

O TEATRO MÁGICO E AS NOVAS MÍDIAS DE DIVULGAÇÃO MUSICAL

Marlos Régis de Araújo Lopes¹

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo principal trazer a discussão a respeito do papel das novas mídias de divulgação musical, melhor representadas pela grande rede mundial de computadores, a internet. Além de buscar a compreensão a respeito do fenômeno dos grupos independentes que utilizam tal ferramenta para propagar suas obras, tendo como exemplo a banda “O Teatro Mágico de São Paulo, que há cinco anos vem desenvolvendo um trabalho diversificado em diferentes vertentes, utilizando-se das novas tecnologias da comunicação e da informação para divulgar as suas músicas de forma livre e gratuita.

Palavras-chave: Música; internet; “O Teatro Mágico”

1. Introdução

Uma crise de identidade adensa o planeta, e os excluídos pelo poder das vertentes capitalistas, que outrora não possuíam habilidades ou ferramentas para expressarem suas opiniões, hoje em dia vêm nos avanços tecnológicos janelas abertas para novas oportunidades. E, acima de tudo, se manifestam por meio da arte contribuindo solidamente para a profusão cultural em geral.

Segundo Anjos (2005, p. 13), “a identidade cultural é uma construção fincada em tempo e espaço específicos (todavia moventes) e em permanente estado de formação”. Podemos dizer que uma nova forma de pensar e agir a respeito das principais questões do mundo atual está em fase de movimentação e tais conclusões afetarão o modo de vida das futuras gerações, em todas as esferas. Incluindo a cultura e suas ramificações.

¹ Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB

O advento das tecnologias em rede proporcionou outra visão a respeito, por exemplo, da produção musical. Desde a sua concepção até sua distribuição. Atualmente é possível o uso de certos programas de computadores para masterização e até concepção de novos sons. As gravações atuais ganham cada vez mais em qualidade do que as produzidas em meados da década de 1980. Mídias digitais de armazenamento, como o CD e o DVD foram ferramentas cruciais para esse salto qualitativo/quantitativo. Quando nos referimos à propagação dos conteúdos musicais, encontramos em tais tecnologias uma arma a esse favor, que veio pôr abaixo tudo que se conhecia nesse sentido. A internet, como exemplo, não só agilizou o processo, como o tornou muito mais acessível.

A internet, como espaço livre, possibilitou o barateamento do acesso aos produtos culturais. Boa parte daquilo que se “ouve” é fruto de livre apropriação de arquivos disponibilizados na rede. Tal procedimento acarretou uma revolução na escala de produção da arte, dando voz a movimentos independentes, por exemplo.

Esse artigo se propõe a analisar um exemplo brasileiro de sucesso na rede, O Teatro Mágico. Em cinco anos de existência, a banda de Osasco-SP, utiliza as novas redes de comunicação como base de divulgação, fazendo com que todos possam acessar seus conteúdos e, assim, compartilhar as mensagens e propostas do projeto.

1. O Meio – O tudo é Uma Coisa Só

O termo “ciberespaço” foi utilizado pela primeira vez em 1984 pelo escritor William Gibson no romance “*Neuromante*”. No livro, o local denominado “ciberespaço” era uma arena de conflitos internacionais formado por inúmeras redes digitais. Tal acepção foi adotada por milhares de usuários e criadores das redes.

Segundo Lévy (1999), o ciberespaço nada mais é que o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Num sentido mais amplo, essa definição engloba o conjunto de sistemas de comunicação eletrônica, desde que transmitam informações provenientes de fontes digitais ou ligadas à digitalização.

O ciberespaço [...] é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também

o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1999, p. 17).

Popularmente conhecida como internet, essas redes de trocas de informações digitais, sem sombra de dúvidas, são a maior base informacional da sociedade atual. Ao compararmos o advento das redes digitais com a Revolução Industrial ocorrida no Europa do século XIX, podemos equivaler a importância das tecnologias de informação com a da eletricidade. E, assumindo essa condição, ela invade salas em todo o mundo, possuindo cerca de 747 milhões de usuários, de acordo com um estudo realizado pela empresa de pesquisa de mercado *comScore Networks* em janeiro de 2007.

Estar em rede, ou “on-line”, permite ter contato com diversificadas formas de expressões culturais distribuídas por todo o planeta. A internet ganha inúmeros atributos, classificações, desdobramentos e críticas, mas, nada é mais pertinente a essa tecnologia do que sua atuação eficaz na reorganização do espaço e do tempo.

O advento da telecomunicação trouxe uma *disjunção entre o espaço e o tempo*, no sentido de que o distanciamento espacial não mais implicava o distanciamento temporal. Informação e conteúdo simbólico podiam ser transmitidos para distâncias cada vez maiores num tempo cada vez menor; (...) O distanciamento espacial foi aumentando, enquanto a demora temporal foi sendo virtualmente eliminada. (THOMPSON, 1998, p. 36).

Outra característica marcante dos meios virtuais é permitir em si atividades hipermediáticas, podendo unir num só lugar inúmeros tipos de mídias, facilitando a difusão da informação, além de qualificar e bem exemplificar qualquer tipo de conteúdo trabalhado.

A hipermídia é a extensão do hipertexto, pois não se limita à informação escrita, mas permite acrescentar aos textos não apenas os mais diversos grafismos (símbolos matemáticos, notações, diagramas, figuras), mas também todas as espécies de elementos audiovisuais (voz, música, sons, imagens fixas e animadas). Em ambos os casos o termo hiper se reporta à estrutura complexa alinear da informação. (SANTAELLA, 2002, p. 24).

Já se foi o tempo que a música percorria milhares de quilômetros, entre as principais cidades da Europa para serem difundidas, como acontecia na época dos cancioneros portugueses do século XV. Fator que impossibilitava o acesso aos bens

culturais e impedia o fortalecimento da arte musical. As formas de difusão musical estão intimamente ligadas ao modo como ela é transportada.

O determinante para o sucesso da música na rede é basicamente sua praticidade. Para se “baixar” um filme ou um livro, ou então visualizar (com ampla riqueza de detalhes) uma figura, são necessários tempo e capacidade, visto que tais tipos de arquivos são “pesados”, ou seja, possuem muitos dados para decodificação. Já as canções, geralmente mais curtas, são de fácil aquisição e transporte. Vale lembrar as ferramentas que compactam arquivos digitais, agilizando o processo de transporte do conteúdo, como o MIDI, ZIP e MPEG.

Outro fator crucial para tornar próximas a internet e a música foi a tendência a digitalização dessa arte. Enquanto as demais são feitas para suas formas de apresentação tradicionais (o cinema para a película, o livro para o papel, a pintura para a tela), a música é produzida para ser vinculada pelas mídias digitais. Hoje em dia, ela é construída dentro dos espaços cibernéticos. Possui intimamente a cara desse sistema, em consequência a cara dos adeptos do mesmo. Um prato cheio para os novos profissionais da música, que fugindo dos contratos com grandes gravadoras, são intitulados “independentes”.

Segundo Antonelli (2006, p. 12), o artista independente é aquele que “bancou totalmente o valor de produção da sua música, as horas em estúdio, a arte gráfica, o fotógrafo e a manufatura do CD, sem que tenha recebido apoio de uma gravadora”.

O primeiro LP independente produzido no Brasil foi intitulado “*Feito em Casa*” e trazia canções do artista Antônio Adolfo, isso em 1972. A produção independente no país era algo raro, e ficava ainda mais paralisada após a isenção do Imposto sobre Circulação de Mercadorias (ICM). Na prática, as gravadoras não pagavam impostos se mantivessem contratos com músicos “tupiniquins”, então elas produziam trabalhos de artistas como Gilberto Gil ou Alcione, amparadas pelas vendas exorbitantes de artistas internacionais como Led Zeppelin ou Rolling Stones. Produzir um cantor nacional era barato, então o negócio rendia boas divisas aos donos das *majors* (termo utilizado para definir as grandes empresas de produção musical).

A saturação era inevitável, e assim se fez. Nem todos garantiram seu espaço dentro das gravadoras e alguns trabalhos (geralmente com características artísticas diferenciadas) ficavam sem seu devido valor. Foi assim que nos anos 1980 o movimento da música independente brasileira cresceu. Com destaque à criação da “*Lira*

Paulistana”, um espaço que decretou a independência de vários artistas naquela época, como Itamar Assumpção, Língua de Trapo, Premeditando do Breque (Preme) e o grupo Rumo.

Outro movimento importante na década de 1980 foi o *Punk*. Com uma forma de vida, estilo e produção cultural diferenciada, tal forma de expressão foi duramente rejeitada. Aos poucos esses grupos foram se unindo e criando formas de resistência. Bandas de estilo *Punk* se reuniam em garagens e precariamente faziam gravações em fitas cassete de sua música. Representantes da cultura conseguiam também espaço em rádios (nem todas de procedência legal) e divulgavam sua filosofia.

Com a profusão e sucesso dos *Punks*, outros estilos musicais se utilizaram da plataforma de sucesso. O movimento do *Rock* brasileiro da década de 1980 deve boa parte de seu sucesso a gravações feitas em locais improvisados e divulgados precariamente por rádios brasileiras. No final da década, já existiam dezenas de rádios especializadas em música independente no Brasil.

Os anos 1990 reservavam um novo destino para os músicos independentes. As *majors* ficavam de olho nos sucessos que surgiam independentemente e apresentavam prontamente grandes contratos e cifras exorbitantes absorvendo, assim, novos nomes da música, como exemplo o Skank, Natiruts, Mamonas Assassinas, Pato Fu, Chico Science e Nação Zumbi.

Os anos 2000 representam uma nova Era para a música no Brasil e no mundo. O advento da rede de computadores fomentou uma nova forma de utilização e divulgação da música. Apesar de que o primeiro site especializado em música independente do mundo foi criado em 1993, pelo IUMA – *Internet Underground Music Archive*, idealizado por Jeff Patterson. Logo após foram surgindo outros sites inspirados no IUMA, todos com o objetivo principal de deixar o ouvinte baixar os arquivos gratuitamente, fazendo com que as bandas se tornassem conhecidas sem depender de gravadoras e suas formas de divulgação. Entre esses novos sites podemos destacar o *MP3.com*, comprado anos depois pela *Vivendi-Universal*, e o *Emusic*, que foi o primeiro site a comercializar arquivos musicais na rede, isso em 1998.

A inserção da música na internet no Brasil aconteceu por parte dos artistas, mais próximos dessa realidade através de exemplos internacionais. Bruno Gouveia, vocalista da banda Biquíni Cavado colocou no ar o primeiro site oficial de uma banda no país, em 1996. Já o primeiro grande movimento musical que mais se parece com o que

vemos atualmente na utilização de rede de computadores no Brasil foi o *Manguebeat*, que não só expunha a obra de Chico Science e sua Nação Zumbi, criado em 1995, como fundamentou os primeiros grupos de discussão e troca de informações.

A primeira iniciativa de criação de sites para bandas independentes foi o tímido *Democlub*, no ano 2000. Três anos depois foi a vez do selo *Trama* lançar o *Tramavirtual*, aos moldes do *MP3.com*, monopolizando esse tipo de serviço no país e conquistando até artistas estrangeiros.

O uso da internet como meio de divulgação musical é algo absolutamente atrativo visto que:

(...) é muito difícil encontrarmos um artista independente que não tenha seu site, afinal é o jeito mais barato de divulgação de seu trabalho. Mais fácil ainda é vermos estes mesmos artistas colocando sua música para *download*, sem se preocupar com pirataria ou coisa parecida. Para eles o que vale é se tornarem conhecidos e conseguirem espaço para tocar, já que às vezes podem ganhar muito mais se apresentando ao vivo do que apenas vendendo CDs. (ANTONELLI, 2006, p. 31).

Atualmente são inúmeros os artistas, de gêneros os mais variados possíveis, que se utilizam de tal plataforma para produzirem seus trabalhos. Dentre eles destacamos o grupo O Teatro Mágico, que não só se apoiou nessa vertente, como fomentou uma nova abordagem para a mesma.

2. O Objeto – Uma parte que não tinha

“O Teatro Mágico” é uma banda composta por nove músicos e alguns artistas circenses, criada no ano de 2003 na cidade de Osasco-SP, que disponibiliza seu conteúdo por meio da rede mundial de computadores de forma livre.

O responsável pela criação do projeto é o publicitário, músico, ator e cantor Fernando Anitelli. Nascido em Presidente Prudente, também no Estado de São Paulo, buscou desde cedo misturar arranjos e reverberar novas melodias. O *campus* da faculdade de Comunicação Social foi o espaço onde ele amadureceu musicalmente. Foi nessa época que o jovem ingressou na extinta banda “Madalena 19”, que lhe rendeu quase uma década de pequenas apresentações, ensaios e saraus.

Foi, principalmente nos saraus, que O Teatro Mágico ganhou as suas primeiras características. De acordo com o dicionário Luft (2001, p. 596), o sarau se caracteriza por ser uma “festa noturna ou concerto musical noturno”. Discriminação muito simples para todas as possibilidades que um encontro como esse pode gerar. A palavra *sarau* é originária do latim *seranus*, por meio do galego *serao*. É um evento cultural (geralmente de caráter musical) realizado em espaço particular, onde diversas pessoas se encontram para expressar manifestações artísticas. Pode envolver, portanto, danças, poesias, leituras dramatizadas, música acústica, teatro e até artes visuais. Apesar de ter origens indeterminadas, podemos destacar como sua fase áurea o século XIX, época em que o romantismo ascendia o caráter da novidade, aliada ao bem-estar e satisfação pela realização de tal evento. Esse fato pode ser comprovado no seguinte trecho de “A Moreninha”, do literato brasileiro Joaquim Manoel de Macedo:

Um sarau é o bocado mais delicioso que temos, de telhados baixos. Em um sarau todo o mundo tem que fazer. O diplomata ajusta, com um copo de champanha na mão, os mais intrincados negócios, todos murmuram e não há quem deixe de ser murmurado. O velho lembra-se dos minutos (sic) e das cantigas do seu tempo, e o moço goza todos os regalos da sua época; as moças são no sarau como as estrelas no céu; estão no seu elemento [...] Ali vê-se um ataviado "dandy" que dirige mil finezas a uma senhora idosa, tendo os olhos pregados na sinhá, que senta-se ao lado. Finalmente, no sarau não é essencial ter cabeça nem boca, porque, para alguns é regras, durante ele, pensar pelos pés e falar pelos olhos (MACEDO, 1986, p. 80).

Atualmente, vemos a propagação deste tipo de encontros em universidades e praças públicas, geralmente organizadas por estudantes ou representantes da classe estudantil. Foi nesse cenário que Fernando Anitelli sentiu a verdadeira essência do projeto.

Sentia que podia dar uma espécie de ordem nesse caos de experiências que eram os saraus em que nos apresentávamos. Corríamos várias cidades, cada um mostrando sua arte na música, na poesia, ou atuando, cantando. Foi isso que me deu a idéia de uma trupe, de organizar um espetáculo onde essas idéias se somam, e onde o erudito e o popular se completam. (ANITELLI, *Site Culturando*, S/D)

Ao ter contato com a obra do autor alemão Herman Hesse, por meio do romance “O Lobo da Estepe”, se tornou claro aos olhos de Anitelli como deveriam se juntar todas as suas idéias a respeito dessa efervescência artística. O livro discute questões ligadas à existência de vários personagens que habitam nosso interior. E num momento

simbólico o personagem principal da trama, Harry Heller, se depara com um letreiro luminoso que traz a seguinte inscrição: “O Teatro Mágico – Entrada para Raros”.

Com uma idéia na cabeça, Anitelli começou a juntar amigos de sarau e bandas que apresentavam trabalhos diversificados que deram melodias às letras de Fernando e assim constituíram um repertório. Desse encontro de 30 artistas, entre eles integrantes da banda Cordel do Fogo Encantado, Pavilhão 9 e Simone Soul, surgiu o CD solo “Fernando Anitelli apresenta O Teatro Mágico”. No dia 13 de dezembro de 2003, O Teatro Mágico fez sua primeira apresentação pública, num famoso espaço da cidade de Osasco, o Café Concerto Uranus.

Unir credos, cores e características distintas. Essa miscelânea de ritmos e influências musicais garante uma identidade própria ao trabalho autoral do grupo O Teatro Mágico.

O Teatro Mágico se caracteriza genuinamente como música brasileira, uma vez que reúne em seu repertório o que há de mais vasto em vários tipos de produção musical no país. Podemos encontrar nas melodias desde a batida do *hip hop*, até a marcação puxada do forró, passando pelo samba, música erudita e até mesmo o *allegro*, ritmo musical que identifica principalmente a Idade Média.

Juntar tudo num só tipo de música. Essa é a maior característica artística d’O Teatro Mágico. Fazer o hibridismo de diversas tendências artísticas como o teatro, o circo, a dança, as artes plásticas e, principalmente, dos arranjos musicais, visto que podemos encontrar no instrumental da banda elementos como violão, guitarra, contra-baixo, percussão, violino, bandolim, pick-ups, sax, flauta e teclado.

Outro fator simbólico que distingue todo o trabalho d’O Teatro Mágico são suas apresentações. Elementos cênicos e circenses são a alma de toda a história contada nas duas horas de show da “trupe”. Todos os componentes pintam o rosto de maneira distinta, dando vida a um novo personagem, interagindo entre si e com o público. Fazendo com que a magia daquele instante seja palpável a todos os espectadores. São literalmente palhaços, que até ali chegam para discutir o que acontece no mundo. A respeito desse assunto, Anitelli discorre em entrevista ao site *Culturando*:

[...]costurando a música, a poesia, o teatro, a dança, a técnica do *clown*. Sempre quis montar um espetáculo onde as pessoas entrassem em sintonia. E qual o personagem que poderia fazer isso? O palhaço! Ele é um personagem que sozinho já garante o show! Além de tudo, ele é o rei do caos. Entrega uma flor para a mulher que está

acompanhada, se atira de um prédio e se agarra a um poste de luz, arranca uma gargalhada de uma situação triste e uma lágrima do inverso, e ninguém como o *clown* para interagir com o público, reinventando a relação com o que o rodeia. (ANITELLI, *Site Culturando*, S/D)

Quanto sua proposta artística, podemos definir O Teatro Mágico como uma grande “quermesse”, seu colorido e diversidade, onde todos possam se divertir. Porém, ela prima intrinsecamente pela construção de uma consciência em seu público. Levar a todos a reparar nos problemas de sua sociedade, de forma suave, por meio de suas brincadeiras e palhaçadas. Essas características são absolutamente claras na obra d’O Teatro Mágico, e fazem com que não seja preciso um alto grau de formação para o entendimento de suas mensagens. Por meio de poesias e canções, que geralmente versam sobre autoafirmação do ser humano, amor e relacionamentos, regionalismos e tradições e crítica social.

Um dos fatores também nos chama a atenção na banda O Teatro Mágico estão na atitude da trupe em abrir a discussão sobre um dos temas mais polêmicos nos âmbitos da mídia e da legislação: a forma com que toda a obra é difundida.

A questão da propriedade intelectual vêm sendo discutida intensamente desde o final do século XX, e ao que parece renderá ainda mais no século recém-iniciado. Com o advento das novas tecnologias de informação, ficou muito mais fácil acessar as produções culturais e de informação, como a música. O preço do CD de música no Brasil fica em torno de R\$ 30,00, variando 30% para mais ou para menos, o que representa mais ou menos 10% do salário mínimo mensal. A obra fonográfica brasileira chega a custar cinco vezes mais que nos Estados Unidos, que, possui um poder de compra da população bem maior que o nosso.

A qualidade de uma cópia é relativamente alta, o custo para fazer tal cópia tende a zero, além de ser muito fácil fazer uma cópia, e a distribuição das obras pela internet é também muito simples e eficiente. Assim, consumidores agora não necessariamente precisam de intermediários, e eles mesmos são capazes de fazer suas cópias de alta qualidade, além de as distribuir e de as compartilhar com outros via *software* de compartilhamento de conteúdo. (PARANAGUÁ, 2008, p.123)

É nessa frente que trabalha ideologicamente O Teatro Mágico. Além de disponibilizar todas as suas músicas na internet, em sites como o Trama Virtual (<http://www.tramavirtual.uol.com.br>) o *MySpace* (<http://www.myspace.com>), de forma

gratuita, a banda ainda dedica partes de seus *shows* para debater o assunto e incentivar a livre profusão do conteúdo artístico-cultural, por meio das novas tecnologias.

A gente diz: “não tem dinheiro pra comprar meu CD? Pirateia!”. Vivemos num país onde 60% da população não tem dinheiro para comprar CD. Eles vêm com discurso: “se você compra CD pirata está ajudando o narcotráfico, você é um cara do mau”. Não é nada disso. Brasileiro não é mau, brasileiro é pobre, não consegue terminar o ensino fundamental, apanha porque é preto, porque é pobre, porque não tem ‘dente’ bom, vai pro final da fila, não vai ganhar emprego, este é o nosso Brasil. (ANITELLI, *Site da Revista Caros Amigos*, S/D)

O Teatro Mágico mantém uma página na internet sendo atualizada constantemente. Ela pode ser acessada por meio do endereço <<http://www.oteatromagico.mus.br>>. O site apresenta um *layout* que se completa com a proposta do projeto. Com estilo jovial, cria uma identidade própria, além de ser muito fácil no que diz respeito ao acesso e à navegação, oferecendo serviços variados que entretêm (como a TMTV, um espaço aberto de diálogo e publicação de vídeos), informam (a agenda dos shows e notícias sobre a banda) e disponibilizam produtos em geral (lojinha do TM).

O *blog* d’O Teatro Mágico é o espaço mais democrático dentro do *site*, onde qualquer interessado pode ter seu texto publicado, sem censuras. Funciona como uma grande comunidade virtual, onde indivíduos de todas as partes se juntam para discutir a respeito do que prega a filosofia da banda.

Espaços como esses aproximam milhares de pessoas espalhadas pelo país, tonando-se como uma grande arena de encontros e formação de plataformas de relacionamento. Muitos são os grupos de encontro e debate a respeito da obra d’O Teatro Mágico e suas conseqüências, porém destacamos um projeto paulista, que se difere da estrutura de um “fã-club” e rompe fronteiras numa atividade pioneira nesse sentido. Ele se chama “Vagalumes”.

Iniciado no Estado de São Paulo, o “Vagalumes” é um projeto social que reúne admiradores d’O Teatro Mágico afim de realizarem ações benficientes e gratuitas para inúmeros setores carentes da sociedade. Visitam hospitais, arrecadam alimentos e brinquedos para instituições de caridade entre outras ações. Tiveram como inspiração uma canção homônima do projeto, que diz assim: “*Pra temperar os sonhos e curar as febres/ Inserir nas preces o nosso sorriso/ Brincando entre os campos das nossas*

idéias/ Somos vagalumes a voar perdidos". O projeto dos "caras-pintadas" já se expandiu por alguns estados brasileiros, como Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Pernambuco e Paraná possuindo mais de mil integrantes.

Em geral, a forma como O Teatro Mágico utilizou para fazer conhecida a sua obra se tornou grande sucesso e referência no país. A banda vendeu mais de 90 mil cópias do primeiro CD, "Entrada para Raros". Lembrando que os Cd's são comercializados ao preço simbólico de R\$ 5,00 apenas nas apresentações do grupo, e que o mesmo conteúdo pode ser encontrado de graça na internet, em que sempre esteve nos primeiros postos dos *rankings* de *downloads*. Já o segundo disco da trupe intitulado "Segundo Ato" se tornou o mais baixado da história do site Trama Virtual, atingido a marca dos 90 mil *downloads* em apenas uma semana.

Tais números apontam fortemente o quanto as novas tecnologias de informação são importantes para a profusão e sucesso musical d'O Teatro Mágico. Foi por meio delas que o trabalho da trupe se desenvolveu em quantidade e qualidade, sendo "hiperlinkada" a novas tendências individuais e gerou novas possibilidades de abordagem. Poucas vezes na história da música ela se tornou tão interativa.

3. Considerações Finais

A arte, acima de qualquer outra coisa da vida humana, tem o poder de se transformar. Ela não pára em seu tempo e sempre encontra novos recursos para se desenvolver mais e se apresenta próxima daquilo que é de maior interesse para ela, o olhar do público. Por isso, nesse século XXI, repleto de mudanças em todas as esferas, sejam elas políticas, sociais ou econômicas, a arte ganha uma nova cara que promete sugerir novas reflexões a respeito do mundo em que vivemos.

Com a música, o processo foi o mesmo, e até quem sabe mais intenso. Novas formas de se realizar essa manifestação surgiram, principalmente com o advento das grandes redes de informação, com maior destaque para a Internet.

Nota-se também que, andando contra as tendências modernas, essas tecnologias são de fácil assimilação por parte das comunidades, que vulgarmente são consideradas atrasadas. O acesso a tais tecnologias, apesar de ainda não ser o ideal, já é bastante possível. Centros digitais governamentais e as populares *lan houses* se espalham pelas cidades englobando milhões de pessoas no mundo virtual, onde podem trocar

experiências, compartilhar alternativas e reivindicar melhores condições em relação às classes dominantes.

Foi assim na música. Muitos artistas independentes galgaram uma trajetória de sucesso por meio de espaços como esse. E num contexto contemporâneo dessa tendência cabe ricamente o trabalho d'O Teatro Mágico, pioneiro no país em relação a idéias a respeito da livre socialização de produtos culturais.

O que diferencia o trabalho desenvolvido pelo Teatro Mágico de muitos outros que despontam nas mesmas mídias que ele, é justamente o fato de que sai do campo musical e discute as relações entre as *majors* e os artistas e consumidores no que se refere à obtenção do lucro e exploração do trabalho intelectual.

Movimentos contra-culturais como o realizado pelo Teatro Mágico refletem toda a insatisfação de uma nova classe de consumidores da arte, e de forma mais abrangente leva a discussão às praças e clubes sobre o real mercado fonográfico e a importância da democratização da cultura nacional.

A arte é agente educador. Não podemos encará-la como mero entretenimento. A partir dessa idéia cabe a sugestão àqueles que venham a se interessar pelo assunto que desenvolvam pesquisas nesse âmbito, e ajudem a descobrir artifícios que qualifiquem as manifestações culturais como algo pertinente à condição humana e que obrigatoriamente deveriam ser despertada na consciência da juventude.

REFERÊNCIAS

ANITELLI, Fernando. "Fazer Arte é Uma Guerra Constante". Site Culturando. Disponível em http://culturando.com/?page_id=83. Acessada em 19 de outubro de 2008 às 19h18.

_____. "Fernando Anitelli, idealizador do projeto O Teatro Mágico". Site da Revista Caros Amigos. Disponível em http://carosamigos.terra.com.br/nova/ed121/so_no_site_entrevista_teatro_magico.asp. Acessada em 19 de outubro de 2008 às 18h51.

ANJOS, Moacir dos. **Local/global: arte em trânsito**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2006.

ANTONELLI, Valdir. **Música Independente na Mídia: uma Luta por Espaço.** Disponível em www.dropmusic.com.br/bsite/independentes_na_midia.pdf. Acessado em 30 de novembro de 2008 às 22h05.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** 1. Ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

LUFT, Celso Pedro. **Minidicionário Luft.** São Paulo: Editora Ática, 2001.

MACEDO, Joaquim Manuel de. **A Moreninha.** São Paulo: Editora Ática, 1986.

PARANAGUÁ, Pedro. **Direitos autorais, novas tecnologias e acesso ao conhecimento.** In: PRETTO, Nelson de Luca. Além das Redes de Colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologia no poder. Salvador: EDUFBA, 2008.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da Linguagem e Pensamento: Sonora, Visual, Verbal. Aplicações na Hiperídia.** São Paulo: Iluminuras, 2002.

THOMPSON, John B. **A Mídia e A Modernidade: Uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Editora Vozes, 1998.