-americana.

O Festival de *Woodstock* foi reeditado em 1994 e em 1999, no entanto, os festivais não tiveram a mesma repercussão da primeira edição, em 1969. Isso pode ser explicado ao se observar que a matriz cultural que estruturava o movimento *hippie*, o *punk* ou o *rock'n roll* havia sido modificada. Ou seja, a percepção sociocultural norte-americana

estava composta por novos ideais; hoje as mulheres ocupam cargos de prestígio que ajudam no desenvolvimento da sociedade e os conflitos raciais possuem fóruns específicos para debate. Rivello (citado por Mariuzzo, 2009, p.1) destaca que "Não se pode transpor acontecimentos culturais, políticos ou religiosos de uma época específica para outra".

Entende-se que o festival de *Woodstock* é um marco na história dos festivais; ele revolucionou a forma de se conceber um evento, a forma de se apresentar e a forma de envolver o público. A partir da sua realização surgiram muitos outros festivais de música, alguns influenciados diretamente por ele, outros indiretamente.

Neste festival, o mais surpreendente é o fato de haver extrapolado todas as barreiras e níveis imaginados. O seu planejamento para um contingente pequeno de pessoas. Este número ser extrapolado, e ainda sim a mobilização feita para que o festival acontecesse, sem se preocupar com horários ou programação a cumprir.

Constata-se ainda que o *Woodstock* foi muito mais do que um festival de música ou um evento; ele foi um movimento social e cultural, mas foi também um momento, uma realização para aqueles que precisavam de espaço para manifestarem sua forma de ser, pensar e agir; foi um movimento de liberdade.

É necessário frisar, portanto, o contexto ao qual cada festival de música ocorreu para entendermos melhor a sua finalidade e a sua repercussão. Se analisarmos o turismo como um fenômeno social que tem como objetivo o compartilhamento, a troca de

experiências e a vivência, temos que o festival *Woodstock*, tendo em vista o seu importante contexto histórico, contribuiu para a concepção que temos hoje sobre o turismo, se não analisarmos este sob uma vertente puramente mercadológica e sim de interação, característica extremamente relevante para a época desse festival.

3. O Festival The Isle of Wight – (Inglaterra, 1968 a 1970)

O *The Isle of Wight* foi o primeiro festival europeu a céu aberto, realizado na Ilha de *Wight* na Inglaterra. Sua primeira edição foi em 1968, contendo em seu *line-up* bandas como *Jeferson Airplane*, *Smiles*, *Tyrannosaurs Rex*. O evento só teve duração de um dia, entretanto reuniu 10.000 pessoas (Bemvindo, 2008).

Na segunda edição do festival realizada no ano seguinte, o evento já contava com algum prestígio e conseguiu reunir atrações mais conhecidas. Na sua segunda edição o *The Isle of Wight* teve dois dias de programação e reuniu cerca de 100.000 pessoas (Bemvindo, 2008).

O auge do festival foi em 1970, quando contou com a participação de cerca de 50 artistas durante 5 dias consecutivos, de 26 a 30 de agosto. Com um público estimado de 150.000 pessoas, reuniu quase 600.000 pessoas. Entretanto vale ressaltar que a população da ilha não chegava a 100.00 habitantes. Ficando conhecido então pelo *Woodstock Britânico* (A history of UK Rock Festival, 2012).

As atrações da terceira edição do festival tinham um *line up* bem amplo e contou com a participação de

Supertramp, *The Doors*, *Jim Morrison*, *The Who*, *Jim Hendrix*, além do brasileiro Gilberto Gil, representante do tropicalismo (A history of UK Rock Festival, 2012; Bemvindo, 2008).

Após a edição de 1970, passaram-se 32 anos até que o festival retornasse à ilha inglesa. Sendo que foi retomado em 2002, mas sem o prestígio que teve anteriormente (Bemvindo, 2008).

Desde 2002 o festival acontece anualmente na Ilha de *Wight*, com área de acampamento e uma duração de 4 dias seguidos; o festival conta com uma mega infraestrutura para receber seu público.

O Festival da Ilha de *Wight* deu início à era dos festivais na Europa, mais precisamente na Inglaterra, que posteriormente foi berço de muitos outros festivais que se perduram até a atualidade. Um dos elementos que faz do Festival da Ilha de *Wight* um importante evento é a sua realização em uma pequena ilha com 100.000 habitantes, na época, mas que se montou toda a estrutura para receber os visitantes de toda a Europa para a realização do festival.

Diferentemente do *Woodstock*, o *Isle of Wight* foi altamente influenciado pelo desenvolvimento do turismo para que o festival acontecesse e se consolidasse, tendo em vista que a ilha receptora do evento possui 100.000 habitantes e o festival tem a participação de 600.000 pessoas. Isto só foi possível devido à infraestrutura criada no local, infraestrutura esta não só de equipamentos do festival, como palco e atrações, mas também de hospedagem, higiene sanitária, serviços de

alimentação, dentre muitas outras que são características do turismo.

Observa-se, também, a questão do transporte, tendo em vista que o festival acontece em uma ilha, infere-se que durante a sua realização é necessário a criação de um número maior de travessias de barcos e lanchas, e até mesmo de linhas aéreas para receber os participantes do evento. Incrementos estes que só são possíveis devido à evolução e suporte proporcionado pela expertise do turismo.

4. O Festival Glastonbury (Inglaterra, 1970 até aos dias atuais)

O *Glastonbury* é conhecido como o maior festival do mundo, isto porque teve a sua primeira realização em 1970. Houve uma pausa de 7 anos intercalados com apresentações, sendo retomado em 1981 e desde então possui edições anualmente (BBC Mundo, 2013).

Em 1970, no dia seguinte à morte do *Jimi Hendrix*, em uma fazenda particular aconteceu a primeira edição do *Glastonbury*. Inspirado no *Blues Festival*, o fazendeiro *Michael Eavis* resolveu começar o seu negócio em menor escala. (Glastonbury, 2013).

A primeira edição do festival teve a duração de um dia, para um público de apenas 1.500 pessoas. A entrada custava só 1£ e tinha leite produzido na fazenda incluído (Glastonbury, 2013).

No ano seguinte o festival foi transferido para o verão, exatamente o dia do solstício de verão, com a duração de 4 dias – de 20 a 24 de junho de 1971 –, desta vez com um público de 12.000 pessoas. Entretanto o ingresso foi

gratuito e o festival pago pelos que acreditavam nesta ideia. Trouxe aos participantes música tradicional medieval, dança, poesia, teatro, luzes e entretenimentos espontâneos, além dos shows tradicionais (Glastonbury, 2013).

Este festival ocorreu sem grandes dificuldades com habitantes, polícia ou inspetores de saúde e demonstrou como dadas as circunstâncias corretas, um festival de música realmente poderia romper as barreiras convencionais, que regulam o comportamento e que impedem as pessoas de serem elas mesmas. (A history of UK Rock Festival, 2013).

Foi em 1971 que o palco principal adquiriu o formato que tem até hoje, de pirâmide. Com o passar dos anos o palco manteve o seu formato, entretanto foi adquirindo novas tecnologias e aumentando de tamanho (Glastonbury, 2013).

Em 1978 ocorreu uma edição improvisada do festival, pois chegaram até à fazenda viajantes vindos de *Stonehenge*, que acreditaram que o festival estaria acontecendo. Após uma discussão, persuadiram o fazendeiro de realizar um minifestival, também gratuito. Entretanto, a edição improvisada teve um público de 500 pessoas (Glastonbury, 2013).

Em 1979, o *Glastonbury* já havia se consolidado como um evento de três dias, ainda conhecido como *Glastonbury Fayre*, neste ano com o tema “*The year of the child*”. Com o apoio de *Bill Harkin* e *Arabella Churchill* o *Michael Eavis* conseguiu um empréstimo bancário para realizar todas as obras na fazenda (Glastonbury, 2013).

Naquela edição foi inserido entretenimento especial para as crianças e o conceito de Caridade Mundial da Criança nasceu e existe até hoje, onde realizam ações nas escolas (Glastonbury, 2013).

Apesar do público de 12.000 pessoas, o valor da entrada de 5£ e como atrações: *Peter Gabriel, Steve Hillage, Alex Harvey Band, Sky and the Footsbnarn Theatre*, os organizadores sofreram uma enorme perda financeira e não queriam correr o risco de realizar um novo festival em 1980 (Glastonbury, 2013).

Entretanto, o problema com a realização e prejuízos causados pelo festival não durou muito tempo. Em 1981 houve uma nova edição do festival, agora com *Michael Eavis* no comando da organização e o nome modificado para *Glastonbury Festival* (Glastonbury, 2013).

Neste ano foi criado a “*Campaign for Nuclear Disarmament - CND*” (Campanha de Desmatamento Nuclear). O *Michael Eavis* ajudou o movimento pela paz e convenceu os organizadores da campanha que com uma gestão adequada o festival poderia ser rentável. Em 1981, o ingresso para o evento custava 8£ e teve um público de 18.000 pessoas (Glastonbury, 2013).

A partir de 1981 o festival foi crescendo e se consolidando. Todos os anos o fazendeiro *Michel Eavis* deixa as suas vacas e se prepara para realizar o festival de três dias de duração. Durante a década de 80 e o início dos anos 90 o festival atraiu um grande contingente do movimento *new age*, mas com o passar dos anos sua dinâmica foi se modificando; atualmente possui uma

programação bem eclética (BBC Mundo, 2013).

Com o passar das edições acabaram-se as entradas gratuitas e os ingressos para o festival encareceram drasticamente; entretanto o festival teve a cada edição novas atrações e um público cada vez maior. Como às vezes chove muito na região durante o festival, se tornou uma das atrações os participantes brincarem com a lama (Glastonbury, 2013).

Dada a sua importância, a BBC Mundo (2013) aponta que o *Glastonbury Festival* é o maior festival do mundo, pois desde a sua criação já passaram pelo seu palco principal 82 bandas de renome mundial.

Na edição de 2013, as 135.000 entradas disponíveis para o festival se esgotaram em 1 hora e 40 minutos. A área do festival foi de 364 hectares, na área de camping couberam 430 barracas por hectare. Dentro da área do festival tinha 5.487 banheiros.

Depois de mais de 30 anos desde a sua primeira edição, o *Glastonbury* é o maior festival de música do mundo, tendo em vista a quantidade de artistas e público que já passaram pela fazenda onde é realizado anualmente.

Pode-se considerar que a sua magnitude e abrangência estão relacionados com a diversidade proporcionada pelo festival, que vai além de apresentações musicais, mas oferece aos seus participantes danças típicas, músicas medievais, artistas cênicos dentre muitos outros.

Outra característica marcante do *Glastonbury* é o *camping*, que proporciona aos participantes a completa imersão no evento, além de certas

comodidades por estarem “dentro” do festival.

Pode-se inferir que o *Glastonbury* foi outro evento que se desenvolveu e se solidificou utilizando-se do turismo, não só no processo de infraestrutura e serviços, mas também no processo de inserção de novos produtos e, ao mesmo tempo, manutenção da tradição, mas também no marketing e da intensificação da motivação, que a cada ano consolida a imagem descontraída do festival e o reafirma como um evento imprescindível para os amantes de festivais de música.

5. O Rock In Rio – Rio de Janeiro, Brasil (1985 até dias atuais)

Com o reconhecimento de maior festival de música brasileiro e um dos maiores festivais de música do mundo, o *Rock in Rio* foi idealizado e realizado pela primeira vez no Brasil em 1985 (Rock In Rio, 2013).

Morais (2013) aponta que até o começo da década de 80, poucos eram os artistas de renome internacional que se apresentaram no Brasil e na América Latina. Isso não só devido ao regime militar e a economia, mas também aos produtores musicais da época que não tinham ousadia para apostar nos grandes *shows*.

Em 1985, o Brasil vivenciou o ápice da transição da ditadura para a democracia. Dentro deste contexto o empresário Roberto Medina teve a ideia de celebrar esta liberdade em um festival de *rock* de qualidade. Nasceu então o sonho do *Rock in Rio*. A maior dificuldade foi confirmar artistas de renome para participarem, mas após o

primeiro, *Rod Stewart*, foi possível confirmar vários outros artistas que apostaram no festival: *Ozzy Osbourne, Queen, James Taylor, Scorpions, Iron Meiden, George Benson, Yes, AC/DC*, dentre outros (Morais, 2013).

Então, entre os dias onze e vinte e um de janeiro de 1985 em um terreno de duzentos e cinquenta mil metros quadrados construído especialmente para abrigar o festival, em Jacarepagua/RJ, também conhecido como a “Cidade do Rock”, aconteceu a primeira edição do festival.

A “Cidade do Rock” contava 5.000m² de área, com o maior palco do mundo já construído até então, duas grandes áreas de alimentação, dois centros comerciais com capacidade para cinquenta lojas e dois centros médicos. A grande infraestrutura foi construída para atender 1,5 milhão de pessoas que frequentaram o evento. Entretanto, logo após a sua realização a “Cidade do Rock” foi demolida a pedido do então governador do Rio de Janeiro, Leonel Brizola. Em sua primeira edição o *Rock in Rio* recebeu um público de 1,380 milhão de pessoas (Rock In Rio, 2013).

Devido ao grande sucesso da sua primeira versão, em 1991 Medina promoveu o *Rock in Rio II* entre dezoito e vinte e seis de janeiro de 1991. No entanto, a segunda edição do festival foi realizada no estádio de futebol do Maracanã, em que o gramado foi adaptado para receber o palco e os espectadores, que também puderam ocupar as arquibancadas do estádio (Morais, 2013).

Em sua segunda edição, o festival teve um público de 700 mil pessoas. O palco

tinha 2.125m² e contou com aproximadamente 500 faróis de avião para a iluminação. A programação da segunda edição teve mais heterogeneidade que a primeira, alguns artistas da música *pop* foram convidados além dos clássicos do *rock* (Rock In Rio, 2013).

No ano de 2001 foi realizada a terceira edição do festival, nos dias doze a quatorze e dezoito a vinte e um de janeiro, também na cidade do Rio de Janeiro. Nesta edição, os organizadores construíram uma nova “Cidade do Rock”, no mesmo lugar onde foi construída a primeira, com a capacidade para 250 mil pessoas por dia, espaço para tendas alternativas, em que seriam realizadas apresentações paralelas à do palco principal. Havia ainda tenda de música eletrônica – Tenda Eletro, tenda de música nacional – Tenda Brasil, de música africana – Tenda Raízes, e de música mundial – Tenda Mundo Melhor (Morais, 2013).

O evento recebeu o título de “Por um Mundo Melhor”, devido ao ato simbólico de cinco minutos de silêncio antes do início das atrações do primeiro dia. Exatamente às 19h do dia doze de janeiro de 2001, aproximadamente três mil rádios e quinhentos e vinte e duas emissoras de televisão se juntaram ao ato e fizeram cinco minutos de silêncio como um pedido pela melhora do mundo. O início do ato foi marcado pelo toque de sinos e o fim pela libertação de pombas (Morais, 2013).

A infraestrutura da “Cidade do Rock” construída para o *Rock in Rio III*, permaneceu montada, mas não abrigou mais nenhum festival, ela deve ser

utilizada nas futuras instalações da Via Olímpica dos Jogos Olímpicos de 2016 (Rock In Rio, 2013).

Em junho de 2004, o *Rock in Rio* cruzou as fronteiras e o oceano, teve a sua primeira edição internacional em Lisboa. Em seis dias de evento reuniu trezentos e oitenta e seis mil pessoas de cerca de sessenta países. Só no Brasil, cerca de setenta milhões de pessoas assistiram as apresentações pela televisão (Rock In Rio, 2013).

O festival foi realizado em uma estrutura similar à da terceira edição realizada no Brasil. Nos duzentos metros quadrados do Parque da Bela Vista/Lisboa foram construídos o palco principal – Palco Mundo, a Tenda Raízes, a Tenda Mundo Melhor e a Tenda Eletrônica. O festival contou com a apresentação de setenta atrações e mais de cento e vinte horas de música, não só de representantes da música portuguesa, mas também de grupos brasileiros e bandas internacionais consagradas. Em Lisboa o festival passou a ter periodicidade de dois anos, atraindo cada vez mais público (Rock In Rio, 2013).

Depois do êxito do festival no Brasil e em Portugal, o festival expandiu ainda mais a sua área de atuação, estreando em Madrid. Em 2006 foi a primeira vez em que o *Rock in Rio* foi realizado em duas cidades simultaneamente. O desafio da organização foi recompensado pela resposta do público, que mais uma vez fez do *Rock in Rio* um dos maiores eventos do ano (Rock In Rio, 2013).

Em Madrid foi construída uma “Cidade do Rock” em Arganda Del Rey. Com uma área de duzentos mil metros quadrados, a cidade foi concebida como

um parque musical de lazer e entretenimento. Uma das principais atrações da cidade do *Rock* em Madrid foi uma fonte onde a água e as cores dançavam ao ritmo da música, transformando o corredor central em uma das principais atrações do festival (Rock In Rio, 2013).

Em 2011 o *Rock in Rio* retornou para o país de origem, agora em uma nova arena construída para abrigar o festival, e previsão de que acontecerá a cada dois anos. Esta edição trouxe também a diversificação dos estilos, com a presença de renomados artistas *pops* como *Katy Perry, Elton John, Rihanna e Shakira* e a presença inédita da música baiana com a *Claudia Leite e Ivete Sangalo* (Morais, 2013).

O festival se propõe a difundir mundialmente a sua marca, ser reconhecido e admirado, mas acima de tudo criar uma rede de milhares de pessoas que não só acreditam em um mundo melhor, mas também estão dispostas a fazer algo por ele. Cada vez mais, buscam artistas, empresas apoiadoras e instituições capazes de dar visibilidade e credibilidade para as causas apoiadas pelo festival.

A quarta edição do festival no Brasil, em 2011, teve sete dias de duração, com 160 atrações musicais divididas em dois palcos, com um público total de 700 mil pessoas. Morais (2013) aponta que, segundo estimativas da Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro (Riotur), o evento impactou em mais de R\$880 milhões na economia, atingindo uma média de 90% de ocupação dos quartos da rede hoteleira carioca. A cidade contou com a visita de 350 mil turistas,

sendo 25% estrangeiros. Como não poderia ser diferente, o evento movimentou nas redes sociais. Estima-se que o *Rock in Rio IV* tenha impactado 180 milhões de pessoas, em 200 países. O site oficial do festival teve mais de 5 milhões de visitantes únicos.

Em 2013 o *Rock in Rio* solidificou a sua presença no Brasil, com duas realizações tão próximas e inéditas no país. Teve seus ingressos esgotados em 4 horas de venda e recebeu um público de quase 600 mil pessoas durante o evento para assistirem mais de 160 atrações, em mais de 105 horas de música, além da transmissão para 215 países (Rock In Rio, 2013).

Segundo os produtores do evento, juntando todas as edições são mais de 28 anos de história, com um público de 7 milhões de pessoas, mais de 1.120 atrações e mais de 1.070 horas de música.

Entretanto, os produtores apontam que a fixação da marca o *Rock in Rio* não foi finalizada, o plano é levar o festival para além das fronteiras Brasileiras, Portuguesas e Espanholas. Em 2014 espera-se realizar o festival em 3 países simultaneamente (Argentina, Espanha e Portugal) (Rock In Rio, 2013).

Assim como outros festivais de música, o *Rock in Rio* teve o seu sucesso inicial não só pela genialidade humana de um empresário, mas também a conjuntura social, econômica e política que o Brasil se encontrava.

A combinação do final da ditadura militar, onde se tornou possível a realização de grandes eventos, somados ao fato de que o Brasil não estava inserido na rota dos grandes artistas mundiais, propiciou que a edição de 1985

alcançasse a milhares de brasileiros ansiosos por ver seus artistas e por participar de algo grande por meio da infraestrutura turística já existente no país, celebrando o fim da ditadura militar.

Entretanto, o crescimento do Rock in Rio não parou por aí, ao encontrar dificuldades em realizar o evento no Brasil, os organizadores extrapolaram as fronteiras e foram em busca de um mercado já consolidado de festivais, a Europa, e inseriram o Rock in Rio no calendário de eventos.

Um fator que merece ser destacado é a manutenção do nome, convertido em marca, pois ao ser transportado para Lisboa, houve uma grande crítica dos Brasileiros quanto a manutenção do nome Rock in Rio, sendo que deveria ser alterado para Rock in Lisboa, entretanto a organização optou por manter e fazer do Rock in Rio uma marca que pode estar em qualquer lugar, solidificando ainda mais o seu nome.

Na sua quarta edição no país de origem, Brasil, fica mais evidente o impacto que o evento gerou na cidade em termos econômicos e sociais, com a injeção de R\$880 milhões na economia e a consequente geração de mão de obra para atender aos visitantes.

Analisando este festival sob a ótica do turismo, pode-se observar a influência do mesmo no Rock in Rio em vários momentos de sua história, a iniciar pela infraestrutura criada para que o festival acontecesse desde a sua primeira edição. Vale lembrar a sua chegada à Europa, onde o festival contou com a participação do público de 70 países diferentes. Entende-se que, sem dúvida, esta

amplitude só foi possível forçada pela facilidade de transporte disponível da Europa, em que o turismo se apropria e influencia o seu desenvolvimento e a sua manutenção.

6. O Festival Lollapalooza – EUA (1991)

O *Lollapalooza* se diferencia dos demais festivais por se preocupar com o caráter cultural. Inspirados pela experiência do *Woodstock*, o festival de música *Lollapalooza* teve sua primeira edição em 1991. Momento em que as rádios já não queriam saber do *rock n' roll* e a televisão buscava algo novo. Durante este momento surgiu o *Lollapalooza*, como um grande segmento cultural (Lollapalooza, 2013).

O festival foi concebido pelo cantor de *Jane's Addiction*, *Perry Farrell*, com o intuito de ser uma turnê de despedida da sua banda e acabou se transformando em um *road show* de música e cultura. Teve edições anuais de 1991 até 1997, sendo retomado em 2003, e desde então mantem a periodicidade anual até os dias de hoje (Lollapalooza, 2013).

O nome do festival surgiu de uma expressão americana de época que possui o seguinte significado no dicionário: "*Lollapalooza*: 1. algo e/ou alguém excepcional/maravilhoso; 2. um pirulito em espiral gigante;" (Lollapalooza Brasil, s/p, 2013). Surgindo daí, também a primeira logo do festival que havia um pirulito em espiral, que aos poucos foi perdendo destaque (Lollapalooza Brasil, 2013).

Desde a sua criação até 1997, o festival percorreu a América do Norte

com seu caráter itinerante, sua última edição neste formato aconteceu em 26 cidades dos Estados Unidos e Canadá durante o ano. Em 2005 o festival foi fixado em Chicago, no Grant Park. Na edição de 2013 o festival bateu seus recordes de público, com 300 mil participantes para assistirem 150 atrações (Lollapalooza, 2013).

Em 2010 foi anunciada a estreia do *Lollapalooza* no exterior, em Santiago do Chile. No ano de 2012 o festival chegou ao Brasil, no Clube de Jokey em São Paulo, mesmo local que recebeu a edição de 2013. Já para 2014 foi anunciado que o festival ocorrerá no autódromo de Interlagos com 2 dias de duração com capacidade para 100 mil pessoas por dia (Lollapalooza Brasil, 2013).

Desde a sua primeira edição muita coisa mudou. No início dos anos 90 uma geração inteira foi influenciada pelo grunge, e com o passar dos dias novos estilos foram surgindo e movendo multidões. Essa é uma característica marcante do *Lolla*: ser um festival eclético que traz o *rock*, *hip hop*, *pop*, *dance*, música eletrônica, cantores do *rock country*, de acordo com o lugar onde e realizado, as tendências e preferências do público (Lollapalooza, 2013).

Outro elemento de destaque do *Lollapalooza* foi a inclusão de atrações não musicais, como, por exemplo, apresentações circense, *show* de horrores, tendas para exibição de obras de arte, jogos de realidade virtual, espaço para informações sobre políticas ambientais sem fins lucrativos e grupos que promovem a contracultura e a consciência política, dentre várias outras (Lollapalooza, 2013).

O gosto dos fãs, a evolução dos gêneros, as revelações da música são fatores que fazem a dinâmica do *Lollapalooza*, que tem como principais estilos o rock alternativo, *heavy metal*, *punk rock*, bandas de *hip hop* e performances de comédia e de danças (Lollapalooza, 2013).

O *Lolla* se destaca dos demais festivais pela diversidade e inovação. Primeiramente o festival começa com um caráter itinerante, acontecendo várias vezes em um ano em diferentes cidades com o intuito de atingir uma maior número de pessoas.

O seu caráter itinerante traz um aspecto que acaba se convertendo em uma característica do início do *Lolla*, em que o festival vai até o público, e não o público se desloca para ir ao festival. Se analisarmos o turismo como uma atividade que pressupõe o deslocamento, infere-se que durante estes primeiros anos, o festival não utilizou-se do turismo para o seu desenvolvimento sob essa vertente, embora, como nos festivais anteriores, permaneça as características de interação e compartilhamento de experiências. Por outro lado, constata-se que tal festival se deparou com a possibilidade de realização de um só evento, com maior abrangência e atingindo o público esperado, ao se consolidar em uma cidade e se apoiar nos serviços e equipamentos oferecidos pelo turismo.

Portanto, ao se fixar em uma cidade o *Lollapalooza* tomou o formato mais comum dos festivais e não se pode deixar de desconsiderar o avanço e as facilidades proporcionadas pelo turismo para a sua consolidação. Sua realização

em mais de um país reforma a sua popularidade e capacidade de atrair participantes para o festival.

7. Conclusão

Com a descrição e apresentação dos principais festivais de música ao longo dos anos, pode-se observar que, a princípio, os festivais tinham sua entrada gratuita ou com valores simbólicos, o que aparenta que os eventos não possuíam um caráter comercial/mercadológico e sim o objetivo da interação e da confraternização entre os artistas e os participantes, mesmo que em alguns casos isso significasse prejuízo aos organizadores. Tais fatos podem ser reforçados pelos contextos históricos/políticos aos quais tais festivais foram realizados.

Observa-se que os festivais de música se desenvolveram dentro de uma situação histórica que permitiu o seu avanço, foi o espaço em que os jovens encontraram para manifestar-se, para buscar uma mudança de paradigma na sociedade.

Observa-se que tais festivais acompanharam os estilos musicais que, em alguns momentos, deixaram de ser somente um estilo de música e se tornaram um estilo de vida. Entretanto, constata-se que os estilos predominantes são o *rock* e as suas ramificações, sendo que hoje em dia existem festivais de música de vários estilos, como o *jazz*, clássico, música eletrônica, sertanejo e o axé.

Constata-se ainda que os eventos estudados também apresentam uma evolução em seu formato, com mais atrações, diferenciação de estilos

musicais, adequação de infraestrutura, inserções de diversões paralelas às apresentações musicais, estas com a finalidade de atender aos diversos gostos/preferências de seu público. Nos dias de hoje constata-se que tais serviços têm sido possíveis/facilitados com o uso das tecnologias disponíveis, o que enriquecem a vivência durante o festival e proporcionam aos participantes inovações inesperadas, resultando aos participantes experiências únicas, que podem se semelhar às atividades puramente turísticas quando, por exemplo, tem-se a experiência de viagem a algum destino inusitado e único.

Neste contexto, não se pode desconsiderar a globalização e o avanço da tecnologia de comunicação, que possibilitaram maior interlocução, mobilização e envolvimento das pessoas em prol de uma ideia. Fatores como a existência e maior difusão de equipamentos de hospedagem, facilidades de transportes e compras de bilhetes, guias turísticos com informações das cidades, maior facilidade no deslocamento, a busca e a chegada até ela, todos esses aspectos tem facilitado a realização e a ampliação dos festivais ao longo dos anos.

Sendo assim, observa-se que o avanço dos festivais de música progride juntamente com o turismo. Com a inserção de hospedagens alternativas (como *camping*), a oferta de facilidades de acesso e a demonstração aos possíveis interessados das atrações que o evento terá a oferecer. Os festivais de música se afirmam cada vez mais como uma experiência proporcionada pelo turismo e

se aproximam (ou se une) ao fenômeno do turismo.

Todavia, a análise dos festivais de música e a sua relação com o turismo aponta que o turismo é mais amplo, na medida em que cria e se utiliza uma série de infraestrutura e serviços que possibilitam o seu desenvolvimento, onde constata-se alguns desses utilizados nos festivais de música. Se analisarmos os diversos tipos de turismo, podemos entender que os festivais de música se enquadram na segmentação de "eventos do turismo", em que os participantes se deslocam com a motivação de participar de um evento, portanto se utilizando da infraestrutura turística. Entretanto, estes estão com o seu foco voltado para a vivência do evento em si, e não da cidade que o abriga.

Ressalta-se que existem uma série de outros festivais que foram importantes para a solidificação do fenômeno "festivais de música" entretanto não foi possível abordar todos os festivais, o seu histórico e relevância em um único artigo, sendo aqui apresentado os mais relevantes, e tornando-se essa uma limitação para esse trabalho.

Sugere-se como estudo futuros a realização de trabalhos sobre as comunidades virtuais que giram em torno dos festivais envolvendo sua interação, organização, compartilhamento, dentre outros. Sugere-se ainda, a realização de um estudo comparativo entre os festivais de música realizados no Brasil, nos Estados Unidos e na Europa, pois a partir da historicidade levantada por esta pesquisa, constatou-se que os Estados Unidos foi o berço dos festivais, mas que os mesmos se desenvolveram fortemente

na Europa, sendo que o Brasil a representa-se como um mercado potencial para estes eventos.

Referências

- A history of UK rock festival - Glastonbury 1970 – 1978* (2013). Retirado de <http://www.ukrockfestivals.com/glastmenu.html>.
- Almeida, M. A. L. (2007). Uma geração em debate: Beat ou Beatkins? *História Agora, 1*.
- BBC Mundo. (2013). *Glastonbury: El mayor festival del mundo*. Retirado de http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/06/130628_glastonbury_lp.shtml
- Bemvindo, V. (2008). *40 anos do "Isle of Wight" passam em branco*. Mofodeu. Retirado de <http://whiplash.net/materias/biografias/075216-jimihendrix.html>.
- Fléchet, A. (2011). Por uma história transnacional dos festivais de música popular. Música, contracultura e transferências culturais nas décadas de 1960 e 1970. *Patrimônio e Memória, 7*(1), 257-272.
- Glastonbury. (2013). Retirado de <http://www.glastonburyfestivals.co.uk>.
- Isle of Wight (2013). Retirado de <http://www.isleofwightfestival.com/>.
- Lollapalooza (2013). Retirado de <http://www.lollapalooza.com/>.
- Lollapalooza Brasil (2013). Retirado de <http://www.lollapaloozabr.com>.
- Martins, A. A. C. (2006). Motivação, expectativa, experiência, satisfação ou dissatisfação dos turistas com o produto turístico de destino: Estudo sobre a área de grande Maceió –

- Alagoas/BR. Tese de Doutorado. São Paulo: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade.
- Maurizzu, P. (2009). *Woodstock, 40 anos do festival que marcou a música e as gerações*. *Ciência e Cultura*, 61(4).
- Morais, G. (2013). *Rock in Rio: conheça a história do maior festival de música do Brasil*. Cifrabclubnews. Retirado de <http://www.cifraclubnews.com.br/especiais/27445-rock-in-rio-conheca-a-historia-do-maior-festival-de-musica-do-brasil.html>.
- Roberts, G. (2007). *An english girl's Summer of love*. Mail Online. Retirado de <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-454271/An-english-girls-summer-love.html>.
- Rock In Rio (2013). Retirado de <http://rockinrio.com/rio>.
- Thurau, J. (1969). *Festival de Woodstock*. DW. Retirado de <http://dw.de/p/2YgJ>.
- Woodstock (2013). Retirado de <http://www.woodstock.com/>.