

A CULTURA NA RUA : ESTRATÉGIA OU
ENTERTENIMENTO CULTURAL

TIAGO MIGUEL PEREIRA MARTINS DA FONSECA

TRABALHO DE PROJECTO EM
PRÁTICAS CULTURAIS PARA MUNICÍPIOS

SETEMBRO 2012

Trabalho de Projecto apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Práticas Culturais para Municípios realizado sob a orientação científica do Professor Doutor António Camões Gouveia

DECLARAÇÕES

Declaro que este Trabalho de Projecto é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

O candidato,

Lisboa, 28 de Setembro de 2012

Declaro que este Trabalho de Projecto se encontra em condições de ser apreciado pelo júri a designar.

O(A) orientador(a),

Lisboa, 28 de Setembro de 2012

Dedicatória Pessoal

Para os meus pais, irmã e Sandrina pelo vosso inestimável amor e suporte.

Agradecimentos

Ao Professor Doutor António Camões Gouveia, meu orientador, pela paciência, empenho e dedicação, na sua constante partilha de conhecimento. Sem ele, este Trabalho de Projecto nunca tinha chegado a bom porto;

Ao meu pai e à minha mãe, por proporcionarem todas as condições para eu investir na minha formação, pelo amor e eterno apoio;

À minha irmã Catarina e aos meus avôs.

Sandrina por tudo.

Pedro Madeira, Fernanda Maurício e Gonçalo Miragaia pela sua amizade.

A Cultura na Rua: Estratégia ou Entretenimento Cultural

Resumo

Em Portugal, são muitos os eventos culturais que ocupam as ruas, mobilizando consigo, diferentes públicos. O fenómeno cultural que tem lugar na rua, pode e deve ser encarado com uma oportunidade para a captação de novos públicos por parte dos equipamentos culturais.

Perceber as dinâmicas desses eventos, inserindo os equipamentos culturais na sua programação, pode ser o ponto de viragem no forma como as comunidades encaram os equipamentos culturais.

Palavras chave:

Equipamentos Culturais – Festivais – Programação Cultural

Culture in the Street : *Strategy or cultural entertainment*

Abstract

In Portugal, there are many cultural events that occupy the streets, mobilizing different audiences. The cultural phenomenon that takes place in the street, can and should be approached with sense of opportunity to capture new audiences by the cultural facilities.

Understand the dynamics of these events by inserting the cultural facilities in their programming, can be the turning point in the way communities perceive the cultural facilities.

Key Words: Cultural Facilities – Festivals – Cultural Programming

“Os Festivais são uma importante expressão da actividade humana, que contribuí em muito para a nossa vida social e cultural” (ALLEN et all, 2011, p. 15)

ÍNDICE

Introdução	1
Objectivos do trabalho de projecto	3
Metodologias do Trabalho de Projecto	3
Capítulo 1 – A Cultura na Rua	4
Conceitos de Eventos	6
Classificação dos eventos	7
Temática dos festivais em Portugal:	8
Os Festivais de Música	9
Entidades promotoras	16
Capítulo 2 – Casos de Estudo	20
Santa Maria da Feira	20
Caracterização do Evento Viagem à Terra Medieval	22
Sines	23
Caracterização do Evento “Festival de Músicas do Mundo - Sines”	24
Vilar de Mouros	26
Caracterização do Evento “Festival Vilar de Mouros”	26
Capítulo 3 – Os Festivais de Rua: Projecto de Intercâmbio entre Equipamentos Culturais e eventos de Rua	29
Os Festivais de rua e o seu impacto na comunidade local	30
A relação entre os festivais de rua e os equipamentos culturais	31
Conclusão: Equipamentos Culturais e Cultura na Rua	35
Bibliografia	36
Anexos	38
Cartaz da Edição de 2012 da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria	38
Cartaz da Edição de 2012 do Festival Músicas do Mundo – Sines	39
Centro de Artes – Sines	40
Palco do Castelo – FMM – Sines	40
O ambiente no Woodstock Português – Vilar de Mouros 1971	41
Cartaz apelando ao transporte do público para Vilar de Mouros	41
Bilhete da Edição de 1971 do Festival Vilar de Mouros	42
Cartaz da Edição de 1971 do Festival Vilar de Mouros	42
Relatório da PIDE sobre o Festival Vilar de Mouros	43

Introdução

O trabalho de projecto, intitulado A Cultura na Rua: Estratégia ou Entretenimento Cultural, pretende, fazer uma análise sobre o impacto cultural que os eventos de rua têm nos municípios.

O ponto de partida para esta análise, que se irá centrar nos eventos que decorrem na rua, são três, que com uma forte base cultural, maior impacto e atenção mediática têm recebido.

A Viagem à Terra de Santa Maria – Santa Maria da Feira e Festival Músicas do Mundo – Sines, continuam no activo, apoiando o seu crescimento de forma sustentável no constante aumento de público; o Festival Vilar de Mouros – Vilar de Mouros, o mais antigo festival do país, que partindo da inspiração e da divulgação cultural, foi-se transformando num evento comercial e que actualmente já não se realiza.

Quando falamos de estratégia ou entretenimento cultural, no caso específico dos eventos que decorrem na rua, pretendemos perceber a sua dimensão cultural, se educam, se informam, se fomentam hábitos culturais ou, se apenas, apostam na vertente comercial, funcionando como mecanismos de promoção turística dos locais e regiões onde se realizam.

O campo da Cultura na Rua é muito vasto, são muitas as manifestações culturais que ocupam as ruas, parques, anfiteatros e outros espaços ao ar livre deste país. Entrar por esse campo, seria impossível para uma análise que se pretende mais objectiva. Não que as festas e romarias que decorrem regularmente, de norte a sul e nas ilhas em Portugal, não possam ser catalisadoras dos equipamentos culturais. Mas o seu âmbito é tão vasto, tão rico que uma tentativa de aproximação dessa realidade iria ser sempre incompleta.

Ao centrar grande parte do capítulo 1 – A Cultura na Rua – na dinâmica dos festivais de música, pretendo, sem menosprezar, as demais formas de arte, centrar-me num tipo de evento que à escala global movimenta milhões de pessoas.

Será importante, em primeiro lugar, explicar os conceitos de eventos, para que possamos centrar os eventos culturais e em particular os festivais de música numa base teórica sustentável ao desenvolvimento do Trabalho de Projecto.

Em segundo lugar, o levantamento dos principais festivais de música com a sua descrição e quem os organiza como forma de compreender o terreno.

Em terceiro lugar, perceber as motivações de quem organiza e as condicionantes em termos de investimento, apoios e programação.

No capítulo dos casos de estudo, a escolha não foi fácil.

Em Portugal, a diversidade e riqueza da oferta em termos de festivais, apresenta soluções tão vastas, onde os conteúdos e formas, abarcam público diverso movido pelo interesse do conhecimento artístico.

Sines e o seu Festival Músicas do Mundo, aparece como caso óbvio, de um festival tão rico em estilos musicais e que tanto público tem cativado e de ano para ano, têm se vindo a afirmar como um dos mais consistentes festivais de World Music do mundo; Vilar de Mouros, pelo seu peso histórico, o primeiro grande festival, as suas origens, o seu crescimento e conseqüente transformação que com o passar dos anos acabaria por ditar o seu fim, também não podia ficar de fora.

Como terceiro caso de estudo, e até como forma de mostrar que há outros eventos que também cativam o público, escolhi a Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, em Santa Maria da Feira. Não seria justo, deixar de fora desta análise algo que nos remete para as nossas origens e nos transmite o conhecimento da nossa história enquanto povo - um evento de recriação histórica.

O terceiro capítulo, centra-se no projecto de intercâmbio entre equipamentos culturais e eventos de rua.

De que forma se pode aproveitar o público de um grande evento, para dinamizar os equipamentos culturais. Quebrar as barreiras e os medos que muitas vezes afastam o público de equipamentos que no imaginário das pessoas têm uma carga pesada, diria quase obscura.

De que forma estes grandes eventos se relacionam com a comunidade local? Trazem benéficos, mais valias, desenvolvimento? Ou acabam por ser extremamente negativos para essa comunidade?

Estes eventos podem ser o principal interlocutor dos equipamentos culturais do seu município. Podem funcionar para desmitificar a simbologia dos mesmos, atraindo mais público. Pois é o público que lhes dá vida e por isso são estes devem ser encarados como parte fundamental do seu processo de revitalização.

Objectivos do trabalho de projecto

Os objectivos do trabalho são:

colocar em prática as ferramentas e os conhecimentos adquiridos ao longo da componente lectiva do mestrado de Práticas Culturais para Municípios;

num âmbito mais específico o trabalho pretende:

- dar a conhecer os principais festivais de rua;
- estudar e analisar o panorama actual dos festivais de rua escolhendo como objecto de estudo 3 casos de sucesso;
- compreender que relação existe entre eventos de rua e os equipamentos culturais;
- criar um projecto original que permita a o aproveitamento das dinâmicas criadas pelos eventos de rua para atrair novos públicos aos equipamentos culturais;

- compreender quais as entidades que promovem este tipo de festivais (público ou privado);
- perceber se este tipo de eventos tem um carácter dinamizador (social, económica e cultura.

Metodologias do Trabalho de Projecto

Para a elaboração deste trabalho, foi adoptada uma metodologia de trabalho apoiada nos seguintes pontos:

Definições e conceptualizações;

Enquadramento do Estado da Arte Bibliográfico;

Entrevistas;

Análise de dados orais;

Aproximação estatístico-sociológica de dados empíricos .

Capítulo 1 – A Cultura na Rua

Todos os anos, com a aproximação da Primavera, assistimos um pouco por todo o país, a eventos de rua, que tem como objectivo aproximar a produção artística do público.

A saída da performance artística dos equipamentos tradicionais, é encarada como uma tentativa de minimizar o prejuízo dos artistas, numa época em que as atenções do público derivam para outros focos.

Naturalmente, o período compreendido entre a Primavera e o Verão, é sempre sinonimo em Portugal, de actividades ao ar livre, de viver o que se passa na rua. Então, como podem os equipamentos culturais, tornarem-se apelativos durante este período?

A proliferação de eventos de rua, afasta o público dos museus, das bibliotecas, dos arquivos e dos auditórios. Equipamentos que em muitos casos, não conseguem, mesmo em períodos de menor actividade artística, captar público.

Este trabalho, propõem, uma estratégia de interacção entre os equipamentos culturais e os eventos de rua, de forma a combater a sazonalidade que os afecta.

Para tal, a escolha dos eventos com maior impacto no nosso país, é, na minha opinião, factor crucial na elaboração deste projecto – os Festivais de Música.

A música, é talvez, a forma de arte, mais presente no quotidiano e que mais gente movimenta. Não menosprezando outras formas de arte. Por isso, os festivais, são o motivo ideal para atrair novos públicos aos equipamentos culturais.

Para início deste trabalho de projecto, é importante definir o que são eventos e as tipologias que os compõem, apoiando-me nos poucos estudos que foram feitos sobre os mesmos, adoptar o conceito e a forma de os tipificar é necessário para se compreender o restante trabalho; é necessário perceber o que acontece; perceber quem faz e porque faz.

Cultura na rua é um sinonimo de estratégia, ou de simples entretenimento cultural?

A resposta é difícil de atribuir, as motivações que geram estes eventos são diversas e assentam muitas vezes na mesma base: promoção turística, incremento económico.

Mas também há o reverso da moeda. Aposta cultural como forma de dinamização cultural, como parte da marcação de uma identidade em termos de políticas culturais.

Os casos de estudo, que apresentarei mais abaixo, mostram, que é possível conciliar, uma estratégia cultural, com a promoção do local e assim atrair público.

Mas independentemente das linhas orientadoras de cada município, não será possível, os equipamentos culturais de cada município, participarem, e terem voz activa nas dinâmicas criadas?

A minha resposta é sim. Não é utópico pensar que se consegue “arrastar” público de um festival até uma biblioteca ou um arquivo. Não é impossível acreditar, que a própria população local, com o impacto que o festival pode ter na imagem desses equipamentos, passe a sentir esses equipamentos como seus, pois eles estão lá para servir a população.

Obviamente, deparamo-nos com a questão da educação cultural, do sucessivo adiamento de uma estratégia concertada entre Ministério da Educação e a entidade responsável pela cultura, ministério ou secretaria de Estado.

Se olharmos aqui para o lado, em Espanha, a educação cultural é um dos princípios básicos educativos. O ministério da cultura e da educação, são um só!

Em termos de políticas culturais, isso pode fazer toda a diferença. O público aprende a desfrutar da cultura, aprende a perceber a cultura e as suas diversas manifestações e a valorização dos equipamentos, acontece de forma natural.

Mas regressando à realidade do nosso país, e dado que falta este pequeno grande ponto de acção governativa, há que promover a educação cultural por outro lado e tentar desmistificar o peso dos Museus, das Bibliotecas, dos Arquivos.

Conceitos de Eventos

Os Eventos estão cada vez mais presentes como forma de desenvolvimento e promoção dos locais e são um importante foco de dinamização cultural e turística.

Não existem muitos estudos sobre tipologias e conceitos de área dos eventos, por isso, não é possível construir uma base empírica sólida sobre este tema.

Ao longo da última década, esta questão, começou a ganhar uma maior importância, fruto do seu impacto e das mais valias que resultam da realização destes eventos.

Getz¹, considera que os eventos são ocorrências temporárias que poderão ser planeadas; no que a eventos planeados diz respeito, a duração pode ser finita, previamente definida e publicitada, muitos eventos são periódicos, no entanto cada um possui um ambiente único, gerado por um conjunto de factores tais como a duração, o local, a gestão (programa, logística e concepção) e os próprios participantes

Para Mossberg (2000), um evento é um acontecimento realizado num local, uma única vez, ou, caso seja recorrente, decorre por um período de tempo limitado. Tem sempre um tema base, uma comissão organizadora e um programa predefinido e estruturado. Mossberg considera que um evento está aberto ao público em geral e que os participantes são um elemento crucial. Além dos objectivos específicos (eventos desportivos, culturais, religiosos, comerciais ou turísticos), um evento tem como principal objectivo a projecção da imagem, notoriedade e atractivos do local ou região onde está inserido, contribuindo assim, para o seu desenvolvimento económico e turístico.

Destas duas definições, do que é um evento, em termos gerais, parece-me importante, construir uma definição que será a base deste trabalho.

Os eventos têm uma duração limitada, um calendário predefinido, com início e fim. Isto não impede que sejam irrepetíveis. A importância de um tema ou conceito aliado ao evento, permite caracterizar a unicidade destes e diferencia-lo dos restantes. Não podemos esquecer também a importância que os participantes do evento têm. Todos os pontos anteriormente referidos, duração, calendário, programação, tema/conceito, são pensados para satisfazer as necessidades ou conquistar as atenções dos participantes.

¹ GETZ, 1997

Classificação dos eventos

Os eventos podem ser classificados também de acordo com a entidade organizadora do mesmo.

Segundo Johnny Allen², os Eventos podem ser classificados por três grandes grupos, as Organizações Públicas, as organizações privadas e as associações sem fins lucrativos.

Organizações públicas engloba

- Organizações nacionais: celebrações cívicas e religiosas, eventos culturais
- Organizações regionais: eventos étnicos e multiculturais
- Organizações locais: eventos comunitários, festivais, feiras locais, celebrações religiosas

Organizações privadas: eventos promocionais, patrocínios, eventos desportivos, concertos, festivais.

Associações sem fins lucrativos: eventos culturais, eventos desportivos, eventos de caridade e angariação de fundos, etc.

No que diz respeito ao tamanho do evento, o mesmo autor propõe a seguinte classificação

Mega events – Eventos de uma dimensão tal que tem efeitos na economia global e conseguem atrair toda a atenção dos media (ex. Jogos Olímpicos, Campeonato do Mundo de Futebol)

Hallmark events – Numa tradução literal, podem ser designados como eventos de marca, normalmente associados a uma escala mais reduzida que os Mega events, são identificados com o espírito de uma cidade ou região, gerando o seu reconhecimento (ex. Carnaval do Rio de Janeiro, Oktoberfest em Munique)

Major events - Eventos que pela sua dimensão e interesse, atraem um grande número de visitantes, cobertura mediática por parte dos media e geram impactos na economia (ex. Rock in Rio; Red Bull Air Race; Estoril Open)

Local events - Eventos de dimensão mais reduzida, produzidos a uma escala local e para satisfazer as necessidades da comunidade onde se insere.

² ALLEN 2011

Eventos classificados por tema

Getz, defende a classificação dos eventos por tema, o que faz todo o sentido, pelas razões já apresentadas acima, onde se definiu o conceito de evento.

Segundo o Getz, os eventos podem ser:

Celebrações Culturais, onde se inclui Festivais, Feiras, Eventos Religiosos, Desfiles históricos;

Arte / Entretenimento: Concertos e outros espectáculos, exposições, cerimónias de entrega de prémios;

Negócios: Feiras e Mercados, exposições, conferências, congressos, eventos publicitários, eventos de cariz solidário

Educacionais e Científicos: Seminários, Workshops, congressos;

Recreativos: Jogos e Desportos de diversão, eventos de lazer e recreio

Desportivos: Eventos desportivos onde haja competição

É esta classificação que vamos adoptar no âmbito deste trabalho de projecto.

Temática dos festivais em Portugal:

World Music – Festivais dedicados às sonoridades oriundas dos diversos continentes, que podem ir desde do rock, passando pelo jazz, folk, até à música étnica.

Tradicional ou Folk – Dedicados à música tradicional, são muitas vezes confundidos com os festivais de WorldMusic. O folk ou tradicional está mais ligado às raízes da música europeia.

Erudita – Normalmente dedicados à música clássica e as suas diferentes abordagens

Jazz – Têm sido uma das grandes apostas e o reconhecimento junto do público tem se feito sentir. Festivais dedicados ao Blues e ao Jazz e as suas diversas correntes.

Rock – Dentro desta temática, encontramos diversas correntes, como festivais de hard rock, metal, hardcore, pop-rock, etc.

Comerciais – Festivais sem um estilo predefinido e onde a principal preocupação é dar a maior oferta possível (de forma equilibrada) às necessidades do público.

Feiras Medievais – Feiras que apostam na recriação de determinado período histórico, com mais ou menos rigor, e onde a animação e o pequeno comércio têm um papel importantíssimo;

Feiras Islâmicas – À semelhança das Feiras Medievais, retratam, muitas vezes com pouco rigor, a vida e os hábitos da presença muçulmana no território português. A vertente comercial e turística acaba por se sobrepor muitas vezes à parte cultural.

Artes Performativas – São cada vez mais frequentes os festivais de teatro de rua, marionetas e dança e outras artes performativas numa tentativa de captar novos públicos. A saída deste tipo de arte, dos espaços tradicionais tem tido resultados muito positivos.

Festas Tradicionais – De norte a sul, de este a oeste, as festas tradicionais, são a celebração popular da vida. Muitas delas têm um cariz religioso, mas também há festas pagãs.

Os Festivais de Música

São cada vez mais comuns os Festivais de Música que acontecem no nosso país. Contrariando uma dinâmica que se vinha sentido até aos inícios da década de 90, onde não havia tanta regularidade de eventos de música de grande dimensão.

Na história dos festivais de música em Portugal, muitos já ficaram pelo caminho, incluindo alguns de grande projecção, como é o caso do Festival Vilar de Mouros, Festival da Ilha do Ermal ou Festival Delta Tejo, mas outros continuam a trilhar um caminho sólido, assistindo ao crescimento de público e de dinâmicas na economia local geradas por estes eventos.

De norte a sul, os estilos são diversos, e vão desde a música pop até sonoridade mais pesadas como o Hardcore ou Heavy Metal. Há festivais para todos os gostos e feitios.

No levantamento apresentado abaixo, o critério foi a importância e relevância do festival no panorama nacional, pelo número de espectadores que teve, divulgação e relevância local.

Em 2012, tiveram lugar em Portugal os seguintes Festivais

Azurara Beach Party 2012

Festival de Música de Dança Electrónica, decorre na praia da Azurara em Vila do Conde. Iniciou-se em 2004 e vai já na sua 9ª edição. É considerada a maior beach party da Europa. A organização é privada, mas conta com apoios da Câmara Municipal de Vila do Conde e de diversas empresas.

Barco Rock Fest 2012

Partindo da organização conjunta do Movimento Artístico das Taipas e da Junta da Freguesia de Barco, este festival, que tem lugar na praia fluvial de Barco – Guimarães, vai já na sua 7ª edição. Este ano esteve integrado na Guimarães Capital Europeia da Cultura.

Bons Sons 2012

Um dos grandes festivais de 2012, o Bons Sons decorre na aldeia de Cem Soldos e vai já na sua 4ª edição. O Festival acontece de dois em dois anos e é organizado pelo Sport Club Operário de Cem Soldos. O cartaz é composto quase exclusivamente por bandas portuguesas.

Boom Festival 2012

Rotulado do Festival mais ecológico do mundo, o Boom Festival nasceu da vontade de criar um evento totalmente sustentável e de descoberta de novas culturas. 2012 marca o 15º aniversário deste mítico festival dedicado à música psicadélica.

Cascais Music Festival 2012

Organizado por uma das maiores promotoras de eventos de nosso país, a Everything is New, o Cascais Music Festival é apoiado pela Câmara Municipal de Cascais e decorre no Hipódromo Manuel Possolo em Cascais. Surge como concorrente do EDP CoolJazz Fest e para rivalizar com a oferta musical no concelho de Oeiras

EDP CoolJazz Fest 2012

Em dois espaços emblemáticos do concelho de Oeiras, o Parque dos Poetas e o Jardins do Palácio do Marquês de Pombal decorre o EDP CoolJazz Fest. Organizado pela promotora Música no Coração, vai já na sua 9ª edição.

Festival Ecos da Terra 2012

O Festival Multicultural de Música Tradicional, Ecos da Terra, foi criado com o objectivo de divulgar a região de Celorico de Basto, local onde se realiza o festival e a música tradicional portuguesa.

Entremuralhas

Organizado numa parceria entre a Câmara Municipal de Leiria e a Fade-in – Associação de Acção Cultural, o festival Entremuralhas decorre no Castelo de Leiria e é dedicado à música gótica. Vai na sua 3ª edição.

Festa do Avante

Sendo um dos maiores e mais antigos Festivais de Portugal ainda em actividade a Festa do Avante, que teve o seu início em 1976, é organizado pelo Partido Comunista Português. Além do conteúdo político subjacente, é também um dos grandes eventos culturais do nosso país.

Festival Azure

Na Ilha Terceira – Açores, acontece desde 2007 o Festival Azure. Um festival multicultural organizado pela Jaçor – Associação Juvenil e Cultural.

Festival do Crato

Inserido na Feira de Artesanato e Gastronomia do Crato, o Festival do Crato, tornou-se um sucesso, muito graças aos Line-up's mainstream que compõem o cartaz. É organizado pela Câmara Municipal.

Festival MED

Criado em 2004, por ocasião do Euro-2004, o Festival MED, toma de assalto a Cidade de Loulé e oferece além de Música, Teatro e Exposições.

Funchal Music Fest

Da responsabilidade da Secretaria Regional da Cultura da Madeira e com o apoio da Câmara Municipal do Funchal, o Funchal Music Fest foi criado com o objectivo de reforçar a oferta cultural e turística da região. Teve a sua 1ª edição em 2011 – um ano particularmente difícil para a região.

Intercéltico de Sendim

Em Sendim, distrito de Bragança tem lugar um dos mais tradicionais festivais de música – o Intercéltico de Sendim. Organizado pelo Centro de Música Tradicional Sons da Terra, acontece desde 2000 e conta com a presença de artistas nacionais e internacionais.

Jazz em Agosto

Desde 1984 que o Anfiteatro dos Jardins da Fundação Calouste Gulbenkian é o palco deste icónico festival de Jazz. Por aqui já passaram quase todos os grandes nomes dos principais centros do Jazz mundial. A partir do ano 1990, o festival passou também a ocupar outros espaços da Gulbenkian.

Maré de Agosto

O mais importante e antigo festival de música dos Açores, acontece, desde 1984, na praia da Formosa, Ilha de Santa Maria. O cartaz contempla diversos estilos musicais, artista de diversos países, mas sempre com uma forte aposta nos músicos açorianos.

Marés Vivas

Em 2010, nasceu em Gaia aquele que já é, um dos mais importantes festivais do calendário de verão – o Marés Vivas. Organizado pela PEVentertainment e com o apoio da Câmara de Gaia, este festival surge associado à TMN.

Mêda +

Bem no interior de Portugal Continental, na freguesia de Mêda, distrito da Guarda, há um festival de música moderna portuguesa. Iniciou-se em 2010 e a pouco e pouco, começa a ganhar espaço no panorama musical nacional. O “Mêda+ “é organizado pela Junta de Freguesia de Mêda e pela Associação Juvenil “Mêda +”

Milhões em Festa

A comemorar a sua 5ª edição, o Milhões de Festa toma de assalto Barcelos, naquele que para muitos é, o festival mais eclético da cena indie/alternativa. O Palco da Piscina é já uma imagem de marca deste festival.

Monte Verde Festival

A Ribeira Grande em São Miguel, recebeu em 2012 a 1ª edição do Monte Verde Festival.

Musa

M.U.S.A é a sigla de Música Urbana de Sons Alternativos. Este festival organizado pela CRIATIVA – Associação Juvenil, teve a sua 1ª edição no Centro Comunitário de Carcavelos, mas logo se tornou num evento de rua. Acontece actualmente na Praia de Carcavelos. O MUSA promove as boas práticas ambientais e o voluntariado. É um evento sem fins lucrativos.

NeoPop Festival

No norte do país tem lugar um dos mais importantes e emblemáticos festivais de música electrónica. Organizado pela Connect Music Agency, o NeoPop festival acontece desde 2009 em Viana do Castelo.

Noites Ritual

É nos Jardins do Palácio de Cristal no Porto que decorre desde 1992 as Noites Ritual. Um dos mais importantes palcos a nível nacional e onde o nível qualitativo da programação é uma das marcas distintivas relativamente a outros festivais.

Optimus Alive

Nasceu em 2007, aquele que hoje em dia é o maior e mais internacional festival português – o Optimus Alive. Organizado pela Everything is New surge como alternativa a outros festivais *mainstream* que têm lugar em Lisboa. Conta com a Optimus como *Naming Sponsor*.

Optimus Primavera Sounds

Criado em Barcelona pela Primavera Sound, que elegeu o Porto para a internacionalização do festival que promove a música independente. O Parque da Cidade foi o local escolhido para a primeira edição internacional e contou com o apoio da Optimus. É organizado pela Pic-Nic, uma empresa fundada pela Primavera Sound e a Ritmos.

EDP Paredes de Coura

Em 1993 nasceu um dos mais emblemáticos “Festivais de Verão”. É a par de Vilar de Mouros, o maior festival do norte de Portugal. Em 2005 foi considerada pela edição espanhola da Rolling Stone um dos cinco melhores festivais de verão da Europa. Os *Main Sponsors* associados a festival foram muitos ao longo dos anos. Em 2012, é a EDP que dá nome ao evento.

Positive Vibes

O Festival Positive Vibes, organizado pela promotora com o mesmo nome, decorre na Praia do Areinho em Vila Nova de Gaia e pretende ser um festival multicultural que promove estilos de vida saudáveis. A primeira edição decorreu em 2012.

Remember Cascais

Mais um festival, que em 2012, teve lugar em Cascais. ERP Remember Cascais, organizado pela Palco de Primavera em parceria com a Câmara de Cascais e a European Recycling Platform, pretende celebrar a década de 80. Foi a sua primeira edição.

Rock in Rio

Surgiu no Rio de Janeiro em 1985, um dos maiores festivais de rock do mundo. Lisboa foi o palco da sua primeira experiência internacional em 2004. Hoje decorre em três países e prevê-se a expansão para um quarto – a Argentina. O Festival tornou-se uma marca e o seu lema é “Por um mundo melhor”. É organizado por Roberto e Roberta Medina.

Rock na Vila

Vila de Rei recebe desde 2004 o festival Rock na Vila. Um festival de música moderna portuguesa, organizado pela Zona B e pela Câmara Municipal de Vila de Rei.

Sons do Mar

À semelhança do que acontece com o Festival Marés Vivas, o Sons do Mar pretende tornar-se uma referência na programação cultural da localidade onde está inserido. Funchal é a cidade que recebe desde 2011 este festival organizado pela PEEntertainment e com o patrocínio da TMN.

Sudoeste TMN

A realizar-se desde 2007 na Costa Vicentina, o Festival do Sudoeste é um dos mais importantes festivais nacionais. Organizado pela Música no Coração já recebeu alguns dos maiores artistas internacionais. O *naming sponsor* associado ao Sudoeste já se alterou ao longo dos anos, sendo o mais recente a TMN.

Sumol Summer Fest

Para completar a oferta na área da grande Lisboa, no que a festivais de música diz respeito, a Música no Coração criou este Summer Fest, que desde a sua 1ª edição em 2009 decorre na Praia de Ribeira d'Ilhas – Ericeira e conta com o apoio da Sumol.

SuperBock SuperRock

1995 marca o primeiro ano de SuperBock SuperRock. Este festival organizado pela Música no Coração, sofreu ao longo dos anos alterações na sua forma e local de apresentação. De 1995 a 1997 decorreu no Passeio Marítimo de Lisboa; em 1998 esteve integrado na Expo'98 e ocupou a Praça Sony; entre 1999 a 2003, optou por um estilo itinerante, percorrendo diversos palcos, em dias distintos e alargando a sua oferta à zona do Porto. Em 2004, torna-se novamente um festival sedentário, ocupando o Parque Tejo em Loures, mas com o crescimento do Optimus Alive e a concorrência do Rock in Rio, que a partir de 2006 levou a uma diminuição de público, procurou novas formas de cativar o público, voltando a apostar num formato semelhante ao que tinha tido entre 99 e 2003. Desde 2010, fixou-se na zona do Meco, tentando construir uma nova imagem e captando novos públicos.

Surf at Night

A Praia da Cortegaça em Ovar é o palco do Surf at Night. Um festival que já vai na sua 5ª edição e alia a música à prática desportiva do Surf.

SWR Barrocelas Metal Fest

Na pacata vila de Barrocelas, distrito de Viana do Castelo, acontece um dos festivais nacionais mais pesados – o SWR Barrocelas Metal Fest. Organizado pela SWR, este festival que vai na sua 15ª edição conta com alguns dos mais importantes nomes da cena *Heavy* mundial.

Vagos Open Air

Mais um dos grandes festivais de *hard rock* e *heavy metal* de projecção internacional e que decorre em Calvão, concelho de Vagos, distrito de Aveiro. Actualmente na sua 4ª edição este festival marcou uma posição de destaque, complementado a vasta oferta dos festivais nacionais. É organizado pela Prime Artists

Vodafone Mexefest

Inspirado pelo conceito do South by Southwest (considerado o maior festival de música do mundo e que decorre em Austin – Texas), este Vodafone MexeFest segue as pisadas do seu antecessor o SuperBock em Stock. Organizado pela Música no Coração, este evento que se iniciou em Lisboa em 2011, chegou também ao Porto em 2012. Apesar dos concertos decorrerem em espaços fechados, o facto dos palcos estarem espalhados por diversos locais da cidade, faz com que este festival tenha uma forte componente de evento de rua.

Entidades promotoras

Partindo da levantamento apresentado no ponto anterior, constatamos a diversidade de entidades que promovem eventos de grande dimensão. Organismos públicos e privados, procuram criar eventos que satisfaçam a necessidade do público.

Começando pelo poder público, as Câmaras Municipais e as Juntas de Freguesia, aparecem como principais e únicos *event makers* da *res publica*. Os seus objectivos são diversos, no caso das Feiras, a promoção da região e de um produto distintivo da mesma funcionam como chamariz da promoção turística, mas também o de dar a conhecer a cultura dessa mesma região, seja através da gastronomia, do seu património ou da sua história. Quando falamos de festivais de música, a promoção turística é, o marco mais importante a alcançar. Recorro ao exemplo do Festival do Crato, que inserido na Feira de Agricultura e Gastronomia do Crato, serviu para atrair novos públicos para um concelho do Alto Alentejo, longe dos grandes centros urbanos do litoral, e que no espaço de três anos, fixou a sua marca enquanto festival, atraindo público de diversos quadrantes, idades e locais. Será este um exemplo da cultura de rua como entretenimento cultural? Na minha opinião, é, sem dúvida. O Festival procura colocar o Crato no mapa, funcionando como potencializador do turismo.

No caso das entidades privadas, a variedade aumenta. Desde empresas especializadas na organização de eventos como é o caso da Música no Coração, Everything is New, Ritmos, PEEntertainment, entre outras, passando por Associações Juvenis e Culturais. Quem organiza tem objectivos tão distintos como a vertente comercial do evento, a vertente cultural e ou turística.

Nas empresas especializadas na realização de eventos, a sua atenção foca-se no construir um evento que satisfaça as necessidades do público, independentemente de onde está inserido, procura chegar ao maior número de pessoas. Normalmente estão associados a marcas fortes, que acabam por ceder o seu nome ao festival. Mais adiante, falaremos da questão dos apoios.

As associações, permita-se alguma ingenuidade, têm objectivos mais nobres, a promoção da música portuguesa, da sua região e de todas as suas potencialidades. Os eventos organizados por estas entidades, normalmente, estão despidos do peso das grandes marcas e da pressão comercial das mesmas. O que, por vezes, acaba por dar ao festival uma atmosfera muito própria e torna-os casos de sucesso, por exemplo o caso do Bons Sons em Cem Soldos – Tomar.

A realização de qualquer evento, tem sempre custos associados. O investimento pode ser maior ou menor, de acordo com a dimensão do mesmo.

Se há eventos que precisam de grandes apoios para se realizarem, visto terem entrada livre, há outros, que através da venda de bilhetes acabam por tentar gerar alguma receita.

Quem apoia este tipo de eventos?

É do senso comum, que os eventos musicais, mesmo em alturas de maior debilidade económica, atraem muito público e por isso, o risco de os realizar é muitas vezes compensatório em termos financeiros.

No caso de uma organização pública, existe à partida uma verba no início de cada ano para a cultura, e no caso de zonas com elevado potencial turístico, ou até mesmo com casinos, a verba do turismo também pode ser aplicada neste tipo de eventos. Todos sabemos que a cultura é dos sectores do Estado que menos verbas tem, assim sendo muitas vezes é preciso procurar outras fontes de financiamento.

Os apoios podem vir de diversas formas, procurando junto da indústria e do comércio local quem queira aparecer associado ao evento; empresas municipais, que tendo verbas próprias, acabam por apoiar estes eventos; o mecenato, que apresenta como mais valia benefícios fiscais para quem apoie projectos através desta prática, normalmente só grandes empresas a utilizam neste tipo de eventos; os fundos

comunitários, FEDER e QREN, quando o evento é considerado como de interesse na promoção da região e está integrado numa estratégia de desenvolvimento regional.

No caso das organizações privadas, muitas vezes não há sequer dinheiro para o investimento inicial, e todo o festival gira em volta dos apoios e das fontes de financiamento que se conseguem arranjar.

Ora, em qualquer evento, há necessidade de providenciar a estrutura básica que faça funcionar o festival. Comida e sobretudo bebida. É neste ponto que entra um patrocinador comum a qualquer evento de música. As marcas de cerveja, são uma presença constante em qualquer festival, e mesmo nos de menor representatividade, um dos primeiros apoios que se procura é de uma marca de bebidas alcoólicas. O apoio pode passar por colocar dos simples insufláveis, à colocação dos pontos de venda, apoio financeiro e até no nome do próprio festival, por exemplo: SuperBock Super Rock, Sagres Summer Fest (já extinto), Heineken Paredes de Coura, Sagres Sudoeste.

Apoio de grandes marcas, que vêm nestes eventos, uma forma de promover a marca, como é o caso das operadoras de telemóveis. Se observarmos o actual panorama, verificamos que eventos como Optimus Alive, Sudoeste TMN, Marés Vivas TMN, Optimus Primavera Sounds, têm a marca associada ao nome do festival, conferindo assim um excelente suporte de publicidade da mesma, ajudando a criar a identidade da marca junto do público que frequente estes eventos.

Em 2012, assistimos a entrada em cena de outro *naming sponsor* de peso, a EDP, que contribuiu com o seu nome para o Paredes de Coura, reforçando a aposta que já tinha feito no EDP Cool Jazz Fest.

Quando se faz um evento, a ideia é que ele tenha algum tipo de rentabilidade ou impacto no local onde se realiza.

Se quando nos referimos a um evento organizado por uma câmara ou junta de freguesia, colocamos a questão da estratégia cultural ou entretenimento, no caso de grandes promotoras de eventos, essa questão é rapidamente respondida – criar um evento sustentável e financeiramente rentável, seja para quem o organiza, seja para quem o patrocina.

Além do apoio financeiro, existe o apoio institucional e os media partners.

O apoio institucional pode ajudar um evento de diversas formas. Através do *know-how* da entidade que presta esse apoio, na credibilização do evento, e na divulgação do mesmo.

Os *Media Partners*, são um excelente suporte da divulgação do evento, podendo acompanhar e ou transmitir o mesmo. Fazem parte deste tipo de apoios, Rádios, Televisões e jornais.

Mas será que não existem contrapartidas para quem dá apoio financeiro? É aqui que entramos na questão da programação. Será a programação condicionada pelo patrocinador?

Em termos literais, não. Mas há obviamente, existe uma preocupação em atingir as expectativas de público.

Quando falamos de organizações públicas e algumas privadas de menor dimensão, coloca-se a eterna questão entre ser idealista e educar o público para receber um festival com determinadas características; ou ao invés disso, apostar em nomes fortes do mercado musical, e que garantidamente movem público até ao evento. Como exemplos dos dois lados da moeda, temos o Bons Sons, o Mêda + e o Rock na Vila, onde a aposta em novos artistas portugueses, tem vindo a ser bem recebida, e o público encontrou nestes festivais, a garantia de descobrir novos universos musicais e novos artistas; do outro lado, temos o Festival do Crato, o Funchal Music Fest, onde a programação contempla nomes seguros da música nacional e internacional.

Do lado das organizações privadas de maior dimensão, a questão acaba por ser muito mais simples, e como já foi referido, construir eventos para satisfazer as necessidades do público e que levam as marcas a apoiar estes “eventos privados”.

Se fizermos uma análise, muito sucinta dos últimas edições do maiores festivais nacionais (todos eles organizados por privados), constatamos que o *line-up* contempla sempre os artistas mais em voga, os que passam mais nas rádios e que movimentam mais público. É uma aposta segura, para quem organiza e para quem apoia. Há certeza da presença de público. As marcas que apoiam sabem que o público a que se destina cada um desses festivais, estará durante o período do festival a ser “bombardeado” com a marca.

Mesmo dentro do *mainstream* os próprios festivais sofrem mudanças de orientação de acordo com os apoios. Caso disso é o Festival do Sudoeste, que quando foi apoiado

tanto pela Sagres (1997-2002), como pela Optimus (2003-2004), era mais dedicado ao estilo pop rock. Quando houve a mudança de *sponsor* para a TMN, a linha de orientação do festival, os conteúdos programáticos, alteraram-se completamente, procurando atrair um público mais jovem, sobretudo ligado às novas abordagens de estilos musicais como Hip-hop, Reggae, Electrónica, assistindo-se em 2012, a um tímido regressar às origens do festival

Tanto de um lado como de outro, existe sempre um processo natural, de busca de novos públicos, mas que não deixa de ser curioso de observar. O actual cenário permite observar duas realidades distintas. Festivais que sobrevivem com uma missão cultural, com uma estratégia cultural, seja na divulgação das raízes da música portuguesa ou nas formas mais modernas de expressão musical; do outro lado, festivais que apostam em produtos seguros, e para os quais há público fidelizado e que consegue garantir o apoio de marcas, sendo esse adaptado, em muitos casos, à imagem que a marca pretende alcançar junto do público que o frequenta e consequentemente no mercado global.

Capítulo 2 – Casos de Estudo

Santa Maria da Feira

Localizada no Norte de Portugal Continental, na região Entre Douro e Vouga, distrito de Aveiro, o concelho de Santa Maria da Feira, é uma referência a vários níveis. Desde logo pela sua história, as terras de Santa Maria, testemunharam a formação do reino de Portugal e foram ponto central no período da reconquista; a sua gastronomia é também um motivo de atractividade, sendo a Fogaça o cartão de visita deste município; geograficamente, está localizada na confluência do eixo Coimbra – Porto, junto de importantes vias de comunicação como é o caso da Auto Estrada do Norte (A1), Auto Estrada da Costa de Prata (A29) e Auto Estrada do Douro Litoral (A32); está também próxima da capital de distrito, Aveiro e do seu centro portuário. A sua privilegiada localização, tem sido uma mais valia na captura de novos investimentos, fixação de empresas, criação de postos de trabalho, ou funcionando como centro de negócios, caso do Europarque, que alia a vertente de

Centro de Congressos e Centro Cultural, e o Visionarium – Centro de Ciência, uma referência a nível nacional.

O concelho de Santa Maria da Feira, com 139 312 habitantes³, tem como principal sector de actividade, a indústria. Os níveis de analfabetismo, apesar de abaixo da média nacional, são dos mais elevados da Área Metropolitana do Porto, mas isso não condiciona a estratégia cultural levada a cabo pelo município.

Festa das Fogaceiras, Imaginarius – Festival de Teatro de Rua, Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, Encontros com a Música, Festival para Gente Sentada são alguns dos eventos culturais de maior destaque que têm lugar em Santa Maria da Feira.

A História de Santa Maria da Feira confunde-se com a história da formação do reino de Portugal, dada a importância que tiveram as gentes que habitaram outrora as Terras de Santa Maria.

As Terras de Santa Maria ocupavam os actuais Concelhos de Albergaria-a-Velha, Arouca, Castelo de Paiva, Espinho, Estarreja, Gondomar, Murtosa, Oliveira de Azeméis, Ovar, S. João da Madeira, Santa Maria da Feira, Sever do Vouga, Vale de Cambra e Vila Nova de Gaia, sendo fruto de uma designação antiga que remontam ao século XI.

A sua localização, como já referido anteriormente, faz, desta região, desde os primórdios da civilização em Portugal, um local estratégico, por ser ponto de passagem de muitos e variados povos.

Construído no início do séc. XI, o Castelo da Feira, funcionou como importante centro administrativo, era o local de pagamento do tributo, mas também a sua importância comercial era elevada, sendo a feira que ali se realizava a mais importante de toda a região. Com o passar do tempo esta concentração de actividades administrativas e comerciais tornou-se tão importante que a aglomeração tomou o seu nome Civitas Sanctae Mariae, dando origem à actual cidade de Santa Maria da Feira.

A sua localização geográfica favoreceu o florescimento desta região e levou à criação de uma zona socioeconómica forte e de grande vitalidade, por força do seu posicionamento entre dois importantes centros políticos e comerciais: Porto e Coimbra e pela riqueza das suas terras. As planícies forneciam os cereais, a vinha e a

³ Dados Censos 2011

horticultura; o rio e o mar proporcionavam a pesca; e as serras, a caça, pastorícia e a exploração dos recursos florestais.

Actualmente, e após alguns anos de menor dinamismo, Santa Maria da Feira volta a ganhar destaque e é um importante centro industrial, em particular da cortiça, calçado, papel, metalomecânica, metalúrgica, cerâmica e equipamentos para crianças. O sector terciário é aquele que tem registado mais elevadas taxas de crescimento, e tem contribuído para a competitividade e afirmação a nível nacional e internacional desta região.

Caracterização do Evento Viagem à Terra Medieval

Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, é organizado pela Feira Viva, E.M. e conta com o apoio da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira e da Federação das Colectividades de Santa Maria da Feira e é considerado o maior evento de recriação histórica do país.

Tudo se iniciou em 1996, quando duas técnicas da câmara municipal decidem criar um evento que recriasse a antiga Feira Medieval. O Evento decorreu no Castelo e teve a duração de dois dias. Repetiu-se em 1997.

Após um ano de interregno, a Federação das Colectividades de Santa Maria da Feira, reactiva o evento. Na edição de 1999, e durante três dias os espaços da Viagem Medieval estenderam-se para lá do Castelo, chegando às margens do Rio Caster e a Alameda do Tribunal.

No ano de 2000, e com a participação da Câmara Municipal na organização, passam a ser 10 os dias de Viagem Medieval. 2004, marca a entrada da empresa municipal Feira Viva na lista dos organizadores, e desde 2006 que fica como única responsável.

A recriação, inspirada em personagens ou momentos marcantes da história destas terras dura cerca de 10 dias. De acordo com o acontecimento ou personagem escolhido, é elaborado o programa de actividades, onde se tenta recriar ao máximo, o ambiente, os trajes, os modos daquela época. Desenvolve-se, no espaço de 40 hectares, que engloba o castelo e zona envolvente, zona do rossio e centro histórico, criando assim, uma autêntica Vila medieval. O Castelo funciona como centro de poder, e as zonas em redor, retratam hábitos do quotidiano. Lances e mesteres próprios da época não são

esquecidos e nem a falta de cuidados higiénicos, normais naquela altura, passam despercebidos ao público que visita a Viagem Medieval.

Todo o evento é concebido na base do voluntariado, com o apoio de diversas associações e colectividades de Santa Maria da Feira, responsáveis pelos diversos espectáculos de animação.

Viagem Medieval em Terra de Santa Maria, é um evento cultural, perfeitamente enquadrado no âmbito das políticas culturais do concelho de Santa Maria da Feira. Que apresenta uma oferta diversificada de produtos culturais.

O crescimento em termos de visitantes é assinalável e prova a qualidade da Viagem Medieval.

Sines

Localizado no distrito de Setúbal, Sines, é um dos concelhos que fazem parte da Costa Vicentina, é composto por duas freguesias, Sines e Porto Covo. Com uma população de 14 238 habitantes⁴, é um importante centro industrial, onde reina o porto de Sines e a Refinaria. Os últimos anos têm sido caracterizados por um investimento na melhoria de infra-estruturas que servem o mais importante porto do país. Novas linhas ferroviárias e rodoviárias, aproximaram Sines de outros centros urbanos. A beleza das suas praias, com excelentes condições para a prática de Surf, como é o caso de São Torpes e a pitoresca vila Porto Covo ajudaram a projectar também o concelho como destino turístico de referência. Mas não nos podemos esquecer de importantes eventos turísticos e culturais que acontecem no concelho e que reforçaram o nome de Sines no contexto nacional, falo do Carnaval de Sines e do Festival Músicas do Mundo.

A história do concelho de Sines está repleta de testemunhos de diversos períodos de ocupação. Desde a presença de povoados pré-históricos, passando por Celtas, Romanos, Visigodos e Mouros, Sines fruto da sua proximidade com o mar foi sempre visto como importante ponto de fixação de diversos povos.

Sines foi também terra da Ordem de Santiago até ao Liberalismo, que acabou por extinguir o concelho em 1855, sendo restaurado em 1914.

⁴ Dados Censos 2011

Em 1970, surge o grande complexo industrial de Sines, que alterou completamente a vida deste município.

Caracterização do Evento “Festival de Músicas do Mundo - Sines”

O Festival Músicas do Mundo, organizado pela Câmara Municipal de Sines, surgiu em 1999 com o objectivo de valorizar o Castelo de Sines, que segundo se pensa foi o lar e o berço de Vasco da Gama. Foi também inspirado no navegador que aparece o principal pressuposto do Festival, dar a conhecer novas culturas, diferentes formas de expressão musical.

O crescimento deste festival, foi calmo e consciente. Entre 1999 e 2003, o festival realizava-se exclusivamente no Castelo e o número de espectadores foi aumentando significativamente, da primeira edição registaram-se 7000 espectadores, em 2003 20 000. É um crescimento significativo, para um festival que faz uma aposta arriscada naquilo que se chama world music, que por ser tão vago, acaba por assustar algum público.

Em 2004, o Festival expande a sua acção para mais dois palcos. Capela da Misericórdia e Av. Da Praia. Formato que se mantém no ano seguinte. O número de concertos aumentou, e o público também. Com o ano de 2005 a registar a presença de 27000 espectadores no festival.

Mas o grande salto deu-se em 2006. A criação de um palco em Porto Côvo, destino turístico privilegiado e que marca a entrada do Parque do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina, foi um sucesso. Em Sines passou a existir mais um palco o Centro de Artes de Sines, cujo a construção foi potencializada pelo crescimento do festival, em substituição da Capela da Misericórdia. O festival passou de 3 para 8 dias de duração, sendo atingido o novo recorde de público – 50 000 espectadores.

Daí em diante, o reconhecimento público do FMM como um dos grandes festivais de música do nosso país, foi obrigatório.

Entre 2007 e 2009, mantém-se a aposta no formato do ano 2006. O público, esse, não parou de aumentar. Em 2007 cerca de 75 000 – 80 000 espectadores, 2008 cerca de 85 000 – 90 000 espectadores e 2009, cerca 87 000 espectadores.

Em 2010, e por motivos de sustentabilidade do Festival, o palco de Porto Côvo termina, ficando apenas o Castelo, Avenida Vasco da Gama (antiga Av. Da Praia) e o Centro de Artes. O número de espectadores rondou valores entre os 85 000 e os 90 000.

Em 2011, regressa o palco da Capela da Misericórdia, o número de concertos continuam a aumentar e o público do FMM parece ter estabilizado cerca de 80 000 – 90 000 assistiram a edição deste ano.

No ano de 2012, surge mais um palco, o do Pontal e é o ano em que o Festival Músicas do Mundo é reconhecido internacionalmente pela imprensa britânica como um dos 10 melhores festivais do mundo de World Music. Apesar da crise, o público não fugiu e os valores foram semelhantes aos do ano anterior.

Além do prazer da descoberta, que nos assola quando frequentamos o Festival Músicas do Mundo, a atmosfera criada em redor do próprio, ajuda a cimentar uma relação entre público e festival. As ruas do centro de Sines estão cheias de movimento, os restaurantes apinhados de gente, o comércio vive o festival, aproveita-o, e a oferta do FMM permite-nos desfrutar do mesmo sem gastar dinheiro em concertos. Há palcos gratuitos.

O Festival Músicas do Mundo é a prova que é possível promover outros estilos musicais, mesmo os de mais difícil compreensão e é possível fidelizar o público a um evento com rótulo de qualidade.

O evento é organizado pela Câmara Municipal, co-financiado pelo QREN, INAlentejo e FEDER e conta com o Mecenato da Galp – Refinaria de Sines, EDP, Porto de Sines, Repsol, SuperBock, entre outras.

A valorização patrimonial foi o motivo que desencadeou a construção e organização deste festival. A promoção do destino turístico Sines, foi tida em conta e o festival, até pela altura em que decorre, no mês de Julho, tinha como interesse aproveitar e reforçar o turismo.

O crescimento do Festival, e a sua regularidade, fazem com que este esteja enquadrado na política de oferta cultural da Câmara de Sines.

Vilar de Mouros

A freguesia de Vilar de Mouros, com cerca de 750 habitantes⁵, poderia ser apenas mais uma freguesia do concelho de Caminha, distrito de Viana do Castelo, mas a verdade é que desde de 1971, foi ganhando lugar de destaque, muito por culpa do festival de música com o nome da freguesia. O Woodstock português como foi desde sempre conhecido, projectou a pacata freguesia de Vilar de Mouros no mapa nacional e internacional.

O património natural é hoje em dia, o seu maior chamariz. Com o fim do festival, o investimento na freguesia foi diminuindo, e as dinâmicas e os estímulos económicos provocados pelo aumento da população durante o período do festival, acabaram.

Caracterização do Evento “Festival Vilar de Mouros”

O festival Vilar de Mouros, é considerado o mais antigo e um dos mais importantes festivais portugueses.

As raízes deste festival surgem em 1965, quando António Barge, um médico local, organiza um festival típico de folclore minhoto, com a designação que ainda hoje se mantém – Festival Vilar de Mouros. O objectivo do festival era simples, promover a cultura e o património paisagístico do concelho de Caminha.

O festival realizou-se nos mesmos moldes até 1968, altura em que o festival consegue a tão ambicionada projecção nacional, promovendo nesse ano também outros estilos musicais na sua programação (do clássico até à música popular), artistas como Zeca Afonso, Carlos Paredes, Adriano Correia de Oliveira e a Banda da GNR, entre outros marcaram presença, contribuindo assim para o afirmar do festival.

Com esta abertura de género, o festival tornou-se mais eclético. No ano de 1971, atingiu a sua primeira grande edição e contemplou o Rock, o Pop, o Fado e o Tradicional.

Nomes como Elton John, Manfred Mann, Quarteto 1111, Pentágono, Sindikato, Chinchilas, Contacto, Objectivo, Bridge, Beatnicks, Psico, Mini-Pop, Pop Five Music Incorporated, Amália Rodrigues, Duo Ouro Negro, Celos, Banda da Guarda Nacional Republicana, Coral Polifónico de Viana do Castelo e o Grupo de Bailado Verde Gaio,

⁵ Dados Censos 2011

participaram naquela que foi considerada tanto pela crítica nacional como internacional, o Woodstock português.

Curiosamente, a edição de 1971, demorou três anos a ser planeada, ou seja, muito antes do verdadeiro Woodstock.

A grandiosidade deste evento, trouxe, obviamente impacto positivo à região e cumpria assim o mote dado pelo médico Dr. António Barge. Por outro lado, arriscar num cartaz de tão elevado gabarito, acarretou consigo prejuízos financeiros, que foram suportados pela família Barge.

Só passados 10 anos, em 1982, se assistiu a uma nova edição do Festival Vilar de Mouros. A génese do festival manteve-se. Diversidade, e grandes nomes da música foram novamente a receita para atrair público até terras do Minho. U2, Jáfumega, Carlos Paredes e Echo & The Bunnymen.

A intermitência na realização regular do festival, começa a tornar-se preocupante. A localização, e a falta de infra-estruturas que permitissem ao Festival evoluir para patamares mais actuais, afastaram quase sempre as promotoras de eventos, e o poder municipal não tinha capacidade de suportar um evento desta dimensão.

1996, marca o regresso do festival, mas mais uma vez, houve dificuldade em manter edições anuais.

Com a entrada em cena da produtora Música no Coração, em 1999, o Festival Vilar de Mouros, ganhou regularidade, e voltou a ganhar notoriedade no alinhamento dos Festivais de Verão.

Em 2005, a mudança da produtora do na organização do festival, fazia prever um crescimento ainda mais sustentado e a melhoria progressiva das condições. A PortoEventos, que passou a organizar o Vilar de Mouros, não cumpriu a partir de 2006 com o contratado entre esta entidade, a Câmara Municipal de Caminha e a Junta de Freguesia de Vilar de Mouros que era proprietária do terreno.

A presença assídua de Vilar de Mouros no verão nacional, foi morrendo, e após uma aclamada edição de 35 anos, no ano de 2006, os anos seguintes foram de morte lenta do festival.

A PortoEventos, a autarquia municipal e a junta de freguesia, nunca conseguiram chegar a acordo, o que impediu a realização do festival.

Em 2011, assiste-se ao regresso de um festival a Vilar de Mouros, Energie Music Vilar de Mouros, teve apenas um dia de duração, 18 horas de música e de onde desapareceu a abrangência de estilos musicais.

A crise económica e a retirada do patrocínio, suspenderam para já Vilar de Mouros.

O grande investimento que é necessário realizar para ter um festival de qualidade e com infra-estruturas básicas necessárias à realização do mesmo, tem afastado potenciais interessados na produção do festival.

O Festival Vilar de Mouros, é o curioso caso de mutação e que por diversas razões não correu bem.

Inicialmente pensado para dar a conhecer uma região, isolada, sem as vias de comunicação dos dias de hoje, quis ser uma referência, sem grande sucesso, diga-se. O festival de folclore, muito típico na zona do Minho, idealizado pelo Dr. Barge, não atraía, nem criava impacto no turismo desta freguesia do concelho de Caminha.

A estratégia passou por alargar os estilos musicais presentes no festival e de preferência com nomes sonantes.

Foi o que aconteceu a partir de 1968. O público esse, não demorou a reagir. Faltaram mais apoios a iniciativa privada do Dr. António Barge, e o evento foi progressivamente passando de um evento cultural estruturado, com diversidade, com conteúdo, para um festival mais comercial e mais fechado em termos de estilo.

Tanto a Câmara, como a Junta de Freguesia, não tiveram meios, nem conseguiram até ao momento, recuperar o conceito do Festival, podendo este, voltar a funcionar como estratégia cultural daquela região minhota.

Capítulo 3 – Os Festivais de Rua: Projecto de Intercâmbio entre Equipamentos Culturais e eventos de Rua

Após a apresentação dos três casos de estudo, percebemos que as dinâmicas provocadas por estes eventos, na sua maioria conduzem os participantes a locais pré-definidos onde decorre a acção.

São portanto ignorados das dinâmicas dos mesmos, pontos centrais da acção cultural dos municípios: os equipamentos culturais.

É preciso compreender à luz das metodologias, e das apostas feitas em cultura, que Portugal, é dos países da Europa onde menos se investe e onde a educação cultural não é valorizada. É portanto expectável que grande maioria destes eventos tenha uma forte componente de entretenimento e que o seu carácter cultural seja muitas vezes ignorado ou não compreendido.

O facto de levarmos o produto cultural até junto do público, de expandirmos a fronteira a sua fronteira, não pode contribuir para o comodismo já de si instalado levando conseqüente esquecimento dos equipamentos culturais.

Se recordarmos o caso de Barcelona, que aquando a sua designação como cidade organizadora dos Jogos Olímpicos de 1992, aproveitou esse facto para dar uma imagem nova da cidade.

A estratégia passou por criar a marca da cidade e dos diversos equipamentos que a compunham. Um pouco à semelhança daquilo que acontece actualmente em Guimarães.

No caso dos Jogos Olímpicos estamos a falar de um *Mega Event*, com um impacto mediático muito superior, mas se transpusermos todo a génese de trabalho que foi feita em Barcelona, tanto a nível do marketing da própria cidade, com da revitalização dos equipamentos culturais para a escala local destes eventos, percebemos que, e tendo em conta as especificidades das realidades locais, o impacto da valorização cultural pode ser muito positivo.

Os Festivais de rua e o seu impacto na comunidade local

Qualquer evento promove dinâmicas positivas e negativas. Dependendo da sua dimensão, o aproveitamento que se pode fazer do mesmo, pode gerar resultados positivos, ou criar demasiados constrangimentos à comunidade local.

Outra questão que se levanta, é a que público é dirigido o evento. Se for direccionado apenas para a comunidade local, acaba por limitar possíveis impactos negativos, uma vez, e assim se espera, que este tenha em conta as características que compõem essa comunidade; se o evento for pensado para fora, torna-se imperativo o envolvimento da população local, como forma de minimizar eventuais pontos negativos.

Os casos abordados, são reveladores da participação da comunidade de forma mais ou menos activa no decorrer do evento.

Em Santa Maria da Feira, a organização promove algumas iniciativas junto do comércio local, como é o caso do “Estabelecimento Medieval Oficial”, onde as lojas se adaptam à época medieval, na decoração exterior e interior e nos trajes usados pelos comerciantes. Em termos económicos, o comércio do centro histórico, local onde decorre a Viagem Medieval, sente um maior dinamismo no seu negócio.

Outro ponto importante, é a participação das associações locais na animação das ruas e do recinto da Viagem Medieval, fazendo com que a população se sinta parte da acção e participe positivamente no evento.

Obviamente há constrangimentos, provocados por um evento que registou em 2012, 234 mil entradas vendidas, como é o caso do estacionamento desordenado e alguns constrangimentos de tráfego, que causam algum desconforto à população local.

Em Sines, o envolvimento da população local no Festival Músicas do Mundo, não se faz sentir de forma tão presente como no caso de Santa Maria da Feira.

Há um impacto positivo, causado pela afluência de público, que faz com que os restaurantes em redor dos palcos, sobretudo do Castelo, estejam sempre cheios. Algumas lojas de comércio ficam abertas até mais tarde, beneficiando da agitação que inundam as ruas.

Uma das estratégias utilizadas para minimizar o impacto negativo do ruído, visto grande parte do festival decorrer no centro, é a colocação de um palco junto à praia e

relativamente afastado do aglomerado urbano a partir da 01h00 da manhã, altura em que terminam os concertos no Castelo.

Vilar de Mouros é um caso singular. Uma vila isolada dos centros urbanos, com pouca população, em que o festival marcava o ponto alto do seu calendário e criava um dinamismo e uma agitação que rasgava com a monotonia.

De uma forma geral, os impactos gerados por estes eventos, sobretudo no contexto actual, são positivos, pois criam algum dinamismo económico, o que acaba por superar problemas comuns a todos os festivais, os excessos.

Se olharmos para Vilar de Mouros, Paredes de Coura, Barroselas, percebemos que é graças ao Festival que houve dinamização desses locais, melhoria de infra-estruturas, uma aposta que de outra maneira seria complicada de suceder. Em suma, e utilizado uma expressão comum, esses locais foram colocadas no mapa.

Regiões como Lisboa, Porto, Funchal, o aproveitamento é feito na diversificação da aposta cultural e turística. O seu impacto é quase mínimo, ou passa despercebido, dada a agitação das grandes cidades.

A relação entre os festivais de rua e os equipamentos culturais

Apesar da grande maioria dos eventos ter como objectivo a componente de promoção turística, e ou, a rentabilidade lucrativa dos mesmos, existe um campo ainda por explorar, no que ao impacto cultural diz respeito.

Se no campo dos teatros, auditórios, centro de exposições, ainda vai existindo alguma dinâmica, as bibliotecas, os museus e os arquivos, estão muito mais limitados na captação de novos públicos. Torna-se por isso imperativo, o aproveitamento das dinâmicas criadas por estes eventos para revitalizar os equipamentos acima referidos.

É possível criar hábitos de utilização desses espaços, desde que eles se tornem apelativos e se quebre a barreira com o público.

No Festival Músicas do Mundo, a criação de um palco no centro de Artes, ajuda na divulgação daquele equipamento nobre da cidade. Mas continuam a faltar o essencial, o elo de ligação entre o equipamento cultural e o público específico do festival.

Em Santa Maria da Feira, todo o evento e animação decorre em espaço exterior, não existe qualquer relação com os equipamentos culturais.

De uma forma geral, e olhando para outros eventos, não há qualquer a integração dos equipamentos culturais na actividade do festival. Os espaços escolhidos para o programa de actividades são muito específicos e pouco receptivos à integração de outras soluções.

O que me leva a concluir que a relação entre equipamentos culturais e festivais de é ténue ou inexistente.

Os Equipamentos no contexto dos eventos de rua: Estratégia de captação de novos públicos

Como podemos comprovar pelas análises anteriormente feitas,

Como forma de dinamizar os equipamentos culturais no contexto destes eventos de rua, é necessário ter sempre presente o conceito do evento.

Este projecto, generalista, pode ser adaptado às mais diversas realidades locais, uma vez que estabelece pontos de partida para um maior envolvimento dos equipamentos culturais nas dinâmicas festivas.

Convém destacar o papel fundamental que o serviço educativo tem de ter, não só no período em que decorre o evento, mas ao longo de todo o ano, tentando captar novos públicos, partindo sobretudo da interacção com as escolas. Bibliotecas, Museus, Arquivos, Auditórios, devem ser extensões das escolas e da vida cultural das localidades e para isso precisam de revitalizar a sua imagem e nada como a participação em eventos dinâmicos. A descentralização dos eventos da rua, para dentro destes equipamentos, pode ao início parecer demasiado intrusiva a equipamentos que são vistos por grande parte da população como “pesados”.

Existem vários exemplos de boas práticas em equipamentos culturais, que através da aproximação às gentes locais, conseguem o lifting que necessitavam para ganhar vida.

Aproveitar uma ocasião de festa, pode ser um óptimo tónico para mudar a imagem de um equipamento que não precisa de encerrar em si testemunhos acabados, mas pode os perpetuar e absorver novos estímulos.

Nos eventos que abordamos nos casos de estudo, verificamos três realidades diferentes, um evento feito para atrair pessoas (Vilar de Mouros); um evento criado para valorização do património construído (Sines) e com o objectivo de atrair também ele pessoas vindas de fora e o caso de um evento construído para dinamizar uma região e

que acaba por ser sentido e vivido pela comunidade, mas todos eles com um objectivo em comum, atrair pessoas.

Para a cativar novos públicos, torna-se indispensável a participação do serviço educativo, no processo de mediação entre a comunidade local, a organização do evento e o equipamento cultural.

Procurar preparar o público para receber determinado evento, enquadrando o na programação dos equipamentos. Isto é, um pré-evento, onde a comunidade local é convidada para uma série de actividades ligadas ao festival, mas que decorrem nos equipamentos culturais.

Do outro lado, aquando a realização do festival, este deve contemplar os equipamentos culturais na sua programação.

Retomando os casos de estudo, e excluindo por razões óbvias Vilar de Mouros, que já não se realiza, encontramos formas de integrar esses festivais na programação dos equipamentos e vice-versa.

No Festival Músicas do Mundo, abre-se uma linha infindável de actividades que podem ocupar os equipamentos culturais, por exemplo:

- Workshops de Construção de Instrumentos Tradicionais;
- Conferências sobre World Music;
- Exposições relativas à temática da música do mundo;
- *Showcases*.

Estes são alguns exemplos de como num festival de música, pode haver a tal interacção entre o equipamento cultural e o evento.

Em Santa Maria da Feira, o leque também é extenso:

- Realização de conferências onde fossem discutidas as questões levantadas pelo tema da Viagem Medieval;
- Exposição sobre os trajes medievais (exemplo: parceria com o Museu do Traje)
- “Em busca das origens” – Uma viagem à Biblioteca Municipal de Santa Maria da Feira

Os exemplos dados, são meramente ilustrativos, da forma como se pode relacionar estes dois pólos distintos do fazer cultural.

Outro aspecto importante, prende-se com uma questão já abordada acima, relativa ao marketing do lugar. Promover a imagem do local e dos seus equipamentos, como forma de criar uma relação de proximidade com a comunidade e com os visitantes.

Em síntese, a grande questão que é aqui abordada neste capítulo, prende-se com a integração da programação do festival no equipamento, levando novos públicos até lá, dando a conhecer esses equipamentos, promovendo-os, valorizando-os.

Conclusão: Equipamentos Culturais e Cultura na Rua

Este trabalho de projecto apresenta-se, ainda, com algumas limitações em termos de investigação e redacção. O curto tempo disponível não permitiu ser tão incisivo nas ideias e na explicação dos conteúdos.

A falta de fontes e bases documentais ligadas aos festivais de rua e à sua relação com as diversas comunidades locais, foram muitas vezes um entrave a melhoria do trabalho.

Assim sendo as principais conclusões são:

- Grande maioria dos festivais de rua, tem como objectivo entreter; funcionando em segundo plano como dinamizadores de determinado local ou região.
- Os casos de estudo FMM - Sines, Viagem Medieval - Santa Maria da Feira, e a fase inicial do Festival Vilar de Mouros, são testemunhos de que a Cultura na rua também pode ser estratégia cultural, captando mais turistas, mais público, promovendo o local, o seu património e conseqüentemente a sua cultura;
- Relação entre equipamentos culturais e festivais, é quase inexistente.

A proposta apresentada, permite, muito ao nível daquilo que é a programação cultural, dinamizar espaços de cultura que passam ao lado dos eventos de rua. Não deve haver medo de arriscar em inserir esses equipamentos na programação desses eventos.

Bibliografia

AAVV, Novos Trilhos Culturais: Práticas e Políticas, org. PAIS, José Machado e Lima dos Santos, Maria de Lourdes, OAC, Lisboa, 2010

Afrontamento, Porto.

ALLEN, Johnny, O'TOOLE, William, MCDONNELL, Ian, HARRIS, Robert – Festival and Special Event Management, John Wiley and Sons Austrália, Ltd, 5th edition, 2011

Expresso online - <http://expresso.sapo.pt/os-donos-da-musica=f528198> (acedido em Julho de 2012)

Festivais de Verão - <http://www.festivaisverao.com/> (acedido entre Março e Setembro de 2012)

Festival Músicas do Mundo – www.fmm.pt (acedido entre Janeiro e Setembro de 2012)

GETZ, Donald - Events studies: theory, research and policy for planned events. Ed. Elsevier Ltd, 2007.

GETZ, Donald – Event management and event tourism, Cagnizant Communication Corporation, New York, 1997

GETZ, Donald – Festivals, Special Events and Tourism. Van Nostrand Reinhold, New York, 1991

GOMES, Rui Telmo – Práticas Culturais dos Portugueses (1): actividades de lazer. Folha OBS. N.º2, Abril 2001 Publicação periódica do Observatório das Actividades Culturais, Lisboa

GOMES, Rui Telmo – Práticas Culturais dos Portugueses (2): espetáculos ao vivo. Folha OBS. N.º2, Junho 2001 Publicação periódica do Observatório das Actividades Culturais, Lisboa

LOPES, João Teixeira – Da democratização à democracia cultural. Uma reflexão sobre políticas culturais e espaço público. Porto: Profedições, 2007.

MACIEL, Bárbara Pires – Dois estudos de caso: Les Aralunaires e Milhões de Festa. Dissertação de Mestrado em Turismo da Universidade do Porto, 2011

MARTINHO, Teresa Duarte e NEVES, José Sousa – Festivais de Música em Portugal. Folha OBS. N.º1, Novembro 1999 Publicação periódica do Observatório das Actividades Culturais, Lisboa

MOSSBERG, Lena – Evaluation of Events, Cagnizant Communication Corporation, New York, 2000

NEVES, José Soares, Despesas dos Municípios com Cultura, OAC, Lisboa, 2000

Página Oficial da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira - <https://www.cm-feira.pt/portal/site/cm-feira> (consultada entre Março e Setembro)

PELICANO, Marisa Alexandra Gonçalves – Festivais de Música – Perfil do consumidor e determinantes dos padrões de consumo. Dissertação de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo da Universidade de Aveiro, 2009.

Políticas Culturais e Descentralização: Impactos do Programa Difusão das Artes do Espectáculo, coord. Maria de Lourdes Lima dos Santos, OAC, Lisboa;

PUIG, Toni - Ciudad y cultura en el siglo xxi, Ed. Lúmen, 2000

RIBEIRO, José Cadima, VAREIRO, Laurentina Cruz, FABEIRO, Carmen Padin e BLAS, Xullo Pardellas – Importância da Celebração de Eventos Culturais Para o Turismo do Minho-Lima: Um Estudo de Caso. Trabalho apresentado no XI Congresso da APDR, Faro, 2005.

SARMENTO, João – Festivais de Música de Verão: artes performativas, turismo e território. Ed: Núcleo de Investigação em Geografia e Planeamento da Universidade do Minho, Série de Investigação 2007/13, Guimarães

TRILLA, Jaume – Animação Sociocultural, Teorias, Programas, Âmbitos. Ed. Editorial Ariel, 1997 e 1998

ZAMITH, F., (2003); Vilar De Mouros – 35 anos de festivais, Edições

Anexos

Cartaz da Edição de 2012 da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria





FMM SINES

FESTIVAL • MÚSICAS • DO • MUNDO

19-28 JULHO 2012

AMÉLIA MUGE & MICHALES LOUKOVIKAS "PERIPLUS" WAZIMBO OTIS TAYLOR
BAND BOMBINO NARASIRATO OSSO VAIDOSO AL-MADAR L'ENFANCE ROUGE &
LOTFI BOUCHNAK FRIGG NORTEC COLLECTIVE PRESENTS: CLOROFILA + LOS
MEZCALEROS DE LA SIERRA DEAD COMBO FEAT. MARC RIBOT OUMOU SANGARÉ &
BÉLA FLECK MARC RIBOT Y LOS CUBANOS POSTIZOS IMPERIAL TIGER ORCHESTRA
& HAMELMAL ABATE SHANGAAN ELECTRO JESSIKA KENNEY & EYVIND KANG
ENSEMBLE NOTTE DELLA TARANTA BILAN COUPLE COFFEE UXU KALHUS
ASTILLERO GURRUMUL FATOUMATA DIAWARA DUBIOZA KOLEKTIV DIABO A SETE
KOUYATÉ-NEERMAN DHAHER YOUSSEF QUARTET MARI BOINE ZITA SWOON
GROUP JUJU ORQUESTRA TODOS SO CALLED HUGH MASEKELA TONY ALLEN'S
"BLACK SERIES" FEAT. AMP FIDDLER JUPITER & OKWESS INTERNATIONAL LIRINHA

MÚSICA COM O ESPÍRITO DE AVENTURA

FMM.COM.PT

FACEBOOK.COM/FMMSINES



Centro de Artes – Sines



Fotografia 1 - Retirado do site: www.alentejolitoral.pt

Palco do Castelo – FMM – Sines



Fotografia 2 - Retirado do Site www.fmm.pt

O ambiente no Woodstock Português – Vilar de Mouros 1971



Fotografia 3 - Autor desconhecido

Cartaz apelando ao transporte do público para Vilar de Mouros

Senhores AUTOMOBILISTAS!!!
Dêem boleia aos jovens que nos dias 7 e 8 de
AGOSTO se dirijam para o FESTIVAL POP em
VILAR DE MOUROS - CAMINHA - (Portugal)

Bilhete da Edição de 1971 do Festival Vilar de Mouros



Cartaz da Edição de 1971 do Festival Vilar de Mouros



Relatório da PIDE sobre o Festival Vilar de Mouros

Informação nº 226-C.I.(I)

Distribuição Presidência do Conselho, Ministério do interior, Ministério da Educação Nacional

Assunto: Festival de música “Pop” em Vilar de Mouros

A seguir se transcreve o texto de uma informação redigida por um nosso elemento informativo que assistiu ao “festival” em questão, que teve lugar nos dias 7 e 8 do corrente, a qual se reproduz na íntegra, para não alterar os detalhes que foram alvo do seu espírito de observação:

“Dias antes do festival, foram distribuídos, nas estradas do País e nas estradas espanholas de passagem de França para Portugal, panfletos pedindo aos automobilistas que dessem boleias aos indivíduos que iam ver o festival.

No 1º dia, o espectáculo começou às 18h00 e prolongou-se até às 4 da manhã.

Ao anoitecer, o organizador, um tal Barge, anunciou que tinham sido vendidos 20 mil bilhetes (a 50,\$00 cada).

Esperavam vender 50 mil bilhetes para cobrir as despesas, que seriam aproximadamente a 2.500 contos.

Diziam que tiveram de mandar vir o conjunto Manfred Mann de Inglaterra, mas parece que estava no Algarve, e por isso, a despesa com eles não foi tão grande como parecia.

Um dos cantores, Elton John, causou desde o começo má impressão, com os seus modos soberbos e as suas exigências: carro de luxo para as deslocações, quartos de luxo para os acompanhantes e guarda-costas, etc.

O recinto do festival era uma clareira cercada de eucaliptos, com um taipal à volta e uma grade de arame do lado do ribeiro.

Na noite de 7 estavam muitos milhares de pessoas e muita gente dormiu ali mesmo, embrulhada em cobertores e na maior promiscuidade.

Entre outros havia:

crianças de olhar parado indiferentes a tudo

grupos de homens, de mão na mão, a dançar de roda

um rapaz deitado, com as calças abaixadas no traqueiro

um sujeito tão drogado que teve de ser levado em braços, com rigidez nos músculos

relações sexuais entre 2 pares, todos debaixo do mesmo cobertor na zona mais iluminada

sujeitos que corriam aos gritos para todos os lados

bichas enormes a comprar laranjadas e esperando a vez nas retretes (havia 7 ou 8 provisórias) mas apesar disso, houve quem se aliviasse no recinto do espectáculo.

porcaria de todo o género no chão (restos de comida, lama, urina) e pessoas deitadas nas proximidades

Viam-se algumas bandeiras. Uma vermelha com uma mão amarela aberta no meio (um dos símbolos usados na América pelos anarquistas); outra branca, com a inscrição “somos do Porto” com raios a vermelho e uma estrela preta.

A população da aldeia, e de toda a região, até Viana do Castelo, a uns 30 km de distância, estava revoltada contra os “cabeludos” e alguns até gritavam de longe ao passar “vai trabalhar”. Foram vistos alguns a comer com as mãos e a limparem os dedos à cabeleira.

Viam-se cenas indecentes na via pública, atrás dos arbustos e à beira da estrada.

Em Viana do Castelo dizia-se que os “hippies” tinham comprado agulhas e seringas nas farmácias da cidade.

Havia muitos estudantes de Coimbra, e outros que talvez fossem de Lisboa ou do Porto. Alguns passaram a noite em Viana do Castelo em pensões, e viam-se alguns de muito mau aspecto, parece que vindos de Lisboa, que ficaram numa pensão.

Howe gritos de Angola é... (qualquer coisa) durante a actuação do conjunto Manfred Mann (de que faz parte um comunista declarado, crê-se que chamado Hugg).

Fora do recinto, junto do rio e de uma capela, havia muitas tendas montadas e gente a dormir encostada a árvores ou muros e embrulhada em cobertores.

Howe grande confusão junto às portas de entrada.

Havia quatro bilheteiras em funcionamento permanente e muito trânsito.

Toda aquela multidão de famintos, sem recursos para adquirir géneros alimentícios indispensáveis, como se de uma praga de gafanbotos se tratasse, se lançou sobre as hortas próximas colhendo batatas e outros produtos hortícolas, causando assim, grandes contrariedades aos seus proprietários, muitos deles de débeis recursos económicos.⁶

⁶ <http://www.sabado.pt/Actualidade/Portugal/Relatorio-da-PIDE-sobre-festival-de-Vilar-de-Mouro.aspx>
– acedido a 1 de Março de 2012 às 23h25