

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
FACULDADE DE EDUCAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO

LUCIANA PIRES DE SÁ REQUIÃO

*“Eis aí a Lapa...”*:  
PROCESSOS E RELAÇÕES DE TRABALHO DO MÚSICO  
NAS CASAS DE SHOWS DA LAPA

Niterói  
Março de 2008

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

LUCIANA PIRES DE SÁ REQUIÃO

*“Eis aí a Lapa...”:*  
**PROCESSOS E RELAÇÕES DE TRABALHO DO MÚSICO  
NAS CASAS DE SHOWS DA LAPA**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para a obtenção do Grau de Doutor em Educação. Campo de Confluência: Trabalho e Educação.

Orientador: Prof. Dr. JOSÉ DOS SANTOS RODRIGUES

**Niterói**

**2008**

*Para Mônica.*

## AGRADECIMENTOS

A todos os músicos que trabalham na Lapa;  
Aos músicos, artistas e produtores entrevistados;  
Ao Sindicato dos Músicos Profissionais do Estado do Rio de Janeiro;  
Aos companheiros e companheiras da Orquestra Lunar e do “Lado A”;  
Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Educação da UFF;  
Aos colegas do campo Trabalho e Educação,  
em especial as turmas de mestrado e doutorado 2004;  
Aos professores que participaram da banca e as professoras suplentes  
Profa. Dra Sonia Rummert e Profa. Dra. Mônica Leme;.  
A CAPES;  
Ao meu orientador José dos Santos Rodrigues.

*“Nada é impossível mudar  
Desconfiai do mais trivial,  
Na aparência singelo  
E examinai, sobretudo, o que parece habitual  
Suplicamos expressamente:  
Não aceitais o que é de hábito como coisa natural,  
Pois em tempo de desordem sangrenta,  
De confusão organizada,  
De arbitrariedade consciente,  
De humanidade desumanizada  
Nada deve parecer natural  
Nada deve parecer impossível mudar.”*

***Bertolt Brecht***

## SUMÁRIO

<b>LISTA DE SIGLAS</b> .....	viii
<b>LISTA DE QUADROS</b> .....	ix
<b>LISTA DE FIGURAS</b> .....	x
<b>LISTA DE ANEXOS</b> .....	xi
<b>RESUMO</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>RÉSUMÉ</b> .....	xiv
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I – ECONOMIA E CULTURA</b> .....	25
I.1) Sobre o conceito de cultura.....	28
I.2) Cultura, lazer e desenvolvimento econômico.....	35
I.3) O <i>marketing</i> cultural.....	41
I.4) A cadeia produtiva da economia da música.....	51
<b>CAPÍTULO II – A ECONOMIA DA MÚSICA: PROCESSOS HISTÓRICOS</b> .....	60
II.1) A transição da “arte de artesão” para a “arte de artista”.....	61
II.1.1) Processos de produção da música ocidental: breve histórico.....	62
II.1.2) O músico: de artesão à artista.....	66
II.2) A impressão musical e a ascensão de um mercado para a música no Brasil.....	70
II.3) Breve histórico do desenvolvimento da indústria fonográfica no Brasil..	75
II.3.1) Processos de produção e relações de trabalho.....	75
II.3.2) A produção musical: uma cronologia.....	81

<b>CAPÍTULO III – REESTRUTURAÇÃO PRODUTIVA E NOVAS RELAÇÕES DE TRABALHO NO PROCESSO DE PRODUÇÃO FONOGRÁFICO.....</b>	<b>95</b>
III.1) O contexto produtivo: do sistema fordista de produção à acumulação flexível.....	96
III.2) A produção fonográfica brasileira em tempos de acumulação flexível....	99
III.3) A mercadoria musical: da partitura ao arquivo digital.....	116
III.4) Mudanças das relações de trabalho no meio fonográfico.....	120
<b>CAPÍTULO IV – ESPECIFICIDADES DO TRABALHO MÚSICO.....</b>	<b>134</b>
IV.1) O fetiche do artista e do trabalho artístico.....	135
IV.2) A regulamentação do trabalho do músico.....	140
IV.3) A natureza do trabalho musical: OMB e questões trabalhistas.....	144
IV.4) O perfil flexível do músico profissional.....	149
<b>CAPÍTULO V – O TRABALHO DO MÚSICO NA LAPA.....</b>	<b>160</b>
V.1) “Eis aí a Lapa...”: um breve histórico.....	162
V.2) Processos de trabalho: especificidades da atividade profissional do músico nas casas de shows da Lapa.....	177
V.3) A mercadoria do espetáculo: um bom “negócio”.....	188
V.4) Relações de trabalho: a produtividade do trabalho improdutivo do músico.....	200
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>205</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>214</b>
<b>ENTREVISTAS REALIZADAS.....</b>	<b>221</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>222</b>

## LISTA DE SIGLAS

ABMI	Associação Brasileira de Música Independente
ABPD	Associação Brasileira de Produtores de Disco
CBO	Classificação Brasileira de Ocupações
CD	<i>Compact Disc</i>
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
DVD	<i>Digital Video Disc</i>
ECAD	Escritório Central de Arrecadação e Distribuição
FIC	Festival Internacional da Canção
FICART	Fundo de Investimento Cultural e Artístico
FUNARTE	Fundação Nacional da Arte
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IFPI	<i>International Federation for the Phonograph Industry</i>
INSS	Instituto Nacional do Seguro Social
IVL	Instituto Villa-Lobos
LP	<i>Long Play</i>
MP3	<i>Mpeg Audio Layer 3</i>
OMB	Ordem dos Músicos do Brasil
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
OP	Orçamento Participativo
SESC	Serviço Social do Comércio
SindMusi	Sindicato dos Músicos Profissionais do Rio de Janeiro
UNESCO	<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>
UNIRIO	Universidade do Estado do Rio de Janeiro
UERJ	Universidade Estadual do Rio de Janeiro

## LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Etapas da Cadeia Produtiva da Economia da Música.....	53
Quadro 02: A transição da “arte de artesão” para a “arte de artista”.....	68
Quadro 03: Empresas fonográficas e Artistas Nacionais.....	123
Quadro 04: Músicos compositores, arranjadores, regentes e musicólogos.....	140
Quadro 05: Músicos intérpretes.....	141

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Cadeia Produtiva da Economia da Música.....	55
Figura 02: Capa da Coleção Bevilacqua de Modinhas e Lundus.....	73
Figura 03: O fonógrafo.....	75
Figura 04: Capa do Catálogo de 1902 da Casa Edison.....	76
Figura 05: Fábrica Odeon.....	78
Figura 06: Capa do disco de Waldyr Calmon.....	86
Figura 07: Capa do LP “Magal” de 1978 (Polydor).....	103
Figura 08: Estrutura da Grande empresa fonográfica no Brasil (anos 1970-1980).....	111
Figura 09: Estrutura da Grande empresa fonográfica no Brasil (anos 1990).....	112
Figura 10: Estrutura do processo de produção fonográfica.....	114
Figura 11: Níveis de formação musical.....	154
Figura 12: Casas em estilo colonial da Rua dos Arcos.....	163
Figura 13: Igreja de Nossa Senhora da Lapa em duas épocas distintas.....	165
Figura 14: Circo Voador.....	170
Figura 15: Distrito Cultural da Lapa.....	172
Figura 16: Mapa de casas da Lapa.....	179
Figura 17: Sacrilégio.....	181
Figura 18: Controle de pagamento de <i>couverts</i> .....	186
Figura 19: Casarão de 1880 que abriga o Rio Scenarium.....	189

## LISTA DE ANEXOS

Anexo 01: Estrutura detalhada das atividades do setor cultural.....	223
Anexo 02: Lei nº 3.857 – de 22 de dezembro de 1960.....	226
Anexo 03: PORTARIA MINISTERIAL Nº 3.347 de 30 de setembro de 1986.	234
Anexo 04: Modelo de Nota Contratual.....	238
Anexo 05: Tabela de cachês para trabalhos eventuais.....	240
Anexo 06: Borderô dos shows realizados em 21 e 28 de setembro de 2007....	244
Anexo 07: Ocupações consideradas como tipicamente culturais.....	247

## RESUMO

Esta tese se constitui em um estudo que procura articular os processos gerais da produção capitalista ao trabalho específico do músico no capitalismo tardio. Tendo como objetivo geral analisar, discutir e compreender os atuais processos e relações de trabalho deste setor, em específico o trabalho do músico em apresentações ao vivo, procurou-se demonstrar que os processos de produção da música não são processos autônomos e que para compreendê-los se faz necessária uma análise do contexto sócio, político, econômico e cultural onde estão inseridos, ou seja, da totalidade social. As relações e os processos de trabalho do músico nas casas de shows da Lapa foi o foco central da observação empírica, onde se pôde observar as principais características e contradições das relações de trabalho que vêm se estabelecendo no capitalismo tardio. Foi possível constatar que em todas as suas formas, sendo elas legalizadas ou não, a exploração da força de trabalho do músico se perpetua amparada por um regime econômico que permite ao capitalista adequar tais relações de trabalho da forma que lhe assegure e amplie a sua margem de lucro - objetivo final de qualquer empreendimento capitalista. Como resultado desse estudo, se pôde evidenciar a produção musical como um setor imerso nos processos gerais da produção capitalista, cujas determinações históricas vão moldando e adequando seus processos e suas relações de trabalho às necessidades capitalistas de produção e geração de lucro.

## ABSTRACT

The present thesis is a study that aims at articulating the general processes of capitalist production and the specific work of the musician in late capitalism. Having as its main objective to analyze, discuss and comprehend the current work processes and relations within this sector, specifically the work of the musician in live presentations, the aim was to demonstrate that music production processes are not autonomous processes and that in order to understand them it is necessary to consider the social, political, economical and cultural context in which such processes take place, that is, the social totality. The work relations and processes of the musician in concert houses in Lapa was the central focus of empirical observation, allowing the observation of the main characteristics and contradictions of the work relations that have been taking place in late capitalism. It was possible to note that the exploitation of the musician's work capacity in all its forms, whether legal or not, still occurs backed up by an economic regime that allows the capitalist entrepreneur to take advantage of these work relations in order to assure and increase the margin of profit – a final objective of any capitalist venture. As a result of this study, musical production presented itself as a sector immersed in general capitalist production processes, whose historical determinations form and adapt its work processes and relations to capitalist production and profit necessities.

## RÉSUMÉ

Cette thèse est une étude cherchant à articuler les processus généraux de la production capitaliste et le travail spécifique du musicien dans le capitalisme tardif. Comme son principal objectif consiste à analyser, discuter et comprendre les processus actuels et les relations de travail dans ce secteur, particulièrement ceux du musicien qui se présente en public, nous avons voulu démontrer que les processus de la production musicale ne sont pas autonomes, que pour les comprendre il est nécessaire de procéder à une analyse des contextes social, politique, économique et culturel auxquels ils appartiennent, c'est-à-dire, d'entreprendre une étude de la totalité sociale. Les relations et les processus de travail du musicien dans les maisons de spectacle de Lapa ont été le principal centre d'intérêt de notre observation empirique, par le fait d'exposer les caractéristiques et les contradictions des rapports de travail qui s'établissent dans le capitalisme tardif. Nous avons constaté que sous toutes ses formes, légalisées ou pas, l'exploitation de la force de travail du musicien se perpétue, étayée par un régime économique qui permet au capitaliste de faire ces relations de travail assurer et élargir sa marge de bénéfices - objectif final de toute entreprise capitaliste. Par cette étude, nous avons pu montrer la production musicale comme secteur immergé dans les processus généraux de la production capitaliste, dont les déterminations historiques façonnent et adaptent ses processus et ses relations de travail aux besoins de production et de génération de profits capitalistes.

## **Introdução**

*“A arte é quase tão antiga quanto o homem.  
É uma forma de trabalho, e o trabalho é uma  
característica do homem”  
Ernest Fischer*

Esta tese se constitui em um estudo que procura articular os processos gerais da produção capitalista ao trabalho específico do músico no capitalismo tardio. O estudo tem como objetivo geral analisar, discutir e compreender os atuais processos e relações de trabalho do setor produtivo da música, em específico o trabalho do músico em apresentações ao vivo.

De acordo com Menger (2005), entendemos que a atividade artística ao se tornar uma atividade profissional não é, como em muitos casos se poderia supor, oposta ao trabalho capitalista. Ao contrário disso,

Nas representações atuais, o artista é quase uma encarnação possível do trabalhador do futuro, com a figura do profissional inventivo, móvel, indócil às hierarquias, intrinsecamente fundamentado, tomados numa economia do incerto e mais expostos aos riscos de concorrência interindividual e às novas inseguranças das trajetórias profissionais (MENGER, 2005, p. 45).

Tendo como frente de observação indicadores que comprovam o crescimento da chamada economia do entretenimento, setor onde se inclui a economia da cultura que por sua vez englobaria a atividade musical, por outro ângulo percebemos as condições precarizadas de trabalho do músico que vêm

correspondendo à flexibilização das relações de trabalho característica do atual regime de acumulação capitalista.

Nosso objeto de análise empírico é o músico em atividade. Para dar conta desse particular circunscrevemos nosso campo de observação ao trabalho do músico realizado em casas de shows da Lapa, região localizada no centro da cidade do Rio de Janeiro. Tendo como eixo principal a oferta de música ao vivo, a Lapa vem nos últimos dez anos movimentando uma ampla cadeia produtiva.

Demonstrar que os processos de produção da música não são processos autônomos e que para compreendê-los se faz necessária uma análise do contexto sócio, político, econômico e cultural onde estão inseridos foi o que se buscou com o presente trabalho.

#### - TRAJETÓRIA DO TEMA

A atual fase do modo de produção capitalista apresenta características marcantes, algumas delas de fácil percepção. Grosso modo, pode-se, por exemplo, observar a forma como as indústrias vêm fragmentando o seu processo produtivo terceirizando, em alguns casos, a maior parte das etapas de produção. Também como característica marcante as formas de contratação estão cada vez mais flexíveis e o trabalhador vem paulatinamente perdendo direitos que foram em outros tempos conquistados. Para perceber tal realidade basta que se leiam os jornais.

O modo de produção capitalista, que tem como objetivo último e primordial a acumulação de capital, foi descrito e explicado pelo pensador alemão Karl Marx em sua obra “O Capital”. Para Marx, “a riqueza das sociedades onde rege a produção capitalista configura-se em ‘imensa acumulação de mercadorias’, e a mercadoria, isoladamente considerada, é a forma elementar dessa riqueza” (MARX, 1983, p.41).

Para compreender o modo de produção capitalista, o autor analisou, dentre outros aspectos, os processos de produção no interior da fábrica do século XIX, onde a força de trabalho do operário aliada aos meios de produção

(maquinaria, matéria prima, etc.) produzia mercadorias que quando vendidas geravam uma taxa de lucro ao capitalista, ou seja, àquele que tinha “poder de governo sobre o trabalho e seus produtos” (MARX, 2004, p.40).

Segundo Marx, “o capitalista possui esse poder, não por causa de suas qualidades pessoais ou humanas, mas na medida em que ele é o proprietário do capital. O poder de comprar do seu capital, a que nada pode se opor, é o seu poder” (idem, p.40).

Assim, encontrar formas de aumentar sua taxa de lucro através do desenvolvimento dos meios de produção e, portanto, do aumento da exploração da força de trabalho humana é a missão do capitalista.

Em sua trajetória, o capitalismo apresentou fases de crescimento e de crise. Porém, Giovanni Arrighi (1996) observa que

Longos períodos de crise, reestruturação e reorganização – ou seja, de mudanças com descontinuidade – têm sido muito mais típicos da história da economia capitalista mundial do que os breves momentos de expansão generalizada por uma via de desenvolvimento definida (ARRIGHI, 1996, p.1).

A atual fase do regime de acumulação capitalista, denominada por D. Harvey (2002) de *acumulação flexível*, representa assim respostas provisórias encontradas pelo capital para superar o esgotamento do anterior processo de produção taylorista/fordista<sup>1</sup>.

O núcleo essencial do regime fordista manteve-se firme ao menos até 1973. [...] Os padrões materiais de vida para a massa da população nos países capitalistas avançados se elevaram e um ambiente relativamente estável para os lucros corporativos prevalecia. Só quando a aguda

---

<sup>1</sup> “De maneira sintética, podemos indicar que o binômio *taylorismo/fordismo*, expressão dominante do sistema produtivo e de seu respectivo processo de trabalho, que vigorou na grande indústria, ao longo praticamente de todo século XX, sobretudo a partir da segunda década, baseava-se na *produção em massa* de mercadorias, que se estruturava a partir de uma produção mais *homogeneizada* e enormemente *verticalizada*” (ANTUNES, 1999, p.36).

recessão de 1973 abalou esse quadro, um processo de transição rápido, mas ainda não bem entendido, do regime de acumulação teve início (HARVEY, 2002, p.134).

Nesse processo transitório ocorreram profundas mudanças nos processos de produção e nas relações de trabalho. David Harvey (2002) aponta características do regime de acumulação flexível tanto em sua forma de produzir como em seu produto. Em contraste com a produção vertical fordista, por exemplo, a acumulação flexível é baseada em um processo horizontal de produção, onde a indústria não atua em todas as etapas de produção, terceirizando grande parte do processo. As mercadorias são produzidas em pequenos lotes com uma intensa aceleração do ritmo de inovação do produto (idem, p.148).

A estética relativamente estável do modernismo fordista cedeu lugar a todo fermento, instabilidade e qualidade fugidias de uma estética pós-moderna que celebra a diferença, a efemeridade, o espetáculo, a moda e a mercadificação de formas culturais (HARVEY, 2002, p.148).

No que tange as relações de trabalho, os contratos tornaram-se mais flexíveis com a “redução do emprego regular em favor do crescente uso do trabalho em tempo parcial, temporário ou subcontratado” (idem, p.143)<sup>2</sup>.

Nesse sentido, Ricardo Antunes (1999) constata que

---

<sup>2</sup> O padrão de acumulação flexível “se fundamenta num padrão produtivo organizacional e tecnologicamente avançado, resultado da introdução de técnicas de gestão da força de trabalho próprias da fase informacional, bem como da introdução ampliada dos computadores no processo produtivo e de serviços. Desenvolve-se em uma estrutura produtiva mais flexível, recorrendo frequentemente à desconcentração produtiva, às empresas terceirizadas etc. [...] O ‘trabalho polivalente’, ‘multifuncional’, ‘qualificado’, combinado com uma estrutura mais horizontal e integrada entre diversas empresas, inclusive nas empresas terceirizadas, tem como finalidade a redução do tempo de trabalho. [...] Trata-se de um processo de organização do trabalho cuja finalidade essencial, real, é a intensificação das condições de exploração da força de trabalho” (ANTUNES, 1999, pp.52-53).

A sociedade contemporânea presencia um cenário crítico, que atinge não só os países do chamado Terceiro Mundo, como o Brasil, mas também os países capitalistas centrais. A lógica do sistema produtor de mercadorias vem convertendo a concorrência e a busca da produtividade num processo destrutivo que tem gerado uma imensa precarização do trabalho e aumento monumental do exército industrial de reserva, do número de desempregados (ANTUNES, 1999, p.16).

Assim como Harvey, Antunes destaca o intenso processo de reestruturação da produção e do trabalho, “cujos contornos mais evidentes foram o advento do neoliberalismo, com a privatização do Estado, a desregulamentação dos direitos do trabalho e a desmontagem do setor produtivo estatal” (ANTUNES, 1999, p.31).

Através da imprensa, mesmo que de forma superficial, podemos observar indícios dessas transformações no mundo do trabalho. A fusão de grandes empresas, o desemprego em massa, a proliferação de financeiras, o incentivo ao empreendedorismo, a prática da terceirização de serviços, entre outras questões, são notícia.

Diante desse quadro fenomênico, o que me impulsionou à realização da presente pesquisa foi, inicialmente e equivocadamente, perceber a atividade artística como uma manifestação que estaria desconectada das questões econômicas e políticas. Sob esse ponto de vista o músico estaria associado à categoria de “artista” e não de “trabalhador”. O produto de sua atividade teria um “valor” diferenciado da produção de mercadorias comuns, como bolsas e sapatos. Consequentemente a lógica de sua produção não seria a mesma desses produtos.

Poderia argumentar que tal sensação se fundamenta no fato de que a cultura apenas nos últimos 50 anos, aproximadamente, vem sendo relacionada ao desenvolvimento econômico e, consequentemente, a produção de bens culturais à produção de mercadorias (TOLILA, 2007). Tolila diz que os fenômenos culturais estiveram por muito tempo relacionados ao luxo, categoria essa que seria “pouco econômica”.

Ora, o luxo, para os economistas clássicos, nada tem de “funcional”, ele pertence à esfera do capricho, de um desejo individual fora da norma e pouco preocupado com a verdadeira produção de riquezas, ele constitui uma “derivação” não desejável do capital, investido “improdutivamente” em fantasmas (TOLILA, 2007, p.26).

Se, de um lado, a produção artística parecia diferenciada dos demais produtos “não artísticos”, percebia, de outro lado, o músico como um profissional que se submetia às condições de trabalho nada “especiais”. Ao contrário disso, constatava através de minha própria atividade profissional que a atividade artística, como uma profissão, requeria do músico um amplo leque de atividades que pudesse oferecer uma remuneração que viabilizasse seu sustento. Como característica dessa atividade profissional estava o trabalho informal, sazonal e as duplas ou triplas jornadas de trabalho. O reconhecimento por parte do público e de outros artistas e sua qualificação profissional não era o suficiente para se obter estabilidade financeira nem garantir acesso a trabalhos mais estáveis.

Nesse contexto, uma das soluções encontradas para minimizar a instabilidade dessa atividade profissional que se tornou evidente, segundo pude constatar, foi o desenvolvimento de atividades voltadas ao ensino da música (REQUIÃO, 2002)<sup>3</sup>. Foi a partir dessa observação que desenvolvi minha dissertação de mestrado que teve como objetivo principal discorrer sobre a atividade docente daquele que chamei de músico-professor<sup>4</sup>. O músico-professor foi caracterizado naquela pesquisa como aquele que teve uma formação profissional voltada para o desenvolvimento de atividades artísticas

---

<sup>3</sup> Vale notar que apesar da docência ser uma tendência dentro do escopo das atividades profissionais do músico isso não significa o aumento de trabalho formal. As escolas chamadas de alternativas (por não conferirem diploma certificado pelo Ministério da Educação) e as inúmeras ONGs e projetos sociais que se proliferaram nas últimas décadas (as escolas de música em especial nas décadas de 1980 e 1990) se valem do trabalho informal e quando há algum tipo de contrato são temporários e/ou sem vínculo.

<sup>4</sup> A dissertação, que teve o título “Saberes e competências no âmbito das escolas de música alternativas: a atividade docente do músico-professor na formação profissional do músico”, foi defendida na UNIRIO em março de 2002 e esteve sob orientação da Profa. Dra. Regina Márcia Simão Santos.

na área da música, e que classifica a atividade docente como secundária, de menor importância, no escopo de suas atividades profissionais. Entretanto esta é, freqüentemente, a atividade mais constante e com uma remuneração mais regular em seu cotidiano profissional (REQUIÃO, 2002, p.107).

Através daquela pesquisa realizei trabalho empírico onde colhi depoimentos de diversos músicos que apontavam como característica de sua atividade profissional a instabilidade, o trabalho sazonal e as relações informais. Tais características tornariam necessário ao perfil profissional do músico um amplo leque de competências. Um dos músicos entrevistados indicou: “trabalho como baixista, produtor, arranjador, professor, tudo isso está inserido dentro dela [da área musical]”. E concluiu: “ser competente é estar apto a trabalhar no maior número de situações profissionais possíveis” (REQUIÃO, 2002, p.109).

Tendo como característica da profissão musical, de um lado, a instabilidade financeira e os trabalhos temporários e informais, poderia argumentar também que por outro, tais características permitiriam uma suposta liberdade. Ao contrário do trabalho rotineiro, repetitivo e pouco criativo dos trabalhadores que operam no interior das fábricas, por exemplo, uma aparente autonomia profissional, no melhor sentido do termo, distinguiria o trabalho com arte do trabalho nos demais setores, distinção esta que permitiria ao profissional da música gerir seu tempo e o produto de seu trabalho da maneira que melhor lhe conviesse. Pude observar, por exemplo, que o músico acaba por exercer muitas das tarefas de sua atividade profissional em sua própria casa<sup>5</sup>.

Essa distinção que parece tornar o trabalho do músico ao menos mais prazeroso que o do operário, ofusca a percepção do que Richard Sennett (2003) vai chamar de *flexitempo*. Segundo esse autor, “um trabalhador em flexitempo controla o local do trabalho, mas não adquire maior controle sobre o processo

---

<sup>5</sup> A atividade docente e as produções musicais em estúdios caseiros são exemplos das possibilidades de se trabalhar em domicílio.

de trabalho em si” (idem, p.68). Isso significa dizer que se há uma autonomia, essa autonomia é bastante relativa.

Com os estudos subseqüentes ao mestrado e com o distanciamento que meu papel como pesquisador me permitia diante desses fatos, pude, tal qual a análise de Sennett, aos poucos caminhar na direção de uma outra visão, que procurasse me aproximar de uma compreensão mais próxima da realidade e menos ligada apenas aos aspectos fenomênicos.

E são muitas as aparências que parecem encobertar as reais condições onde a atividade musical se desenvolve. Percebemos, por exemplo, que no consenso o trabalho com arte traz a idéia de uma virtude intrínseca, que estaria acima de qualquer outra prerrogativa. Como diz a canção:

*Acima do coração  
Que sofre com razão  
A razão que vota do coração  
E acima da razão a rima  
E acima da rima a nota da canção  
Bemol natural sustentada no ar  
Viva aquele que se presta a esta ocupação  
Salve o compositor popular<sup>6</sup>.*

A letra da canção transcrita acima aponta para a idéia do músico como aquele que estaria a serviço de uma espécie de “divindade”: a música. Essa idéia pode sustentar a noção de dom e talento das pessoas que seriam “designadas” para exercer tal tipo de atividade.

A própria relação do músico com o seu trabalho está impregnada de utopias e de uma relação fantasiosa com sua imagem. O cantor Sidney Magal diz:

---

<sup>6</sup> Trecho da letra da canção “Festa imodesta” de Chico Buarque e Caetano Veloso.

Eu queria ver as multidões gritando, me aclamando, eu queria me dar cada vez mais para cada vez mais pessoas porque sabia que assim eu receberia cada vez mais, não em dinheiro, mas em satisfação. (...) Eu sei que, assim, eu alimento os sonhos dos fãs, eu sou a pessoa que venceu na vida fazendo o que gosta e é com isso que eles gostam de se identificar. Eu trago esperança, alegria, para milhares de pessoas (BAHIANA, 1980, p.246 *apud* DIAS, 2000, p.95).

Também no sentido de distrair o nosso olhar perante o trabalho do músico, está a associação do trabalho criativo ao lazer e ao ócio.

A associação que a sociedade cria entre “trabalho criativo” e lazer resulta necessariamente de uma ideologia produtiva, historicamente determinada, que sobrepõe o “labor”, enquanto objetivação direta da atividade criativa e produtora de mercadorias em seu aspecto utilitarista, ao *work*, processo genérico da atividade criativa que caracteriza a qualidade subjetiva e objetiva do processo de produção e que não dispõe, necessariamente, dos mecanismos de utilidade social em sua intenção (COLI, 2006, p.217)<sup>7</sup>.

Conforme Coli (2006), para aquele que só tem sua força de trabalho para vender, o trabalho com a música está relacionado à sua subsistência como qualquer outro. Assim, a noção de dom e talento não revela, mas encoberta os processos de produção musical desde sua aprendizagem até o momento em que é consumido pelo público. O fetiche que envolve a imagem e a atividade profissional do artista parece esconder suas necessidades humanas e sua condição de trabalhador.

Outro exemplo de canção que ilustra tal tipo de visão romântica da atividade profissional do músico se observa em “O samba é meu dom”:

---

<sup>7</sup> “Marx utilizou-se de dois termos distintos (em inglês) para melhor caracterizar essa dimensão ampla do trabalho: *work* e *labour*. O primeiro termo (*work*), mais dotado de positividade, é por isso uma expressão mais aproximada da dimensão concreta do trabalho, que cria valores socialmente úteis e necessários. O segundo termo (*labour*) expressa a dimensão cotidiana do trabalho, do trabalho alienado e desprovido de sentido humano e social” (ANTUNES, 2005, pp.73-74).

*O samba é meu dom  
É no samba que eu vivo, do samba é que eu ganho o meu pão  
E é num samba que eu quero morrer de baquetas na mão  
Pois quem é de samba meu nome não esquece mais, não<sup>8</sup>.*

Assim como o relato do cantor Sidney Magal, a letra acima exalta a relação do artista com a música e com seu público, relação essa que se torna mais relevante, segundo esse ponto de vista, que o próprio “ganho do pão”. O artista parece estar voltado para si mesmo, alienado das questões em seu entorno.

Nesse sentido, Tolila (2007) diz que se as questões culturais só recentemente tornaram-se alvo de interesse dos economistas, “ao desinteresse dos economistas pela cultura respondeu, pois, em grande medida, o desinteresse dos atores culturais pela economia” (pp.17-18). Isso quer dizer que, se o trabalho do músico não é comumente percebido da mesma forma que outros trabalhos profissionais, a visão que o músico tem de seu próprio trabalho também indica a existência de uma certa diferenciação entre a esfera de produção artística e os demais setores produtivos.

Tolila (2007) observa que a compreensão da produção cultural como uma esfera da economia é ainda uma dificuldade. Esse autor aponta para os problemas encontrados ao se definir as características do que seriam os bens e serviços culturais, uma vez que a própria noção de cultura é controversa. Em alguns casos a cultura é entendida de forma mais estreita, como um objeto de arte, e em outras em sentido mais amplo, antropológico. Assim, produzir indicadores dessa produção também é tarefa complicada, e necessitaria incorporar tanto dados quantificáveis, como os econômicos, quanto os de difícil quantificação, como os sociais.

Apesar de ainda pouco aprofundados hoje já contamos com algumas pesquisas que ressaltam a importância da movimentação econômica que o

---

<sup>8</sup> Trecho da letra da canção “O samba é meu dom”, parceria do baterista Wilson das Neves com o letrista Paulo César Pinheiro.

setor cultural produz, e a potencialidade da cultura como um “fator de desenvolvimento econômico”, segundo seus próprios termos.

Segundo o documento produzido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) em 2003, intitulado “Políticas culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura”, desde 1980, a relação entre economia e cultura faz parte das preocupações dessa instituição. Vem se buscando definir o campo de abrangência do setor cultural para que se possam levantar dados com o objetivo de desenvolver políticas culturais “como chave da estratégia de desenvolvimento” (p.14). Segundo o relatório, tais informações revelam que a cultura tem significado econômico e que é hoje “um dos setores de mais rápido crescimento nas economias pós-industriais” (p.15).

Porém, ao analisar os relatórios estatísticos dessas pesquisas nos chamou a atenção, por exemplo, que principalmente nos itens que tratam da remuneração e do contingente de trabalhadores no setor cultural não há qualquer menção ao trabalho informal, que segundo pudemos atestar no âmbito desta tese é o que ocorre na maioria dos casos.

Ao analisar o relatório publicado pelo IBGE (2006), intitulado “Sistema de informações e indicadores culturais” com dados referentes ao ano de 2003, as pesquisadoras Liliana Sousa e Silva e Lúcia Maciel Barbosa de Oliveira, pesquisadoras do Observatório Itaú Cultural, também observaram que

É importante registrar que, em um país como o Brasil, onde prevalecem as relações informais de trabalho, esse recorte com base nas empresas formalmente cadastradas no banco de dados do IBGE fica limitado, diante da quantidade de pessoas que deve, de fato, se ocupar de atividades culturais (especialmente daquelas que podem ser caracterizadas mais propriamente como culturais, como as atividades artísticas e de produção cultural) (SILVA e OLIVEIRA, 2007, p.24).

Assim, entendemos ser relevante direcionar o foco de nossa pesquisa para a atividade do músico em um setor que vem se constituindo como dos

mais lucrativos – o setor dos espetáculos – e onde prevalecem condições precárias e informais de trabalho. Nesse sentido, conforme observa o cientista político uruguaio Gerardo Caetano, estaria faltando justamente pesquisas e estudos com base empírica consistente (CAETANO, 2007, p.48).

## - O SENTIDO DO TRABALHO NA SOCIEDADE CAPITALISTA

O ponto de onde partimos para desenvolver esta pesquisa é o entendimento da arte como um trabalho humano. Como diz Ernest Fischer (s.d.), “a arte é quase tão antiga quanto o homem. É uma forma de trabalho, e o trabalho é uma característica do homem” (p.21).

Já a categoria trabalho, central ao pensamento marxiano, é definida por Marx como:

Um processo entre o homem e a natureza, um processo em que o homem, por sua própria ação, medeia, regula e controla seu metabolismo com a natureza. Ele mesmo se defronta com a matéria natural como uma força natural. Ele põe em movimento as forças naturais pertencentes à sua corporeidade, braços, pernas, cabeça e mãos, a fim de se apropriar da matéria natural numa forma útil à própria vida. Ao atuar, por meio desse movimento, sobre a natureza externa a ele e ao modificá-la, ele modifica, ao mesmo tempo, sua própria natureza (MARX, 1983, p.149).

Assim compreendido, o trabalho é ação. Mas uma ação transformadora, criadora com uma finalidade pré-concebida. Marx dizia que o que “distingue o pior arquiteto da abelha mais habilidosa é que ele construiu na cabeça antes de construir na colméia. O resultado a que chega o trabalhador preexiste, idealmente, na imaginação do trabalhador” (MARX e ENGELS, 1986, p.27). Assim, o homem “quanto mais se afasta dos animais, mais a sua ação sobre a natureza toma o caráter de uma atividade premeditada, metódica, visando fins determinados, anteriormente conhecidos” (ENGELS, 1980, p.18).

A libertação das mãos do homem, que passou a adquirir habilidades e maior destreza, seria o marco que possibilitou “surgir o milagre dos quadros de Rafael, das estátuas de Thorwaldsen, da música de Paganini” (MARX e ENGELS, 1986, p.27). Arte e trabalho no pensamento marxiano assumem uma similitude que torna difícil a sua separação. A capacidade de criar, de modificar a natureza, estaria na arte do trabalho e no trabalho da arte reciprocamente<sup>9</sup>.

Por seu trabalho, o homem transforma o mundo como um mágico: um pedaço de madeira, um osso, uma pederneira, são trabalhados de maneira a assemelharem-se a um modelo e, com isso, são transformados em signos, em nomes, em conceitos. O próprio homem é transformado de animal em homem. [...] Essa magia encontrada na própria raiz da existência humana, criando simultaneamente um senso de fraqueza e uma consciência de força, um medo da natureza e uma habilidade para controlá-la, essa magia é a verdadeira essência de toda arte (FISCHER, s.d., p.42).

Assim como acontece com o trabalho, a “magia” apontada por Fischer não significa um poder sobrenatural, uma dádiva divina. Muito pelo contrário, conforme afirma Fischer:

Para conseguir ser um artista, é necessário dominar, controlar e transformar a experiência em memória, a memória em expressão, a matéria em forma. A emoção para um artista não é tudo; ele precisa também saber trata-la, transmiti-la, precisa conhecer todas as regras, técnicas, recursos, formas e convenções com que a natureza – esta provocadora – pode ser dominada e sujeitada à concentração da arte (FISCHER, s.d., p.14).

---

<sup>9</sup> Em um contexto contemporâneo capitalista onde a cultura foi transformada em mercadoria, Reis (2005) irá discutir a importância da *formação estético-cultural* na formação humana e a necessidade em se “conferir ao trabalho de arte um estatuto à altura da importância da lei que tornou obrigatório o ensino de arte nos diversos níveis da educação básica” (p.71).

Mas o sentido do trabalho na economia capitalista foi se adequando ao ideal de acúmulo de capital. Nesse sentido, o homem foi se afastando da “magia”, da criação, da satisfação de suas necessidades humanas. Marx (2004) diz que o trabalho se tornou exterior ao homem:

O trabalho é externo ao trabalhador, isto é, não pertence ao seu ser, que ele não se afirma, portanto, em seu trabalho, mas nega-se nele, que não se sente bem, mas infeliz, que não desenvolve nenhuma energia física e espiritual livre, mas mortifica sua physis e arruína o seu espírito. [...] O seu trabalho não é portanto voluntário, mas forçado, trabalho obrigatório. O trabalho não é, por isso, a satisfação de uma carência, mas somente um meio para satisfazer necessidades fora dele (MARX, 2004, pp.82-83).

Tal como o sentido do trabalho foi, historicamente, se modificando no desenvolvimento dos processos de produção, a relação do homem com a arte também se transformou. Fischer assinala que, na sociedade capitalista, a arte vem se desenvolvendo fora da magia (assim como o trabalho) como resultado da alienação (FISCHER, s.d., p.51). No mundo capitalista, a arte, como toda a produção humana, transformou-se em mercadoria e o trabalho artístico em trabalho profissional.

Na sociedade atual o artista foi “fetichizado”, tornando a arte um dom delegado a poucos. “A concentração exclusiva do talento artístico em alguns indivíduos e o seu aniquilamento nas grandes massas – que resulta dessa concentração – é um efeito da divisão do trabalho” (idem). Para Marx e Engels, não deveria haver pintores, mas sim homens que, entre outras coisas, também pintam.

Como trabalho humano, a arte é atividade vital. É para o homem, diferentemente do animal, um “objeto de sua vontade e da sua consciência”. Quando se transforma em trabalho profissional, a arte sai da esfera do “reino da liberdade” e entra na esfera do “reino da necessidade”. Tornando-se subsistência para o homem, o trabalho na sociedade capitalista “inverte a relação a tal ponto que o homem, precisamente porque é um ser consciente, faz

da sua atividade vital, da sua essência, apenas um meio para sua existência” (MARX, 2004, p.84).

Assim, transformado em mercadoria, o produto do trabalho do artista vem se desenvolvendo de acordo com as mudanças no modo de produção e se moldando aos hábitos de consumo. Nesse sentido, não cabe entender a produção cultural e artística como uma forma de produção autônoma, mas compreender que o que vem alimentando e, muitas vezes, possibilitando a produção artística e cultural é a indústria, movida por sua necessidade de acúmulo de capital.

Conforme veremos, se a economia do entretenimento, da qual a economia da cultura é parte, vem crescendo e se tornando um importante setor da economia capitalista, as condições de precariedade do trabalho do músico em nada se alteraram. Aliás, ao contrário disso, elas vêm acompanhando todo o processo de precarização das relações de trabalho característico das atuais relações capitalistas de produção.

Tal situação é ilustrada por Pedro Quaresma de Araújo (2002) ao identificar essa questão em seu estudo sobre as relações de trabalho nas escolas de samba, onde temos:

De um lado, os lucros perfeitamente integrados globalmente ao dinamismo das grandes agências de turismo e de comunicação nacionais e internacionais. Do outro, o contingente populacional encontrando brechas de sobrevivência dentro do sistema de produção e realização econômica do desfile, oferecendo sua mão-de-obra temporária e precariamente nas mais variadas ocupações no barracão ou nas próprias cercanias da passarela, como é o caso dos inúmeros ambulantes, que trabalham no Sambódromo nos dias de desfile (ARAÚJO, 2002, p.188).

Não é raro de se encontrar, porém, o relato desses trabalhadores orgulhando-se em participar do “maior espetáculo da Terra”, o que lhe traria “prestígio social” (idem, p.187).

De forma semelhante é o que vemos acontecer na Lapa carioca, nosso campo de trabalho empírico: a apropriação capitalista do espetáculo, a emergência de uma cadeia produtiva altamente lucrativa, a comercialização da marca “Lapa” (através de produtos e programas de rádio identificados com essa marca além de espetáculos musicais apresentados em outras localidades e que também trazem essa marca); em contraste com a informalidade, com a precariedade das relações de trabalho entre músicos e o empresariado das casas de shows e com as baixas remunerações.

Os proprietários dos meios de produção, que nesse contexto é o aparato das casas de shows, ditam as regras para a contratação dos músicos assim como as formas de se calcular o valor a ser pago. Marx (1978b) diz que “sem sombra de dúvida, a vontade do capitalista consiste em encher os bolsos, o mais que possa. E o que temos a fazer não é divagar acerca da sua vontade, mas investigar o seu poder, os limites desse poder e o caráter desses limites” (p.59).

Assim, partindo de uma visão fenomênica, aparente, das relações e dos processos de trabalho do músico, buscamos com esta tese chegar o mais próximo possível à essência desse trabalho, a fim de revelar as suas determinações. Desta forma, como objetivo geral, buscamos demonstrar que os processos de produção artística, no capitalismo tardio, não são processos autônomos, mas sim processos que cooperam e fazem parte de um contexto geral de desenvolvimento econômico.

## - METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Ciavatta (2001) diz que uma “metodologia não é uma pauta de instruções, é a capacidade organizada de pensar a realidade no seu momento histórico” (p.139). Assim, “o método não se separa da construção de seu objeto, ao contrário, é ele que o constitui” (idem, p.131). Frente aos processos de transformação que vem sofrendo o modo de produção capitalista, “marcado pelo efêmero e o descartável, pela sedução da imagem e o paroxismo da velocidade,

pelo consumismo, pela indústria cultural, financeira, de serviços e informação, pela presença de tecnologias em todas as formas de sociabilidade” (idem, p.132), e por sua influência direta nos processos de trabalho, entendemos que o método materialista histórico se impõe. Nesse sentido, o método não faz parte de um rol de opções metodológicas. Ele se coloca na medida em que é “este o instrumental que nos permite a crítica mais radical ao capital mundializado” (FRIGOTTO, 2001, p.42).

Marx, no prefácio de “Para a Crítica da Economia Política” (1978a) – texto escrito entre os anos de 1856 e 1857 –, descreveu alguns dos fundamentos do materialismo histórico dialético. Nos anos de 1842/1843, o autor indica que sentiu, pela primeira vez, a necessidade de ocupar-se com as questões econômicas, concluindo que:

Relações jurídicas, tais como formas de Estado, não podem ser compreendidas nem a partir de si mesmas, nem a partir do assim chamado desenvolvimento geral do espírito humano, mas, pelo contrário, elas se enraízam nas relações materiais de vida, cuja totalidade foi resumida por Hegel sob o nome de “sociedade civil”, seguindo os ingleses e franceses do século XVIII; mas que a anatomia da sociedade burguesa deve ser procurada na Economia Política (MARX, 1978a, p.129).

Esses estudos permitiram ao autor definir o que seria o fio condutor dos seus estudos subseqüentes, a saber:

Na produção social da própria vida, os homens contraem relações determinadas, necessárias e independentes de sua vontade, relação de produção estas que correspondem a uma etapa determinada de desenvolvimento das suas forças produtivas materiais. A totalidade destas relações de produção forma a estrutura econômica da sociedade, a base real sobre a qual se levanta uma superestrutura jurídica e política, e à qual correspondem formas sociais determinadas de consciência. **O modo de produção da vida material condiciona o processo em geral de**

**vida social, político e espiritual.** Não é a consciência dos homens que determina o seu ser, mas, ao contrário, é o seu ser social que determina sua consciência (MARX, 1978a, pp.129-130, grifo meu).

A frase grifada acima é uma das chaves do pensamento marxista, destacando o homem – e conseqüentemente sua produção – como produto do tempo/espaço em que vive, e uma das grandes contribuições de Marx. Na visão de Fontes (2001), o pensamento de Marx contrapôs-se à crença de que os homens são seres caracterizados pela plena consciência ao considerar:

Os indivíduos como formados histórica e socialmente. Mediados pela ideologia, a forma de pensar dos indivíduos não era mais fruto de uma escolha absolutamente livre (embora comportasse escolhas), mas resultado de formas de socialização que dependiam da estrutura social (FONTES, 2001, p.122).

Ressalvamos, entretanto, que não se trata, simplesmente, de ter nas questões econômicas premissas para o estudo de determinada realidade, mas da necessidade de se historicizar o objeto de estudo em seu tempo/espaço. É o ponto de vista da *totalidade*, onde se percebe a realidade como “um todo estruturado, dialético, no qual ou do qual um fato *qualquer* (classes de fatos, conjuntos de fatos) pode vir a ser racionalmente compreendido” (KOZIK, 2002, p.44 – grifo do autor). Nessa direção, a totalidade não é tudo, mas um conjunto de relações. Conforme esclarece Kosik (2002):

A dialética da totalidade concreta não é um método que pretenda ingenuamente conhecer *todos* os aspectos da realidade, sem exceções, e oferecer um quadro “total” da realidade, na infinidade dos seus aspectos e propriedades; é uma teoria da realidade e do conhecimento que dela se tem como realidade (KOSIK, 2002, p.44).

Tal como Kosik (idem, p.16), entendemos que a “realidade é a unidade do fenômeno e da essência”. O fenômeno é o que nós percebemos no trato prático-utilitário com as coisas, “onde o indivíduo ‘em situação’ cria suas próprias representações das coisas e elabora todo um sistema correlativo de noções que capta e fixa o aspecto fenomênico da realidade” (idem, p.14). A essência é o que está por trás dos fenômenos, e esses lados estão estreitamente relacionados na medida em que:

O fenômeno indica a essência e, ao mesmo tempo, a esconde. A essência se manifesta no fenômeno, mas só de modo inadequado, parcial, ou apenas sob certos ângulos e aspectos. [...] O fato de se manifestar no fenômeno revela seu movimento e demonstra que a essência não é inerte nem passiva. Justamente por isso o fenômeno revela a essência (KOZIK, 2002, p.15).

Kosik diz, ainda, que é trabalho da ciência e da filosofia, partindo dos fenômenos, chegar à essência das coisas (Idem p.17). Marx (*apud* KOSIK, 2002, p.17) pergunta: “Se os homens aprendessem imediatamente as conexões, para que serviria a ciência?” e responde: “Toda ciência seria supérflua se a forma fenomênica e a essência coincidissem diretamente” (idem).

Assim, conforme aponta Fontes (2001):

A produção do conhecimento deve, pois, realizar um ir-e-vir entre o imediatamente perceptível, as formas de sua análise (desmembramento de suas partes componentes) e a construção de síntese, para o estabelecimento da articulação da totalidade em foco (FONTES, 2001, p.127).

O materialismo histórico pretende chegar à essência do fenômeno, ao mundo da *concreticidade*, na tentativa de “descobrir por trás dos produtos e das criações a atividade e operosidade produtiva, de encontrar a ‘autêntica realidade’ do homem concreto por trás da realidade reificada da cultura dominante” (KOSIK, 2002, p.25).

Kosik, sinteticamente, explica o método materialista histórico da seguinte forma:

Da vital, caótica, imediata representação do todo, o pensamento chega aos conceitos, às abstratas determinações conceituais, mediante cuja formação se opera o retorno ao ponto de partida; desta vez, porém, não mais como ao vivo mas incompreendido todo da percepção imediata, mas ao conceito do todo ricamente articulado e compreendido. O caminho entre a “caótica representação do todo” e a “rica totalidade da multiplicidade das determinações e das relações” coincide com a compreensão da realidade (KOSIK, 2002, p.36).

Por fim, entendendo a realidade como um processo histórico, o objetivo geral desta tese foi analisar, discutir e compreender os atuais processos e relações de trabalho do músico. Tendo como objeto de análise a atividade profissional do músico *in loco*, nosso “todo caótico” foi circunscrito ao trabalho do músico realizado em casas de shows na região da Lapa, centro da cidade do Rio de Janeiro, região que tem movimentado uma ampla cadeia produtiva nos últimos dez anos e que tem como eixo a oferta de música ao vivo.

O trabalho empírico foi realizado em casas de shows da Lapa, onde tive a oportunidade de trabalhar como músico por todo o período em que esta tese foi desenvolvida (2004-2007). A observação participativa me permitiu um contato direto com a direção dessas casas além do contato com outros músicos envolvidos nos mesmos processos de trabalho. Assim, foram quatro anos de observação participante da atividade do músico *in loco* e das relações de trabalho estabelecidas entre os contratantes e os músicos<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Nesse período tive a oportunidade de trabalhar com dois grupos musicais. O primeiro com 10 integrantes e o segundo com cinco. As casas de show onde realizei o trabalho empírico foram as seguintes (em ordem alfabética): Centro Cultural Carioca – Rua do Teatro nº37; Céu Aberto – Rua do Lavradio nº170; Clube dos Democráticos – Rua do Riachuelo nº91; Estrela da Lapa – Avenida Mem de Sá nº69; Estudantina – Praça Tiradentes nº79; Rio Scenarium – Rua do Lavradio nº20; Sacrilégio – Avenida Mem de Sá nº81; e Teatro Odisséia – Avenida Mem de Sá nº66.

## - ORGANIZAÇÃO DA TESE

Para dar conta de um contexto mais geral, os capítulos iniciais buscam oferecer uma visão mais ampla, que ultrapassa os limites do estudo de caso relatado acima. Nesse sentido, no **Capítulo I – Economia e Cultura** busca-se evidenciar a associação que vem se estabelecendo entre cultura e desenvolvimento econômico. Partimos da premissa de Jameson (2000), que percebe a transformação do econômico em cultural e do cultural em econômico como uma característica da contemporaneidade. Nesse capítulo, discutimos o que vem sendo considerado como setor cultural e as diversas concepções acerca do conceito de cultura. Conforme o trabalho de Prestes Filho (2004), a cadeia produtiva da economia da música é apresentada como forma organizada de se compreender e delinear todo o processo produtivo que envolve o trabalho do músico.

No **Capítulo II - A economia da música: processos históricos**, nossa preocupação foi apresentar processos históricos que permitiram a criação e o desenvolvimento de um mercado autônomo para a música. Tal autonomização, entre outras condições, foi possível quando foram criados meios para que o produto musical pudesse se materializar na forma mercadoria. Conforme Jardim (1988) são três os momentos marcantes desse processo: a invenção da escrita musical, o desenvolvimento da impressão musical e o advento da gravação.

No **Capítulo III - Reestruturação produtiva e novas relações de trabalho no processo de produção fonográfico**, buscamos articular as transformações econômicas ocorridas na passagem que se deu do fordismo para a acumulação flexível à reestruturação da indústria fonográfica no Brasil. Buscamos evidenciar como tais transformações vieram a modificar as relações de trabalho de três personagens que consideramos importantes no processo de produção musical: o artista, o produtor musical e o músico.

O **Capítulo IV - Especificidades do trabalho músico**, trata das particularidades do trabalho do músico, em especial, das questões a respeito da

regulamentação da profissão. O fetiche em torno da imagem do artista é discutido, entendido como uma forma de se ocultar as reais relações de trabalho que se estabelecem. Através de um questionário aplicado a 80 músicos atuantes na região da Lapa por todo o período em que foi desenvolvido o trabalho empírico, buscamos observar traços que poderíamos considerar como característicos do perfil do músico naquele contexto e do trabalho realizado por eles nas casas de shows. Interessou-nos questões como: as funções exercidas na área musical; se os músicos exercem atuação profissional em outras áreas; quais os locais de trabalho; o tipo de vínculo com seus empregadores; de qual função vem sua renda mais regular; como é calculada a remuneração pelo seu trabalho; se são respeitadas as atribuições da Lei que regulamenta a profissão; se são filiados à Ordem dos Músicos do Brasil e/ou a algum sindicato; se o trabalho é sazonal ou ininterrupto; qual sua origem social; e como se deu sua qualificação profissional, entre outras.

**O Capítulo V – O trabalho do músico na Lapa**, capítulo final desta tese, é o que traz as contribuições mais específicas que se pretendeu com a elaboração deste trabalho. Inicialmente, através de um breve histórico sobre a região da Lapa que mostra a criação de uma imagem romântica para essa localidade – onde conviveriam sem conflitos, segundo o imaginário popular, malandros, prostitutas, artistas e políticos – procuramos traçar o caminho que nos trouxe a uma Lapa altamente lucrativa, aonde vem se estabelecendo uma ampla cadeia produtiva que tem como eixo principal a oferta de música ao vivo. As relações e os processos de trabalho do músico nas casas de shows da região foi o foco central de nossa observação empírica, assim como de nossa análise. Apesar da “aura romântica” que pode envolver o trabalho de um músico, ainda mais em um cenário com toda uma idealização que se faz da Lapa, pudemos observar nesses processos de trabalho todas as características e contradições das relações de trabalho que vêm se estabelecendo no capitalismo tardio. Com efeito, as relações informais de trabalho predominam e, mesmo sendo a música ao vivo a mola mestra que impulsiona a agitação das casas de shows, o músico é frequentemente exposto a condições cada vez mais precarizadas de trabalho.

O que pudemos observar foi que em todas as formas de relação de trabalho encontradas, sendo elas legalizadas ou não, a exploração da força de trabalho do músico se perpetua, amparada por um regime econômico que permite ao capitalista adequar tais relações de trabalho da forma que lhe assegure e amplie a sua margem de lucro, objetivo final de qualquer empreendimento capitalista.

Como resultado deste estudo, pudemos evidenciar a produção musical como um setor imerso nos processos gerais da produção capitalista, cujas determinações históricas vão moldando e adequando seus processos e suas relações de trabalho às necessidades capitalistas de produção e geração de lucro.

**CAPÍTULO I**  
**Economia e Cultura**

Ao analisar o contexto produtivo da sociedade contemporânea, Fredric Jameson (2000) indica a forma intrínseca como a cultura e a economia se relacionam na atual fase do modo de produção capitalista, chamada de *capitalismo tardio*<sup>11</sup>. A forma global como a economia vem se desenvolvendo – favorecendo a criação de gigantescos conglomerados empresariais que podem produzir desde sapatos, cosméticos, utensílios domésticos, até música, além de oferecer serviços de toda a espécie – mudou não só a estrutura econômica e a forma de produção como também toda uma forma de vida e de concepção do mundo. Para o autor,

O que ocorreu é que a produção estética hoje está integrada à produção das mercadorias em geral: a urgência desvairada da economia em produzir novas espécies de produtos que cada vez mais pareçam novidades (de roupas a aviões), com um ritmo de *turn over* cada vez maior (JAMESON, 2000, p.30).

Jameson (2006) utiliza o termo *pós-modernismo* para designar esse momento histórico, cuja função “é correlacionar o surgimento de novos aspectos formais na cultura com o surgimento de um novo tipo de vida social e de uma nova ordem econômica” (p.20). Segundo o autor, o *pós-modernismo* está

---

<sup>11</sup> Em homenagem a Ernest Mandel, Jameson (2000) utiliza o termo *capitalismo tardio* no sentido cronológico, de um capitalismo mais recente.

relacionado à fase de desenvolvimento da sociedade capitalista conhecida como capitalismo tardio de consumo ou capitalismo multinacional (idem, p.43).

Logo após a Segunda Guerra Mundial, um novo tipo de sociedade começa a surgir. [...] Novos tipos de hábitos de consumo, a obsolescência planejada, um ritmo ainda mais rápido de mudanças na moda e no estilo, a penetração da propaganda, um nível de inserção na sociedade, até então sem paralelo, da televisão e da mídia em geral [...] (JAMESON, 2006, p.43).

Assim, o *pós-modernismo* é, para Jameson, uma forma de se designar um “modo de produção” onde a produção cultural está imbricada na economia, ao mesmo tempo em que “transformou o econômico em tantas formas de cultura” (idem, p.146)<sup>12</sup>. Mais que uma possibilidade, a relação entre a cultura e o desenvolvimento econômico se tornou uma característica do capitalismo tardio.

Em uma era anterior, a arte era uma esfera além da mercantilização, na qual uma certa liberdade ainda era possível; no modernismo tardio, no ensaio de Adorno e Horkheimer sobre a indústria cultural, ainda havia zonas de arte isentas da mercantilização e da cultura comercial (para eles, essencialmente Hollywood). Por certo, o que caracteriza a pós-modernidade na área cultural é a supressão de tudo o que havia de exterior à cultura comercial (JAMESON, 2006, p.216).

Neste cenário pós-moderno a noção de cultura toma várias formas e passa a compor um setor produtivo que chega ao século XXI em acelerado

---

<sup>12</sup> Esta forma de produção cultural própria do sistema capitalista foi chamada por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer de Indústria Cultural, conceito elaborado em 1947. Segundo os autores, através da Indústria Cultural “a produção de mercadorias culturais foi padronizando fórmulas estéticas de grande aceitação, oriundas sobretudo da cultura popular. Tais fórmulas foram se *cristalizando*, permitindo a operação de um amplo processo de *standardização*. Como, porém, o sempre igual precisa permanecer sem correr o risco de exaustão, a *pseudo-individualização* preenche os *standards* com detalhes, com efeitos que garantem aos produtos uma aura de particularidade e permitem até que concorram com distinção num mercado cada vez mais disputado” (Márcia Tosta DIAS, in WILLIAMS, 2007, p.432)

processo de desenvolvimento. Esse setor vem sendo denominado como a “economia da cultura”.

Segundo Tolila (2007) associar a cultura às questões econômicas é assunto polêmico e ainda recente.

Como se sabe, a economia, seus cálculos e estatísticas, seus modelos e “leis” não têm boa fama nos meios culturais, que preferem opor ao mundo frio da rentabilidade, das limitações financeiras e da concorrência dos mercados, o mundo cálido da paixão, da criação livre e do valor universal dos atos culturais (TOLILA, 2007, p.17).

Conforme esse autor os debates empreendidos nos últimos anos sobre a economia da cultura ainda carecem de dados que ajudem na análise daquilo que constituiria esse setor. “A economia do setor cultural [...] se caracteriza por uma grande dispersão, escassez e ausência de dados atualizados” (idem, p.25). Se os estudos sobre a economia da cultura se encontram em fase inicial onde ainda se procura delimitar este campo, a própria noção do que é cultura ainda não é consenso entre os estudiosos e pesquisadores.

Williams (2007) diz que cultura “é uma das duas ou três palavras mais complicadas da língua inglesa” (p.117) e avalia que “é impossível [...] realizar uma análise cultural séria sem chegarmos a uma consciência do próprio conceito: uma consciência que deve ser histórica” (WILLIAMS, 1979, p.17). Concordando com esse autor e percebendo as diversas interpretações que a noção de cultura pode suscitar, apresentamos inicialmente, de forma sintética, considerações sobre o processo histórico que veio transformando esse conceito.

## **I.1) Sobre o conceito de cultura**

Em seus primórdios, o termo cultura indicava um processo relacionado ao cultivo de vegetais e animais. Em fins do século XVIII, o termo passou a

designar aspectos *espirituais* de determinada comunidade, contrapondo-se ao termo “civilização”, que serviria para designar os aspectos materiais<sup>13</sup>.

Segundo Laraia (2002), o antropólogo Edward Tylor foi quem uniu esses dois aspectos em um único conceito, o de *cultura*, para designar todo o modo de vida de determinada sociedade ou grupo social. Porém, influenciado pelas teorias evolucionistas de Charles Darwin, Tylor explicava a diversidade entre os povos através “da desigualdade de estágios existentes no processo de evolução” (LARAIA, 2002, p.33). De acordo com essa suposição, em meados do século XIX, predominava a idéia de que as sociedades passam por etapas evolutivas uniformes. Dessa forma, a cultura serviria como um parâmetro de comparação entre grupos humanos distintos<sup>14</sup>.

Como a história vem mostrando, a idéia de evolucionismo biológico provocou uma série de prejuízos para a humanidade, bastando, para tanto, lembrar o episódio do racismo nazista. Laraia conta que, a fim de combater o determinismo biológico, foi redigida em 1950 uma declaração na qual antropólogos, biólogos e outros especialistas afirmavam não haver estudos científicos que comprovassem que “diferenças genéticas hereditárias constituiriam um fator de importância primordial entre as causas das diferenças que se manifestam entre as culturas e as obras das civilizações dos diversos povos ou grupos étnicos” (LARAIA, 2002, p.18).

O determinismo geográfico também foi refutado pelos antropólogos, principalmente em virtude dos estudos de Franz Boas, considerado o precursor dos estudos etnográficos. Em seus trabalhos, o pesquisador comprovou que, em condições geográficas idênticas, poderiam coexistir culturas diferenciadas.

Boas (*apud* FACINA,2004) identificou que a diversidade entre os povos “ao invés de ser explicada por critérios biológicos ou ambientais, geralmente

---

<sup>13</sup> Surgido no século XVIII, o termo civilização se aplicava no sentido de ordenado, educado e cortês, e com o Iluminismo foi ampliado se associando também à idéia de desenvolvimento, processo histórico e progresso (WILLIAMS, 1979, p.19).

<sup>14</sup> Facina (2004) diz que no contexto alemão do século XVIII “o termo *Kultur* expressava a auto-imagem da camada intelectual alemã [...] [e que] a noção de *Kultur* passou a ser referida, no século XIX, às características propriamente alemãs, em contraste com as particularidades de outros povos” (p.13).

marcados por uma hierarquização que valorizava a ‘raça branca’ e a sociedade europeia, deveria ser compreendida como fruto das inúmeras culturas dos mais variados povos” (p.16). Com isso, Boas abandona o conceito de raça, substituindo-o pelo de cultura, entendendo que não há superioridade cultural, mas sim diversidade cultural, e que “cada cultura segue os seus próprios caminhos em função dos diferentes eventos históricos que enfrentou” (LARAIA, 2002, p.36).

É atribuído a Herder<sup>15</sup> o emprego do termo *culturas*, no sentido de diferenciar a concepção de cultura à concepção unilinear de civilização (WILLIAMS, 1979; MARCARIAN, 1980). Conforme Macarian (1980):

O seu grande mérito [de Herder] foi ter conseguido superar o sentido axiológico de cultura que foi característico dos seus predecessores, de que uma das manifestações era a contraposição dos povos “cultos” aos “não cultos”. Para Herder, e pela primeira vez, a cultura converte-se num atributo necessário de todos os povos, independentemente do lugar que ocupem na história da humanidade. A cultura assume um caráter universal. Para Herder não existem povos “não cultos” (MARCARIAN, 1980, p.95).

Williams (1979), por sua vez, relaciona o desenvolvimento dos conceitos de *sociedade*, *economia* e *cultura*, indicando que, embora não tenham se desenvolvido no mesmo ritmo, esses conceitos desenvolveram-se na mesma direção. Para ele, a análise da relação entre os três conceitos é fundamental para a compreensão de cada um, assim como para a compreensão do conceito de civilização.

Inicialmente relacionados, os conceitos de cultura e de civilização tomaram formas diferenciadas, sendo o primeiro “um cultivo de propriedades

---

<sup>15</sup> Herder foi um filósofo alemão do século XVIII. Segundo Ortiz (s.d.) “A visão herderiana é uma crítica radical da idéia de progresso. Ele contesta a possibilidade de continuidade histórica e combate qualquer tipo de pensamento evolucionista. A idéia de ordenamento das etapas históricas é rompida, pois Herder imagina que cada povo, cada civilização-organismo, contém em si o próprio destino, potencialidade e contradições evoluindo através de ciclos que vão do apogeu ao declínio” (ORTIZ, s.d., p.21).

‘externas’ – polidez e luxo – em contraposição a necessidades e impulsos mais ‘humanos’” (WILLIAMS, 1979, p.20). O conceito de cultura foi associado à religião, arte, família e vida pessoal, em distinção ou oposição ao conceito de civilização e sociedade. A partir daí, a cultura passou a ser uma “classificação geral ‘das artes’, religião e instituições e práticas de significados e valores” (idem, p.21).

Cardoso (s.d.), questionando as possibilidades da cultura como “noção auto-explicativa”, assim como Williams (1979), ao analisar os equívocos da separação entre cultura e base material, tem oportunas contribuições ao nosso debate. Para Cardoso (s.d.):

“Cultura”, ao cabo de uma trajetória de dois séculos e meio, longe de, utilmente, poder contrapor-se a “sociedade”, tornou-se um conceito-obstáculo, em especial ao formularem numerosos estudiosos a pretensão de transformá-la numa noção auto-explicativa que, além disto, provesse os dados centrais para uma compreensão dos assuntos humanos, dentro da versão de uma “natureza humana” não historicizada hoje conhecida como o Homo symbolicus (CARDOSO, s.d., p.258-259 grifo nosso)<sup>16</sup>.

Conforme Williams (1979), em lugar de fazer a história cultural material, a cultura tornou-se dependente, secundária, “superestrutural”:

Um campo de “simples” idéias, crenças, artes, costume, determinado pela história material básica. O importante, no caso, não é apenas o elemento da redução; é a reprodução, de forma alterada, da separação entre “cultura” e vida social material, que tem sido a tendência dominante do pensamento cultural idealista. [...] Ao mesmo tempo, a significação do conceito

---

<sup>16</sup> Nesse sentido Marcarian pergunta: “por que é que só os ‘sistemas simbólicos’ que determinam a conduta dos homens se relacionam com cultura e muitos outros meios ficam fora da sua esfera da atividade humana como, por exemplo, os instrumentos de trabalho, as armas, a habitação, o transporte, etc.? Esta pergunta podia ser posta a todos os autores que têm tendência a limitar a cultura à esfera da produção espiritual e às formas de consciência social” (1980, pp.102-103).

alternativo de cultura, definindo a “vida intelectual” e “as artes”, foi comprometido pela evidente redução a uma condição de “superestrutura”, cabendo o seu desenvolvimento àqueles que, no processo mesmo de sua realização, romperam as ligações necessárias com a sociedade e a história, e nas áreas da psicologia, arte e crença, desenvolveram-se um forte senso alternativo do próprio processo constitutivo humano (WILLIAMS, 1979, p.25)<sup>17</sup>.

Assim, Williams irá discutir a relação dialética entre base e superestrutura<sup>18</sup>, e o sentido da palavra “determinação” que, quando mal compreendido, poderia sugerir que “nenhuma atividade cultural tem realidade e significação em si mesma, mas é sempre reduzida a uma expressão direta ou indireta de um fator econômico que a precede e controla” (WILLIAMS, 1979, p.87). O ponto central apontado por Williams é que, “na prática, a determinação não é nunca apenas a fixação de limites, mas também a existência de pressões” (idem, p.91). As indicações desse autor nos levam a destacar que a determinação não é algo abstrato, mas um processo complexo e inter-relacionado de limites e pressões.

Williams avalia ainda, que “a conseqüência mais prejudicial de qualquer teoria da arte como reflexo é que, através de sua persuasiva metáfora física [...] consegue suprimir o trabalho real no material [...], que é a feitura de qualquer

---

<sup>17</sup> Este é o caso, por exemplo, de pensadores marxistas como Plekhânov, que “ao defender o princípio marxista da dependência da arte em relação à vida social, [...] dá-lhe uma formulação estreita, de dependência servil da criação estética ante a ditadura implacável e mesquinha das circunstâncias sócio-econômicas” (KONDER, 1967, p.41). A dificuldade encontrada pelos teóricos marxistas em relação às artes se deve também ao seu próprio envolvimento emocional, que de certa forma “perturba” a sua capacidade crítica e analítica. Konder (1967, p.61) cita uma passagem descrita por Lênin, que após ouvir a música de Beethoven diz: “Não conheço nada mais belo do que a *Apassionata*; poderia ouvi-la todos os dias. Música surpreendente, sôbre-humana. Digo-me sempre com um orgulho talvez ingênuo e pueril: ‘que maravilhas o homem pode criar!’. Mas não posso ouvir música constantemente, ela age sobre meus nervos, tenho vontade de dizer tolices e de acariciar as criaturas que, vivendo num inferno assim, podem criar tanta beleza. Hoje, contudo, não se pode acariciar ninguém: devoram-nos a mão. É preciso golpear as cabeças, golpeá-las impiedosamente, embora idealmente nós nos oponhamos a toda violência. Trata-se de uma ocupação infernalmente difícil!”.

<sup>18</sup> “A metáfora do edifício – base (infra-estrutura) e superestrutura – é usada por Marx e Engels para apresentar a idéia de que a estrutura econômica da sociedade (a base ou a infra-estrutura) condiciona a existência e as formas do Estado e da consciência social (a superestrutura)” (LARRAIN, 2001, p.27).

obra de arte” (WILLIAMS, 1979, p.100). O autor usa o conceito “mediação” para indicar o processo dialético entre base e superestrutura, no sentido de descrever um processo ativo: “não devemos esperar encontrar (ou encontrar sempre), realidades sociais ‘refletidas’ diretamente na arte, já que estas (sempre ou com freqüência) passam através de um processo de ‘mediação’ no qual seu conteúdo original é modificado” (idem, p.101).

Diante de todas as reflexões expostas acima, como Facina (2004), entendemos a cultura como constitutiva da prática social, o que nos move na direção de suplantar tanto uma visão idealista que assegura autonomia à cultura como uma visão reducionista que, desconsiderando a relação dialética entre cultura e sociedade, aprisiona-a, de forma mecânica, como “reflexo” da estrutura econômica. Williams (2007) conclui dizendo que “diante dessa complexa e ainda ativa história da palavra, é fácil reagir com a escolha de um sentido ‘verdadeiro’, ‘adequado’ ou ‘científico’ e descartar outros sentidos por serem vagos ou confusos” (p.122).

Neste debate, o que se torna relevante para nosso estudo é demonstrar como o processo de produção cultural e artístico não são processos autônomos, mas intrincados nas relações sociais e econômicas do tempo histórico em que vivemos. Ao estudarmos aquilo que vem sendo entendida como a economia da cultura, uma reflexão sobre a utilização desse conceito se faz necessária, pois, a cultura por ser de difícil conceituação pode ser facilmente incorporada ao discurso político e comercial da forma que melhor atenda seus interesses.

Segundo os autores do relatório da Unesco, por exemplo, o conceito de cultura parte do princípio que a cultura não pode ser entendida como mera promotora de crescimento econômico: “o papel da cultura também deve ser considerado como um fim desejável em si mesmo, que é o de conferir sentido à nossa existência” (CUÉLLAR, 1997, p.32). O relatório indica que

Todas as formas de desenvolvimento – incluindo o desenvolvimento humano – são determinadas, em última análise, pelos fatores culturais. Dessa perspectiva, não faz sentido falar de ‘relação entre cultura e desenvolvimento’, como se tratasse de

dois conceitos separados e estanques, já que o desenvolvimento e a economia fazem parte – ou são um aspecto – da própria cultura de um povo (CUÉLLAR, 1997, p.33).

Segundo o texto acima seria a cultura o que determinaria o progresso [ou o fracasso] material. O desenvolvimento seria então “um processo que fortalece e amplia a liberdade efetiva de um povo em busca da realização dos objetivos por ele valorizados”, assim, “a pobreza pressupõe não apenas a carência de bens e serviços essenciais como também a falta de possibilidades e oportunidades de optar por um estilo de vida mais satisfatório, pleno e agradável” (CUÉLLAR, 1997, p.30 grifo nosso). Como uma forma de se promover o desenvolvimento, o relatório indica que “a expansão recente de instituições democráticas, de ofertas de mercado e de métodos de gestão participativa de empresas tem possibilitado que indivíduos, grupos e culturas distintas efetuem escolhas próprias” (idem, grifo nosso).

Vale notar que o relatório apresenta como pressuposto o universalismo, a saber: “o *ethos* dos direitos universais do homem proclama que todos os seres humanos nascem iguais e desfrutam de direitos sem a consideração de fatores como classe, sexo, raça, comunidade ou geração” (CUÉLLAR, 1997, p.24 grifo nosso)<sup>19</sup>.

De acordo com a postulação de Friedman (1977) e Hayek (1977), os pais do neoliberalismo, o mercado competitivo é apontado como fundamento para a luta contra a pobreza (CUÉLLAR, 1997, p.25), uma vez que o seu princípio seria o princípio da igualdade e da possibilidade de se fazer escolhas, fundamento explicitado nas citações acima (ver os grifos).

O relatório da Unesco e a sua noção de cultura têm servido como suporte teórico e ideológico para as políticas públicas culturais no Brasil. A Unesco reconhece o Brasil como um país que “tem procurado responder rapidamente às orientações e normas estabelecidas pela Organização” e que “a promoção da

---

<sup>19</sup> Vale também notar que “classe” está colocada ao lado de condições como “sexo” e “raça”, podendo ser entendida como uma característica inata ou, pelo menos, com igual relevância.

relação entre cultura e desenvolvimento parece ser um dos nichos de maior valor estratégico para a Unesco no Brasil”<sup>20</sup>.

Tendo por base estudos que indicam o potencial de desenvolvimento econômico contido no setor cultural e políticas que favorecem a “parceria” entre o público e o privado, bandeiras em defesa da “identidade de um povo”, da “democratização do acesso á cultura”, da promoção da “diversidade cultural”, são levantadas em nome da política cultural que vem se instituindo no país (REIS, 2003). São essas as diretrizes traçadas e recomendadas pelo referido relatório da Unesco, que carrega, porém, o equívoco de sustentar a idéia do princípio do universalismo como uma meta alcançável em uma sociedade como a nossa. O que percebemos é um projeto de desenvolvimento econômico capitalista amparado pelos valores simbólicos embutidos no conceito de cultura, que como vimos pode representar uma visão restrita ligando a noção de cultura às artes ou a formas mais amplas onde a cultura representaria todo um modo de vida, o que englobaria inclusive as questões econômicas. O que se torna relevante é observar que fundamentar e sustentar o desenvolvimento econômico através da idéia de igualdade e de democratização nesse tipo de sociedade é uma premissa falsa, uma vez que as leis do mercado estão baseadas na competitividade e no lucro.

## **I.2) Cultura, lazer e desenvolvimento econômico**

“O desenvolvimento divorciado de seu contexto humano e cultural não é mais do que um crescimento sem alma” (CUÉLLAR, 1997, 9.21). Essa é a frase que abre a síntese do relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento da Unesco. O relatório foi fruto da reunião promovida pelas Nações Unidas, em 1992, onde economistas, cientistas sociais e artistas, entre outros, formaram uma comissão para “explorar as interações entre cultura e desenvolvimento econômico” (idem).

---

<sup>20</sup> Encontrado em [www.unesco.org.br/areas/cultura/servicos/documentosCLT/BasesDadosCLT/](http://www.unesco.org.br/areas/cultura/servicos/documentosCLT/BasesDadosCLT/), consultado em 16 de agosto de 2007.

No Brasil, os estudos sobre a economia da cultura são relativamente recentes, assim como o levantamento de dados que atestem a importância econômica que esse setor vem representando no país. Porém, os estudos já existentes indicam que a economia da cultura representa hoje no Brasil cerca de 1% do PIB e que “a economia da cultura é, dos mercados emergentes, um dos apontados como dos mais importantes e promissores do início do século XXI” (HOLLANDA, 2002, p.31)<sup>21</sup>.

Utilizando o termo “sociedade do espetáculo”, o pensador francês Guy Debord (1997), no final da década de 1960, já anunciava que

A cultura tornada integralmente mercadoria deve também se tornar a mercadoria vedete da sociedade espetacular. [...] A cultura deve desempenhar na segunda metade do século XX o papel motor no desenvolvimento da economia, equivalente ao do automóvel na primeira metade e ao das ferrovias na segunda metade do século XIX (DEBORD, 1997, p.127).

Nos últimos anos, o Ministério da Cultura brasileiro vem esforçando-se em levantar índices da movimentação econômica promovida pela cultura. Segundo pesquisa encomendada pelo Ministério da Cultura e realizada pela Fundação João Pinheiro, em 1998, no Brasil, no ano de 1997, foram gastos R\$ 6,5 bilhões no setor, representando 1% do Produto Interno Bruto (PIB). Segundo a pesquisa, em 1997 havia 510 mil pessoas empregadas na produção cultural nacional.

Isso representa um contingente 90% maior que pessoas que trabalham nas atividades de fabricação de equipamentos e material elétrico e eletrônico; 53% superior ao da indústria automobilística e de autopeças; e 78% superior ao de empregados em serviços industriais de

---

<sup>21</sup> Texto produzido e apresentado por Heloísa Buarque de Hollanda no ciclo “Encontros sobre a economia da cultura”, evento promovido pelo governo do Estado do Rio de Janeiro em 2001, publicado em 2002.

utilidade pública (energia elétrica, distribuição de água e esgoto e equipamentos sanitários)<sup>22</sup>.

O Ministro da Cultura Gilberto Gil vem defendendo um maior investimento por parte do governo e da iniciativa privada nos setores culturais. O ministro parte de dados econômicos apresentados pela Unesco:

Atualmente, de acordo com dados da Conferência das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco), 8% da riqueza gerada em todo o mundo têm origem na economia criativa. Outro estudo das Nações Unidas revela que a movimentação financeira de produtos e serviços culturais atinge cerca de US\$ 1,3 trilhão em todo o mundo, com expectativa de crescimento médio à taxa de 10% ao ano<sup>23</sup>.

Segundo a economista Ana Carla Fonseca Reis, no Brasil, no ano de 2003,

O meio editorial faturou R\$ 2,18 bilhões, ou seja, 320 milhões de livros vendidos; a indústria cinematográfica nacional, R\$ 530 milhões, o que representa 90 milhões de espectadores; e o meio fonográfico rendeu R\$ 1 bilhão, isso quer dizer que 80 milhões de CDs foram vendidos nesse ano. Já que quando se fala em cultura, inclui-se também o entretenimento, é necessário citar a quantia de bilhões que a televisão nacional arrecada. A Globo, a maior rede de TV do País, tem um faturamento anual na casa de US\$ 1 bilhão por ano. O SBT, US\$ 182 milhões<sup>24</sup>.

O Secretário de Políticas Culturais Paulo Miguez exalta a “economia criativa” como um setor com alto potencial de geração de empregos:

---

<sup>22</sup> Disponível em <http://forbesbrasil.uol.com.br/Edicoes/122/artigo11702-2.asp>, consultada em 28 de agosto de 2007.

<sup>23</sup> Matéria encontrada em [www.cultura.gov.br/noticias/na\\_midia](http://www.cultura.gov.br/noticias/na_midia), consultada em 27 de novembro de 2006.

<sup>24</sup> Entrevista disponível em <http://forbesbrasil.uol.com.br/Edicoes/122/artigo11702-2.asp>, consultada em 28 de agosto de 2007.

Para cada R\$ 1 milhão aplicado na economia criativa, são gerados 160 empregos diretos. E aí basta que se compare com o que é preciso para gerar um emprego numa indústria automobilística. Será preciso muito mais do que isso para gerar empregos em indústrias que têm um grau de sofisticação tecnológica muito maior<sup>25</sup>.

Outros dados ratificam a importância conferida à cultura como “fator de desenvolvimento econômico”. Em pesquisa realizada pelo IBGE, publicada em 2006, foi identificado que em 2003 havia 290 mil empresas culturais no Brasil movimentando “uma receita líquida de R\$ 156 bilhões de reais e custos de R\$ 114 bilhões o que indica uma participação do setor cultural de 6,5% dos custos totais e de 7,9% na receita líquida total”<sup>26</sup>, e que a cultura seria o quarto item de consumo das famílias. Esse mesmo estudo identificou que, em relação ao total das pessoas ocupadas no Brasil, a população ocupada em “atividades vinculadas à cultura [...] apresentou um percentual de 4,5%, em 2004, gerando uma estimativa que ultrapassa os 3,7 milhões de trabalhadores neste setor” (IBGE, 2006, p.99)<sup>27</sup>.

A importância da movimentação econômica promovida pelo entretenimento pode ser notada também pelo crescente interesse em se formar profissionais para atuar nessa área. Em 2007, por exemplo, foi criado pelo engenheiro José Augusto Kamel, na Universidade Federal do Rio de Janeiro, o primeiro MBA em Engenharia de Produção do Entretenimento da América Latina<sup>28</sup>.

Segundo o economista Fábio Sá Earp (2002), a economia da cultura faria parte de um bloco maior chamado de economia do entretenimento, que englobaria também a economia do uso do tempo, a economia do esporte e a economia do turismo (p.8). Estudos como o de Earp (2002) e de Luiz Gonzaga

---

<sup>25</sup> Entrevista encontrada em [www.pnud.org.br/educacao/entrevistas](http://www.pnud.org.br/educacao/entrevistas), consultada em 28 de agosto de 2007.

<sup>26</sup> Encontrado em [www.cultura.gov.br/noticias/noticias\\_do\\_minc](http://www.cultura.gov.br/noticias/noticias_do_minc), consultada em 16 de agosto de 2007.

<sup>27</sup> Vale notar que estes dados são referentes às pessoas ocupadas formalmente, sem contar os trabalhos de caráter informal, muito comum no setor cultural.

<sup>28</sup> [www.unimais.com.br/new/default2.asp?s=cursos3.asp&id=1624](http://www.unimais.com.br/new/default2.asp?s=cursos3.asp&id=1624), consultada em 3 de outubro de 2007.

Godoi Trigo (2003), por exemplo, demonstram que, em geral, a noção de cultura está relacionada à idéia de lazer. Assim, a economia do entretenimento seria,

Uma intrincada rede que agrupa em um mesmo fenômeno atividades que, na origem, são diferentes (esportes, notícias, arte, educação, lazer, turismo, *show-business*), mas que se articulam enquanto mercadorias destinadas a um consumo específico caracterizado pelo prazer. Surge um grande e difuso espaço que pode ser denominado “entretenimento” – ou espetáculo (TRIGO, 2003, p.21-22).

Tendo o lazer como referência, o economista Carlos Lessa (2002) diz que o alto potencial de crescimento da economia do entretenimento e da indústria cultural está relacionado ao aumento de tempo livre. Segundo o autor “a indústria cultural é que é a grande força da pós-modernidade, porque está ligada ao tempo que é crescente: o tempo livre das pessoas” (p.148). De acordo com a tese de Lessa as pessoas estariam tendo mais tempo para “livremente” consumir produtos e serviços culturais.

A diversão deixou de ser dicotomicamente separada do mundo do trabalho para tornar-se uma parte significativa da existência sob a forma de esporte, cultura, turismo, educação continuada ou entretenimento. Na verdade, entretenimento passou a ser um componente importante para atrair o consumo e oportunidades de negócios (TRIGO, 2003, p.145).

Earp (2002) divide o lazer em dois conjuntos de atividades praticadas no tempo livre: “ócio (ou lazer passivo, o nada fazer) e entretenimento (ou lazer ativo)” (p.9). O investimento no setor da economia da cultura teria, então, como tarefa atrair um público cada vez maior para a utilização de seu tempo livre em lazer ativo, ou seja, de consumo.

Mas quais seriam, então, as atividades produtivas do setor cultural? Baseado na elasticidade e subjetividade do conceito de cultura o ministro da cultura Gilberto Gil indica a tendência atual:

A ampliação do conceito de cultura também passa a reconhecer e incorporar setores da Educação e de dimensões das Telecomunicações – que passam a reconhecer como culturais atividades econômicas, tipos de emprego e ramos desses segmentos<sup>29</sup>.

O IBGE (2006) ao organizar o seu “Sistema de Informações e Indicadores Culturais” referente ao ano de 2003 partiu de uma concepção de cultura que a relaciona as atividades econômicas geradoras de bens e serviços.

O setor cultural foi definido de uma maneira empírica, tomando-se como referência inicial a definição da Unesco sobre as atividades culturais relacionadas [...] à criação, produção, e comercialização de conteúdos que são intangíveis e culturais em sua natureza (IBGE, 2006, p.13).

As atividades do setor cultural foram divididas em grandes grupos formados pela indústria de transformação; pelo comércio; pelas atividades de transporte, armazenagem e comunicação; pelas atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas; pelo setor de educação; e por um setor denominado como outros serviços coletivos, sociais e pessoais onde se inclui as atividades recreativas, culturais e desportivas (IBGE, 2006)<sup>30</sup>.

Os produtos culturais também foram detalhados e incluem artefatos de madeira e decoração; produtos impressos como jornais, revistas ou cadernos; produtos de áudio gravados como os CDs e DVDs e até mesmo o aluguel desses itens; eletrodomésticos para a reprodução de vídeo ou áudio; artigos da

---

<sup>29</sup> Depoimento do ministro Gilberto Gil encontrado em [www.cultura.gov.br/noticias/noticias\\_do\\_minc](http://www.cultura.gov.br/noticias/noticias_do_minc), consultada em 16 de agosto de 2007.

<sup>30</sup> A tabela com a relação das atividades do setor cultural presente no relatório do IBGE intitulado “Sistema de Informações e Indicadores Culturais” encontra-se nos anexos da presente pesquisa (anexo 01).

informática; brinquedos, jogos e material para o lazer; serviços de tv por assinatura e internet; atividades de cultura, lazer e festas; educação profissional e atividades de ensino; serviços e produtos da área da telefonia; e instrumentos e acessórios musicais<sup>31</sup>.

Os profissionais dessa área foram classificados em 62 ocupações diferentes, entre elas músicos, dançarinos e atores; professores, arquivologistas e produtores; locutores, *designers* e cinegrafistas; técnicos em operação de rádio e televisão; decoradores, encadernadores e reparadores de instrumentos musicais<sup>32</sup>.

Como se pode perceber através dos itens descritos acima, a noção de cultura é colocada de forma bem abrangente e relacionada a atividades comerciais. Tais atividades, por sua vez, se relacionam ao uso do tempo livre, do lazer, e ao consumo de produtos e serviços ditos culturais.

De acordo com os dados produzidos pelos relatórios indicados, a cultura em sua forma mercadoria ou como um serviço estaria expandindo um dos setores mais lucrativos deste século, o setor cultural. Por outro lado, a exemplo do que vem ocorrendo em outros setores da área social como a educação e a saúde, a cultura, hoje entendida como um “fator de desenvolvimento econômico”, vem deixando de ser uma obrigação do Estado e um direito do cidadão passando a constar nas estratégias de *marketing* de empresas. Assim, nasce o conceito de “*marketing* cultural”, amparado pela noção tão em voga nos dias de hoje: a “responsabilidade social”<sup>33</sup>.

### **I.3) O *marketing* cultural**

Longe de se dispor a atender às questões sociais de forma desinteressada<sup>34</sup>, a responsabilidade social, conforme a própria definição do

---

<sup>31</sup> Conforme os subitens da tabela do anexo 01.

<sup>32</sup> Ver tabela completa das ocupações consideradas como tipicamente culturais no anexo 07.

<sup>33</sup> O setor cultural teria ainda uma desvantagem em relação à educação e saúde por não haver a exigência de um percentual obrigatório de gastos da receita do governo nessa área.

<sup>34</sup> Segundo Gramsci (Gramsci apud Nosella, 1992, p.107 *et seq.*) a Escola “desinteressada” seria

Instituto Ethos, entidade criada em 1998 para promover a prática de responsabilidade social nas empresas (REIS, 2003, p.11), é entendida da seguinte forma:

A filantropia trata basicamente de ação social externa da empresa, tendo como beneficiário principal a comunidade em suas diversas formas e organizações. A Responsabilidade Social foca a cadeia de negócios da empresa e engloba preocupações com um público maior (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), cujas demandas e necessidades a empresa deve buscar entender e incorporar em seus negócios. Assim, a Responsabilidade Social trata diretamente dos negócios da empresa e de como ela os conduz<sup>35</sup>.

Através de um setor chamado de *marketing cultural* as empresas passam a incorporar em suas estratégias comerciais o patrocínio a projetos culturais. A economista Ana Carla Fonseca Reis ensina em seu livro “*Marketing Cultural e Financiamento da Cultura*”:

A convicção, burilada com a divulgação permanente de exemplos exitosos e com a percepção de que nenhuma empresa pode esgotar seu potencial de negócios se estiver cercada por um mar de carências, é a de que uma parceria entre projetos sociais e culturais é indiscriminadamente generosa (REIS, 2003, p.34).

Tendo em vista a afirmação acima, a economista continua dizendo que “o processo de seleção de projetos culturais é muito semelhante ao fluxo seguido pelas outras ferramentas de comunicação. [...] Ele deriva da estratégia de

---

aquela de cultura humanista, que se contrapõe ao interesse imediato e utilitário, o que não quer dizer que seja inútil ou alienada. Já a Escola “interessada” seria aquela profissionalizante, técnica e ideologicamente imediatista, onde o destino do aluno e sua atividade futura são predeterminados.

<sup>35</sup> [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br), consultada em 5 de outubro de 2007.

*marketing* da empresa” (idem, p.67). A economista destaca os objetivos a serem alcançados com os investimentos em cultura que buscam ao final do processo, fundamentalmente, um retorno financeiro maior do que o que o projeto lhe custou. Em ordem decrescente, conforme a autora, os objetivos são (idem, p.71):

- Ganho de imagem;
- Agregação de valor à marca
- Reforço do papel social da empresa;
- A obtenção de benefícios fiscais;
- Retorno de mídia (publicidade gratuita);
- Aproximação do público-alvo.

Os benefícios fiscais mencionados no quarto item acima são possíveis graças às políticas públicas implementadas no Brasil, que nos últimos governos vêm movimentando a chamada economia da cultura mediante políticas de fortalecimento do mercado cultural. O papel do Estado é o de criar as condições para ampliação desse mercado cultural, diretriz ampliada no Governo Lula, pelo ministro Gilberto Gil:

O Estado tem um papel vital no fortalecimento da economia da cultura, seja no levantamento do potencial, seja no planejamento das ações, na articulação dos agentes econômicos e criativos, na mobilização da energia social disponível, no fomento direto, na regulação das relações entre agentes econômicos, na mediação dos interesses dos agentes econômicos e dos interesses da sociedade, assim como na fiscalização das atividades. É um papel múltiplo, que exige vontade política, qualificação institucional e recursos. Não se trata de reabilitar o Estado produtor de cultura, ou o Estado dirigista. Ao contrário. Parte-se do princípio de que o Estado pode e deve estimular um ambiente favorável ao desenvolvimento de empresas e criadores, para que o mercado possa ampliar-se e realizar seu potencial, não apenas de auto-sustentabilidade, mas de ganhos sociais (emprego, renda, inclusão ao consumo de bens culturais). O Ministério da

Cultura, como eu disse, tem insistido na abordagem das conexões entre cultura e desenvolvimento e na necessidade de ampliar seu papel, somando às políticas tipicamente compensatórias aquelas capazes de diagnosticar e estimular o mercado, ou seja, as empresas e os empreendedores brasileiros que atuam no setor cultural. Trata-se de uma abordagem mais abrangente e integrada<sup>36</sup>.

Tais políticas foram inauguradas nos anos 1990, com a criação dos incentivos da Lei Federal 8.313/1991 (Lei Rouanet)<sup>37</sup> que institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), com mecanismos como o Fundo Nacional de Cultura, o Mecenato e o Fundo de Investimento Cultural e Artístico<sup>38</sup>: Em 2001 os investimentos em cultura favorecidos pela Lei Rouanet e pela Lei do Audiovisual, por exemplo, chegaram a quase R\$ 558 milhões<sup>39</sup>. A lógica dessa legislação pode permitir a uma empresa abater mais do imposto devido do que seu próprio investimento em cultura<sup>40</sup>. Segundo dados extraídos do portal *Marketing & Cultura* as vantagens seriam as seguintes<sup>41</sup>:

- O projeto cultural pode ser parte da estratégia de *marketing* da empresa ou de seu produto, com retorno muitas vezes superior às expectativas iniciais;

---

<sup>36</sup> Palestra do Ministro Gilberto Gil no Instituto Rio Branco (Brasília, 2005). Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/foruns\\_de\\_cultura/economia\\_da\\_cultura/index.html](http://www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/economia_da_cultura/index.html), consultada em janeiro de 2006.

<sup>37</sup> Ver íntegra da Lei Rouanet em <https://www.planalto.gov.br>.

<sup>38</sup> Fundo Nacional da Cultura - O Fundo Nacional de Cultura recebe recursos de diversas instituições, públicas e privadas, repassando-os a projetos de natureza comunitária ou de caráter experimental que, sem o financiamento público, dificilmente despertariam o interesse do investidor privado.

Mecenato - O mecenato consiste no apoio de pessoas físicas e jurídicas, que realizam doações ou patrocínios diretamente a projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura.

Fundo de Investimento Cultural e Artístico (FICART) – O FICART destina-se à captação de recursos no mercado financeiro mediante oferecimento de quotas de fundos em condomínio administrados por instituições financeiras fiscalizadas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM). O valor das quotas do FICART não pode ser deduzido do Imposto de Renda, pois remuneram os investidores com juros e dividendos. Disponível em <http://www.marketing-e-cultura.com.br>, consultada em 30 de novembro de 2005.

<sup>39</sup> Ver em [www.projetobr.com.br](http://www.projetobr.com.br), consultada em 30 de novembro de 2005.

<sup>40</sup> Ver: “Empresas que investem em cultura lucram mais” em <http://www.portaldovoluntario.org.br>, consultada em 30 de novembro de 2005.

<sup>41</sup> <http://www.marketing-e-cultura.com.br>, consultada em novembro de 2005.

- O custo do *marketing* através da cultura costuma ser menor se comparado com os custos de outras campanhas promocionais;
- O patrocínio de projetos culturais permite inserção do investidor no meio social, pois quem investe em cultura sempre é visto com simpatia pelo público em geral;
- O investimento cultural bem planejado pode reduzir a carga tributária da empresa, principalmente porque o valor investido, em muitos casos, é dedutível também como despesa operacional;
- Permite ao investidor acompanhar e fiscalizar mais de perto a aplicação adequada de recursos que seriam direcionados aos cofres públicos;
- Em alguns casos, garante até 25% dos produtos originados pelo projeto cultural para distribuição entre clientes ou fornecedores da empresa, como brinde ou mídia institucional.

A cultura é percebida não só como um bom negócio em si, como também um “elemento estratégico de desenvolvimento econômico”<sup>42</sup>. Em Recife, no Seminário Internacional em Economia da Cultura promovido pela Fundação Joaquim Nabuco (Fundaj) em parceria com a Unesco, com o Ministério da Cultura, com o Instituto Itaú Cultural, com a Universidade Federal do Rio Grande do Sul e com a Fundação do Patrimônio Artístico e Cultural de Pernambuco, realizado em julho de 2007, diretrizes para o desenvolvimento econômico através da cultura foram traçados, assim como foi “a etapa inicial de uma série de ações da Fundação Joaquim Nabuco neste campo, abrindo caminho para a criação da primeira turma do Curso de Pós Graduação em Economia da Cultura”<sup>43</sup>.

Para esse evento foram produzidos artigos que revelam o pensamento do empresariado da relação entre desenvolvimento e cultura que fundamentalmente aponta para a cultura como uma promissora alavanca

---

<sup>42</sup> [www.cultura.gov.br/noticias/noticias\\_do\\_minc](http://www.cultura.gov.br/noticias/noticias_do_minc), consultada em 16 de agosto de 2007, sobre o Seminário Internacional em Economia da Cultura.

<sup>43</sup> [www.fundaj.gov.br](http://www.fundaj.gov.br), consultada em 23 de agosto de 2007.

econômica<sup>44</sup>. O que os investidores ressaltam é, principalmente, a capacidade do investimento no setor cultural gerar lucro.

Em artigo produzido pela superintendente do Santander Cultural Liliana Magalhães, por exemplo, são apontadas vantagens do investimento em *marketing* cultural, que vem a ser, segundo a autora, “uma prática de gestão que inclui e vincula necessariamente os atores públicos, privados e comunitários”<sup>45</sup>. Segundo Liliana Magalhães, os ganhos no investimento em *marketing* cultural são os seguintes:

- ganho com visibilidade, na divulgação de seu conhecimento, práticas e serviços;
- reforço do posicionamento institucional e de mercado;
- comercialização de produtos;
- geração de negócios;
- promoção de intercâmbio;
- potencialização de atuação em rede, com universos e práticas diferentes, capazes de gerar produtos com a soma do que cada um tem a oferecer<sup>46</sup>.

O depoimento de Liliana Magalhães ratifica as supostas vantagens e a capacidade de obtenção de lucro ao se desenvolver programas culturais como estratégia de negócios:

Com o papel mobilizador desempenhado pelo Santander Cultural, o empreendimento funcionou como uma antena parabólica, capaz de captar no mercado parceiros e iniciativas que agregaram produtos e serviços ao projeto, e assim praticamente duplicaram o investimento direto da instituição. Enquanto o Santander Cultural

---

<sup>44</sup> Entre os “mais influentes e poderosos no investimento de cultura do país” presentes nas discussões promovidas pelo Seminário,, segundo a matéria publicada na Folha de Pernambuco em 16 de julho de 2007, está o superintendente do Itaú Cultural, o diretor do SESC-SP, a gerente de patrocínio da Petrobrás e a superintendente do Santander Cultural ([www.fundaj.gov.br](http://www.fundaj.gov.br), consultada em 23 de agosto de 2007).

<sup>45</sup> [www.fundaj.gov.br](http://www.fundaj.gov.br), consultada em 23 de agosto de 2007.

<sup>46</sup> [www.fundaj.gov.br](http://www.fundaj.gov.br), consultada em 23 de agosto de 2007.

investiu cerca de **R\$ 900 mil** na mostra, as instituições parceiras aportaram produtos, serviços, recursos humanos, conhecimento e chancela, gerando um valor de cash equivalente estimado em **R\$ 753 mil**. Todos os parceiros aproveitaram o espaço para realizar demonstração de seus produtos, mobilizar clientes, efetuar vendas e capacitar o público para os usos inovadores dos produtos<sup>47</sup>.

Através do que foi exposto, percebemos que os investimentos são direcionados, estrategicamente, para certos produtos culturais capazes de contribuir para a concretização dos objetivos das empresas - o lucro. Contrariando os preceitos do próprio relatório da Unesco que aponta para investimentos que contribuam para o apoio à diversidade cultural, tal situação revela a contradição em se propor um projeto de desenvolvimento econômico que atenda às questões de desenvolvimento culturais humanas.

Em recente debate promovido pelo Observatório Itaú Cultural, transmitido ao vivo pela internet em 12 de novembro de 2007, Teixeira Coelho observa que o antropólogo Lévi-Strauss já alertara a Unesco que um projeto de desenvolvimento cultural não deveria apoiar a preservação de produtos culturais, mas sim a preservação das condições necessárias à produção da diversidade cultural.

Segundo Teixeira Coelho (2004) a diferença entre uma e outra proposta está na diferença entre os conceitos de “ação cultural” e “fabricação cultural”. O primeiro termo estaria ligado a um “processo de invenção e construção conjunta, entre mediadores e público, dos fins e meios culturais visados, não raro definidos apenas no decorrer do próprio processo” (TEIXEIRA COELHO, 2004, p.175). Já o segundo seria um “processo de mediação cultural com ponto de partida, etapas intermediárias, fim e finalidade previstos” (idem).

Na direção da observação de Teixeira Coelho, os projetos culturais desenvolvidos através do *marketing* cultural seriam projetos de “fabricação cultural”, uma vez que tais projetos partem de fins estabelecidos, e que têm

---

<sup>47</sup> [www.fundaj.gov.br](http://www.fundaj.gov.br), consultada em 23 de agosto de 2007.

como meta final a lucratividade da empresa. O que se espera da atividade cultural promovida pela empresa é contribuir, entre outros, na construção de uma imagem que a torne mais “humanizada”.

A “necessidade cultural”, assim como a necessidade de saúde e educação, se vê enfatizada nos discursos políticos e, principalmente, no discurso daqueles que investem neste setor. Como exemplo, vemos abaixo o discurso do empresário Sérgio Reis da Costa e Silva, dona da empresa Carpex Empreendimentos e Promoções Ltda., empresa que trabalha com exportações, como o Consórcio de Exportação de Confecção Infantil, e projetos culturais como o projeto intitulado Música no Museu, entre outros:

Ao patrocinar um evento cultural, uma empresa não está só contribuindo para difundir as artes no país como também associando a sua imagem ao sucesso do evento. É exatamente isto que a Carpex Empreendimentos vem fazendo: Projetos culturais de sucesso que atuam positivamente no Brasil, no exterior e na imagem da sua empresa<sup>48</sup>.

Como vemos, o *marketing* cultural se utiliza das premissas do relatório da Unesco, onde a “democratização do acesso à cultura”, a “promoção de diversidade cultural” e a “defesa e preservação da identidade de um povo”, entre outros jargões, vêm sendo utilizados para justificar os seus fins.

A “necessidade cultural” percebida como um componente estrutural do ser humano é, assim, apropriado e absorvido pelas estratégias de *marketing* de empresas. Segundo Reis (2003), o *marketing* cultural, teria como finalidade usar “a cultura como base e instrumento para transmitir determinada mensagem (e, a longo prazo, desenvolver um relacionamento) a um público específico, sem que a cultura seja a atividade-fim da empresa” (p.4).

Teixeira Coelho (2004) alerta que mesmo utilizando conceitos vagos para se explicar a cultura, há certo consenso que associa os produtos culturais como “aqueles que expressam idéias, valores, atitudes e criatividade artística”

---

<sup>48</sup> Texto encontrado em [www.carpex.com.br/index2](http://www.carpex.com.br/index2), consultada em 15 de agosto de 2007.

(p.318), e que oferecem entretenimento e informação, sendo de origem popular ou industrial, e destinados a um público restrito ou amplo (idem).

Os produtos culturais, sendo produzidos pela lógica da produção de mercadorias capitalistas onde o lucro é a meta que se sobrepõe a qualquer outro imperativo, contêm valores imateriais implícitos que são utilizados para agregar valor a tais produtos. O *slogan* da gravadora Som Livre, utilizado na época áurea da comercialização de discos, era enfático: “Disco é Cultura”. Teixeira Coelho (2004) diz que “o significado que se pretendia passar era que o consumo de discos conduzia àquele estado de espírito desenvolvido” (p.105).

Como vemos, se a economia da cultura assim como a economia do turismo e do esporte está relacionada ao lazer, por outro lado, os produtos culturais possuem um diferencial em relação a outras mercadorias. Esta é uma aparência que fetichiza o produto e encoberta suas reais condições de produção. Conforme também observa David Harvey (2005):

É inegável que a cultura se transformou em algum gênero de mercadoria. No entanto, também há a crença muito difundida de que algo muito especial envolve os produtos e os eventos culturais (estejam eles nas artes plásticas, no teatro, na música, no cinema, na arquitetura, ou, mais amplamente, em modos localizados de vida, no patrimônio, nas memórias coletivas e nas comunhões afetivas), sendo preciso pô-los à parte das mercadorias normais, como camisas e sapatos. Talvez façamos isso porque somente conseguimos pensar a seu respeito como produtos e eventos que estão num plano mais elevado da criatividade e do sentido humano, diferente do plano das fábricas de produção de massa e do consumo de massa. No entanto, mesmo quando nos despimos de todos os resíduos de pensamento tendencioso (muitas vezes com base em ideologias poderosas), ainda assim continuamos considerando como muito especiais esses produtos designados como “culturais”. Como a condição de mercadoria de tantos desses fenômenos se harmoniza com seu caráter específico? A relação entre cultura e capital, é evidente, requer inquirição cuidadosa e escrutínio matizado (HARVEY, 2005, p.221).

O ponto de vista que compartilhamos entende que a produção cultural não é uma produção autônoma, desconectada dos aspectos materiais da vida. Assim, para fins deste trabalho não nos interessa discutir a legitimidade “artística” dos produtos da indústria cultural, tal qual foi a crítica de Adorno (1985 e 2000)<sup>49</sup>. De acordo com Teixeira Coelho (2004), nossa preocupação está em salientar que “a cultura é hoje claramente um produto a que se chega mediante um complexo de operações bem definidas pelo sistema de produção econômica em geral” (p.13), mas que isso não significa que tais produtos não tenham, necessariamente, um “valor próprio”. Porém, o valor de uso ou o valor artístico desses produtos não os tornam imunes ao sistema capitalista, que, como indica Teixeira Coelho (idem), “nem por isso deixam de ser produtos econômicos oriundos de um sistema de produção materialmente bem definido” (p13).

Tolila (2007) indica de forma sintética as etapas da produção de bens culturais, como os produtos da indústria fonográfica. Segundo o autor, esse processo compreende cinco fases: a fase de criação; a fase de edição e produção; a fase de fabricação; a fase de distribuição; e a fase da comercialização pública (pp.38-39).

O trabalho de Prestes Filho (2004) também divide esse processo em cinco etapas semelhantes, apresentado como a Cadeia Produtiva da Economia da Música. O estudo da cadeia produtiva nos permite visualizar como se dão e como se relacionam cada etapa desse processo, como veremos a seguir.

---

<sup>49</sup> Santos (2004) discute questões importantes apresentados por Adorno e Horkheimer na obra “Dialética do Esclarecimento”, publicada em 1947. “A Dialética do Esclarecimento apresenta o desenvolvimento do que seus autores consideram uma nova indústria do capital. Se os monopólios culturais, na época em que Adorno e Horkheimer escrevem, ainda podiam ser considerados fracos e dependentes em relação aos setores do aço, petróleo, eletricidade e química com os quais os autores os compararam, hoje, por certo, a situação se transformou profundamente de modo que os filmes e a televisão americanos se constituem, junto com o agrobusiness e a indústria de armamentos, os principais produtos de exportação da maior potência econômica mundial” (p.66). Concordando com Jameson, o autor indica que “as questões de fundo são [...] as de uma discussão que tematiza a ideologia e o poder a partir da ação da indústria cultural” (p.72). Apesar da pertinência da crítica de Adorno e Horkheimer, o conteúdo de tudo o que seria produzido pela indústria cultural foi radicalmente questionado, em especial por Adorno, ao considerar que tais produtos atrofiam a espontaneidade e adultera “não só a consciência, mas a própria vida sensorial” (p.79). Por considerar a legitimidade dos produtos da indústria cultural uma questão demasiadamente complexa optamos por não discuti-la na presente tese.

#### I.4) A cadeia produtiva da economia da música

O economista Fábio Sá Earp (2002) diz que os estudos sobre a *Economia do Entretenimento* tratam de investigar o que são e como se desenvolvem as práticas de entretenimento, e que “tais práticas de entretenimento na maior parte das vezes exigem que seus consumidores gastem dinheiro, com o que gera renda que sustentam os fornecedores desses serviços” (EARP, 2002, p.8). O campo chamado de *Economia do Entretenimento* analisa os aspectos econômicos dessas práticas e engloba os estudos sobre a economia do uso do tempo, economia do esporte, economia do turismo e economia da cultura.

Earp (2002, p.38) considera que na economia da cultura estariam contidas sete cadeias: música; livro/imprensa; artes plásticas e antiguidades; cinema e tv; artes performativas; publicidade; arquitetura e *design*.

Nestas cadeias podemos diferenciar por tipo de produto (bens e espetáculos) e por forma de produção (artesanal e industrial). Todas as atividades culturais nascem da criação humana, isolada ou em pequenos grupos. A diferença aparece no caso da difusão. Alguns produtos são serviços gerados por uma atividade artesanal, que não sobrevivem ao ato de consumo. Aí estão incluídos os espetáculos teatrais e musicais. Outros geram bens não reproduzíveis como é o caso da pintura e da escultura, ou de tiragem limitada, como a gravura. Finalmente, outros ainda entram como insumos em cadeias industriais e transformam-se em bens de consumo de massas – livros, jornais, filmes, vídeos, discos, design, fotografias (EARP, 2002, pp.38-39).

Como vimos através do relatório intitulado “Sistemas de informações e indicadores culturais - 2003” produzido pelo IBGE (2006), pode-se ter idéia daquilo que vem sendo considerado como atividade econômica do setor cultural, quer estejam ligadas direta ou indiretamente à cultura. São consideradas participantes das atividades culturais a indústria da

transformação – que fabrica desde os suportes para áudio, como os CDs, até os aparelhos de reprodução sonora, por exemplo –, o comércio – com atividades ligadas diretamente à cultura, como a venda de livros, e as atividades indiretas, como a venda de computadores –, e os serviços - como a atividade artística, a publicidade e o ensino.

O relatório indica que a economia da cultura “pelo lado da oferta, tem o seu maior peso nas atividades de serviços, que participam com 60,6% das empresas, 55,3% do pessoal ocupado, e 68,5% do valor adicionado do conjunto dos setores econômicos definidos como culturais” (IBGE, 2006).

No Rio de Janeiro, segundo Prestes Filho (2002), a “participação do setor cultural no PIB fluminense é de 3,8%, contra apenas 1% no PIB nacional” (p.13), o que atestaria a vocação, segundo o autor uma vocação histórica, “do povo fluminense para transformar lazer e alegria em riqueza material” (idem). O caso de maior distinção seria o carnaval carioca, identificado como o “maior espetáculo popular do planeta”, que “movimentou, em 2001, R\$ 1,5 bilhão, dos quais R\$ 60 milhões em gastos ligados diretamente a atividades essencialmente carnavalescas” (PRESTES FILHO, 2002, p.14).

A música é, em particular, apontada como “o maior conteúdo do mundo em entretenimento. É duas vezes maior que o esporte” (MEDINA, 2002, p.60). Além do já citado caso do carnaval carioca, o empresário Roberto Medina (2002) aponta o Rock in Rio, projeto idealizado e desenvolvido por esse empresário e que já teve quatro edições no Rio de Janeiro, como um exemplo de projeto a ser desenvolvido no setor cultural-econômico..

Durante o último Rock in Rio, a cidade do Rio de Janeiro alcançou 100% de ocupação na indústria hoteleira e as viagens nacionais e internacionais cresceram 28% em comparação com o mesmo período do ano anterior. Até a semana anterior ao evento, o projeto havia gerado 7 mil empregos diretos, que pularam para 14 mil durante o evento. Por aí, percebe-se a capacidade de mobilização econômico-financeira de um espetáculo dessa natureza (MEDINA, 2002, p.62).

A economia da música estaria contida, então, na economia da cultura, que, por sua vez, faria parte de um grande complexo chamado economia do entretenimento.

Seguindo a proposição de Earp, a cadeia produtiva da economia da música englobaria produtos diferenciados (bens ou espetáculos) e formas distintas de produção (artesanal ou industrial). Participaria desta cadeia a produção musical material, ou seja, a produção de artefatos como CDs e DVDs, por exemplo, e a produção de espetáculos musicais, shows, concertos etc., além da produção do que viabilizaria o funcionamento desta cadeia, como a fabricação de instrumentos musicais, equipamentos de gravação, de suporte virgem, assim como a formação de artistas e técnicos, meios de difusão, divulgação, venda etc.

Através do modelo de cadeia produtiva da economia da música, proposta por Prestes Filho (2004), se pode visualizar o entrelaçamento dessa produção. O quadro a seguir representa as cinco etapas que, segundo Prestes Filho, compõe a cadeia produtiva da economia da música:

Quadro 01: Etapas da Cadeia Produtiva da Economia da Música

	Pré-produção
	Produção
	Distribuição
	Comercialização
	Consumo

Fonte: Prestes Filho (2004). Elaboração própria.

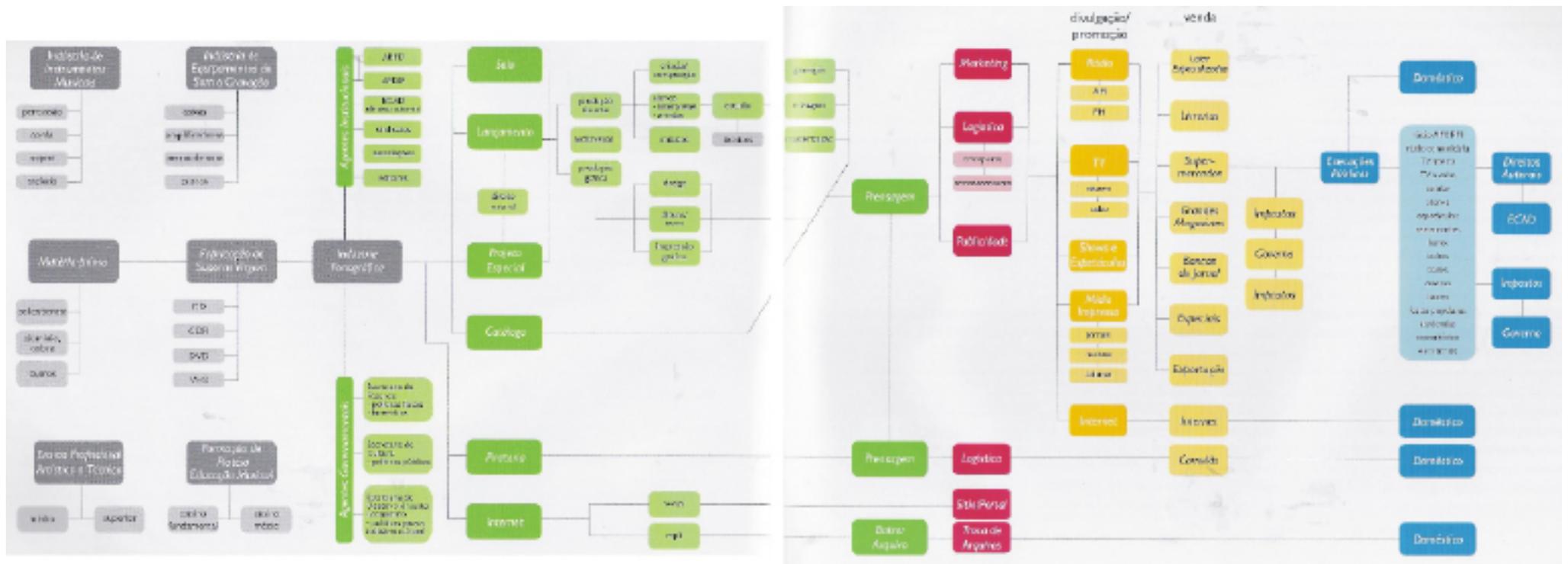
Os cinco grandes blocos que compõem a cadeia produtiva da economia da música podem ser resumidos da seguinte forma:

- **Pré-produção** – indústria de instrumentos musicais, equipamentos de som e gravação; fabricação de matéria-prima e suporte virgem; ensino profissional (artístico e técnico); Educação Musical.

- **Produção** – indústria Fonográfica (selo/lançamento/projeto, produção de arte e gráfica, criação/composição, elenco (intérpretes e artistas), estúdios e técnicos, gravação/mixagem/masterização, prensagem); agentes governamentais e institucionais.
- **Distribuição** – *marketing*; logística (transporte e armazenamento); publicidade.
- **Comercialização** – divulgação e promoção (rádio, TV, shows e espetáculos, mídia impressa, internet); venda.
- **Consumo** – execuções públicas e domésticas.

A figura abaixo representa a forma como esses blocos se relacionam:

Figura 01: Cadeia Produtiva da Economia da Música



Fonte: Prestes Filho, 2004, pp.30 e 31

Prestes Filho (2004) considera que a “cadeia produtiva, num entendimento consensual, é uma noção que pressupõe, para elaboração de um produto final, o seqüenciamento de diversas fases do processo, mais valor agregado ao produto, denotando um fazer industrial” (idem, p29).

Neste contexto, a cadeia produtiva da economia da música é um complexo híbrido, constituído pelo conjunto de atividades industriais e serviços especializados que se relacionam em rede, complementando-se num sistema de interdependência para a consecução de objetivos comuns nos âmbitos artísticos, econômico e empresarial (PRESTES FILHO, 2004, p.29).

Segundo a definição de Prestes Filho (2004), a indústria fonográfica “é o conjunto fabril das atividades de gravação de som, constituindo a espinha dorsal a partir da qual emergem, em torno da qual gravitam, ou para a qual convergem as atividades desenvolvidas no âmbito dos demais aspectos da cadeia” (idem, p.32). De acordo com a figura nº01, a indústria fonográfica propriamente dita (aquela que produz o fonograma) não abrange toda a cadeia, mas representa o elo que confere a ela movimento.

Vale ressaltar que a movimentação econômica gerada pela produção musical vai além da produção musical em si. A cadeia produtiva da música envolve profissionais diversos, além de estabelecer elos com outros segmentos produtivos, movimentando cifras financeiras astronômicas.

Essa cadeia pode ser conhecida a partir de qualquer ponto, evidenciando a complexidade da rede de negócios que ela produz. Dias (2000, p.103) por sua vez indica que cada elo da cadeia produtiva da economia da música passaria, também, por um processo de especialização, tornando-se um micro-universo produtivo.

O exemplo encontrado em Earp (2002), partindo do simples ato de escutar uma música, contribui para a compreensão da idéia de uma cadeia produtiva na música:

A música que nosso personagem escuta pode estar sendo tocada naquele instante pelos vizinhos e, na versão mais simples, pode tratar-se de composições próprias ou de improviso jazzístico. Neste caso, podemos acompanhar a cadeia produtiva a partir dos instrumentos musicais, de seus vendedores varejistas, daí para os atacadistas e os fabricantes, os fornecedores de equipamentos, até os madeireiros e mineradores que ofertam as matérias primas. Caso estejam tocando algo de autoria de terceiros podemos seguir o caminho que vai desde a livraria onde se vende a pauta musical até a editora, daí até o autor. Mas em geral nosso herói escuta música no rádio. Aqui temos uma cadeia produtiva do equipamento receptor [...], e outra que produz o programa de rádio. [...] E essa música tocada no rádio vem do disco, que se nos aparece como uma cadeia que vem dos varejistas, passa pelas gravadoras, pelos produtores de aparelhos de som [...] (EARP, 2002, p.21-22).

Podemos “puxar o fio” de uma cadeia produtiva a partir de algo maior. Um mega evento da atualidade como o *Rock in Rio*<sup>50</sup>, por exemplo, além da produção do espetáculo musical (o que já envolve uma gama imensa de profissionais do meio musical), movimenta também setores como os de transporte, hoteleiro, bebidas e alimentação, fabricação de subprodutos com a marca *Rock in Rio* (adesivos, camisetas, brindes, etc.), entre outros (PRESTES FILHO, 2002).

Esse é, também, o caso do carnaval, a maior festa brasileira em termos econômicos, capaz de gerar uma receita considerável, atraindo o turismo interno e internacional e triplicando o volume de comércio e serviço nos dias de folia. As principais escolas de samba arrecadam cerca de US\$ 5 milhões, por meio da venda de ingressos, direitos autorais e editoriais do disco e o

---

<sup>50</sup> O Rock in Rio é um megaevento que teve sua primeira edição em 1985 no Rio de Janeiro, com a duração de 10 dias e com um público estimado em 1 milhão e 380 mil pessoas (<http://www.roadiecrew.com.br>, consultada em 14 de dezembro de 2005). Segundo a página [www.zerozen.com.br/anos80/rockinrio](http://www.zerozen.com.br/anos80/rockinrio) (consultada em 14 de dezembro de 2005), nesse evento “o Mc Donald's vendeu - em um só dia - 58 mil hamburgers e entrou para o Guinness Book of Records”.

pagamento da transmissão pela televisão e outros canais<sup>51</sup>. Os blocos carnavalescos movimentam cerca de US\$ 800 milhões por ano, superando a receita do maior produto de exportação da Bahia, o cacau. Não é sem motivo, portanto, que a chamada Micareta (carnaval fora de época), vem se expandindo em várias cidades brasileiras<sup>52</sup>.

No caso do carnaval, cabe destacar que o seu processo de profissionalização e comercialização é visível a partir da década de 1960. Institui-se o trabalho remunerado, inclusive o do carnavalesco - artista plástico que concebe e produz o espetáculo. Figuras-chave para o sucesso do desfile, como o mestre (diretor de bateria), o puxador do samba (o cantor), o casal de mestre-sala e porta-bandeira, passam a ter um alto valor de mercado, sendo seu passe vendido em alguns casos como o dos craques do mundo do futebol (LESSA e AGUINAGA, 2002).

Através do que tratamos até aqui pudemos observar que, segundo a proposta de diversos autores, a produção de música faz parte de um mercado denominado como setor cultural, ou economia da cultura, que faria parte por sua vez de um complexo maior que é a economia do entretenimento. Esse é o contexto aonde a produção de música vem sendo enquadrada na atualidade e, junto com os outros setores culturais, vem movimentando grande quantidade de capital financeiro. Tendo como foco somente a produção musical, a organização dessa produção em uma cadeia produtiva, conforme demonstrou Prestes Filho, nos permitiu observar a complexidade da rede que engloba diversos setores produtivos ligados direta e indiretamente ao produto musical.

O emaranhado de redes produtivas que envolve os produtos culturais, a profissionalização do trabalho do artista, tudo isso é fruto de um longo processo

---

<sup>51</sup> “A partir de 1995 a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro privatiza definitivamente a produção do desfile, ficando a renda distribuída em 74% para as escolas, 16% para o poder municipal e 10% dos direitos autorais e editoriais. Cada samba-enredo do grupo especial recebe cerca de R\$ 30 mil pela venda, direito de arena e execução de sua música. Com as recentes reformulações da lei de incentivo à cultura, quase todas as escolas de samba tornaram-se capazes de captar patrocínio por meio de isenção fiscal” (www.rosanevolpatto.trd.br/lendacarnaval.html, consultada em 2007).

<sup>52</sup> www.rosanevolpatto.trd.br/lendacarnaval.html, consultada em 2007. Em função do carnaval, inclusive o carnaval fora de época, a participação da cultura no PIB baiano está entre 4 e 5% (www.agecom.ba.gov/exibe\_noticia, consultada em 28 de agosto de 2007).

histórico onde se estabeleceram as condições para o desenvolvimento de um mercado para os bens culturais. Eagleton (1993) observa que esse mercado se desenvolve e a produção artística obtém autonomia apenas quando essa produção se torna efetivamente uma mercadoria.

Jardim (1988) ressalta três momentos fundamentais que marcam as transformações ocorridas nos processos de produção musical e no surgimento de um mercado para a música: “a) a invenção da escrita e o desenvolvimento da leitura e da literatura musicais; (b) a conquista da impressão musical e o estabelecimento de uma indústria, bem como de um comércio, editorial musical; (c) a invenção dos meios de gravação e reprodução fonomecânicos e o estabelecimento de uma indústria fonográfica” (JARDIM, 1988, p.14).

Para melhor contextualizar toda a discussão que iremos empreender nos capítulos seguintes, onde buscaremos demonstrar como a indústria fonográfica veio modificando a sua forma de produzir, o seu produto e as relações de trabalho entre contratantes e contratados, reservamos ao Capítulo II desta tese a tarefa de, mesmo que de forma breve, situar o leitor nas formas assumidas pelo trabalho artístico, destacando em especial o momento de transição onde a produção musical assume a forma de mercadoria e um mercado de compra e venda de música e de serviços musicais começa a se formar. Os processos históricos que permitiram a transição entre uma arte de artesão, onde o músico produz para certo patrono, para a uma produção destinada a um mercado é o que trataremos a seguir.

## **CAPÍTULO II**

### **A economia da Música: processos históricos**

## II.1) A transição da “arte de artesão” para a “arte de artista”

*“O artista na época do capitalismo encontrou-se numa situação muito peculiar. O Rei Midas transformava tudo o que tocava em ouro: o capitalismo transformou tudo em mercadoria.”  
Ernst Fischer*

Conforme aponta Fischer (s.d., p.59), na economia capitalista, qualquer coisa que apresente um potencial como valor de troca pode ser transformada em mercadoria, e essa regra se aplica também a manifestações artísticas como o teatro, a dança, a pintura e a música<sup>53</sup>.

O texto que desenvolveremos a seguir aponta para marcos que constituem um processo histórico onde foram criadas algumas das condições que propiciaram o desenvolvimento de um mercado para a música. Como consequência desse processo, o trabalho com a arte tornou-se um trabalho

---

<sup>53</sup> “Como a mercadoria é um produto que é trocado, aparece como unidade de dois aspectos diferentes: sua utilidade para o usuário, que é o que lhe permite ser objeto de uma troca; e seu poder de obter certas quantidades de outras mercadorias nessa troca. Ao primeiro aspecto, os economistas políticos clássicos chamavam *valor de uso*; ao segundo, *valor de troca*” (FOLEY, 2001, p.401).

profissional e o produto do trabalho do artista, conforme destaca Fischer, uma mercadoria<sup>54</sup>.

### **II.1.1) Processos de produção da música ocidental: breve histórico**

A historiografia da música ocidental, apesar de nos fornecer dados relevantes dos povos da Antiguidade (fontes bibliográficas e iconográficas, sistemas de grafia musical, fontes paleográficas, entre outras) procura estabelecer a música cristã primitiva como marco histórico para o desenvolvimento da música ocidental. Portanto, é através da música cristã, europeia e grafada que a grande maioria dos historiadores começa a contar a história da música ocidental. Assim, mesmo na Europa ocidental, pouco se sabe da música de tradição oral, aquela que se fazia nas ruas<sup>55</sup>.

Historiadores relatam que por todo o período que compreende a Idade Média, a música era destinada ao culto religioso e a igreja encarregava-se de preparar músicos, inicialmente cantores, para os serviços religiosos (RAYNOR, 1986; GROUT e PALISCA, 1994)<sup>56</sup>. A figura do músico compositor só vai aparecer no século XII, na França, através do trabalho de músicos como Léonin

---

<sup>54</sup> “A mercadoria é, antes de mais nada, um objeto externo, uma coisa que, por suas propriedades, satisfaz necessidades humanas, seja qual for a natureza, a origem delas, provenham do estômago ou da fantasia” [...] A utilidade de uma coisa faz dela um valor-de-uso. [...] “Como valores de uso, as mercadorias são, acima de tudo, de diferentes qualidades, mas, como valores de troca, são meramente quantidades diferentes” (MARX, 1983, pp.41-44).

<sup>55</sup> De uma forma geral a bibliografia que trata da história da música ocidental começa no fim do mundo antigo, da música grega, e segue até o século XX mostrando como se desenvolveram os estilos musicais na Europa. Como a música grafada era a eclesiástica, são os estilos que se desenvolveram a partir do canto litúrgico os que são levados em conta. Essa lacuna deve-se ao fato de não existirem fontes documentais dessa música dita “popular”. Somente na alta Idade Média, principalmente através do estudo da música trovadoresca que floresceu no século XI, pode-se ter alguma idéia desse repertório mais “popular”. A música da plebe somente pode ser intuída, a partir de relatos daqueles que escreveram sobre seu tempo, desde Platão e Aristóteles.

<sup>56</sup> A música ocidental vai se desenvolver no interior da igreja católica. “Em 326 d.C., o Imperador Constantino declarou que o cristianismo seria adotado como a religião oficial em Roma” (MENUHIN e DAVIS, 1990, p.46), assim como em todas as suas conquistas territoriais. Da mesma forma que a religião, a música católica seria considerada a música ‘oficial’ e propagada, não sem conflitos, por todo o território de ocupação cristã.

e Pérotin. Antes disso, o foco estava apenas na música, estando o músico a serviço da igreja<sup>57</sup>.

Foi através do desenvolvimento do comércio e das cidades européias que a música “oficial” passou a desempenhar outros papéis, além de propiciar o desenvolvimento da música instrumental: “a música tornou-se uma necessidade social e cerimonial com a formação das bandas citadinas de guardas, que tornaram a música instrumental mais popular e respeitável” (RAYNOR, 1986, p.38). A secularização da música vai ocorrer a partir do renascimento, principalmente com o surgimento de gêneros como a ópera e como a suíte barroca, músicas para o entretenimento. Assim, os músicos contratados pelo Rei, além de servirem também à Igreja, prestavam outros serviços circunscritos à vida cortesã: compor obras musicais para festas, comemorações, etc.

Assim como a nobreza achava que sua posição e prestígio exigiam as saudações de trompas e tambores, e nas suas diversões sociais o prazer de instrumentos de corda e sopro, as classes médias exigiam que a música acrescentasse glórias simbólicas e concretas a seus feitos. Ao mesmo tempo em que as cidades continentais tratavam de glorificar as igrejas e ampliar os coros religiosos além de empregar os melhores cantores e compositores para o serviço da religião, desejavam música socialmente, para fomentar a dignidade e civilização de suas vidas (RAYNOR, 1986, p.69).

Raynor (1986, p.116) diz que foi na Renascença, com a estabilização da mudança do centro de gravidade da música da Igreja para o palácio, onde se instituiu a música como profissão<sup>58</sup>. Porém a oferta de trabalho, e

---

<sup>57</sup> “Entre os séculos V e IX os povos do Norte e Ocidente da Europa converteram-se ao cristianismo e às doutrinas e ritos da igreja Romana. O canto gregoriano ‘oficial’ estava já implantado no império franco antes de meados do século IX; desde então até quase o final da Idade Média todos os desenvolvimentos importantes da música tiveram lugar a norte dos Alpes” (GROUT e PALISCA, 1994, p.70).

<sup>58</sup> “Depois de 1400 d.C., a Renascença estava em sua glória e os dias mouros na Europa estavam quase terminados. As batalhas finais entre cristãos e muçulmanos estiveram muito ligadas ao surgimento da Inquisição. [...] Dois músicos importantes deste período foram John

consequentemente a estabilidade profissional do músico, não era tão grande quanto se poderia supor.

Essa era a vulnerabilidade do músico palaciano. Ele ficava a mercê do patrão, e se nada fizesse para aborrecer o empregador estava seguro até a morte dele. Então o contrato terminava automaticamente [...] mas talvez fosse aproveitado pelo governante seguinte. Os músicos eram menos importantes que os servidores e administradores civis, de modo que eram os primeiros a sofrer com a escassez de dinheiro que frequentemente acontecia nas tesourarias reais e aristocráticas (RAYNOR, 1986, p.116).

Além da Igreja e da Corte, os músicos podiam se estabelecer nos centros urbanos atuando, como era comum na época, como vigias (função que esteve em atividade até o princípio do século XVII) e no fornecimento de música para as atividades sociais como casamentos e funerais. A qualificação de mão de obra para este tipo de serviço era organizada, especialmente a partir do século XI, em confrarias, que mais tarde deram origem a corporações de músicos, “proporcionando formação profissional à maneira dos atuais conservatórios” (GROUT e PALISCA, 1994, p.84)<sup>59</sup>.

Raynor (1986) observa que nessas confrarias os mestres (intérpretes/compositores) mantinham aprendizes “destinados a se qualificar como músicos mediante um sistema de instrução não essencialmente diferente daquele pelo qual um aprendiz de alfaiate se qualificava como mestre do ofício” (idem, p.70)<sup>60</sup>. Nesse mesmo sentido, Elias (1995) destaca que apesar do

---

Dunstable, na Inglaterra, e Guillaume Dufay, na França” (MENUHIN e DAVIS, 1990, p.66).

<sup>59</sup> “O século XI tem uma importância crucial na história do Ocidente. Os anos 1000-1100 d.C. presenciariam um reanimar da vida econômica um pouco por toda a Europa ocidental, um aumento da população, o desbravar de terras incultas e o nascimento das modernas cidades; a conquista da Inglaterra pelos Normandos, alguns passos importantes no sentido da reconquista da Espanha aos muçulmanos, a primeira cruzada; um ressurgimento cultural, com as primeiras traduções do grego e do árabe, os primórdios das universidades e da filosofia escolástica e a difusão da arquitetura românica. A independência cultural do Ocidente foi-se assinalando com o desenvolvimento da literatura em língua vernácula e encontrou seu símbolo nocisma definitivo entre as igrejas do Ocidente e do Oriente em 1054” (GROUT e PALISCA, 1994, p.96).

<sup>60</sup> Jardim (1988) observa que até a música se tornar uma mercadoria, o que foi possibilitado

prestígio que em certos lugares e certas ocasiões o músico pudesse ter, principalmente em função do cargo que exercia em cortes e círculos aristocráticos de prestígio, sua condição social era igual à de qualquer artesão. “Os músicos eram tão indispensáveis nestes grandes palácios quanto os pasteleiros, os cozinheiros e os criados, e normalmente tinham o mesmo *status* na hierarquia da corte” (ELIAS, 1995, p.18).

O trabalho musical estava sempre subordinado a um patrono ou a alguma instituição que o financiasse. Assim, a música composta “não existia primariamente para expressar ou evocar os sentimentos pessoais, as tristezas e as alegrias das pessoas individualmente. Sua função primária era agradar aos senhores e senhoras elegantes da classe dominante” (ELIAS, 1995, p.89). A música era produzida por seu *valor de uso*, e o seu produtor, o músico, conforme aponta Elias, tinha o mesmo *status* social que qualquer artesão.

Chegamos ao século XVIII com o comércio e as cidades em pleno desenvolvimento<sup>61</sup>. Na área da música, com o aprimoramento das técnicas de impressão musical e com o advento do concerto público – além das aulas particulares que já eram recorrentes –, o músico passa a poder contar com outras possibilidades de trabalho<sup>62</sup>. Porém, esta relativa autonomia do trabalho do músico só vai efetivamente acontecer a partir do início do século XIX, onde se inicia o desenvolvimento de um mercado para a compra e venda de serviços e mercadorias musicais. A possibilidade de se estabelecer um mercado autônomo para a música mudava, aos poucos, o *status* social de seu produtor. De *artesão* o músico passava a *artista*.

---

pelo advento da impressão musical conforme veremos adiante, as funções de intérprete e compositor se fundem em uma única pessoa.

<sup>61</sup> “Em fins do século XVI e início do século XVII, quase todas as grandes cidades da Inglaterra, França, Espanha e dos Países Baixos (Bélgica e Holanda) já se tinham transformado em prósperas economias capitalistas, dominadas pelos mercadores capitalistas, que controlavam não só o comércio, mas também grande parte da indústria. Nas modernas nações-estado, coalizões de monarcas e capitalistas tinham retirado o poder efetivo da nobreza feudal de muitas áreas importantes, principalmente nas relacionadas com a produção e o comércio. Esta época do capitalismo é conhecida, geralmente, como *mercantilismo*” (HUNT, 2005, p.41).

<sup>62</sup> O advento do concerto público se deu em diversas localidades da Europa como a Alemanha, sendo Munique, uma das primeiras cidades européias a ter concertos profissionais regulares (RAYNOR, 1986, p.367).

## II.1.2) O músico: de artesão à artista

As possibilidades de estabilidade profissional através de aulas particulares e concertos públicos até o final do século XVIII na Europa ainda eram incipientes e, embora já existisse música impressa desde fins do século XV, o mercado de edições musicais só se consolidaria a partir do século XIX<sup>63</sup>.

A dificuldade de reproduzir graficamente as complexidades da notação contemporâneas, e a incerteza de um mercado válido para música composta no que podemos chamar de princípio de consumismo que exigia a quase imediata substituição da obra logo após ter sido ouvida uma ou duas vezes, tornava a sua publicação um empreendimento comercial arriscado (RAYNOR, 1986, p.118).

O século XVIII presenciou um processo de autonomização da vida profissional do músico, que deixou de depender de um patrono para conquistar um mercado variado de compradores<sup>64</sup>. Na Europa, Mozart e Beethoven são exemplos desse processo. Com maior ou menor estabilidade, foram músicos que

---

<sup>63</sup> No Brasil, em 1811, foi autorizada por D. João o funcionamento de uma tipografia privada, e as primeiras publicações musicais começaram a aparecer, no Rio de Janeiro, nos anos 1820 (LEME, 2006, p.126).

<sup>64</sup> Sobre o processo de autonomização da atividade artística, Bourdieu (2005) diz que “embora a vida intelectual e artística estivesse sob a tutela, durante toda a Idade Média, em grande parte do Renascimento e, na França, com a vida na corte, durante todo o período clássico, de instâncias de legitimidade externas, libertou-se progressivamente, tanto econômica quanto socialmente, do comando da aristocracia e da Igreja, bem como de suas demandas estéticas. Tal processo sucedeu em meio a uma série de outras transformações: a) a constituição de um público de consumidores virtuais cada vez mais extenso, socialmente mais diversificado, e capaz de propiciar aos produtores de bens simbólicos não somente as condições mínimas de independência econômica mas concedendo-lhes também um princípio de legitimação paralelo; b) a constituição de um corpo cada vez mais numeroso e diferenciado de produtores e empresários de bens simbólicos cuja profissionalização faz com que passem a reconhecer exclusivamente um certo tipo de determinações como por exemplo os imperativos técnicos e as normas que definem as condições de acesso à profissão e de participação no meio; c) a multiplicação e a diversificação de instâncias de consagração competindo pela legitimidade cultural, como por exemplo as academias, os salões [...], e das instâncias de difusão cujas operações de seleção são investidas por uma legitimidade propriamente cultural [...]” (p.100).

viveram de forma autônoma em Viena, em função da apresentação de suas obras em concertos a um público pagante e vendendo suas obras a editores<sup>65</sup>.

Tal autonomização implicou em uma série de mudanças nos processos de produção musical. Podemos destacar esse momento como aquele onde a música, ao tornar-se reprodutível, deixa de ser produzida apenas por seu *valor de uso* e passa a ser também produzida e comercializada por seu *valor de troca*<sup>66</sup>. Essa transição é denominada por Norbert Elias (1995) como a transição de uma “arte de artesão” para uma “arte de artista”.

Segundo o autor, a “arte de artesão” é aquela onde a produção de arte é direcionada para “um patrono pessoalmente conhecido, com *status* social muito superior ao do produtor” (ELIAS, 1995, p.135). Já a “arte de artista” seria aquela “criada para um mercado de compradores anônimos, mediados por agências tais como negociantes de arte, editores de música, empresários etc. (...), [e onde pode haver] paridade social entre o artista e o comprador de arte” (idem).

Neste sentido Fischer (s.d.) indica que “antes, o artesão trabalhava para atender à encomenda de um determinado cliente particular” (p.59), e que neste novo contexto capitalista que se anunciava “o patrocinador individual foi invalidado por um mercado livre no qual a avaliação das obras de arte se tornava difícil, precária, e onde tudo dependia de um conglomerado anônimo de consumidores chamado ‘público’” (idem).

Os aspectos apontados por Elias e Fischer caracterizam a transição ocorrida no século XVIII, onde um mercado para a compra e venda de música,

---

<sup>65</sup> Norbert Elias (1995) analisa este processo de transição tendo como exemplo a vida de Mozart, músico que viveu na segunda metade do século XVIII. Segundo o autor, foi a rejeição a uma vida profissional segura, porém limitada que a corte oferecia ao músico da época, e a tentativa de se estabelecer como um profissional autônomo em uma época que ainda não havia sedimentado as condições necessárias para uma vida profissional autônoma, o que levou Mozart à ruína de sua vida profissional e financeira. Talvez Mozart, se não tivesse uma morte prematura aos 35 anos, pudesse alcançar o sucesso de Beethoven que “tratou dos seus negócios muito mais atiladamente que Mozart e continuou a fazer um sucesso artístico e financeiro numa existência aventureira de autor autônomo” (RAYNOR, 1986, p.376).

<sup>66</sup> Isso não significa que a música deixou de ter um valor de uso, mas que, como mercadoria, ela passa a ser equiparada a outras mercadorias em função de seu valor de troca. Ao se produzir para um mercado de compradores é o valor de troca das mercadorias o que determina sua produção.

quer seja sob a forma de mercadoria (a partitura impressa) ou sob a forma de serviço (o concerto público), começa a se formar e que se consolidaria nos séculos seguintes. A obra de arte sob a forma de mercadoria estaria assim, “cada vez mais subordinada às leis da competição” (FISCHER, s.d., p.59).

Desta forma, entendemos que a diferença atribuída por Elias entre “arte de artesão” e “arte de artista” está, além da mudança no *status* social do músico, ligada a uma mudança estrutural nos processos de trabalho musical<sup>67</sup>. Essa mudança irá determinar aspectos como o processo de elaboração do produto, as relações de trabalho, as relações de produção, o direcionamento ou adequação do produto ao mercado consumidor, e a qualificação profissional do músico, entre outros.

Os pontos fundamentais da distinção que Elias quer demonstrar no processo ocorrido no século XVIII e sedimentado ao longo do século XIX, tendo como base ainda as observações de Jardim (1988), procuramos resumir da seguinte forma:

Quadro 02: A transição da “arte de artesão” para a “arte de artista”

“Arte de Artesão”	“Arte de Artista”
Intérprete e compositor se fundem numa mesma pessoa.	A impressão musical possibilita a difusão da obra do compositor, estabelecendo a divisão entre intérprete e compositor.
Formação musical geral em confrarias e irmandades.	Formação especializada: os músicos começam a se especializar nas funções de instrumentistas, compositores, cantores ou regentes em cursos oferecidos por conservatórios de música (mudança nas relações técnicas de produção <sup>68</sup> ).

<sup>67</sup> “Os elementos do processo de trabalho são três: primeiro, o trabalho em si, uma atividade produtiva com um objetivo; segundo, o(s) objeto(s) sob os quais o trabalho é realizado; e terceiro, os meios que facilitam o processo de trabalho” (MOHUN, 2001, p.229).

<sup>68</sup> “As relações técnicas de produção musical são determinadas pelas formas que os agentes de produção têm de controlar os seus instrumentos de trabalho. Existem especificidades técnicas que tornam o trabalho de um compositor diferente do trabalho de um instrumentista ou de um

“Arte de Artesão”	“Arte de Artista”
O músico detém os instrumentos para a realização de seu trabalho até a etapa final, onde se dá o consumo.	Mediado pelo editor, o músico não participa de todo o processo produtivo <sup>69</sup> (mudança nas relações sociais de produção <sup>70</sup> ).
Produção destinada a um patrono. (valor de uso)	Produção destinada a um mercado. (valor de troca)
<i>Status</i> social de artesão.	<i>Status</i> social de artista.
Produção conduzida segundo um único padrão estético (o do patrono).	Produção estética mais diversificada proporcionando inovações técnicas e estilísticas.

Fonte: Elias (1995) e Jardim (1988). Elaboração própria.

Através do que apresentamos até aqui podemos concluir que no século XVIII a Europa presenciou mudanças estruturais nos processos de produção musical, mudando não só a forma da atividade produtiva, o objeto e os meios de produção, como também o *status* social do músico, que deixa de ser encarado como um mero *artesão* e passa a condição de *artista*.

A conquista da impressão musical e o estabelecimento de um mercado editorial para a música são indicados por Jardim (1988) como um segundo grande marco nos processos de produção musical. O primeiro é atribuído à invenção da escrita musical e o desenvolvimento da leitura e da literatura musicais. Esse segundo grande marco só veio a ocorrer no Brasil no início do

---

professor” (JARDIM, 1998, p.26).

<sup>69</sup> “O músico perde o controle do processo de produção do qual participa e passa a ser um mero fornecedor de matéria prima e força de trabalho para o processo de produção industrial-musical” (JARDIM, 1988, p.16).

<sup>70</sup> “As relações sociais de produção musical são as relações que se estabelecem entre proprietários dos meios de produção e os produtores diretos. Essas relações dependem do tipo de relação de propriedade, posse, disposição, usufruto, etc. que eles estabelecem com os meios de produção. Por exemplo, na produção musical, os empresários, proprietários de casas de espetáculos, donos de empresas de gravação e etc. são detentores de meios de produção enquanto que os músicos, como tais, não o são” (JARDIM, 1998, p.26).

século XIX quando começa a se constituir um mercado para a compra e venda de música (LEME, 2006).

## **II.2) A impressão musical e a ascensão de um mercado para a música no Brasil**

O Rio de Janeiro do início do século XIX vivenciou importantes mudanças sociopolíticas e culturais, em função, principalmente, da chegada da Corte Portuguesa, em 1808. Uma série de aspectos decorreu com a chegada da Família Real na cidade e com a elevação do Brasil a Reino Unido. Entre eles está o aumento das camadas médias e o surgimento de novos campos e espaços de produção e consumo musicais, como o teatro lírico e o teatro de variedades, as sociedades musicais não oficiais e as instituições de caráter lítero-musicais, além do maior *status* das festas populares entre as camadas médias, o que favoreceu intensas trocas culturais (LEME, 2006, p.9 e p.17). Esse ambiente associado ao surgimento de novas tecnologias no final do século XVIII e a autorização conferida por D. João para o estabelecimento de tipografias e impressas no Brasil em 1811, foi o que propiciou o surgimento das primeiras publicações sobre música no país. A primeira tipografia a imprimir uma publicação relacionada à música foi a tipografia de Silva Serva, em Salvador, na Bahia (idem, pp.8-9)<sup>71</sup>.

Segundo Leme (2006), “o nascimento da impressão musical foi um fator decisivo na transformação da música em produto, em mercadoria” (idem, p.9), e, apesar de ainda incipiente na década de 1820, “cinquenta anos depois já havia feito da música uma mercadoria com um público fiel, formado principalmente pelas camadas letradas da sociedade” (p.5).

No Rio de Janeiro a impressão musical encontrou um fértil terreno para se expandir. Leme diz que “o Rio de Janeiro no século XIX era mesmo uma

---

<sup>71</sup> Com a publicação do livro “Viola de Llereno” de Domingos Caldas Barbosa, publicado em oito folhetos em 1813 (LEME, 2006, p.8).

cidade propensa à sonoridade rotineira das bandas de música, da música dos teatros, das óperas, das igrejas, dos pianos, das violas das folias e de violões seresteiros” (LEME, 2006, p.2), e que “em meio a tantos gostos, práticas e consumos musicais, o mercado de músicas impressas procurou diversificar-se e crescer no sentido de ampliar, moldar e consolidar tais consumos” (idem, p.5).

Leme indica que a impressão musical favoreceu ainda a ampliação de outros setores do mercado da música:

Interessante perceber como a grande maioria de editores que se firmavam no mercado de impressão musical eram também comerciantes de instrumentos, músicos profissionais, compositores e professores de música. De forma dialética, a impressão musical refletiu a grande expansão da atividade musical em geral e o novo lugar que a música passou a ter no século XIX (LEME, 2006, p.10)<sup>72</sup>.

Apesar de ainda não se constituir como indústria, pelo seu caráter ainda manufatureiro e por seu processo de produção ainda artesanal, a impressão musical foi o germe de uma cadeia produtiva da economia da música que se constituiria com a implementação e o desenvolvimento da indústria fonográfica no Brasil no século seguinte.

Apesar de ter-se iniciado timidamente ainda nos anos 1820, a imprensa musical tomou impulso a partir da década de 1840/50, crescendo muito na segunda metade do século XIX até as duas primeiras décadas do século XX, quando a gravação sonora surgiu e tornou-se uma novidade que passaria pouco a pouco a monopolizar esse mercado (LEME, 2006, pp.10-11).

A importância da impressão musical no Brasil, conforme a análise de Leme (2006), não está apenas no desenvolvimento das técnicas que, entre

---

<sup>72</sup> “A maioria dos músicos atuantes no Rio de Janeiro ao longo do século XIX, sejam músicos de orquestras de teatros líricos ou de costumes e da Capela Imperial, trabalhou como professor e comerciante de música” (LEME, 2006, p.159).

outros motivos, possibilitaram a constituição do mercado da música através do comércio de edições musicais. “É com a entrada em cena da impressão musical que se dá o nascimento do ‘compositor(a) de canções populares’ (autor)” (idem, p.18). Segundo a tese de Leme,

O que levou a uma consciência progressiva sobre a questão dos “direitos autorais”<sup>73</sup> foi justamente a percepção de que a música começava a dar lucro (mas principalmente para os editores/empresários). E eles perceberam que a “música popular” também era lucrativa, desde que esse novo mercado fosse bem estruturado, tarefa que dezenas de editores levaram a cabo (LEME, 2006, p.18)<sup>74</sup>.

Além disso, o conceito de “música popular” começa a ser formado nesse período, em função também da constituição de nichos de mercado através da atividade dos editores de música.

A julgar pelo repertório pianístico editado pelas primeiras imprensas de música da cidade, podemos dizer que os cultores do novo instrumento, o piano-forte, também eram dados às modinhas e lundus, que aos poucos iam ganhando o título de música característica nacional, pois que certamente eram diferentes dos gêneros de canção acompanhada que invadiam a cidade, trazidos pelos artistas estrangeiros que aportavam na cidade (LEME, 2006, p.51)<sup>75</sup>.

---

<sup>73</sup> Sobre a questão dos direitos autorais, Franceschi (2002) diz que “no século XIX, o editor comprava os direitos da composição e a editava em partitura para piano. As casas de música promoviam o sucesso mantendo em suas lojas pianistas que passavam as partituras para conhecimento dos compradores” (p.222).

<sup>74</sup> A autora levantou, no período entre 1817 e 1889, a atividade de cerca de 49 editores (LEME, 2006).

<sup>75</sup> A modinha é um “canto urbano de salão, de caráter lírico, sentimental. [...] Os musicólogos discutem, sem chegar a resultados conclusivos, se a modinha nasceu em Portugal ou no Brasil e se é de origem popular ou erudita. O que é certo é que ela era cantada, com acompanhamento de viola de arame, pelo mulato brasileiro Domingos Caldas Barbosa, na corte de D. Maria I em Portugal. A modinha foi o primeiro gênero popular brasileiro a ser divulgado com sucesso fora do país, há 250 anos (ALBIN, 2006, p.480). O lundu é uma dança e um canto “de origem africana introduzido no Brasil provavelmente por escravos vindos de Angola. Inicialmente

Figura 02: Capa da Coleção Bevilacqua de Modinhas e Lundus<sup>76</sup>.



Fonte: Leme, 2006, p.307.

Conforme a análise de Leme (2006), a importância das modinhas e lundus vai além do âmbito meramente mercadológico.

Muito embora esse tipo de canção não tenha sido o único formato de música sobre o qual se construiu o *mito*, a ideia de uma *brasilidade* musical, ele certamente foi de essencial importância. É justa e principalmente através das

confundido com o batuque africano, do qual proveio, tachado de indecente e lascivo nos documentos oficiais que proibiam sua apresentação nas ruas e teatros, o lundu em fins do século XVIII não era ainda uma dança brasileira, mas uma dança africana no Brasil. [...] Como gênero de música cantada, o lundu começou como canção solista, cantado à viola, para depois transformar-se em música instrumental, ponteadado à viola ou ao bandolim, ou executado ao cravo. O lundu-dança continuou a ser praticado por negros e mestiços, enquanto o lundu-canção passou a interessar aos compositores de escola e músicos de teatro, onde era feito para ser dançado e cantado com letras engraçadas e maliciosas (ALBIN, 2006, p.421).

<sup>76</sup> Segundo Leme (2006), “a empresa da família Bevilacqua foi, sem sombra de dúvida, uma das mais importantes editoras de música que atuaram no Rio de Janeiro (e que posteriormente teve filiais em São Paulo e Juiz de Fora) desde meados do século XIX” (p.281).

modinhas e lundus que os poetas e homens de letras da geração romântica, assim como, posteriormente, os folcloristas promoveram a afirmação de uma música *nacional* (LEME, 2006, p.57)<sup>77</sup>.

A invenção posterior dos meios de gravação e reprodução fonomecânicos e o estabelecimento de uma indústria fonográfica marcariam um terceiro momento histórico nos processos de produção musical, conforme a análise de Jardim (1988, p.14).

Com o surgimento das técnicas de gravação se deu o desenvolvimento e a ampliação do mercado da música. A composição musical, representada em etapa anterior pela partitura impressa, nesta terceira etapa deixa de ser um produto em si passando a fazer parte de uma nova mercadoria: o disco. Esse novo formato da obra musical também implicaria em uma série de mudanças em sua produção:

Como conseqüência, as formas artesanais de produção se convertem em processos marginais, ao mesmo tempo em que sua sobrevivência fica reduzida aos poucos espaços não preenchidos pelo mecanismo industrial de produção. [...] Um outro aspecto fundamental a ser apontado como característica da conversão da música em produto industrial, dá conta da alienação do músico, isto é, no processo industrial de produção, o músico está definitivamente separado do produto final. O músico perde o controle do processo de produção do qual participa e passa a ser um mero fornecedor de matéria prima e força de trabalho para o processo de produção industrial-musical (JARDIM, 1988, p.16).

Nesse mesmo sentido, Dias (2000) indica que

O processo de gravação tornou-se cada vez mais racional e artificial e (...) definiu mudanças radicais nas relações de trabalho. Assim, as

---

<sup>77</sup> Para uma análise sobre a formação de campos de produção e consumo de música popular, e sobre a criação de uma “identidade” brasileira através da música, ver LEME, 2006.

tecnologias de produção musical vieram, definitivamente, distanciar a atmosfera de artesanidade do processo de produção na indústria fonográfica (DIAS, 2000, p.67).

Esse terceiro momento representou a efetiva expansão e consolidação de um mercado para a música no Brasil.

## **II.3) Breve histórico do desenvolvimento da indústria fonográfica no Brasil**

### **II.3.1) Processos de produção e relações de trabalho**

O nascimento do que viria a se tornar a indústria fonográfica brasileira é creditado a Frederico Figner (natural da antiga tchecoslovaquia), quando introduz as chamadas *máquinas falantes* no Brasil, criadas pelo eletricitista americano Thomas Edison em 1878<sup>78</sup>.

Figura 03: O fonógrafo



Fonte: [www.sindmusi.com.br](http://www.sindmusi.com.br)

---

<sup>78</sup> Tinhorão (1981) diz que os fonógrafos criados por Edison tinham como intuito inicial serem “úteis aos empresários para ditar cartas comerciais e às crianças para aprenderem a ler” (p.14), daí o fonógrafo ser chamado de *máquina falante*. Franceschi (2002) diz que antes de Figner, em 1878, já havia sido realizada uma “demonstração experimental do fonógrafo numa das Conferências da Glória, no Rio de Janeiro” (p.18).

Em 1900, Figner fundou a Casa Edison<sup>79</sup>, onde comercializava fonógrafos, gramofones, cilindros, discos importados e fonogramas gravados por ele próprio (ZAN, 2001, p.107). A fundação da Casa Edison é considerada um marco, pois,

A partir de então, começou a formar-se um mercado de música gravada no país, por meio do qual era veiculada, por quase todo o território nacional, uma gama de gêneros populares urbanos que se constituíram, especialmente no Rio de Janeiro, em fins do século XIX e início do século XX (ZAN, 2001, p.107).

Figura 04: Capa do Catálogo de 1902 da Casa Edison



Fonte: Franceschi, 2002, p.42.

<sup>79</sup> A Casa Edison era situada na Rua do Ouvidor, no Rio de Janeiro, com filial na Rua da Carioca 54 e na Rua Marechal Floriano 66. Havia ainda filiais na Bahia, Pará e São Paulo (FRANCESCHI, 2002, p.51).

Segundo a bibliografia existente sobre o assunto, o primeiro disco gravado no Brasil data de 1902, com a música “Isto é bom” do compositor Xisto Bahia, gravada por Baiano (Manoel Pedro dos Santos)<sup>80</sup>. Porém, não havia ainda em terras brasileiras a possibilidade de fabricação dos discos propriamente ditos.

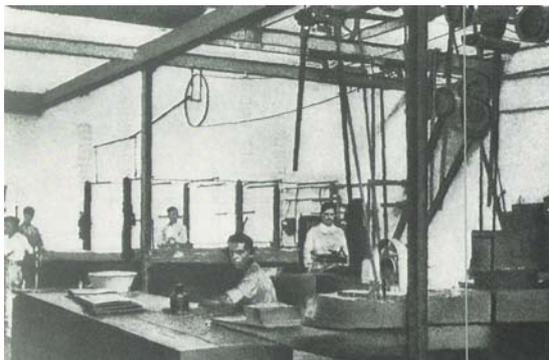
Em janeiro de 1902, [...] numa primeira série, mais de 200 ceras foram processadas por Hagen, técnico gravador da Zonophone; numa segunda, em abril/maio, pouco mais de 500 por Pacoast, outro técnico de gravação, também da Zonophone, que se constituiu na primeira remessa mandada por Figner para fabricação de discos na Alemanha (FRANCESCHI, 2002, p.195).

Naquele momento o mercado para o comércio de disco já se mostrava promissor. Segundo depoimento do próprio Figner, em 1911 foram vendidos 840 mil discos com um lucro líquido de 700 contos (FRANCESCHI, 2002, p.195). Segundo Franceschi, “provavelmente este fato [o crescimento do mercado] justificou ao grupo Lindstron a montagem da fábrica no Rio de Janeiro que se chamaria Odeon” (idem, p.196). Assim, a instalação da fábrica Odeon ocorreu em 1913, antes mesmo de se iniciar o processo mais geral de industrialização no Brasil, o que só veio a ocorrer na década de 1930. “Executado por Frederico Figner com projeto de instalação vindo da Alemanha, era uma realidade inédita. A fábrica, prevista para a produção de 1.500.000 discos por ano, podia ser considerada de grande porte para a época” (idem, p.198).

---

<sup>80</sup> Franceschi (2002) observa que esta afirmação “decorre [apenas pelo fato] de ter ele recebido o número 1 no catálogo da Casa Edison” (idem, p.94).

Figura 05: Fábrica Odeon.



Fonte: FRANCESCHI, 2002, p.211<sup>81</sup>.

Como consequência do surgimento das gravações o mercado de trabalho para o músico popular se amplia e uma nova forma de mercadoria musical entra em cena: o disco. Tinhorão (1998) indica a profissionalização de cantores (solistas ou dos coros)<sup>82</sup>, a participação mais ampla de instrumentistas (de orquestras, bandas e conjuntos em geral), o surgimento de figuras novas (o maestro-arranjador e o diretor artístico), e o aparecimento de fábricas que exigiam capital, técnica e matéria-prima.

Além disso, em função das técnicas de gravação que foram se desenvolvendo, houve a necessidade de adaptação da produção artística aos meios mecânicos e posteriormente eletrônicos<sup>83</sup>. A interpretação dos cantores e a instrumentação das músicas também foram influenciadas pelas condições técnicas de gravação. Assim,

A partir das suas relações com a indústria fonográfica nascente e com o público de música popular, o artista começava a adquirir certas

---

<sup>81</sup> “A Fábrica Odeon era composta por onze departamentos e tinha auto-suficiência industrial. Com uma equipe de 150 operários, operava com trinta prensas manuais de precisão capazes de produzir 125.000 discos por mês. Para um dia de trabalho, previam-se serem feitos, em média, 4.166 discos, o que daria 13 discos por hora de prensa, numa jornada de 12 horas, com um disco a cada quatro minutos” (FRANCESCHI, 2002, p.203).

<sup>82</sup> Na verdade não seria uma profissionalização, mas sim uma intensificação e ampliação do trabalho.

<sup>83</sup> Franceschi (2002, p.221) contabiliza cinco gravadoras existentes no Rio de Janeiro no período das gravações mecânicas: a Casa Edison, a Casa Faulhaber, a Grand Record Brazil, a Fábrica Popular e a Columbia.

habilidades para reconhecer as regras do mercado musical em formação e orientar suas práticas de artista [...], e o compositor popular desenvolve habilidades para produzir canções com letras concisas, andamento dinâmico e melodias simples capazes de serem memorizados com facilidade pelo público ouvinte (ZAN, 2001, pp.108-109)<sup>84</sup>.

Bem diferente do que ocorre nos dias de hoje, nos primórdios da indústria fonográfica as relações de trabalho eram mais simples, e a questão do direito autoral menos complexa: “só se gravava música cujo direito havia sido comprado ou doado, o que muitas vezes ocorria” (FRANCESCHI, 2002, p.221). Bruno Ferreira Gomes (1985) nos conta, por exemplo, que por volta da década de 1930, o compositor Wilson Batista, ao chegar ao Rio de Janeiro, “vendia tudo o que fazia”. Seu cliente era o “famoso” Mister Evans, gravadora da RCA Victor.

O direito autoral, restrito ao comércio das edições musicais e das gravações em disco, simplificava bastante a relação entre o autor e os empresários/comerciantes.

Desde o início da industrialização do processo sonoro, o pagamento do direito de autor, segundo critério estabelecido, valia \$100, \$200 ou \$300 (trezentos réis) por face do disco. [...] Esse era o critério médio. Em alguns casos, eram pagos até \$500 por face. A partir de 1920, passaram a ser fornecidos blocos contendo selos. O autor os destacava, colava na etiqueta da face do disco onde se encontrava sua composição, e os assinava. A quantidade de selos no bloco correspondia ao número de cópias da primeira prensagem. Valendo-se dessas duas maneiras, os problemas com direitos autorais eram normalmente resolvidos com simplicidade (FRANCESCHI, 2002, p.221).

Mas, desde que se tornou uma mercadoria, os direitos intelectuais sobre a obra nem sempre foram respeitados e somente em 1891, a Constituição

---

<sup>84</sup> Para maiores detalhes ver a dissertação de Eduardo Vicente “A música popular e as novas tecnologias de produção musical” (1996).

Federal Brasileira inclui pela primeira vez a questão do direito autoral em suas cláusulas (PRESTES FILHO, 2004, 126)<sup>85</sup>. Franceschi diz que do final do século XIX até o ano em que foi fundada a Sociedade Brasileira de Autores Teatrais (SBAT), em 1917, não se sabe ao certo como se dava o recolhimento de direitos autorais (FRANCESCHI, 2002, p.222).

Gomes (1985) diz que

A nossa música popular sempre foi pródiga para ser negociada, e isto eu tenho a impressão que desde os tempos do Império. Basta dizer que as músicas de Ernesto Nazareth estão todas, ou quase todas negociadas, com recibos de compras, mas recibos até ilegais, com vendas sórdidas mesmo, como se se tratasse das mais prosaicas mercadorias (p. 79).

Com o advento do rádio, do cinema e, posteriormente, da televisão, essa relação ficou bem mais complexa.

O disco tornou-se matéria-prima para o preenchimento do tempo vago nas transmissões radiofônicas. Esse tempo estava claramente dividido em dois períodos: o da noite, destinado a apresentações ao vivo de cantores e músicos; e o do dia, preenchido por transmissão de música gravada. Era um novo meio de comércio e os intérpretes, então denominados criadores, passaram a ter presença significativa. A partir dessa época, o direito autoral passou a ser pago, não apenas pelos discos vendidos, mas também, pelo número de vezes que a gravação era transmitida pelo rádio ou por qualquer outro veículo (FRANCESCHI, 2002, p.225).

---

<sup>85</sup> Um caso muito comentado é o de Chiquinha Gonzaga que teria, em viagem pela Europa, encontrado numa loja de música exemplares de composições musicais de sua autoria. Ao retornar ao Brasil foi reclamar com Figner, provável responsável pela autorização da publicação em terras estrangeiras. Figner acabou pagando a quantia de quinze contos de réis pelas músicas editadas sem autorização. Essa hipótese é refutada por Franceschi, pois para que fosse paga esta quantia, pelos seus cálculos, teriam de ser vendidas 450.000 partituras na Alemanha, o que parece pouco provável para o autor (FRANCESCHI, 2002, p.224).

Se de um lado temos um processo de trabalho cada vez mais complexo, resultando em relações de trabalho também mais complexas, por outro o mercado de trabalho se amplia e o músico passa a contar com um leque maior de oportunidades de trabalho, através tanto do desenvolvimento da indústria do disco como dos meios de divulgação e reprodução sonora. Também veremos que, de acordo com autores como Dias (2000) e Franceschi (2002), o desenvolvimento da técnica e da tecnologia é central aos processos de produção musical.

### **II.3.2) A produção musical: uma cronologia**

Segundo a cronologia organizada pelos pesquisadores Jairo Severiano e Zuza Homem de Mello (1998a), abrangendo o período entre 1901 e 1985, a produção de música popular brasileira pode ser dividida em seis fases<sup>86</sup>. A primeira, de 1901 a 1916, quando ainda predomina a influência da música européia, especialmente a francesa, e o piano é o instrumento mais popular. Nesta fase, quando ainda era freqüente que músicos “pianeiros” fossem convidados a participar de reuniões sociais e festas, a principal mercadoria era ainda a partitura. “Além de mais baratos que as orquestras, eles conheciam bem o gosto da classe média e tocavam o instrumento de sua preferência [o piano]. Não havia família mais ou menos remediada que não ostentasse um piano na sala de visitas” (SEVERIANO E HOMEM DE MELLO, 1998a, p.18). Na década de 1910 o cinema mudo também é um campo de trabalho para o músico, “fazendo uma espécie de fundo musical para os filmes mudos exibidos, quanto nos salões de entrada destes, onde além de entreterem os pagantes,

---

<sup>86</sup> Nossa análise está restrita ao âmbito da música popular brasileira. Concordando com Dias (2000), entendemos que “o universo do mercado de música é, quase que completamente, tomado pela música popular de massa, a música pop, e o popular traz o referido sentido da popularidade adquirida através do mercado” (pp.45-46). Sobre o mercado da música erudita, em especial do cantor lírico, ver o trabalho de Juliana Coli (2006).

também distraíam o público que se aglomerava nas calçadas para ver-lhes as apresentações”<sup>87</sup>.

Nesse período também havia como meio de trabalho para o músico o teatro e a composição, através da venda de partituras. Isso já acontecia de forma intensa desde o final do século XIX.

A partir da década de 1880, vislumbrou uma nova oportunidade profissional com o sucesso do teatro musical no Brasil. Em 1859, fora fundado o Alcazar Lírico, inaugurando as famosas temporadas de operetas e abrindo espaço para os compositores e músicos de então<sup>88</sup>.

No setor editorial, Chiquinha Gonzaga, por exemplo, teve seu primeiro sucesso, a polca “Atraente” de 1877, publicada em 15 edições pelo Imperial Estabelecimento de Pianos e Música, de Artur Napoleão e Leopoldo Miguez. A partitura foi vendida nas ruas “chegando a ganhar uma letra anônima, que fazia referências ferinas ao estilo de vida da compositora”<sup>89</sup>. No ano seguinte lançou dois mil exemplares da polca "Sultana", editada pela loja da Viúva Canongia. Foi neste período, em 1907, criado o Centro Musical do Rio de Janeiro, reconhecido como sindicato da classe pelo Ministério do Trabalho em 17 de fevereiro de 1932<sup>90</sup>.

A segunda fase da cronologia proposta por Severiano e Homem de Mello (1998a), que vai de 1917 a 1928, é marcada pela formação de gêneros musicais como o samba, a marchinha e a canção carnavalesca (idem, p.49). Os autores dizem que, assim como no período anterior, esta fase é pobre de letristas e que as empresas fonográficas, a exemplo do que acontecia com a música americana, diminuíram seus investimentos em bandas e grupos de choro dando prioridade às chamadas *jazz-bands* (idem, p.50). Em 1917, foi criada pela compositora

---

<sup>87</sup> [www.sindmusi.com.br](http://www.sindmusi.com.br), consultada em 25 de março de 2007.

<sup>88</sup> Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira (<http://www.dicionariompb.com.br/> consultado em 25 de março de 2007).

<sup>89</sup> Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira (<http://www.dicionariompb.com.br/> consultado em 25 de março de 2007).

<sup>90</sup> [www.sindmusi.com.br](http://www.sindmusi.com.br) , consultada em 25 de março de 2007.

Chiquinha Gonzaga junto com Viriato Correia, Raul Pederneiras e outros, a Sociedade Brasileira de Autores Teatrais (SBAT), sociedade que hoje está associada, ao lado de mais nove entidades, ao Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD)<sup>91</sup>.

Dois eventos importantes aconteceram ao final desta fase e que teriam influência direta no mercado da música: a chegada do rádio, em 1922, e o cinema falado, que teve sua estréia no dia 13 de abril de 1929 no cinema Paramount de São Paulo<sup>92</sup>.

O ano de 1929 confirmaria que o cinema falado viria para ficar e a crise se desencadeou no setor musical perdurando por toda a década de 30, com músicos desempregados aos borbotões, muitos dos quais vão buscar outras formas de sustento e abandonam a música<sup>93</sup>.

Pode-se também perceber a influência do desenvolvimento tecnológico na interpretação, principalmente dos cantores, no final deste período quando começa a fase dos “grandes cantores” da indústria fonográfica brasileira.

Prenunciando uma fase de culto à voz, que atingiria o auge em todo o país nos anos trinta, aumenta a partir de 1927 a produção de discos cantados, que passam a superar por larga margem os instrumentais. O fato tem tudo a ver com a chegada neste ano no Brasil do sistema eletromagnético de gravação do som, um dos grandes inventos tecnológicos do pós-guerra. Liberados das limitações da gravação mecânica, que os obrigava quase gritar para registrarem suas vozes, os cantores podem agora cantar de forma mais natural, além de terem um som de muito melhor qualidade na reprodução das gravações (SEVERIANO e HOMEM DE MELLO, 1998a, p.50).

---

<sup>91</sup> O ECAD é uma sociedade civil, de natureza privada, instituída pela Lei Federal nº 5.988/73 e mantida pela atual Lei de Direitos Autorais brasileira – 9.610/98 ([www.ecad.org.br](http://www.ecad.org.br)).

<sup>92</sup> A primeira sessão de cinema no Brasil foi realizada em 1896, no Rio de Janeiro. O primeiro filme brasileiro foi rodado em 1898 por Afonso Segreto. (fonte: <http://www.webcine.com.br/historia4.htm>, consultada em 14 de março de 2007).

<sup>93</sup> [www.sindmusi.com.br](http://www.sindmusi.com.br), consultada em 25 de março de 2007.

Com o crescimento da popularidade dos cantores crescem também o número de ouvintes de discos e, conseqüentemente, o faturamento da indústria fonográfica.

O terceiro período, que vai de 1929 a 1945, é reconhecido por Severiano e Homem de Mello (1998a) como a primeira grande fase da música popular brasileira. “É a chamada Época de Ouro, em que se profissionaliza, vive uma de suas etapas mais férteis e estabelece padrões que vigorarão pelo resto do século” (idem, p.85). Segundo esses autores, entre 1931 e 1940 o samba foi o gênero mais gravado, “ocupando 32,45% do repertório registrado em disco (2176 sambas de um total de 6706 composições)” (idem, p.86). Ao contrário dos períodos anteriores, o letrista começa a ganhar maior destaque, sendo Noel Rosa uma referência para o período. Duas figuras importantes para a música popular brasileira ganham destaque no papel de arranjador: Pixinguinha e Radamés Gnattali, que “consagrados como instrumentistas e compositores, entram também para a história como criadores de padrões de orquestração para a música popular brasileira” (idem). A orquestração de Radamés Gnattali em “Aquarela do Brasil”, música de Ari Barroso lançada em disco em 1939 na voz de Francisco Alves é um exemplo do padrão assinalado por Severiano e Homem de Mello.

O cinema foi de fundamental importância na divulgação da imagem dos artistas, pois, numa época em que ainda não havia a televisão, a única forma de se divulgar suas imagens era através de jornais e revistas. Em 1933, com o lançamento do documentário “A voz do Carnaval” (direção de Adhemar Gonzaga e Humberto Mauro, produzido pela Cinédia) temos a estréia de Carmem Miranda no cinema e o início da comédia musical brasileira. “Um lucrativo negócio, esses filmes tinham como chamariz a apresentação na tela de nossos cantores populares, na maioria das vezes interpretando música carnavalesca” (SEVERIANO e HOMEM DE MELLO, 1998a, p.86).

O cantor Orlando Silva, que teve seu primeiro disco lançado em 1935 pela Columbia, é apontado por Severiano e Homem de Mello como “o primeiro

ídolo de massa produzido pela MPB” (1998a, p.88)<sup>94</sup>. Orlando Silva é conhecido como “o cantor da multidões”, título conferido pelo locutor Oduvaldo Cozzi, pelo feito de ter cantado em sua primeira apresentação em São Paulo, da sacada do Teatro Colombo, para cerca de dez mil pessoas<sup>95</sup>. Porém nem só de glórias viveu esse período. Com o Decreto-Lei nº 9.215 de 30 de abril de 1946, que determinou o fechamento dos cassinos em todo o território nacional, desencadeou outra crise de desemprego para os músicos, “uma das piores crises vividas pela classe”<sup>96</sup>.

Severiano e Homem de Mello classificam o período que vai de 1946 a 1957, o quarto período de sua cronologia, como um período de transição. “Nele convivem veteranos da época de ouro, em final de carreira, com iniciantes que em breve estarão participando do movimento da bossa nova” (SEVERIANO e HOMEM DE MELLO, 1998a, p.241). Nesta fase predominaram na produção fonográfica o gênero musical baião, cujos representantes principais foram Luiz Gonzaga e Humberto Texeira, e o samba-canção (chamado de “samba-fossa”), representado pelas composições de Antônio Maria e pela interpretação de Nora Ney (idem).

Importantes inovações tecnológicas acontecem neste período: “a televisão (em 1950), o disco de 45 rotações (1953) e o aperfeiçoamento do processo de gravação do som, com o emprego da fita magnética e da máquina de múltiplos canais, em substituição ao antigo registro em cera” (idem, p.242)<sup>97</sup>. Severiano e Homem de Mello ainda indicam como fatos determinantes para a produção fonográfica os programas de auditório, que ajudaram a

---

<sup>94</sup> Franceschi (2002) atribui aos programas de auditório, em especial ao da Rádio Nacional (fundada em 1936) a “fabricação” de ídolos e sucessos da música popular brasileira (p.230).

<sup>95</sup> <http://www.mpbnet.com.br/musicos/orlando.silva/index.html>, consultada em 14 de março de 2007.

<sup>96</sup> [www.sindmusi.com.br](http://www.sindmusi.com.br), consultada em 25 de março de 2007.

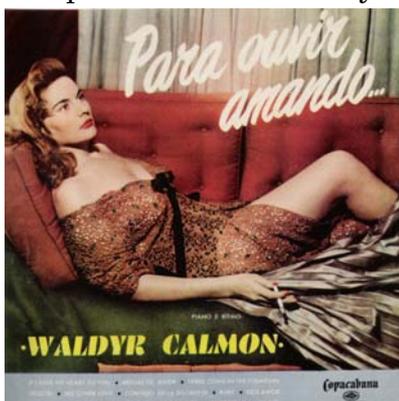
<sup>97</sup> Vicente (1996) acrescenta que “no início dos anos 50, os gravadores tinham sido unanimemente adotados pela indústria. Estes equipamentos proporcionavam não só uma dramática queda nos custos de produção como uma ampla flexibilização do processo de gravação: instrumentos podiam ser adicionados posteriormente a uma primeira gravação e diferentes gravações podiam ser sobrepostas, gerando uma versão final que fosse o resultado de suas somas. Por intermédio de cortes e emendas de fita (as chamadas técnicas de *splice*) os melhores momentos de diversas performances poderiam ser reunidos em uma só (e os erros, desse modo, eliminados)” (p.9).

popularizar e a divulgar a música produzida e seus artistas, e os programadores das rádios, que passam a exercer influência direta na preferência musical de seus ouvintes.

O rádio se consolidava como o mais poderoso veículo de divulgação musical, sendo o Brasil a maior potência das Américas, atrás apenas dos Estados Unidos. O censo de 1950 informa que existiam 300 rádios no Brasil, sem contabilizar alto-falantes ou rádio amadores, chegando-se a extraordinária marca de uma estação para cada 173.250 habitantes<sup>98</sup>.

Com a televisão, a imagem do artista ganha maior relevância que em períodos anteriores. Vicente afirma que foi, a partir do *Long Play* (LP), que a imagem do artista passa a ter grande relevância. Faour (2006) demonstra, por exemplo, que na década de 1950 as primeiras capas de discos produzidas no Brasil apresentavam figuras de “mulheres bonitas” quando a imagem do artista não correspondia com a imagem dos galãs de cinema e da televisão, como é o caso da capa do disco do pianista Waldyr Calmon, LP de 1955 da gravadora Copacabana<sup>99</sup>.

Figura 06: Capa do disco de Waldyr Calmon.



Fonte: FAOUR (2006)

<sup>98</sup> [www.sindmusi.com.br](http://www.sindmusi.com.br), consultada em 25 de março de 2007.

<sup>99</sup> A imagem do artista tornou-se, muitas vezes, mais importante que sua produção. Assim, os “meios” (televisão, rádio, imprensa, etc.) tornam-se fins em si mesmos, pois é o trabalho realizado com a imagem do artista o que irá garantir o sucesso de venda do produto ao qual ele está vinculado.

Foi ainda nesse período onde foram fundadas duas importantes empresas fonográficas nacionais: a Continental, em 1946, e a Copacabana, em 1948. Nessa quarta fase da cronologia, entre os anos de 1954 e 1956, foi também onde circulou a Revista da Música Popular, importante periódico editado por Lúcio Rangel<sup>100</sup>, onde se exaltava a música popular, em especial o samba, como o grande gênero da música nacional, e onde já se apresentavam como consagrados diversos artistas da música popular brasileira.

A quinta fase da cronologia proposta por Severiano e Homem de Mello abrange o período entre 1958 e 1972. Esta é, segundo esses autores, a segunda grande fase da música popular brasileira, onde se dá o surgimento da bossa nova, dos festivais e do tropicalismo (1998b, p.15). Além disso, a indústria do disco vivenciou entre os anos 1965 e 1967 o auge o “iê-iê-iê”, estilo de rock que no Brasil se iniciou no final da década de 1950 através do trabalho de Sérgio Murilo, Tony e Celly Campelo, influenciado pelo rock americano e especialmente pelo grupo inglês *The Beatles*. Esse período foi o ápice da chamada Jovem Guarda, fenômeno também televisivo liderado por Roberto Carlos, Wanderléa e Erasmo Carlos<sup>101</sup>.

No segmento do rock nacional, Severiano e Homem de Mello também fazem referência ao grupo “Os Mutantes”. Ao lado de Gilberto Gil, o grupo obteve o segundo lugar com a música de Gil “Domingo no Parque”, no III Festival da MPB da TV Record, apresentando um “arranjo de vanguarda do maestro Rogério Duprat, que associava os sons da orquestra e das guitarras

---

<sup>100</sup> A coleção completa da Revista da Música Popular foi editada em fac-símile pela FUNARTE em parceria com a Bem-Te-Vi Produções Literárias em 2006.

<sup>101</sup> O programa da Jovem Guarda foi exibido pela TV Record de São Paulo. Segundo o verbete encontrado no Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira (<http://www.dicionariompb.com.br>, consultado em 14 de março de 2007), “o programa foi criado pela agência de propagandas Magaldi, Maia e Prospero, a pedido da emissora, que precisava colocar no ar uma programação que substituísse os jogos de futebol, cuja transmissão ao vivo fora proibida. [...] O programa tornou-se rapidamente um enorme sucesso, atraindo centenas de jovens que todo domingo acorriam às dependências do Teatro Record para assistir as apresentações do trio fixo, Roberto, Erasmo e Wanderléa, além de convidados como Renato e seus Blue Caps, Wanderley Cardoso, Os Incríveis, Deni e Dino, Martinha, Rosemary, Leno e Lilian e Eduardo Araújo, entre outros. Com o sucesso alcançado, o nome do programa acabou virando sinônimo do rock nacional, produzido em meados dos anos 1960, recheado de versões de canções dos Beatles e outros artistas ingleses e norte americanos, com temáticas amorosas, adolescentes e açucaradas, contribuindo para a geração dos primeiros ídolos jovens da música brasileira”.

elétricas a ruídos presumíveis de um parque de diversões” (SEVERIANO e HOMEM DE MELLO, 1998b, pp.111-112).

Outro segmento que ganhou maior relevância nesse período, segundo a análise de Severiano e Homem de Mello (1998b), foi o da canção chamada de “brega-romântica”, representada por Nelson Gonçalves, Ângela Maria, Cauby Peixoto, entre outros (idem, p.17).

Se a chegada do rádio incrementou o mercado de trabalho do músico, não só por lançar novos artistas como também por contratar músicos de orquestras ou conjuntos instrumentais além de arranjadores e técnicos, a televisão, através de seus programas ao vivo e dos festivais, manteve músicos contratados como trabalhadores assalariados, situação inusitada nos dias de hoje conforme veremos mais adiante. Severiano e Homem de Mello dizem que o VII Festival Internacional da Canção, realizado em 1972, “foi o último do ciclo dos festivais, encerrando assim uma fase auspiciosa da MPB na televisão, com grande proveito para ambas as partes” (1998b, p.18)<sup>102</sup>.

Um fato importante para a indústria neste período foi o aparecimento e a expansão da utilização de gravadores portáteis de fitas cassete, e o fim do disco de 78 rotações. Em função das novas tecnologias de reprodução musical em voga no período, “as apresentações ao vivo diminuía consideravelmente, tendo em vista o fenômeno do HI-FI nas boates e cabarés; nas rádios, os programas gravados, no sistema de vídeo-tape, prenunciavam outro momento de crise para a classe musical”<sup>103</sup>.

---

<sup>102</sup> O primeiro festival promovido em rede nacional de televisão foi o “Festival Nacional de Música Popular Brasileira”, da TV Excelsior de São Paulo, e teve sua primeira edição em 1965 e sua segunda edição em 1966. O Festival da Música Popular Brasileira, promovido pela TV Record de São Paulo, teve quatro edições entre os anos de 1966 e 1969. O Festival Internacional da Canção (FIC) foi realizado entre os anos de 1966 e 1972, inicialmente promovido pela TV-Rio (I FIC) e em seguida pela TV Globo. Em 1968 foi promovido pela TV Tupi o I Festival Universitário de Música Popular Brasileira e a I Bienal do Samba pela TV Record de São Paulo. Também foi promovido pela TV Tupi o Festival 79 de Música Popular, no ano de 1979. A TV Globo promoveu na década de 1980 o festival MPB, que teve três edições consecutivas entre 1980 e 1982. Em 1985 a TV Globo produziu o “Festivais dos Festivais” e em 2000, o Festival da Música Brasileira. (<http://www.dicionariompb.com.br>, consultado em 14 de março de 2007).

<sup>103</sup> [www.sindmusi.com.br](http://www.sindmusi.com.br), consultada em 25 de março de 2007.

A sexta e última fase da cronologia de Severiano e Homem de Mello vai do ano de 1973 até 1985. Este período é descrito por Renato Ortiz (1999) como o momento em que a indústria fonográfica brasileira vai se fortalecer. Segundo esse autor, o fortalecimento para a produção em massa da indústria fonográfica brasileira ocorreu a partir do surgimento de um *mercado de bens culturais*, consolidado no Brasil a partir da década de 1970 (ORTIZ, 1999, p.113), mais de meio século depois da introdução das *máquinas falantes*<sup>104</sup>.

Segundo Ortiz (1999) a consolidação desse mercado está associada às transformações estruturais pela qual a sociedade brasileira passava naquele momento. O golpe de 1964, um marco da reorganização do capital no Brasil quando se deu a chamada “segunda revolução industrial” brasileira, é considerado por este autor como um dos determinantes responsáveis pelo surgimento do mercado de bens culturais no Brasil.

Em termos culturais essa reorientação econômica traz conseqüências imediatas, pois, paralelamente ao crescimento do parque industrial e do mercado interno de bens materiais, fortalece-se o parque industrial de produção de cultura e o mercado de bens culturais (ORTIZ, 1999, p.114).

A despeito da censura promovida pela ditadura militar, entre os anos 1960 e 1970 ocorreu “uma formidável expansão, a nível de produção, de distribuição e de consumo da cultura; é nesta fase que se consolidam os grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação e da cultura popular de massa” (ORTIZ, 1999, p.121)<sup>105</sup>.

---

<sup>104</sup> Vicente (2002) indica que “nos anos 40 e 50 forma-se no país um mercado cultural mais restrito, onde as produções eram basicamente orientadas para um público que, ‘sem se transformar em massa’, era constituído pelas camadas mais escolarizadas da sociedade” (idem, p.50). A posterior ampliação do mercado “implicará em todo um processo de racionalização das empresas, com muitas delas se tornando complexas organizações de atuação múltipla” (idem). Vicente (1999) indica os anos 70 como um momento crucial para a consolidação da indústria do disco no Brasil e, destacando a importância econômica e estratégica que o crescimento das vendas de LPs ante as de compactos assume no período.

<sup>105</sup> Ortiz (1999) vai dizer que “durante o período de 1964-1980, a censura não se define exclusivamente pelo veto a todo e qualquer produto cultural; ela age como repressão seletiva que impossibilita a emergência de um determinado pensamento ou obra artística. [...] O ato

De acordo com a análise de Severiano e Homem de Mello, Dias (2000, p.52-53) aponta o “marcante processo de interação dos *media* [televisão, revistas, jornais, rádio, etc.] ocorrido a partir do final da década de 60”, como uma das condições que favoreceram a consolidação da indústria fonográfica no Brasil. A televisão brasileira, por exemplo, que já exercia forte influência no sucesso comercial da indústria fonográfica desde seu surgimento na década de 1950, neste sexto período apresentado por Severiano e Homem de Mello se expande e é a fase onde ganham força as telenovelas, que com suas trilhas sonoras “passam a exercer influência muito forte na formação dos sucessos musicais, impondo a maior parte das composições que integram o *hit parade*” (SEVERIANO e HOMEM DE MELLO, 1998, p.187)<sup>106</sup>.

Segundo Ortiz (1999), o crescimento do mercado de aparelhos eletrodomésticos, em especial o mercado de aparelhos de reprodução sonora, ocorrido a partir dos anos 1970, também foi fator de fundamental importância para a consolidação da indústria fonográfica no Brasil. “Entre 1967 e 1980, a venda de toca-discos cresce 813%. Isto explica por que o faturamento das empresas fonográficas cresce entre 1970 e 1976 em 1375%” (idem, p.127), com crescimento neste período de 25 milhões para 66 milhões de discos comercializados anualmente (idem, p.128). Também foi a partir da década de 1970 que “a mentalidade empresarial é desenvolvida e aprimorada, tanto no mundo do disco como no dos grandes espetáculos” (DIAS, 2000, p.56). Como conseqüência “algumas gravadoras voltam-se para a formação de *casts* estáveis, investindo em determinados intérpretes de modo a transformá-los em artistas conhecidos e atuantes no conjunto do *show business*” (idem, p.57).

Dias (2000) destaca que a indústria fonográfica brasileira, que começou importando artistas estrangeiros, a partir desse período foi conquistando sua independência<sup>107</sup>, que se manteve até os dias de hoje. Segundo dados da

---

ensor atinge a especificidade da obra, mas não a generalidade de sua produção” (p.114).

<sup>106</sup> A gravadora Som Livre, das Organizações Rede Globo, foi criada com o intuito de lançar os discos de suas telenovelas, que inicialmente foi terceirizado. Menescal (2002) diz: “Nós fazíamos as trilhas das novelas todas e lançávamos pela Philips. Aí o produtor João Araújo [...] entrou nessa e falou: ‘Espera aí, é muita sopa! O que eles fazem lá, vamos fazer aqui’” (p.69).

<sup>107</sup> “Na realidade, a grande circulação de música estrangeira pode ser entendida pela análise

Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD) “76% das unidades vendidas em 2004 (áudio + vídeo) foram de produtos nacionais, mesmo patamar do ano anterior e um dos mais altos do mundo para participação de repertório local”<sup>108</sup>. Esses dados demonstram o potencial de crescimento da indústria fonográfica ao investir no produto nacional<sup>109</sup>.

Nessa sexta fase, Severiano e Homem de Mello (1998b) apontam o crescimento da música regional, em especial a música baiana que se desloca para o eixo Rio-São Paulo, e mais no final do período a música sertaneja. No segmento “brega-romântico”, os autores indicam Odair José, Wando e Dalton como os grandes vendedores de discos. Uma nova fase no rock brasileiro se inicia com o sucesso comercial de Raul Seixas e Rita Lee (idem, p.188).

Nos anos 1970, a estrutura da produção fonográfica verticalizada seguia um padrão fordista de linha de montagem com diversos departamentos e etapas de produção. Dias (2000) indica a linha de produção da indústria fonográfica no Brasil nos anos 1970 da seguinte forma (p.65):

- concepção e planejamento do produto;
- preparação do artista, do repertório e da gravação;
- gravação em estúdio;
- mixagem e preparação da fita master;
- confecção da matriz, prensagem (fabricação);
- controle de qualidade;
- capa/embalagem;
- distribuição;
- *marketing*, divulgação e difusão.

---

de algumas vantagens obtidas pela transnacional do disco em relação ao conjunto das empresas atuantes no mercado brasileiro. A primeira delas resulta do seguinte procedimento: a transnacional fazia a prensagem, embalagem e distribuição local de matrizes gravadas no exterior, para serem simplesmente comercializadas no país, permitindo ao produto chegar no mercado com seus custos de produção amortizados” (DIAS, 2000, p.58).

<sup>108</sup> [www.abpd.org.br/estatisticas\\_mercado\\_brasil.asp](http://www.abpd.org.br/estatisticas_mercado_brasil.asp), consultada em 10 de novembro de 2006.

<sup>109</sup> Prestes Filho (2004, p.139) credita este fato, entre outros argumentos, ao benefício fiscal que as gravadoras, a partir de 1967, passaram a obter através de um “crédito fiscal equivalente aos valores monetários alocados ao pagamento de direitos autorais, artísticos e conexos efetuados aos compositores, intérpretes, músicos e editoras detentoras de direitos sobre obras nacionais gravadas”.

Nesse período as grandes gravadoras seriam aquelas capazes de cumprir todas as etapas mostradas acima<sup>110</sup>, processo de produção que viria a mudar radicalmente a partir dos anos 1980.

Em toda a trajetória apresentada até aqui, a indústria apresentou fases de crise e de crescimento, sempre renovando suas estratégias para a ampliação de seus lucros. Porém, foi a partir da década de 1980 que se iniciou um processo de reestruturação da indústria fonográfica brasileira, segundo os padrões da acumulação flexível, que viria mudar, tal qual nos outros ramos industriais, as estratégias de acúmulo de capital e as relações de trabalho. Conforme discutiremos a seguir, essa reestruturação procurou adequar a indústria brasileira aos processos globais produtivos<sup>111</sup>.

Conforme Vicente (2002):

A primeira grande crise, de 1980, pode ser compreendida como o grande “divisor de águas” da indústria, imprimindo uma forte reorientação mercadológica à ação das empresas e levando as *majors* transnacionais a ocuparem espaços onde usualmente não atuavam, como o da música sertaneja e regional, da música infantil, do brega-romântico, etc. Já a crise de 1990 marcaria um novo período de darwinismo empresarial, com uma radicalização em todos os níveis do já intenso processo de concentração econômica do setor. [...] Teríamos, assim, configurada uma maior adequação da indústria fonográfica nacional aos padrões mundialmente vigentes, ou seja, sua efetiva globalização, com a constituição de um “sistema aberto” de produção, baseado na inovação tecnológica e na terceirização das atividades (*Ibid*, p.272).

---

<sup>110</sup> As grandes empresas fonográficas existentes no Brasil na década de 1970, que possuíam estúdio e fábrica eram seis: RCA, Continental, Copacabana, Phonogram, Odeon e CBS. Havia ainda um estúdio da Chantecler e uma fábrica da Tapeçar (DIAS, 2000, p.74).

<sup>111</sup> Tais processos prevêm o “remanejamento espacial dos processos de produção e acumulação, o ressurgimento da produção artesanal e das redes empresariais pessoais/familiares e a disseminação de coordenações via mercado, em detrimento do planejamento empresarial e governamental” (ARRIGHI, 1996, pp.3-4).

Com o desmantelamento da grande indústria (*major*) como a detentora de todas as etapas do processo produtivo e a aceleração dos processos de terceirização e subcontratação, pode-se observar o crescimento de empresas fonográficas de pequeno porte (*indies*) que passam a ser as reais produtoras do produto fonográfico, porém, cada vez mais dependentes das grandes empresas por sua incapacidade de divulgar e distribuir as mercadorias produzidas frente aos recursos das *majors*.

As relações de trabalho viriam a sofrer também mudanças significativas. O Sindicato dos Músicos Profissionais do Rio de Janeiro, por exemplo, informa a ocorrência de uma greve dos músicos de estúdio contra as empresas gravadoras multinacionais no final da década de 1980:

A partir de 1º de janeiro de 1987 os músicos em assembléia resolvem entrar em greve por tempo indeterminado. Os músicos de gravação do Rio de Janeiro deram um espetáculo de mestre. A categoria unida à sua entidade representativa formou o dueto afinado que de forma sempre democrática e aberta pôde conduzi-la a vitória do 23 de março. Os 82 dias de paralisação necessários para dobrar a intransigência das multinacionais do disco nos deixaram muitas lições<sup>112</sup>.

O desmantelamento da indústria, a terceirização dos serviços e a crescente informalidade nas relações de trabalho tornam essa situação impensável para os dias de hoje. A própria classificação “músico de estúdio” já não é mais apropriada à realidade dos dias de hoje onde os músicos procuram atuar da forma mais abrangente possível nos diversos segmentos do mundo do trabalho, assunto que trataremos nos capítulos seguintes.

Ao analisar o trabalho nos barracões das escolas de samba do Rio de Janeiro, Araújo (2002) de forma semelhante identificou que a concorrência no mercado de trabalho aliada à relações instáveis e flexíveis são elementos que dificultam “a formação de canais de identificação coletiva dos trabalhadores” e os mecanismos reivindicatórios, em especial o sindicato (p.198).

---

<sup>112</sup> [www.sindmusi.com.br](http://www.sindmusi.com.br), consultada em 25 de março de 2007.

Dando seqüência, buscamos no próximo capítulo relacionar as transformações da economia política capitalista na passagem que se deu do *fordismo* para a acumulação flexível com as transformações ocorridas nos processos de produção da indústria fonográfica no Brasil e nas relações de trabalho estabelecidas. Tal análise nos ajudará a compreender como as relações de trabalho no meio fonográfico foram se transformando e correspondendo às formas capitalistas atuais de precarização do trabalho.

### **CAPÍTULO III**

## **Reestruturação produtiva e novas relações de trabalho no processo de produção fonográfico**

### III.1) O contexto produtivo: do sistema *fordista* de produção à acumulação flexível

Os estudos de David Harvey (2002) evidenciam as marcas do processo de transformação da economia política capitalista do final do século XX nos países de centro do capitalismo. Segundo o autor, a passagem que se deu do *fordismo*<sup>113</sup>, sistema baseado em linha de montagem para a produção em massa e que determinava o trabalho de oito horas diárias, para a chamada *acumulação flexível*, indica mudanças significativas nos processos e nas relações de trabalho. Segundo o autor, o colapso *fordista*, a partir de 1973, iniciou um período de rápida mudança, de fluidez e de incerteza. Para Harvey:

Não está claro se os novos sistemas de produção e *marketing*, caracterizados por processos de trabalho e mercados mais flexíveis, de mobilidade geográfica e de rápidas mudanças práticas de consumo garantem ou não o título de um novo regime de acumulação nem se o renascimento do empreendimento e do neoconservadorismo, associado com a virada cultural para o pós-modernismo, garantem ou não o título de um novo modo de regulamentação. [...] Mas os contrastes entre as práticas político-econômicas da

---

<sup>113</sup> O *fordismo* é entendido como um método de racionalização da produção em massa, que teve seu início na primeira metade do século XX quando Henry Ford introduziu em sua fábrica de automóveis, nos EUA, a linha automática de montagem.

atualidade e as do período de expansão do pós-guerra são suficientemente significativos para tornar a hipótese de uma passagem do *fordismo* para o que poderia ser chamado regime de acumulação “flexível” (HARVEY, 2002, p.119).

Baseado nos estudos de Swyngedouw<sup>114</sup>, Harvey (idem, p.167) indica os contrastes entre a produção *fordista* e a produção flexível. Enquanto no *fordismo* o processo de produção é baseado na produção em massa de bens homogêneos, na uniformidade e padronização dos produtos e na criação de grandes estoques, entre outras características, a produção flexível produz pequenos lotes de uma variedade de produtos. Neste caso a produção é voltada para a demanda e não há estoque de mercadorias. Harvey diz que “esses sistemas de produção flexível permitiram uma aceleração do ritmo da inovação do produto, ao lado da exploração de nichos de mercado altamente especializados e de pequena escala” (HARVEY, 2002, p.148).

A *acumulação flexível* trouxe mudanças não só nas formas de se produzir, mas também na própria estrutura da produção industrial, caracterizando-se pelo “surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional” (idem, p.140). Pela necessidade de aceleração do tempo de giro dos produtos, as formas de consumo também foram afetadas.

A acumulação flexível foi acompanhada na ponta do consumo, portanto, por uma atenção muito maior às modas fugazes e pela mobilização de todos os artifícios de indução de necessidades e de transformação cultural que isso implica. A estética relativamente estável do modernismo fordista cedeu lugar a todo o fermento, instabilidade e qualidades fugidias de uma estética pós-moderna que celebra a diferença, a efemeridade, o espetáculo, a moda e a

---

<sup>114</sup> Swyngedouw, E. (1986): *The sócio-spatial implications of inovations in industrial organisation*. Working Paper n°20, John Hopkins European Center for Regional Planning and Research. Lile.

mercadificação de formas culturais (HARVEY, 2002, p.148).

No que se refere ao trabalho, enquanto no *fordismo* cada trabalhador realiza uma única tarefa e com um alto grau de especialização, na *acumulação flexível* um trabalhador deve ser capaz de realizar múltiplas tarefas. Essa necessidade de flexibilidade provocou o surgimento de “toda uma rede de subcontratação”. Isso implica em uma reestruturação do mercado de trabalho onde uma grande quantidade de mão-de-obra excedente tornou-se uma necessidade estrutural para que se pudessem impor regimes e contratos de trabalho mais flexíveis, ou seja, a “redução do emprego regular em favor do crescente uso do trabalho em tempo parcial, temporário ou subcontratado” (HARVEY, 2002, p.143).

A estrutura da grande indústria, baseada na produção vertical, isto é, na capacidade de cumprir todas as etapas de produção, dá lugar à produção horizontal, onde se dá a terceirização de diversas dessas etapas. Harvey (2002) diz que a *acumulação flexível* levou a maciças fusões e diversificações corporativas, sendo característica a preponderância das empresas transnacionais sobre as empresas nacionais, e a preponderância dos conglomerados empresariais sobre as empresas de orientação única.

No Brasil, esse processo foi mais tardio que nos países capitalistas centrais. O processo de industrialização brasileiro deu seus primeiros passos na década de 1930, com a implantação de um núcleo básico de indústrias de bens de produção (MENDONÇA, 1985). Até então, a economia brasileira era exclusivamente voltada à exportação de bens primários, principalmente o café. Segundo Mendonça, a conjuntura internacional desfavorável aos países exportadores de bens primários e a crise de hegemonia do grupo cafeeiro paulista tornou propício o processo de industrialização brasileiro:

Esgotam-se as possibilidades de preservação do modelo agrário-exportador baseado no café, após sucessivas tentativas de valorização do produto que socializava seus custos por toda a sociedade brasileira, beneficiando um só grupo em

detrimento dos demais (MENDONÇA, 1985, p.13).

Assim, principalmente a partir da Revolução de 1930 liderada por Getúlio Vargas, deu-se a redefinição do papel do Estado, em matéria econômica, visando tornar o pólo urbano-industrial o eixo dinâmico da economia (MENDONÇA, 1985).

Seguindo padrões de produção *fordista* e se valendo das inovações tecnológicas que vão surgindo (não só de gravação e reprodução como também os meios de difusão como o cinema, rádio e posteriormente a televisão), a consolidação da indústria fonográfica brasileira para a produção em massa se deu a partir da década de 1970, exatamente no momento de transição, nos países centrais, do *fordismo* para a acumulação flexível. A partir da década de 1980, e consolidando-se na década seguinte, uma reestruturação da indústria fonográfica se desenvolve, adequando o sistema de produção fonográfico brasileiro aos sistemas globais de produção baseado no regime de acumulação flexível.

### **III.2) A produção fonográfica brasileira em tempos de acumulação flexível**

Vicente (2002) constata que os anos 1960 e 1970 foram de fundamental importância para a cristalização dos padrões de consumo e para a organização de toda a indústria fonográfica no país. Foi um período de “extraordinário crescimento do mercado” e “aproximação de alguns dos padrões internacionalmente dominantes, sendo o principal deles o da preponderância da empresa transnacional sobre a nacional e do conglomerado sobre a de orientação única” (p.85). Vicente indica duas das maiores e mais tradicionais empresas fonográficas brasileiras de orientação única absorvidas pelo capital

estrangeiro: a Copacabana<sup>115</sup> e a Continental (idem, p.2), ambas fundadas na segunda metade da década de 1940.

Ao final dos anos 1990, o número de grandes gravadoras que controlam o mercado mundial era de apenas cinco empresas, sendo que quatro delas se associaram “a gigantescos conglomerados de comunicação” (VICENTE, 2002, p.18)<sup>116</sup>. Nos anos 2000 esse número foi reduzido para quatro com a incorporação da BMG pela Sony Music. Essas empresas juntas representam 70% do mercado mundial (PINTO, 2006). Para Harvey (2002), o que ocorreu com a indústria do entretenimento foi expressão de toda uma “completa reorganização do sistema financeiro global e a emergência de poderes imensamente ampliados de coordenação financeira” (p.152).

Lembrando Harvey, Vicente destaca os anos 1980 como um período onde se deu uma maior segmentação do mercado, com o surgimento e a sobrevivência de uma maior variedade de segmentos musicais. O surgimento de novos nomes populares como Sidney Magal (da gravadora Philips, em 1978), e outros como Perla (RCA, 1978), Lílian (RCA, 1978), Fábio Jr. (EMI, 1979), Joana (RCA, 1980), e Kátia (CBS, 1981) entre o final dos anos 1970 e o começo dos 1980 ilustram bem essa tendência. O mercado destinado ao público jovem também cresce rapidamente a partir do início dos anos 1980 com o surgimento

---

<sup>115</sup> A EMI é hoje a detentora dos direitos dos fonogramas da extinta gravadora Copacabana.

<sup>116</sup> Eles são: a Sony Corporation do Japão - “O grupo é dividido entre a Sony Electronics Corporation, formada por fábricas de equipamentos eletrônicos como TVs, video games, VCRs, MDs, walkmans, etc, e a Sony Software Corporation composta, entre outros empreendimentos, pela Sony Music, pela Columbia Pictures e por emissoras de TV” (VICENTE, 2002, p.31); a Bertelsman AG da Alemanha - “O forte de sua atuação é na área de publicações, editando revistas, jornais e livros. Controla os canais de TV europeus RTL-Plus e Première e a gravadora BMG” (Idem); a Seagram do Canadá - “responsável pela distribuição de bebidas como a vodka Absolut e o whisky Chivas Regal, o grupo é constituído ainda pela gravadora Universal Music, pela Universal Studios e por emissoras e produtoras de TV” (Idem, p.32); e a Time-Warner Inc. dos Estados Unidos - compreende a gravadora Warner Music, a editora musical Warner Chapell, empresas como a Warner Books e a Time-Life Books, Warner Bros, Castle Rock Entertainment e New Line Cinema, entre outras empresas que atuam também na televisão como Lorimar Telepictures, Warner Television, Hanna-Barbera Cartoon, CNN, Superstation, Cinemax, Turner Classic Movies, TNT, Cartoon Network, HBO, etc. “Atua ainda na distribuição de filmes e discos e na fabricação de CDs, além de possuir cadeias de lojas, rede de TV a cabo, satélites de comunicação, parques temáticos, equipes esportivas e uma série de outros empreendimentos” (Idem). A partir de janeiro de 2005 esse número foi reduzido para quatro com a fusão entre a BMG MUSIC e a SONY MUSIC (<http://www.sonybmg.com.br/sonybmg/portal/duvidas.asp>, consultada em 07 de março de 2007).

de um movimento do *rock* nacional denominado *Brock*, com grande sucesso de vendagem<sup>117</sup>. Em relação ao público infantil, que desde o final da década de 1960 vinha crescendo em virtude das trilhas de programas televisivos como *Topo Gigio* (Philips) e *Vila Sésamo* (Som Livre), uma nova fase, a partir de 1986, dominada de “apresentadoras femininas” (VICENTE, 2002, pp.242-243) veio ajudar a ampliar as vendas. São os sistemas de produção flexível apontados por Harvey (2002) que aceleram o ritmo da inovação do produto e exploram “nichos de mercado altamente especializados e de pequena escala” (p.148).

Em relação à organização do processo produtivo da indústria fonográfica, Vicente diz que Othon Jambeiro, em pesquisa realizada na década de 1970, identifica nessa indústria uma divisão em 4 áreas: a artística, a técnica, a comercial e a industrial. Em sua análise sobre os processos de produção da indústria fonográfica nos anos 1980, Vicente encontra uma estrutura bem mais complexa, com o aparecimento de profissionais mais especializados, o desenvolvimento da área técnica e uma “maior integração entre os aspectos artísticos, técnicos e comerciais do trabalho musical” (VICENTE, 2002, p.64)<sup>118</sup>. Assim, a partir do final dos anos 1970 ganha maior importância o trabalho do produtor artístico, que é o mediador entre os aspectos artísticos e mercadológicos da produção fonográfica. São os produtores

---

<sup>117</sup> Fizeram parte deste movimento, entre outros, o grupo Blitz (EMI), em 1982; Ritchie (CBS), Kid Abelha & Os Abóboras Selvagens (WEA), Lulu Santos (WEA) e Absyntho (RCA), em 1983; Magazine (WEA), Barão Vermelho (Som Livre) e Léo Jaime (CBS), em 1984; RPM (CBS), Ultraje a Rigor (WEA), Biquíni Cavado (Polygram), Lobão & Os Ronaldos (RCA) e Rádio Táxi (CBS), em 1985; Os Paralamas do Sucesso (EMI) e Plebe Rude (EMI), em 1986; Legião Urbana (EMI) e Titãs (WEA), em 1987; Cazuza (ex-integrante do Barão, seguindo agora em carreira solo), em 1988; Nenhum de Nós (BMG), Inimigos do Rei (CBS) e João Penca & Seus Miquinhos Amestrados (Esfinge), em 1989 e Engenheiros do Hawaii (BMG) – último nome expressivo da geração – em 1990 (VICENTE, 2002, p.241).

<sup>118</sup> Vicente (1996) constata que com o desenvolvimento tecnológico a importância do técnico de gravação cresce. “Até o advento dos gravadores, aos engenheiros e técnicos cabia, durante a sessão de gravação, pouco mais do que posicionar os músicos, conectar cabos e apertar botões. Com o seu surgimento, no entanto, as coisas se complicam consideravelmente. Apesar dos gravadores possuírem apenas 2 ou, no máximo, 4 canais, em algumas sessões chegavam a ser utilizados até 24 microfones” (idem, p.10). Posteriormente, conforme veremos, com o barateamento, a simplificação e o acesso ao conhecimento, a figura do técnico de gravação tenderá a desaparecer, estando o músico apto a exercer também esta função.

os responsáveis pelo surgimento de uma grande diversidade de artistas e segmentos musicais, como os anteriormente citados.

Marcos Mazzola alega ter convencido Ney Matogrosso e Gilberto Gil a gravarem grandes sucessos como “Homem com H” e “Não chores mais”, respectivamente; Liminha recheou de arranjos funk o disco “Luar”, também de Gil; Max Pierre “modernizou” a interpretação de Cauby Peixoto, eliminando seus vibratos, e atualizou seu repertório com canções inéditas de Chico Buarque e Tom Jobim (VICENTE, 2002, p.66)<sup>119</sup>.

O músico Roberto Menescal (2002) diz que em seu trabalho como produtor tinha como função perceber o potencial de vendas de determinado artista e convencer os executivos da gravadora a realizar o investimento (p.61). Além disso, o olhar comercial estratégico do produtor podia criar produtos com elevados potenciais de venda. Esse é o caso do cantor Sidney Magal, que teve seu primeiro disco lançado em 1976 pela Polydor. Lançado como um “cigano”, o cantor obteve estrondoso sucesso com seu segundo LP, também pela Polydor, em 1978. A música mais representativa do disco, e uma das que configura entre as mais tocadas nas rádios naquele ano foi “Sandra Rosa Madalena”, composição de Roberto Livi e Miguel Cidras, na qual Magal declarava seu amor pela cigana (SEVERIANO e HOMEM DE MELLO, 1998b, p.249). No ano seguinte participa do filme “Amante Latino”, interpretando um cantor cigano<sup>120</sup>. Essa imagem cigana foi o mote de toda a sua carreira<sup>121</sup>.

---

<sup>119</sup> Jairo Severiano e Zuza Homem de Mello (1998) contam que a música “Homem com H”, composição de Antônio Barros, havia sido gravada anteriormente pelo grupo Hydra e pelo Trio Nordeste. Com o primeiro não obteve repercussão e com o segundo obteve sucesso apenas no nordeste. Ney Matogrosso gravou a música no disco homônimo lançado em 1981 pela gravadora Ariola. Segundo os autores, contrariando as expectativas que indicava a música “Amor objeto”, composição de Roberto de Carvalho e Rita Lee, como a música de maior popularidade do disco, “Homem com H” foi a música de maior destaque, sendo uma das mais tocadas em rádios daquele ano.

<sup>120</sup> [http://ofuxico.uol.com.br/Noticias/noticia\\_5671.htm](http://ofuxico.uol.com.br/Noticias/noticia_5671.htm), consultada em 12 de março de 2007.

<sup>121</sup> A esse respeito a cantora e compositora Rita Lee e o letrista Paulo Coelho satirizam na letra de sua música “Arrombou a festa nº2” (no disco “Rita Lee” de 1979, produzido pela EMI Odeon), quando diz “Ai ai meu Deus, o que foi que aconteceu, com a música popular brasileira [...] O Sidney Magal rebola mais que o Matogrosso, cigano de araque, fabricado até o pescoço”.

Figura 07: Capa do LP “Magal” de 1978 (Polydor)



Fonte: FAOUR, 2006.

Neste período o trabalho do compositor também ganha destaque nos processos de produção musical, “não enquanto expressão pessoal, mas enquanto trabalho direcionado à eficiência comercial, ao perfil do intérprete” (VICENTE, 2002, p.101). Esse é o caso, por exemplo, da dupla de compositores Michael Sullivan e Paulo Massadas, que em 1983 têm seu primeiro sucesso comercial com a música “Me dê motivo”, lançada no disco “O descobridor dos sete mares” do cantor Tim Maia, pela Polygram.

Outra figura destacada por Vicente nos processos de produção musical dos anos 1980 é a dos empresários, que

Tendem a ganhar maior relevância não só pelos seus investimentos na promoção de seus contratados, mas também pela estrutura técnica e profissional que passa a fornecer a seus shows, incluindo modernos sistemas de som e iluminação (VICENTE, 2002, p.102).

Como vimos, ao analisar a cena musical da década de 1980 Vicente aponta para o investimento das grandes gravadoras em segmentos populares que têm como público alvo o mercado jovem urbano. Entre eles o “popular-romântico”, o “sertanejo”, a música infantil e o rock brasileiro. Esses segmentos valorizavam o chamado “artista de *marketing*”, que seria aquele que, ao

contrário do “artista de catálogo”, têm um investimento mais baixo, e suas carreiras costumam ser de fácil ascensão, mas de pouca durabilidade (DIAS, 2000)<sup>122</sup>. Esses segmentos apresentavam uma grande diversidade de artistas que atingiram vendagens significativas em um curto período, como foi o caso de Sidney Magal<sup>123</sup>.

Segundo a lógica dos empresários, o mercado consumidor de produtos dos artistas de *marketing* deve financiar a permanência de artistas autênticos [...], não fabricados nas companhias, considerando o alto custo destes últimos e o retorno, a médio prazo, dos investimentos. Desta forma, a indústria gera, com velocidade e competência, grande quantidade de produtos que serão veiculados à exaustão e substituídos de acordo com o índice de vendagem alcançados (DIAS, 2000, p.90).

Com o *artista de marketing* o longo prazo da produção *fordista* foi substituído pelo curto prazo e pela efemeridade dos produtos, características dos processos de produção da acumulação flexível. Nesse sentido, Roberto Menescal (2002) diz que, quando produtor da Polygram (entre 1970 e 1985), mantinha um *cast* de artistas considerado por ele “ideal”, incluindo artistas na época “iniciantes” como os baianos (Caetano Veloso, Gal Costa, Gilberto Gil e Maria Bethânia), Chico Buarque e Elis Regina. Menescal diz que naquela época o produtor André Midani, com quem trabalhava, alertava para o fato que manter esse *cast* de artistas só era possível por trabalhar também com artistas mais populares.

Ele queria que ouvíssemos na reunião o Evaldo Braga e o Odair José, e não só Elis Regina, Chico Buarque e outros desse nível. Foi o Midani que nos trouxe a noção de que aqueles artistas

---

<sup>122</sup> São artistas muitas vezes idealizados pelo produtor, como foi o provável caso de Sidney Magal.

<sup>123</sup> Conforme vimos no capítulo anterior, Franceschi (2002) já apontava, desde os primórdios da indústria fonográfica, principalmente através dos meios de comunicação como o rádio e posteriormente a televisão, para a “fabricação” de artistas.

considerados “bregas” favoreciam o começo do trabalho daqueles outros, considerados de “elite” (MENESCAL, 2002, p.63).

Segundo Menescal (idem), em um elenco de uma gravadora 10% eram lucrativos e os outros 90% eram tentativas<sup>124</sup>.

Foi nesse período, quando a grande indústria fonográfica brasileira mantinha seu foco direcionado para segmentos específicos e pelo melhor acesso de músicos aos meios de produção tecnológicos, que a produção chamada de “independente” começa, de certa forma, a ganhar espaço<sup>125</sup>. Com as tecnologias digitais a divisão do trabalho na produção musical, expressa em etapa anterior pelas áreas técnicas e artísticas, agora perde seu contorno.

Com as novas tecnologias digitais de produção musical, temos o surgimento de equipamentos que não apenas elevam a um novo patamar de importância o saber técnico ante o artístico mas que, ao mesmo tempo, determinam um completo embaralhamento das fronteiras que separam estas duas áreas. Com o uso de um *sequencer*, a produção de um arranjo instrumental torna-se, simultaneamente, uma atividade artística e técnica, já que exige domínio não apenas sobre o “fazer musical” em si, mas também sobre informática em geral e sobre as características específicas do software e do hardware utilizados. Além disso, exige a tomada de decisões acerca de questões que eram, até então, colocadas sob a responsabilidade quase exclusiva do pessoal da área técnica, como o uso de efeitos, timbres,

---

<sup>124</sup> Porém, segundo o produtor, o investimento nesses artistas de “elite” foi recompensado, pois em um segundo momento a cantora Maria Bethânia se tornou campeã em vendas da Polygram, na faixa dos quinhentos mil discos em média, seguida por Chico Buarque, na faixa dos trezentos mil discos (MENESCAL, 2002, p.66).

<sup>125</sup> O termo “independente” é controverso. Utilizado frequentemente para descrever as produções feitas independentemente das grandes gravadoras, está longe de ser um processo autônomo. Além de depender de capital financeiro, para a efetiva distribuição e comercialização do seu produto estará ainda mais presa ao esquema da grande gravadora, conforme veremos adiante.

recursos do estéreo, etc (VICENTE, 1996, pp-56-57)<sup>126</sup>.

Esse processo iria se intensificar na década de 1990 impulsionados pelo processo de pulverização das grandes empresas fonográficas<sup>127</sup>.

Se na década de 1980 houve um crescimento da produção fonográfica brasileira, a década de 1990, que nos seus primeiros anos sofreria com o confisco promovido pelo Plano Collor, levou a indústria do disco a uma de suas maiores crises.

Dos 76,8 milhões de unidades alcançadas em 1989 a produção caía, já no primeiro ano da década, para os 45,1 milhões, retomando assim ao seu patamar pré-Plano Cruzado. Em 1992 o recuo foi ainda mais dramático, com a produção caindo para apenas 32,1 milhões de unidades. Esse quadro trouxe várias conseqüências para a indústria (VICENTE, 2002, p.143).

A estrutura de todo o mercado de trabalho, que passa a impor regimes e contratos de trabalho mais flexíveis, também foi observada por Vicente nos processos de produção fonográfico. Esse autor mostra que, assim como na década de 1980 – quando ganham relevância novos perfis profissionais como o homem de *marketing* e o empresário, responsáveis pela divulgação e imagem do artista e pela estrutura técnica e profissional dos shows, respectivamente –, a década de 1990 também apresentou mudanças no perfil profissional,

---

<sup>126</sup> O que implica também em uma formação que vá além dos conhecimentos estritamente musicais e artísticos, conforme observa Vicente (1996, pp.56-57).

<sup>127</sup> Vicente (2002) lembra que já no final da década de 1970 o músico Antônio Adolfo produzia de forma independente o disco “Feito em Casa”, mas ressalta a diferença entre “artistas independentes” e as “gravadoras independentes”, que se consolidaram na década de 1990. Segundo o autor, “embora tenham se organizado em cooperativas, os independentes dos anos 1980 mantinham seus próprios selos e tendiam a recusar a idéia de constituir uma gravadora que atendesse a todos os artistas” (idem, p.125). Porém, segundo Leme (2003), já na década de 1980 estúdios de pequeno porte já produziam artistas regionais que viriam a ser incorporados ao *cast* das grandes gravadoras. A autora cita o estúdio WR, da Bahia, cuja produção nas décadas de 1980 e 1990 foi comercializada por gravadoras *majors*. “O processo de criação daqueles produtos se deu de forma regional, com músicos e compositores populares saídos do próprio mercado da música baiana, com técnicos também saídos do próprio estúdio WR” (idem, p.72).

acarretando o que este autor chama de uma “flexibilização profissional”: “a relação menos estável entre artistas e gravadoras, impunham a necessidade da assimilação de um conjunto mais amplo de conhecimentos por parte dos artistas, bem como da auto-administração de diversos aspectos de suas carreiras” (idem, pp.157-158). Essa flexibilização no meio fonográfico mudou radicalmente a relação dos artistas, produtores e músicos com as empresas.

Entre as estratégias encontradas pela indústria fonográfica no início dos anos 1990 para manter ou aumentar sua margem de lucro, e de acordo com Vicente (2002), destacamos as seguintes:

- Redução de custos com a suspensão no investimento em artistas novos;
- Lançamento de compilações de sucessos comerciais;
- Investimento em produtos mais populares destinados às faixas de menor poder aquisitivo, que não teriam sido afetados diretamente pelo confisco do Plano Collor, e concentração do *marketing* em alguns nomes de maior projeção;
- Lançamento de produtos do catálogo internacional;
- Aceleração do processo de terceirização já iniciado na década de 1980.

A superação desse quadro se deu, entre outros fatores, com as inovações tecnológicas ocorridas já a partir da década de 1980, entre elas a chegada do *compact disc* (CD), que deu um incremento às vendas com o relançamento de grande parte do catálogo das gravadoras<sup>128</sup>. Vicente aponta também a chegada da MTV do Brasil, que impulsionou a produção de videoclipes nacionais (2002, p.151).

Conforme apontamos, o processo de reestruturação da indústria nos anos 1990, além do barateamento e do maior acesso às inovações tecnológicas, viria a favorecer o crescimento das pequenas gravadoras, chamadas de “independentes”, que se tornariam braços das empresas maiores.

---

<sup>128</sup> A ABPD informa que de 1990 a 1996 as vendas de LPs (em milhões de unidades) caíram de 28,0 para 1,6, enquanto que a venda de CDs entre 1990 e 1999 subiu de 3,9 para 96,9 milhões de unidades vendidas no Brasil.

Embora entre o final dos anos 70 e início dos 80 tivesse esboçado um projeto de produção musical independente no país, foi só nos anos 90 que essa cena mostrou-se rigorosa o suficiente para substituir a grande indústria nas tarefas de prospecção, formação e gravação de novos artistas (VICENTE, 2002, p.155).

Hoje temos ao lado de apenas dez grandes empresas fonográficas filiadas à Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD)<sup>129</sup>, cerca de cem pequenas gravadoras filiadas à Associação Brasileira de Música Independente (ABMI)<sup>130</sup>.

O barateamento dos custos dos equipamentos de gravação e também uma maior possibilidade de acesso aos conhecimentos necessários à operação desses equipamentos permitiu ao músico ou a pequenos empreendedores montar seus estúdios em pequenos espaços, terceirizando o serviço de gravação às grandes empresas fonográficas<sup>131</sup>. Além disso, a produção desses pequenos estúdios veio substituir o papel do produtor artístico, da forma como acontecia quando empregado da grande gravadora. Assim, quando o produto lançado por uma *indie* apresenta potencial de venda, ele é frequentemente absorvido pela empresa *major* (DIAS, 2000, p.125).

A indústria fonográfica se encontra bastante concentrada, em relação às gravadoras de grande porte e pulverizada em relação às gravadoras independentes (as *indies*). Uma série de fusões e aquisições ocorreu nas últimas décadas diminuindo o número de grandes concorrentes, concentrando as gravadoras bem capitalizadas e

---

<sup>129</sup> São elas: EMI MUSIC, *INDIE RECORDS*, MICROSERVICE TECNOLOGIA DIGITAL, MK MUSIC, PAULINAS, SOM LIVRE, SONY BMG, SUNSHINE RECORDS, UNIVERSAL MUSIC e WARNER MUSIC ([www.abpd.org.br](http://www.abpd.org.br), consultada em 10 de novembro de 2006).

<sup>130</sup> Em 2002 foi fundada a Associação Brasileira de Música Independente (ABMI), que em 2006 contava com quase 100 selos e pequenas gravadoras associadas, a grande maioria dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo.

<sup>131</sup> Dos anos 1990 pra cá vemos crescer as publicações e as escolas e cursos de técnicas de gravação, sonorização e utilização de softwares voltados à produção musical. O Rio de Janeiro é um exemplo. No início dos anos 1990 a escola Rio Música desenvolveu o primeiro cursos de técnicas de gravação do Estado. Hoje, além de diversas dessas escolas, a cidade conta com um curso tecnológico de gravação e produção fonográfica na Faculdade Estácio de Sá, coordenado pelo produtor Mayrton Bahia.

fortes. As gravadoras independentes adotaram o papel de garimpar e revelar novos talentos, os quais são imediatamente absorvidos pelas *majors*. Quando uma *indie* alcança melhor posicionamento na indústria, geralmente acaba sendo incorporada por uma das *majors*, passando a ser mais um selo da gravadora (PRESTES FILHO, 2004, p. 43)<sup>132</sup>.

Como reflexo deste processo Leme (2003) diz que

A relativa autonomia da produção musical popular ocorrida a partir da década de 80 em Salvador mudou o panorama do antigo eixo Rio-São Paulo. Até a década de 70, para fazer sucesso nacional, os artistas tinham que vir para o Rio de Janeiro ou São Paulo (LEME, 2003, p.73).

A autora aponta o grupo “É o Tchan!”, um dos grupos com o maior número de vendas entre os anos de 1995 e 2000, como um exemplo (LEME, 2003, p.24). Produzido e lançado no mercado baiano pelo produtor Wesley Rangel, proprietário do estúdio WR, o grupo foi logo absorvido pela grande indústria e lançado no mercado nacional.

Vicente considera que o crescimento das *indies* não contraria os interesses das grandes empresas fonográficas, ao contrário, a articulação entre *major* e *indie* é o que permitirá o avanço do “sistema aberto” de produção.

O que tivemos (...) foi uma radicalização do “sistema aberto”, com a grande indústria não apenas se associando a selos independentes na condição de divulgadora e distribuidora de suas produções, como também iniciando um processo

---

<sup>132</sup> A expressão “selo”, tradução de “record label”, é o termo utilizado para definir as divisões internas de uma grande gravadora, geralmente usado para especificar algum gênero ou estilo musical. Atualmente os artistas começaram a criar seus próprios selos, como o selo Tacacá de Leila Pinheiro, o Duncan Discos da cantora Zélia Duncan ou o selo Quitanda de Maria Bethânia. Porém, “os selos não são gravadoras propriamente ditas, pois não possuem estrutura completa de contratação, gravação, divulgação e comercialização de artistas no mercado, geralmente recorrendo a outras gravadoras para realizar esse trabalho” (Guia do Músico, 2004, p.125). Esse é o caso, por exemplo, do selo Quitanda, que em parceria com a gravadora Biscoito Fino já lançou cerca de 11 produtos, entre CDs e DVDs ([www.biscoitofino.com.br](http://www.biscoitofino.com.br), consultada em 07 de março de 2007).

de dismantelamento de sua própria capacidade de produção e terceirizando a quase totalidade de sua atividade (VICENTE, 2002, p.36).

Tampouco o crescimento das *indies* indica uma maior independência, artística ou econômica, de músicos que, agora como empreendedores, passam a gerir seus negócios com “certa” autonomia. Dias (2000) diz que

A fragmentação da produção e as condições colocadas pela tecnologia favorecem a diversificação de agentes produtores. Mas o afunilamento que as *majors* realizam no momento de escolher produtos oriundos das *indies* (seja para estabelecer contratos de distribuição ou para compra de catálogo e/ou produto) limita consideravelmente a ocorrência de efetivas parcerias ou situações de terceirização que garantam a conquista do mercado por produtos portadores de inovação. Por outro lado, são completamente adversas as condições autônomas de distribuição, *marketing* e difusão enfrentadas pelas pequenas, se desejarem prosseguir atuando em todo o processo (DIAS, 2000, p.130).

Pedro Seiler<sup>133</sup>, produtor da gravadora Biscoito Fino sediada no Rio de Janeiro, aponta para os problemas enfrentados por esta empresa<sup>134</sup>. Segundo o produtor, a distribuição, um setor ainda de responsabilidade desta gravadora, é um ponto problemático. Seiler diz que as lojas especializadas na venda de discos estão se tornando raridades, e para dar conta de sua própria distribuição a Biscoito Fino montou um esquema de vendas através de quiosques instalados em *shopping centers* de grande circulação<sup>135</sup>.

---

<sup>133</sup> Em entrevista concedida dia 15 de setembro de 2006.

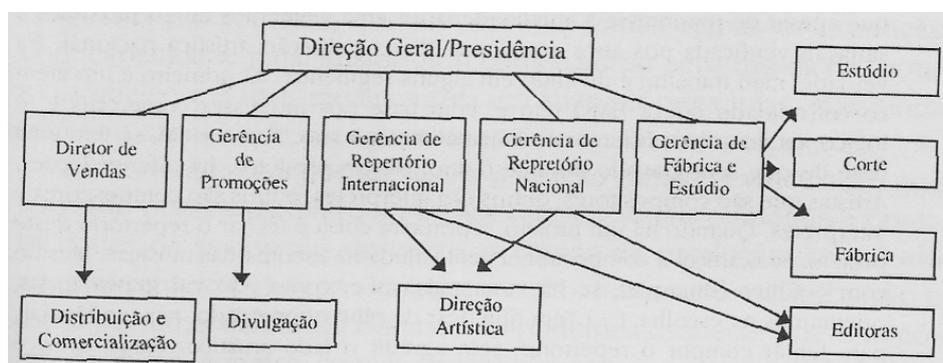
<sup>134</sup> A gravadora Biscoito Fino nasceu de uma parceria entre a banqueira e empresária Kati Almeida Braga (dona de uma grande empresa financeira, a ICATU) e a cantora Olívia Hime. Foi criada em 2001 inicialmente como um selo, distribuído pela QUARUP DISCOS.

<sup>135</sup> Gonçalves (2002) indica que “fecharam-se 2 mil lojas de discos no Brasil entre 1997 e 2000” (p.74).

A gente começou a perceber que as lojas de CD estavam cada vez menores ou fechando ou perdendo espaço pra DVDs e livros. E mesmo nas lojas que a gente estava, a gente começou a ver que nosso catálogo não estava inteiro, ou que os vendedores não sabiam com o que eles estavam mexendo. A gente fazia tanto esforço pra fazer uma coisa que na hora de chegar na ponta a gente não tinha controle. É ali aonde o consumidor vai. Então o melhor jeito é a gente vender nossa própria coisa. Tem esses quiosques que tão dando certo. Tem três no Rio e um em Niterói [sempre nos shoppings]<sup>136</sup>.

Interessante comparar a forma como Dias (2000) retrata a transformação da estrutura da grande empresa fonográfica a partir da década de 1970, através dos seguintes organogramas:

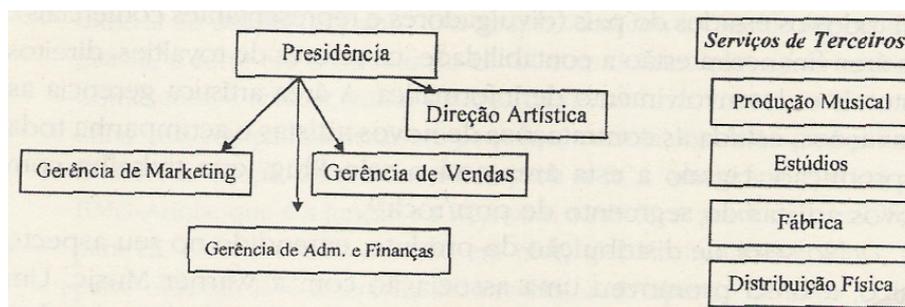
Figura 08: Estrutura da Grande empresa fonográfica no Brasil  
(anos 1970-1980)



Fonte: Dias (2000, p.71)

<sup>136</sup> O caso da Biscoito Fino mereceria um estudo a parte. Indo de encontro com as atuais tendências do setor fonográfico, a gravadora atua em quase todos os setores do processo de produção fonográfico, com exceção da arte gráfica e da prensagem. Além disso, tem um *cast* de artistas representativos da MPB como Maria Bethânia e Chico Buarque. Esta estrutura produtiva aliada ao fato de uma de suas sócias ser uma banqueira tem gerado discussões como a empreendida e divulgada no site <http://www.cartacapital.com.br> (consultado em 16 de fevereiro de 2007). A polêmica gira em torno da questão da contratação de Chico Buarque “feita em bases tão grandes que nem multinacionais hoje poderiam praticar”, conforme anuncia João Augusto, dono da gravadora Deckdisk. “Totalmente bancadas por grupos financeiros, gravadoras como a Biscoito Fino, Trama e *Indie* não podem ser chamadas de independentes. Esse tema é sempre uma boa pauta para a imprensa, mas deveria ser aprofundado. Só assim uma contratação como a de Chico deixaria de ser apontada como uma pancada das ‘*indies*’ nas ‘*múltis*’ (se eu dirigisse uma multinacional, iria rir muito disso), para ser aceita como mais uma simples vitória do poder econômico”.

Figura 09: Estrutura da Grande empresa fonográfica no Brasil (anos 1990)



Fonte: Dias (2000, p.112)

A terceirização estaria ocorrendo principalmente na fase de produção. Quem estaria respondendo por esta etapa seriam as pequenas gravadoras (*indies*), em função do barateamento dos custos de produção pelo desenvolvimento tecnológico (VICENTE, 2002). Entretanto, conforme também apontou Vicente, ao invés disso significar uma autonomia das *indies* em relação às *majors*, acabou promovendo uma relação de interdependência.

Neste caso leva vantagem a *major* por fazer parte de grandes conglomerados empresariais. Conforme vimos, as *majors* detêm, na maioria das vezes, o controle sobre as fases de distribuição, comercialização e consumo. Assim, “a partir do momento em que o nicho visado pela *indie* adquire relevância no contexto global do mercado, a *major* pode simplesmente assumir o negócio” (VICENTE, 2002, p.36-37). O caso da banda Calypso é bem ilustrativo. Vale a pena reproduzir a interessante matéria publicada em <http://www.nemo.com.br/elcabong/?p=499><sup>137</sup>:

A banda Calypso é o artista mais ouvido pelo público brasileiro ao lado de Zezé di Carmargo e Luciano, segundo uma pesquisa de uma agência de publicidade. Para muitos o resultado é um sintoma da crise das gravadoras e uma demonstração de uma nova lógica no mercado musical brasileiro. De certa forma sim, mas não dá para se iludir, já que apesar de alcançar sucesso sem estar vinculada a uma grande gravadora tradicional e sem aparecer na TV, a banda esteve ligada a uma gravadora supostamente independente seguindo uma

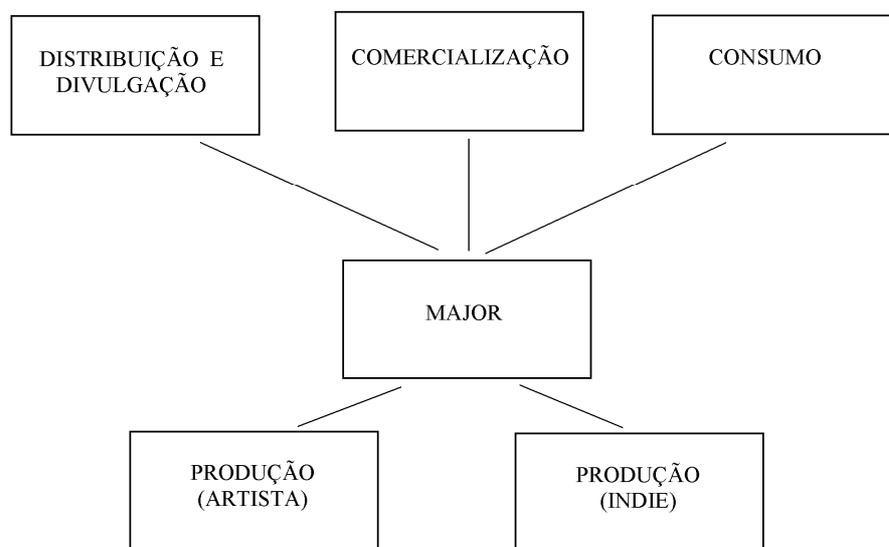
<sup>137</sup> Consultada em 25 de julho de 2007.

mentalidade parecida com as que as *majors* sempre utilizaram. A gravadora MD Music lançou CD da banda em vários volumes em seqüência e com algumas edições gravadas ao vivo em “grandes” shows. Jabá, muito *marketing* e pouca preocupação com qualidade nas gravações. A idéia de empurrar para o público uma sonoridade formulaica permanece, alterando apenas o modo como isso é feito. Uma coisa pelo menos a gravadora trouxe de inovação no mercado, CDs baratos e vendidos quase que sem atravessadores e intermediários. Utilizando uma rede espontânea de camelôs, divulgou a banda de forma que a mídia só desse conta quando já era praticamente um fenômeno. Ao contrário de acreditar na simples morte do CD, parece que a tendência é apostar em diversos caminhos. O cantor Prince, por exemplo, está seguindo um caminho semelhante, distribuindo seu novo CD, “Planet Earth”, gratuitamente como encarte de um jornal inglês. Assim como o Calypso, o retorno não está no produto físico e sim nos shows. Bom lembrar, que a banda Calypso agora pertence à gravadora Som Livre, do grupo Globo.

A matéria acima explicita diversas das questões já abordadas, a saber: a emergência de um artista produzido por uma *indie* e absorvida, após a constatação de seu sucesso de vendas, pela *major*; o *marketing* apontado como fator decisivo ao sucesso das vendas; a mercadoria (CD) apontado como mero mediador entre o artista e os *media*, sendo o retorno financeiro atribuído às apresentações ao vivo.

Pelos argumentos apresentados até aqui, podemos visualizar o atual cenário da seguinte forma:

Figura 10: Estrutura do processo de produção fonográfica



Fonte: Elaboração própria.

A figura acima mostra o núcleo da produção fonográfica representado pela *major*, que está ligada diretamente aos processos de distribuição e divulgação, comercialização, e consumo.

No setor de distribuição e divulgação fariam parte o *marketing*, a logística, a publicidade e o acesso às rádios e redes de televisão (aberta e a cabo). Apesar do processo de distribuição em si (transporte e armazenamento) ser frequentemente terceirizado, as *majors* têm, ao contrário das *índies*, “agilidade e porte, flexibilidade e capital” para distribuir com eficiência (PRESTES FILHO, 2004, p.75). Não só pela capacidade de distribuição, mas também pela capacidade de divulgação, as *majors* saem à frente por fazerem parte de conglomerados empresariais que detêm, em alguns casos, meios de comunicação (como redes de rádio e TV), e quando não é o caso detêm capital para financiar a participação de seus artistas nas listas de execução musical das rádios e programas de TV (idem, pp.76-77)<sup>138</sup>. A capacidade de distribuição

<sup>138</sup> O pagamento de “jabá” para os programadores e donos das rádios tornou-se uma prática comum entre os produtores fonográficos. Menescal (2002) disse que, quando diretor musical da Polygram, ao pagar jabá para as emissoras de rádio passou de 10% do mercado para 25% (p.83). Em entrevista publicada na internet (<http://www.midiaindependente.org>, consultada em 03 de agosto de 2006), o dono da rádio Jovem Pam (e também de um portal de internet, de uma empresa de telefonia, da gravadora Bacana Records, e da Rádio Daslu), Tutinha, Amaral

e divulgação está relacionada com a capacidade de comercialização e consumo de fonogramas, seja, através de livrarias, supermercados, lojas especializadas, bancas de jornal, da internet, além da comercialização e consumo de música em aparelhos como os telefones celulares. Assim, a *major* funciona como um mediador entre a produção musical fonográfica em si e o público consumidor. Renato Ortiz avalia este quadro da seguinte forma:

O mundo do entretenimento, ao se globalizar, requer a reestruturação das grandes empresas. Para atuar num mundo desta dimensão elas devem se tornar mais flexíveis, terem capacidade financeira e tecnológica, e sobretudo, constituírem-se em grandes oligopólios que possam reduzir os concorrentes a uma posição de desvantagem. O setor fonográfico é certamente uma das atividades mais expressivas deste movimento de transnacionalização (ORTIZ *in* DIAS, 2000, p.13).

A análise de Ortiz sintetiza o que discutimos até aqui, ou seja, as grandes empresas fonográficas multinacionais que foram reduzidas a apenas quatro e absorveram grande parte das empresas nacionais, passaram a produzir de forma horizontal terceirizando o processo de produção do fonograma ou estabelecendo acordos com artistas ou pequenas gravadoras para licenciar ou distribuir suas produções. Por fazerem parte de grandes conglomerados que detêm o controle dos canais de distribuição e divulgação do produto, ou ainda por terem capital para custear essa parte que é a mais onerosa do processo, tornaram-se os mediadores entre os produtores do fonograma e o público consumidor.

Um outro aspecto de fundamental importância vem alterando as formas de se produzir e em especial o formato da mercadoria musical. Não obstante à pirataria que vem interferindo de forma negativa na lucratividade das

---

declarou: “Se não tocar na minha rádio, a Jovem Pan, o artista não estoura”. Sobre o jabá o empresário diz: “O que eu faço são acordos comerciais [...]. Por exemplo: hoje chegam 30 artistas novos por dia na rádio. Por que eu vou tocar? Eu seleciono dez, mas não tenho espaço para tocar os dez. Aí vou nas gravadoras e para aquela que me dá alguma vantagem eu dou preferência”.

empresas fonográficas, o avanço tecnológico vem propiciando à indústria desenvolver novas formas de se comercializar a música. Correspondendo aos novos hábitos de consumo, cada vez mais fugazes onde os produtos tornam-se obsoletos e são trocados numa velocidade cada vez maior, ou seja, onde há uma tendência decrescente no valor de uso das mercadorias<sup>139</sup>, o formato digital de vendas *on line* começa a substituir o formato concreto da mercadoria, como o CD e o DVD.

### III.3) A mercadoria musical: da partitura ao arquivo digital

A crise enfrentada hoje pela indústria fonográfica vem sendo relacionada prioritariamente ao crescimento da pirataria de CDs e DVDs, não só através de equipamentos que permitem a reprodução ilegal de produtos fonográficos como também pela troca de arquivos ilegais pela internet<sup>140</sup>. Impulsionado pelo avanço tecnológico e também por novos hábitos de consumo, outras formas de se comercializar o fonograma vêm sendo desenvolvidas.

Como nos conta Pedro Seiler<sup>141</sup>, produtor da gravadora Biscoito Fino, investir em um produto fonográfico tornou-se um empreendimento de alto risco levando os produtores a procurar por formas mais lucrativas como, por exemplo, diversificar seu produto com a produção de vídeos e mais recentemente de DVDs. Outra forma seria agregar valor ao produto com a

---

<sup>139</sup> A *taxa de utilização decrescente do valor de uso das mercadorias* é uma denominação de István Mészáros (2002) quando aponta para a subordinação do valor de uso das mercadorias ao seu valor de troca e para a tendência em se reduzir a vida útil das mercadorias a fim de agilizar o seu ciclo produtivo.

<sup>140</sup> Com a pirataria de CDs e com a internet, que vem possibilitando o acesso a gravações através de *download* gratuito, a indústria atravessa um período onde terá que forçosamente se adaptar às novas tecnologias que permitem esse acesso. “A indústria do disco como a conhecemos começou a morrer quando seus executivos, em vez de aproveitarem o extraordinário potencial da internet como rede de distribuição de música, preferiram combater a tecnologia”, diz Cora Rónai em matéria publicada no segundo caderno do jornal O Globo de 2 de fevereiro de 2003. Apesar disso, as vendas de discos no Brasil em 2002 cresceu 4,4% em relação a 2001, o que contraria uma tendência mundial de decrescimento nas vendas (O Globo, Segundo Caderno, 2 de fevereiro de 2003, “Queda nas vendas de CDs profetiza mais um apocalipse”, por Bernardo Araújo).

<sup>141</sup> Em entrevista concedida à autora em 15 de setembro de 2006.

introdução de faixas bônus e a possibilidade do consumidor realizar *download* através do *site* da gravadora de faixas que não estão no CD comprado, por exemplo. Aliados a isso estão novas formas de comercialização como a venda de músicas *on line* (fato que pode ser observado no *site* da gravadora Biscoito Fino<sup>142</sup>).

Seiler diz que o formato CD e DVD não serão mais o produto principal da indústria fonográfica e os indícios apontam para outras formas de comercialização como a venda de arquivos digitais (como o mp3 e a produção de fonogramas para aparelhos como os celulares, por exemplo, os chamados *ringtones*). Vicente acrescenta afirmando que

Essas tendências caminham no sentido da desmaterialização dos suportes e de uma indústria que deverá passar a se concentrar muito mais na comercialização de direitos musicais e na obtenção de royalties do que propriamente na venda de produtos [...] e, portanto, de transformação das gravadoras muito mais em provedoras de serviços do que propriamente em indústria de discos (VICENTE, 2002, p.34).

Nesse sentido, as empresas fonográficas passariam da condição de produtoras de mercadorias para a condição de prestadora de serviços.

A suposição de Seiler e Vicente é atestada pelos dados apresentados pela Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD) e pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica (International Federation for the Phonograph Industry – IFPI). O boletim da Associação Brasileira de Produtores de Discos mostra que em 2004, apesar do aumento da pirataria e da troca ilegal de arquivos pela internet, as vendas de música no Brasil apresentaram crescimento, movimentando cerca de R\$706 milhões. Nesse mesmo ano as vendas de DVDs cresceram 100% e as vendas dos CDs 2,9%.

---

<sup>142</sup> [www.biscoitofino.com.br](http://www.biscoitofino.com.br).

Porém, esses índices são apresentados como uma recuperação do mercado que teve queda de 17% em 2003<sup>143</sup>.

O relatório da ABPD apresenta uma síntese dos números e fatos do mercado mundial em 2005 segundo a Federação Internacional da Indústria Fonográfica, que indicam um aumento triplo da receita das gravadoras em relação a 2004 (que foi de 380 milhões de US\$) tendo alcançado 1,1 bilhões de dólares, e o crescimento de outras formas de exploração comercial do fonograma: a música digital<sup>144</sup>.

O relatório indica que a música digital (*on line* e para celulares) representa cerca de 6% das vendas gerais de música e que as vendas de música para celulares têm receita similar das vendas *on line* (as músicas para celulares totalizaram 211 milhões de dólares no Japão, 96% das vendas digitais no mercado durante os nove primeiros meses de 2005).

Segundo o relatório em 2005 foram “baixados” 420 milhões de faixas *singles* em todo o mundo, o que representa mais do que o dobro da quantidade do ano anterior, de 156 milhões, e que os catálogos de músicas *on line* duplicaram para mais de 2 milhões de faixas licenciadas.

A IFPI indica o crescimento global dos serviços legais *on line*: 335 serviços oferecidos atualmente em contraste com os 230 existentes em 2004 e dos 50 existentes dois anos antes. O número de usuários de serviços de assinatura como o Rhapsody e o Napster aumentou de 1,5 a 2,8 milhões no mundo em 2005<sup>145</sup>.

Os dados referentes às vendas *on line*, apesar da pirataria ser uma preocupação, apresenta dados favoráveis. O relatório da IFPI indica que o número de arquivos ilícitos disponíveis na internet no momento é estimado em

---

<sup>143</sup> [http://www.abpd.org.br/estatisticas\\_mercado\\_brasil.asp](http://www.abpd.org.br/estatisticas_mercado_brasil.asp), consultada em 10 de novembro de 2006.

<sup>144</sup> [www.abpd.org.br](http://www.abpd.org.br), consultada em 12 de fevereiro de 2007.

<sup>145</sup> “Napster é o nome do programa criado em 1998 por Shawn Fanning, então um estudante universitário de 17 anos, que permite o compartilhamento de arquivos MP3 através da internet. Com o programa (gratuito) instalado, os computadores que acessam o site da empresa (criada em 1999) estavam automaticamente disponibilizando os arquivos MP3 contidos em seus discos rígidos e tendo acesso àqueles guardados em todos os outros computadores conectados” (VICENTE, 2002, p.221).

885 milhões, o que supera os dados de janeiro 2005 de 870 milhões, mas é inferior aos 900 milhões disponíveis em junho de 2005. Por outro lado, a banda larga aumentou em torno de 26% em 2004 e a quantidade total de arquivos ilícitos baixou 20% com relação ao pico de 1,1 bilhões em abril de 2003.

Mesmo com a queda das vendas de CDs - na Inglaterra foi anunciada uma diminuição de 10% e nos Estados Unidos de 20% só no primeiro semestre desse ano -, a indústria vem tentando encontrar novos formatos para garantir seu negócio. Além da música vendida de forma digital, que aumentou 50% no mesmo período na terra da Rainha, outros formatos continuam sendo testados. Se tivemos o CD Zero, o SMD, a Hollywood Records, braço fonográfico da Disney, está apostando no CD View Plus, um formato que inclui áudio, fotos do artista, letras e outros atrativos em formato digital. O CDVU+ virá em uma embalagem com material reciclável substituindo o encarte e o módulo de plástico tradicional<sup>146</sup>.

Assim, podemos observar um momento de transição no mercado fonográfico, especialmente no que se refere aos formatos de vendas do produto fonográfico musical, conforme indicam os dados acima.

O novo produto musical em seu formato digital permite o consumo de faixas independentes e uma velocidade muito maior em sua comercialização. Isso vai ao encontro com a aspectos da economia capitalista como a já mencionada taxa decrescente do valor de uso das mercadorias.

De acordo com a análise de Harvey (2002), essa reestruturação nos processos de produção da indústria fonográfica, além dos muitos funcionários de diversos setores demitidos<sup>147</sup>, veio a mudar também as relações de trabalho.

---

<sup>146</sup> Texto encontrado em [www.nemo.com.br/elcabong/?p=499](http://www.nemo.com.br/elcabong/?p=499), consultada em 25 de julho de 2007.

<sup>147</sup> Empresas como a Phonogram, que em 1974 tinha uma estrutura de cerca de 500 funcionários hoje se tornaram meros escritórios com estruturas bastante reduzidas.

### III.4) Mudanças nas relações de trabalho no meio fonográfico

No presente estudo nosso foco está centrado em três figuras importantes do processo de produção fonográfica, às quais estamos nos referindo como o artista, o produtor musical e o músico.

Para fins deste trabalho estamos entendendo como artista aquele que empresta sua imagem ao produto. Em alguns casos o artista pode ser representado por um conjunto de músicos ou artistas. O trabalho do artista pode ser um trabalho autoral, onde o artista também é o compositor, ou apenas atuar como intérprete.

De forma sintética podemos entender o produtor musical como um elo de ligação entre o artista e os empresários ou detentores do capital, que irão financiar ou investir no produto desenvolvido pelo artista e seu produtor. A responsabilidade do produtor passa por múltiplas funções, desde “descobrir” determinado artista até o trabalho com o repertório e tipo de performance do artista<sup>148</sup>.

O músico é aquele que colabora com sua força de trabalho para a execução do produto a ser desenvolvido. Participa do trabalho do artista, mas, em geral, seu nome não é relacionado ao produto.

O artista, segundo Dias (2000), mesmo quando a grande empresa fonográfica produzia de forma verticalizada, não encontrava um espaço efetivo em sua estrutura<sup>149</sup>.

---

<sup>148</sup> “O trabalho do produtor musical tem dimensão ampla e se realiza em várias etapas do processo. Coordena todo o trabalho de gravação, escolhendo os músicos, arranjadores, estúdio e recursos técnicos. Pensa na montagem do disco, na seqüência em que as músicas devem ser apresentadas e escolhe as faixas de trabalho (músicas que serão usadas para a divulgação nas rádios e na televisão). [...] O lado ‘caça talentos’ requer conhecimentos sobre o mercado e grande sintonia com as ofertas de shows, discos independentes, ou seja, toda a movimentação musical que ainda não tenha sido capitalizada pelas grandes companhias” (DIAS, 2000, p.92).

<sup>149</sup> O que corrobora a afirmação de Jardim (1988) quando afirma ser o artista um fornecedor de matéria prima.

Apesar de conferir a necessária essencialidade ao processo, o artista, paradoxalmente, não faz parte da indústria. Ele passa por ela, negocia, grava seu disco, trabalha, muitas vezes, arduamente na divulgação do produto. Oferece contratualmente seu *savoir faire*, seu talento, sua personalidade artística, seu nome, sua imagem, até quando o negócio se mantenha interessante para todas as partes envolvidas, caso contrário, será substituído (DIAS, 2000, p.72).

O cantor e compositor Byafra, artista que teve grande sucesso popular no início da década de 1980 reitera a afirmação de Dias<sup>150</sup>. Ele disse que a empresa fonográfica investia no primeiro disco do artista. Se obtivesse sucesso comercial eles investiam em um segundo, seguindo a linha das músicas que atingiram maior sucesso junto ao público.

Porém, neste tipo de estrutura o artista agia como contratado da empresa fonográfica. O produtor Roberto Menescal conta que a empresa apostava na possibilidade de sucesso comercial do artista e que equacionava as perdas e ganhos de cada um de seus contratados em seus orçamentos.

Se o disco vendia cinquenta mil, por exemplo, 6% daquilo ali eram destinados à divulgação: essa era a regrado jogo. No princípio, tirava-se dos maiores um pouquinho para testar, para jogar, vamos dizer assim. Tinha-se num elenco 10% que vendiam e 90% que eram tentativas. Tirava-se então uma verba daqueles e se distribuía entre estes, que era muita gente. Na hora em que algum desses últimos começava a render, a vender discos, tirava-se igualmente 6% da verba dele e jogava-se no primeiro disco de ouro (MENESCAL, 2002, p.62).

O que temos hoje é o inverso, ou seja, o artista é o “contratante”. Assim como aconteceu com o produtor musical, como veremos adiante, qualquer remuneração oferecida pela empresa passa a ser um adiantamento de uma possível lucratividade nas vendas do produto. Caso a expectativa de lucro não

---

<sup>150</sup> Em entrevista concedida dia 3 de outubro de 2007.

se confirme o artista fica devendo a empresa o valor que lhe foi pago como uma antecipação. A pesquisa de Prestes Filho também atesta esta situação.

Os artistas [...] são vistos pelas gravadoras como seus verdadeiros “clientes”. [...] A relação é formalizada em contratos que prevêm principalmente o tempo e duração (geralmente estabelecido sob forma de quantidade de álbuns a serem gravados) e a porcentagem de *royalties* (participação nas vendas) (PRESTES FILHO, 2004, p.46).

Isso significa que a *major* como a mediadora do processo entre o produtor e o consumidor age como uma espécie de “financeira”, aquela que detêm o capital para realizar certo projeto. Esse mesmo aspecto foi reiterado pela cantora Leila Pinheiro quando diz que hoje de contratada ela passa a contratante da gravadora, e que a forma de pagamento vigente na verdade é um adiantamento de um suposto lucro ao final do processo. Caso a expectativa de lucro não se confirme o artista passa a condição de devedor do pagamento antecipado<sup>151</sup>.

O produtor Pedro Seiler da gravadora Biscoito Fino, diz que hoje o artista age em parceria com a gravadora, assumindo a condição de exclusividade por tempo determinado ou por quantidade de projetos a serem realizados, e recebendo por seu trabalho os *royalties* do produto vendido<sup>152</sup>. Segundo o produtor, os riscos financeiros estão cada vez maiores na produção fonográfica (por uma série de motivos, inclusive a crescente pirataria) e uma tendência atual seria a gravadora ter uma porcentagem nos shows dos artistas como forma de garantir sua margem de lucro.

Tem gravadoras lá fora que ganham um percentual nos shows dos artistas. Tinha uma coisa antigamente chamada *tour support*. A gravadora lança o seu disco e ainda te dá um X pra bancar os shows, que é o que acaba

---

<sup>151</sup> Em entrevista concedida em 15 de novembro de 2006.

<sup>152</sup> Em entrevista concedida dia 15 de setembro de 2006.

divulgando e vendendo o disco. Hoje em dia é o contrário. Eu lanço o seu disco mas quero um percentual da sua bilheteria. Porque você vai ganhar dinheiro com o show e eu não vou ganhar dinheiro com o disco. O disco vai ser só o seu cartão de visita<sup>153</sup>.

Comparando o início da década de 1980 com a atualidade, Menescal diz:

Eu cheguei a ter 180 artistas sob contrato na Polygram, imagine a loucura que era! Hoje uma gravadora tem vinte, e trabalha com cinco. [...] Esses cinco têm tudo, os outros nada. Nós, ao contrário, tirávamos dos cinco que mais vendiam para ajudar muitos outros. Hoje, a regra é tudo por esses cinco vendedores de disco e praticamente nada para os demais (MENESCAL, 2002, p.66).

Podemos avaliar o quadro de investimento das gravadoras em artistas nacionais na atualidade através dos seguintes dados que representam o número de artistas nacionais contratados pelas 10 empresas fonográficas associadas à Associação Brasileira de Produtores de Disco:

**Quadro 03: Empresas fonográficas e Artistas Nacionais**

<b>EMPRESA FONOGRÁFICA</b>	<b>NÚMERO DE ARTISTAS</b>
EMI MUSIC (multinacional)	26 artistas nacionais contratados. 25 artistas nacionais licenciados ou distribuídos.
INDIE RECORDS (nacional)	16 artistas nacionais contratados.
MICROSERVICE TECNOLOGIA DIGITAL (multinacional)	Essa empresa é responsável apenas pela fabricação de mídia digital. Nenhum artista contratado.
MK MUSIC (nacional)	38 artistas nacionais contratados.

<sup>153</sup> Em entrevista concedida à autora no dia 15 de setembro de 2006.

PAULINAS (nacional)	50 artistas nacionais contratados.
SOM LIVRE (nacional)	07 artistas nacionais contratados.
SONY BMG (multinacional)	32 artistas nacionais contratados.
SUNSHINE RECORDS (nacional)	01 artista nacional contratado.
UNIVERSAL MUSIC (multinacional)	26 artistas nacionais entre contratados, licenciados ou distribuídos.
WARNER MUSIC (multinacional)	18 artistas nacionais contratados.

Fonte: ABPD e site das empresas<sup>154</sup>. Elaboração própria.

Algumas empresas distinguem em suas listagens os artistas contratados dos licenciados ou distribuídos. No caso dos licenciados o produtor do fonograma dá à empresa o direito exploração comercial do produto por tempo determinado. Leila Pinheiro comenta:

Por exemplo, eu fiz um DVD com o Menescal agora que é meu do Menescal e do Roberto de Oliveria que foi quem filmou. Nós vamos licenciar e só fazer a distribuição pela EMI. Então a EMI põe no mercado, faz o *marketing*, paga os direitos autorais das canções. É isso o que na verdade eu não gostaria de arcar porque você paga já a gravação inteira do produto, a capa... o meu selo me permite fazer isso. Como a Zélia tem o dela, o Duncan Discos que a Polygram só distribui. Tem uma empresa que só faz a distribuição mesmo. Pra eu fazer distribuição e divulgação imensa não tenho estrutura e também tem o seguinte. Isso seria eu voltar pra um esquema independente capenga, isso pra mim não interessa. Interessa pra mim fazer o meu disco e levo pras grandes empresas e posso licenciar por um tempo. Licenciar significa ela ser dona por um tempo do produto e distribuir como distribui os seus

---

<sup>154</sup> [www.emi.com.br](http://www.emi.com.br) / [www.mkmusic.com.br](http://www.mkmusic.com.br) / [www.paulinas.org.br](http://www.paulinas.org.br) / [www.somlivre.com.br](http://www.somlivre.com.br) / [www.sonybmg.com.br](http://www.sonybmg.com.br) / [www.universalmusic.com.br](http://www.universalmusic.com.br) / [www.warnermusic.com.br](http://www.warnermusic.com.br) / Consultadas em 16 de março de 2007.

produtos. É uma parceria por tempo determinado<sup>155</sup>.

A “cena independente” passa a contar com pequenos estúdios, de propriedade em geral de músicos e produtores autônomos, e dos selos criados por artistas e/ou produtores que passam a gerir de forma relativamente autônoma (porém dependente das grandes empresas) seus projetos, como é o caso das cantoras Leila Pinheiro, proprietária do selo Tacacá, e Zélia Duncan, da Duncan Discos.

Importante lembrar que, mesmo possuindo os meios de produção, ou seja, os equipamentos e conhecimentos técnicos e artísticos necessários à produção do fonograma, sem o acesso aos meios de distribuição e divulgação não há independência. Conforme vimos, as quatro grandes empresas multinacionais fazem parte de gigantescos conglomerados empresariais, possuindo diversos meios de comunicação. Mesmo empresas nacionais como a Paulinas e a MK Music, ambas centradas na produção musical religiosa, são detentoras de diversos canais de comunicação. A primeira faz parte do grupo que, entre outros, possui a Paulinas Produções TV, produzindo programas para a TV a cabo. A segunda é um braço do grupo MK de Comunicação, detentores da rádio 93FM, do Elnet megaportal da internet, da Revista Enfoque Gospel, da MK Editora e do programa televisivo Conexão Gospel, exibido pela Rede TV. Neste sentido, Ortiz conclui que “a concentração desses oligopólios prescinde da propriedade dos ‘meios de produção’: o que importa é o controle dos canais de distribuição e o acesso público ao mundo da mídia” (ORTIZ *in* DIAS, 2000, p.13). Outro caso é o da gravadora Som Livre, que dispensa maiores comentários por fazer parte do grande conglomerado empresarial que são as Organizações Globo<sup>156</sup>.

---

<sup>155</sup> Em entrevista concedida em 15 de novembro de 2006.

<sup>156</sup> Dias (2000) aponta que uma “vantagem da Som Livre frente às suas concorrentes estava no esquema promocional e de difusão de que usufruía.[...] Segundo a autora, a verba destinada à campanha da gravadora era maior do que aquela investida por grandes anunciantes, como a Souza Cruz ou a Coca-Cola” (p.60).

No caso do produtor de discos a situação de trabalho também acompanhou as mudanças estruturais das empresas capitalistas. Quando a produção ainda era vertical, sua atividade era uma importante peça no jogo da produção musical. O produtor era um profissional assalariado encarregado de identificar e contratar novos “talentos”. Conforme o depoimento do músico e produtor Henrique Cazes<sup>157</sup>:

Essa questão da relação de trabalho eu conversei muito com os produtores mais antigos, com o Rildo Hora que é de uma outra época, época em que o produtor era empregado da gravadora. O produtor tinha um bloco de contratos, um dos trabalhos dele era “caçar talentos”. O Rildo encontrou o Martinho da Vila assim. Foi num lugar onde tinha samba, viu o Martinho e ali mesmo ele assinou contrato pra fazer o primeiro disco, na RCA.

Além do salário o produtor ainda recebia comissões. A partir principalmente da década de 1980, com o processo de fragmentação da indústria, os produtores foram demitidos e passaram a trabalhar como autônomos, em geral para as mesmas empresas que antes eram funcionários assalariados. O depoimento de Henrique Cazes ilustra bem o quadro:

Esse tipo de relação, uma relação mais estável, mais duradoura, um tipo de regra muito bem definida, o produtor com salário mais 3% de comissão em média, isso é uma coisa que vem no mundo fonográfico piorando. Já na metade dos anos 1970, início dos 80 os produtores deixaram de ser funcionários, passaram a ser *free-lancer*, trabalhar através de firma. Aí começaram a mexer nas comissões de produção. As comissões deixaram de ter aquele percentual de 3%, passaram a ter percentuais mais baixos e a se extinguir depois de tantos meses. Depois disso passou-se a não pagar mais *cachê* para o produtor. O pagamento era considerado um adiantamento da comissão. É um adiantamento

---

<sup>157</sup> Em entrevista concedida à autora em 18 de julho de 2006.

da comissão que se ele conseguir que o negócio venda ele consegue cobrir o adiantamento da comissão e talvez ganhe até alguma coisa. Se não ele fica devendo para a gravadora<sup>158</sup>.

O caso do produtor Liminha, por exemplo, ilustra bem as novas relações de trabalho e os processos de trabalho da acumulação flexível. Liminha, que iniciou na profissão como músico instrumentista, vem atuando desde o início da década de 1980 como um dos mais requisitados produtores do mercado fonográfico brasileiro (ALBIN, 2006, p.407). Contratado como produtor da Warner ainda no final da década de 1970, sua primeira produção foi o disco do grupo “As Frenéticas”. Segundo o produtor “A gravadora não acreditava muito no grupo, pois elas eram garçonetes, [...] praticamente empurraram a produção para mim, que não tinha experiência”. O disco acabou ganhando o disco de ouro, o primeiro da Warner no Brasil<sup>159</sup>.

Depois de produzir muitos discos de sucesso na Warner montou seu próprio estúdio, o estúdio Nas Nuvens, e, desde o final da década de 1980, vem trabalhando de forma autônoma. Segundo Liminha, como empregado da Warner suas produções se limitavam ao que a gravadora queria investir. Ele diz: “a melhor coisa que eu fiz foi ficar independente, porque alguns artistas queriam trabalhar comigo e estavam presos a outras gravadoras. Algumas vezes nem queriam assinar com a gravadora com a qual eu estava trabalhando”<sup>160</sup>.

Roberto Menescal (2006) comenta que até os anos 1980 o cargo de direção artística e presidência das gravadoras eram compostos por artistas, mas que a partir desse ano passaram a ser exercidos por administradores de outras áreas. Segundo Menescal, quando músicos atuavam na posição de direção artística se corriam muitos mais riscos para lançar determinado

---

<sup>158</sup> Idem.

<sup>159</sup> Entrevista encontrada em [www.terra.com.br/istoegente/18/reportagens/rep\\_produtores.htm](http://www.terra.com.br/istoegente/18/reportagens/rep_produtores.htm), consultada em 15 de julho de 2007.

<sup>160</sup> Entrevista encontrada em [www.jovemguarda.com.br/entrevista-liminha.php](http://www.jovemguarda.com.br/entrevista-liminha.php), consultada em 15 de julho de 2007.

produto. Em 1985, Menescal deixa seu cargo na Polygram e cria com Raimundo Bittencourt o selo Albatroz.

Assim, a qualificação reconhecida e a experiência do profissional para atuar na função de produtor de discos, antes uma qualidade indispensável para que fosse contratado pela empresa gravadora e também o que servia como referência para sua remuneração, deixa de ter importância quando as empresas, ao se reestruturarem, deixam de correr os riscos de uma produção mal sucedida. Dias analisa esta questão da seguinte forma:

A crescente segmentação do mercado fonográfico [...] permite às gravadoras investirem em vários estilos musicais, diversificando riscos e, assim, garantindo retorno constante para suas operações, pode nos auxiliar no entendimento de tais mudanças. O trabalho do produtor vai se especializando cada vez mais, até desprender-se formalmente da estrutura da grande empresa. Deixa de ser economicamente viável, para as companhias, ter em seus quadros produtores assalariados, especializados nos vários segmentos em que atuam. Desta forma tornam-se profissionais autônomos, contratados pelas empresas para realizar trabalhos específicos (DIAS, 2000, p.99).

No cenário atual, as grandes empresas deixam os riscos para as pequenas empresas, investindo minimamente em novos artistas e apostando nas compilações e projetos temáticos. A produção da gravadora Som Livre, por exemplo, é voltada para apenas sete artistas mas contém em seu catálogo dezenas de compilações de sucessos nacionais e internacionais distribuídos em coletâneas organizadas por estilos musicais, por décadas ou por temas<sup>161</sup>.

A discografia do cantor Emilio Santiago é outro exemplo. Entre os anos de 1988 e 1995 o cantor lançou sete discos com o título "Aquarelas Brasileiras" (todos pela gravadora Som Livre), alcançando a marca de 4 milhões de cópias

---

<sup>161</sup> Como exemplo, citamos os produtos (CDs) destacados pelo site da empresa [www.somlivre.com.br](http://www.somlivre.com.br) consultada em 21 de março de 2007. São eles: "Temas inesquecíveis", "E vai rolar a festa", "Anos 80", "O melhor internacional de novelas 2", "Loving you" e "20 anos de rock Brasil".

vendidas. No final da década de 1990, lançou discos que não tiveram tanta repercussão comercial. Em 2000, voltou aos projetos temáticos com o disco “Bossa Nova”, e em 2001 com o álbum “Um Sorriso nos Lábios”, também um projeto temático com músicas do compositor Gonzaguinha (ambos pela Sony Music)<sup>162</sup>. Roberto Menescal, idealizador do projeto “Aquarelas Brasileiras, comenta: “Emílio Santiago nunca tinha vendido mais de quinze mil discos na Polygram, o primeiro da série ‘Aquarela Brasileira 1’ vendeu 750 mil cópias, e daí em diante nós mantivemos uma média até o disco final de 450 a 500 mil discos no lançamento” (MENESCAL, 2002, p.73).

Apostar em projetos temáticos parece ser a grande estratégia do meio fonográfico na atualidade para atingir sucesso comercial, e se tornou ainda uma estratégia dos produtores autônomos para licenciar seus produtos para as grandes empresas ou para trabalhar em parceria com elas. Menescal diz: “Hoje, sou um produtor de projetos. Nana Caymmi cantou ‘Bolero’<sup>163</sup>. um projeto meu: foi seu primeiro disco de sucesso, disco de ouro. Sempre foi uma cantora extraordinária, mas não vendia disco, até esse projeto” (MENESCAL, 2002, p.74)<sup>164</sup>.

No início do século XXI, Menescal (2002) anuncia o fim de uma era, onde se investia em trabalhos autorais, e anuncia a confirmação da tendência em se produzir por projetos. Seu diagnóstico é que se não for por projetos não vai haver interesse das gravadoras na produção dos artistas, que ficarão fora do mercado (MENESCAL, 2002, p.77).

---

<sup>162</sup> <http://cliquemusic.uol.com.br/artistas/emilio-santiago.asp>, consultada em 01 de março de 2007.

<sup>163</sup> Disco lançado em 1993 pela gravadora EMI-Odeon (Informação disponível em <http://cliquemusic.uol.com.br>, consultada em 21 de março de 2007).

<sup>164</sup> Além de “Bolero”, o produtor cita outros projetos seus de sucesso em vendas, como o “Benção Bossa Nova” (Polygram, 1989), da cantora Leila Pinheiro. “Foi o disco dela que mais vendeu até hoje, ultrapassando os trezentos mil discos. A média dela tem sido de sessenta a setenta mil” (idem). Menescal diz que o disco “Joana interpreta Lupcínio” (BMG Ariola, 1994) ganhou disco de platina, aumentando a média de venda da cantora de quarenta mil para trezentos mil discos. Outro projeto de Menescal para a cantora foi “Joana em samba-canção” (BMG Brasil, 1997), ganhador do disco de ouro. Um dos seus mais recentes projetos foi “Jobiniando” (Abril Music, 2001), do cantor e compositor Ivan Lins, um dos cinco indicados para o *Grammy*, e o projeto “Trilhas” (Albatroz, 2000), com Danilo Caymmi. Sobre este último o produtor diz: “não estou dizendo se o disco é bom ou não, mas quem pega o disco e vê o repertório, vai ter vontade de ouvir” (idem, p.75).

Essa tendência, porém, parece não atender completamente aos interesses dos artistas. A cantora Leila Pinheiro comenta: “eu saí da Universal recentemente porque eu fiquei dizendo pra eles por dois anos que eu queria fazer um disco de compositores novos, músicas inéditas e eles querendo um projeto”<sup>165</sup>. Esse fato é um argumento usado para justificar a saída de nomes importantes da MPB das grandes para as pequenas gravadoras. Quando perguntada por que artistas como Chico Buarque e Maria Bethânia teriam saído de grandes gravadoras multinacionais e mudado para a gravadora Biscoito Fino<sup>166</sup>, Leila Pinheiro responde:

Porque tem liberdade artística. O que me levou pra lá foi exatamente isso. Mas as gravadoras têm verba de gravação, distribuição, etc, o dobro ou triplo da Biscoito Fino, mas sem liberdade. Mas lá ou você faz no esquema deles, com o fotógrafo deles que já tem um precinho mais em conta ou você paga. Tudo o que você quer além da estrutura pequena que eles te oferecem fica por sua conta. Foi o que eu fiz. Eu sou mais parceira deles do que eles meus. Eu não ganho nem um tostão a mais por causa disso<sup>167</sup>.

A mudança na estrutura da grande indústria fonográfica e nos processos de produção também afetou as relações de trabalho e até mesmo o perfil profissional do músico instrumentista. Segundo Cazes nos conta, quando a gravadora tinha um *cast* de artistas, para cada artista tinha uma estrutura. Uma banda era montada e um produtor encarregado para desenvolver o trabalho. O objetivo dos músicos instrumentistas, em geral, era se qualificar para poder exercer a função de músico acompanhando o artista em shows e

---

<sup>165</sup> Em entrevista concedida em 15 de novembro de 2006.

<sup>166</sup> Chico Buarque teve seu último CD, antes da ida para a Biscoito Fino, produzido e lançado pela SONY BMG em 2002. Na Biscoito Fino lançou em 2006 “Carioca”. Maria Bethânia lançou seu último disco pela BMG Brasil, “Maricotinha”, em 2001 e em 2002, já na Biscoito Fino, lançou “Maricotinha ao vivo” (informações disponíveis em <http://cliquemusic.uol.com.br>, consultada em 21 de março de 2007).

<sup>167</sup> Idem.

gravações. O músico era contratado da gravadora, o que lhe garantia estabilidade<sup>168</sup>.

O cara nos anos 70 tocava com uma cantora, a cantora tinha banda, viajava, tinha aquele esquema todo. Então qual é o pensamento do músico naquela época: era se aperfeiçoar e conseguir entrar dentro dessa turma que tocava com os artistas [cantores e compositores descobertos pelo produtor]. Assim ele teria uma estabilidade<sup>169</sup>.

Porém, como nos contou o cantor e compositor Byafra, em seu início de carreira no final da década de 1970, foi junto com a sua banda procurar uma gravadora que os contratou. Pouco tempo depois os músicos foram descartados ficando sob contrato apenas ele, o cantor. Byafra conta que as viagens eram freqüentes e pagar os custos de toda a banda não era de interesse da gravadora uma vez que em cada localidade músicos podiam ser contratados sem as despesas de viagem.

Nos dias de hoje, além dos *cast* das gravadoras terem diminuído sensivelmente conforme pudemos verificar, os músicos (produtores, arranjadores e instrumentistas) deixaram de ter um contrato de exclusividade e passam a atuar apenas como profissionais autônomos. Mesmo quando autônomos, em épocas anteriores as relações de trabalho eram mais “claras”, conforme o depoimento de Henrique Cazes:

Essas relações se transformaram muito. Eu conversei com muitos músicos que viveram outra época, com Radamés [Gnattali], com Chiquinho do Acordeon que foi o cara que mais gravou na história da indústria fonográfica [no Brasil]. O cara fazia gravação na Continental, uma faixa ou duas faixas, e ele passava no caixa e recebia em dinheiro no dia. O processo de compra do trabalho era um processo muito mais claro. Hoje você assina uma folha e torce pra receber em 30 dias.

---

<sup>168</sup> Em entrevista concedida à autora em 18 de julho de 2006.

<sup>169</sup> Idem.

Normalmente numa grande gravadora você assina uma folha de gravação que é ilegal, não tem efeito nenhum de direitos conexos como tá escrito lá, você tá abrindo mão dos direitos conexos<sup>170</sup>.

Como uma forma de compensar a perda nos ganhos com seu trabalho, o músico passa a posição também de “investidor”. Ao invés de contar com um cachê que razoavelmente pague por seu trabalho, o músico aceita o trabalho quando acha que terá sucesso comercial, e conta apenas com uma participação nas vendas no caso de haver lucro. Henrique Cazes comenta:

O Márcio Montarroyo já tem uma cabeça mais moderna. O Gabriel o Pensador chamou ele pra fazer um solo de trompete em uma das faixas e o Márcio pediu pra ouvir. Aí ele achou que a faixa iria fazer sucesso e pediu 1% de *royalty* naquela faixa. Fez um acordo, acabou dando grana porque fez sucesso. São outras estratégias que são importantes. Aquela maneira de ver: eu presto um serviço bom e posso cobrar mais pelo serviço, na minha maneira de ver, é totalmente ultrapassada<sup>171</sup>.

Conforme pudemos perceber, as transformações dos processos produtivos da indústria fonográfica tornaram as *majors*, que são as grandes detentoras do capital, da função de produtoras de mercadorias a função de prestadoras de serviços ou até mesmo em financeiras. Isso ocorre na medida em que a *major* hoje vem atuando como mediadora entre os produtores (músicos terceirizados, artistas licenciados e as *indies*) e os consumidores, prestando principalmente serviços de distribuição e divulgação. Nesse sentido, como observamos através dos relatos apresentados, os produtores e artistas de contratados passam a contratantes, e os músicos, em um âmbito onde já foram

---

<sup>170</sup> Idem.

<sup>171</sup> Idem.

trabalhadores assalariados ou onde tiveram algum tipo de estabilidade, passam a condição de autônomos ou até mesmo “parceiros”<sup>172</sup>.

Antunes (1999) diz que a finalidade deste processo de organização do trabalho é a

Intensificação das condições de exploração da força de trabalho, o que resulta na desregulamentação dos direitos do trabalho; no aumento da fragmentação no interior da classe trabalhadora; na precarização e terceirização da força de trabalho humana; e na destruição do sindicalismo de classe (ANTUNES, 1999, p.53).

No caso do músico, embora haja uma Lei que regulamenta sua profissão e cria regras para a sua contratação, o que se vê é o mercado determinando arbitrariamente não só o preço como as formas de contrato, as formas de pagamento e as condições de trabalho. Conforme aponta Coli

As novas formas de contratação nos dias de hoje transformam-nos em reféns das novas estratégias de utilização e reposição implícitas em seus sutis mecanismos, dentre as quais se incluem as várias modalidades de trabalho temporário e sem registro em carteira (COLI, 2006, p.101)

A discussão que se segue trata das especificidades do trabalho do músico que, ironicamente, segundo Menger, seria o precursor das relações flexíveis de trabalho<sup>173</sup>.

---

<sup>172</sup> Quando é oferecida ao músico apenas algum tipo de participação nas vendas.

<sup>173</sup> Citado por SEGNINI ([www.centrodametropole.org.br/textos\\_nadya/Segnini.pdf](http://www.centrodametropole.org.br/textos_nadya/Segnini.pdf), consulta em 10 de dezembro de 2006)

**CAPÍTULO IV**  
**Especificidades do trabalho do músico**

*(...) falei com meu pai que quase teve uma coisa ao me ouvir, mas me perguntou: “Mas como é ser músico?” Eu também não sabia como era ser músico. Ele insistiu: “vai viver de quê?”, e eu: “De música, ora”.*  
*Roberto Menescal*

#### **IV.1) O fetiche do artista e do trabalho artístico**

É muito comum de se ouvir em relatos de músicos sobre sua atividade profissional que há por parte da sociedade certa desconfiança ou um questionamento a respeito da compreensão da atividade musical como um trabalho, como uma forma de sobrevivência. A atividade musical está relacionada, a grosso modo, ao prazer, ao lazer e ao ócio. A fábula da cigarra e da formiga ilustra bem essa idéia<sup>174</sup>:

*“Era uma vez uma cigarra que vivia saltitando e cantando pelo bosque,  
sem se preocupar com o futuro.*

*Esbarrando numa formiguinha, que carregava uma folha pesada, perguntou:*

---

<sup>174</sup> Fábula do francês Jean de La Fontaine (1621-1695), título original “La Cigale et la Fourmi”.  
www. <http://www.graudez.com.br/litinf/atores/lafontaine/lafontaine.htm>, consultada em 04 de maio de 2007.

- *Ei, formiguinha, para que todo esse trabalho? O verão é para gente aproveitar!  
O verão é para gente se divertir!*  
- *Não, não, não! Nós, formigas, não temos tempo para diversão.  
É preciso trabalhar agora para guardar comida para o inverno.*<sup>175</sup>

A associação ao lazer e ao ócio vem reforçar não só a dissociação que se faz da atividade musical com um trabalho, como também a idéia de dom e talento artístico, que seriam as características que distinguem os artistas dos demais seres humanos “não artistas”. A noção de dom e talento vem ocultar o processo de trabalho realizado pelos músicos desde seu aprendizado musical até o momento em que seu trabalho é consumido pelo público<sup>176</sup>. Nesse sentido, o momento da apresentação musical, por exemplo, tende a ser visto não como o resultado de um processo de trabalho, mas como o trabalho em si, como se para a sua execução não fosse necessário nenhum esforço laboral anterior<sup>177</sup>.

Essa idéia também contribui para a fetichização do artista, como um ser com capacidades extraordinárias, visão que elimina do artista suas necessidades humanas.

Um cantor em condições precárias, sem dinheiro e sem emprego, considera-se ainda um cantor, um “artista”, e assim continua sendo venerado pelo “público”, através de uma imagem criada socialmente e reforçada pelos meios de comunicação, ou seja, ainda goza do prestígio que lhe foi conferido por aquilo que representa (COLI, 2006, p.157)<sup>178</sup>.

---

<sup>175</sup> <http://www.qdivertido.com.br/verconto.php?codigo=9>, consultada em 04 de maio de 2007.

<sup>176</sup> Juliana Coli (2006) ratifica esta afirmação. Em sua pesquisa sobre o trabalho do cantor lírico aponta para a idealização da imagem do artista, tão explorada pela mídia, e que está calcada na noção de dom. “Assim, termos como ‘vocação’, ‘talento’, ‘inclinação’ e ‘dom’ são frequentemente utilizados para definir uma carreira artística” (p.165).

<sup>177</sup> Basta que se observe em filmes sobre músicos, como o filme “Bird” que trata da vida do saxofonista Charlie Parker ou filmes sobre as turnês mundiais de artistas como Madonna, como em nenhum momento se mostra o processo de estudo ou trabalho dos músicos. Sempre é enfatizada a *performance* do músico/artista, como se não houvesse nenhum esforço laboral para a obtenção do resultado apresentado.

<sup>178</sup> A idéia de dom, de uma inspiração “sobre humana” pode se perceber no discurso de Platão,

Temos então visões que colaboram na formação de uma ideologia que procura camuflar a atividade do músico, de forma que não seja entendida como um trabalho inserido na lógica de produção capitalista. De um lado uma visão que relaciona a atividade musical ao prazer, lazer e ócio, e de outro uma visão que fetichiza o artista como um ser com capacidades “naturais”, associadas à noção de dom e talento<sup>179</sup>. Juliana Coli (2006), ao analisar a atividade produtiva do cantor lírico afirma que

Esta fetichização da pessoa, convertida em “alienação” da realidade imediata na qual se insere o ser que trabalha em sua dimensão ontológica e social, nada tem a ver com a materialidade do processo imediato de produção vocal, mas é mediado pelos fatores de reconhecimento e construção de uma personalidade etérea e irreal (COLI, 2006, p.157).

Os próprios artistas tendem a mitificar sua ascensão profissional. Quando perguntados sobre a razão de seu estrondoso sucesso, os componentes da Banda Calypso responderam: “Com certeza é Deus. Ele nos escolheu e nos preparou”<sup>180</sup>.

---

que diz: “Pois os poetas épicos, os bons poetas épicos, tiram a excelência deles não da arte, mas da inspiração, do fato de serem possuídos pela inspiração e poderem, assim, produzir esses admiráveis poemas. Isso ocorre, igualmente, com os poetas líricos: tal como o ínclito Coribantes, que não está de posse dos seus sentidos quando dança, também os poetas líricos não o estão quando fazem seus admiráveis poemas. Quando realizam a harmonia e o ritmo é que estão tomados pelo transporte báquico e tão possuídos como as bacantes, quando estas bebem leite e mel nos rios, coisa que não fazem no momento em que estão de posse dos seus sentidos” (citado por FISCHER, s.d., p.50).

<sup>179</sup> Não é por acaso que existem programas televisivos destinados a se “descobrir” novos “talentos” que têm o sugestivo título de “Fama” (TV Globo) ou “Ídolos” (SBT). A mídia se tornou tão importante para o sucesso comercial do produto musical que a preocupação não é o trabalho musical em si, mas tornar-se um ídolo e a conquista da fama. Coli (2006) diz que a carreira do cantor lírico é regida por duas demandas específicas: um público legitimador (outros artistas, maestros, etc.) e do público geral “criado pela necessidade da demanda dos produtores que ganham neste mercado” (p.193).

<sup>180</sup> Depoimento contido na reportagem encontrada em [www.flogao.com.br/sacalypso](http://www.flogao.com.br/sacalypso), consultada em 25 de julho de 2007. A reportagem sintetiza o sucesso da banda: “O disco 'Banda Calypso volume 8', lançado em novembro passado, já vendeu um milhão e cem mil cópias. Neste período, mais de um milhão de pessoas assistiram aos shows da banda em todas as regiões brasileiras e os músicos e dançarinos marcaram presença nos principais programas televisivos. Liderada pelo casal Joelma e Chimbinha, a Calypso já vendeu mais de seis milhões de CDs e DVDs desde 1999, ano em que foi criada, e se prepara para gravar o terceiro DVD da

Nesse processo de mitificação da imagem do artista a interação da produção musical com os *media*, elemento que favoreceu o crescimento da produção fonográfica como vimos anteriormente, tem fundamental importância. Assim, um artista não vende só disco, mas também produtos relacionados à sua imagem.

A relação entre a fama e os meios de comunicação não impõe limites no que diz respeito à expansão de seu mercado, alimentando e desenvolvendo uma lucrativa cadeia de informações que se nutre, também, da intimidade de seus ídolos, por meio de jornais e de revistas, dos diversos programas de televisão e suas variações (COLI, 2006, p.133).

Essa ideologia vem amparando as mais diversas formas de se justificar as condições precárias do trabalho do músico. Aliada ao desmantelamento da indústria que vem gerando formas de subcontratação e terceirização de serviços, essa forma de se avaliar o trabalho do músico acarreta ainda em distorções da sua real condição humana. São freqüentes na atividade musical as duplas jornadas de trabalho e formas de pagamento pelos serviços prestados sem nenhum tipo de regra, o que vale também para a determinação do valor a ser pago pelo trabalho. Coli diz que “nesse contexto particular de mercado de trabalho, a ‘amizade’, o ‘sacrifício’ e o ‘interesse’ são poderosas armas dos empresários e do próprio capital, no sentido de obter o máximo de usufruto da força de trabalho do músico” (COLI, 2006, p.101).

A própria natureza do trabalho do músico – se autônoma, assalariada, terceirizada, se acarreta ou não vínculo empregatício – é de difícil definição e vem gerando desentendimento entre os músicos-trabalhadores e aqueles que contratam seus serviços (para isso analisaremos alguns processos trabalhistas que evidenciam essa controvérsia).

Marx considerava que uma cantora que vende a voz por conta própria é uma trabalhadora improdutiva ao capital. “Mas, a mesma cantora, contratada

---

carreira, 'Calypso pelo Brasil'”.

por um empresário que a põe a cantar para receber dinheiro, é uma trabalhadora produtiva, porque, neste caso, a cantora produz capital” (MARX e ENGELS, 1986, p.34)<sup>181</sup>. Dessa forma, os músicos podem ser produtivos e improdutivos num mesmo dia. Produtivo quando atua em uma casa de *shows*, por exemplo, e tem que deixar parte do *couvert* artístico para essa casa, e improdutivo, quando vende um serviço diretamente para o consumidor, como é o caso das aulas particulares, por exemplo.

Apesar de regulamentado e com regras específicas para a sua atuação, a atividade de trabalho do músico tem como característica primordial a informalidade. Se, em outras épocas, havia empresas que empregavam o músico como trabalhador assalariado (redes de televisão e rádios – como a TV Globo e a Rádio Nacional que possuíam orquestras contratadas – além das grandes gravadoras), hoje, os contratos, quando existem, são temporários. A informalidade é cada vez mais comum e muitos músicos trabalham também “por conta própria”. Esses, na maioria das vezes atuando em diversos segmentos da cadeia produtiva<sup>182</sup>.

Em sua pesquisa denominada “Trabalho e profissão em arte: divisão internacional do trabalho e relações de gênero nas heterogêneas vivências do trabalho precário”, a socióloga Liliana Segnini atesta que, paralela a uma crescente formação em nível superior dos músicos no Brasil, há a predominância de relações de trabalho flexíveis<sup>183</sup>. A autora chama a atenção

---

<sup>181</sup> Segundo Marx (1975), “é produtivo o trabalho que gera diretamente mais-valia, isto é, que valoriza o capital” (p.93). O que caracteriza o trabalho produtivo ou improdutivo não é o conteúdo do trabalho (“um trabalho de idêntico conteúdo pode ser produtivo ou improdutivo” (idem, p.99), mas sim as relações de produção, ou seja, se o trabalho gera ou não mais valia. “A diferença entre o trabalho produtivo e o improdutivo consiste apenas em que, em si, o trabalho é trocado por dinheiro como dinheiro e em dinheiro como capital” (idem, p.102) Daí o trabalho de uma cantora, conforme o exemplo, poder ser produtivo e improdutivo.

<sup>182</sup> Segundo Segnini, no Brasil o número de profissionais dos espetáculos e das artes cresceu 67% entre 1992 e 2001. No entanto, entre 2002 e 2004 “a música vivencia desemprego – 2.089 postos de trabalho foram suprimidos –, devido, possivelmente, ao encerramento de orquestras, entre elas, destacamos a da Rádio e Televisão Cultura do Estado de São Paulo, por razões políticas, apoiadas em dados econômicos”. O referido texto de Liliana Segnini foi encontrado em [www.centrodametropole.org.br/textos\\_nadya/Segnini.pdf](http://www.centrodametropole.org.br/textos_nadya/Segnini.pdf) em 10 de dezembro de 2006.

<sup>183</sup> O trabalho da socióloga estabelece um paralelo entre o trabalho de músicos e dançarinos no Brasil e na França, encontrando muitas semelhanças. ([www.centrodametropole.org.br/textos\\_nadya/Segnini.pdf](http://www.centrodametropole.org.br/textos_nadya/Segnini.pdf), consulta em 10 de dezembro de 2006).

para “o elevado índice de escolaridade dos artistas e de processos de formação profissional que demandam longas trajetórias, longas horas de estudos, ensaios, muita dedicação”, ou seja, a autora chama a atenção para o trabalho altamente qualificado dos músicos<sup>184</sup>. Contrariando a fábula da formiga, Fischer (s.d.) observa que “o trabalho para um artista é um processo altamente consciente e racional, um processo ao fim do qual resulta a obra de arte como realidade dominada e não – de modo algum – um estado de inspiração embriagante (pp.13-14).

#### IV.2) A regulamentação do trabalho do músico

O trabalho do músico é, pela Classificação Brasileira de Ocupações (CBO)<sup>185</sup>, subdividido em duas famílias: (01) músicos compositores, arranjadores, regentes e musicólogos; e (02) músicos intérpretes.

O primeiro grupo é assim definido: “compõem e arranjam obras musicais, regem e dirigem grupos vocais, instrumentais ou eventos musicais. Estudam, pesquisam e ensinam música. Editoram partituras, elaboram textos e prestam consultoria na área musical”.

Quadro 04: Músicos compositores, arranjadores, regentes e musicólogos.

<b>Compositor</b>	Autor de música, Compositor de música.
<b>Músico arranjador</b>	Orquestrador.
<b>Músico regente</b>	Auxiliar de maestro, Diretor regente de bateria, Diretor regente musical, Instrutor de banda, Instrutor de fanfarra, Maestro, Maestro correpetidor, Maestro de banda, Mestre de banda, Mestre de bateria, Regente assistente, Regente auxiliar, Regente de banda, Regente de coral, Regente de orquestra, Regente interno.

<sup>184</sup> Idem.

<sup>185</sup> [www.mtecbo.gov.br](http://www.mtecbo.gov.br), consultada em 07 de março de 2007.

<b>Musicólogo</b>	Historiador em música, Pesquisador em música.
-------------------	---

Fonte: CBO (www.mtecbo.gov.br). Elaboração própria.

O segundo grupo, músicos intérpretes, é assim definido: “Interpretam músicas por meio de instrumentos ou voz, em público ou em estúdios de gravação e para tanto aperfeiçoam e atualizam as qualidades técnicas de execução e interpretação, pesquisam e criam propostas no campo musical”.

Quadro 05: Músicos intérpretes.

<b>Músico intérprete cantor</b>	Músico intérprete cantor erudito, Músico intérprete cantor popular.
<b>Músico intérprete instrumentista</b>	Músico intérprete instrumentista erudito, Músico intérprete instrumentista popular.

Fonte: CBO (www.mtecbo.gov.br) Elaboração própria.

Já segundo a Lei nº3857, de 22 de dezembro de 1960, que cria a Ordem dos Músicos do Brasil (OMB) e regulamenta o exercício da profissão do músico, os músicos profissionais se classificam em nove categorias: (01) compositores de música erudita ou popular; (2) regentes de orquestras sinfônicas, óperas, bailados, operetas, orquestras mistas, de salão, ciganas, jazz, jazz-sinfônico, conjuntos, corais e bandas de música; (03) diretores de orquestras ou conjuntos populares; (04) instrumentistas de todos os gêneros e especialidades; (05) cantores de todos os gêneros e especialidades; (06) professores particulares de música; (07) diretores de cena lírica; (08) arranjadores e orquestradores; (09) copistas de música<sup>186</sup>.

Os músicos podem ser funcionários de empresas fonográficas, orquestras, e de mídias como o rádio, a televisão e a internet, por exemplo. Embora cada vez mais escassos, nesse caso seus contratos de trabalho podem seguir o padrão vigente para o trabalho assalariado. Em outros casos, os músicos agem como autônomos, e mesmo quando exercem algum tipo de

---

<sup>186</sup> A íntegra da Lei nº3857/60 encontra-se nos anexos.

trabalho assalariado (como alguns dos músicos que trabalham em orquestras sinfônicas, por exemplo) realizam outros trabalhos que não estabelece vínculo empregatício. Juliana Coli (2006), ao analisar o trabalho do cantor lírico, mostra que, mesmo antes das orquestras iniciarem um processo de flexibilização das relações de trabalho de músicos e cantores, os músicos já atuavam paralelamente ao trabalho na orquestra também como profissionais autônomos.

Conforme os dados que apresentaremos mais adiante, essas classificações da ocupação do músico não dão conta da diversidade de funções nem do perfil profissional do músico popular que, ao exercer múltiplas funções em sua atividade profissional, dificilmente se enquadrará em uma ou outra categoria apenas. Além de poder atuar como trabalhadores assalariados ou autônomos, os depoimentos que colhemos para esta pesquisa indicam que a informalidade é a forma mais comum de se exercer a profissão nos dias de hoje. Em muitos casos, o músico realiza também atividade profissional em outras áreas<sup>187</sup>.

Em relação à jornada de trabalho, a Lei determina, em seu Artigo 41, que o trabalho do músico não deverá exceder 5 (cinco) horas (excetuando os casos previstos na Lei), e que **o tempo destinado aos ensaios deverá ser computado como período de trabalho**. O Artigo 48 prevê que **o tempo em que o músico estiver à disposição do empregador, mesmo que ocioso, também será considerado tempo de trabalho**.

A Portaria nº3347 de 30 de setembro de 1986 aprovou modelos de contrato de trabalho específicos para o exercício da profissão do músico<sup>188</sup>

---

<sup>187</sup> Já no início do século XX o violonista Quincas Laranjeiras (1873-1935), por exemplo, reconhecido como um dos primeiros professores de violão a ensinar o instrumento “por música” no Brasil, foi funcionário público trabalhando no Departamento Municipal de Assistência, e Zequinha de Abreu (1880-1935) trabalhou como Secretário da Câmara Municipal (VASCONCELOS, 1977). Essa situação ainda é comum mesmo nos dias de hoje. Um exemplo é o do violonista Guinga, que além de compositor e instrumentista exerce ativamente a função de dentista. Classes sociais menos favorecidas vão atuar como ambulantes e outras funções que não requerem uma maior formação escolar.

<sup>188</sup> A íntegra da Portaria nº3347 encontra-se nos anexos deste texto.

estabelecendo a Nota Contratual como instrumento para contratos eventuais ou de curta duração (até 10 apresentações consecutivas)<sup>189</sup>.

Não há nenhuma regulamentação em relação à remuneração pelo trabalho do músico. Alguns sindicatos elaboraram uma tabela de valores, que serve apenas como uma referência para o pagamento e pela forma de se contabilizar o tempo de trabalho realizado<sup>190</sup>. As gravações, por exemplo, são contabilizadas em períodos. O período inicial é de sessenta minutos e os subsequentes de quarenta e cinco minutos cada.

Contrariando a proposta do Sindicato dos Músicos Profissionais do Rio de Janeiro, o músico nos dias de hoje recebe por faixa gravada e não por tempo de trabalho, que seriam contabilizados através dos períodos de gravação. O músico Rogério Caetano reitera: “eu recebo por faixa gravada. Antigamente os músicos recebiam bem porque era gravação por período. Se você tivesse lá mesmo sem gravar você recebia por aquele tempo. Hoje em dia é por faixa”<sup>191</sup>. Ou seja, o músico recebe por sua produtividade.

As atribuições da Ordem dos Músicos do Brasil previstas pela Lei, em seu Artigo 1º, incluem “a seleção, a disciplina, a defesa da classe e a **fiscalização do exercício da profissão do músico**”. Porém, podemos observar especialmente nos últimos anos inúmeros processos contra esta instituição. O que os músicos alegam é que não obtêm nenhum benefício da instituição e que são “obrigados” a pagar uma anuidade sem saber exatamente para qual finalidade. Cem por cento dos músicos entrevistados ou que responderam questionário para esta pesquisa dizem não reconhecer a Ordem dos Músicos do Brasil como uma instituição legitimadora da atividade profissional do músico ou que preste serviços a esta categoria profissional.

As acusações à OMB passam por diversas abordagens. Os músicos reclamam a necessidade de filiação à OMB para que possam exercer a profissão. Um grupo de músicos de Jundiaí-SP, por exemplo, sentiu-se acuado

---

<sup>189</sup> O modelo de Nota Contratual encontra-se nos anexos deste texto.

<sup>190</sup> A tabela de cachês para trabalhos eventuais elaborada pelo Sindicato dos Músicos Profissionais do Rio de Janeiro encontra-se nos -+\* deste texto.

<sup>191</sup> Em entrevista concedida à autora em 08 de novembro de 2006.

pela instalação em 2001, na época do carnaval, de uma “Delegacia” que ameaçava prender músicos que praticassem a música profissionalmente sem a licença da OMB, e confiscar seus instrumentos<sup>192</sup>. Situação essa análoga a outras ocupações, como a dos profissionais da educação física que para exercerem legalmente sua profissão têm de filiar-se ao sistema CONFEF/CREFs<sup>193</sup>.

### **IV.3) A natureza do trabalho musical: OMB e questões trabalhistas**

Outras denúncias apontam para a forma indiscriminada da OMB licenciar os músicos ao exercício da profissão. A reportagem publicada na Revista Carta-Capital nº185 conta que um de seus repórteres conseguiu tirar a carteira de músico profissional com apenas um dia de estudo de piano:

Na noite anterior ao teste, o repórter pediu a um músico que lhe ensinasse os dois acordes (lá menor e sol) da canção Pra Não Dizer que Não Falei de Flores, de Geraldo Vandré, um dos hinos da MPB contra o regime militar. Antes mesmo de interpretá-la, o jornalista já podia ser considerado um músico. Depois de pagar uma taxa de R\$ 260, em dinheiro, e fornecer todos os documentos necessários para a inscrição (quatro fotos 3x4, CPF, RG, carteira de reservista e comprovante de residência), Fagundes emitiu um recibo com carimbo da OMB contendo o nº 24.321, que permitia ao repórter atuar profissionalmente como pianista<sup>194</sup>.

---

<sup>192</sup> Matéria “Ordem dos músicos do Brasil – é legal?” encontrada em <http://www.anuncios-nbs.com.br/ordem/indexomb.htm> (consulta em 21 de março de 2007).

<sup>193</sup> Os recentes trabalhos de pesquisa de Nozaki (2004) e Penna (2006) abordam esta questão da educação física.

<sup>194</sup> Matéria encontrada em <http://trombeta.cafemusic.com.br/trombeta.cfm> (Consultada em 21 de março de 2007).

Em matéria publicada na internet em 2003, no site “samba-choro”, Fernando José Szegeri diz que:

Estabeleceu-se, na verdade, um ciclo vicioso destituído de razoabilidade, qual seja: a OMB fiscaliza tão somente se os músicos estão regularmente inscritos (se tem inscrição, carteira e se estão em dia com as anuidades); essa inscrição e correspondente pagamento, por sua vez, só tem sentido para manter a estrutura da OMB, já que, repisamos, não há bases para avaliação de nível de qualificação profissional, nem condutas a se reprimir. Assim, o que fica transversamente estabelecido é uma reserva de mercado para os que pagam, uma separação artificial e desarrazoada entre profissionais(?) e amadores(?) sem qualquer fundamento objetivo, nos moldes das medievais corporações de ofício<sup>195</sup>.

Na discussão onde se questiona a utilidade e a real necessidade da OMB promovida no site <http://p2.forumforfree.com/><sup>196</sup> foi publicada a ementa de um julgamento sobre a obrigatoriedade de registro profissional para o exercício da função de músico do Tribunal Federal da 4ª Região, órgão competente para julgar os recursos interpostos pela OMB neste caso, transcritas abaixo:

1. A Constituição Federal de 1988 garante o direito à livre expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença (art. 5º, IX).
2. É consabido que a atividade artística, mormente a musical, não depende de qualificação legalmente exigida, mesmo quando exercida em caráter profissional, em virtude do seu exercício ser desprovido de potencial lesivo à sociedade, não acarretando qualquer prejuízo a direito de outrem.

---

<sup>195</sup> [http://www.samba-choro.com.br/print/debates/1053616947/index\\_html](http://www.samba-choro.com.br/print/debates/1053616947/index_html), consultada em 12 de dezembro de 2006.

<sup>196</sup> Consultada em 21 de março de 2007.

3. Descabida a obrigatoriedade, para que o músico profissional possa apresentar-se publicamente, da inscrição no Conselho Regional da Ordem dos Músicos do Brasil, contida no art. 16 da Lei 3.857/60.

4. Apelação provida. (TRF 4ª R. – AMS 2002.72.00.003550-9 – 1ª T. – Rel. Des. Fed. Wellington M. de Almeida – DJU 04.05.2005).

Partindo desse mesmo ponto de vista, Fernando José Szegeri diz que

Entender de outro modo, ou seja, que a defesa dos interesses trabalhistas dos músicos justificaria a obrigatoriedade de filiação a um órgão do Estado, daria azo a que fosse necessária a criação da ordem dos bancários, dos pintores, dos metalúrgicos, dos comerciários etc., o que é absurdo! Neste sentido, entendo que a obrigatoriedade de registro perante a OMB é inconstitucional perante a Carta Magna de 1988<sup>197</sup>.

Se por um lado há uma vertente no meio musical que quer a extinção da OMB, outros já entendem a questão de outra forma:

Por causa da emissão irrestrita de carteiras, muitos amadores estão entrando na profissão. [...] Isso fica claro quando a situação econômica do País piora. Pessoas que perdem o emprego acabam indo fazer bico de músico em bares só porque conseguem arranhar um violão. Com isso, a profissão é aviltada e os cachês ficam nivelados por baixo<sup>198</sup>.

Outra questão que se destaca e que têm sido alvo de inúmeros processos judiciais diz respeito à natureza do trabalho prestado por músicos em casas de shows: se é um trabalho autônomo ou se estabelece vínculo empregatício. A

---

<sup>197</sup> [http://www.samba-choro.com.br/print/debates/1053616947/index\\_html](http://www.samba-choro.com.br/print/debates/1053616947/index_html), consultada em 12 de dezembro de 2006.

<sup>198</sup> <http://trombeta.cafemusic.com.br/trombeta.cfm?CodigoMateria=1347> (Consulta em 21 de março de 2007).

nota contratual, criada para trabalhos eventuais, prevê para esta situação que a atuação profissional do músico, se autônoma, não ultrapasse o limite de dez apresentações consecutivas. Caso contrário fica estabelecido o vínculo.

Ao se fazer uma busca pela internet, temos acesso a inúmeros casos de processos contra casas de shows, restaurantes e empresas prestadoras de serviços musicais (música ao vivo), onde músicos reclamam por seus direitos trabalhistas, alegando vínculo empregatício. Como exemplo, citamos duas ocorrências. Em ambos os casos, o reclamado alega não haver vínculo pela natureza do trabalho ser de trabalho eventual, baseando-se no Artigo 3º da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT - DL-005.452-1943). O Art. 3º diz que “considera-se empregado toda pessoa física que prestar serviços de natureza não eventual a empregador, sob dependência deste e mediante salário”<sup>199</sup>.

O primeiro processo que citamos é de Cuiabá (MT), do ano de 2002, onde um músico saxofonista reclama pelo vínculo empregatício estabelecido com um restaurante onde trabalha as sextas, sábados e domingos<sup>200</sup>. A contestação da reclamada sustentava que o músico “laborava na condição de trabalhador autônomo, sendo que o serviço por ele prestado era eventual, não subordinado e impessoal”. O referido processo indica quatro teorias que compõem a noção de trabalho eventual, a saber: a teoria da descontinuidade, a teoria do evento, a teoria dos fins do empreendimento e a teoria da fixação jurídica.

A esse respeito, ensina o i. doutrinador Maurício Godinho Delgado, verbis: “A **teoria da descontinuidade** informa que eventual seria o trabalho descontínuo e interrupto com relação ao tomador enfocado – portanto um trabalho que se fracione no tempo, perdendo o caráter de fluidez temporal sistemática”. Informa, por sua vez, a **teoria do evento**, que se considera como eventual o trabalhador admitido na empresa em virtude de um determinado e específico fato, acontecimento ou evento, ensejador de certa obra

---

<sup>199</sup> [http://www.dji.com.br/decretos\\_leis/1943-005452-clt/clt001a012.htm](http://www.dji.com.br/decretos_leis/1943-005452-clt/clt001a012.htm), consultada em 23 de março de 2007.

<sup>200</sup> TRT - RO-00349.2002.001.23.00-2 Ac. TP. Nº 2677/2002 ORIGEM 1ª VARA DO TRAB. DE CUIABÁ (encontrado em <http://www.trt23.gov.br/acordaos/2002/Pb0256/RO020349.htm>, consultado dia 23 de março de 2007).

ou serviço. Seu trabalho para o tomador terá a duração do evento esporádico ocorrido. A **teoria dos fins do empreendimento** (ou fins da empresa) é talvez a formulação teórica mais prestigiada entre as quatro aqui enfocadas. Informa tal teorização que eventual será o trabalhador chamado a realizar tarefa não inserida nos fins normais da empresa – tarefas que, por essa mesma razão, serão esporádicas e de estreita duração. Há, finalmente, a **teoria da fixação jurídica** ao tomador dos serviços. Informa essa construção teórica que eventual é o trabalhador "que não se fixa a uma fonte de trabalho, enquanto empregado é o trabalhador que se fixa numa fonte de trabalho." (in Curso de Direito do Trabalho, Ed. LTr, 2002, pág. 288/291). Grifo nosso<sup>201</sup>.

Baseando-se nas premissas acima, a conclusão do juiz foi favorável ao reclamante.

O segundo caso é o da 7<sup>a</sup> Vara do Trabalho do Recife (PE), do ano de 2004<sup>202</sup>. O músico trompetista que participava de apresentações musicais promovidas por uma empresa que promovia eventos também reclama por seu vínculo empregatício. Nesse processo o reclamado argumenta que o serviço prestado pelo músico era um serviço autônomo. Também nesse caso a teoria dos fins do empreendimento vem em favor do músico, uma vez que “impõe destacar que a função desenvolvida pelo reclamante (músico) era diretamente relacionada à atividade-fim da empresa (prestação de serviços de shows artísticos e edições musicais)”. O relator do processo indica a noção de trabalhador autônomo citando Paulo Emílio Ribeiro de Vilhena ("Relação de Emprego", pg. 178, Edição Saraiva, 1975): "Autônomo é o trabalhador que desenvolve sua atividade com organização própria, iniciativa e discricionariedade, além da escolha do lugar, do modo, do tempo e da forma de execução”.

---

<sup>201</sup> Encontrado em <http://www.trt23.gov.br/acordaos/2002/Pb0256/RO020349.htm>, consultado dia 23 de março de 2007.

<sup>202</sup> Encontrada em <http://peticao.trt6.gov.br/2004/RO003342004007060070.RTF>, consultado em 23 de março de 2007.

Entendemos que a falta de uma maior compreensão de questões relacionadas à natureza do trabalho do músico (se autônomo, se eventual, se estabelece ou não vínculo) por seus empregadores e pelo próprio músico compromete sua relação de trabalho, ofuscando as reais determinações que permeiam a atividade profissional do músico.

Retomando a fábula da cigarra e da formiga, Coli (2006) ratifica essa problemática da falta de clareza que os músicos têm a respeito de seu próprio trabalho:

O trabalho da cigarra não é reconhecido pela sociedade, porque se diferencia do esforço do trabalho fabril ou das diversas formas de trabalho manual (dualidade expressa nas origens da divisão do trabalho) e, com a música “entretém os espíritos”, a atividade do trabalho que é também ato criativo resume-se, para a sociedade, em lazer e ócio. Esta confusão entre trabalho como atividade primária e potência criativa do ser humano e função socialmente exercida, bem como suas nuances historicamente determinadas, concretiza-se como um fetiche que impede que o próprio cantor de ver seu trabalho como mercadoria; como tal, impede-o de ver a própria exploração, sob as mais diversas formas, pela conjuntura histórica do capitalismo (COLI, 2006, p.214).

Para que pudéssemos melhor conhecer e analisar o que os próprios músicos dizem a respeito de seu trabalho, elaboramos um questionário que foi aplicado a músicos atuantes na região da Lapa, local de nosso estudo empírico que será tratado no capítulo seguinte. Esse questionário nos permitiu traçar o perfil daquele grupo e ratificar as suposições teóricas que estamos debatendo ao longo do presente trabalho.

#### **IV.4) O perfil flexível do músico profissional**

Pesquisas vêm sendo realizadas com o intuito de se analisar o perfil dos músicos profissionais, especialmente os que trabalham com vertentes da música popular brasileira. Em pesquisa encomendada pelo Sindicato dos Músicos Profissionais do Rio de Janeiro, por exemplo, foram apresentados dados que evidenciam a diversidade de atuações profissionais de seus associados, assim como os freqüentes períodos de interrupção em seu trabalho<sup>203</sup>. A pesquisa informa que entre seus filiados 73% são profissionais autônomos, 12,7% são empregados e 14,3% têm emprego, mas também trabalham como profissionais autônomos<sup>204</sup>.

Em pesquisa concluída em 2002 (REQUIÃO, 2002), pudemos verificar a dificuldade do músico em estabelecer uma remuneração regular em seu cotidiano profissional. A forma mais corriqueira para se equilibrar as finanças é a atividade docente, quer seja através da atuação como professor particular, em escolas de música ou na escola regular, neste último caso quando o músico tem habilitação adquirida em curso de Licenciatura em Educação Artística. Naquela pesquisa caracterizamos o músico-professor

Como aquele que teve uma formação profissional voltada para o desenvolvimento de atividades artísticas na área da música, e que coloca a atividade docente em segundo plano no escopo de suas atividades profissionais, apesar desta ser, freqüentemente, a atividade mais constante e com

---

<sup>203</sup> Relatório de pesquisa de opinião com músicos filiados ao Sindmusi, realizado em agosto de 2000 pelo Laboratório de Pesquisa Mercadológica e de Opinião Pública da UERJ.

<sup>204</sup> “A gama de possibilidades de atuações profissionais para o músico é percebida através de dados levantados pela pesquisa “Vocações Musicais e Trajetórias Sociais de Estudantes de Música: o caso do Instituto Villa-Lobos da UNIRIO“, coordenada pela professora Elizabeth Travassos (1999a). A pesquisa observou os campos de atuação profissional dos alunos do Instituto Villa-Lobos (IVL) dos cursos de Bacharelado, Composição, Regência e Licenciatura. Segundo dados obtidos em questionário aplicado à 157 alunos dentre os 398 inscritos no primeiro semestre de 1999, as funções mais exercidas pelos alunos são: professor, regente de coro, instrumentista, cantor, preparador vocal, operador técnico de áudio, produtor, editor de partituras (transcrição e digitalização eletrônica) e compositor de trilhas musicais. Os locais de atuação mais freqüentes são: escolas de música, aulas particulares, teatro, estúdio de ensaio, estúdio de gravação, bares e casas noturnas, clubes, igrejas e televisão. O repertório envolvido nesses ambientes de trabalho passa pelos seguintes gêneros: erudito, popular, choro, samba de raiz, clássico, rock, sacro, mpb, blues, evangélico, barroco, ópera, *balet*, concerto, música de mídia, pagode, *fusion*, *funk*, *jazz*, *godspel*, modernos russos, música instrumental, bossa nova, *soul music*, pop latino, músicas próprias, folclore e renascentista” (REQUIÃO, 2002, p.28).

uma remuneração mais regular em seu cotidiano profissional. Sua atuação como docente se dá prioritariamente no âmbito de escolas de música que são freqüentemente denominadas como alternativas ou livres e em aulas particulares, onde desenvolve um trabalho, em especial, através da música popular brasileira (REQUIÃO, 2002, p.105).

Segnini também identificou este mesmo aspecto. A autora diz que o ensino da música “é uma das possibilidades de trabalho para o artista no universo da multiplicidade de atividades que realiza mesmo inscrito em um emprego formal, mas, sobretudo quando vivencia vínculos temporários de trabalho”<sup>205</sup>. A instrumentista Luciana Oliveira comenta:

O trabalho na noite é extremamente cansativo porque você não consegue viver só disso. Além de varar a madrugada em jornadas de trabalho de até cinco horas, na maioria das vezes sem alimentação adequada, uma segunda jornada de trabalho durante o dia, em grande parte das vezes através da atividade docente, é exigida.

Essa atuação docente não é característica desta época que vivemos. A biografia de Chiquinha Gonzaga, por exemplo, mostra que foi inicialmente através desta atividade que a compositora e pianista conseguiu sua independência financeira (DINIZ, 1991). Em uma propaganda publicada em jornal da época podia-se ler: "Francisca Gonzaga leciona em casas particulares e colégios piano, canto, francês, geografia, história e português. Pode ser procurada em casa dos Srs. Artur Napoleão & Miguez, à Rua do Ouvidor n° 89"<sup>206</sup>. Roberto Menescal (2002) também destaca que, no início do período da bossa nova essa era a forma encontrada para se ter uma remuneração regular: “para mim era a sobrevivência e a demonstração de que, mesmo sem ser um

---

<sup>205</sup> [www.centrodametropole.org.br/textos\\_nadya/Segnini.pdf](http://www.centrodametropole.org.br/textos_nadya/Segnini.pdf), consulta em 10 de dezembro de 2006.

<sup>206</sup> <http://www.dicionariompb.com.br>, consultada em 25 de março de 2007.

profissional, já podia começar a pensar em viver de música. Tudo o que eu tinha de dinheiro naquela época vinha dessa fonte” (p.31).

Para esta pesquisa, aplicamos um questionário a 80 músicos, com o intuito de aprofundar nossos conhecimentos a respeito das particularidades desta atividade profissional<sup>207</sup>. Interessou-nos saber sobre as funções exercidas na área musical; se exercem atuação profissional em outras áreas; quais os locais de trabalho; o tipo de vínculo com seus empregadores; de qual função vem sua renda mais regular; como é calculada a remuneração pelo seu trabalho; se são respeitadas as atribuições da Lei que regulamenta a profissão; se são filiados à OMB e a algum sindicato; se o trabalho é sazonal ou ininterrupto; qual sua origem social; e como se deu sua qualificação profissional, entre outros aspectos.

A totalidade dos músicos entrevistados exerce mais de uma função em suas atividades profissionais na área da música. Entre essas atividades estão as seguintes: instrumentista, cantor, professor de música, copista, técnico de som, regente, arranjador e compositor. Cerca de 1/4 dos músicos entrevistados exerce também atividade profissional em outra área (como locutor, como professor, através da venda de produtos de diversas naturezas, entre outros)<sup>208</sup>.

No caso da atividade musical, os locais de trabalho variam entre estúdios de ensaio e/ou gravação, casas de shows, rádios, estúdios de televisão, bares e restaurantes, escolas de músicas, ONGs e em sua própria residência ou, quando professor, na residência de seu aluno.

A totalidade dos músicos entrevistados trabalha sem vínculo empregatício formalizado. Os contratos informais (“de boca”) são os mais recorrentes sendo os músicos eventualmente pagos através de nota contratual, que seria a forma legal de contratação estabelecida pela Portaria nº3347 de 30 de setembro de 1986.

---

<sup>207</sup> Esses questionários foram aplicados a músicos que atuavam profissionalmente na Lapa durante o período em que realizávamos o trabalho empírico com observação participativa naquela região.

<sup>208</sup> As particularidades do trabalho do músico na Lapa serão tratadas de forma mais detalhada mais adiante.

Quando o músico atua como professor, seja em instituições ou de forma autônoma (como professor particular), é desta função que vem sua renda mais regular. Fora desta situação, os músicos entrevistados indicam que não há renda regular. O preço do trabalho do músico e a forma de pagamento são determinados, frequentemente, pelo empregador de acordos com seus próprios critérios.

Todos os músicos entrevistados são filiados à Ordem dos Músicos do Brasil e a algum sindicato.

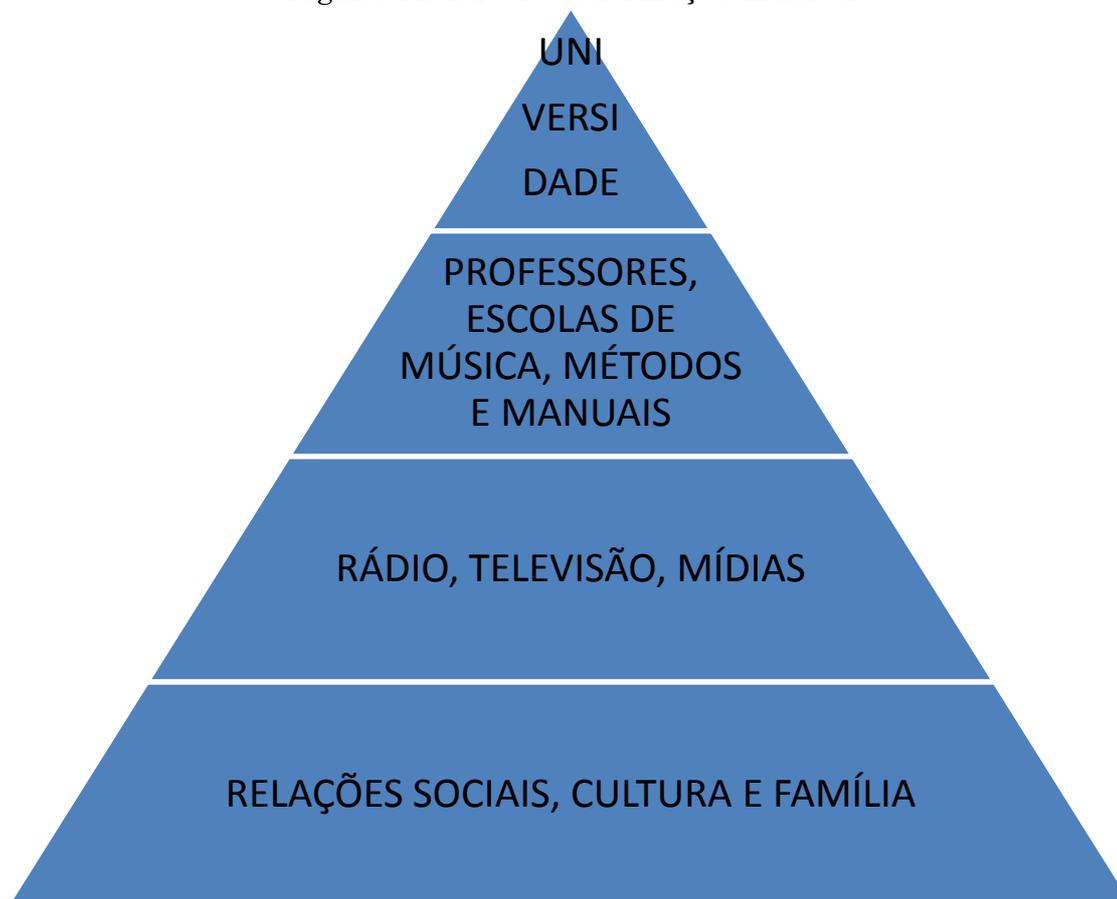
A rotina de trabalho é identificada como inconstante e sazonal, em geral com mais de 40 horas de trabalho semanais (levando em conta as horas de estudo, ensaio e a apresentação do trabalho). Contrariando a Lei nº3857/60, não são contabilizadas as horas de ensaio e as horas em que os músicos ficam disponíveis para o empregador, para fins de cálculo da remuneração pelo trabalho realizado. Em períodos de interrupção do trabalho os músicos dizem, em alguns casos, utilizar recursos financeiros poupados nos períodos de trabalho. Em outros casos procuram vender sua força de trabalho em outras áreas.

Uma maior qualificação profissional foi relacionada como uma ampliação das possibilidades de trabalho. As competências adquiridas para o trabalho que exercem estariam relacionadas ao próprio exercício da profissão, e a falta de uma maior qualificação relacionada às questões financeiras ou à falta de tempo.

A iniciação da aprendizagem musical é identificada em 100% dos entrevistados como parte de suas relações sociais, familiares e a partir da convivência com determinado grupo praticante de atividades musicais. O segundo maior suporte à aprendizagem musical estaria no acesso a mídias (discos, CDs, DVDs, etc.), rádio e televisão. Em terceiro lugar aparecem os professores particulares, escolas de música, os métodos e manuais. Em último lugar aparece a universidade. A universidade é entendida pela maioria dos entrevistados como um complemento à sua formação e uma possibilidade de ampliar suas relações sociais, o que ampliaria também a oferta de trabalho. Da

totalidade dos entrevistados 30% freqüentam ou freqüentaram algum curso superior em música<sup>209</sup>.

Figura 11: Níveis de formação musical



Fonte: Elaboração própria

No caso do grupo de músico estudado, de uma forma geral, a aprendizagem musical começa na base da pirâmide apresentada acima. Isso quer dizer que dificilmente encontramos um músico que teve formação universitária sem ter passado pelas etapas anteriores. Isso vale para cada parte da pirâmide<sup>210</sup>.

No trabalho musical encontramos músicos de diferentes classes sociais ocupando o mesmo posto e com a mesma remuneração. Porém, os músicos de

<sup>209</sup> Segnini indica o elevado índice de escolaridade dos artistas e de processos de formação profissional em sua pesquisa ([www.centrodametropole.org.br/textos\\_nadya/Segnini.pdf](http://www.centrodametropole.org.br/textos_nadya/Segnini.pdf), consulta em 10 de dezembro de 2006).

<sup>210</sup> Vale dizer que esse pode não ser o caso dos músicos eruditos.

classes sociais mais elevadas têm um maior tempo dedicado à sua formação e maior acesso a uma aprendizagem formal, conforme a pirâmide exposta acima, além de um maior leque de possibilidades de atividades profissionais.

Os músicos de classes sociais mais elevadas planejam obter ou já possuem algum meio de produção (escola de música, estúdio de gravação, equipamentos eletrônicos, etc.). Pela instabilidade do mercado de trabalho os músicos optam, quando podem, a empreender algum negócio, quer seja sua carreira como artista quer seja empreendimentos como estúdios de ensaio e gravações, escolas de música, etc. Por esse mesmo motivo a diversificação das atividades (gravações, shows, aulas, como produtor, arranjador e outras atividades) é fundamental para que os rendimentos mensais se mantenham relativamente estáveis. O músico Rogério Caetano comenta:

Eu procuro marcar shows de meu trabalho próprio por todo o ano pra não depender de ser chamado pelos outros. Não que eu não queira trabalhar com outros artistas, mas não quero depender. Não dá pra depender exclusivamente das gravações, como em outros tempos era possível<sup>211</sup>.

Os músicos de classes sociais mais baixas têm uma trajetória de formação profissional mais irregular que os de classes mais altas. O investimento financeiro para uma formação profissional na área da música é considerado alto por todas as classes (em relação também a compra de instrumentos, acessórios, material didático e transporte).

Como conclusão, entendemos que um músico para se manter no mercado não pode atuar em apenas um dos segmentos da profissão, como ocorreu em outras épocas onde havia figura do músico de estúdio, a exemplo do que comentou o músico Rogério Caetano. Essa variedade de ocupações pode não ser uma característica exclusiva da atualidade, mas hoje podemos afirmar que é uma característica predominante. Os músicos não se sentem como

---

<sup>211</sup> Em entrevista concedida dia 08 de novembro de 2006.

pertencentes a nenhum grupo ou classe específica. Sua identidade profissional fica diluída frente às inúmeras atividades profissionais que exercem, quer seja na área da música ou não.

A grande maioria dos músicos que respondeu ao questionário não soube como classificar as relações de trabalho estabelecidas em sua atividade profissional: quando implica em relações de trabalho mais estáveis ou quando é caracterizada como uma atividade autônoma. De uma forma geral, a informalidade dessas relações não é vista como um fator negativo. O pagamento de impostos ou contribuições à Previdência Social que ocorre quando as relações são formalizadas são entendidas como um fator negativo, daí a preferência pela informalidade. A razão dessa preferência é atribuída ao baixo valor de sua remuneração.

A esse respeito, Alan Magalhães, diretor administrativo do SindiMusi, diz que “todos os dias, quase, recebo reclamações de músicos em relação à exigência de nota contratual”<sup>212</sup>. Alan Magalhães e a presidente do sindicato, Déborah Cheyne, entendem que a informalidade é fruto da falta de participação dos músicos, principalmente para denunciar essas condições de trabalho. “Acho que falta primeiro uma conscientização dos músicos, que eles estão trabalhando, que fazem parte de uma categoria profissional. É falta de consciência profissional, aceitar qualquer tipo de negociação”, diz Alan Magalhães. Déborah Cheyne confirma:

O músico prefere a informalidade em todos os aspectos. Manda botar uniforme ele vai reclamar, manda entrar pela cozinha que ele vai reclamar. É da natureza da profissão, ele quer ser tratado como artista. Costumo dizer que é a voz de Deus na Terra. Ele não entende que ele é um trabalhador! Igualzinho a qualquer outro<sup>213</sup>.

Conforme mencionamos, os músicos que responderam ao questionário foram selecionados a partir de um local específico de trabalho, que foi a região

---

<sup>212</sup> Em entrevista concedida no dia 18 de outubro de 2006.

<sup>213</sup> Idem.

da Lapa, no Rio de Janeiro. Lá se vê um mercado de trabalho em expansão para o músico, uma vez que empresários vêm investindo no local com suas casas noturnas que oferecem a música ao vivo como atrativo principal. Não apenas pelo desmantelamento da grande indústria, mas também por esse motivo, a música ao vivo vem se tornando, em especial na cidade do Rio de Janeiro (nosso campo de observação empírica), uma das principais atividades profissionais do músico, ou ao menos aquela que se mostra mais próspera no momento. Tendo como fonte de dados o IBGE, Segnini demonstra que a participação de músicos em espetáculos ao vivo vem crescendo: “de 50.839 músicos, em 1992 a 134.870, em 2004”<sup>214</sup>. Um crescimento de 65%.

Esses dados colaboram com a conclusão de Pedro Seiler, quando diz que o mercado para a comercialização de fonogramas nos formatos tradicionais (o CD ou o DVD, por exemplo) não é mais promissor, e que o artista e aqueles que investem neles têm como alvo, no momento, as apresentações ao vivo, o investimento que efetivamente vem dando lucro aos investidores<sup>215</sup>. Outros músicos também concordam com esta afirmação. Sobre o mercado de gravações, Rogério Caetano diz que “comparado ao que existia praticamente este mercado está extinto”<sup>216</sup>.

Citando Connolly e Krueger, Pinto (2006) diz que “apesar das gravações gerarem maiores valores que as turnês, o artista se beneficia mais das últimas” (p.224), e que nos Estados Unidos, em 2002, “enquanto as gravações geraram para os artistas, em média, 1,7 milhão de dólares, as turnês renderam mais de sete vezes esse valor, no montante de 12,7 milhões de dólares” (idem).

Apesar de a indústria fonográfica ter deixado de cumprir um papel central na atividade profissional do músico, ainda é um dos elos mais importantes da cadeia produtiva da economia da música. Ter seu trabalho registrado em um CD ainda é um importante fator legitimador da atividade

---

<sup>214</sup> [www.centrodametropole.org.br/textos\\_nadya/Segnini.pdf](http://www.centrodametropole.org.br/textos_nadya/Segnini.pdf), consulta em 10 de dezembro de 2006.

<sup>215</sup> O cantor Byafra corrobora com essa afirmação. Segundo ele a tendência do mercado de produtos como o CD é diminuir. Por outro lado, as apresentações ao vivo estão aumentando. Ele diz que hoje faz mais shows do que na época em que esteve na mídia (década de 1980).

<sup>216</sup> Em entrevista concedida dia 08 de novembro de 2006.

profissional do músico. Como nos contou Pedro Seiler, é o “cartão de visitas” do músico.

De acordo com nossa análise, hoje os músicos não estariam mais se enquadrando em um único modelo de atuação profissional. Assim como ocorre em outras áreas produtivas, e se adequando aos processos produtivos da acumulação flexível, o músico passa a atuar de forma mais intensa em diversas áreas da cadeia produtiva da música. Assim, um artista se torna também produtor e empresário, um músico instrumentista atua também como técnico de estúdio, entre outras possibilidades. Dessa forma sua formação também estará condicionada à necessidade de adquirir competências diversas, a ter acesso à tecnologia. Aqueles que detêm maior capital podem ter uma maior e melhor formação como também a possibilidade de se empreender algum negócio.

A precarização das condições de trabalho do músico passa não só pelas relações flexíveis de contrato e pela informalidade, como também pelo trabalho não pago que é o trabalho realizado preliminarmente para que determinado show, gravação ou evento possa se realizar. Nesse trabalho podem ser contabilizadas as horas de estudo para a aprendizagem de uma peça musical e as horas e os recursos gastos em ensaios, por exemplo. No caso das apresentações ao vivo ainda é preciso considerar a chamada “passagem de som”, momento em que o músico fica a disposição do técnico que irá operar o equipamento de som, e, no caso das gravações, as horas em que o músico fica disponível até que toda a parte técnica do estúdio esteja pronta para a gravação. Todo esse processo de trabalho vem sendo desconsiderado, o que significa horas de trabalho não remuneradas.

O capítulo a seguir trata de questões relativas aos processos e as relações de trabalho de forma mais específica ao investigar o trabalho do músico nas casas de show da Lapa. Através desse capítulo buscamos mostrar formas do capital de extrair mais valia desse trabalhador. Procuramos demonstrar a importância em se compreender como se dão os reais processos de trabalho e as reais relações de trabalho que se estabelecem entre

contratantes e contratados, de forma a desvelar o fetiche que encoberta tais processos e relações.

**CAPÍTULO V**  
**O trabalho do músico na Lapa**

*“É puta, Portinari, sambista, Villa Lobos, político, gringo pra caralho, Carlos Drummond de Andrade, traficantes, Manuel Bandeira, João Gilberto, Carlos Lacerda, Rubem Braga, Mário Lago e Madame Satã, entre outros, só uma amostra do que já circulou pelos ruas do bairro que, desde 1910, tem por tradição misturar todo tipo de gente. O local atraía pobres e ricos pro mesmo pico, todo mundo atrás do seus bordéis e cabarés, extensões de hotéis de luxo como o Guanabara, ‘onde se costurou a candidatura de Epiácio Pessoa à presidência da República, em 1918’. Tinha desde puta leitora de Colette e Camilo Castello Branco à orquestra cigana. Óperas e valsas no Danúbio Azul e música popular no Capela. (...)”*

*A ditadura de Getúlio Vargas “limpou” o bairro, fechando prostíbulos e causando a debandada geral de seus maiores tesouros: boêmios e prostitutas francesas, austríacas, espanholas, portuguesas, japonesas. O novo freqüentador da Lapa, a partir daí, era um tipo mais “família”, encarnando o público perfeito para as jukeboxes que chegaram com o pós-guerra para matar a música ao vivo no bairro, que até então figurara como o segundo ingrediente aglutinador (o primeiro era prostituição de altíssima qualidade) da Lapa. (...)”<sup>217</sup>*

Diante do que foi apresentado nos capítulos anteriores sobre o crescente interesse de investidores no setor cultural, sobre a reestruturação do mercado de trabalho do músico que se volta para as apresentações ao vivo, e de questões específicas que permeiam esta atividade profissional, entre outros, iremos

---

<sup>217</sup> O fragmento do artigo “A noite é longa e a saia é curta na Lapa mas, o mar não ta pra piranha: a Lapa é o Rio em 2002”, de Cecilia Giannetti, foi encontrado na página <http://paginas.terra.com.br/arte/familiadacoisa/IRD/lapa.html>, consultada em 16 de agosto de 2006.

tratar neste capítulo dos processos e das relações de trabalho do músico nas casas de shows da Lapa.

A Lapa, que no início do século XX aglutinava intelectuais, malandros e prostitutas, entre outros personagens ilustres ou anônimos da vida noturna carioca, passou por um período de esvaziamento que durou algumas décadas. Porém, presenciamos na atualidade um movimento que vem sendo reconhecido como a “revitalização da Lapa”, com a reforma dos seus casarões e a abertura de inúmeras casas de shows.

Hoje a Lapa vem aglutinando um público com alto poder aquisitivo, como turistas de diversas localidades, usando como atrativo a famosa boemia carioca e a música popular. Contando hoje com dezenas de casas de shows, a Lapa apresenta um alto potencial de desenvolvimento econômico atraindo cerca de 10.000 visitantes por semana, gerando uma movimentação financeira em torno de 3,6 milhões de reais semanais<sup>218</sup>.

Se por um lado a efervescência do local ampliou a demanda pela força de trabalho especializada do músico, por outro lado vem ocultando relações de trabalho cada vez mais precarizadas. O fenômeno artístico fetichizado esconde a essência de um trabalho cada vez mais informal e precarizado. É dessa Lapa que iremos tratar.

### **V.1) “Eis aí a Lapa...”: um breve histórico**

*“Um samba  
um sorriso de mulher  
bate papo de café  
eis aí a Lapa”  
Wilson Batista e Marino Pinto*

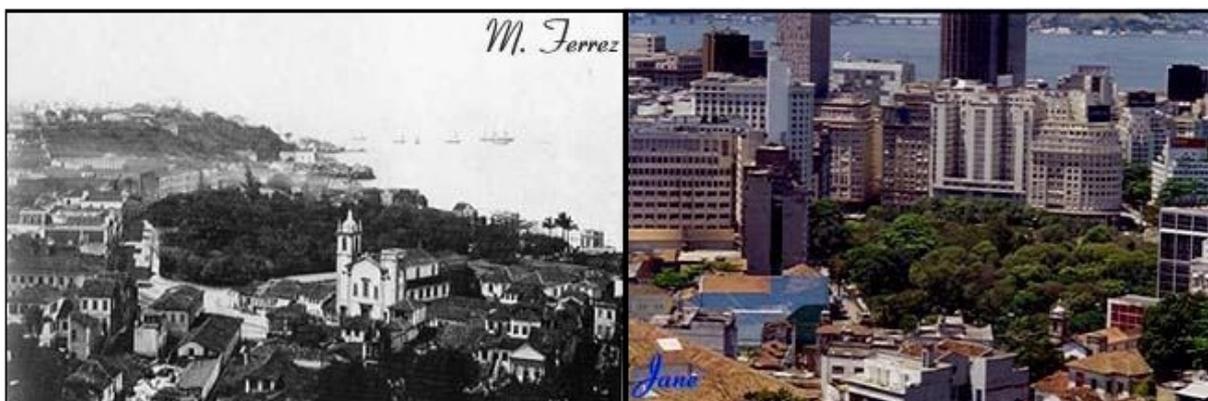
---

<sup>218</sup> Segundo dados contidos na matéria “Lapa quente” da revista Veja Rio (ano 15, nº30, julho/agosto de 2006).

A Lapa é uma área localizada no Centro da cidade do Rio de Janeiro, bairro pertencente à Região Centro, e é conhecida por ser um reduto da boemia carioca<sup>219</sup>. A ocupação dessa área de forma mais organizada teve início no século XVIII, tendo sido freqüentada com maior intensidade desde o final do século XIX por intelectuais, artistas e políticos, além dos malandros e das prostitutas.

Ainda quando existia a insalubre Lagoa do Boqueirão, o local já era passagem obrigatória para quem circulava do Engenho del Rey, na região da Lagoa Rodrigues de Freitas e o Engenho Velho, hoje Tijuca. O seu nome teve origem na Igreja de Nossa Senhora do Carmo da Lapa do Desterro<sup>220</sup>.

Figura 12: Igreja de Nossa Senhora da Lapa em duas épocas distintas



Fonte: [www.marcillio.com/rio/encelapa.html](http://www.marcillio.com/rio/encelapa.html)

A grande circulação de intelectuais, políticos, artistas e de comerciantes na área não foi por acaso. A Região Centro é o ponto de origem da cidade do Rio de Janeiro, congregando não só o comércio como importantes instituições públicas:

<sup>219</sup> O Centro é um dos 14 bairros da Região Centro. Os outros bairros dessa Região são: Benfica, Caju, Catumbi, Cidade Nova, Estácio, Gamboa, Mangueira, Paquetá, Rio Comprido, Santa Teresa, Santo Cristo, São Cristóvão e Saúde ([www.rio.rj.gov.br/planoestrategico](http://www.rio.rj.gov.br/planoestrategico), consultada em 3 de agosto de 2007).

<sup>220</sup> [www.marcillio.com/rio/encelapa.html](http://www.marcillio.com/rio/encelapa.html), consultada em 7 de agosto de 2007.

Começam de fato aí, no morro do Castelo, todas as funções da Cidade, suas atividades econômicas e sociais e o início do desenvolvimento urbano. No alto do morro do Castelo foram construídas uma igreja consagrada a São Sebastião, o Colégio dos Jesuítas, a Cadeia e a Sede do Governo, com os seus foros, A Casa do Tesouro e as demais repartições da época<sup>221</sup>.

Em seus primórdios, a população que vivia abaixo do morro do Castelo era composta de colonizadores portugueses, mamelucos e índios, ficando a população mais abastada em sua superfície<sup>222</sup>. Apesar de contar com numerosa população de baixa renda, os arredores da Lapa, no final do século XIX, vivenciou uma movimentação intensa de personalidades ilustres:

O Grande Hotel, edificado em 1896, pelo Comendador Guilherme Porto e que hoje abriga a Sala Cecília Meireles, foi um hotel importante e luxuoso, porque era utilizado por figuras importantes da República, graças à sua proximidade com o Senado Federal no Palácio Monroe<sup>223</sup>.

No início do século XX o prefeito Pereira Passos promoveu uma reforma na Região do Centro, que,

Abandonando definitivamente suas características coloniais, onde proliferavam cortiços e edificações degradadas, ruas estreitas e insalubres, para se apresentar como grande metrópole moderna e influenciada pelo urbanismo francês de Haussmann, o grande reformador de Paris<sup>224</sup>.

---

<sup>221</sup> [www.rio.rj.gov.br/planoestrategico](http://www.rio.rj.gov.br/planoestrategico), consultada em 3 de agosto de 2007.

<sup>222</sup> O morro do Castelo foi derrubado em 1922.

<sup>223</sup> [www.marcillio.com/rio/encelapa.html](http://www.marcillio.com/rio/encelapa.html), consultada em 7 de agosto de 2007.

<sup>224</sup> [www.rio.rj.gov.br/planoestrategico](http://www.rio.rj.gov.br/planoestrategico), consultada em 3 de agosto de 2007.

Figura 13: Casas em estilo colonial da Rua dos Arcos



Fonte: <http://www.marcillio.com/rio/encelapa.html>

Assim, monumentos arquitetônicos como o Teatro Nacional e a Biblioteca Nacional são construídos nos arredores e a Lapa ganha o *status* de a *Montmartre* carioca.

A Lapa das primeiras décadas do século 20 ostentava ares parisienses, sendo logo identificada com Pigalle, Montmartre ou Montparnasse. Sua língua, ao menos aquela falada pelos intelectuais e pelas mais finas marafonas, era o francês. Luís Martins, no "Noturno", lembra discussões intermináveis acerca da poesia de Laforgue, Baudelaire e Rimbaud travadas nas mesas dos bares "49" (que ficava na Rua da Lapa, "a sala era um corredor úmido e penumbrento, cheirando a maresia e beira de cais", segundo a memória de elefante do jornalista Joel Silveira) ou "Túnel da Lapa" (na Rua Visconde de Maranguape, que também foi restaurante e casa de música)<sup>225</sup>.

A expansão urbana da reforma Passos acaba por delegar a Região Centro o papel de dividir a cidade em duas áreas distintas: "a Zonal Sul para a classe rica e para a burguesia abastada, e a Zona Norte para a classe operária e a população de baixa renda"<sup>226</sup>.

<sup>225</sup> <http://portalliteral.terra.com.br/Literal/calandra>, consultada em 7 de agosto de 2007.

<sup>226</sup> [www.rio.rj.gov.br/planoestrategico](http://www.rio.rj.gov.br/planoestrategico), consultada em 3 de agosto de 2007.

Quando se fala na Lapa do Rio de Janeiro, o que frequentemente nos vem à mente é a idéia romântica de uma harmoniosa convivência entre malandros, prostitutas, intelectuais, políticos e artistas, sempre envoltos à fumaça de cigarro, bebida e samba. Em seu livro “Lapa: alegres trópicos” (1998), Moacyr Andrade nos confirma a convivência desses personagens na primeira metade do século XX.

Em noite de farra nos anos 20, Zeca Patrocínio e Manuel Bandeira, na companhia de “duas belezas venais”, segundo a caracterização do poeta de Pasárgada, testemunharam, “em certa casa inconfessável da Rua Riachuelo”, um fantástico concerto de violão brasileiro. Dócil e realizado, o instrumento passava de mão em mão, de Jaime Ovalle a João Pernambuco, deste a Catulo da Paixão Cearense e, em seguida, a Heitor Villa-Lobos. O endereço escuso – a adotar-se a ótica de Bandeira, talvez o único ali, no máximo ao lado de João Pernambuco, inclinado a moderações – era provavelmente o bordel da Elvira. Ao evocar sua despedida desse castelo rumo à Semana de Arte Moderna de São Paulo, cansado de aventuras amorosas e com a boca amarga do álcool, como contaria muitos anos depois, o pintor Di Cavalcanti chamou-o, em poema por sinal dedicado a Jaime Ovalle, de “antro do maestro Villa-Lobos”. Vira muitas vezes o gênio musical no recinto, a improvisar sonatas ao piano, entre imensos espelhos e almofadas de cetim (ANDRADE, 1998, pp.7-8).

A economia do local girava em torno da prostituição, que gerava o movimento dos bordéis, clubes, cabarés e botequins. Muitas das boates, restaurantes e bares ofereciam música ao vivo para seus clientes. Porém, segundo nos conta Andrade (1998), o que se ouvia eram orquestras ciganas, tango argentino, trechos de óperas, valsas alemãs, serenatas de Schubert e Brahms. Apesar de compositores como Noel Rosa e Wilson Batista terem escrito músicas com letras que remetem à Lapa ou contam a trajetória de

algum personagem ilustre do local – como “Dama do cabaré”<sup>227</sup> de Noel Rosa e “Largo da Lapa”<sup>228</sup> de Wilson Batista –, Andrade diz que não havia muita música brasileira por ali: “Sinhô preferiria as gafieiras do Catete, Pixinguinha a Praça Tiradentes, Ismael Silva e Nilton Bastos evidentemente o Estácio e Nelson Cavaquinho e Brancura, o Mangue” (idem, p.39). Além disso, conforme comenta Franceschi (2002),

Forçoso é confessar: se a Lapa deu poema de Manuel Bandeira, romance de Luiz Martins, se sobre ela se escreveram cinco mil crônicas, infelizmente não deu a música que seria justo esperar. Tendo todos os elementos inspiradores dos sambistas e chorões, o bairro das ‘quatro letras’ só muito mais tarde, já em decadência, provocou meia-dúzia de sambas, músicas que não nasceram lá, que usaram o tema apenas como motivo, sem maior ligação com a realidade (FRANCESCHI, 2002, p.289).

Assim como as letras dos sambas, as crônicas e os romances sobre a Lapa nos dão a impressão de uma convivência sem conflitos entre esses espaços públicos e seus frequentadores, entre eles malandros e “traficantes de alcalóides” (ANDRADE, 1998, p.39).

Luís Martins, que pertenceu à geração seguinte de frequentadores e foi o romancista desse Éden, destacava precisamente três desses boêmios de talento: Ovalle, Di Cavalcanti e Bandeira, aos quais juntava, entre outros, os poetas Raul de Leoni e Dante Milano, o escritor e diplomata Ribeiro Couto, o jornalista Oswaldo Costa e o ensaísta Sérgio Buarque de Hollanda, caçula da

---

<sup>227</sup> “Foi num cabaré na Lapa que eu conheci você, fumando cigarro, entornando champanhe no seu *soirée*. Dançamos um samba, trocamos um tango por uma palestra. Só saímos de lá meia hora depois de descer a orquestra. Em frente à porta um bom carro nos esperava mas você se despediu e foi pra casa a pé. No outro dia lá nos Arcos eu andava à procura de um cabaré. Eu não sei bem se chorei no momento em que lia a carta que eu recebi (não lembro de quem). Você nela me dizia que quem é da boemia usa e abusa da diplomacia mas não gosta de ninguém”.

<sup>228</sup> “Foi na Lapa que eu nasci foi na Lapa que eu aprendi a ler. Foi na Lapa que eu cresci e na Lapa eu quero morrer. A Lapa também tem a sua igreja pra que todo mundo veja onde eu fui batizado. A Lapa onde já não há conflito fica no Quinto Distrito aonde eu fui criado. Um samba, um sorriso de mulher bate-papo de café eis aí a Lapa”.

turma, como integrantes do núcleo que inventou a Lapa, “criou a sua legenda romântica de versão montmartriana dos trópicos” (ANDRADE, 1998, p.10).

Entretanto essa imagem da Lapa não era unânime. Andrade conta que para o contista paulista Almeida Fischer a Lapa não tinha essa poesia toda. Também freqüentador do local, dizia:

“Frequentemente há brigas, há roubos, há mortes nas velhas e lúgubres casas de cômodos, nos bares ou nos cabarés, onde os marinheiros de várias raças e vagabundos boêmios nacionais enchem suas horas vazias”. As bailarinas dos cabarés? Tristes e insignificantes, de olhos sem brilho – “e no seu sangue pobre, legiões de treponemas” (ANDRADE, 1998, p.16).

No imaginário das letras dos sambas, porém, perdurou uma imagem de um Rio Antigo que se tem saudade, e a esperança da volta dos “tempos áureos” vividos na Lapa. A letra da canção “Lapa” de Benedito Lacerda e Herivelto Martins expressa bem o que Andrade analisa como “uma aspiração generalizada” à uma idéia romantizada do que seria a Lapa (idem, p.52). A letra comemora: “A Lapa está voltando a ser a Lapa”.

Ainda segundo Andrade, o que se viu na virada dos anos 1940 para os anos 1950 foi uma brusca mudança nos hábitos e na movimentação econômica da Lapa. Isso se deve a dois acontecimentos importantes: o Estado Novo e a Segunda Guerra Mundial. “O regime getulista fechou-lhe os prostíbulos, numa cruzada moralista executada sob o comando de um coronel de artilharia, o chefe de polícia Alcides Gonçalves Etchegoyen. Promoveu uma caçada aos malandros e às prostitutas” (ANDRADE, 1998, p.63). Já a Segunda Guerra “infestou a área de marinheiros louros com os bolsos a explodir de dólares” (idem, p.64). Com a instalação da frota americana nos bares e cabarés vieram as vitrolas automáticas: “a proliferação desses engenhos expulsou as orquestras e pequenos conjuntos que faziam a música ao vivo (...) até nos botequins mais modestos” (idem).

Na década de 1950, com o surto industrial surgido no pós-guerra, a região começa a sofrer um processo de esvaziamento. Na década seguinte, com a mudança da capital federal para Brasília e a transformação da Cidade em Estado da Guanabara, o desenvolvimentismo e a febre viária desfiguram, mais uma vez, o Centro, onde são construídos viadutos e pistas expressas elevadas voltadas para o atendimento ao transporte por automóvel<sup>229</sup>.

Por conta dessa situação “intelectuais, artistas e políticos atravessaram os túneis rumo a Copacabana, as boates tomavam o lugar dos cabarés” (ANDRADE, 1998, p.65). Assim, os “holofotes” da cultura e da boemia carioca foram desviados para a zona sul da cidade onde nascia a bossa-nova.

Nos anos 1980, quando se deu a instalação do Circo Voador<sup>230</sup> no Largo da Lapa, trazendo consigo o agito em torno do rock nacional, o chamado BRock, a Lapa volta a ser um dos centros de referência para a vida cultural da cidade<sup>231</sup>. Mas a concentração era prioritariamente nos arredores dos arcos e nos restaurantes que subsistiram às mudanças no local, como o Bar Brasil, o Cosmopolita e o Capela (hoje Nova Capela).

---

<sup>229</sup> [www.rio.rj.gov.br/planoestrategico](http://www.rio.rj.gov.br/planoestrategico), consultada em 3 de agosto de 2007.

<sup>230</sup> O Circo Voador é um dos ícones da juventude nos anos 1980. Entre outras atividades culturais, foi um local onde havia apresentações das bandas de rock nacionais que começavam a ganhar notoriedade na cidade e, posteriormente, em todo o país. Groppo (1996, p.24, apud Vicente, 2002, p.120) destaca: “debaixo da lona azul, o Circo Voador ajudou a promover o primeiro ‘Verão do Rock’, além de abrigar grupos teatrais e oficinas, apresentações e cursos de dança, acrobacia, capoeira e música. Nestes quatro meses em que funcionou no Arpoador, o Circo Voador revelou dois grupos muito importantes nesta primeira fase do rock nacional, a Blitz e o barão Vermelho. Obrigado a mudar de local, o Circo foi para o bairro da Lapa... (onde) promovia todo sábado o evento *Rock Voador*, com apresentação de bandas de rock cariocas... o projeto era patrocinado pela rádio Fluminense FM”.

<sup>231</sup> Vicente (2002, p.118 em diante) faz uma análise do que o rock brasileiro representou para a indústria fonográfica naquele momento, o que foi sinalizado pelos shows realizados no Circo Voador. Ele diz que “o rock dos anos 80 foi o primeiro cenário fora do âmbito da MPB a permitir a formação de um grupo de artistas de carreira duradoura e vendas mais ou menos constantes. Trouxe, também, todas as sinalizações da adequação do mercado fonográfico brasileiro ao padrão predominante nos países centrais: direcionamento da indústria a um público jovem, LP como formato predominante e vendas baseadas em repertório nacional” (idem, p.119).

Figura 14: Circo Voador



Fonte: [www.fundicao.org](http://www.fundicao.org)<sup>232</sup>.

O historiador Milton Teixeira relata o processo que levaria a revitalização da Lapa da seguinte forma:

A Lapa então mergulha numa era de abandono que perdura até 40 anos depois, quando o governo Chagas Freitas começa a por tudo abaixo. [...] O ponto de virada dessa história é a manifestação popular para evitar o desmonte do prédio da Fundação Progresso, convertida em espaço cultural. Foi a mola mestra do movimento que ressuscitou a região (Revista Carta Capital, 2007, p.14).

Segundo Magalhães (2006), a chamada “revitalização” da Lapa teve como marco os primeiros anos da década de 1990, quando o governo do estado criou o projeto Quadra da Cultura. Esse projeto destinou alguns dos imóveis de propriedade do estado, antes ocupados pelo comércio, a abrigar instituições como o Teatro do Oprimido, dirigido por Augusto Boal, e a Federação dos blocos Afros e Afoxés do Rio de Janeiro (MAGALHÃES, 2006).

O projeto Quadra da Cultura contribuiu muito para sinalizar a área como um local em vias de recuperação. Estabeleceu-se, então um circuito que incluía espetáculos, bailes e festas no Circo Voador, na Fundação Progresso, nas casas da

---

<sup>232</sup> Página consultada em 11 de outubro de 2006.

Quadra da Cultura, e no Asa Branca. Posteriormente, surgiu, também, uma nova área de atividades boêmias composta pelos restaurantes e bares do trecho inicial da Rua Joaquim Silva, da Rua Visconde de Maranguape e do Largo da Lapa, que passaram a ter atividades noturna com música ao vivo (MAGALHÃES, 2006)<sup>233</sup>.

O projeto do Distrito Cultural da Lapa, criado posteriormente, pretendeu ampliar e dar seqüência ao projeto Quadra da Cultura<sup>234</sup>. Segundo Magalhães (idem), a idéia central é o desenvolvimento sócio-econômico da região com a recuperação do patrimônio imobiliário público, treinamento de mão de obra em cursos artísticos e profissionalizantes, implantação de serviços essenciais à comunidade, destinação de espaços para atividades artísticas e culturais, e investimentos no turismo. O projeto “Distrito Cultural da Lapa” foi instituído em 2000 pela prefeitura, através do Decreto Estadual nº26.459<sup>235</sup>, delimitando o território que compreende o “Largo da Lapa até o final da Rua do Lavradio incluindo a Travessa do Mosqueira, Avenida Mem de Sá, Rua do Riachuelo, Avenida Gomes Freire, Rua dos Arcos, Rua Joaquim Silva, Rua do Resende e Rua da Relação, no Município do Rio de Janeiro”<sup>236</sup>.

---

<sup>233</sup> A Fundação Progresso é um espaço cultural administrado por uma ONG, que deteve a concessão do estado. O espaço ocupado era onde funcionava uma fundição de fogões e cofres ([www.fundicao.org](http://www.fundicao.org), consultada em 11 de outubro de 2006).

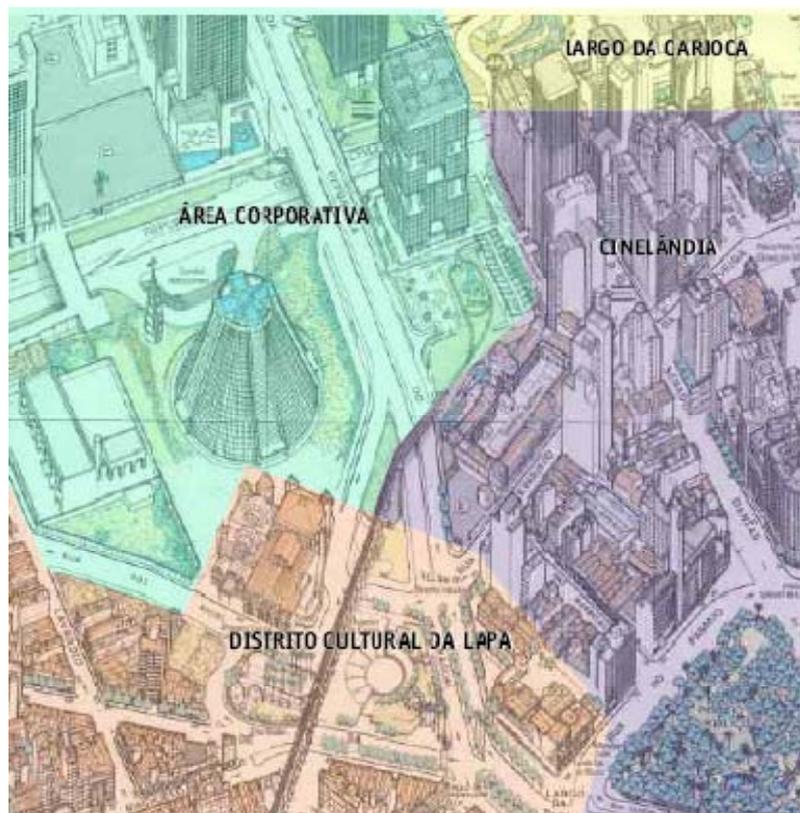
<sup>234</sup> O projeto intitulado “Distrito Cultural da Lapa” foi assinado pelo então governador Garotinho em junho de 2000, e teve sua inauguração, com apoio da Petrobrás, em agosto de 2005.

([www2.petrobras.com.br/CulturaEsporte/portugues/cultura/PatrimonioEdificado/CulturalLapa.htm](http://www2.petrobras.com.br/CulturaEsporte/portugues/cultura/PatrimonioEdificado/CulturalLapa.htm), consultada em 25 de ago. de 2006).

<sup>235</sup> Este Decreto, em seu artigo 1º, determina que “Fica instituído o Projeto ‘DISTRITO CULTURAL DA LAPA’ consistente na destinação de imóveis próprios estaduais não afetados ao uso comum do povo ou ao uso especial e alocados ao Poder Executivo Estadual ou pertencentes a entidades vinculadas, para atividades culturais e outras correlatas”. Segundo Bruno Dorigatti, em artigo disponível em [www.artepolitica.com.br/download/ap9.pdf](http://www.artepolitica.com.br/download/ap9.pdf), consultada em 16 de agosto de 2006, o Distrito Cultural da Lapa visa, além da recuperação arquitetônica, o “desenvolvimento sócio-econômico sustentado na produção e no turismo cultural. Além da restauração, estão previstos a implementação de serviços essenciais, como segurança, sinalização, iluminação, estacionamento e requalificação da mão-de-obra pobre e excluída da Lapa através de cursos de arte, teatro, música, dança, línguas, história do bairro, turismo, hotelaria, para ser empregada nas atividades que o distrito propõe”.

<sup>236</sup> Apesar dessa delimitação a área denominada Lapa não tem fronteiras muito bem definidas. Nos diversos mapas da região encontrados pela internet e em documentos, além da fala de muitos dos músicos entrevistados para esta pesquisa, também é considerada, muitas vezes,

Figura 15: Distrito Cultural da Lapa.



Fonte: [www.circovoador.com.br](http://www.circovoador.com.br)<sup>237</sup>.

Paralelamente e conjuntamente aos projetos promovidos pelo governo do estado, empresários e proprietários de bares, restaurantes e dos inúmeros antiquários da região, já começavam a criar, de forma ainda incipiente, um público atraído também pelas rodas de samba e choro que se formavam no local. O produtor Lefê Almeida, identificado pela maioria dos 80 músicos que responderam ao questionário aplicado no decorrer desta pesquisa como o primeiro a investir na música ao vivo nessa nova fase da região, conta que

A Lapa de hoje não nasceu por acaso. Ela já estava lá. Sempre esteve. Só faltava a Música Popular Carioca para acender o grande palco. O

---

como parte integrante da área cultural da região da Lapa a Praça Tiradentes, onde se situam o Teatro João Caetano, o Teatro Carlos Gomes, a Gafieira Estudantina (hoje chamada de Nova Estudantina) e o Centro Cultural Carioca (este último situado na Rua do Teatro).

<sup>237</sup> Figura extraída do “Projeto Circo Voador 2004” encontrado em [www.circovoador.com.br](http://www.circovoador.com.br), consultada em 11 de outubro de 2006.

renascimento da Lapa é resultado da persistência, da crença na nossa música popular, das andanças pelo mundo do samba, pela vida boêmia do Rio de Janeiro<sup>238</sup>.

O músico Henrique Cazes, ex-diretor musical da casa Rio Scenarium situada na Rua do Lavradio, indica que no início da década de 1990 ainda eram poucas as casas que ofereciam música ao vivo e que seu aparato técnico era bastante precário. Segundo ele, a contratação de músicos era totalmente informal. Apesar das condições oferecidas aos músicos e aos consumidores, um público interessado em ouvir samba e choro começava na década de 1990, paulatinamente, a freqüentar as casas e sinalizar o potencial econômico que a receita “samba+choro+serviço de bar e restaurante” poderia ter.

A reforma de casarões, provavelmente amparada pelas leis de incentivo à reforma arquitetônica da Lapa, e sua transformação em bares e restaurantes com a oferta de música ao vivo, fez com que o mercado musical se movimentasse criando um nicho de mercado, que pode se dizer “lapiano”.

Cazes conta que o bar Empório 100, instalado inicialmente na Rua do Lavradio 100, foi o primeiro a apresentar tais características, e a casa de shows Carioca da Gema, situada na Avenida Mem de Sá, é identificada como um dos marcos desse processo de revitalização da Lapa.

O cara que fez o negócio do Empório 100 [Lefê Almeida] foi o mesmo que fez o Carioca da Gema. Tudo nasceu muito informalmente. Na época todos acharam que seria uma coisa muito fraca do ponto de vista de oportunidade profissional. Mas o que aconteceu é que a coisa começou a encher e começou a se ganhar nesses lugares o que não se ganhava fazendo show em lugar nenhum<sup>239</sup>.

Em depoimento ao jornal O Globo o próprio Lefê Almeida conta como se deu esse processo:

---

<sup>238</sup> Depoimento encontrado em <http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/marceunalapa>, consultada em 17 de setembro de 2007.

<sup>239</sup> Entrevista concedida em 18 de julho de 2006.

As portas da Lapa se abriram para mim em meados de 1996, quando fui convidado para fazer shows no Arco da Velha, que reabriu em outubro de 1996 com uma grande roda de samba e a apresentação de vários artistas e compositores. Eu ficava com a programação de quinta e sexta-feira (...). Saímos do Arco da Velha em janeiro de 97 para fazer o Bar Coisa da Antiga, que batizei com esse nome em homenagem ao samba de Wilson Moreira e Nei Lopes. Funcionava num antiquário na rua do Lavradio 100 e ficou mais conhecido pelo seu endereço do que pelo próprio nome. Em meados de 97, Teresa Cristina e o grupo Semente começaram a fazer grande sucesso no bar que dá nome ao conjunto. Ali passou a ser outro grande reduto do samba na Lapa. Em junho de 2000 veio o Carioca da Gema, com uma estrutura de palco e som melhores do que as que eu tinha encontrado antes. Pude fazer uma produção musicalmente mais requintada<sup>240</sup>.

O crescimento do número de casas de shows e o fortalecimento da marca “Lapa” como sinônimo de música brasileira (em especial o samba) significou para o músico a ampliação da demanda por esta força de trabalho especializada. Apesar de a Lapa ser uma localidade, já se fala na Lapa como uma marca quando a mídia anuncia como atração do bairro Barra da Tijuca, zona oeste da cidade: “os arcos da Lapa chegaram a Barra”. Outro indício dessa “mercadorificação” da marca Lapa são produtos como o CD *Da Lapa* lançado pela gravadora Biscoito Fino<sup>241</sup>. O CD é uma “compilação de gravações

---

<sup>240</sup> Depoimento encontrado em <http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/marceunalapa>, consultada em 17 de setembro de 2007.

<sup>241</sup> Os serviços e mercadorias com a marca “Lapa” vão ter valor agregado à seus produtos, na medida em que essa marca acrescenta um valor de uso estético à essas mercadorias e serviços. Nesse sentido Haug (1997) diz que “o valor de uso estético prometido pela mercadoria torna-se então instrumento para se obter dinheiro. Desse modo, o seu interesse contrário estimula, na perspectiva do valor de troca, o empenho em se tornar uma aparência de valor de uso, que exatamente por isso assume formas bastante exageradas, uma vez que, da perspectiva do valor de troca, o valor de uso não é essencial” (p.27). Mais adiante o autor continua: “A função da valorização sempre à procura de uma resposta para a questão da realização encontra expressão justamente na aparência exagerada do valor de uso, impelindo o valor de troca contido na mercadoria ao encontro do dinheiro. Ansiosa pelo dinheiro, a mercadoria é criada na produção capitalista à imagem da ansiedade do público consumidor. Essa imagem será divulgada mais tarde pela propaganda, separada da mercadoria” (p.35).

registradas pela Biscoito Fino em seus cinco anos de existência que, de uma maneira ou de outra, remetem ao atual panorama musical do bairro”<sup>242</sup>.

Como vimos, estudos sobre a economia da cultura (PRESTES FILHO, 2002 e LESSA, 2002) reconhecem a “vocação histórica” do carioca para promover megaeventos. A Lapa e todo o agito econômico/cultural que promove não fica de fora dessa idealização. Investimentos privados nos setores de gastronomia, antiguidades, arte e entretenimento vêm crescendo, assim como o número de visitantes, notadamente a juventude da zona sul e os turistas<sup>243</sup>.

Sérgio Lessa (2002, p.151) diz que

Esta é uma cidade com vocação para o espetáculo dos grandes espaços. Até porque, na minha hipótese básica, o que caracteriza ser carioca é considerar o espaço público uma extensão do espaço privado. O carioca está na rua como se estivesse em casa. Na minha opinião, é isso que define o carioca. A disponibilidade de cenários naturais – praias, espelhos d’água, montanhas – criou uma cultura do espaço aberto: a calçada, a praça, a rua.

Apesar do crescimento econômico estar circunscrito prioritariamente à exploração comercial em ambientes privados como as casas de shows, são esses os ingredientes – a imagem do carioca, o cenário lapiano como um reduto da boemia, a música – que promovem a economia da região atraindo visitantes de toda a parte, além, é claro, dos esforços governamentais como a implantação de projetos como a Quadra da Lapa e o Distrito Cultural da Lapa, por exemplo. Este é o cenário onde vamos encontrar atualmente um campo de trabalho para o músico que vem crescendo, conforme vão prosperando as casas de shows e os empresários que exploram esse setor.

De forma fenomênica, Lefê Almeida festeja e analisa o quadro que se encontra hoje na Lapa.

---

<sup>242</sup> [www.biscoitofino.com.br](http://www.biscoitofino.com.br), consultada em 28 de março de 2007.

<sup>243</sup> [www.armazemdedados.rio.rj.gov.br/arquivo](http://www.armazemdedados.rio.rj.gov.br/arquivo), consultada em 16 de jun. de 2006.

As noitadas musicais começavam a revelar novos e grandes talentos da nossa música popular. O público lotava o antiquário da Lavradio 100, o Semente e aquele pedaço da rua Joaquim Silva. Era um pessoal, na sua maioria jovens, ávido por escutar os clássicos do samba, saber da nossa história e usufruir da paz e alegria carioca, que o bom samba sabe dar. As estatísticas apontam para um público de 40.000 pessoas por mês entre cariocas e turistas. É extremamente gratificante ver que aquela verdadeira guerrilha cultural que vivemos nestas últimas três décadas não foi em vão. É gostoso saber que aquela música que não toca no rádio é ouvida hoje por milhares de pessoas que gostam dela e querem mais. É muito bom ver a quantidade de empregos gerados para músicos, artistas, produtores e pessoas ligadas à nossa cultura, além de outros segmentos que envolvem a mão-de-obra dos setores de turismo, alimentos, bebidas e entretenimento em geral<sup>244</sup>.

É desse mesmo ponto de vista que a mídia vem caracterizando a prosperidade econômica do local. Em reportagem da Revista Carta Capital (2007, nº456, p.10) pode-se ler em destaque: “a nova onda de investimentos na Lapa reafirma a vocação que fez do tradicional bairro o símbolo do humor, da cultura, da diversidade e da boemia carioca”. Apesar dos ingressos nas mais tradicionais casas de shows serem incompatíveis com o salário médio do cidadão brasileiro, a democratização desse espaço é afirmada pelos empresários da região, como o produtor musical Perfeito Fortuna que declara: “aqui dá certo porque não é de ninguém. Não é da zona sul, não é da zona norte, nem do rico nem do pobre” (Revista Carta Capital, 2007, nº456, p.10).

O crescimento econômico é evidente não só pela proliferação das casas de shows e por sua ampliação, como é o exemplo da casa Rio Scenarium que pode atender cerca de 2 mil clientes em uma noite e que “inaugurou nova área anexa para cerca de 400 pessoas” (idem, p.11), mas também pela valorização dos imóveis. Segundo a citada matéria da revista Carta Capital “em 2001, um

---

<sup>244</sup> Depoimento encontrado em <http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/marceunalapa>, consultada em 17 de setembro de 2007.

sobrado de 200 metros na Rua do Lavradio valia 60 mil reais. Hoje está na faixa dos 500 mil” (idem).

Apesar da “aura romântica” que pode envolver o trabalho de um músico, ainda mais em um cenário como o da Lapa, estão presentes nesses processos de trabalho todas as características e contradições das relações de trabalho que vêm se estabelecendo no capitalismo tardio. A exploração da força de trabalho se dá através de mecanismos criados pelos empregadores que, ao possuírem os meios de produção, detêm o controle da produção, da determinação do preço pago pela força de trabalho e da forma de pagamento, entre outros. São fixados limites sobre a quantia paga (em geral na forma de cachê ou de porcentagem sobre o ingresso ou *couvert* artístico), porém, não há limites para o lucro. Nesses ambientes de trabalho as relações informais predominam e mesmo sendo a música ao vivo a mola mestra que impulsiona a agitação das casas de shows, o músico é freqüentemente sujeito a condições cada vez mais precarizadas de trabalho. Essas são as condições de trabalho no modo de produção capitalista.

Com o estudo de caso realizado na Lapa se buscou revelar que por trás dos jargões que pregam a democratização do acesso à cultura e o apoio à diversidade cultural temos, na realidade, um processo de transformação de manifestações culturais em mercadoria. A cultura transformada em mercadoria torna o trabalho do músico um trabalho produtivo ao capital, capaz de gerar lucro ao capitalista. Nas diversas formas de contrato estabelecidas entre músicos e empresários, quer sejam as formas legais ou não, a exploração sobre aquele que tem para vender apenas a sua força de trabalho em nada se altera, apenas pode se intensificar ou se abrandar.

## **V.2) Processos de trabalho: especificidades da atividade profissional do músico no contexto das casas de shows da Lapa**

O tipo de estabelecimento que aqui estamos nos referindo como casa de shows, segundo Franceschi (2002, p. 157), surgiu no Brasil na segunda metade do século XIX, e era chamado de *café cantante*. Nesses ambientes eram servidas comidas e bebidas e havia, “com maior ou menor aparato, um pequeno palco onde se podiam ouvir canções italianas e canções francesas que faziam grande sucesso e, até mesmo, modinhas brasileiras” (idem). O autor indica o *Alcazar Lyrique* da antiga Rua da Vala (atual Rua Uruguaiana, Rio de Janeiro), como o primeiro estabelecimento desse tipo surgido no Rio de Janeiro (idem).

Gomes (1985), diz que por volta de 1930 o mercado para o músico nos bares foi estimulado através de uma intervenção do Governo Federal, que fixou o preço do cafezinho em cem réis por xícara, mas que permitia às casas que oferecessem música ao vivo cobrar o dobro do preço. “Muitos bares tinham conjuntos musicais, e o próprio Nice teve por muito tempo um conjunto integrado só por mulheres. E até ser fechado, o Nice possuía o nicho onde esse conjunto e outros tocaram” (p.22).

Na atualidade, o número de casas destinadas à música ao vivo na Lapa vem crescendo semana após semana. A Revista VejaRio, de 2 de agosto de 2006, publicou um mapa com 19 das casas mais “badaladas” da região, 14 delas oferecendo música ao vivo como atrativo principal.

As casas indicadas pelos números na figura abaixo são as seguintes:

- |                       |                                |                            |
|-----------------------|--------------------------------|----------------------------|
| 1. Rio Scenarium      | 9. Taberna do Juca             | 15. Cachaça Esporte Clube  |
| 2. Nova Capela        | 10. Brasil Mestiço             | 16. Carioca da Gema        |
| 3. Céu Aberto         | 11. Pizzaria Guanabara         | 17. Sacrilégio             |
| 4. Bar Brasil         | 12. Negro Gato                 | 18. Clube dos Democráticos |
| 5. Estrela da Lapa    | 13. Teatro Odisséia            | 19. Mistura Carioca        |
| 6. Fundação Progresso | 14. Casarão Cultural dos Arcos |                            |
| 7. Circo Voador       |                                |                            |
| 8. Casa da Mãe Joana  |                                |                            |

Figura 16: Mapa de casas da Lapa



Fonte: Revista VejaRio nº30, p.16.

O trabalho do músico nas casas de show da Lapa consiste, grosso modo, em preparar um repertório condizente com as expectativas de seu contratante, em geral a música popular brasileira dançante, com dia e hora marcada realizar sua apresentação. Simplificando dessa maneira, o trabalho do músico passaria ao menos por três etapas: preparação de repertório, passagem de som (o momento em que músicos e técnico de som ajustam os equipamentos de sonorização à formação instrumental e/ou vocal do grupo) e apresentação musical. Isso significa que o momento da apresentação de um grupo encobre um extenso processo de trabalho, que inclui várias etapas. Com efeito, cada etapa desse processo de trabalho é desmembrada pela Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) em diversas atividades e competências.

Na primeira etapa, onde é preparado o repertório, estão embutidas variadas funções. Mesmo que os músicos envolvidos no processo de trabalho não sejam os compositores das músicas a serem apresentadas há a necessidade, por exemplo, de que exerçam a função de arranjadores. Quando arranjadores, por exemplo, os músicos teriam como função, conforme a CBO: transcrever músicas, orquestrar a obra musical, adaptar obras musicais, definir a formação instrumental e/ou vocal do arranjo, redefinir a forma musical, redefinir melodia da composição musical, redefinir ritmo da composição musical, redefinir harmonia da composição musical, elaborar harmonização vocal para coral (quando é o caso), registrar arranjo por meio de grafia musical e registrar arranjo por meios eletrônicos (analógicos e/ou digitais).

A importância dessa etapa do trabalho – preparação do repertório - não poderia deixar de ser ressaltada, uma vez que é esse o atrativo usado pelas casas de shows para atrair sua clientela. Com frequência os músicos têm de adaptar seu repertório e arranjos às diretrizes das casas que, da mesma forma que apresenta o seu cardápio com os petiscos e bebidas também apresenta ao público consumidor o seu cardápio musical.

Figura 17: Sacrilégio



Fonte: [www.sacrilegio.com.br](http://www.sacrilegio.com.br)<sup>245</sup>

Nesse sentido, o ex-diretor musical da casa Rio Scenarium Henrique Cazes diz que “tem uma definição de linha no Rio Scenarium que é a necessidade de se fazer alguma coisa ligada a um tipo de samba mais clássico. Uma coisa que não tivesse cara de pagode”<sup>246</sup>. Partindo desse princípio o diretor musical da casa seleciona os grupos através de gravações que lhes são enviadas. Em alguns casos os grupos são formados em função dessa proposta, e em outras ocasiões alguns grupos são dirigidos a tocar o repertório definido pelo diretor musical.

Agora mesmo semana passada, o grupo Sanhaço, pessoal novinho, eles mandaram um disco pra mim todo com músicas do Jorge Aragão, etc. Eu falei: o grupo de vocês é legal, mas com esse repertório eu só posso colocar vocês no Mangue<sup>247</sup>. Aí eles fizeram um repertório todo bacana de Noel, Nelson Cavaquinho, deram uma caprichada e fizeram muito bem. Então tem esse aspecto de dar uma cara, uma certa

<sup>245</sup> Página consultada em 2 de agosto de 2007.

<sup>246</sup> Em entrevista concedida dia 18 de julho de 2006.

<sup>247</sup> A Cachaçaria Mangue Seco pertence aos mesmos donos do Rio Scenarium e é destinada a um público de menor poder aquisitivo que o público da segunda casa..

unidade. Não resvalar nessa cara mais brega, ficar uma coisa chique, música brasileira de qualidade. Porque quando você faz isso você agrada em média muito mais a qualquer tipo de público<sup>248</sup>.

Segundo Cazes, a escolha de grupos musicais e o direcionamento do repertório pela direção musical seria um diferencial oferecido aos clientes do Rio Scenarium. A seleção dos grupos é realizada pelo diretor musical e “depois que se toca lá pela primeira vez tem uma comissão que avalia: os sócios, o gerente, a moça que faz a parte de comunicação e *marketing*”<sup>249</sup>.

A última etapa do processo de trabalho, a execução musical, prevê uma etapa intermediária chamada de “passagem de som”. A CBO inclui esta etapa na lista de exigências para que se cumpra a execução musical. As exigências são:

- Atentar para as condições exigidas para a execução (som, luz, acústica, local).
- Atentar para as condições do instrumento/voz.
- Realizar passagem de som.
- Preparar-se esteticamente para o espetáculo.
- Concentrar-se para a apresentação.
- Preparar-se física e mentalmente para a apresentação.
- Afinar instrumentos.
- Observar a platéia para adequar o roteiro musical.
- Manter sintonia com os membros do conjunto musical.
- Manter sintonia com as características do evento.
- Interpretar a obra musical em função do estilo e texto.
- Cantar representando.
- Tocar representando.
- Utilizar tecnologias para execução musical.

Nas casas de shows da Lapa, para efeito de remuneração, somente é contabilizada como trabalho a ser pago a função exercida pelos músicos na etapa

---

<sup>248</sup> Entrevista concedida em 18 de julho de 2006.

<sup>249</sup> *idem*.

de execução musical, ou seja, as horas gastas na apresentação musical. As horas disponibilizadas pelos músicos na realização da chamada “passagem de som”, apesar de prevista como trabalho a ser pago segundo a Lei nº3857 (conforme vimos no capítulo anterior) não são contabilizadas para efeito de remuneração. O músico é remunerado apenas por empregar sua força de trabalho no ato da apresentação musical, dando de graça ao capitalista todo o processo de trabalho onde foi elaborado o repertório, por exemplo. O modo de produção capitalista, que tem como uma de suas características a absorção de trabalho não pago, se utiliza de um processo histórico que fetichiza o trabalho artístico de forma a circunscrever e delimitar o trabalho musical apenas ao momento da *performance*.

Assim, a jornada de trabalho passa a contar a partir do momento que a apresentação do grupo começa, e o horário da apresentação é pré-estipulado pela casa, consistindo de *sets* de 1h a 1h30 de duração em média. Segundo a pesquisa empreendida, por noite pode-se trabalhar de dois a quatro *sets*, dependendo da movimentação da casa e de acordo com o interesse do empregador.

O trabalho nas casas de shows da Lapa pode ser de apenas um dia, um final de semana, uma semana inteira ou esporádico. No período deste estudo, apenas a casa Rio Scenarium se preocupou em não permitir que músicos trabalhassem por mais de 10 dias consecutivos a fim de não configurar o vínculo empregatício. Os músicos que atuam no Rio Scenarium, depois de algumas apresentações (geralmente não mais que quatro dias consecutivos) entram numa espécie de “quarentena”, só voltando a atuar na casa após esse período de quarenta dias. Nas demais casas a apresentação dos músicos é agendada para uma única apresentação, por um final de semana ou de forma regular. Conforme comentado, pela Lei nº3857 que rege o trabalho do músico essa regularidade configuraria vínculo empregatício, mas, como indicaremos adiante, não há fiscalização e as reclamações trabalhistas por parte dos músicos são raras.

A respeito das formas de contratação pelo trabalho, é interessante notar que tanto os acordos informais quanto as formas legais de contratação são alvo de questionamento por parte dos músicos. Quando pago através de porcentagem sobre o *couvert* artístico, se reclama da impossibilidade de se prever o valor a ser pago. Quando o valor é fixo e pago através da nota contratual, os

questionamentos giram em torno dos impostos pagos (o INSS), que estaria diminuindo o valor do trabalho.

A despeito do valor pago, vale notar que em ambas as situações (legalizadas ou não) e mesmo onde se estabelece o vínculo empregatício haverá sempre a exploração da força de trabalho. Isso porque o empregador sempre irá procurar extrair o máximo de mais valia do trabalhador, ou seja, obter um “sobreproduto” através de um “sobretalho”<sup>250</sup>. Dito de outra forma, o valor pago será sempre menor do que o trabalho empreendido pelo trabalhador. Como em qualquer situação onde o trabalhador dispõe apenas de sua força de trabalho não dispondo dos meios de produção – que nesse caso é a própria casa de shows e todo o seu aparato – os músicos acabam se sujeitando a trabalhar nessas condições.

Como forma de ocultar a manipulação do preço da força de trabalho do músico e, por conseqüência, a exploração desse trabalhador, a maioria das casas observadas em nosso trabalho empírico utiliza o que eles entendem como uma “parceria” entre empresários e músicos, através da divisão do “lucro” obtido com a cobrança do *couvert* artístico. Nesse caso, quanto maior é o público pagante maior seria o preço pago pelo trabalho dos músicos. Por outro lado, se não houver público não há remuneração. Em geral, as casas que utilizam esse sistema de pagamento por *couvert* artístico não têm um grande fluxo de público e, apesar de oferecer como produto principal a música ao vivo, condicionam o preço a ser pago por essa força de trabalho ao tamanho do público pagante. O que ocorre é que independente de haver ou não público pagante ao menos as duas primeiras etapas do processo de trabalho são cumpridas (elaboração de repertório e passagem de som).

Além disso, com a cobrança do *couvert* e o pagamento através de porcentagens atrelado ao número de público pagante a possibilidade de margem de lucro do empregador é sem limites. Essa situação de exploração se torna evidente através dos dados contidos em documentos que descrevem os valores gerados através de duas apresentações realizadas em uma mesma casa de shows (ver documento em anexo). Os documentos demonstram que o total pago ao

---

<sup>250</sup> Sobre isso ver “Salário, preço e lucro” (MARX, 1978).

artista nesse sistema de pagamento por *couvert* pode até inverter a relação público *versus* valor pago, ou seja, que maior número de público não implica em maior valor pago ao músico.

Como demonstram os documentos citados, em show realizado dia 21 de setembro de 2007, a apresentação de um grupo para 102 pessoas gerou um pagamento aos músicos superior ao show realizado dia 28 de setembro, onde a apresentação foi feita para 110 pessoas. Através de descontos e convites o empregador pode manipular o preço do ingresso ou até mesmo não efetuar sua cobrança quando de sua conveniência. De qualquer forma, o público estaria consumindo outros produtos oferecidos como comidas e bebidas. Como a quantidade de sobretrabalho não pode ser medida pelo tempo de trabalho, uma vez que sendo a apresentação realizada para uma ou mil pessoas os músicos fariam o mesmo tempo de *performance*, essa situação fica camuflada e naturalizada tornando-se habitual<sup>251</sup>.

O pagamento por *couvert* artístico não é, como vimos, a forma legal de contratação de músicos, apesar de ser a mais freqüente. Segundo a presidente do SindMusi Déborah Cheyne “não se pode cobrar pela lei *couvert* artístico. Pode cobrar entrada, ingresso. O pagamento aos músicos sem a nota contratual é ilícito”.

A porcentagem paga aos músicos é também variável de acordo com os critérios dos contratantes. Nas casas observadas, as porcentagens variaram de 40% a 70% do preço cobrado ao público a título de *couvert* artístico. Essa variação é aparentemente aleatória e não se faz distinção alguma em relação à quantidade de músicos envolvidos no processo de trabalho. A divisão interna da remuneração, em geral, não fica a cargo do empregador, mas do próprio grupo. Quando há um intermediário entre o grupo e a casa de shows, figura essa denominada frequentemente como produtor musical, a soma recebida é também repartida com ele.

---

<sup>251</sup> Em outra ocasião o mesmo grupo de músicos se apresentou para cerca de 30 pessoas, porém no controle de pagamento de *couvert* havia apenas seis pagantes. A justificativa do empregador foi que o público já havia pago pela a apresentação que se daria posteriormente, e que ele achou por bem liberá-los desse pagamento oferecendo a primeira apresentação como “cortesia da casa”.

Algumas casas pagam após o dia de trabalho – como é o caso da Estudantina – e outras efetuam o pagamento uma semana após a realização do trabalho – como é o caso do Centro Cultural Carioca, do Céu Aberto, do Clube dos Democráticos, do Estrela da Lapa e do Sacrilégio. Todas as casas mencionadas acima pagam sem a utilização da nota contratual, por *couvert*. Em alguns casos as casas apresentam um resumo da lucratividade e da divisão do valor pago pelo *couvert*, como na figura abaixo.

Figura 18: Controle de pagamento de *couverts*

CONTROLE DE PAGAMENTO DE COUVERTS					
Evento : Lado A			Data : 09/08/2006		
Responsável : ANDRÉ			Consumação do dia : 09/08/06		
Nº DE COUVERTS	VALOR R\$	adiantamento	Total R\$	Descontos	Liq.a receber
30	8,40		252,00		252,00
DESPESAS MUSICOS E PRODUÇÃO					
NOME	PRODUTOS	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	Liq.p/pes.	
				A descontar	Valor p/ músico
Andre	03 cerv + 01 caipirinha	3 x3,00 + 4,00	R\$ 13,00		
Georgia	03 ref	3x 1,50	R\$ 4,50		
Cristina	01 ref + 01 cerv + 01 chopp	1,50 + 3,00+ 3,50	R\$ 8,00		
Luciana	01 chopp+ 01 cerv	3,50 + 3,00	R\$ 6,50		
Sueli	01 cerv	3			
		<b>Total :</b>			
<b>Convidados :</b>	<b>3</b>				
<b>LIBERADOS :</b>	<b>3</b>				
<b>sem Couvert :</b>					
<b>Assinatura do responsável:</b>			<b>TOTAL LIBERADOS : 6</b>		
<b>Telefone p/ contato:</b>					

Fonte: documento da autora.

No caso representado pela figura acima, vemos o controle de pagamento de *couverts* de show realizado na casa de show Sacrilégio, no dia nove de agosto de 2006, tendo iniciado às 21h, por um grupo de cinco músicos. O trabalho foi organizado em três *sets* de 1h e intervalos, em média, de 15min. Foi cobrado do público um *couvert* de R\$14,00 (quatorze reais) sendo repassado aos músicos R\$8,40 (oito reais e quarenta centavos), 60% do valor integral. Assim, o total pago aos cinco músicos foi de R\$252,00 (duzentos e cinquenta e dois reais), o que gera a quantia de R\$50,40 (cinquenta reais e quarenta centavos) para cada um. Os

produtos consumidos pelos músicos no valor de R\$32,00 (trinta e dois reais) não foram descontados do valor pago. A pretensa “parceria” entre músicos e as casa propicia ao empregador a venda de seus produtos (comidas e bebidas) a um público que se vê atraído pela apresentação musical “oferecida”. Assim, os músicos ficam disponíveis e ainda dispostos a dividir, no caso de haver público pagante, o valor cobrado como *couvert* pela casa.

Das casas de show observadas, apenas duas pagam uma quantia fixa aos grupos que ali se apresentam: o Rio Scenarium e o Teatro Odisséia. No primeiro caso, a casa pagou, em trabalhos realizados entre 2005 e 2006, a quantia de R\$2.0000,00 (dois mil reais) quando o trabalho foi realizado nas terças, quartas e quintas-feiras. Para os trabalhos realizados nas sextas e sábados o valor pago ao grupo foi o de R\$3.000,00 (três mil reais). Nesse caso, desconsiderando-se as horas gastas com ensaios, arranjos, passagem de som, etc., a jornada de trabalho foi, em média, de cinco horas de trabalho<sup>252</sup>.

No segundo caso, o trabalho foi pago a um grupo de cinco pessoas com um cachê fixo de R\$400,00 (quatrocentos reais), pagos em dinheiro ao final do trabalho que teve uma hora de duração. Vale lembrar que esses valores são pagos independentemente do número de participantes de cada grupo. As casas que trabalham com um valor fixo, como foi o caso do Rio Scenarium e do Teatro Odisséia, têm uma alta circulação de público pagante. Assim, a diferença entre o valor cobrado pelo ingresso ao público e o valor pago aos músicos fica como lucro para a casa, podendo chegar a diferenças exorbitantes, como no caso que veremos a seguir.

Em suma, temos uma situação que corresponde às expectativas capitalistas de acúmulo de capital, onde a forma de pagamento e o preço do trabalho do músico é determinado pelo contratante, assim como o que será trabalho pago e o que será trabalho não pago. Se o pagamento por *couvert* é conveniente ao empregador quando a frequência do público é incerta, por outro lado se torna extremamente inconveniente quando a casa atrai grande número de público pagante, o que conseqüentemente aumentaria a remuneração do músico.

---

<sup>252</sup> O caso da casa de shows Rio Scenarium será apresentado de forma mais detalhada no próximo item deste capítulo.

Isso porque para os empresários das casas de shows da Lapa o preço do trabalho do músico tem um limite, mas o seu lucro não.

### V.3) A mercadoria do espetáculo: um bom “negócio”

*“E fazemos disso um negócio.  
No Rio Scenarium você paga para entrar,  
você paga para comer, você paga para beber.  
Mas você sai feliz, dançando.  
As pessoas saem com um astral maravilhoso.”  
Plínio Quintão Fróes  
(sócio da casa de shows Rio Scenarium)*

Para compreendermos melhor como vêm se dando os processos e as relações de trabalho do músico nas casas de shows da Lapa, área que vivencia atualmente um momento economicamente favorável ao desenvolvimento de atividades comerciais através das apresentações musicais ao vivo, foi escolhida uma das mais prósperas e consagradas casas shows da região como um dos focos desta pesquisa: o Rio Scenarium, casa situada na Rua do Lavradio.

Evidências dessa prosperidade podem ser observadas através de matérias divulgadas pela imprensa. Com efeito, em outubro de 2005, o Rio Scenarium foi eleito pela Revista Veja Rio como a “melhor casa com música ao vivo” da cidade<sup>253</sup> e hoje essa casa configura na lista dos “10 melhores bares do mundo”, segundo a seleção do jornal londrino “The Guardian”, assumindo a nona posição nesse *ranking*<sup>254</sup>.

A casa de shows tem como sede os números 18 e 20 da Rua do Lavradio além de um anexo nos números 15 e 17 da Rua Visconde de Ouro Branco. O ex-diretor musical da casa, Henrique Cazes nos conta que o Rio Scenarium existe

---

<sup>253</sup> <http://veja.abril.com.br/vejarj/300403/badalacao.html>, consultada em 3 de agosto de 2007.

<sup>254</sup> <http://www.guardian.co.uk/travel/2006/nov/28/bars>, consultada em 3 de agosto de 2007.

desde 1999 em dois imóveis geminados que foram adquiridos através de leilão público<sup>255</sup>.

Figura 19: Casarão de 1880 que abriga o Rio Scenarium.



Fonte: [www.rioscenarium.com.br](http://www.rioscenarium.com.br)<sup>256</sup>.

Inicialmente funcionando como um antiquário, em 2001, foi inaugurado o “Rio Scenarium – Pavilhão da Cultura”, onde se passou a oferecer uma programação regular de música, espetáculos de teatro e exposições, além do serviço de bar e restaurante. Posteriormente, o teatro foi desativado pela incompatibilidade com o som muito alto da casa de shows que se tornou o investimento prioritário, conforme nos contou Henrique Cazes.

Os donos do Rio Scenarium tinham um antiquário que ainda existe como empresa. Eles têm uma loja lá que aluga material, carruagem, aluga pra televisão, cinema e tal. Então aquele prédio foi reformado aos poucos. De repente pintou aquele sobrado na Visconde do Ouro Branco que pertence ao Instituto Rio Previdência e eles alugaram a casa e recuperaram o imóvel. Então, criou-se um anexo, uma parte administrativa. Começou assim: dois donos de antiquário resolvem abrir uma coisa que tem bar, que tem música, eles começam a se meter em um monte de assunto que eles não conhecem,

---

<sup>255</sup> Em entrevista concedida dia 18 de julho de 2006.

<sup>256</sup> Foto encontrada em [www.rioscenarium.com.br](http://www.rioscenarium.com.br), consultada em 13 de outubro de 2006.

então resolveram profissionalizar todos os aspectos: cozinha, cardápio, segurança, todos os aspectos da coisa<sup>257</sup>.

Segundo um dos sócios do Rio Scenarium, Plínio Quintão Fróes, sua entrada para o ramo de compra e venda de antiguidades foi um acaso: “nunca foi do meu campo de interesse”<sup>258</sup>. Junto com uns amigos comprou um box de venda de antiguidades na Rua do Lavradio, porém, nenhum dos sócios tinham experiência nessa área.

Segundo o empresário, apesar da degradação em que se encontrava a Rua do Lavradio, o público que freqüentava o local “era um público qualificado. [...] Um público formador de opinião, é um público que gosta de arte, que gosta de cultura, é um público que valoriza uma peça de arte, que valoriza o móvel bom, que valoriza a qualidade do móvel”<sup>259</sup>. Por esse motivo diz que havia uma grande preocupação com o estado de conservação da rua<sup>260</sup>. Com o intuito de oferecer melhores condições ao público freqüentador dos antiquários da Rua do Lavradio foi criada uma feira de antiguidades, em outubro de 1996. Plínio Quintão Fróes comenta que a criação da feira “aconteceu em um momento muito importante, aconteceu no local certo, na hora certa e no momento certo e com as pessoas certas também nos apoiando nos postos chaves”<sup>261</sup>.

Provavelmente o empresário está se referindo aos projetos promovidos pela prefeitura do Rio de Janeiro com o objetivo de revitalização da Região Centro. Não é por acaso que o sócio da mais “badalada” casa de shows da Lapa, que é ainda dono de diversos outros imóveis na região, faça parte da comissão do Plano Estratégico da prefeitura do Rio de Janeiro para a Região Centro<sup>262</sup>.

---

<sup>257</sup> Entrevista concedida em 18 de julho de 2006.

<sup>258</sup> Depoimento encontrado em [www.museudapessoa.net/MuseuVirtual](http://www.museudapessoa.net/MuseuVirtual), consultada em 3 de agosto de 2007.

<sup>259</sup> Idem.

<sup>260</sup> O ex-diretor musical do Rio Scenarium Henrique Cazes aponta também para essa preocupação com o entorno do local que abriga a casa: “O Rio Scenarium está ainda restaurando uma fachada [de outro imóvel na mesma rua] porque é do interesse que aquilo não caia em cima das pessoas que estão na fila. É uma casa de cômodos que pertence a um português que está em Portugal e que não quer saber. Existe esse aspecto também, você precisa fazer pelo entorno, pra criar um lugar mais bonito e mais seguro”.

<sup>261</sup> Encontrado em [www.museudapessoa.net/MuseuVirtual](http://www.museudapessoa.net/MuseuVirtual), consultada em 3 de agosto de 2007.

<sup>262</sup> Conforme o documento encontrado em [www.rio.rj.gov.br/planoestrategico](http://www.rio.rj.gov.br/planoestrategico), consultada em 3 de agosto de 2007.

Apesar de a Região Centro ser uma das localidades da cidade do Rio de Janeiro com a maior quantidade de equipamentos culturais<sup>263</sup>, os dados levantados pelo Plano Estratégico identificaram na região a falta de opções de lazer e acesso à cultura, incluindo a baixa oferta de eventos musicais<sup>264</sup>. Esses dados foram levantados entre 2001 e 2002, na fase de diagnóstico da pesquisa, através do “Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro: Pesquisa de Percepção”.

O Plano teve por objetivo “identificar as potencialidades da área, a partir de seus aspectos positivos, vocações e manifestações culturais próprias”. Foram apontadas como potencialidades de desenvolvimento na região as manifestações culturais como as escolas e rodas de samba, os artistas de rua, os eventos de artes plásticas, música e teatro e as feiras de artesanato, de antiguidades e regionais como potencialidades da região. O turismo histórico/cultural e o lazer cultural figuram entre os pontos vocacionais desta localidade<sup>265</sup>.

Desta forma, entre os objetivos centrais do Plano Estratégico está a meta de tornar a Região Centro o “centro de referência histórico-cultural do país”. Para atingir essa meta a estratégia proposta é a de: (1) estabelecer bases institucionais para a criação do Centro de Referência Histórico-Cultural da Cidade e (2) definir política de recuperação, revitalização e utilização dos espaços públicos e prédios históricos<sup>266</sup>.

Assim, o interesse na preservação dos casarões e das ruas e a criação de formas de se atrair um público cada vez maior para a região, tanto do setor privado como do público estão em sintonia. O projeto do Plano Estratégico indica que “esse patrimônio insubstituível deve ser preservado, cultivado e – quando for o caso – restaurado, não só pela importância cultural e histórica, mas considerando-se também a atração turística que exerce”<sup>267</sup>, ou seja, a capacidade de movimentação econômica.

---

<sup>263</sup> Entre museus, bibliotecas, escolas e sociedades musicais, espaços e centros culturais, galerias de arte, teatros e salas de espetáculos, cinemas e bens tombados ([www.armazemdedados.rio.rj.gov.br](http://www.armazemdedados.rio.rj.gov.br), consultada em 9 de agosto de 2007).

<sup>264</sup> [www.rio.rj.gov.br/planoestrategico](http://www.rio.rj.gov.br/planoestrategico), consultada em 3 de agosto de 2007.

<sup>265</sup> Idem.

<sup>266</sup> Idem.

<sup>267</sup> Idem.

Através de Orçamento Participativo<sup>268</sup>, do qual faz parte da comissão o sócio da casa de shows Rio Scenarium Plínio Quintão Fróes, o Plano Estratégico para a Região Centro prevê a

Implantação de corredor iluminado formado pela Cinelândia, Lapa, Rua do Lavradio, Praça Tiradentes, Largo da Carioca e Praça XV, Praça da República, Rua Frei Caneca, Beco da Sardinha, Estácio, Rio Comprido, Catumbi, Cidade Nova, Santa Teresa e Paquetá, com a criação de circuitos culturais voltados para a região, integrando as favelas à rede de equipamentos históricos culturais e de lazer<sup>269</sup>.

Não seria por acaso que, ao lado de bairros e praças públicas, a Rua do Lavradio se destaca entre os locais beneficiados pelo projeto. Sobre os primórdios da Feira de Antiguidades da Rua do Lavradio, o empresário Plínio Quintão Fróes diz que o sub-prefeito do centro, na época, Augusto Ivan de Freitas Pinheiro “contribuiu muito para transformar e dinamizar o comércio no centro da cidade”.

Acho que o Augusto Ivan, com o seu grupo de trabalho, colaboradores, como a Olga Bronstein, que

---

<sup>268</sup> O Orçamento Participativo (OP) seria “um processo dinâmico que se adequa periodicamente às necessidades locais, buscando sempre um formato facilitador, ampliador e aprimorador do debate entre o Governo Municipal e a população”. No Brasil, foi inicialmente implementado em Porto Alegre. “Por ser um importante instrumento de participação popular, o OP é referência para o mundo. Conforme a ONU, a experiência é uma das 40 melhores práticas de gestão pública urbana no mundo. O Banco Mundial reconhece o processo de participação popular de Porto Alegre como um exemplo bem-sucedido de ação comum entre Governo e sociedade civil” ([www2.portoalegre.rs.gov.br/op/default.php?p\\_secao=1](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/op/default.php?p_secao=1), consultada em 9 de agosto de 2007). Em sentido oposto, Augusto de Franco em artigo publicado *on-line* diz que “o ‘Orçamento Participativo’ restringiu a participação cidadã apenas à disputa em torno de prioridades governamentais que atendessem aos interesses particulares de um grupo, setor ou localidade. Desperdiçando o imenso potencial das comunidades e dos indivíduos, porquanto dirigindo-os ou canalizando-os somente para exigir do governo essa ou aquela ação pontual – desconectada de um sonho de futuro, de um diagnóstico e de um planejamento participativos – o chamado ‘Orçamento Participativo’, além de gerar dispersão de esforços, transformou as instâncias de participação em campos adversariais de confronto, tendo como resultado experiências de democracia de baixa intensidade e com alto grau de antagonismo. A concepção de poder subsumida nessas experiências de democracia de baixa intensidade, mesmo sendo rotulada como participativa, era uma concepção do poder para o confronto, do poder para a disputa, do poder para fazer prevalecer os interesses de um grupo, setor ou localidade, sobre os interesses de outros grupos, setores ou localidades” ([www.e-agora.org.br/conteudo.php?cont=artigos&id=2425\\_0\\_3\\_0\\_M7](http://www.e-agora.org.br/conteudo.php?cont=artigos&id=2425_0_3_0_M7), consultada em 9 de agosto de 2007).

<sup>269</sup> [www.rio.rj.gov.br/planoestrategico](http://www.rio.rj.gov.br/planoestrategico), consultada em 3 de agosto de 2007.

era administradora regional e outras pessoas, eles tiveram um papel muito grande de apoiar, de ouvir a comunidade dos comerciantes. Mas também, ouviu a comunidade de uma forma geral. Então é difícil falar do processo da Lavradio sem falar sobre o Augusto Ivan, que ele foi um dos criadores do corredor cultural da prefeitura. Então já tinha todo um movimento de revitalização que vinha no trabalho dele<sup>270</sup>.

Segundo o empresário, em seu primeiro mês de funcionamento, outubro de 1996, a Feira do Rio Antigo, como foi chamada, recebeu seis mil visitantes. “O Rio de Janeiro inteiro baixou lá. Gente famosa, gente bonita, muitos artistas, escritores, poetas, jornalistas. Foi assim um grande sucesso. A feira trouxe a Rua do Lavradio para mídia, trouxe o público para a Rua do Lavradio”<sup>271</sup>.

Para a promoção da feira, além das antiguidades, o público encontrava “os restaurantes na calçada vendendo chopp, salgadinhos”, além de músicos que se apresentava no local. Foi um primeiro momento desta fase onde a receita que unia um ambiente que apresentava um diferencial (as antiguidades) com música e serviço de bar e restaurante parecia dar certo. Segundo Plínio, “tudo muito focado no nosso negócio que era antigüidade. Na nossa rua, que é onde o nosso negócio estava” (grifos nossos)<sup>272</sup>.

A necessidade de melhoria das condições das calçadas, da iluminação, do sistema de esgoto, enfim, da condição geral da Rua do Lavradio e de seu entorno foi o que motivou, segundo o depoimento de Plínio Fróes, as reformas promovidas pela prefeitura.

E com o sucesso da feira trouxe no seu bojo o projeto de reforma da Rua do Lavradio, projeto de recuperação da Rua do Lavradio promovido pela prefeitura no primeiro governo do César Maia ainda. O projeto foi apresentado através do Augusto Ivan, que sempre ouviu a comunidade. Levava para Rio Urbe, trazia para discutir com a gente. Então o projeto da Lavradio é vencedor, ele deu certo porque

---

<sup>270</sup> Depoimento encontrado em [www.museudapessoa.net/MuseuVirtual](http://www.museudapessoa.net/MuseuVirtual), consultada em 3 de agosto de 2007.

<sup>271</sup> Idem.

<sup>272</sup> Idem.

ele foi discutido conosco desde o início. A proposta que foi nossa, a prefeitura respondeu<sup>273</sup>.

O negócio dos antiquários para Plínio Quintão Fróes e seus sócios foram se expandindo com a aquisição de novas lojas na Rua do Lavradio. O empresário nos conta como se deu a expansão de seu negócio e das casas de show que foram prosperando nos arredores do Lavradio. O Rio Scenarium

Se transformou em um espaço cultural. Com música, com dança, com teatro. E isso faz parte de um processo. Com a feira da Rua do Lavradio, a feira dinamizou a região, revitalizando a região com a abertura de novos espaços. O primeiro deles foi o Empório 100, na Rua Lavradio, número 100, é um espaço com música, com choro, com samba dentro do antiquário da Lu. Depois o Carioca da Gema, com Tiago e com Lefê que já faziam a parte da música e do restaurante do Empório. Aí eles saíram e montaram o Carioca da Gema. A Lu continuou com outro grupo, mais o Alberto. E aí veio o Semente na Lapa. [...] E aí veio a Casa da Mãe Joana, veio o Sacrilégio, ao lado do Carioca da Gema. O Centro Cultural Carioca, na Rua do Teatro. O Espaço Constituição. Então a região foi ganhando força, a subprefeitura sempre atuante. [...] E esses espaços culturais sempre trazendo para o centro do Rio, um público muito especial. Um público qualificado<sup>274</sup>.

Sobre a profissionalização das rodas de samba e choro da Lapa a instrumentista Luciana Oliveira diz que o Empório 100 (no número 100 da Rua do Lavradio) era a única casa na época (por volta de 1998) que tinha música ao vivo na Lapa de forma mais organizada<sup>275</sup>.

O Empório 100 começou com o grupo Dobrando a Esquina fazendo uma roda nas sextas-feiras, sem som, era tudo acústico e era uma roda que todo mundo entrava. Depois foi incrementando e começaram a não deixar todo mundo participar da roda, começaram a botar som. O Lefê foi quem inventou essa história de botar samba em um

---

<sup>273</sup> Idem.

<sup>274</sup> Idem.

<sup>275</sup> Em entrevista concedida à autora em 25 de julho de 2007.

antiquário. Era cobrado do público um preço baratinho. Quando começou a lotar eles começaram a botar música em outros dias. Eu peguei essa época primeiro assistindo e depois tocando com os Chorões da Lapa<sup>276</sup>.

A instrumentista comenta que era frequentemente chamada pelo empresário Plínio Quintão Fróes para tocar na Feira do Lavradio: “Uma vez foi o Vídeoshow e ele me chamou. Dizia que não tinha muito dinheiro pra pagar, mas que seria legal e tudo bem. A gente ia e depois aparecia no Vídeoshow”<sup>277</sup>.

Amparada por promessas de sucesso, a exploração da força de trabalho do músico é hábito, e os músicos são de fácil persuasão. Quando não há a garantia de remuneração há a crença que depois de certo tempo um público seria formado e os músicos seriam, assim, gratificados. Isso é o que Juliana Coli (2006) identificou como as poderosas armas – como a ‘amizade’, o ‘sacrifício’ e o ‘interesse’ – “dos empresários e do próprio capital, no sentido de obter o máximo de usufruto da força de trabalho do músico” (COLI, 2006, p.101). O depoimento de Luciana Oliveira ilustra essa situação:

Depois que ele [Plínio Quintão Fróes] criou o Rio Scenarium começou a chamar uns grupos pra tocar. O primeiro grupo que tocou lá foi o Pau da Braúna. Mais ou menos nos primeiros seis meses que tocaram lá não ganharam praticamente nada. O Garrafieira também. Eles pagavam por *couvert* e os músicos tocavam em dias fixos<sup>278</sup>.

Hoje, a casa de shows Rio Scenarium funciona de terça a quinta a partir das 18h30min e as sextas e sábados a partir das 19h, oferecendo sempre dois shows<sup>279</sup>. Durante o dia, a casa fica aberta funcionando não como antiquário, mas como loja especializada para locações de cinema, teatro, televisão. Segundo o sócio Plínio o negócio é bastante lucrativo.

---

<sup>276</sup> Idem.

<sup>277</sup> Idem.

<sup>278</sup> Em entrevista concedida à autora em 25 de julho de 2007.

<sup>279</sup> Recentemente o Rio Scenarium passou a abrir também às segundas-feiras, porém com uma programação musical diferenciada dos demais dias.

Por quê? Aquelas peças ali são peças específicas para cenários. Nós temos quartos art déco, art nouveau, a sala império, em diversos estilos com objetos, com tapete, com luminária, anos 50. Então, tipos de cenários completos para locação. Então daqui a um ano, dois anos a produtora quer voltar aqui para um ambiente igual, para continuar um filme, por exemplo, que foi interrompido. Essas peças vão estar aqui ainda. E nos antiquários não acontecia isso. Você alugava, como logo vendia, você perdia aquele acervo. Aquilo eu não vendo de jeito nenhum, é uma verdadeira galinha dos ovos de ouro. Porque a gente vende aos pedacinhos e a peça continua sempre da gente. É o melhor negócio que tem<sup>280</sup>.

De terça a quinta, os shows acontecem às 19h e 22h, respectivamente, com ingressos a 15 reais, e nas sextas e sábados às 19h30min e 22h30min com ingressos a 25 reais. Os grupos que se apresentam a cada semana podem ser contratados por dois, três ou pelos cinco dias.

Hoje, o Rio Scenarium é uma das casas da região da Lapa que conta com o maior número de público pagante por noite. O ex-diretor musical Henrique Cazes informa que eles não investem em divulgação, pois não poderiam atender um maior número de pessoas. Ele diz: “divulgar pra fazer o quê? Aonde vai colocar aquelas pessoas? Já ta cheio!”<sup>281</sup>.

Porém, não foi sempre assim. Conforme comentamos, no início desse processo de revitalização da Lapa o público ainda era incipiente, e foi através de estratégias como a criação da Feira de Antiguidades da Rua do Lavradio que empresários como Plínio Quintão Fróes atingiram seu objetivo. Nesse período inicial, conforme comentou Luciana Oliveira, o pagamento aos músicos era feito por *couvert* artístico. Segundo a musicista, a movimentação do público quando começou a aumentar (e consequentemente o valor pago aos músicos já que era na

---

<sup>280</sup> Depoimento encontrado em [www.museudapessoa.net/MuseuVirtual](http://www.museudapessoa.net/MuseuVirtual), consultada em 3 de agosto de 2007.

<sup>281</sup> Henrique Cazes indica com espanto o sucesso do Rio Scenarium apesar de haver pouca ou nenhuma divulgação da casa. Contrariando essa afirmação já mencionamos algumas matérias publicadas na imprensa enaltecendo a casa, e o sócio do Rio Scenarium, Plínio Quintão Fróes, atribui à mídia, em seu referido depoimento, o sucesso da Feira do Lavradio e, consequentemente, do Rio Scenarium.

base da porcentagem) aconteceu um incidente que “obrigou” a casa a regularizar a situação com os músicos passando a pagar valor fixo por nota contratual<sup>282</sup>.

Segundo a versão do ex-diretor musical Henrique Cazes,

O Ministério do Trabalho cresceu o olho em cima daquela situação ali que começou a movimentar uma quantidade de dinheiro muito grande e multou a casa porque os músicos estavam tocando lá de semana em semana ou de 15 em 15 dias criando vínculo empregatício. A casa pagou a multa e o músico passou a ficar de “quarentena” pra poder atuar ali de novo. Isso é um problema que se configurou<sup>283</sup>.

O problema que se configurou, na versão dos músicos, foi que os empresários entenderam que o valor pago aos músicos, nessa forma de combinação (por *couvert*), ficou muito elevado, e resolveram mudar o esquema passando a pagar valor fixo independente do número de público pagante. Além disso, os músicos que tinham um posto fixo de trabalho passaram a ter que alternar suas apresentações com outros grupos para não configurar o vínculo empregatício. É a chamada “quarentena”. Segundo a musicista Luciana Oliveira os músicos que atuavam na época nessa casa tentaram uma espécie de boicote à casa de shows que não funcionou<sup>284</sup>.

Ora, essa foi apenas uma estratégia empresarial de geração de lucro. Pagando por *couvert* o trabalho do músico em nada onera o contratante uma vez que não há a obrigação de pagamento caso não haja público pagante. Uma vez conquistada pela casa certa fama e com uma maior e crescente frequência de público, se torna mais vantajoso o pagamento por cachê fixo. Todo o excedente fica como lucro para a casa. A casa de shows ao expandir sua capacidade de acolher o público aumenta até onde for fisicamente possível sua margem de lucro.

Sobre a regularização da contratação dos músicos na casa Rio Scenarium Alan Magalhães, diretor administrativo do SindMusi, comenta:

---

<sup>282</sup> Em entrevista concedida à autora em 25 de julho de 2007.

<sup>283</sup> Entrevista concedida à autora em 18 de julho de 2006.

<sup>284</sup> Em entrevista concedida em 25 de julho de 2007.

Por conta da legislação que cria o vínculo empregatício se o músico começar a trabalhar direto, eles começaram a fazer um rodízio de músicos e isso desagradou aos músicos que estavam lá ganhando dinheiro. Os músicos ficaram indignados e saíram do Rio Scenarium, o que foi pior pra eles porque eles poderiam estar no revezamento<sup>285</sup>.

Luciana Oliveira comenta a fragilidade das negociações entre empresários e músicos. Ela diz que a negociação é complicada porque a possibilidade de ter seu trabalho apresentado em uma casa reconhecida como o Rio Scenarium representaria para o músico algum tipo de benefício além do econômico:

Lá é um lugar onde se pode mostrar o trabalho artístico porque tem público pra ver. E a coisa ficou assim porque mal ou bem era bom trabalhar sabendo que iria receber aquele dinheiro fixo e as pessoas continuaram a tocar. Tem fila de músicos querendo tocar lá. A casa é luxuosa, dá *status*<sup>286</sup>.

Após o episódio relatado entre o Rio Scenarium e o Ministério do Trabalho, os músicos passaram a receber por nota contratual. Quando questionados sobre o porquê da única casa da Lapa que estaria sendo “obrigada” a seguir as normas conferidas ao trabalho do músico pela Portaria nº3347, que estabelece a nota contratual, Alan Magalhães, diretor administrativo do SindMusi, e Déborah Cheyne, presidente dessa instituição, dizem que não há uma fiscalização efetiva.

Existe uma carência de fiscais. A lei determina que haja um grupo especial de fiscalização para músicos, artistas e técnicos em espetáculos. Acontece que por conta dessa carência esse mesmo grupo fiscaliza outras categorias, especialmente a construção civil, que tem questões como periculosidade, insalubridade. Acaba que os músicos ficam em segundo plano, há a fiscalização, só que não atinge um patamar significativo (Alan Magalhães)<sup>287</sup>.

Déborah Cheyne diz que a fiscalização seria também uma atribuição da Ordem dos Músicos do Brasil, conforme vimos também previsto na Lei nº3857,

---

<sup>285</sup> Em entrevista concedida à autora em 18 de outubro de 2006.

<sup>286</sup> Em entrevista concedida à autora em 25 de julho de 2007.

<sup>287</sup> Em entrevista concedida à autora em 18 de outubro de 2006.

mas que “a OMB fiscaliza o músico e não necessariamente a relação de trabalho”. Assim, os músicos se sentem aviltados em ter seu acesso ao trabalho submetido ao pagamento de uma taxa anual que não lhe traz benefício algum<sup>288</sup>.

Os representantes do SindMusi dizem que para que uma casa seja autuada deve haver denúncia. Segundo eles, esse foi o caso do Rio Scenarium.

Fomos procurados pelos músicos. Houve uma reclamação dos músicos em relação à informalidade então nós propusemos um acordo coletivo. Fizemos um acordo com o Rio Scenarium que por sua vez, quando começou a vigorar o acordo, eles deram um jeito de se beneficiar. O acordo era dar aos músicos o valor integral do couvert artístico ou uma nota contratual com cachê fixo. Eles começaram a fazer dessa maneira, a dar o couvert artístico integral, mas o movimento começou a aumentar e os músicos começaram a ganhar muito. Ao ver o movimento crescer passou a pagar por nota, pois assim teria que dar todo couvert para os músicos. Eles viram que poderiam pagar um cachê razoável e ainda ter lucro. Não há nada de ilegal nisso desde que eles cumpram o que determina a lei em relação aos impostos. (Alan Magalhães)<sup>289</sup>.

O Rio Scenarium, assim como as demais casas de shows da Lapa, baseado em seus próprios critérios e interesses, determina: a duração da jornada de trabalho, o que é trabalho pago e o que é trabalho não pago, o preço a ser pago pelo trabalho, a forma de calcular esse preço, a forma de pagamento, além de estabelecer o que deve constar no cardápio musical oferecido aos clientes. As formas de se extrair mais valia são muitas, e mesmo quando “regularizadas” as casas de show encontram formas de aumentar sua margem de lucro e extrair, legalmente, a mais valia do trabalho do músico. Assim, para as casas de shows o trabalho do músico representa um alto potencial como valor de troca, configurando-se em trabalho produtivo ao capital.

---

<sup>288</sup> Idem.

<sup>289</sup> Idem.

#### V.4) Relações de trabalho: a produtividade do trabalho improdutivo do músico

*“O processo capitalista de produção não é meramente produção de mercadorias. É um processo que absorve trabalho não pago, que transforma os meios de produção em meios para sugar trabalho não pago”*  
*Karl Marx*

Quando consumido como valor de uso o trabalho do músico é improdutivo. Conforme Marx (1975)

Quando se compra o trabalho para o consumir como valor de uso, como serviço, não para colocar como factor vivo no lugar do valor do capital variável e o incorporar no processo capitalista de produção, o trabalho não é produtivo e o trabalhador assalariado não é trabalhador produtivo. O seu trabalho é consumido por causa do seu valor de uso e não como trabalho que gera valores de troca; é consumido improdutivamente (MARX, 1975, p.95).

Porém o sentido do trabalho na economia capitalista aponta para a subsistência do trabalhador e para o acúmulo de capital através da extração da mais valia. O trabalhador, através do produto de seu trabalho, produz mais valia para o capitalista. Assim, seu trabalho é caracterizado como trabalho produtivo.

É produtivo aquele trabalho que valoriza diretamente o capital, o que produz mais-valia, ou seja, que se realiza – sem equivalente para o operário, para o executante – numa mais-valia, representada por um sobreproduto; isto é, que se realiza num incremento excedentário para o monopolista dos meios de trabalho, para o capitalista (MARX, 1975, p.93).

Apesar de na aparência as casas de shows da Lapa não serem identificadas como produtora de mercadorias, mas sim como prestadora de serviços (serviço de bar, música ao vivo, etc.), em sua essência são produtoras de uma engrenagem

que agrega em seu conjunto o comércio de comidas e bebidas, o ambiente (que no caso do Rio Scenarium está revestido de antiguidades que dariam a casa certa identidade) e a música ao vivo. Pela aparência, o trabalho dos garçons e dos músicos, por exemplo, seriam díspares quando na verdade, em sua essência, colaboram para a consecução de determinada produção.

No contexto das casas de shows da Lapa, se considerado improdutivo, poderíamos entender que o trabalho do músico é vendido diretamente ao público consumidor, podendo ser o empresário considerado como um “parceiro” ao “ceder” suas instalações ao músico para que possa realizar seu trabalho. Ao contrário disso entendemos que o músico, em casas de shows como o Rio Scenarium, é trabalhador subordinado ao capital que lhe explora sobretrabalho, ou seja, mais valia.

Nesse sentido poderíamos dizer que o ingresso pago pelo público ao entrar na casa seria o símbolo de todo um processo produtivo, considerando seus meios de produção (o imóvel e suas instalações, os equipamentos de sonorização, a matéria-prima para a cozinha e o serviço de bar, entre outros) e a compra da força de trabalho (como a dos cozinheiros, garçons, faxineiros, seguranças e músicos). O trabalho do músico “trata-se, portanto, de trabalho que serve diretamente ao capital como instrumento da sua auto-valorização, como meio para a produção de mais-valia” (MARX, 1975, p.93). Importante notar que apesar do músico possuir alguns meios de produção, como os instrumentos musicais, não tem controle sobre os processos de produção. O músico não estaria vendendo ao capitalista um produto musical, mas sim sua força de trabalho através de formas específicas de assalariamento. Em tais formas estão embutidos artifícios encontrados pelo capital para encobrir a real exploração do trabalho do músico.

Conforme Marx (1975), entendemos o músico no contexto das casas de shows da Lapa como um *trabalhador coletivo* quando “a sua atividade combinada realiza-se materialmente e de maneira direta num *produto total*” (p. 94). Na medida em que seu processo de trabalho age como um instrumento de valorização do capital, de criação de mais valia, “o processo de trabalho subsumi-se no capital (é o processo do próprio capital), e o capitalista entra nele como dirigente, guia” (idem, p.73).

Citando como exemplo o caso do Rio Scenarium, a exploração da força de trabalho do músico pôde se intensificar quando as instalações da casa foram ampliadas acolhendo maior número de público pagante, valendo-se também da tecnologia que permite ampliar a propagação da música ao vivo, o que permite ao capitalista um “excedente de produção”.

Marx fala sobre o excedente da produção como aquele “produto que nada custa ao capitalista” (1975, p.93), no caso citado representado pelo excedente de ingressos vendidos. Assim, quanto maior for a capacidade de receber maior número de público pagante maior será o excedente, ou seja, o lucro, já que o preço do trabalho do músico na casa Rio Scenarium, conforme já comentado, é fixo.

Para que seu trabalho fosse improdutivo o valor do ingresso teria de ser pago diretamente ao músico, aí sim o trabalho seria consumido pelo público como um serviço e seria, portanto, improdutivo ao capital. Mas, no contexto do trabalho como o realizado no Rio Scenarium, ao gerar mais valia o trabalho do músico torna-se produtivo. O empresário é o intermediário entre público e músicos, é aquele que possui o capital para investir na produção do espetáculo, para criar as condições de sua produção e de seu consumo. Seu interesse no trabalho do músico se estabelece na medida em que esse trabalho pode representar valor de troca. O consumidor paga ao intermediário na forma de compra de ingresso, onde está embutido o valor do dinheiro investido e onde todo o excedente será lucro para o intermediário. Quanto maior for a capacidade da casa em absorver público pagante maior será o lucro, uma vez que os gastos na produção do espetáculo não varia, apenas a margem de lucro aumenta. Essa é uma das formas encontradas pelo capitalista de extração de mais valia.

Marx (1975) reitera:

Todos os meios de trabalho produzidos, independentemente do serviço que prestem como valores de uso no processo de produção, funcionam agora simultaneamente como elementos do processo de valorização. Quando não se transformam em dinheiro real, convertem-se em moeda imaginária, são tratados como valores de troca e o elemento de valor que, duma maneira ou doutra, acrescentam ao produto é calculado com exatidão (MARX, 1975, pp.125-126).

Como exemplo, citamos o depoimento do ex-diretor musical do Rio Scenarium Henrique Cazes quando indicou que em recente final de semana a casa bateu recorde de público com 1902 pagantes em um único dia. Isso quer dizer que 1902 ingressos foram vendidos a 20 reais, o que gerou a soma de 38 mil e 40 reais<sup>290</sup>. Segundo as informações de Cazes, o valor pago aos músicos foi um cachê fixo de 3.600 reais. Assim, a casa ficou com a diferença, ou seja, 34.440 reais. O que nos interessa demonstrar com esse cálculo é que, hoje, com a ampliação das instalações do Rio Scenarium, a casa pode abrigar mais 400 pessoas aumentando seu lucro, posto que o trabalho dos músicos não se alterou. É a expressão do trabalho do músico sendo produtivo ao capital.

Entender o trabalho do músico como produtivo se torna importante na medida em que ajuda a esclarecer a relação estabelecida entre contratante e contratado. Pensando nessa direção podemos esclarecer que não há parcerias ou divisão de lucros, como aconteceria supostamente no caso do pagamento por *couvert*, segundo a opinião dos empresários. Do mesmo modo, entender as etapas que compõem os processos de trabalho do músico revela o trabalho não pago oculto na forma fenomênica das apresentações ao vivo.

Referindo-se ao caso do cantor lírico, e também muito pertinente ao presente estudo, Coli (2006) observa que em profissões consideradas como produtivas a valorização do profissional é maior, estando as profissões relacionadas ao entretenimento associadas à ociosidade (COLI, 2006, p.198). No caso do trabalho do músico tal associação desqualifica o músico-trabalhador. O ex-diretor do Rio Scenarium Henrique Cazes, por exemplo, comenta que a experiência e a qualificação profissional do músico não interferem na forma de contrato e no valor a ser pago pelo trabalho.

Hoje em dia o que a gente vê? Esses próprios profissionais estão passando por uma situação muito difícil porque inclusive pro cara que já viveu isso, esse tipo de coisa [estrutura estável]. Até aconteceu outro dia no Rio Scenarium que o cara tinha que ir assinar uma nota contratual e disse “não, porque eu toquei com fulano, cicrano...” e eu falei pra Vânia [funcionária que

---

<sup>290</sup> Esse era o preço do ingresso quando foi realizada a entrevista com o então diretor musical do Rio Scenarium Henrique Cazes.

trata das notas contratuais dos músicos]: “deixa ele falar!”. Eu entendo essa situação, mas o cara tem que compreender a mudança da realidade. Ou então não vai trabalhar, que é o que aconteceu com muitos deles. Você chama o cara pra fazer um solo em uma gravação e o cara diz que quer mil dólares, aí eu falo: “tá bom, quando eu tiver mil dólares eu te chamo!”. Porque não vai ter. Ou ele aceita um *cachet* mais baixo ou vai perder o trabalho<sup>291</sup>.

Dessa forma voltamos à discussão empreendida sobre o fetiche que encoberta os reais processos de trabalho e as formas como se estabelecem as relações de trabalho. Ao associar a atividade profissional do músico ao lazer e ao considerar apenas o seu valor de uso se encoberta a complexidade do seu processo de trabalho. Da mesma forma ao associar o resultado do trabalho musical a noções como o dom e o talento desvalorizam-se os processos de formação profissional e conseqüentemente fragilizam-se as suas relações de trabalho.

---

<sup>291</sup> Entrevista concedida em 18 de julho de 2006.

## **Conclusão**

Lapa: “O novo Rio Antigo”; “A volta do berço da boemia carioca”; “Bairros esquecidos pela indústria da construção mostram seu valor no mercado”<sup>292</sup>. Não é difícil de se achar na mídia uma espécie de celebração da nova Lapa. A Lapa que atrai milhares de visitantes a cada semana e onde vêm prosperando os empresários que apostaram na revitalização de seus casarões e no investimento em casas de shows. Celebrar-se-ia com isso uma pretensa defesa da identidade de um povo, a democratização do acesso à cultura e a promoção da diversidade cultural. Pelo menos são essas as ênfases do discurso daqueles que estão otimistas com a movimentação econômica da região, que está em torno dos 3,6 milhões de reais semanais<sup>293</sup>.

O que se pode perceber de fato, é que nos últimos anos as casas de shows vêm se proliferando por essa região não muito bem geograficamente delimitada que é a Lapa. Este movimento - que se intensificou na década de 1990 e início dos anos 2000 - encontra-se ainda em franca expansão.

Com o mesmo tom otimista, os estudos acerca da economia do entretenimento constataam o alto potencial de desenvolvimento econômico do setor cultural, em especial aos eventos culturais “ao vivo”, que além da capacidade de atrair um grande número de público pode movimentar em cadeia outros setores produtivos, como a hotelaria, os transportes e outros. O Rio de Janeiro é

---

<sup>292</sup> Frases extraídas, respectivamente, das páginas: [www.lanalapa.com.br](http://www.lanalapa.com.br), [www.obaoba.com.br](http://www.obaoba.com.br), <http://veja.abril.com.br/vejarj>, consultadas em 29 de dezembro de 2007.

<sup>293</sup> Segundo dados contidos na matéria “Lapa quente” da revista *Veja Rio* (ano 15, nº30, julho/agosto de 2006).

reconhecido em especial por sua “vocação” para os eventos ao ar livre e por sua capacidade de aglutinar em torno de um evento cultural um elevado número de pessoas.

Esse   o fenômeno festivo que encobre os caminhos encontrados pelo capital para sua auto-expansão através da explora o de um nicho de mercado “lapiano”, amparado por uma imagem romântica que se construiu da Lapa (e que   reforçada pela propaganda que se faz do local) e pelo fetiche que envolve a prática musical e a imagem do artista. Ali vem se constituindo uma grande demanda pela força de trabalho do músico, ao mesmo tempo em que se desenvolvem formas capitalistas de se apropriar de maneira eficiente dessa força de trabalho.

Procurando articular o processo geral da produção capitalista ao trabalho específico do músico no capitalismo tardio, buscamos através desse estudo analisar, discutir e compreender os atuais processos e relações de trabalho do setor produtivo da música, em específico o trabalho do músico em apresenta es ao vivo. Para este fim, algumas questões que nos pareceram pertinentes foram abordadas. A rela o entre economia e cultura   uma delas.

Conforme Jameson, (2000) que indica a forma intríseca como a cultura e a economia se relacionam na atual fase do modo de produção capitalista, vivenciamos hoje um momento onde a cultura toma várias formas e passa a compor um setor produtivo que chega ao século XXI em acelerado processo de desenvolvimento. Jarg es como a “defesa da identidade de um povo”, a “democratiza o do acesso   cultura” ou da promo o da “diversidade cultural” são utilizados em nome de uma política cultural que vem se instituindo no país.

O relatório da Unesco (CUÉLLAR, 1997), por exemplo, tem servido como suporte teórico e ideológico para as políticas públicas culturais no Brasil, reconhecendo que “a promo o da rela o entre cultura e desenvolvimento parece ser um dos nichos de maior valor estratégico para a Unesco no Brasil”<sup>294</sup>. O relatório oferece bases ideológicas que buscaria uma suposta “universaliza o” para um projeto de desenvolvimento econômico capitalista amparado pelos

---

<sup>294</sup> Encontrado em [www.unesco.org.br/areas/cultura/servicos/documentosCLT/BasesDadosCLT/](http://www.unesco.org.br/areas/cultura/servicos/documentosCLT/BasesDadosCLT/), consultado em 16 de agosto de 2007.

valores simbólicos embutidos no conceito de cultura, mas que representa uma visão pouco clara da noção de cultura. Observamos que fundamentar e sustentar o desenvolvimento econômico através da idéia de igualdade e de democratização nesse tipo de sociedade é uma premissa falsa, uma vez que as leis do mercado estão baseadas na exploração, na competitividade e no lucro.

Nos relatórios e indicadores que apresentamos no decorrer desta tese, em especial no Capítulo I, a noção de cultura é colocada de forma bem abrangente e relacionada a atividades comerciais, que se relacionam ao uso do tempo livre, do lazer, e ao consumo de produtos e serviços ditos culturais. De acordo com os dados produzidos pelos relatórios indicados, a cultura em sua forma mercadoria ou como um serviço estaria expandindo um dos setores mais lucrativos deste século - o setor cultural. Por outro lado, a exemplo do que vem ocorrendo em outros setores da área social como a educação e a saúde, a cultura, hoje entendida como um “fator de desenvolvimento econômico” deixa de ser uma obrigação do Estado e um direito do cidadão e passa a constar nas estratégias de *marketing* de empresas.

Através do *marketing cultural* os investimentos são direcionados estrategicamente para certos produtos culturais capazes de contribuir para a concretização dos objetivos das empresas - o lucro. Contrariando os preceitos do próprio relatório da Unesco que aponta para investimentos que contribuam para o apoio à diversidade cultural, tal situação revela a contradição em se propor um projeto de desenvolvimento econômico que atenda às questões de desenvolvimento culturais humanas.

Os produtos culturais, sendo produzidos pela lógica da produção de mercadorias capitalistas onde o lucro é a meta que se sobrepõe a qualquer outro imperativo, contêm valores imateriais implícitos que são utilizados para agregar valor a tais produtos. Esta é uma aparência que fetichiza o produto e encoberta suas reais condições de produção. Assim, entendemos que a produção cultural não é uma produção autônoma, desconectada dos demais aspectos materiais da vida.

O trabalho de Prestes Filho (2004) nos ajudou a compreender a estrutura da Cadeia Produtiva da Economia da Música, que, segundo os estudos existentes,

estaria contida na economia da cultura que, por sua vez, pertence ao setor definido como economia do entretenimento. O setor cultural vem, através de estudos como o do IBGE publicado em 2006, se mostrando como um forte agente econômico, representado 3,8% do PIB fluminense e 1% do PIB nacional.

Para que pudéssemos melhor compreender como se deu a formação deste mercado, resgatamos processos históricos que permitiram a formação de um mercado para a música. Segundo autores como Eagleton (1993) e Jardim (1988), esse fato foi possível a partir da criação de meios para que o produto musical pudesse se materializar na forma mercadoria, como a invenção da escrita musical, o desenvolvimento da impressão musical e o advento da gravação.

No Brasil, o mercado para a compra e venda de música teve início no século XIX quando foram impressas as primeiras edições musicais (LEME, 2006). Porém, foi com o surgimento das técnicas de gravação que se deu o desenvolvimento e a ampliação do mercado da música. O novo formato da obra musical – o disco – implicou em uma série de mudanças na produção da música como mercadoria. O desenvolvimento da indústria fonográfica, que teve início nos primeiros anos do século XX, representou a efetiva expansão e consolidação de um mercado para a música no Brasil.

Ortiz (1999) atribui a consolidação desse mercado às transformações estruturais pela qual a sociedade brasileira passava no início da década de 1970. Naquele período a estrutura da produção fonográfica era verticalizada e seguia um padrão fordista de linha de montagem com diversos departamentos e etapas de produção. Esse processo, porém, viria a mudar radicalmente a partir dos anos 1980 quando se iniciou um processo de reestruturação da indústria fonográfica brasileira, segundo os padrões da acumulação flexível, que viria mudar, tal qual nos outros ramos industriais, as estratégias de acúmulo de capital e as relações de trabalho.

Com o dismantelamento da grande indústria (*major*) como a detentora de todas as etapas do processo produtivo e a aceleração dos processos de terceirização e subcontratação, pôde-se observar o crescimento de empresas fonográficas de pequeno porte (*indies*) que passam a ser as reais produtoras do produto fonográfico. As *indies* estariam, porém, cada vez mais dependentes das

grandes empresas por sua incapacidade de divulgar e distribuir as mercadorias produzidas frente aos recursos das *majors*. As relações de trabalho viriam a sofrer também mudanças significativas. O trabalho de Vicente (2002) articulado ao o trabalho de Harvey (2002) nos permitiu visualizar tais transformações.

Entendemos que as transformações dos processos produtivos da indústria fonográfica tornaram as *majors*, que são as grandes detentoras do capital, da função de produtoras de mercadorias a função de prestadoras de serviços. A *major* hoje vem atuando como mediadora entre os produtores (músicos terceirizados, artistas licenciados e as *indies*) e os consumidores, prestando principalmente serviços de distribuição e divulgação. Pudemos constatar que produtores e artistas de contratados passaram a contratantes, e os músicos, em um âmbito onde já foram trabalhadores assalariados ou onde tiveram algum tipo de vínculo formal, passaram à condição de autônomos.

Para compreender como se dão as relações de trabalho do músico nas casas de shows da Lapa, além da observação participante e das entrevistas realizadas, aplicamos um questionário a cerca de 80 músicos atuantes naquela região. Pudemos observar que embora exista uma Lei que regulamente a profissão do músico e dite regras para a sua contratação, em geral, o trabalho é informal. Os contratantes utilizam variada argumentação em favor das relações informais de trabalho, inclusive sugerindo haver uma “parceria” entre empresários e músicos. Associar o trabalho musical ao lazer e ao ócio é uma das estratégias, o que reforça a dissociação que se faz da atividade musical como um trabalho. A noção de dom e talento da mesma forma contribui para ocultar o processo de trabalho realizado pelos músicos, desde seu aprendizado musical até o momento em que seu trabalho é consumido pelo público.

Através desse questionário percebemos que para este grupo de músicos atuantes nas casas de shows da Lapa a atividade profissional exige uma flexibilidade que o permita atuar em diversos setores da cadeia produtiva. Assim, as duplas ou triplas jornadas de trabalho são frequentes. Porém, o trabalho é sazonal, e a grande maioria tem no trabalho docente a forma mais segura de uma remuneração regular. Essa atuação docente se dá, na maioria dos casos, na forma de aulas particulares ou em *escolas alternativas* de música, onde também

prevalecem as relações informais de trabalho. O preço pago pelo trabalho do músico assim como as formas de contratação e remuneração são estipuladas pelo empregador segundo seus próprios critérios.

Apesar de todos os músicos que responderam ao questionário estarem filiados à Ordem dos Músicos do Brasil e a algum Sindicato, não se sentem como pertencentes a nenhum grupo ou classe específica. Sua identidade profissional fica diluída frente à instabilidade da profissão e às inúmeras atividades profissionais que exercem.

O trabalho específico dos músicos foi estudado através de pesquisa empírica como observador participante nas casas de shows da Lapa, em especial na casa Rio Scenarium. Nesse contexto pudemos perceber que a precarização das relações de trabalho se dá não só por sua informalidade, mas também pelo trabalho não pago, já que o trabalho musical é habitualmente visto como aquele que se dá apenas no momento da apresentação ao vivo.

Pudemos constatar que em todas as formas de relação de trabalho encontradas, sendo elas legalizadas ou não, a exploração da força de trabalho do músico se perpetua amparada por um regime econômico que permite ao capitalista adequar tais relações de trabalho da forma que lhe assegure e amplie a sua margem de lucro - objetivo final de qualquer empreendimento capitalista. A exploração da força de trabalho se dá através de mecanismos criados pelos empregadores que, ao possuírem os meios de produção, detêm o controle da produção, da determinação do preço pago pela força de trabalho e da forma de pagamento, entre outros. Por trás dos jargões que pregam a democratização do acesso à cultura e o apoio à diversidade cultural temos, na realidade, um processo de transformação de manifestações culturais em mercadoria, o que torna o trabalho do músico um trabalho produtivo ao capital.

No contexto das casas de shows da Lapa, se considerado improdutivo, poderíamos entender que o trabalho do músico é vendido diretamente ao público consumidor, podendo ser o empresário considerado como um “parceiro” ao “ceder” suas instalações ao músico para que possa realizar seu trabalho. Ao contrário disso entendemos que o músico, em casas de shows como o Rio Scenarium, é

trabalhador subordinado ao capital que lhe explora sobretrabalho, ou seja, mais valia.

Por fim cabe dizer que o impulso à realização deste estudo foi a necessidade de uma visão mais aprofundada das relações e dos processos de trabalho do músico. Foi a perspectiva de uma formação onilateral que permitisse ultrapassar os limites impostos pelos conhecimentos imediatos dos processos de trabalho. A busca por essa visão menos fenomênica e mais próxima à essência da realidade dessa atuação profissional foi o que me aproximou do campo de confluência Trabalho e Educação. Nesse sentido, foi a compreensão de que o conhecimento da realidade do trabalho em sua totalidade é uma ação educativa e que o trabalho é o que caracteriza a existência humana, o ponto de partida ao empreendimento dessa pesquisa.

É certo que muitas lacunas ficaram em aberto, e que mesmo as questões abordadas merecem estudos contínuos e com maior aprofundamento. Uma dessas questões que me parece de especial importância é o estudo dos processos sociais da produção de conhecimento musical.

Conforme foi apontado, a iniciação da aprendizagem musical é identificada pela totalidade dos entrevistados como parte de suas relações sociais, familiares e a partir da convivência com determinado grupo praticante de atividades musicais. O segundo maior suporte à aprendizagem musical estaria no acesso a mídias (discos, CDs, DVDs etc.), rádio e televisão, e em terceiro lugar aparecem os professores particulares, as escolas de música, os métodos e os manuais. Por último, está a universidade, entendida pela maioria dos entrevistados como um complemento à sua formação. Desta forma, a formação do músico sendo desenvolvida de forma muito freqüente em ambientes não formais, como os ambientes onde se dão as relações sociais, por exemplo, pode aparentar uma formação menos qualificada que a formação desenvolvida em ambientes formais.

Conforme discutimos, associar o resultado do trabalho musical a noções como o dom e o talento significa menosprezar tais processos de formação profissional e conseqüentemente o próprio conhecimento musical. Se a aprendizagem musical se dá em ambientes não formais (e inúmeros trabalhos na área da musicologia e da educação musical apontam para isso) a produção de

conhecimentos musicais também. Consideramos assim, o estudo dos processos sociais da produção de conhecimento musical como um campo merecedor de estudos aprofundados.

Como diz a epígrafe dessa tese, aquilo que se apresenta como trivial não deve parecer natural, impossível de ser transformado. E a transformação passa pelo conhecimento. Assim, acreditamos no processo educativo onilateral, que supere a dicotomia entre trabalho manual e intelectual e que possibilite uma formação ampla, que nos permita transformar a realidade. Conforme apontou Marx, é para isso que serve a ciência.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ADORNO, Theodor W. et alli. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- ALBIN, Ricardo Cravo (org.). *Dicionário Houaiss ilustrado [da] música popular brasileira*. Instituto Houaiss, Instituto Cultural Cravo Albin. Rio de Janeiro: Paracatu, 2006.
- ANDRADE, Moacyr. *Lapa: alegres trópicos*. Rio de Janeiro: Relume Dumará: Prefeitura, 1998.
- ANTUNES, Ricardo. *O caracol e sua concha: ensaios sobre a nova morfologia do trabalho*. São Paulo: Boitempo, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo, 1999.
- ARAÚJO, Pedro Quaresma de. Escolas de samba e relações de trabalho: entre a passarela e o barracão. In: EARP, Fábio Sá (org.). *Pão e circo: fronteiras e perspectivas da economia do entretenimento*. Rio de Janeiro: Palavra e Imagem, 2002, pp.165-207.
- ARRIGHI, Giovanni. *O longo século XX: dinheiro, poder e as origens do nosso tempo*. Rio de Janeiro: Contraponto; São Paulo: Editora UNESP, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- CAETANO, Gerardo. In: REVISTA OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL n. 2, (mai./ago. 2007). São Paulo, SP: Itaú Cultural, 2007, pp.39-49.
- CARDOSO, Ciro Flamarion. Um historiador fala de teoria e metodologia. EDUSC, s.d.
- CIAVATTA, Maria. O conhecimento histórico e o problema teórico-metodológico das mediações. In FRIGOTTO, Gaudêncio e CIAVATTA, Maria (orgs.) *Teoria e educação no labirinto do capital*. Petrópolis: Vozes, 2001, pp.130-155.
- COLEÇÃO REVISTA DA MÚSICA POPULAR. Rio de Janeiro: Funarte: Bem-Te-Vi Produções Literárias, 2006.

- COLI, Juliana. *Vissi D'Arte por amor a uma profissão: um estudo sobre a profissão do cantor no teatro lírico*. São Paulo: Annablume, 2006.
- CUÉLLAR, Javier Pérez de (org.). *Nossa diversidade criadora: relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento*. Campinas, SP: Papirus, Brasília: UNESCO, 1997.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DIAS, Márcia Tosta. *Os donos da voz: indústria fonográfica e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Indústria cultural* (verbete). In: WILLIAMS, Raymond. *Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade*. São Paulo: Boitempo, 2007, pp.431-433.
- DINIZ, Edinha. *Chiquinha Gonzaga uma história de vida*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1991.
- EAGLETON, Terry. *A ideologia da estética*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- EARP, Fábio Sá (org.). *Pão e circo: fronteiras e perspectivas da economia do entretenimento*. Rio de Janeiro: Palavra e Imagem, 2002.
- ELIAS, Norbert. *Mozart, sociologia de um gênio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.
- ENGELS, Friedrich. Transformação do macaco em homem. In: ENGELS, F., GEERTZ, C. *et alli O papel da cultura nas ciências sociais..* São Paulo: Editorial Villa Martha, 1980, pp.7-20.
- FACINA, Adriana. *Literatura e sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- FAOUR, Rodrigo. *A história sexual da MPB: a evolução do amor e do sexo na canção brasileira*. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- FISCHER, Ernst. *A necessidade da arte*. São Paulo: Círculo do Livro, s.d.
- FOLEY, Duncan. *Valor de uso* (verbete). In: BOTTOMORE, Tom (ed.). *Dicionário do pensamento marxista*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001, pp.401-402.
- FONTES, Virgínia. História e verdade. In FRIGOTTO, Gaudêncio e CIAVATTA, Maria (orgs.) *Teoria e educação no labirinto do capital*. Petrópolis: Vozes, 2001, pp.115-129.
- FRANCESCHI, Humberto M. *A Casa Edison e seu tempo*. Rio de Janeiro: Sarapuí, 2002.

- FRIEDMAN, Milton. *Capitalismo & Liberdade*. Artenova, 1977.
- FRIGOTTO, Gaudêncio. *A produtividade da escola improdutiva*. São Paulo: Cortez, 2001.
- GOMES, Bruno Ferreira. *Wilson Batista e sua época*. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1985.
- GONÇALVES, Marcelo. *A indústria fonográfica: a pirataria é ameaça ao rico mercado de música no Brasil*. In: Economia da cultura: a força da indústria cultural no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Faperj e Coppe/UFRJ, 2002, pp.67-75.
- GROPPO, Luís Antonio. *O rock e a formação do mercado de consumo cultural juvenil*. Dissertação de Mestrado não publicada. Campinas: IFCH/UNICAMP, 1996.
- GROUT, Donald J. e PALISCA, Claude V. *História da Música Ocidental*. Portugal: Gradiva, 1994.
- GUIA DO MÚSICO. Rio de Janeiro: Sindicato dos Músicos do Estado do Rio de Janeiro, 2004.
- HARVEY, David. *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 2002.
- HAUG, Wolfgang Fritz. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo: UNESP, 1997.
- HAYEK, Friedrich. *O caminho da servidão*. São Paulo: Globo, 1977.
- HOLLANDA, Heloísa Buarque de. *Considerações sobre o conceito de cultura*. In: Economia da cultura: a força da indústria cultural no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Faperj e Coppe/UFRJ, 2002, pp.25-32.
- HUNT, E. K.. *História do Pensamento Econômico*. São Paulo: Campus, 2005.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Sistema de informações e indicadores culturais 2003*. Rio de Janeiro: IBGE, 2006.
- JAMESON, Fredric. *A virada cultural: reflexões sobre o pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- \_\_\_\_\_. *Pós-Modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 2000.

- JARDIM, Antônio. *Música: uma outra densidade do real*. Rio de Janeiro: CBM, 1988. (Dissertação de Mestrado).
- KONDER, Leandro. *Os marxistas e a arte*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.
- KOSIK, Karel. *A dialética do concreto*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.
- LARAIÁ, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- LARRAIN, Jorge. *Base e superestrutura* (verbetes). In: BOTTOMORE, Tom (ed.). *Dicionário do pensamento marxista*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001, pp.27-29.
- LEME, Mônica Neves. *E “saíram à luz” as novas coleções de polcas, modinhas, lundus, etc.: música popular e impressão musical no Rio de Janeiro (1820-1920)*. Niterói: UFF, 2006. (Tese de Doutorado).
- \_\_\_\_\_. *Que “tchan” é esse?: indústria e produção musical no Brasil dos anos 90*. São Paulo: Annablume, 2003.
- LESSA, Carlos e AGUINAGA, Ronaldo. O carnaval carioca: uma reestimativa do emprego e renda relacionados ao espetáculo. In: EARP, Fábio Sá (org). *Pão e Circo: fronteiras e perspectivas da economia do entretenimento*. Rio de Janeiro: Palavra e Imagem, 2002, pp.143-163.
- LESSA, Carlos. *A economia do lazer e o nascimento da indústria cultural de massa*. In: Economia da cultura: a força da indústria cultural no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Faperj e Coppe/UFRJ, 2002, pp.141-152.
- LISBOA, Luiz Carlos (org.). *Roberto Menescal* (Coleção Gente). Rio de Janeiro: Reditora Rio, 2002.
- MARCARIAN, Eduardo S. Lugar e papel das investigações da cultura nas ciências sociais. In: ENGELS, F., GEERTZ *O papel da cultura nas ciências sociais., C. et alli*. São Paulo: Editorial Villa Martha, 1980, pp.93-114.
- MARX, Karl. *Manuscritos econômico-filosóficos*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- \_\_\_\_\_. *O capital*. V. I. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- \_\_\_\_\_. *Para a crítica da economia política*. In: GIANNOTTI, José Arthur (org.) *Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos*. São Paulo: Abril Cultural, 1978a, pp.101-257.

- \_\_\_\_\_. *Salário, preço e lucro*. In: GIANNOTTI, José Arthur (org.) *Manuscrítos econômico-filosóficos e outros textos*. São Paulo: Abril Cultural, 1978b, pp.57-99.
- \_\_\_\_\_. *Capítulo inédito D'o Capital: resultado do processo de produção imediato*. Porto: Publicações Escorpião, 1975.
- MARX, Karl e ENGELS. *Sobre Literatura e arte*. São Paulo: Editora Global, 1986.
- MEDINA, Roberto. *A indústria de espetáculos: Rio tem expertise mundial para produzir megaeventos*. In: *Economia da cultura: a força da indústria cultural no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Faperj e Coppe/UFRJ, 2002, pp.59-66.
- MENDONÇA, Sônia Regina de. *Estado e economia no Brasil: opções de desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- MENESCAL, Roberto. In: LISBOA, Luiz Carlos (org.). *Roberto Menescal* (Coleção Gente). Rio de Janeiro: Reditora Rio, 2002.
- MENGER, Pierre-Michel. *O retrato do artista enquanto trabalhador: metamorfoses do capitalismo*. Lisboa: Roma Editora, 2005.
- MENUHIM, Yehudi, DAVIS, Curtis W. *A música do homem*. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- MÉZÁROS, István. *Para além do capital*. São Paulo: Boitempo, 2002.
- MOHUN, Simon. *Processo de trabalho* (verbete). In: BOTTOMORE, Tom (ed.). *Dicionário do pensamento marxista*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001, pp.299-302.
- NOSELLA, Paolo. *A escola de Gramsci*. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 1992.
- NOZAKI, Hajime Takeuchi. *Educação Física e Reordenamento do Mundo do Trabalho: mediações da regulamentação da profissão*. Tese de Doutorado. Niterói: UFF, 2004.
- ORTIZ, Renato (org.). *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Românticos e folcloristas: cultura popular*. São Paulo: Olho d'Água, s.d..
- PENNA, Adriana Machado. *Sistema CONFEF/CREFs: a expressão do projeto dominante de firmação humana na educação física*. Dissertação de Mestrado. Niterói: UFF, 2006.

- PINTO, Gustavo Lorena. A economia da música. In: KAMEL, José Augusto Nogueira (org.). *Engenharia do entretenimento: meu vício, minha virtude*. Rio de Janeiro: E-papers, 2006, pp.218-228.
- PRESTES FILHO, Luiz Carlos et alli. *Cadeia produtiva da economia da música*. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2004.
- PRESTES FILHO, Luiz Carlos. *Cultura e economia: a articulação necessária entre indústria e poder público*. In: *Economia da cultura: a força da indústria cultural no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Faperj e Coppe/UFRJ, 2002, pp.13-21.
- RAYNOR, Raynor. *História social da música: da idade média a Beethoven*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.
- REIS, Ana Carla Fonseca. *Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.
- REIS, Ronaldo Rosas. *Educação e estética: ensaios críticos sobre arte e formação humana no pós-modernismo*. São Paulo: Cortez, 2005.
- REQUIÃO, Luciana. *Saberes e competências no âmbito das escolas de música alternativas: a atividade docente do músico-professor na formação profissional do músico*. Rio de Janeiro: Booklink, 2002.
- SANTOS, Marco Antonio Carvalho. *Música, educação e democracia*. Tese de Doutorado apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal Fluminense, 2004.
- SENNETT, Richard. *A corrosão do caráter: as conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- SEVERIANO, Jairo e HOMEM DE MELO, ZUZA. *A canção no tempo: 85 anos de músicas brasileiras*. Vol. 1: 1901-1957. São Paulo: Ed.34, 1998a.
- \_\_\_\_\_. *A canção no tempo: 85 anos de músicas brasileiras*. Vol. 2: 1958-1985. São Paulo: Ed.34, 1998b.
- SILVA, Liliana Souza e OLIVEIRA, Lúcia Maciel Barbosa de. In: REVISTA OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL n. 2, (mai./ago. 2007). São Paulo, SP: Itaú Cultural, 2007, pp.13-24.

- TEIXEIRA COELHO. *Dicionário crítico de política cultural*. São Paulo: Iluminuras, 2004.
- TINHORÃO, José Ramos. *História social da música popular brasileira*. São Paulo: Ed. 34, 1998.
- \_\_\_\_\_. *Música Popular: do gramofone ao rádio e tv*. São Paulo: Ática, 1981.
- TOLILA, Paul. *Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Entretenimento: uma crítica aberta*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.
- UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). *Políticas culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura*. Brasília: UNESCO Brasil, 2003.
- VASCONCELOS, Ary. *Panorama da música popular brasileira na Belle Époque*. Rio de Janeiro: Liv. Sant'Anna, 1977.
- VICENTE, Eduardo. *Música e disco no Brasil: a trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90*. São Paulo: USP, 2002. (Tese de doutorado).
- \_\_\_\_\_. A indústria fonográfica brasileira nos anos 90: elementos para uma reflexão. In *Arte e cultura da América Latina*, vol VI, nº2. Sociedade Científica de Estudos da Arte – CESA: 1999, pp.71-96.
- \_\_\_\_\_. *A música popular e as novas tecnologias de produção musical: uma análise do impacto das tecnologias digitais no campo de produção da canção popular de massas*. Universidade Estadual de Campinas: dissertação de mestrado não publicada, 1996.
- WILLIAMS, Raymond. *Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade*. São Paulo: Boitempo, 2007.
- \_\_\_\_\_. *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Marxismo e Literatura*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.
- ZAN, José Roberto. Música popular brasileira, indústria cultural e identidade. In *EccoS Rev. Cient.* São Paulo: UNINOVE, 2001, pp.105-122.

## ENTREVISTAS REALIZADAS

(em ordem alfabética)

- ALAN MAGALHÃES (Diretor Administrativo do SindMusi).

Entrevista concedida dia 18 de outubro de 2006.

- BYAFRA (artista).

Entrevista concedida dia 03 de outubro de 2007.

- DÉBORAH CHEYNE (Presidente do SindMusi).

Entrevista concedida dia 18 de outubro de 2006.

- FÁTIMA GUEDES (artista).

Entrevista por e-mail concedida em novembro de 2006.

- HENRIQUE CAZES (músico e produtor musical).

Entrevista concedida dia 18 de julho de 2006.

- LEILA PINHEIRO (artista).

Entrevista concedida dia 15 de novembro de 2006.

- LUCIANA OLIVEIRA (músico).

Entrevista concedida dia 25 de julho de 2007.

- PEDRO SEILER (produtor musical).

Entrevista concedida dia 15 de setembro de 2006.

- ROGÉRIO CAETANO (músico).

Entrevista concedida dia 08 de novembro de 2006.

## ANEXOS

## **ANEXO 01**

Estrutura detalhada das atividades do setor cultural:

Códigos e denominações

(Fonte: IBGE, 2006)

**Quadro 2 - Estrutura detalhada das atividades do setor cultural:  
códigos e denominações**

(continua)

Seção	Divisão	Grupo	Classe	Denominação
<b>D</b>				<b>INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO</b>
	<b>20</b>			<b>FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE MADEIRA</b>
		<b>20.2</b>		<b>FABRICAÇÃO DE ARTEFATOS DIVERSOS DE MADEIRA, PALHA, CORTIÇA E MATERIAL TRANÇADO - EXCETO MÓVEIS</b>
			2029-0	Fabricação de artefatos diversos de madeira, palha, cortiça e material trançado - exceto móveis
	<b>22</b>			<b>EDIÇÃO, IMPRESSÃO E REPRODUÇÃO DE GRAVAÇÕES</b>
		<b>22.1</b>		<b>EDIÇÃO E IMPRESSÃO</b>
			22.14-4	Edição de discos, fitas e outros materiais gravados
			22.15-2	Edição de livros, revistas e jornais
			22.16-0	Edição e impressão de livros
			22.17-9	Edição e impressão de jornais
			22.18-7	Edição e impressão de revistas
			22.19-5	Edição; edição e impressão de outros produtos gráficos
		<b>22.2</b>		<b>IMPRESSÃO DE JORNAIS, REVISTAS E LIVROS E OUTROS SERVIÇOS GRÁFICOS</b>
			22.21-7	Impressão de jornais, revistas e livros
			22.29-2	Execução de outros serviços gráficos
		<b>22.3</b>		<b>REPRODUÇÃO DE MATERIAIS GRAVADOS</b>
			22.31-4	Reprodução de discos e fitas
			22.32-2	Reprodução de fitas de vídeos
			22.34-9	Reprodução de <i>softwares</i> em disquetes e fitas
	<b>30</b>			<b>FABRICAÇÃO DE MÁQUINAS PARA ESCRITÓRIO E EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA</b>
		<b>30.2</b>		<b>FABRICAÇÃO DE COMPUTADORES</b>
			30.21-0	Fabricação de computadores
		<b>32.2</b>		<b>FABRICAÇÃO DE APARELHOS TELEFÔNICOS, SISTEMAS DE INTERCOMUNICAÇÃO E SEMELHANTES</b>
			32.22-0	Fabricação de aparelhos telefônicos, sistemas de intercomunicação e semelhantes
		<b>32.3</b>		<b>FABRICAÇÃO DE APARELHOS RECEPTORES DE RÁDIO E TELEVISÃO E DE REPRODUÇÃO, GRAVAÇÃO OU AMPLIFICAÇÃO DE SOM E VÍDEO</b>
			32.30-1	Fabricação de aparelhos receptores de rádio e televisão e de reprodução, gravação ou amplificação de som e vídeo
	<b>36</b>			<b>FABRICAÇÃO DE MÓVEIS E INDÚSTRIAS DIVERSAS</b>
		<b>36.9</b>		<b>FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DIVERSOS</b>
			36.91-9	Lapidação de pedras preciosas e semi-preciosas, fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria
			36.92-7	Fabricação de instrumentos musicais
			36.93-5	Fabricação de artefatos para caça, pesca e esporte
			36.94-3	Fabricação de brinquedos e de jogos recreativos
<b>G</b>				<b>COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES, OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS</b>
	<b>51</b>			<b>COMÉRCIO POR ATACADO, REPRESENTANTES COMERCIAIS E AGENTES DO COMÉRCIO</b>
		<b>51.4</b>		<b>COMÉRCIO ATACADISTA DE ARTIGOS DE USO PESSOAL E DOMÉSTICO</b>
			51.47-0	Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; papel, papelão e seus artefatos; livros, jornais e outras publicações
		<b>51.6</b>		<b>COMÉRCIO ATACADISTA DE COMPUTADORES, EQUIPAMENTOS DE TELEFONIA E COMUNICAÇÃO, PARTES E PEÇAS</b>
			51.65-9	Comércio atacadista de computadores, equipamentos de telefonia e comunicação, partes e peças
	<b>52</b>			<b>COMÉRCIO VAREJISTA E REPARAÇÃO DE OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS</b>
		<b>52.4</b>		<b>COMÉRCIO VAREJISTAS DE OUTROS PRODUTOS</b>
			52.46-9	Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria
		<b>52.5</b>		<b>COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS USADOS</b>
			52.50-7	Comércio varejista de artigos usados

**Quadro 2 - Estrutura detalhada das atividades do setor cultural:  
códigos e denominações**

(conclusão)

Seção	Divisão	Grupo	Classe	Denominação			
I	64	64.2	64.20-3	<b>TRANSPORTE, ARMAZENAGEM E COMUNICAÇÕES</b>			
				<b>CORREIO E TELECOMUNICAÇÕES</b>			
				<b>TELECOMUNICAÇÕES</b>			
				Telecomunicações			
K				<b>ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS, ALUGUÉIS E SERVIÇOS PRESTADOS ÀS EMPRESAS</b>			
				<b>ALUGUEL DE VEÍCULOS, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS SEM CONDUTORES OU OPERADORES E DE OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS</b>			
				71	71.4	71.40-4	<b>ALUGUEL DE OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS</b> Aluguel de objetos pessoais e domésticos
				72	72.2	72.21-4 72.29-0	<b>ATIVIDADES DE INFORMÁTICA E SERVIÇOS RELACIONADOS</b>
							<b>CONSULTORIA EM SOFTWARE</b>
							Desenvolvimento e edição de <i>softwares</i> prontos para uso
							Desenvolvimento de <i>softwares</i> sob encomenda e outras consultorias em <i>software</i>
				72.3	72.30-3		<b>PROCESSAMENTO DE DADOS</b>
							Processamento de dados
				72.4	72.40-0		<b>ATIVIDADES DE BANCO DE DADOS E DISTRIBUIÇÃO ON-LINE DE CONTEÚDO ELETRÔNICO</b>
							Atividades de banco de dados e distribuição <i>on-line</i> de conteúdo eletrônico
				73	73.1	73.10-5	<b>PESQUISA E DESENVOLVIMENTO</b>
							<b>PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DAS CIÊNCIAS FÍSICAS E NATURAIS</b>
							Pesquisa e desenvolvimento das ciências físicas e naturais
				73.2	73.20-2		<b>PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DAS CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS</b>
							Pesquisa e desenvolvimento das ciências sociais e humanas
				74	74.4	74.40-3	<b>PUBLICIDADE E ATIVIDADES FOTOGRÁFICAS</b>
							<b>PUBLICIDADE</b>
							Publicidade
				74.9	74.91-8		<b>ATIVIDADES FOTOGRÁFICAS</b>
							Atividades fotográficas
				M	80	80.9	<b>EDUCAÇÃO</b>
							<b>EDUCAÇÃO</b>
<b>EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E OUTRAS ATIVIDADES DE ENSINO</b>							
80.96-9 Educação profissional de nível técnico 80.97-7 Educação profissional de nível tecnológico 80.99-3 Outras atividades de ensino							
O	92		<b>OUTROS SERVIÇOS COLETIVOS, SOCIAIS E PESSOAIS</b>				
			<b>ATIVIDADES RECREATIVAS, CULTURAIS E DESPORTIVAS</b>				
			92.1	92.11-8 92.12-6 92.13-4	<b>ATIVIDADES CINEMATOGRAFICAS E DE VÍDEO</b>		
					Produção de filmes cinematográficos e fitas de vídeo		
					Distribuição de filmes e de vídeos Projeção de filmes e de vídeos		
			92.2	92.21-5 92.22-3	<b>ATIVIDADES DE RÁDIO E DE TELEVISÃO</b>		
					Atividades de rádio Atividades de televisão		
			92.3	92.31-2 92.32-0 92.39-8	<b>OUTRAS ATIVIDADES ARTÍSTICAS E DE ESPETÁCULOS</b>		
					Atividades de teatro, música e outras atividades artísticas e literárias		
					Gestão de salas de espetáculos		
					Outras atividades de espetáculos, não especificadas anteriormente		
92.4	92.40-1	<b>ATIVIDADES DE AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS</b>					
		Atividades de agências de notícias					
92.5	92.51-7 92.52-5 92.53-3	<b>ATIVIDADES DE BIBLIOTECAS, ARQUIVOS, MUSEUS E OUTRAS ATIVIDADES CULTURAIS</b>					
		Atividades de bibliotecas e arquivos					
		Atividades de museus e de conservação do patrimônio histórico					
		Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais e reservas ecológicas					

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação das Estatísticas Econômicas e Classificações.

(1) As atividades tarjadas em cinza correspondem às atividades indiretamente relacionadas à cultura.

**ANEXO 02**

Lei nº 3.857 – de 22 de dezembro de 1960

(Fonte: SindMusi)

## LEI Nº 3.857 - DE 22 DE DEZEMBRO DE 1960

**LEI Nº 3.857 - DE 22 DE DEZEMBRO DE 1960 • Cria a Ordem dos Músicos do Brasil e dispõe sobre a regulamentação do exercício da profissão do músico e dá outras providências**

**O Presidente da República:**

**Faça saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:**

### **CAPÍTULO 1**

#### **Da Ordem dos Músicos do Brasil**

**Art. 1 •** Fica criada a Ordem dos Músicos do Brasil com a finalidade de exercer, em todo o país, a seleção, a disciplina, a defesa da classe e a fiscalização do exercício da profissão do músico, mantidas as atribuições específicas do Sindicato respectivo.

**Art. 2 •** A Ordem dos Músicos do Brasil com forma federativa, compõe-se do Conselho Federal dos Músicos e de Conselhos Regionais dotados de personalidade jurídica de direito público e autonomia administrativa e patrimonial.

**Art. 3 •** A Ordem dos Músicos do Brasil exercerá sua jurisdição em todo o país, através do Conselho Federal, com sede na Capital da República.

**§ 1º •** No Distrito Federal e nas capitais de cada Estado haverá um Conselho Regional.

**§ 2º •** Na capital dos Territórios onde haja pelo menos 25 (vinte e cinco) músicos, poderá instalar-se um Conselho Regional.

**Art. 4 •** O Conselho Federal dos Músicos será composto de 9 (nove) membros e de igual número de suplentes, brasileiros natos ou naturalizados.

**§ único •** Os membros do Conselho Federal serão eleitos por escrutínio secreto e maioria absoluta de votos, em assembléia dos delegados dos Conselhos Regionais.

**Art. 5 •** São atribuições do Conselho Federal:

- a) organizar o seu regimento interno;
- b) aprovar os regimentos internos organizados pelos Conselhos Regionais;
- c) eleger a sua diretoria;
- d) preservar a ética profissional, promovendo as medidas acauteladoras necessárias;
- e) promover quaisquer diligências ou verificações, relativas ao funcionamento dos Conselhos Regionais dos Músicos, nos Estados ou Territórios e Distrito Federal e adotar, quando necessárias, providências convenientes a bem da sua eficiência e regularidade, inclusive a designação da diretoria provisória;
- f) propor ao Governo Federal a emenda ou alteração do regulamento desta lei;
- g) expedir as instruções necessárias do bom funcionamento dos Conselhos Regionais;
- h) tomar conhecimento de quaisquer dúvidas suscitadas pelos Conselhos Regionais e dirimi-las;
- i) julgar os recursos interpostos das decisões dos Conselhos Regionais;
- j) fixar a anuidade a vigorar em cada Conselho Regional, por proposta deste;
- k) aprovar o orçamento;
- l) preparar a prestação de contas a ser encaminhadas ao Tribunal de Contas.

**Art. 6 •** O mandato dos membros do Conselho Federal dos Músicos será honorífico e durará 3 (três) anos, renovando-se o terço anualmente, a partir do 4º ano da primeira gestão.

**Art. 7 •** Na primeira reunião ordinária de cada ano do Conselho Federal, será eleita a sua diretoria, que é a mesma da Ordem dos Músicos do Brasil, composta de presidente, vice-presidente, secretário-geral, primeiro e segundo secretários e tesoureiros, na forma do regimento.

**Art. 8 •** Ao presidente do Conselho Federal compete a direção do mesmo Conselho, representá-lo ativa e passivamente em juízo ou fora dele e velar pela conservação do decoro e da independência dos Conselhos Regionais dos Músicos e pelo livre exercício legal dos direitos de seus membros.

**Art. 9 •** O secretário-geral terá a seu cargo a secretaria permanente do Conselho Federal.

**Art. 10 •** O patrimônio do Conselho Federal será constituído de:

- a) 20% (vinte por cento) pagos pelo Fundo Social Sindical, deduzidos da totalidade, da cota ao mesmo atribuída, do imposto sindical pago pelos músicos, na forma do Art. 590 da Consolidação das Leis do Trabalho;
- b) 1/3 (um terço) da taxa de expedição das carteiras profissionais;
- c) 1/3 (um terço) das multas aplicadas pelos Conselhos Regionais;
- d) doações e legados;
- e) subvenções oficiais;
- f) bens e valores adquiridos;
- g) 1/3 (um terço) das anuidades percebidas pelos Conselhos Regionais.

**Art. 11 •** Os Conselhos Regionais serão compostos de 6 (seis) membros, quando o Conselho tiver até 50 (cinquenta) músicos inscritos; de 9 (nove) até 150 (cento e cinquenta) músicos inscritos; de 15 (quinze), até 300 (trezentos) músicos inscritos; e 21 (vinte e um), quando exceder deste número.

**Art. 12 •** Os membros dos Conselhos Regionais dos músicos serão eleitos em escrutínio secreto, em assembléia dos escritos de cada região que estejam em pleno gozo dos seus direitos.

**§ 1º •** As eleições para os Conselhos Regionais serão feitas sem discriminação de cargos que serão providos na primeira

reunião ordinária, de cada ano, dos referidos órgãos.

**§ 2º** • O mandato dos membros dos Conselhos Regionais será honorífico, privativo, de brasileiro nato ou naturalizado e durará 3 (três) anos, renovando-se o terço anualmente, a partir do 4º ano da primeira gestão.

**Art. 13** • A diretoria de cada Conselho Regional será composta de presidente, vice-presidente, primeiro e segundo secretários e tesoureiro.

**§ único** • Nos Conselhos Regionais onde o quadro abranger menos de 20 (vinte) músicos inscritos poderão ser suprimidos os cargos de vice-presidente e os de primeiro e segundo secretários, ou alguns destes.

**Art. 14** • São atribuições dos Conselhos Regionais:

- a) deliberar sobre a inscrição e cancelamento no quadro do Conselho, cabendo recurso, no prazo de 30 (trinta dias), contados, da ciência, para o Conselho Federal;
- b) manter um registro dos músicos, legalmente habilitados, com exercício na respectiva região;
- c) fiscalizar o exercício da profissão de músicos;
- d) conhecer, apreciar e decidir sobre os assuntos atinentes à ética profissional, impondo as penalidades que couberem;
- e) elaborar a proposta do seu regimento interno submetendo-a à aprovação do Conselho Federal;
- f) aprovar o orçamento anual;
- g) expedir carteira profissional;
- h) velar pela conservação da honra e da independência do Conselho e pelo livre exercício legal dos direitos dos músicos;
- i) publicar os relatórios anuais de seus trabalhos e as relações dos profissionais registrados;
- j) exercer os atos de jurisdição que por lei lhes sejam cometidos;
- k) admitir a colaboração dos sindicatos e associações profissionais, nas matérias previstas nas letras anteriores;
- l) eleger um delegado-eleito para a assembléia referida no art. 4º, § único.

**Art. 15** • O patrimônio dos Conselhos Regionais será constituído de:

- a) taxa de inscrição;
- b) 2/3 (dois terços) da taxa de expedição de carteiras;
- c) 2/3 (dois terços) das anuidades pagas pelos músicos inscritos no Conselho Regional;
- d) 2/3 (dois terços) das multas aplicadas de acordo com as alíneas "c" do artigo 19;
- e) doações e legados;
- f) subvenções oficiais,
- g) bens e valores adquiridos;

**Art. 16** • Os músicos só poderão exercer a profissão depois de regularmente registrados no órgão competente do Ministério da Educação e Cultura e no Conselho Regional dos Músicos sob cuja jurisdição estiver compreendido o local de sua atividade.

**Art. 17** • Aos profissionais registrados, de acordo com esta lei, serão entregues as carteiras profissionais que os habilitarão ao exercício da profissão de músico em todo país.

**§ 1º** • A carteira que alude este artigo valerá como documento de identidade e terá fé pública;

**§ 2º** • No caso de o músico ter de exercer temporariamente a sua profissão em outra jurisdição deverá apresentar a carteira profissional para ser visada pelo Presidente do Conselho Regional desta jurisdição;

**§ 3º** • Se o músico inscrito no Conselho Regional de um Estado passar a exercer por mais de 90 (noventa) dias atividades em outro Estado, deverá requerer inscrição no Conselho Regional da jurisdição deste.

**Art. 18** • Todo aquele que, mediante anúncios, cartazes, placas, cartões comerciais ou quaisquer outros meios de propaganda se propuser ao exercício da profissão de músico, em qualquer de seus gêneros e especialidades, fica sujeito às penalidades aplicáveis ao exercício ilegal da profissão, se não estiver devidamente registrado.

**Art. 19** • As penas disciplinares aplicáveis são as seguintes:

- a) advertência;
- b) censura;
- c) multa;
- d) suspensão do exercício profissional até 30 (trinta) dias;
- e) cassação do exercício profissional ad referendum do Conselho Federal.

**§ 1º** • Salvo os casos de gravidade manifesta que exijam aplicação imediata da penalidade mais grave, a imposição das penas obedecerá à gradação deste artigo.

**§ 2º** • Em matéria disciplinar, o Conselho Regional deliberará de ofício ou em consequência de representação de autoridade, de qualquer músico inscrito ou de pessoa estranha ao Conselho, interessada no caso.

**§ 3º** • À deliberação do Conselho precederá, sempre, audiência do acusado, sendo-lhe dado defensor, no caso de não ser encontrado, ou for revel.

**§ 4º** • Da imposição de qualquer penalidade caberá recurso no prazo de 30 (trinta) dias, contados da ciência, para o Conselho Federal, sem efeito suspensivo, salvo os casos da alíneas c, d, e e, deste artigo, em que o efeito será suspensivo.

**§ 5º** • Além do recurso previsto no parágrafo anterior, não caberá qualquer outro de natureza administrativa, ressalvada aos interessados a via judiciária para as ações cabíveis.

**§ 6º** • As denúncias contra os membros dos Conselhos Regionais só serão recebidas quando devidamente assinadas e acompanhadas da indicação de elementos comprobatórios do alegado.

**Art. 20** • Constituem assembléia geral de cada Conselho Regional os músicos inscritos, que se achem no pleno gozo de seus

direitos e tenham aí a sede principal de sua atividade profissional.

**§ único** • A assembléia geral será dirigida pelo presidente e os secretários do Conselho Regional respectivo.

**Art. 21** • À assembléia geral compete:

**I** • Discutir e votar o relatório e contas da diretoria, devendo para esse fim, reunir-se ao menos uma vez por ano, sendo, nos anos que se tenha de realizar a eleição do Conselho Regional do 30 (trinta) a 45 (quarenta e cinco) dias antes da data fixada para essa eleição;

**II** • Autorizar a alienação de imóveis do patrimônio do Conselho;

**III** • elaborar e alterar a tabela de emolumentos cobrados pelos serviços prestados, ad referendum do Conselho Federal;

**IV** • deliberar sobre as questões ou consultas submetidas à sua decisão pelo Conselho ou pela diretoria;

**V** • eleger um delegado e um suplente para a eleição dos membros e suplentes do Conselho Federal.

**Art. 22** • A assembléia geral, em primeira convocação, reunir-se-á com a maioria absoluta de seus membros e, em segunda convocação, com qualquer número de membros presentes.

**§ único** • As deliberações serão tomadas por maioria de votos dos presentes.

**Art. 23** • O voto é pessoal e obrigatório em toda eleição, salvo doença ou ausência comprovada plenamente.

**§ 1º** • Por falta injustificada à eleição incorrerá o membro do Conselho na multa de Cr\$ 200,00(duzentos cruzeiros) dobrada na reincidência.

**§ 2º** • Os músicos (que se encontrarem fora da sede das eleições, por ocasião destas, poderão dar seu voto em dupla sobrecarta, opaca, fechada e remetida pelo correio, sob registro, acompanhada por ofício, com firma reconhecida dirigida ao presidente do Conselho Federal.

**§ 3º** • Serão computadas as cédulas recebidas com as formalidades do parágrafo precedente, até o momento de encerrar-se a votação. A sobrecarta maior será aberta pelo presidente do Conselho, que depositará a sobrecarga menor na urna sem violar o segredo do voto.

**§ 4º** • As eleições serão anunciadas no órgão oficial e em jornal de grande circulação com 30 (trinta) dias de antecedência.

**§ 5º** • As eleições serão feitas por escrutínio secreto, perante o Conselho, podendo, quando haja mais de duzentos votantes, determinar-se locais diversos para o recebimento dos votos, permanecendo neste caso, em cada local, dois diretores ou músicos inscritos, designados pelo conselho.

**§ 6º** • Em cada eleição, os votos serão recebidos durante 6 (seis) horas contínuas, pelo menos.

**Art. 24** • Instalada a Ordem dos Músicos do Brasil será estabelecido o prazo de 6 (seis) meses para a inscrição daqueles que já se encontram no exercício da profissão.

**Art. 25** • O músico que, na data da publicação desta lei, estiver, há mais de seis meses, sem exercer atividade musical, deverá comprovar o exercício anterior da profissão de músico, para poder registrar-se na Ordem dos Músicos do Brasil.

**Art. 26** • A Ordem dos Músicos do Brasil instituirá :

**a)** cursos de aperfeiçoamento profissional;

**b)** concursos;

**c)** prêmios de viagens no território nacional e no exterior;

**d)** bolsas de estudos;

**e)** serviços de cópia de partituras sinfônicas dramáticas, premiadas em concurso.

**Art. 27** • O Poder Executivo providenciará a entrega ao Conselho Federal dos Músicos, logo após a publicação da presente lei, de 40% (quarenta por cento) pagos pelo fundo social sindical, deduzidos da totalidade da quota atribuída ao mesmo o imposto sindical pago pelos músicos, na forma do artigo 590 da Consolidação das Leis do Trabalho.

**§ único** • A instalação da Ordem dos Músicos do Brasil será promovida por uma comissão composta de um representante do Ministério da Educação e Cultura, do Ministério do Trabalho e Previdência Social, da União dos Músicos do Brasil, da Escola Nacional de Música, da Academia Brasileira de Música e 2 (dois) representantes das entidades sindicais.

## **CAPÍTULO II**

### **Das condições para o exercício profissional**

**Art. 28** • É livre o exercício da profissão de músico, em todo território nacional, observados o requisito da capacidade técnica e demais condições estipuladas em lei.

**a)** aos diplomados pela Escola Nacional de Música da Universidade do Brasil, ou por estabelecimentos equiparados ou reconhecidos;

**b)** aos diplomados pelo Conservatório Nacional de Canto Orfeônico;

**c)** aos diplomados por conservatórios, escolas ou institutos estrangeiros de ensino superior de música, legalmente reconhecidos desde que tenham revalidados os seus diplomas no país na forma da lei;

**d)** aos professores catedráticos e aos maestros de renome internacional que dirijam ou tenham dirigido orquestras ou coros oficiais;

**e)** aos alunos dos dois últimos anos dos cursos de composição, regência ou de qualquer instrumento da Escola Nacional de Música ou estabelecimentos equiparados ou reconhecidos;

**f)** aos músicos de qualquer gênero ou especialidade que estejam em atividade profissional devidamente comprovada, na data da publicação da presente lei;

**g)** os músicos que foram aprovados em exame prestado perante banca examinadora, constituída de três especialistas, no mínimo, indicados pela Ordem e pelos sindicatos de músicos do local e nomeados pela autoridade competente do Ministério do Trabalho e Previdência Social.

**§ 1º** • Aos músicos a que se referem as alíneas f e g deste artigo será concedido certificado que os habilite ao exercício da profissão.

**§ 2º** • Os músicos estrangeiros ficam dispensados das exigências deste artigo, desde que sua permanência no território nacional não ultrapasse o período de 90 (noventa) dias e sejam:

- a)** compositores de música erudita ou popular;
- b)** regentes de orquestra sinfônica, ópera, bailados ou coro, de comprovada competência;
- c)** integrantes de conjuntos orquestrais, operísticos, folclóricos, populares ou típicos.
- d)** pianistas, violonistas, violoncelistas, cantores ou instrumentistas virtuosas de outra especialidade, a critério do órgão instituído pelo art. 1º desta lei.

**Art. 29** • Os músicos profissionais, para os efeitos desta lei, se classificam em:

- a)** compositores de música erudita ou popular;
- b)** regentes de orquestras sinfônicas, ópera bailados, operetas, orquestras mistas, de salão, ciganas, jazz, jazz-sinfônico, conjuntos, corais e bandas de música;
- c)** diretores de orquestras ou conjuntos populares;
- d)** instrumentistas de todos os gêneros e especialidades;
- e)** cantores de todos os gêneros e especialidades;
- f)** professores particulares de música;
- g)** diretores de cena lírica;
- h)** arranjadores e orquestradores;
- i)** copistas de música.

**Art. 30** • Incumbe privativamente ao compositor de música erudita e ao regente:

- a)** exercer cargo de direção nos teatros oficiais de ópera ou bailado;
- b)** exercer cargos de direção musical nas estações de rádio ou televisão;
- c)** exercer cargo de direção musical nas fábricas ou empresas de gravações fonomecânicas;
- d)** ser consultor técnico das autoridades civis e militares em assuntos musicais;
- e)** exercer cargo de direção musical nas companhias produtoras de filmes cinematográficos e do Instituto Nacional de Cinema Educativo;
- f)** dirigir os conjuntos musicais, contratados pelas companhias nacionais de navegação;
- g)** ser diretor musical das fábricas de gravações fonográficas;
- h)** dirigir a seção de música das bibliotecas públicas;
- i)** dirigir estabelecimentos de ensino musical;
- j)** ser diretor técnico dos teatros de ópera ou bailado e dos teatros musicados;
- k)** ser diretor musical da seção de pesquisas folclóricas do Museu Nacional do Índio;
- l)** ser diretor musical das orquestras sinfônicas oficiais e particular;
- m)** ensaiar e dirigir orquestras sinfônicas;
- n)** preparar e dirigir espetáculos teatrais de ópera, bailado ou opereta;
- o)** ensaiar e dirigir conjuntos corais ou folclóricos;
- p)** ensaiar e dirigir bandas de música;
- q)** ensaiar e dirigir orquestras populares;
- r)** lecionar matérias teóricas musicais a domicílio ou em estabelecimentos de ensino primário, secundários ou superior, regularmente organizados.

**§ 1º** • É obrigatória a inclusão do compositor de música erudita e regente nas comissões artísticas e culturais de ópera, bailado ou quaisquer outras de natureza musical.

**§ 2º** • Na localidade em que não houver compositor de música erudita ou regente, será permitido o exercício das atribuições previstas neste artigo a profissional diplomado em outra especialidade musical.

**Art. 31** • Incumbe privativamente ao diretor de orquestra ou conjunto popular:

- a)** assumir a responsabilidade da eficiência artística do conjunto.
- b)** ensaiar e dirigir orquestras ou conjuntos populares.

**§ único** • O diretor de orquestra ou conjuntos populares, a que se refere este artigo, deverá ser diplomado em composição e regência pela Escola Nacional de Música ou estabelecimento equiparado ou reconhecido.

**Art. 32** Incumbe privativamente ao cantor:

- a)** realizar recitais individuais;
- b)** participar como solista, de orquestras sinfônicas ou populares;
- c)** participar de espetáculos de ópera ou operetas;
- d)** participar de conjuntos corais ou folclóricos;
- e)** lecionar, à domicílio ou em estabelecimento de ensino regularmente organizado, a matéria de sua especialidade, se portador de diploma do Curso de Formação de Professores da Escola Nacional de Música ou de estabelecimento de ensino equiparado ou reconhecido.

**Art. 33** • Incumbe privativamente ao instrumentista:

- a)** realizar festivais individuais;
- b)** participar como solista de orquestras sinfônicas ou populares;
- c)** integrar conjuntos de música de câmara;
- d)** participar de orquestras sinfônicas, religiosas ou populares, ou de bandas de música;
- e)** ser acompanhador, ser organista, pianista, violonista ou acordeonista;
- f)** lecionar a domicílio ou em estabelecimento de ensino regularmente organizado, o instrumento de sua especialidade, se portador de diploma do Concurso de Formação de Professores da Escola Nacional de Música ou estabelecimento equiparado ou reconhecido.

**§ 1º** • As atribuições constantes das alíneas c, d, e, f, g, h, k, o, e q do art. 30 são extensivas aos profissionais de que trata

este artigo.

**§ 2º** • As atribuições referidas neste artigo são extensivas ao compositor, quando instrumentista.

**Art. 34** • Ao diplomado em matérias teóricas compete lecionar a domicílio ou em estabelecimentos de ensino regularmente organizados a disciplina de sua especialidade.

**Art. 35** • Somente os portadores de diploma do Curso de Formação de Professores da Escola Nacional de Música, do Curso de Professor do Conservatório Nacional de Canto Orfeônico ou de estabelecimentos equiparados ou reconhecidos poderão lecionar as matérias das escolas primárias e secundárias.

**Art. 36** • Somente os portadores de diploma do Curso de Formação de Professores da Escola Nacional de Música ou estabelecimentos equiparados ou reconhecidos poderão lecionar as matérias das escolas de ensino Superior.

**Art. 37** • Ao diplomado em declamação lírica incumbe, privativamente, ensaiar, dirigir e montar óperas e operetas.

**§ único** • As atribuições constantes deste artigo são extensivas aos estrangeiros portadores de diploma de metteur en scène ou régisseur.

**Art. 38** • Incumbe privativamente ao arranjador ou orquestrador:

- a) fazer arranjos musicais de qualquer gênero para coral, orquestra sinfônica, conjunto de câmara e banda de música;
- b) fazer arranjos para conjuntos populares ou regionais;
- c) fazer o fundo musical de programas montados em emissoras de rádio ou televisão e em gravações fonomecânicas.

**Art. 39** • Incumbe ao copista:

- a) executar trabalhos de cópia de música;
- b) fazer transposição de partituras e partes de orquestra.

**Art. 40** • É condição essencial para o provimento de cargo público, privativo de músico o cumprimento pelo candidato das disposições desta lei.

**§ único** • No provimento de cargo público privativo de músico terá preferência, na igualdade de condições, o músico diplomado.

### **CAPÍTULO III**

#### **Da duração do Trabalho**

**Art. 41** • A duração normal do trabalho dos músicos não poderá exceder de 5 (cinco) horas, excetuados os casos previstos desta lei.

**§ 1º** • O tempo destinado aos ensaios será computado no período de trabalho;

**§ 2º** • Com exceção do destinado a refeição, que será de 1 (uma) hora, os demais intervalos que se verificarem na duração normal do trabalho ou nas prorrogações serão computados como de serviço efetivo.

**Art. 42** • A duração normal do trabalho poderá ser elevado:

- I)** a 6 (seis) horas, nos estabelecimentos de diversões públicas, tais como - cabarés, boates, dancings, táxi-dancings, salões de danças e congêneres, onde atuem 2 (dois) ou mais conjuntos;
- II)** excepcionalmente, a 7 (sete) horas nos casos de força maior ou festejos populares e serviço reclamado pelo interesse nacional.

**§ 1º** • A hora de prorrogação, nos casos previstos do item II deste artigo, será remunerada com o dobro do valor do salário normal.

**§ 2º** • Em todos os casos de prorrogação do período normal de trabalho, haverá obrigatoriamente um intervalo para repouso de 30 (trinta) minutos no mínimo.

**§ 3º** • As prorrogações de caráter permanente deverão ser precedidas de homologação da autoridade competente.

**Art. 43** • Nos espetáculos de ópera, bailado, e teatro musicado, a duração normal do trabalho para fins de ensaios, poderá ser dividida em dois períodos, separados por um intervalo de várias horas, em benefício do rendimento artístico e desde que, a tradição e a natureza do espetáculo assim o exijam.

**§ único** • Nos ensaios gerais, destinados à censura oficial, poderá ser excedida a duração normal do trabalho.

**Art. 44** • Nos espetáculos de teatro musicado, como revista, opereta e outros gêneros semelhantes, os músicos receberão uma diária por sessão excedente das normais.

**Art. 45** • O músico das empresas nacionais de navegação terá um horário especial de trabalho, devendo participar, obrigatoriamente, de orquestra ou como solista:

- a) nas horas do almoço ou jantar;
- b) das 21 às 22 horas
- c) nas entradas e saídas dos portos, desde que este trabalho seja executado depois das 7 e antes das 22 horas.

**§ único** • O músico de que se trata este artigo ficará dispensado de suas atividades durante as permanências das embarcações nos portos, desde que não haja passageiros a bordo.

**Art. 46** • A cada período de seis dias consecutivos de trabalho corresponderá um dia de desanso obrigatório e remunerado,

que constará do quadro de horário afixado pelo empregador.

**Art. 47** • Em seguida a cada período diário de trabalho, haverá um intervalo de 11 (onze) horas, no mínimo destinado ao repouso.

**Art. 48** • O tempo em que o músico estiver à disposição do empregador será computado como de trabalho efetivo.

#### **CAPÍTULO IV**

##### **Do trabalho dos músicos estrangeiros**

**Art. 49** • As orquestras, os conjuntos musicais, os cantores e concertistas estrangeiros só poderão exhibir-se no território nacional, a juízo do Ministério do Trabalho e Previdência Social, e pelo prazo máximo de 90 (noventa) dias depois de legalizada sua permanência no país, na forma da legislação vigente.

**§ 1º** • As orquestras, os conjuntos musicais e os cantores de que trata este artigo só poderão exhibir-se:

**a)** em teatros como atração artística;

**b)** em empresas de radiodifusão e de televisão em casinos, boates, e demais estabelecimentos de diversão, desde que tais empresas ou estabelecimentos contratem igual número de profissionais brasileiros, pagando-lhes remuneração de igual valor.

**§ 2º** • Ficam dispensados da exigência constante da parte final de alínea b, do parágrafo anterior, as empresas e os estabelecimentos que mantenham orquestras, conjuntos, cantores e concertistas nacionais.

**§ 3º** • As orquestras, os conjuntos musicais, os cantores e concertistas de que trata este artigo não poderão exercer atividades profissionais diferentes daquelas para o exercício das quais tenham vindo ao país.

**Art. 50** • Os músicos estrangeiros aos quais se refere o parágrafo 2º, do artigo 49 desta lei, poderão trabalhar sem o registro na Ordem dos Músicos do Brasil, criada pelo artigo 1º, desde que tenham sido contratados na forma do artigo 7º, alínea d, do Decreto-lei nº 7.967, de 18 de setembro de 1945.

**Art. 51** • Terminados os prazos contratuais e desde que não haja acordo em contrário, os empresários ficarão obrigados a reconduzir os músicos estrangeiros aos seus pontos de origem.

**Art. 52** • Os músicos devidamente registrados no país só trabalharão nas orquestras estrangeiras, em caráter provisório e em caso de força maior ou de enfermidade comprovada de qualquer dos componentes das mesmas, não podendo o substituto em nenhuma hipótese, perceber proventos inferiores ao do substituído.

**Art. 53** • Os contratos celebrados com os músicos estrangeiros somente serão registrados no órgão competente do Ministério do Trabalho e Previdência Social, depois de provada a realização do pagamento pelo contratante de taxa de 10% (dez por cento), sobre o valor do contrato e o recolhimento da mesma ao Banco do Brasil em nome da Ordem dos Músicos do Brasil e do Sindicato local, em partes iguais.

**§ único** • No caso de contratos celebrados com base, total ou parcialmente, em percentagens de bilheteria, o recebimento previsto será feito imediatamente após o término de cada espetáculo.

#### **CAPÍTULO V**

##### **Da fiscalização do trabalho**

**Art. 54** • Para os efeitos da execução, e, conseqüentemente da fiscalização do trabalho dos músicos, os empregadores são obrigados:

**a)** a manter fixado, em lugar visível, no local de trabalho, quadro discriminatório do horário dos músicos em serviço;

**b)** a possuir livro de registro de empregados destinado às anotações relativas à identidade, inscrição na Ordem dos Músicos do Brasil, número da carteira profissional, data de admissão e saída, condições de trabalho, férias e obrigações da lei de acidentes do trabalho, nacionalização, além de outras estipuladas em lei.

**Art. 55** • A fiscalização do trabalho dos músicos, ressalvada a competência privativa da Ordem dos Músicos do Brasil quanto ao exercício profissional, compete, no Distrito Federal ou Departamento Nacional do Trabalho, e, nos Estados e Territórios, às respectivas Delegacias Regionais obedecidas as normas fixadas pelos artigos 626 e seguintes da Consolidação das Leis do Trabalho.

#### **CAPÍTULO VI**

##### **Das penalidades**

**Art. 56** • O infrator de qualquer dispositivo desta lei será punido com a multa de Cr\$ 1.000,00 (um mil cruzeiros) a Cr\$ 10.000,00 (dez mil cruzeiros), de acordo com a gravidade da infração, e a juízo da autoridade competente, aplicada em dobro, na reincidência.

**Art. 57** • A oposição do empregador sob qualquer pretexto, à fiscalização dos preceitos desta lei constitui infração grave, passível de multa de Cr\$ 10.000,00 (dez mil cruzeiros), aplicada em dobro na reincidência.

**§ único** • No caso de habitual infração dos preceitos desta lei será agravada a penalidade, podendo, inclusive, ser determinada a suspensão da atividade exercida em qualquer local pelo empregador.

**Art. 58** • O processo de autuação por motivo de infração dos dispositivos reguladores do trabalho do músico, constantes desta lei, assim como o dos recursos apresentados pelas partes autuadas obedecerá às normas constantes do Título VII, da Consolidação das Leis do trabalho.

## **CAPÍTULO VII**

### **Disposições Gerais e Transitórias**

**Art. 59** • Consideram-se empresas empregadoras para os efeitos desta lei:

- a)** os estabelecimentos comerciais, teatrais e congêneres bem como as associações recreativas, sociais ou desportivas;
- b)** os estúdios, de gravação, rádio-difusão, televisão ou filmagem;
- c)** as companhias nacionais de navegação;
- d)** toda organização ou instituição que explore qualquer gênero de diversão, franqueada ao público, ou privativa de associados.

**Art. 60** • Aos músicos profissionais aplicam-se todos os preceitos da legislação de assistência e proteção do trabalho, assim como da previdência social.

**Art. 61** • Para os fins desta lei, não será feita nenhuma distinção entre o trabalho do músico e do artista-músico a que se refere o Decreto nº 5.492, de 6 de julho de 1928, e seu Regulamento, deste que este profissional preste serviço efetivo ou transitório a empregador, sob a dependência deste e mediante qualquer forma de remuneração ou salário, inclusive "cachet" pago com continuidade.

**Art. 62** • Salvo o disposto no artigo 49, parágrafo 2º, será permitido o trabalho do músico estrangeiro, respeitadas as exigências desta lei, desde que não exista no país profissional habilitado na especialidade.

**Art. 63** • Os contratantes de quaisquer espetáculos musicais deverão preencher os necessários requisitos legais e efetuar, no ato do contrato, um depósito no Banco do Brasil, à ordem da autoridade competente do Ministério do Trabalho e Previdência Social, da importância igual a uma semana dos ordenados de todos os profissionais contratados.

**§ 1º** • Quando não houver na localidade agência do Banco do Brasil, o depósito será efetuado na Coletoria Federal.

**§ 2º** • O depósito a que se refere este artigo somente poderá ser levantado por ordem da autoridade, competente ao Ministério do Trabalho e Previdência Social, mediante provas de quitação do pagamento das indenizações decorrentes das leis de proteção ao trabalho, das taxas de seguro sobre acidentes do trabalho, das contribuições da previdência social e de outras estabelecidas por lei.

**Art. 64** • Os músicos serão segurados obrigatórios do Instituto de Aposentadoria e Pensões dos comerciários excetuados os das empresas de navegação que se filiarão ao Instituto de Aposentadoria e Pensões dos Marítimos.

**§ 1º** • Os músicos cuja atividade for exercida sem vínculo de emprego, contribuirão obrigatoriamente sobre salário-base, fixado, em cada região do país, de acordo com o padrão de vida local, pelo ministro do Trabalho e Previdência Social, mediante proposta do Instituto e ouvido o Serviço Atuarial do Ministério.

**§ 2º** • O salário-base será fixado para vigorar por um ano, considerando-se prorrogado por mais de um ano, se finda a vigência, não haver sido alterado.

**Art. 65** • Na aplicação dos dispositivos legais relativos à nacionalização do trabalho, será apenas computado, quanto às orquestras, o total dos músicos a serviço da empresa, para os efeitos do art. 354 e respectivo parágrafo único da Consolidação das Leis do Trabalho.

**Art. 66** • Todo contrato de músicos profissionais, ainda que por tempo determinado e a curto prazo seja qual for a modalidade de remuneração, obriga ao desconto e recolhimento das contribuições de previdência social e do imposto sindical, por parte dos contratantes.

**Art. 67** • Os componentes das orquestras ou conjuntos estrangeiros não poderão se fazer representar por substitutos, sem a prévia concordância do contratante, salvo motivo de força maior, devidamente comprovado, importando em inadimplemento contratual a ausência ao trabalho sem o consentimento referido.

**Art. 68** • Nenhum contrato, de músico, orquestra ou conjunto nacional e estrangeiro, será registrado sem o comprovante do pagamento do Imposto Sindical devido em razão de contrato anterior.

**Art. 69** • Os contratos dos músicos deverão ser encaminhados, para fins de registro, ao órgão competente do Ministério do Trabalho e Previdência Social, diretamente pelos interessados ou pelos respectivos órgãos de classe, que poderão apresentar as impugnações que julgarem cabíveis.

**Art. 70** • Serão nulos de pleno direito quaisquer acordos destinados a burlar os dispositivos desta lei, sendo vetado, por motivo, de sua vigência, aos empregadores rebaixar salários ou demitir empregados.

**Art. 71** • A presente lei entrará em vigor na data de sua publicação.

**Art. 72** • Revogam-se as disposições em contrário.

**Brasília, em 22 de dezembro de 1960, 139º da independência e 72º da república.**

**Juscelino Kubitschek**

**Allyrio Salles Coelho**

**Clóvis Salgado**

**S. Paes de Almeida**

**ANEXO 03**

PORTARIA MINISTERIAL N° 3.347 de 30 setembro de 1986

Alterada pela Portaria n° 446 de 19 de agosto de 2004

(Fonte: SindMusi)

**PORTARIA MINISTERIAL Nº 3.347 de 30 setembro de 1986**  
**(Alterada pela Portaria nº 446 de 19 de agosto de 2004 - ver abaixo)**

PORTARIA MINISTERIAL Nº 3.347 de 30 setembro de 1986 • Aprova modelos de contrato de trabalho e nota contratual para os músicos profissionais, e dá outras providências.

O MINISTRO DE ESTADO DO TRABALHO, usando das atribuições que lhe confere o artigo 913 da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-lei nº 5.452, de 10 de maio de 1943, e

CONSIDERANDO que a Lei nº 6.533, de 24 de maio de 1978, ao regulamentar as profissões de Artista e de Técnico em Espetáculos de Diversões, revogou o artigo 35 da Consolidação das Leis do Trabalho;

CONSIDERANDO que a Portaria nº 3.406, de 25 de outubro de 1978, ao aprovar os modelos de Notas Contratuais para o trabalho do Artista e do Técnico em Espetáculos de Diversões, revogou a Portaria nº 1.096, de 10 de dezembro de 1964;

CONSIDERANDO o disposto nos artigos 60, 70, 80, 90 e 10 do Decreto nº 18.527, de 10 de dezembro de 1928, que aprova o Decreto Legislativo nº 5.492, de 10 de julho de 1928, que regulamenta a organização das empresas de diversões e da locação de serviços teatrais;

CONSIDERANDO o que estabelecem os artigos 10, 14, letra K, 16, 55, 59, 60 e 61 da Lei nº 3.857, de 22 de dezembro de 1960, que cria a Ordem dos Músicos do Brasil e dispõe sobre a regulamentação do exercício da profissão de músico, e, em especial, a necessidade de elaborar normas para o cumprimento do disposto em seu artigo 69;

CONSIDERANDO, finalmente, as peculiaridades do exercício da profissão de músico e a necessidade de estabelecer um sistema que permita maior entrosamento e cooperação entre os órgãos representantes da categoria e a fiscalização do Ministério do Trabalho, para maior eficiência na proteção do trabalho do músico em todo território nacional,

**RESOLVE:**

**Art. 1º** • Ficam aprovados os modelos de Contrato de Trabalho por prazo determinado ou indeterminado (anexo I) e de Nota Contratual para substituição ou para prestação de serviço caracteristicamente eventual de músico (anexo II), que serão obrigatórios na contratação desses profissionais.

**Art. 2º** • A Nota Contratual constituirá o instrumento de contrato de substituição ou de prestação de serviço eventual e conterá, além da qualificação e assinatura dos contratantes, a natureza do ajuste, a espécie, a duração, o local da prestação do serviço, bem como a importância e a forma de remuneração.

**Art. 3º** • A Nota Contratual constitui documento que supre o registro referido no artigo 41 da Consolidação das Leis do Trabalho, devendo a empresa conservar a primeira via para fins de fiscalização do trabalho.

**Art. 4º** • A prestação dos serviços ajustados na Nota Contratual não poderá ultrapassar a 07 (sete) dias consecutivos, vedada a utilização desse mesmo profissional nos 30 (trinta) dias subsequentes, por essa forma, pelo mesmo empregador.

**§ Único** • A remuneração ajustada na Nota Contratual será paga até o término do serviço.

**Art. 5º** • Na contratação de trabalho por prazo superior a 07 (sete) dias consecutivos ou nos 30 (trinta) dias subsequentes à última atuação do profissional, mediante Nota Contratual, a empresa ficará obrigada a firmar o contrato de trabalho instituído por esta Portaria (anexo I), bem como ao registro do empregado, anotação da Carteira de Trabalho e Previdência Social e aos demais encargos da relação de emprego.

**Art. 6º** • A Nota Contratual será impressa em papel de formato de 15 x 22 cm, aproximadamente, e tanto esta quanto o contrato de trabalho serão emitidos com numeração sucessiva e em ordem cronológica, por empresa, devendo o preenchimento de ambos ser em 05 (cinco) vias, com a seguinte destinação.

- 1ª via** Empresa;
- 2ª via** Profissional contratado;
- 3ª via** Ordem dos Músicos do Brasil;
- 4ª via** Sindicato ou Federação;
- 5ª via** Ministério do Trabalho.

**Art. 7º** • Nos Contratos de Trabalho e nas Notas Contratuais, a empresa contratante deverá providenciar o visto da Ordem dos Músicos do Brasil e da entidade sindical representativa da categoria profissional, nos órgãos locais ou regionais, onde ocorrerá a prestação do serviço.

**§ 1º** • Depois de visados, o Contrato de Trabalho será levado a registro no órgão regional do Ministério do Trabalho até a véspera do início de sua vigência, e as Notas Contratuais remetidas ao mesmo órgão até o 10º dia do mês subsequente aquele em foi firmado.

**§ 2º** • A Ordem dos Músicos do Brasil observará a regularidade da situação profissional do músico contratado, como condição para opor seu visto.

**§ 3º** • A entidade sindical representativa da categoria profissional verificará a observância da utilização do competente instrumento contratual padronizado e o cumprimento das cláusulas constantes de acordos ou convenções coletivas de trabalho ou sentenças normativas, como condição para opor seu visto.

**§ 4º** • Atendidas as exigências estabelecidas nesta Portaria, os órgãos não poderão negar o visto requerido nem cobrar qualquer taxa ou emolumento incidente sobre a sua concessão.

**Art. 8º** • O instrumento contratual celebrado com músicos estrangeiros, domiciliados no exterior e com permanência legal no País, somente será registrado nos órgãos regionais do Ministério do Trabalho mediante a observância do disposto no artigo 53 da Lei 3.857, de 22 de dezembro de 1960.

**Art. 9º** • O não cumprimento dos dispositivos da presente Portaria sujeitará os infratores às sanções previstas em lei.

**Art. 10º** • Esta Portaria entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

**Almir Pazzianotto Pinto**

## **ANEXO I**

### **CONTRATO DE TRABALHO Nº \_\_\_\_ POR PRAZO (determinado ou indeterminado)**

Pelo presente instrumento de contrato de trabalho, entre (nome do contratante, endereço, número de inscrição no CGC/INPS/CPF, registrado na DRT sob o nº), doravante denominado EMPREGADOR e (nome e nome artístico do contratado, profissão, endereço, CPF, CTPS e inscrição na OMB), doravante denominado EMPREGADO, ficou justo e contratado o seguinte:

**PRIMEIRA** • O empregado se obriga a prestar seus serviços de (mencionar a função), durante a vigência deste contrato (com ou sem) exclusividade.

**SEGUNDA** • O presente contrato vigorará de (mencionar dia, mês e ano) até (indeterminado ou dia, mês e ano).

**TERCEIRA** • O empregado, por força deste contrato, desempenhará suas funções no horário de (mencionar o horário e intervalos), tendo por local (mencionar o local).

**QUARTA** • O empregador pagará em contraprestação salarial, a quantia de (mencionar em algarismos e por extenso) por (mencionar a forma de pagamento), acrescidos dos adicionais a que fizer jus, mediante recibo discriminativo, com cópia para o empregado.

**QUINTA** • O repouso semanal remunerado será gozado (mencionar o dia da semana).

**SEXTA** • O empregador se obriga a pagar ao empregado, quando para o desempenho dos seus serviços for necessário viajar, as despesas de transporte e de alimentação e hospedagem, até o respectivo retorno.

### **CLÁUSULAS ESPECIAIS**

Este contrato de trabalho vai assinado pelas contratantes para todos os efeitos da legislação do trabalho em vigor.

Local e data

Assinatura do contratante

Assinatura do contratado

## **ANEXO II**

### **NOTA CONTRATUAL Nº \_\_\_\_**

O CONTRATANTE (nome, endereço, nº de inscrição no CGC/INPS/CPF, registrado na DRT sob nº), contrata os serviços de (nome e nome artístico do contratado, profissão, endereço, CPF, carteira de identidade ou CTPS e inscrição na OMB), nas seguintes condições:

**PRIMEIRA** • O contratado se obriga a prestar seus serviços de (mencionar a função), durante o período de (mencionar data de início e término).

**SEGUNDA** • O contratado desempenhará suas funções no horário de (mencionar o horário e intervalos), tendo por local (mencionar o local).

**TERCEIRA** • O contratante pagará em contraprestação a importância de (mencionar em algarismo e por extenso), acrescidos dos adicionais a que fizer jus, inclusive o repouso semanal remunerado, até o término da prestação dos serviços, mediante recibo discriminativo, com cópia para o contratado.

**QUARTA** • O contratante se obriga a pagar ao contratado, quando para o desempenho dos seus serviços for necessário viajar, as despesas de transporte e alimentação e hospedagem, até o respectivo retorno.

Esta Nota Contratual, firmada em razão (mencionar em substituição a quem ou se para serviço eventual), vai assinada pelas partes contratantes para todos os efeitos da legislação do trabalho em vigor.

Local e data

Assinatura do contratante

Assinatura do contratado

### **Portaria nº 446, de 19 de agosto de 2004**

O Ministro de Estado do Trabalho e Emprego, no uso das atribuições que lhe conferem o art. 87, parágrafo único, II, da

Constituição Federal, resolve:

Art. 1º. O art. 20 da Portaria nº 3.347, de 30 de setembro de 1986, publicada no dia 13 de outubro de 1986, Seção I, pág. 14.951, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º. A Nota Contratual constituirá o instrumento de contrato de substituição ou de prestação de serviço eventual que poderá ser utilizada para temporadas culturais com duração de até 10 (dez) apresentações, consecutivas ou não.

§ 1º. É vedada a utilização desta forma contratual pelas mesmas partes nos 05 (cinco) dias subseqüentes ao término de uma temporada cultural.

§ 2º. O instrumento contratual deverá conter, além da qualificação e assinatura dos contratantes, a natureza do ajuste, a espécie, a duração, o local da prestação do serviço, bem como a importância e a forma de remuneração, que será efetuada até o término de serviço."

Art. 2º. Ficam revogados os arts. 40 e 50 da Portaria nº 3.347, de 30 de setembro de 1986.

Art. 3º. Esta Portaria entra em vigor na data da sua publicação.

Ricardo Berzoini

SindMusi - Sindicato dos Músicos Profissionais do Rio de Janeiro - [www.sindmusi.org.br](http://www.sindmusi.org.br)

**ANEXO 04**

Modelo de Nota Contratual

(Fonte: SindMusi)

NOTA CONTRATUAL No. 000.002

Portaria No. 3347 de 30 de Setembro de 1986

## C O N T R A T A N T E

Contratante\_: MASTERSOFT ASSESSORIA & CONSULTORIA LTDA.  
Endereco\_: RUA GENI SARAIVA 756  
CNPJ/CPF\_: 30.658.546/0001/03 INSS\_: 1235465787 Registro DRT\_: 18 DE 18 DE 18

## C O N T R A T A D O

Nome\_: MICHEL JACUBOVSKI  
Nome Artist.\_: MICHEL  
Endereco\_: RUA GENI SARAIVA 756  
Profissao\_: MUSICO CPF\_: 782.984.667/72 OMB\_: 030.675  
Identidade\_: 05372072-8 Orgao Emissor\_: IFP

## C O N D I C O E S

CLAUSULA PRIMEIRA : O CONTRATADO se obriga a prestar os seus servicos de MUSICO, durante os periodos abaixo :

Data	Horario	Intervalo	Local
20/06/2007	00.22 a 00.03		CASA DE SHOWS

CLAUSULA SEGUNDA : O CONTRATANTE pagara em contra-prestacao ao CONTRATADO 100,00 acrescida dos adicionais a que fizer jus, inclusive o repouso semanal remunerado, ate o termino da prestacao dos servicos mediante recibo discriminativo, com copia para o CONTRATADO.

CLAUSULA TERCEIRA : O CONTRATANTE se obriga a pagaaao CONTRATADO, quando para o desempenho de seus servicos for necessario viajar, as despesas de transporte , alimentacao e hospedagem, ate o respectivo retorno

Esta NOTA CONTRATUAL, firmada em razao de SERVIÇO EVENTUAL vai assinada pelas partes contratantes p/todos os efeitos da legislacao do trabalho em vigor.

15 de Junho de 2007

\_\_\_\_\_  
CONTRATANTE

\_\_\_\_\_  
CONTRATADO

1a. via - Empresa

**ANEXO 05**

Tabela de cachês para trabalhos eventuais

(Fonte: SindMusi)

Tabela de Cachês para Trabalhos Eventuais  
(Valores em Reais - a partir de 19/04/07)

Músicos contratados no Rio de Janeiro receberão cachês estabelecidos na tabela do SindMusi/RJ

**Tabela Completa**

<b>1.Gravação</b>	
<b>CD</b>	
<b>Por Período</b>	
Chamada mínima 03 períodos	R\$ 540,00
Instrumentista/ Corista/ Ritmista por período	R\$ 180,00
Dobra 01 período	R\$ 180,00
Solo 10 períodos	R\$ 1.800,00
<b>Por Faixa</b>	
Faixa (Instr./ Corista/ Ritmista)	R\$ 540,00
Dobra	R\$ 180,00
Solo	R\$ 1.800,00
<b>Making of de CD</b>	
Por Faixa	R\$ 270,00
Obs: Tempo máximo para gravação de uma faixa 2h30m. Hora excedente ou fração	R\$ 180,00
<b>DVD</b>	
Por Faixa	R\$ 540,00
Obs: Caso o material gravado para o DVD se converta em CD, deverá ser pago em adicional o valor de tabela para gravação de CD.	
<b>Arranjo</b>	
Por arranjo	R\$ 1.270,00
Por Regência	R\$ 1.270,00
Cópias - Garantia mínima 550 compassos	R\$ 250,00
Por compasso	R\$ 0,45
<b>Jingle ou Vinheta</b>	
<b>Por Período</b>	
Chamada mínima 02 períodos	R\$ 600,00
Peça até 1 minuto período	R\$ 300,00
Dobra	R\$ 300,00
Solo 10 períodos	R\$ 3.000,00
<b>Por Faixa</b>	
Cada faixa	R\$ 600,00
Cada Dobra	R\$ 300,00
Solo	R\$ 3.000,00
Obs: Tempo máximo para gravação de uma faixa 2h. Hora excedente ou fração	R\$ 300,00
<b>Filmes</b>	
Trilha sonora para longa metragem ou entretenimento além de 60 min. (onde se desobrigue música ao vivo)	

<b>Por Período</b>	
Trilha para filme nacional - Chamada mínima 03 períodos	R\$ 1.200,00
Período	R\$ 400,00
Trilha para filme internacional - Chamada mínima 03 períodos	R\$ 1.635,00
Período	R\$ 545,00
Obs: Esses valores não incluem lançamento da trilha em CD	
<b>Tapes Especiais</b>	
Teatro/ Historieta/ etc - Por Período	R\$ 180,00
<b>Cachê de Televisão</b>	
Chamada mínima de 05 horas	R\$ 750,00
Hora Excedente ou fração	R\$ 225,00

<b>2.Apresentação ao Vivo</b>	
<b>Acompanhamento de Artistas Nacionais</b>	
Por show	R\$ 750,00
Por ensaio (máximo 3 horas)	R\$ 750,00
Hora extra de ensaio	R\$ 250,00
<b>Acompanhamento de Artista Nacional no Exterior</b>	
	R\$ 1.500,00
<b>Acompanhamento de Artistas Estrangeiros</b>	
Por show	R\$ 930,00
Por ensaio (máximo 3 horas)	R\$ 930,00
Hora extra de ensaio	R\$ 310,00
Obs: O valor do show inclui passagem de som (sound-check) de 3 horas. Após este tempo, paga-se hora extra de ensaio	
<b>Concerto Sinfônico, Câmara, Balé, Ópera, Opereta e Congêneres</b>	
<b>Orquestra</b>	
<b>Por Espetáculo</b>	
Spalla	R\$ 570,00
Instrumentista - Cordas/ Sopros/ Percussão/ Outros	R\$ 465,00
<b>Por ensaio - Máximo de 03 horas</b>	
Spalla	R\$ 465,00
Instrumentista - Cordas/ Sopros/ Percussão/ Outros	R\$ 360,00
<b>Coro</b>	
<b>Por Espetáculo</b>	
Corista	R\$ 465,00
<b>Por ensaio - Máximo de 03 horas</b>	
Corista	R\$ 210,00
Obs.: Será cobrado 20% sobre o valor do período de ensaio para cada hora ou fração de hora excedente	
<b>Pianista Co-Repetidor</b>	

Por hora de Ensaio	R\$ 110,00
<b>Músico acompanhador para aulas de balé, dança e congêneres</b>	
Por hora	R\$ 60,00
<b>Baile</b>	
Por baile	R\$ 310,00
<b>Música ao Vivo (Ambiente)</b>	
Por apresentação	R\$ 310,00
<b>Casamento e Outras Cerimônias Religiosas</b>	
Por cerimônia	R\$ 180,00
<b>3.Aula Particular</b>	
Hora/aula	R\$ 60,00

#### **Normas de gravação**

1. O tempo de trabalho começa a ser contado a partir do momento em que o músico estiver à disposição do contratante
2. Na gravação por período, o primeiro período é de 60 (sessenta) minutos e os subseqüentes, de 45 (quarenta e cinco) minutos.
3. Dobra é a execução da mesma partitura com o mesmo instrumento mais que uma vez.
4. Cada troca de instrumento corresponde a nova chamada mínima ou faixa.
5. Cada nova partitura executada pelo mesmo músico, num mesmo arranjo, corresponde a nova chamada mínima ou faixa.
6. Na gravação por período, quando o número de faixas for maior que o nº de períodos, o músico receberá o número de períodos correspondente ao número de faixas gravadas.
7. Pout-pourri é o arranjo de mais de uma música com, no máximo, 100 compassos. Ultrapassando este limite, corresponde a novo arranjo e assim subseqüentemente.

**ANEXO 06**

Borderô do Centro Cultural Carioca para  
Shows realizados dias 21 e 28 de setembro de 2007

(Fonte: documento pessoal)

**RESUMO BORDERÔ****Data: 21 de setembro 2007**  
**Orquestra Lunar**

Dia:

Item	Valor	Fração	Couvert Líq	Pessoas	Valor Líquido
Couvert	R\$ 18,00		R\$ 18,00	71	R\$ 1.278,00
Couvert Desc. Amigo	R\$ 14,40		R\$ 14,40	2	R\$ 28,80
Cortesia (Desc. 50% Prof. Publico)	R\$ 8,50		R\$ 8,50	0	R\$ 0,00
Convidados				16	
Convidados MPB FM				4	
Cortesia aniversariantes				4	
ADS/DDS (antes/depois show)				5	
Imprensa (Jane Barbosa)					
Total Couvert				102	R\$ 1.306,80
Couvert 70% Artista					R\$ 914,76
Convidados excedentes (30% casa)				0	R\$ 0,00

Cartela Pendura (em anexo)

R\$ 13,40

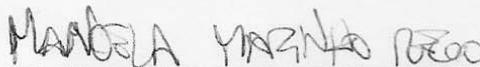
Total Couvert Artista

R\$ 901,36

**RECIBO**

Eu,  
recebi do Centro Cultural Carioca o valor de R\$  
referente show dia 21/09/07

R\$ 901,36



Assinatura

## RESUMO BORDERÔ

**Data: 28 de setembro 2007**  
**Orquestra Lunar**

Dia:

Item	Valor	Fração	Couvert Líq	Pessoas	Valor Líquido
Couvert	R\$ 17,00		R\$ 17,00	51	R\$ 867,00
Couvert Desc. Amigo	R\$ 14,40		R\$ 14,40	25	R\$ 360,00
Cortesia (Desc. 50% Prof. Público)	R\$ 8,50		R\$ 8,50	0	R\$ 0,00
Convidados				16	
Convidados MPB FM				4	
Cortesia aniversariantes				6	
ADS/DDS (antes/depois show)				8	
Imprensa (Jane Barbosa)					
<b>Total Couvert</b>				<b>110</b>	<b>R\$ 1.227,00</b>
Couvert 70% Artista					<b>R\$ 858,90</b>
Convidados excedentes (30% casa)				0	<b>R\$ 0,00</b>

Cartela Pendura (em anexo)

**R\$ 6,20**

**Total Couvert Artista**

**R\$ 852,70**

## RECIBO

Eu,  
 recebi do Centro Cultural Carioca o valor de R\$  
 referente show dia 28/09/07

**R\$ 852,70**

*Aurea Martins*

---

Assinatura

**ANEXO 07**

Ocupações consideradas como tipicamente culturais

(Fonte: IBGE, 2006)

2330 - Professores e instrutores (com formação de nível superior) no ensino profissional;

2531 - Profissionais de marketing, publicidade e comercialização;

2611 - Profissionais do jornalismo;

2612 - Profissionais da informação;

2613 - Arquivologistas e museólogos;

2614 - Filólogos, tradutores e intérpretes;

2615 - Escritores e redatores;

2616 - Especialistas em editoração;

2617 - Locutores e comentaristas;

2621 - Produtores de espetáculos;

2622 - Coreógrafos e bailarinos;

2623 - Atores, diretores de espetáculos e afins;

2624 - Compositores, músicos e cantores;

2625 - Desenhistas industriais (designer), escultores, pintores e afins (inclui o artesão);

2627 - Decoradores de interiores e cenógrafos;

3313 - Professores (com formação de nível médio) no ensino profissionalizante;

3322 - Professores leigos no ensino profissionalizante;

3331 - Instrutores e professores de escolas livres;

3524 - Agentes de fiscalização de espetáculos e meios de comunicação;

3544 - Leiloeiros e avaliadores;

3711 - Técnicos em biblioteconomia;

3712 - Técnicos em museologia;

3713 - Técnicos em artes gráficas;

3721 - Cinegrafistas;

3722 - Fotógrafos;

3723 - Técnicos em operações de máquinas de transmissão de dados;

3731 - Técnicos em operação de estação de rádio;

3732 - Técnicos em operação de estação de televisão;

3741 - Técnicos em operação de aparelhos de sonorização;

3742 - Técnicos em operação de aparelhos de cenografia;

3743 - Técnicos em operação de aparelhos de projeção;

3751 - Decoradores e vitrinistas de nível médio;

3761 - Bailarinos de danças populares;

3762 - Músicos e cantores populares;

3763 - Palhaços, acrobatas e afins;

3764 - Apresentadores de espetáculos;

3765 - Modelos;

4151 - Escriturários de serviços de biblioteca e documentação;

7421 - Confeccionadores de instrumentos musicais;

7501 - Supervisores de joalheria e afins;

7502 - Supervisores de vidraria, cerâmica e afins;

7519 - Joalheiros e artesãos de metais preciosos e semi-preciosos;

7521 - Sopradores e moldadores de vidro e afins;

7522 - Cortadores, polidores, jateadores e gravadores de vidros e afins;

7523 - Ceramistas (preparação e fabricação);

7524 - Vidreiros e ceramistas (acabamento e decoração);

7606 - Supervisores das artes gráficas;

7611 - Trabalhadores da preparação da tecelagem;

7612 - Operadores da preparação da tecelagem;

7613 - Operadores de tear e máquinas similares;

7660 - Trabalhadores polivalentes das artes gráficas;

7661 - Trabalhadores da pré-impressão gráfica;

7662 - Trabalhadores da impressão gráfica;

7663 - Trabalhadores do acabamento gráfico;

7664 - Trabalhadores de laboratório fotográfico;

7681 - Trabalhadores artesanais da tecelagem;

7682 - Trabalhadores artesanais da confecção de roupas;

7683 - Trabalhadores artesanais da confecção de calçados e artefatos de couros e peles;

7686 - Trabalhadores tipográficos, linotipistas e afins;

7687 - Encadernadores e recuperadores de livros (pequenos lotes ou a unidade);

9152 - Reparadores de instrumentos musicais; e

9912 - Mantenedores de equipamentos de lazer

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)