

## Entre tradição e criação: Dinâmicas das pequenas editoras de música popular de matriz rural em Portugal no século XXI

Pedro Belchior Nunes

INET-md  
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas  
Universidade NOVA de Lisboa  
[pedronunes@fesh.unl.pt](mailto:pedronunes@fesh.unl.pt)

### Resumo

As pequenas estruturas de edição de música no contexto de reconfiguração da edição e distribuição de música no novo milénio têm sido um assunto recorrente na área dos estudos de música popular ao longo dos últimos vinte anos, recolhendo contributos de diversas disciplinas, da musicologia à sociologia, passando pelos estudos dos média e da comunicação. Contudo, no universo particular da música popular de matriz rural, e no caso português em particular, nenhum estudo foi ainda realizado com o propósito de compreender os aspectos peculiares da edição de música e a forma como esta se desenvolveu tendo em conta os fenómenos amplamente estudados de digitalização e desintermediação bem como as próprias práticas e repertórios dos músicos dentro deste domínio. Neste artigo irei abordar a pequena edição no contexto específico da música popular de matriz rural em Portugal. O foco estará nas práticas e valores de edição que se desenvolvem neste universo particular, que podemos definir como um subcampo dentro do campo mais vasto de produção musical em Portugal. Através de uma abordagem que compreende uma amostra de pequenas editoras com recurso a entrevistas e a uma mesa redonda com editores e a análise de conteúdo de suportes vários, e num diálogo crítico com o trabalho de Bourdieu em torno do campo de produção cultural (1983), de Becker sobre mundos artísticos (1982) bem como trabalhos recentes em torno de modos *do-it-yourself* (DIY) de produção de música, irei focar-me em três dimensões de análise: linha editorial e respectivos valores na sua definição, formatos e distribuição, e modelos de negócio.

### Palavras-chave

Pequenas editoras; Música popular de matriz rural; Música tradicional; Subcampo de produção cultural; Culturas DIY.

### Abstract

Small record labels have been a recurrent subject within popular music studies over the last twenty years, gathering contributions from various disciplines, from musicology to sociology, through media and communication studies. However, in the peculiar universe of rural folk music, and in the Portuguese case in particular, no study has yet been carried out with the aim of understanding the peculiar aspects of music publishing and the way in which it has developed over the years and in the context of digitization and disintermediation in music production. This should be pursued by taking into account the musicians' own practices and repertoires within this domain. In this article I will address the small edition of rural folk music. The focus will be on the publishing practices and values which develop in this particular universe, which we can define as a subfield within the broader field of music production in Portugal. Through an

approach that includes a sample of small record labels and by using interviews and a round table with editors and content analysis of various media I will focus on three dimensions of analysis: editorial line and respective values in its definition, formats and distribution, and business models. As a theoretical framework I will critically use Bourdieu's work on the field of cultural production (1983), Becker's approach to art worlds (1982) as well as recent works around the do-it-yourself (DIY) modes of music production.

## Keywords

Small record labels; Rural folk music; Traditional music; Subfield of cultural production; DIY cultures.

O ESTUDO DAS PEQUENAS EDITORAS DE MÚSICA tem sido recorrente na área interdisciplinar dos estudos de música popular. O interesse pela temática advém do reconhecimento de que estas editoras têm tido um papel importante na divulgação de géneros, estilos e movimentos musicais, sendo, por conseguinte, vitais para a indústria musical entendida num sentido abrangente. Dentro desta temática, a noção de independência nas pequenas editoras tem estado presente em estudos desde a década de 1970, onde se estabelece uma relação entre estas e as editoras grandes, ditas *majors*, ou multinacionais. Atribui-se às pequenas editoras independentes qualidades como a criatividade e inovação, através da descoberta e disseminação de novos talentos e estilos musicais, em contraponto às multinacionais, mais focadas no potencial comercial da música e mais conservadoras no que toca à aposta em novos artistas e estilos (PETERSON - BERGER 1975; LEE 1995; HESMONDHALGH 1998; STRACHAN 2007; DEN DRIJVER - HITTERS 2017; NUNES 2018). Por outro lado, estas editoras, por serem estruturas mais pequenas e flexíveis onde um número restrito de pessoas se desdobra em várias funções, são melhor adaptáveis a mudanças de gosto e à emergência de novas cenas musicais, sobretudo a uma escala local (HESMONDHALGH 1998; HESMONDHALGH - MEIER 2015; NUNES 2018). Para STRACHAN (2007) os processos de produção em pequena escala protagonizados por estas pequenas editoras, bem como por músicos em autoedição, têm uma importância inestimável no campo da produção musical. Não de somenos importância, a construção de um discurso ideológico legitimador das práticas e centrado em noções de arte, comércio e criatividade posiciona estas pequenas editoras num subcampo cultural de pequena escala onde o capital simbólico e cultural é mais importante do que o económico (STRACHAN 2007; BOURDIEU 1983).

Nas duas últimas décadas a noção de DIY (*do-it-yourself*)<sup>1</sup> tem sido invocada para caracterizar as microeditoras emergentes. As novas tecnologias digitais têm facilitado o controlo por parte dos músicos dos meios de produção, edição e distribuição da sua música e têm facilitado a ação das pequenas editoras de música que atuam à margem dos circuitos dominantes de produção e distribuição de música. Estas tecnologias vieram, em grande medida, reconfigurar a indústria

---

O autor segue as normas do *Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa* de 1990.

<sup>1</sup> Doravante referir-me-ei ao termo *do-it-yourself* usando o acrónimo.

fonográfica ao abrirem um vasto leque de possibilidades para músicos e editores chegarem a um público mais vasto, permitindo-lhes contornar a cadeia de intermediários habituais, incluindo as editoras tradicionais, as distribuidoras e o retalho, representado pelas grandes lojas físicas de discos (STRACHAN 2007; KRIBS 2016; DEN DRIJVER - HITTERS 2017; SCHWETTER 2019; KAITAJARVI-TIEKSO 2020):

Os desenvolvimentos tecnológicos nos últimos anos abriram muitas portas para os artistas DIY. Eles podem ser descritos como músicos que desejam controlar os processos de produção, promoção e distribuição da sua música. Normalmente, esses processos são mantidos separados das principais gravadoras profissionais e das redes profissionais que as cercam. [...] A distribuição e, às vezes, as vendas ocorrem dentro de estruturas de negócios muito pequenas, com uma entrada mínima de recursos financeiros e humanos. Essas empresas são chamadas de micro-independentes (DEN DRIJVER - HITTERS 2017, 18).

A desintermediação na edição e distribuição de música permitirá aos músicos amadores a construção de carreiras semiprofissionais, com maior ou menor sustentabilidade, assentes neste modelo, no qual desenvolvem múltiplas competências de edição, distribuição, agendamento de concertos, autoavaliação de comunicação e elaboração do grafismo, entre outras (KRIBS 2016; HAYNES - MARSHALL 2018; KAITAJARVI-TIEKSO 2020). Mais do que se limitar a um conjunto de práticas facilitadas pelo acesso aos meios de produção, a noção de DIY nas culturas musicais contemporâneas traduz-se na adesão a um determinado *ethos* estruturante dessas práticas, onde os agentes nelas envolvidos investem tempo e recursos para a construção de carreiras semiprofissionais, autónomas e periféricas em relação a um *mainstream*. Nesse percurso, a realização pessoal pela adesão a determinados valores partilhados torna-se mais importante do que a recompensa financeira, não se verificando necessariamente a conversão de um capital social e cultural em capital económico que permita a estes atores aspirar a mais do que uma carreira, na medida do possível, sustentável (SCOTT 2012; BENNETT 2018; THREADGOLD 2018; cf. BOURDIEU 1997). As microeditoras do século XXI que adotam este modo DIY mantêm algumas características das pequenas editoras independentes das duas últimas décadas do século passado, nomeadamente a estrutura pequena e flexível, o coletivismo como valor fundamental, traduzido na cooperação entre agentes que partilham os mesmos interesses e gostos, a informalidade nos contactos e a primazia do valor artístico sobre o valor comercial da música. Contudo, estão, em comparação com aquelas, mais liberas do jugo das grandes editoras por não dependerem destas para a distribuição (STRACHAN 2007; DEN DRIJVER - HITTERS 2017; NUNES 2018).

As características das microeditoras do século XXI permitem que convoquemos em paralelo as noções de campo de produção cultural de pequena escala de BOURDIEU (1983) e de mundos artísticos

de BECKER (1982) para as enquadrar teoricamente. Se, por um lado, elas assumem as características do primeiro, ao legitimarem-se pela ênfase nos valores da qualidade artística em detrimento do valor comercial do artista / músico, também assumem, por outro lado, as qualidades do segundo, pelos processos vinculados de colaboração em rede, que incluem associações culturais, promotoras, distribuidoras, espaços para concertos, fanzines e imprensa de nicho. Daí resulta uma relação sinérgica entre vários agentes com o mesmo fim de divulgação e valorização de práticas musicais de menor visibilidade (BECKER 1982; DEN DRIJVER - HITTERS 2017). Estas duas abordagens, que se sobrepõem e complementam, têm sido feitas com atenção a certas práticas e universos musicais, como sejam o do punk e do rock designado *alternativo* (LEE 1995; GUERRA 2013; KRIBS 2016) e sobretudo à *música de dança electrónica* (HESMONDHALGH 1998; MCLEOD 2001; REITSAMER 2011; NUNES 2021). Contudo, no caso da música popular de matriz rural a ausência de estudos é notória.<sup>2</sup> O seu estudo no contexto português afigura-se pertinente pelo facto de estarmos a falar de um terreno com determinadas características distintas dos demais, nomeadamente pelo facto de a música popular de matriz rural, pela sua ligação a questões, por vezes politizadas, de identidade cultural e geográfica (tanto regional como nacional) assumir uma dimensão de utilidade pública reconhecível na sua relação com organismos como câmaras municipais e arquivos (CASTELO-BRANCO 2010). Esse reconhecimento faz com que, em Portugal, a génese de editoras especializadas neste género aconteça muitas vezes enquadrada num trabalho mais vasto levado a cabo por associações culturais com estatuto de instituição de utilidade pública. Ao contrário de outros subcampos como o da música de dança electrónica, em que a microedição é plenamente independente de apoios estatais, no caso da música popular e, dentro desta, no caso peculiar daquela que é categorizada como tradicional, o apoio de entidades públicas, sejam câmaras municipais ou organismos governamentais, são recorrentes e importantes para a sua sustentabilidade, como este estudo irá documentar. Além desta dimensão, a música popular assume outras características que tornam a sua edição num objeto de estudo distinto das demais áreas de produção musical. O facto de estes editores trabalharem com repertórios musicais que frequentemente são representados geograficamente torna-se estruturante das estratégias editoriais, onde o local assume uma importância não visível em outros géneros musicais.

Importa, pois, compreender este universo como um subcampo de produção de música, uma vez que, além da gravação, edição, distribuição de música, integra também a participação de agentes como associações culturais, produtores e programadores de espectáculos (concertos, feiras, festivais), colecionadores, arquivistas, estudiosos, dentro e fora do meio académico, e divulgadores. Nesse sentido, procuro neste artigo compreender a pequena edição de música popular a partir do estudo de um conjunto de projetos editoriais. Considerando que os média e as indústrias da música são um dos

---

<sup>2</sup> Salvaguardo aqui o artigo de SCHMIDT (2019).

pilares da sustentabilidade de processos musicais (SCHIPPERS - GRANT 2016), este estudo parte das seguintes questões: quais são e como operam as pequenas editoras em Portugal no âmbito da música popular de matriz rural; como a linha editorial dos diferentes editores reflete as transformações ocorridas nas últimas três décadas dentro das próprias práticas musicais; quais os valores estruturantes dessa ação editorial, nomeadamente no que se refere à tensão «tradição» *versus* «criação»; em que medida o caso das pequenas editoras de música popular de matriz rural corrobora estudos recentes atrás identificados em torno do *ethos* DIY em universos de produção musical (SCOTT 2012; HAENFLER 2017; BENNETT 2018; THREADGOLD 2018). O meu foco dirige-se às práticas e valores de edição que se desenvolvem neste universo particular, o qual, como referi atrás, defino como um subcampo dentro do campo mais vasto de produção musical em Portugal.

### **Clarificando as categorizações: Música popular e música tradicional**

Neste estudo refiro-me a música popular como uma categoria abrangente que inclui um conjunto de práticas, géneros e estilos musicais associados a contextos rurais e à noção de «povo» e de «cultura popular» (CASTELO-BRANCO - CIDRA 2010). Distingo-a, pois, do termo *popular music*, categorização anglo-saxónica recorrentemente utilizada e reconhecida globalmente, para descrever a música popular de massas disseminada pelos média e apropriada à escala global e distinta de universos musicais como o da música erudita.<sup>3</sup> O domínio da música popular foi ao longo do século XX objeto de (i) arquivo por sucessivos folcloristas e etnógrafos, entre outros coletores, cujas coleções têm um valor particular para os editores estudados neste artigo, como irei documentar; e foram também alvo de (ii) processos de revitalização e criação musical, nomeadamente pelos designados Grupos Urbanos de Recriação (LIMA 2000). A ação das pequenas editoras em estudo neste artigo enquadra-se nesse domínio abrangente da categoria «música popular». Todavia, os editores que entrevistei utilizam designações diferentes para esses dois âmbitos, preferindo chamar «música tradicional» ao primeiro e «folk», «recriação» ou «música de identidade» ao segundo. De modo a aproximar-me ao sentido dado pelos meus interlocutores utilizarei os termos «música tradicional» para me referir aos repertórios coligidos junto de detentores de música de matriz rural e «música popular» para referir as «novas roupagens» ou as «abordagens mais rasgativas» criadas por músicos e grupos de música a partir dessas referências.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Para uma discussão em torno do conceito de *popular music* ler, por exemplo, RICHARD MIDDLETON (1990).

<sup>4</sup> Estes termos – «novas roupagens» ou «abordagens mais rasgativas» – têm muito pouco consenso no meio académico. Contudo, são matriciais no contexto em estudo, definindo muito claramente universos distintos nos discursos dos meus interlocutores. Importa por isso procurar defini-los o mais claramente possível. A metáfora «novas roupagens» enfatiza nas suas palavras a ação de vestir a melodia tradicional através da inclusão, por exemplo, de novos instrumentos, ritmos e/ou harmonias. Esta categoria está próxima do que noutros domínios da música é referido como arranjo, ou seja, «o trabalho de instrumentação e composição sobre material musical existente, referindo-se normalmente à elaboração do acompanhamento instrumental ou vocal de uma melodia ou canção» (TILLY 2010, 72). Por sua vez, a expressão «abordagens mais rasgativas» coexiste ao lado de designações como «músicas de identidade», «fusão», «nova música

### **Definição da amostra e métodos de pesquisa**

Neste estudo comecei por fazer o mapeamento das pequenas editoras em atividade em 2021 a partir dos seguintes critérios: estrutura da editora (uma a quatro pessoas) e número de cópias por edição (excluindo aquelas que com alguma frequência excedam mil exemplares). Na seleção das editoras que compõem a amostra privilegiei aquelas que (i) têm um vasto catálogo de edições, (ii) têm presença nas redes sociais, (iii) e/ou são reconhecidas pelos pares. A duração do tempo de atividade das editoras foi outro critério seguido. Através da observação do *website* oficial e de páginas nas redes sociais e do contacto com agentes dentro deste subcampo foi possível selecionar um conjunto de editoras, algumas já com um vasto catálogo de edições e outras, sobretudo as mais recentes, com reconhecimento dos pares e presença nas redes sociais, ainda que com um número de edições mais modesto. Realizei entrevistas semidirigidas aos editores a partir de um conjunto de temas previamente definidos: historial, linha editorial (práticas e valores presentes), formatos de edição, distribuição, relação com os meios de comunicação e sinergias com outras estruturas dentro do mesmo subcampo. Face às condicionantes provocadas pela pandemia Covid-19, reformulei a pesquisa e investi nos contactos à distância. Nesse contexto, realizei também uma mesa-redonda via Zoom com alguns dos editores que integram a amostra, onde foi possível observar e registar um debate em torno dos temas anteriormente explorados nas entrevistas.<sup>5</sup> Tal metodologia ampliou o diálogo em que esta investigação se apoiou, ao proporcionar a interação entre diferentes editores. A informação recolhida foi complementada com a observação e análise dos *sites* oficiais e páginas em redes sociais das editoras e associações que as integram.

### **As linhas editoriais das pequenas editoras: entre «recolhas» e «recriação»**

As linhas editoriais nestas pequenas editoras constituem um bom indicador dos valores (estéticos, ideológicos, profissionais) que norteiam a sua edição de música popular. Tal torna-se particularmente relevante no contexto recente de diminuição de importância do fonograma em formato físico, em que as escolhas do que deve ser editado têm de obedecer a critérios mais estreitos embora mantendo um equilíbrio entre o que pode ser comercialmente viável e o que, pelo seu valor artístico ou histórico e musicológico, merece ser divulgado (NUNES 2018).

Com a colaboração dos editores de música procurei definir essas escolhas e perceber as principais diferenças entre elas. Numa primeira análise, evidenciaram-se dois grupos de editoras com diferenças entre si, um emergente na década de 1990 e o outro já no século XX. Dentro do primeiro grupo, inclui

---

tradicional» ou «vanguarda do folk». São termos usados para referir, por exemplo, criações musicais que juntam tecnologia MIDI com repertórios tradicionais. Estas composições apesar de terem como ponto de partida músicas tradicionais dialogam com uma pluralidade de referências e estilos musicais nas suas composições.

<sup>5</sup> «A Música Tradicional Gravada: à conversa com editores independentes», mesa-redonda, via Zoom, 28 de janeiro de 2021, disponível em <<https://www.ua.pt/pt/noticias/4/65456>>.

as editoras Xarabanda,<sup>6</sup> Tradisom,<sup>7</sup> Açor,<sup>8</sup> Sons da Terra<sup>9</sup> e no segundo grupo incluí a d'Euridice/d'Orfeu,<sup>10</sup> a Sons Vadios<sup>11</sup> e a Repasseado.<sup>12</sup>

### «Não é só o trabalho de campo que é importante editar»: Xarabanda, Tradisom, Açor e Sons da Terra

As edições da Xarabanda obedecem, nas palavras do seu editor, Rui Camacho, a uma postura de compromisso entre o que diz ser o respeito pela tradição e a sua renovação. A condição particular desta editora – integrada numa associação da qual faz parte um grupo de música com a mesma designação – facilita a permeabilidade dessas duas dimensões: edição de registos sonoros de música tradicional da Madeira coligidos por elementos da associação junto dos próprios detentores dessas tradições; e edição de arranjos feitos a partir desse repertório elaborados pelo próprio grupo Xarabanda:

Trabalhar de forma a preservar todas estas características sem as destruir, mas renová-las para que seja aceite [...] Se a música se mantém tal como ela é não atrai porque as pessoas não têm capacidade

<sup>6</sup> Editora madeirense ligada à associação musical e cultural sem fins lucrativos, com o mesmo nome, fundada em 1990 por um coletivo de músicos anteriormente pertencentes ao grupo de intervenção cultural Algozes. Segundo a informação disponível no *site* oficial da associação, a Xarabanda tem como objetivos promover a investigação no domínio da cultura tradicional, a recolha e divulgação da música tradicional madeirense e o ensino dos cordofones regionais da tradição popular, bem como ações de formação e sensibilização sobre música popular e tradicional regional. (*site* oficial em <<https://xarabanda.pt/>>).

<sup>7</sup> Editora fundada em 1992 em Macau pelo colecionador e radialista José Moças, especializada na edição de discos, mas também de filmes e livros, de música popular portuguesa. De acordo com a informação no *site* oficial, a Tradisom foi criada com o propósito de captar e divulgar as tradições musicais portuguesas, não só em Portugal, mas também nos locais onde a presença e as influências musicais dos portugueses se fazem sentir (*site* oficial em <<https://tradisom.com/>>). O catálogo da Tradisom inclui cerca de duzentos itens entre discos, DVD, livros e edições especiais. O *website* da editora organiza os conteúdos em diferentes categorias. A categoria com um número maior de edições designa-se «Tradicional» (77). Segue-se o «Fado» (33 edições), «Popular» (14) e «Clássica» (14).

<sup>8</sup> Editora sediada em São Mamede de Infesta, fundada em 1996 pelo professor de música Emiliano Toste. Dedicada à produção e edição de música tradicional com ênfase, não exclusivo, na música da Região Autónoma dos Açores, estendendo também o seu catálogo de edições a bandas filarmónicas e à música clássica (*site* oficial em <<https://www.emilianotoste.pt/>>).

<sup>9</sup> Editora integrada no Centro de Música Tradicional Sons da Terra, sediado em Sendim, Trás-os-Montes, dirigido pelo divulgador, promotor e editor Mário Correia. Fundada em 1998, inicialmente especializada em registos sonoros e videográficos de tradições de gaitas de foles nas áreas de Trás-os-Montes e Coimbra e também de cantos tradicionais do Norte de Portugal (TILLY - PASSINHAS 2010).

<sup>10</sup> A D'Euridice é um selo de edição da D'Orfeu, associação cultural sem fins lucrativos criada em Águeda em 1995 por quatro irmãos músicos com o objetivo de dinamizar actividades culturais através da música e da sua relação com todas as outras formas de expressão. Foi criada posteriormente, em 2002, como braço editorial da d'Orfeu, em resultado da actividade criativa da Associação e perante a necessidade de a materializar e promover os artistas que representa (*site* oficial em <<https://dorfeu.pt/edicao/>>).

<sup>11</sup> Editora que integra a cooperativa cultural Sons Vadios com sede na Nazaré, criada em 2014. Segundo o *website* a editora foi criada para divulgar projetos musicais na área da música tradicional e da música folk (*site* oficial em <<https://www.sonsvadios.pt/>>).

<sup>12</sup> A Repasseado é uma editora e produtora de concertos criada em 2019 pelos músicos Vasco Ribeiro Casais e Joana Negrão com o propósito de agregar uma comunidade de artistas da vanguarda da música portuguesa. Aposta também na realização de projetos educativos envolvendo comunidades locais e no agenciamento e gestão dos seus artistas (*site* oficial em <[www.repasseado.pt/](http://www.repasseado.pt/)>).

de compreensão. Como é que vamos atrair público para gostar do trabalho que fazemos? É sempre através da renovação, mas sem destruir totalmente. (entrevista CAMACHO 2021)

Todas as edições da associação, dos registos sonoros de campo aos arranjos feitos pela banda que a representa, têm tido o apoio da Direção Regional da Cultura da Madeira, sendo patrocinadas também pela Secretaria Regional do Turismo e Cultura.

Por sua vez, na Tradisom há um grande enfoque na edição de registos sonoros e filmográficos de música tradicional, onde se incluem, por exemplo, registos sonoros realizados por Armando Leça<sup>13</sup> no Alentejo, entre 1939 e 1940 (PESTANA 2015), ou a reedição parcial da filmografia de Michel Giacometti,<sup>14</sup> difundida pela RTP entre 1971 e 1974 (GIACOMETTI 2010). Esta linha também compreende a edição de registos sonoros coligidos junto de detentores da tradição por etnógrafos contemporâneos, destacando-se aqui a figura de José Alberto Sardinha, e a edição de coleções de registos sonoros históricos representativos da diáspora portuguesa, onde se inclui *A viagem dos sons*, coordenada pela etnomusicóloga Susana Sardo.<sup>15</sup> Sendo a edição de arquivos e coleções de música tradicional e o fado a principal marca identitária da Tradisom, não é de somenos importância a edição de projetos originais de música popular como os de Júlio Pereira, Brigada Vítor Jara, Pedro Caldeira Cabral e mais recentemente José Afonso e Zeca Medeiros, entre outros. A presença destes nomes, alguns já com um estatuto importante na música portuguesa, representa o lado mais comercial da editora, ainda que o gosto pessoal se mantenha como um critério importante nas escolhas de José Moças:

A linha editorial mais importante é a de descobrir coisas de arquivo [...] A minha ideia é sempre procurar o que está esquecido e trazer à luz do dia. Depois claro que tenho as outras coisas, enfim, que são digamos a parte comercial, a parte que no fundo sustenta a editora [...] Mas claro que não consigo dizer não às pessoas e este ano vou editar um disco muito interessante do Zeca Medeiros que é para mim um homem genial, não sei o que é que vai vender mas vai-me dar gozo fazer, pronto, é mais nessa base dos amigos e das coisas que eu gosto, ou seja, há coisas que eu sei que posso ganhar dinheiro e outras faço porque me apetece fazer e porque gosto e porque acho que é importante fazer. (entrevista MOÇAS 2020)

O trajeto editorial da Tradisom tem-se desenvolvido, pois, entre a perceção de um terreno específico (a música portuguesa, com particular destaque a música de matriz rural), a valorização de

<sup>13</sup> Pseudónimo de Armando Lopes, compositor, folclorista e etnomusicólogo (n. Leça da Palmeira, 9 de agosto de 1891, f. Vila Nova de Gaia, 21 de janeiro de 1977).

<sup>14</sup> Etnólogo e coletor corso que fez importantes recolhas etno-musicais em Portugal (n. Ajaccio, Córsega, 8 de janeiro de 1929; f. Faro, 24 de novembro de 1990).

<sup>15</sup> Coleção coordenada sob o patrocínio da Comissão Nacional para as Comemorações dos Descobrimientos Portugueses e Expo98 «Viagem dos Sons: 12 CDs sobre música em territórios pós-coloniais de matriz portuguesa» (Tradisom 1998).



conteúdos silenciados pela obsolescência dos materiais de registo («procurar o que está esquecido e trazer à luz do dia»), o gosto pessoal («faço porque me apetece fazer e porque gosto») e as apostas que considera comercialmente viáveis («coisas que eu sei que posso ganhar dinheiro»). José Moças assegura a sustentabilidade da editora num equilíbrio entre os referidos projetos comerciais e aqueles mais próximos do seu gosto pessoal.<sup>16</sup> Não obstante a prevalência da autosustentabilidade proporcionada pelo retorno da venda de discos, a Tradisom tem também no seu historial algumas edições com financiamento externo como foi o caso, por exemplo, dos anteriormente referidos registos sonoros de Armando Leça, cuja edição teve financiamento pela Fundação para a Ciência e Tecnologia.

O aspeto mais relevante na linha editorial recente da Tradisom reside na aposta na exclusividade como um valor preponderante na edição de música. Face ao contexto adverso, reportado pelos editores, de quebra de vendas de fonogramas, a Tradisom tem restringido a edição a projetos com edições exclusivas e numeradas. O exemplo mais eloquente desta aposta é a edição recente do LP/2xCD/Livro de concertos inéditos de José Afonso.<sup>17</sup> A atenção ao cuidado gráfico e a edição em formato multimédia, com a inclusão de livreto informativo e DVD já era uma prática corrente da editora. Contudo, com esta edição recente a ideia de exclusividade adquire uma importância ainda maior na estratégia da editora:

É pá aquilo teve um impacto incrível! Um livro caro que esteve no mercado à venda a 60 euros e os 5000 exemplares voaram, desapareceram em seis meses e é uma edição numerada e não reeditável. Isso teve um impacto muito grande no público e eu percebi que se me dedicar a esse tipo de edições mais exclusivas de coisas menos fáceis de encontrar, edições limitadas, há uma procura enorme, não ficam stocks no meu armazém. [...] Neste momento a minha ideia é editar coisas muito exclusivas e que vão ter algum impacto. (entr. MOÇAS 2020)

Tal aposta é permeada pelo reconhecimento mútuo entre a editora, já com créditos amplamente firmados na edição de música popular, e o seu público fidelizado, que José Moças identifica pelas redes sociais da editora como sendo de uma faixa etária acima dos cinquenta anos, com um nível de conhecimento elevado e gosto pessoal por esta área de produção musical. É este reconhecimento mútuo que permite à editora captar este nicho de mercado através desta estratégia de diferenciação do objeto fonográfico.

<sup>16</sup> Tal está em consonância com o que Haynes nos diz num estudo sobre os intermediários no universo da *world music*: «O mais notável é a indefinição da linha entre o gosto pessoal e o julgamento profissional, ou melhor, entre lazer e trabalho. A música é claramente a fonte de indefinição entre trabalho e lazer no contexto da *world music*, pois não é apenas de extrema importância no seu [dos intermediários] trabalho como críticos de música ou produtores musicais, mas também é fundamental para as suas atividades de lazer como consumidor/ouvinte ou como amador de música. Tal reflete um aspecto da sua identificação política, bem como os seus interesses intelectuais» (HAYNES 2005, 368). Ou seja, o gosto pessoal é sobreponível com a ideologia profissional do intermediário, neste caso o editor de música, dentro deste universo peculiar.

<sup>17</sup> José Afonso ao Vivo, LP+2xCD+Livro. Edição especial e numerada, Tradisom 2019.

A Sons da Terra, por outro lado, divide o seu trabalho entre a edição de registos sonoros de música tradicional coligidos por Mário Correia e o filho, Daniel Correia, sobretudo no Centro e Norte de Portugal, e a edição de projetos originais de músicos que criam a partir desse universo musical. Para demarcar bem estas duas áreas a editora tem duas etiquetas: a *Sons da Terra Mário Correia* que tem editados cerca de cento e vinte discos de registos sonoros resultantes do trabalho de campo de Mário Correia e a *Sons da Terra Outros Projectos* dedicada a novos projetos em torno da música tradicional que Mário Correia considera criativos:

Porque a partir de certa altura há gente que cria, que produz que é preciso meter em estúdio porque não é só trabalho de campo e que é importante editar. Mesmo dentro dos novos gaiteiros há projetos novos e contemporâneos. Houve uma altura em que se registou um grito de revolta contra o predomínio das gaitas de foles no Nordeste Transmontano e eu chamei a atenção para as flautas pastoris, para os tamborileiros e então dois tocadores velhos e dois novos criaram um grupo das *fraitas* (fraitas é flautas em mirandês). Esse é um trabalho que eles vão elaborar e que eu meto em estúdio, que já não é uma recolha de campo. (entrevista CORREIA 2020)

Entre a preservação de registos para memória futura e a divulgação de artistas que renovam a música tradicional, a Sons da Terra gere, na edição de discos, o seu duplo estatuto de entidade associativa (Centro de Música Tradicional Sons da Terra) e editora comercial (Sons da Terra, Lda.), embora bastante focada na inovação e originalidade em detrimento do número de vendas, o qual é residual. Esse duplo estatuto permite-lhe aceder a programas de financiamento da cultura e das artes específicos:

Começo a gravar os velhos Gaiteiros e tenho a sorte de em Mirandela o primeiro disco que eu edito de um gaiteiro, o Ezequiel dos Santos, a câmara compra-me os discos numa quantidade de 3000 a 4000 e vejo futuro nisto e criei a editora Sons da Terra. A partir daí comecei a fazer as edições, tiveram sempre apoios das câmaras locais, do INATEL e da DGArtes. Durante muitos anos fui muito apoiado pela DGArtes (até 2015, depois deixei de concorrer). Atualmente é fundamental o protocolo assinado com a Fundação INATEL em 2019. (entr. CORREIA 2020)

O catálogo da editora Açor distingue-se pela amplitude de géneros e estilos musicais, os quais vão desde a música tradicional coligida pelo próprio editor, passando pelo registo e edição de bandas filarmónicas, tunas académicas e pela conceção e edição de coletâneas de grupos de folclore. Apesar desta abrangência, há um foco claro na edição de música tradicional dos Açores, sobretudo a partir de registos sonoros efetuados por Emiliano Toste junto de detentores da tradição local, em finais do século XX. Este compromisso justifica os apoios que tem merecido por parte de organismos públicos

dos Açores, nomeadamente a Direção Regional de Cultura dos Açores.<sup>18</sup> Paralelamente, Emiliano Toste dedica-se ao registo em estúdio de grupos folclóricos formalmente instituídos e de bandas e grupos portugueses que atuam no domínio da chamada *world music*. A Açor, nas suas palavras, compreende também um repertório que define como «música de expressão atlântica».

Eu não gostaria muito de me cingir apenas a esta área [música tradicional] que foi surgindo por inerência natural, por gosto natural, mas ao mesmo tempo cheguei também a ter aqui uma fase profícua naquilo que eu chamo «música de expressão Atlântica» em vez de a considerar de expressão portuguesa. Quando digo expressão Atlântica, refiro grupos na área folk que aconteceram aqui na década de noventa e em que tive alguma responsabilidade. Cheguei a editar alguns grupos nessa área, os quais foram beber a sua influência às músicas do mundo (entrevista TOSTE 2020)

### «Na vanguarda do folk»: D'Euridice / d'Orfeu, Sons Vadios e Repasseado

As linhas editoriais de editoras mais recentes como a d'Euridice/d'Orfeu, a Sons Vadios e a Repasseado revelam uma intenção de dar visibilidade a criações contemporâneas da música popular, privilegiando a edição de projetos criativos em torno de músicas tradicionais de Portugal, dando-lhes novos arranjos ou integrando estilos e repertórios de músicas tradicionais de outros países.

A d'Euridice, editora da Associação d'Orfeu, dedica-se à divulgação de arranjos ou músicas originais feitas por grupos com atividade nos festivais das chamadas música «folk» e «world music». Esta opção está em sintonia com o próprio programa de ação da associação que acolhe esta editora. Refiro-me à d'Orfeu, a associação que organiza anualmente festivais de música como o Festim, dinamiza com regularidade oficinas de música tradicional e promove a criação de grupos como o Toques do Caramulo. O Toques do Caramulo é um grupo que faz arranjos a partir de temas da música tradicional e conta já com três discos editados pela d'Euridice. Luís Fernandes explicita assim a política da associação d'Orfeu:

Nos anos noventa há uma atenção ao mundo, à nossa música como música do mundo. Portugal começa a organizar-se e a ter festivais de músicas do mundo. A D'Orfeu nasce nesse contexto, a dar uma atenção nova à música tradicional e a querer acolher outras propostas e influências para com isso enriquecer o trabalho de aprendizagem dos instrumentos tradicionais, enriquecer a criação e a fidelização de um público cultural não só refém da cultura popular dos ranchos e das bandas a que Águeda estava confinada. Ao nível criativo, aquilo que fazemos (por exemplo, no grupo Toques do Caramulo) é a reutilização do património musical local com visão mais moderna, arranjos contemporâneos num contínuo ciclo de inovação: há cem anos essas músicas também sofreram essas

<sup>18</sup> O espólio de cinquenta e um CD com o título «A Música Regional Açoriana», recolhido entre 1978 e 2017, foi doado em 2017 à Direção Regional de Cultura dos Açores.

evoluções, não somos intérpretes de uma cristalização, mas sim de uma evolução desse património. O tradicional é meramente a inspiração, o que está cristalizado são os instrumentos, depois podemos fazer o queremos com eles, podemos tocar rock com um cavaquinho, os próprios instrumentos podem ser objeto de evolução. Tal como acontece nas nossas oficinas podem ser reciclados e ser objeto de uma nova criatividade na construção. (entrevista FERNANDES 2015)

Ao ser um braço editorial da d'Orfeu, a d'Euridice beneficia tanto dos apoios financeiros que esta obtém como seja, por exemplo, o apoio sustentado da DGArtes, como das suas redes institucionais, nomeadamente com a Universidade de Aveiro, através da cedência dos seus estúdios e equipamentos técnicos para gravação. Sobre a d'Euridice Luís Fernandes sustenta que:

Não é uma editora, é um braço editorial, é uma ferramenta de suporte editorial ao trabalho criativo desenvolvido pela casa [associação d'Orfeu]. Os espetáculos próprios, as criações, têm o seu suporte documental em disco que é com esse selo. Não temos de recorrer a uma editora, mas também não somos uma editora que faça disso o seu foco de intervenção, resume-se às edições da casa. Pontualmente coeditamos algum disco nesta matriz da nova música tradicional de outros artistas como a Celina da Piedade ou o disco dos Gaiteiros de Lisboa. Faltava só editar e foi a d'Euridice a fazê-lo. A música é que nos leva mais à questão editorial. Um exemplo: o *Burburino* é um livro com música original, livro/cd, uma história infantil de uma escritora conterrânea. Esse livro resulta de um espetáculo de marionetas, uma criação teatral e aí foi a edição que contaminou a criação, mas por vezes é ao contrário. Não é possível definir com clareza os critérios editoriais da d'Euridice porque não é só uma área de intervenção, é uma ferramenta. É um processo aberto porque ainda este ano editou um livro de poesia e prosa que nada tem a ver com música. É uma forma associativa, pode servir para abrir mais ou disponibilizar o que, de outra forma, não teria vindo ao público. (entr. FERNANDES 2015)

A Sons Vadios, por seu lado, é uma editora integrada numa cooperativa que se dedica não apenas à criação e edição de música mas também à produção de espetáculos e assessoria de imprensa de artistas. Enquanto a d'Euridice beneficia do enquadramento institucional da associação d'Orfeu, a Sons Vadios enfrenta quadros de financiamento da cultura que não são tão compatíveis com a sua dinâmica particular, a qual não compreende uma planificação de médio-longo prazo. Segundo Sara Vidal, a Sons Vadios não se candidata a esses fundos quando implicam um plano de realização contínuo, ao longo de dois anos. Já os programas pontuais de apoio oferecidos pela Gestão de Direitos dos Artistas (GDA) configuram-se mais ajustados ao perfil da cooperativa.

Nunca nos chegamos a candidatar. [...] São acordos plurianuais, implicam um acordo com o município que nós nunca chegámos a fazer. Temos uma candidatura precisamente para a edição de um disco que sairá este ano, tem que ser lançado este ano porque tem o apoio da GDA, portanto da

entidade que gere os direitos conexos, mas fizemos uma candidatura de apoio a edição discográfica da DGArtes. Mas ainda estamos à espera do resultado, portanto é um apoio direcionado para a edição e não para a estrutura. Neste momento é uma estrutura independente sem qualquer tipo de apoio. O seu rendimento é do trabalho que gera, que neste momento é a venda de concertos e é a venda de discos. (entrevista VIDAL 2020)

A Sons Vadios nasceu com o propósito de autoedição de projetos musicais de pequenos coletivos, passando posteriormente a acolher projetos similares de outros grupos ou artistas individuais. O valor da criatividade *versus* tradição é também distinguido pela editora. Para explicitar esse alcance, Sara Vidal dá como exemplo o disco *Cantos da Quaresma*:

Se fores analisar o nosso catálogo encontras por exemplo um disco de cantos da Quaresma [...] que é uma recolha de músicas de Quaresma, mas depois vamos adaptá-las à nossa formação enquanto dueto e aos instrumentos que nós tocamos, portanto não deixa de ser música tradicional, mas que é recriada à nossa maneira. Portanto a nossa linha editorial passa por aí, por uma recriação sobre a música tradicional, não é música no seu estado puro e duro, não vamos editar recolhas tradicionais. (entr. VIDAL 2020)

O diálogo entre passado (tradições) e presente e entre músicas tradicionais de diferentes países parece ser o principal critério destas editoras. A Repasseado, com uma existência muito recente e agregando à edição de músicos da editora o agenciamento de músicos e organização de espetáculos, segue pela mesma linha editorial entre o que dizem ser uma «identidade portuguesa» vincada e a inovação na abordagem à música popular:

Com a Repasseado é que nós estamos a pensar já ter uma linha editorial na questão das músicas de identidade, mas que tenha uma abordagem mais rasgativa e contemporânea. A ideia é essa, é ter uma linha para o folk que pode não ser só folk, mas principalmente coisas que tenham a identidade portuguesa muito vincada e que não seja um bocado aquilo que toda a gente já fez. Por exemplo, há muitos discos a serem editados que são bons e são muito giros, mas acabam por ser o reviver do que o Fausto já fez, o que o Sérgio Godinho já fez, ou o que o Zeca Afonso já fez e a ideia é projetos que sejam realmente diferentes que estejam ali na frente, na vanguarda do folk ou na vanguarda das músicas de identidade. (entrevista CASAIS 2020b)

A Repasseado alarga o seu público-alvo ao investir também em projetos que potenciam, por exemplo, uma finalidade didática destinada a professores de música:

Nós temos um projeto agora em cima da mesa que estamos a fazer que se designa Seiva. Alude à seiva da árvore que é basicamente fazer as músicas de tradição oral, mas mais pensadas para o público

mais novo. [...] A ideia é ter um livro com as músicas também para servir de apoio pedagógico, partituras escritas em formato digital, acessíveis através de um *link* para os professores poderem depois meter as músicas com voz e sem voz [...] poderem cantar as músicas nas aulas [...] a ideia é fazer um concerto para os miúdos na escola em que nós levamos som, luzes, fumo, fazemos umas músicas em conjunto com os miúdos e ligamos as nossas tradições desta maneira. Esse projeto foi financiado pela DGArtes. (entr. CASAIS 2020b)

Vemos, assim, alguma convergência entre as editoras estudadas no sentido de valorizarem a abertura à renovação da música tradicional. No entanto, também ficam explícitas as diferenças entre as editoras com mais tempo de existência, como a Xarabanda, Tradisom, a Açor, a Sons da Terra, e mais recentes, como a d'Euridice, Sons Vadios, Repasseado. Para as primeiras, a edição de música tradicional coligida junto de detentores da tradição (sobretudo no formato de registo sonoro) continua a ser uma marca forte na linha editorial pelo reconhecimento que esse trabalho traz sobretudo junto de entidades públicas ligadas à educação e à cultura, sejam câmaras municipais, governos regionais (no caso da Xarabanda) ou organismos estatais de apoio às artes e à cultura como a DGArtes. É o reconhecimento deste trabalho de trazer ao conhecimento do público as tradições musicais portuguesas que permite a estas editoras o investimento em projetos musicais originais, de renovação dessas tradições. Já nas editoras mais recentes a ênfase está no que dizem ser a «recriação» da música tradicional. Estas editoras não evidenciam o mesmo interesse pela edição de registos sonoros de música tradicional, valorizando mais a autoedição. Os editores do segundo grupo são eles próprios músicos, *performers* e compositores, chegando à edição de música popular não através dos registos sonoros históricos, mas de um trajeto que passou pela aprendizagem de guitarra clássica e pela prática de outros géneros musicais como o punk-rock e o metal, no caso de Vasco Casais, e pela experiência em associações culturais que promovem abordagens mais inovadoras da música tradicional como a d'Orfeu, no caso de Sara Vidal.

### **Formatos e distribuição**

As opções a nível dos formatos e da distribuição da música editada requerem atenção pela reconhecida quebra de vendas em formato físico nas duas últimas décadas.<sup>19</sup> Por outro lado, o surgimento de novas plataformas digitais que vieram facilitar a distribuição de música, livrando-a da teia burocrática de estruturas rígidas e hierarquizadas (temporal e espacialmente) que caracterizou as editoras ao longo de décadas, é um aspecto central na edição de música no século XXI. No caso das editoras que estudei o suporte físico em formato CD continua, contudo, a ser o formato privilegiado, sendo as vendas em suporte digital residuais. A permanência do formato CD é aliás um aspecto que distingue as editoras

<sup>19</sup> De acordo com a Associação Fonográfica Portuguesa, números de mercado desde 2002, AFP.

dentro deste subcampo das pequenas editoras em outros géneros (NUNES 2018). Além da permanência do formato CD, contrariando a tendência crescente para a desmaterialização dos suportes musicais, acresce um investimento, financeiro e simbólico, na identidade gráfica:

Apostamos sempre em ter um CD de cortiça, um CD de madeira, uma caixa de madeira, depois tens o *booklet* de um lado e tens o CD do outro. A ideia era ter assim edições mais cuidadas graficamente com uma própria textura. Isto é um objeto que apetece ter [...] O último de Dazkarieh é uma coisa mais simples, uma coisa normal, só tipo cartão, mas também é um papel diferente dos outros *digipacks* e depois, por exemplo, agora com Omiri, o último disco [...] é um livro, tem alguns textos a contextualizar, tens um texto do Domingos Morais,<sup>20</sup> tens um texto meu, um texto do meu *manager*, tens fotografias e depois tens as letras e as músicas e tens os grupos todos que participaram, que andei a fazer recolha e tenho um texto sobre cada grupo. Acaba por contextualizar, acaba por ser um documento. (entr. CASAIS 2020b)

A aposta neste formato surge como garante de uma identidade forte que extravasa a música para se estender a um lado estético, manifesto sobretudo no grafismo das capas. O investimento financeiro maior no grafismo, sem que isso signifique um retorno pelas vendas, é um atributo típico do campo de produção artística em pequena escala, no qual os critérios simbólicos são mais importantes do que os económicos (traduzíveis nas vendas de fonogramas). Tal surge em contraponto ao que sucede nas grandes editoras, onde as margens de lucro são muito maiores com custos de produção mais baixos. A criação de uma identidade forte que passa não apenas pela linha editorial mas também pela imagem presente através do arrojo gráfico das edições é uma estratégia importante para o reconhecimento destas editoras. Tal estratégia de demarcação é muitas vezes tomada por um envolvimento afetivo na edição.

As pequenas estruturas, pelo menos quase todas as que eu conheço, apesar de quererem fazer uma coisa sustentável em termos de dinheiro estão muito apaixonadas pelo que fazem [...] e então eles têm muito amor nas edições, as edições estão mais cuidadas, acho que tem mais a ver com isso do que até com o querer destacar-se. (entr. CASAIS 2020b)

A distribuição na Sons Vadios e na Repasseado é repensada para dar resposta, por um lado, à crise do sector discográfico e suas repercussões no grande retalho e, por outro, à pouca receptividade, seja dos principais canais promocionais (rádio e imprensa escrita), seja das lojas de discos, para estas abordagens mais renovadoras da música popular. Sendo que o formato físico em CD se mantém como o principal suporte face à residualidade das vendas digitais, as vendas em concertos são de enorme

---

<sup>20</sup> Etnomusicólogo, presidente da Assembleia Geral do MOVEA (Movimento Português de Intervenção Artística e Educação pela Arte) e Membro do Conselho Consultivo da Associação José Afonso.

importância e o momento em que mais claramente se coloca em evidência uma articulação entre a edição de discos e o agendamento e produção de concertos dentro da editora ou da associação que a integra. Contudo, as vendas em concertos são complementadas com a venda a câmaras municipais, em pequenas lojas e em associações, bem como à consignação em grandes superfícies como a FNAC. A venda direta também acontece em organizações como a Associação José Afonso, no caso da Sons da Terra; e através do *site* oficial e das redes sociais nos casos da Tradisom e da Xarabanda. No entanto, nestas editoras, em razão do seu maior reconhecimento que advém da divulgação de recolhas de música tradicional, existe uma parte significativa das vendas que é assegurada pelas compras institucionais. Entre os compradores destacam-se as câmaras municipais (na ordem dos 200-300 de um total de 500 exemplares no caso da Sons da Terra) e entidades como o INATEL (500 exemplares da recente edição de José Afonso no caso da Tradisom).

### **Novos modelos de negócio: A edição como estratégia de comunicação e divulgação**

Estas editoras caracterizam-se por procurar novas formas de organização, onde a edição deixa de ser um fim ou a atividade principal para se complementar com outras atividades relacionadas com a divulgação de música. De forma bem mais acentuada do que sucedia nas editoras independentes do último quarto do século passado, estas novas editoras desenvolvem a atividade editorial como uma estratégia de divulgação de música integrada num conjunto mais vasto de atividades que se articulam com o mesmo fim. Estas incluem, entre outras, a programação e produção de espetáculos, a gestão de artistas e a assessoria de imprensa. A ideia da edição de discos como uma ferramenta comunicacional ganha forma no discurso dos editores:

[A editora] é uma ferramenta de suporte editorial ao trabalho criativo desenvolvido pela casa [associação d'Orfeu]. [...] O próprio facto de editarmos discos é um processo de comunicação, sendo mais fácil de conseguir tempo de antena na imprensa. Porque com o disco vem uma crítica ao disco, de outra forma este trabalho editorial não teria esta vertente comunicacional também. É editorial mas também é comunicacional. (entr. FERNANDES 2015)

Se em editoras com elevado reconhecimento dentro do meio, como é o caso da Sons da Terra, da d'Euridice/d'Orfeu ou a Xarabanda, a complementaridade acontece com as atividades da associação da qual fazem parte, no caso de editoras recentes, como a Sons Vadios e a Repasseado, a opção é um modelo próximo dos contratos de 360 graus<sup>21</sup> em que a editora assume as funções de edição,

<sup>21</sup> Na indústria musical recente, um contrato a 360 graus entre um artista e a sua editora significa que a editora concorda em fornecer apoio financeiro e de outro tipo, incluindo apoio no *marketing*, promoção, agendamento e outras áreas. Em retorno o artista concorda em dar à editora uma quota parte do retorno das vendas, do *streaming* e de actuações. Tal inclui



promoção, *marketing* e agendamento de concertos (MARSHALL 2012; KARUBIAN 2009). No caso da Repasseado, as valências colocadas em prática incluem ajudar os artistas na produção, no agenciamento, na parte técnica e de construção do espetáculo e na parte gráfica. No caso da Sons Vadios elas estendem-se à assessoria de imprensa dos artistas que representa. No caso da Repasseado, as valências técnicas desempenham um papel fundamental, incluindo as de gravação e mistura em estúdio próprio e estendendo-se a processos como a programação de *software* para reprodução de faixas instrumentais, a gravação de *loops* ao vivo e a interação com vídeo. Por outro lado, existe uma experiência acumulada de contactos em rede, incluindo no estrangeiro:

Nós ao longo destes vinte anos conhecemos muita gente no negócio e muitos artistas, andámos a viajar por todo o mundo, estivemos presentes em muitas feiras de música e às tantas uma pessoa acaba por conhecer muita gente porque conhece aquele, fala e percebe o que é que ele anda a fazer, fala com os nossos amigos na Estónia, fala com os outros na Bélgica e com os outros nos Estados Unidos... anda-se sempre de um lado para o outro e nós criamos muitos contactos e muitas valências. (entrevista CASAIS 2020a)

Todos os anos há novas parcerias que se vão estabelecendo. Por exemplo, nós no ano passado tivemos uma parceria com a EXIB que é uma feira de música ibero-americana, que foi em Setúbal, e nós continuamos essa parceria, estamos a combinar as coisas para o próximo ano, portanto, vamos conseguindo assim pequenas conquistas que nos dão visibilidade, mas que também consolidam o nosso trabalho. (entr. VIDAL 2020)

As valências comunicacionais nestas editoras são de extrema importância. Ter uma base de dados com o contacto de diversos agentes, incluindo jornalistas e publicações (nacionais e estrangeiras) para quem enviar *e-mails* com *press-releases* e CD garantem uma maior divulgação dos lançamentos dos artistas e uma maior presença em eventos (sobretudo em feiras e festivais) nacionais e internacionais. A internacionalização dos artistas da editora é um aspeto importante e realizável face às limitações do mercado nacional. As redes internacionais são importantes, segundo os editores, para o trabalho de circulação das músicas, de estabelecer contactos com outras entidades e agentes e para o desenvolvimento de projetos em comum. A forma de chegar às redes internacionais é através da presença em feiras (exemplos: EXIB,<sup>22</sup> WOMEX,<sup>23</sup> MMVV<sup>24</sup>) ou através dos *sites* das tabelas. As

---

o *streaming* digital e *online*, as actuações ao vivo, vendas de *merchandise* e direitos autorais. Ver a este respeito: MARSHALL (2012).

<sup>22</sup> Expo Iberoamericana de Música.

<sup>23</sup> Worldwide Music Expo.

<sup>24</sup> Mercat Musica Viva de Vic.

tabelas discográficas, como a Transglobal World Music Chart e a World Music Charts Europe, são importantes meios de divulgação e legitimação dos artistas pois, além de divulgarem músicas através da sua página na *web*, alimentam os programas de rádio ao integrarem intermediários importantes como jornalistas especializados no género e DJ de rádio. Deste modo, elas assumem um importante papel de intermediação entre os artistas e editores e os canais de divulgação, sobretudo a rádio, tendo um impacto significativo nos circuitos de programação dos artistas que nela surgem em destaque.

### **Reflexão final**

A pequena edição de música popular de matriz rural em Portugal no século XXI é caracterizada por uma certa diversidade de abordagens editoriais, apesar de encontrarmos pontos de convergência entre as editoras estudadas. É na linha editorial que mais se evidencia uma linha de corte entre dois grupos de editoras. A edição de registos sonoros históricos ou resultantes de trabalho de campo mais recente é uma marca forte na linha editorial do primeiro grupo de editoras, que compreende a Xarabanda, a Tradisom, a Açor e a Sons da Terra. A par dessa estratégia editorial, estas editam também projetos artísticos contemporâneos que fazem referência à música tradicional. Outro elemento a destacar prende-se com a origem do financiamento das edições e colaborações editoriais: enquanto a Tradisom conseguiu elaborar parcerias editoriais com instituições como o jornal *Público*, ou atrair o interesse de instituições tão diferentes como a Fundação para a Ciência e Tecnologia e a Comissão Nacional para as Comemorações dos Descobrimentos Portugueses, as restantes editoras vêm-se com mais frequência dependentes de apoios circunscritos à escala das suas representações: a região, o município ou a rede intermunicipal. Em comum, estas editoras têm o apoio do Estado português, seja pela via do financiamento de âmbito nacional para a cultura, para a ciência ou das políticas culturais locais. Consta-se assim que o investimento de risco destas pequenas editoras é atenuado pela proteção de diferentes programas de financiamento do público. A Xarabanda, a Tradisom, a Sons da Terra e a Açor caracterizam-se também pela colaboração que mantêm com académicos e estudiosos independentes. Excetuando a Tradisom, a edição de gravações de campo é uma dimensão importante deste primeiro grupo.

No segundo grupo destaco a edição, já não das chamadas «recolhas», mas de arranjos de música tradicional e de projetos artísticos que têm nessa música uma referência menos precisa. No primeiro grupo, a autoedição de arranjos e composições foi exclusiva da Xarabanda. Com exceção da d'Euridice/d'Orfeu, as editoras analisadas neste segundo grupo não valorizam tanto a representação regional da música. Enquanto o primeiro grupo de editoras se centrou na divulgação da «música portuguesa» ou na música expressa na geografia da língua portuguesa, nos registos sonoros históricos e em arranjos de música tradicional tida por portuguesa, o segundo grupo edita projetos artísticos individuais que colocam em diálogo tradições musicais não exclusivamente de Portugal: tendo como

ponto de partida repertórios da música tradicional de matriz rural, valorizam a integração de uma pluralidade de referências e estilos musicais nas suas composições, referências estas que são frequentemente enformadas pelos géneros e estilos disponibilizados pela expansão do mercado da *world music*. Os dois grupos distinguem-se pela temporalidade, mas não só. Também ao nível discursivo se expressa essa diferença. Enquanto os editores do primeiro grupo exprimem em boa parte os valores da salvaguarda dos registos sonoros da música tradicional pelo seu interesse público e científico, os do segundo grupo abordam a música tradicional como matéria para a criação e transformação da música popular de matriz rural.

No que toca aos modelos organizacionais, encontramos por um lado editoras integradas em associações culturais cujo trabalho beneficia já de um amplo reconhecimento dentro deste subcampo de produção musical. Esse reconhecimento está evidente no apoio financeiro de organismos governamentais, sobretudo a DGArtes, ou através da compra de discos por parte de câmaras municipais e outras entidades oficiais (Sons da Terra, Xarabanda, d'Euridice/d'Orfeu). Por outro, encontramos editoras maioritariamente autofinanciadas apenas pontualmente e em alguns casos beneficiando do mesmo tipo de apoios (Tradisom, Açor, Repasseado). Onde estas editoras convergem é numa certa ideia de exclusividade e de diferenciação como forma de valorização do objeto fonográfico num contexto de perda de impacto das vendas em formato físico nos últimos vinte anos. Tal está bem patente, por um lado, na atenção ao trabalho gráfico e, por outro, na aposta em edições exclusivas e numeradas (no caso da Tradisom). Por outro lado, encontramos sobretudo nas editoras mais recentes (d'Euridice, Sons Vadios, Repasseado) uma tendência para encarar a edição de discos como uma atividade integrada e em articulação com outras atividades desenvolvidas, seja pela editora, seja pela associação de que faz parte. A ideia de um projeto editorial que é sustentável apenas pela venda de discos, seja em formato físico ou digital, torna-se obsoleta para estes editores. Face aos desafios que se colocam a quem envereda pela edição de música popular, as estratégias passam, no contexto recente, pela articulação da edição e distribuição de discos com a produção e agenciamento de concertos (que se tornam num ponto de venda obrigatório dos discos). Outras atividades se desenvolvem, nomeadamente a gestão dos artistas, a assessoria de imprensa e o apoio técnico aos músicos.

Face aos dados que apresento e em diálogo com as teorias sociológicas que enquadram a minha abordagem à edição de música popular, encontro aspetos nas editoras estudadas que remetem para os elementos caracterizadores de um subcampo de produção em pequena escala onde o reconhecimento simbólico (do editor) é mais importante do que o sucesso comercial, traduzível no volume de vendas (BOURDIEU 1983). Tal é particularmente evidente no caso de editoras mais antigas como a Tradisom, a Sons da Terra e a Xarabanda, cujo reconhecimento, sobretudo no trabalho de divulgação de registos sonoros e espólio, se traduz nos apoios supracitados e num vasto catálogo de edições. Nestes casos o capital cultural e simbólico dos editores, sobretudo de José Moças e Mário Correia, está em evidência

e é um elemento importante na sustentabilidade dos seus projetos editoriais. O amplo reconhecimento de José Moças enquanto divulgador e editor de música já com mais de trinta anos de trabalho na área contribui para o sucesso de edições limitadas e numeradas com elevado custo de produção e de venda, sem recorrer necessariamente aos habituais canais de divulgação (rádio, televisão, imprensa escrita).

Por outro lado, com as editoras recentes (Sons Vadios, Repasseado) cujos editores são músicos com um capital cultural e simbólico menos significativo do que nos primeiros, há uma maior ênfase no trabalho colaborativo e em rede, seja entre as pessoas que integram a editora ou associação, seja desta com outros agentes com quem partilham interesses e afinidades estéticas ou um mesmo *ethos* de trabalho. Neste caso, a colaboração em rede será mais relevante para a sustentabilidade da editora do que o reconhecimento simbólico. A questão da partilha de um *ethos* de trabalho nestas editoras recentes leva-nos à questão de perceber até que ponto elas podem ser encaradas como editoras DIY, na mesma linha do que se verifica em outros campos de produção musical estudados, nomeadamente o do punk e rock dito alternativo. Poderemos falar numa adesão total a um *ethos* e a uma *praxis* típicos das culturas DIY, conforme descrito em artigos recentes (SCOTT 2012; BENNETT 2018; THREADGOLD 2018)? Beneficiando menos dos apoios públicos e apostando na autoedição e em linhas editoriais que privilegiam abordagens mais disruptivas e, por conseguinte, menos reconhecidas da música popular, estas editoras recentes estarão mais dentro desta lógica de atuação. Trata-se de uma lógica em que os valores do coletivismo e da cooperação em prol da sustentabilidade destas práticas musicais justificam, mais do que as perspetivas de ganhos financeiros, o investimento temporal e a tomada de decisões estratégicas, como a de criar uma editora com o propósito de editar a sua própria música ou a de outros músicos com quem partilham afinidades estéticas. Convém, contudo, deixar claro que a adesão a um conjunto de valores subjacentes a um *ethos* DIY estruturante das práticas de edição não pressupõe que estas editoras recentes sejam plenamente identificadas como tal, nem tão pouco sejam completamente independentes de outras estruturas dentro do subcampo. Pese embora a autonomia proporcionada pelo controlo dos meios de produção, bem como das diversas fases do processo de distribuição e divulgação de música, o recurso, ainda que pontual, a apoios para sustentar as suas propostas editoriais reflete a posição intersticial que músicos e editores ocupam dentro deste subcampo. Essa posição intersticial é ainda marcada por ligações institucionais, nomeadamente através dos apoios de câmaras e de organismos estatais como a DGArtes que permanecem importantes para o seu desenvolvimento, ainda que em menor grau do que sucedeu durante longos anos com editoras / associações como a Xarabanda, a Sons da Terra e D'Orfeu.

Em conclusão, direi que a edição de música popular de matriz rural confere um capital cultural e simbólico às editoras estudadas. Outro aspeto relevante a ter em conta, sobretudo nas editoras mais recentes e moldadas às oportunidades tecnológicas oferecidas pela era digital, são as suas múltiplas valências dos seus editores, mais empenhados em estabelecer redes de cooperação e em fazer valer

as suas competências que extravasam a edição e criação musical (no caso dos editores-músicos). Ambos – capital cultural e simbólico e valências individuais – se afiguram por agora importantes para a sustentabilidade das editoras estudadas e eventualmente para as que surgirem num futuro próximo.


## Referências bibliográficas

- AFONSO, José (2019), *José Afonso ao vivo* (LP+2xCD+Livro Tradisom)
- BECKER, Howard (1982), *Art Worlds* (Berkeley, University of California Press)
- BENNETT, Andy (2018), «Conceptualising the Relationship Between Youth, Music and DIY Careers: a Critical Overview», *Cultural Sociology*, 12/2, pp. 140-55
- BOURDIEU, Pierre (1983), «The Field of Cultural Production, Or: the Economic World Reversed», *Poetics*, 12, pp. 311-56
- BOURDIEU, Pierre (1997), «The Forms of Capital», in *Education: Culture, Economy and Society*, editado por A.H. Halsey (Oxford, Oxford University Press), pp. 241-58
- CASTELO-BRANCO, Salwa (2010), «Música tradicional», in *Enciclopédia da música em Portugal no século XX*, coordenado por Salwa Castelo-Branco (Lisboa, Círculo de Leitores), vol. 3, pp. 887-95
- CASTELO-BRANCO, Salwa e Rui CIDRA (2010), «Música popular», in *Enciclopédia da música em Portugal no século XX*, coordenado por Salwa Castelo-Branco (Lisboa, Círculo de Leitores), vol. 3, pp. 875-8
- DEN DRIJVER, Robin e Erik HITTERS (2017), «The Business of DIY: Characteristics, Motives and Ideologies of Micro-independent Record Labels», *Cadernos de Arte e Antropologia*, 6/1, pp. 17-35
- GIACOMETTI, Michel (2010), *Filmografia completa de Michel Giacometti* (12 Livros/10DVDs/3CDs, Tradisom)
- GUERRA, Paula (2013), *A instável leveza do rock: Génese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010)* (Porto, Edições Afrontamento)
- HAENFLER, Ross (2017), «The Entrepreneurial (Straight) Edge: How Participation in DIY Music Cultures Translates to Work and Careers», *Cultural Sociology*, 12/2, pp. 174-92
- HAYNES, Jo (2005), «World Music and the Search for Difference», *Ethnicities* 5/3, pp. 365-85
- HAYNES, Jo e Lee MARSHALL (2018), «Beats and Tweets: Social Media in the Careers of Independent Musicians», *New Media and Society*, 20/5, pp. 1973-93
- HESMONDHALGH, David (1998), «The British Dance Music Industry: A Case Study of Independent Cultural Production», *The British Journal of Sociology*, 49/2, pp. 234-51
- HESMONDHALGH, David e Leslie M. MEIER (2015), «Popular Music, Independence and the Concept of the Alternative in Contemporary Capitalism», in *Media Independence: Working with Freedom or Working for Free?*, editado por James Bennett e Nikki Strange (Abingdon - New York, Routledge)
- KAITAJÄRVI-TIEKSO, Juho (2020), «Monetising Amateurs: Artistic Critique, New Online Record Production and Neoliberal Conjuncture», *Culture Unbound*, 12/2, pp. 412-35
- KARUBIAN, Sara (2009), «360 Deals: An Industry Reaction to the Devaluation of Recorded Music», *Southern California Interdisciplinary Law Journal*, 18, pp. 395-462
- KRIBS, Kait (2016), «The Artist-as-Intermediary: Musician Labour in the Digitally Networked Era» *eTOPIA: Canadian Journal of Cultural Studies*, disponível em <<https://etopia.journals.yorku.ca/index.php/etopia/issue/view/2108/showToc>> (acedido em 22 de março de 2022)
- LEE, Stephen (1995), «Re-examing the Concept of the “Independent” Record Company: The Case of Wax-Trax! Records», *Popular Music*, 14/1, pp. 13-31
- LIMA, Maria João (2000), «A Brigada Victor Jara e a Recriação de Música Tradicional Portuguesa» (dissertação de mestrado, Universidade NOVA de Lisboa)

- MARSHALL, Lee (2012), «The 360 Deal and the New Music Industry», *European Journal of Cultural Studies*, 16/1, pp. 77-99, doi: 10.1177/1367549412457478
- MCLEOD, Kimberly (2001), «Genres, Subgenres and More: Musical and Social Differentiation Within Electronic/Dance Music Communities», *Journal of Popular Music Studies*, 13, pp. 59-75
- MIDDLETON, Richard (1990), *Studying Popular Music* (Milton Keynes, Open University Press)
- NUNES, Pedro Belchior (2018), «Colectivismo, sinergias e valor artístico: O espaço das micro-editoras independentes em Portugal no século XXI», *El Oído Pensante*, 6/2, pp. 27-48
- NUNES, Pedro Belchior (2021), «O subcampo da música de dança electrónica em Portugal: Estudo comparativo de três micro-editoras independentes», *Sociologia & Antropologia*, 5, 11/2, pp. 573-97
- PESTANA, Maria do Rosário (coord.) (2015), *Alentejo: Vozes e estéticas em 1939/40. Edição Crítica dos Registos Sonoros Realizados por Armando Leça* (s.l., Ed. Tradisom)
- PETERSON, Richard A. e David G. Berger (1975), «Cycles in Symbolic Production: The Case of Popular Music», *American Sociological Review*, 40/2, pp. 158-73
- REITSAMER, Rosa (2011), «The DIY Careers of Techno and Drum 'n' Bass DJs in Vienna», *Dancecult: Journal of Electronic Dance Music Culture*, 3/1, pp. 28-43
- SCHIPPERS, Huib e Catherine GRANT (eds.) (2016), *Sustainable Futures for Music Cultures: An Ecological Perspective* (New York, Oxford University Press)
- SCHMIDT, Eric J. (2019), «Arid Fidelity, Reluctant Capitalists: Salvage, Curation, and the Circulation of Tuareg Music on Independent Record Labels», *Ethnomusicology Forum*, 28/3, pp. 260-82
- SCHWETTER, Holger (2019), «From Record Contract to Entrepreneur? Musicians' Self-Management and the Changing Illusio in the Music Market», *Kritika Kultura*, 32, pp. 183-207
- SCOTT, Michael (2012), «Cultural Entrepreneurs, Cultural Entrepreneurship: Music Producers Mobilising and Converting Bourdieu's Alternative Capitals», *Poetics*, 40, pp. 237-55
- STRACHAN, Robert (2007), «Micro-independent Record Labels in the UK: Discourse, DIY Cultural Production and the Music Industry», *European Journal of Cultural Studies*, 10/2, pp. 245-65
- THREADGOLD, Steven (2018), «Creativity, Precarity and Illusio: DIY Cultures and "Choosing Poverty"», *Cultural Sociology*, 12/2, pp. 156-73
- TILLY, António (2010), «Arranjo», in *Enciclopédia da música em Portugal no século XX*, coordenado por Salwa Castelo-Branco (Lisboa, Círculo de Leitores), vol.1, pp. 72-3
- TILLY, António e Carla Passinhas (2010), «Correia, Mário», in *Enciclopédia da música em Portugal no século XX*, coordenado por Salwa Castelo-Branco (Lisboa, Círculo de Leitores), vol. 2, pp. 337-8

## Entrevistas

- CAMACHO, Rui (2021), entrevista realizada por Pedro Belchior Nunes, em 11 de fevereiro (via Zoom)
- CASAI, Vasco Ribeiro (2020a), entrevista realizada por Pedro Belchior Nunes, em 1 de outubro (via Zoom)
- CASAI, Vasco Ribeiro (2020b), entrevista realizada por Pedro Belchior Nunes, em 9 de novembro (via Zoom)
- CORREIA, Mário (2020), entrevista realizada por Pedro Belchior Nunes, em 9 de fevereiro (Gaia)
- FERNANDES, Luís (2015), entrevista realizada por Pedro Belchior Nunes, em 4 de novembro (Águeda)
- MOÇAS, José (2020), entrevista realizada por Pedro Belchior Nunes, em 28 de maio (via Zoom)
- TOSTE, Emiliano (2020), entrevista realizada por Pedro Belchior Nunes, em 29 de setembro (via Zoom)
- VIDAL, Sara (2020), entrevista realizada por Pedro Belchior Nunes, em 28 de setembro (via Zoom)

**Pedro Belchior Nunes** é mestre em Sociologia pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa e doutorado em Film and Media Studies pelo Stirling Media Research Institute da Universidade de Stirling. Foi Professor Convidado do Departamento de Ciências Sociais e de Gestão da Universidade Aberta e Professor Adjunto da Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha, Instituto Politécnico de Leiria. É investigador integrado do INET-md da NOVA FCSH desde 2006. Tem investigado, participado em projetos e publicado sobre jornalismo e crítica musical, a indústria fonográfica em Portugal, pequenas editoras DIY de música e culturas e movimentos juvenis. ORCID  <https://orcid.org/0000-0001-9516-9244>.

Recebido em | *Received* 20/03/2022

Aceite em | *Accepted* 02/05/2023

