

Universidade Federal do Rio de Janeiro

AUTOGESTÃO NA PRODUÇÃO MUSICAL

Fábio Neves Pontes

2014

AUTOGESTÃO NA PRODUÇÃO MUSICAL

Fábio Neves Pontes

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, COPPE, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção.

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Junior

Rio de Janeiro

Março de 2014

AUTOGESTÃO NA PRODUÇÃO MUSICAL

Fábio Neves Pontes

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA AO CORPO DOCENTE DO INSTITUTO ALBERTO LUIZ COIMBRA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA DE ENGENHARIA (COPPE) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO COMO PARTE DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM CIÊNCIAS EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO.

Examinada por:

Prof. Roberto dos Santos Bartholo Junior, Ph.D.

Dr. Marcos do Couto Bezerra Cavalcanti, Ph.D.

Dr. Elizabeth Tunes, Ph.D.

RIO DE JANEIRO, RJ - BRASIL

MARÇO DE 2014

Pontes, Fábio Neves

Autogestão na Produção Musical / Fábio Neves Pontes. –
Rio de Janeiro: UFRJ/COPPE, 2014.

XI, 140 p.: il.; 29,7 cm.

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Junior

Dissertação (mestrado) – UFRJ/ COPPE/ Programa de
Engenharia de Produção, 2014.

Referências Bibliográficas: p. 134-138.

1. Autogestão. 2. Música. 3. Profissão.

I. Bartholo Junior, Roberto dos Santos. II. Universidade
Federal do Rio de Janeiro, COPPE, Programa de Engenharia
de Produção. III. Título.

Agradecimentos

A trajetória para a elaboração desta dissertação de mestrado não foi solitária, mas contou com a participação de pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para o amadurecimento deste projeto e do meu próprio desenvolvimento pessoal e profissional. São familiares, amigos e profissionais que disponibilizaram sua paciência e atenção para ouvir meus argumentos e me presentearam com opiniões e entendimentos acerca dos assuntos relacionados ao tema da pesquisa.

Assim, quero agradecer à orientação do professor Roberto Bartholo por ter me conduzido com sobriedade aos aspectos inerentes ao tema do estudo e pela prazerosa convivência durante este breve período de dois anos. Também agradeço ao professor Marcos Cavalcanti, responsável por revelar as portas do conhecimento a este aluno, músico, que se aventurou em descobrir o mundo a partir da ótica da complexidade.

Aos participantes dos estudos de casos: Consuelo de Paula; Fabrício Ofuji e conjunto Móveis Coloniais de Acaju; Hamilton de Holanda; e Grupo Pau Brasil (Nelson Ayres, Rodolfo Stroeter, Teco Cardoso, Paulo Bellinati e Ricardo Mosca), pelo engajamento para contribuir com o objetivo desta pesquisa.

Aos amigos da PEP/COPPE/UFRJ: Carolina Baker, Daniel Zandoná, Eveli Ficher, Patrícia Gomes, Roched Seba, Tereza Raquel e integrantes do “Eu no Mundo de Todos”, e aos demais colegas da universidade, pelos momentos inesquecíveis de alegrias e risadas construtivas.

Aos amigos de outras datas: Alexandre Toscano, Azael Neto, Bartholomeu Wiese, Fabrício Eyler, Flávio Loureiro, Márcio Valongo, Ramon Araújo, aos integrantes do conjunto “Violões da UFRJ”; pela oportunidade de vivências musicais incríveis. Aos demais que por ventura não foram citados mas que enriqueceram minha percepção sobre o assunto.

Aos meus pais, Wellington e Valdeci, e ao meu irmão Thiago pelo apoio incondicional; à minha mulher e minha filha, Betania e Isadora, pela paciência, inspiração e cumplicidade.

Dedico este trabalho a todos os profissionais que se esforçam para construir
um mundo mais igualitário através da música.

Resumo da Dissertação apresentada à COPPE/UFRJ como parte dos requisitos necessários para a obtenção do grau de Mestre em Ciências (M.Sc.).

AUTOGESTÃO NA PRODUÇÃO MUSICAL

Fábio Neves Pontes

Março/2014

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Junior

Programa: Engenharia de Produção

O presente trabalho busca formular um entendimento sobre a prática da autogestão da carreira musical como opção estratégica para que o profissional possa criar e desenvolver, com mais liberdade, os seus processos produtivos; favorecendo e ampliando as possibilidades de sua vida profissional e pessoal. Para isso analisamos os conceitos sobre criatividade e autogestão com o intuito de propôr uma definição sobre o que vem a ser a autogestão na produção musical, e também de identificar as principais características de perfil do músico autogestor. Para nos certificarmos da legalidade da proposta vasculhamos diferentes aspectos relacionados à profissão do músico no Brasil, dentre eles a legislação pertinente e algumas características deste mercado. Nos estudos de casos procuramos demonstrar que esta prática, mesmo carecendo de outras propostas conceituais e discussões sobre o tema, é implementada largamente por músicos de diferentes gêneros artísticos e faixas etárias. Por fim, apresentamos nossas conclusões sobre a importância da autogestão para o músico, em época de mercado globalizado.

Abstract of Dissertation presented to COPPE/UFRJ as a partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science (M.Sc.).

SELF-MANAGEMENT IN MUSIC PRODUCTION

Fábio Neves Pontes

March/2014

Advisors: Roberto dos Santos Bartholo Junior

Department: Production Engineering

This study aims to develop an understanding of the practice of self-management of musical career as a strategic option to enable the professional to create and develop more freely, their production processes, promoting and expanding the possibilities of your professional and personal life. For this we analyze the concepts of creativity and self-management in order to propose a definition about what is to be self-management in music production, and also to identify the main characteristics of the self-manager musician's profile. To make sure of the legality of the proposal, we searched different aspects related to the profession of musician in Brazil, including relevant legislation and some characteristics of this market. In case studies, we aim to show that this practice even lacking other conceptual proposals and discussions on the subject, is largely implemented by musicians from different artistic genres and age groups. Finally, we present our conclusions about the importance of self-management for the musician in times of globalized market.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

1.1. Achando a questão da pesquisa	1
1.2. Justificativas	3
1.3. Objetivos	4
1.4. Hipótese	4
1.5. Metodologia	4
1.6. Limitações da pesquisa	9

CAPÍTULO 1

2. ORGANIZAÇÃO E AUTONOMIA

2.1. Introdução	10
2.2. Conceituando a autogestão	
2.2.1. Anarquismo	11
2.2.2. Economia solidária e economia da comunhão	15
2.2.3. Economia criativa	21
2.2.4. Autogestão nos movimentos sociais	25
2.2.5. Autogestão de carreira musical	30
2.2.6. Outras perspectivas	37

3.	A PROFISSÃO DO MÚSICO NO BRASIL	
3.1.	Aspectos jurídicos	44
3.2.	Creative Commons	45
3.3.	Aspectos tributários	47
3.4.	Aspectos Mercadológicos	49
CAPÍTULO 2		
4.	ESTUDOS DE CASOS	59
	Estudo de caso 01 – Consuelo de Paula	60
	Estudo de caso 02 – Fabrício Ofuji	68
	Estudo de caso 03 – Hamilton de Hollanda	80
	Estudo de caso 04 – Grupo Pau Brasil	88
	CONCLUSÃO	96
	BIBLIOGRAFIA	101
	ANEXO I – Análise da Lei 3.857, de 22/12/1960	106
	ANEXO II – Decisão Recurso Extraordinário (RE) 414426/STF	111
	ANEXO III – Análise da Lei 3.857, de 22/12/1960	114
	ANEXO IV – Análise da Lei 3.857, de 22/12/1960	126
	ANEXO V – Questionário das entrevistas	136

INTRODUÇÃO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS – ACHANDO A QUESTÃO DA PESQUISA

A aproximação para a questão da minha pesquisa nasce de uma experiência que venho buscando desde a minha passagem pela graduação, onde cursei o Bacharelado em Música – habilitação violão, na Escola de Música da UFRJ. Naquela época já me envolvia com atividades de produção dos projetos musicais em que tocávamos eu e os meus colegas de graduação. Particpei de diversos grupos nas atividades curriculares e também em apresentações e shows pela cidade. Foi um período de efervescência cultural onde me sentia bastante motivado com a carreira que havia optado a seguir.

A partir desta experiência fui notando que haviam processos relativos ao fazer musical, mais voltados para o lado executivo e produtivo desta atividade, que exerciam forte influência para que pudéssemos continuar tocando e nos aprimorando ao instrumento. A execução dos compromissos assumidos, e como consequência, a credibilidade para pautar agendas e tratar de negócios estavam mais atreladas a este ponto. Porém, em geral, estávamos mergulhados nas reuniões musicais, nos shows e nas horas de estudo com o instrumento.

Mas ainda sim éramos bastante criativos para idealizar projetos e vislumbrar os sonhos de uma carreira de sucesso.

Neste período, eu já havia desenvolvido uma certa preocupação em buscar garantias para perpetuar aquela vivência artística. Foi quando, ao fim da graduação, senti que precisava dar mais atenção ao lado objetivo e sistemático do mundo da música, na tentativa de contrabalançá-lo com os aspectos lúdicos do fazer musical. A popularização da internet já disponibilizava ferramentas para facilitar os trabalhos de gerenciamento e produção executiva, e à medida que fui aprendendo a usá-las já podia visualizar um mundo de oportunidades para a minha carreira.

Captar uma tendência de mercado que orientava músicos e profissionais das artes a gerenciarem suas carreiras, dentro de um segmento musical mais independente, do tipo “faça você mesmo”; favorável à criação de expressões originais ou autônomas, não era novidade. Mas o fato de ter

visualizado a autogestão como alternativa para o meu desenvolvimento profissional ainda durante o percurso da graduação foi um diferencial que vem qualificando minha trajetória desde então.

Posso ressaltar que a necessidade em complementar minhas aptidões profissionais tem uma raiz comum ao sonho de todo artista: levar a arte para mais e mais pessoas, e sempre com maior liberdade. A tentativa de construir uma carreira que abarca outros conhecimentos é uma forma de levar ao público a minha leitura, pessoal, através da música. Isso porque os caminhos já consolidados do mercado musical não parecem suficientes para incluir segmentos musicais menos comerciais, apoiados mais na introspecção e no universo simbólico ou experimental característicos das músicas de linguagem regional, instrumental, de concerto ou contemporânea.

JUSTIFICATIVAS

No cenário globalizado a popularização dos meios de produção e difusão na música disponibilizou às pessoas a oportunidade de exercer profissionalmente esta atividade, porém submetida à limitada capacidade de inclusão de novos entrantes neste segmento. Neste contexto, o cenário atual não oferece condições para que muitos músicos, talentosos, construam suas carreiras de forma sustentável - em prol de suas necessidades e aspirações – evidenciando uma situação que também compromete a fruição de bens e conteúdos culturais de imprecindível valor para a sociedade.

Por outro lado, face à crescente produção de estudos acadêmicos sobre a economia criativa e a criação de novos meios e ferramentas que possibilitem a sustentabilidade e a redução da desigualdade social - considerando a valorização do exercício da livre escolha profissional - observa-se que há uma discussão saudável que visa aproximar as teorias da ciência econômica com as atividades criativas. No entanto, nota-se que a literatura acadêmica relacionada à música e ao mercado vem trabalhando as discussões e conceitos no âmbito macro, havendo poucos trabalhos capazes de oferecer uma perspectiva capaz de contribuir para a compreensão deste assunto no que tange a quem deveria ser o maior beneficiado: o artista.

Desta forma, acredito que o presente estudo poderá beneficiar os profissionais atuantes no segmento musical, bem como os demais interessados a compreender a prática da autogestão de carreira musical como meio alternativo para a criação e consolidação de novos modelos de processos produtivos, sustentáveis e favoráveis às suas aspirações artísticas. Assim, visualizo neste estudo uma oportunidade para que artistas e músicos exerçam sua criatividade com mais liberdade, preservando assim os traços definidores de sua identidade artística.

OBJETIVOS

Objetivos Gerais:

- ♦ Contribuir na compreensão de como a prática da autogestão de carreira musical no Brasil favorece e amplia a liberdade e as possibilidades de expressão criativa e desenvolvimento profissional dos músicos;
- ♦ Contribuir com o desenvolvimento e consolidação de novos mercados e modelos de negócios na música;

Objetivos Específicos:

- ♦ Aprofundar o conhecimento sobre o tema da autogestão de carreira musical;
- ♦ Levantar argumentos que indiquem se a autogestão é um meio alternativo adequado para atender às necessidades e anseios individuais e coletivos dos músicos brasileiros;
- ♦ Levantar 04 (quatro) estudos de casos como iniciativas de autogestão em curso no Brasil e conhecer a forma como vem sendo implementadas;
- ♦ Sugerir outras possibilidades de implementação da autogestão, ainda não adotadas;

HIPÓTESE

A autogestão de carreira apresenta-se como uma estratégia adequada para o desenvolvimento econômico e social de artistas e profissionais da música, num cenário de mercado globalizado.

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa original, orientada na metodologia de base sistêmica, descritiva, entendendo-se não ser possível empreender o estudo sobre autogestão de carreira musical sem considerar a complexidade de fatores que influenciam a consolidação deste modo de gestão. Dentre eles posso sinalizar a conjuntura econômica e as políticas de incentivo e fomento culturais no Brasil; a formação de uma cultura orientada à sustentabilidade profissional de artistas e músicos; os fatores de produção e distribuição dos produtos deste segmento; as facilidades e oportunidades advindas com a popularização e modernização das tecnologias de comunicação; as aspirações e necessidades dos profissionais da música; a percepção externa das pessoas com relação à relevância deste segmento; a ideia de desenvolvimento como fator de sustentabilidade humana; as diferenças no entendimento sobre desenvolvimento humano.

Para alcançar os objetivos desse estudo serão utilizados os seguintes procedimentos instrumentais: material bibliográfico e documental, e estudos de casos.

Abordagem teórica

Assim, na abordagem teórica o levantamento bibliográfico e documental foi coletado a partir das seguintes palavras-chave: autogestão, criatividade, cultura, desenvolvimento, divisão do trabalho, economia, empoderamento, empreendedorismo, humanismo, inclusão, liberdade, música, oportunidade, rede, sociedade, transdisciplinaridade. O levantamento foi efetuado nas seguintes bases:

- Catálogos de livrarias;
- Pesquisa na base Capes;
- Pesquisa na base Minerva;
- Pesquisa base Scielo;
- Pesquisa no Google Acadêmico;
- Pesquisa em sites afins.

Abordagem empírica

Já a abordagem empírica (estudos de casos) será baseada em 04 (três) artistas/conjuntos brasileiros de relevância e reconhecimento nacional e internacional. Foram utilizados como critérios para a definição destes artistas:

- Distinção entre estilos musicais, privilegiando a diversidade cultural;
- Distinção entre origens geográficas, privilegiando diferentes regiões;
- Faixa etária, privilegiando a abordagem com diferentes gerações;
- Disponibilidade para participar da pesquisa.

Pretendo estudar as carreiras dos seguintes músicos:

- Consuelo de Paula;
- Fabrício Ofuji (conjunto *Móveis Coloniais de Acaju*);
- Hamilton de Holanda;
- Grupo Pau Brasil.

Assim, os estudos de casos terão o foco na análise das trajetórias artísticas e profissionais dos

músicos mencionados, a partir da ótica da autogestão de carreira. Tal análise privilegiará a percepção das demandas dos músicos participantes e das estratégias visualizadas e empreendidas pelos mesmos para suprir essas demandas.

Os Instrumentos de coleta e processamento de informações serão as entrevistas individuais.

Método de análise: Por análise do discurso.

Informações sobre os artistas estudados:

Consuelo de Paula – <<http://www.consuelodepaula.com.br/biografia.htm>>, acessado em 09/09/2013.

“é cantora, compositora, poeta, diretora artística e produtora musical de seus próprios trabalhos. (...) é uma das poucas artistas de sua geração que possui, de fato, uma obra auto-referente na forma e no conteúdo. Possui forte presença de palco e carisma, revelando-se primorosa intérprete de sua própria obra e de outros autores. Sua expressão artística é marcada por profunda coerência, sensibilidade e dedicação aos elementos da cultura musical brasileira, com tudo o que ela tem de particular e de universal, de modo a sempre nos colocar diante de algo novo, inusitado e surpreendente, sempre a nos mostrar onde mora o Brasil. Com uma trajetória singular, Consuelo se apresenta como herdeira da arte musical brasileira e mantém compromisso com a contemporaneidade, compromisso esse expresso na maneira inovadora de compor, harmonizar e interpretar. Refinamento erudito, elegância popular e boas idéias são elementos constantes em sua obra, o que lhe tem assegurado profundo respeito, admiração e reconhecimento do público e da crítica especializada.”

Fabício Ofuji (Móveis Coloniais de Acaju) – <<http://www.producaocultural.org.br/videos/fabricio-ofuji/>>, acessado em 09/09/2013.

“é produtor da banda brasiliense [Móveis Coloniais de Acaju](#). A diferença dele para outros produtores? Mesmo não tocando nenhum instrumento no grupo, Ofuji é considerado o décimo integrante da banda, com a qual trabalha desde 2004, sete anos após a sua criação, em 1998. Em sociedade

com os nove músicos do Móveis, ele compõe o quadro administrativo da banda-empresa homônima, responsável por organizar, produzir, vender seus produtos e planejar as turnês. Na paralela, Ofuji é mestrando em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero e pesquisa a relação entre música e internet. É um dos organizadores do livro “Olhares da Rede” e se dedica ainda a pensar em modelos de negócio para a música.”

Hamilton de Holanda –
<<http://www.producaocultural.org.br/videos/fabricio-ofuji/>>, acessado em 09/09/2013.

“Hamilton, 35 anos, 10 anos de bandolim 10 cordas e agora, em 2011, comemora 30 anos de carreira profissional. Transgressor do instrumento e criador de uma técnica revolucionária, a imprensa nos EUA logo o chamou de “Jimmy Hendrix do bandolim” e a francesa de “Príncipe do bandolim”. Virtuoso, brilhante e único são alguns dos adjetivos na vida deste músico, que contagia platéias em turnês por todo o mundo, construindo uma carreira de inúmeros prêmios de uma música focada na beleza e espontaneidade. Hamilton é um músico que une tradição e modernidade passando com tranquilidade pelas mais diferentes formações (solo, duo, quinteto, orquestra), consolidando, assim, uma maneira de expor idéias musicais e impressões sobre a vida com “o coração na ponta dos dedos.” Indicado varias vezes ao Grammy, recentemente ganhou o premio de melhor solista e melhor disco no Premio da Musica Brasileira 2011.”

Grupo Pau Brasil - <<http://www.grupopaubrasil.com/imprensa.php>>, acessado em 06/01/2014.

“O Pau Brasil surgiu no cenário paulistano em 1979 e desde a sua formação é referência da música instrumental brasileira por sua qualidade e pioneirismo na absorção e expressão da linguagem musical.

Sua proposta original é a criação de um repertório visceralmente brasileiro, embora provindo de influências as mais diversas, conforme preconizava Oswald de Andrade no seu “Manifesto Pau Brasil”.

É uma música enérgica, cheia de surpresas, de um bom humor contagiante.

Sua sonoridade única originou convites para várias turnês pelos Estados Unidos, Japão e Europa, onde participou dos mais prestigiosos festivais de Jazz como os de Paris e Nancy (França), Willisau (Suíça), Freiburg (Alemanha), Sardenha (Itália) e Norwich (Inglaterra), entre muitos outros.

A discografia do grupo conta com 10 CDs, cinco deles lançados internacionalmente. Seu CD Babel de 1995, ganhou o prêmio Sharp na categoria de melhor grupo instrumental e foi indicado ao Grammy norte-americano na categoria Best Jazz Group.

Ao longo de seus 30 anos de trajetória mais de vinte músicos passaram por suas diversas formações, como os saxofonistas Roberto Sion, Hector Costita e Mané Silveira, o acordeonista Toninho Ferragutti, a cantora Marlui Miranda, os tecladistas Lelo Nazario e Cristóvão Bastos e os bateristas Azael Rodrigues, Bob Wyatt, Nenê e Zé Eduardo Nazario.

Nelson Ayres, Rodolfo Stroeter, Paulo Bellinati, Teco Cardoso e Ricardo Mosca integram o grupo desde o ano de 2005 e vêm atuando como uma das mais destacadas formações da música instrumental contemporânea do Brasil.

Nos últimos anos, essa formação vêm acumulando trabalhos diversos destacando-se o lançamento do CD Villa-Lobos Superstar dedicado à obra do mais destacado compositor brasileiro e o Concerto Antropofágico, criado pelo grupo para apresentações com a Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo.

Além disso, em 2012 foi lançado o Caixote Pau Brasil, contendo a discografia completa do grupo, o DVD Babel e um livro com a história dos 30 anos do grupo escrita pelo jornalista Carlos Calado.”

LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Para a realização deste projeto de pesquisa a principal limitação foi o fato de não termos conseguido identificar referências acadêmicas anteriormente produzidas sobre os temas da autogestão na produção musical e da autogestão da carreira artística musical. Desta maneira, direcionamos o foco inicial do nosso estudo de forma a vasculhar conteúdos e informações de outras áreas do conhecimento, a fim de que pudéssemos construir o nosso entendimento sobre a atual proposta.

Outra limitação que apontamos foi a impossibilidade de estabelecermos comunicação com os seis artistas internacionais contactados. Esperávamos incluir o estudo de casos de ao menos um artista internacional no capítulo, porém, por motivos desconhecidos não consolidamos este objetivo.

Já dentre as limitações do resultado deste estudo, apesar de considerarmos que o mesmo será de grande valia para a comunidade de músicos, artistas e de outros profissionais do setor, destacamos que não direcionamos este trabalho para exprimir o resultado quantitativo sobre dados e perspectivas do setor. Nosso trabalho ateve-se à discussão sobre novos modelos de negócios e possíveis tendências para o mercado musical nacional e global. E, desta forma, com um número de amostragem reduzido que privilegia as qualidades intrínsecas de cada artista entrevistado.

CAPÍTULO 1

ORGANIZAÇÃO E AUTONOMIA

Este capítulo abrange o embasamento teórico estudado durante a pesquisa, e possui a finalidade de identificar e compreender quais são os fatores relacionados diretamente à carreira do músico brasileiro e como eles influenciam e norteiam o desenvolvimento e a produtividade deste profissional.

O perfil do profissional que estamos estudando é o músico, cantor, compositor, ou instrumentista, que trabalha para difundir a sua arte, o seu conteúdo. Seu trabalho artístico possui características que lhe conferem originalidade estética e performática. Procuramos conduzir o estudo de forma que o mesmo compreenda benefícios tangíveis para este profissional, seja qual for o seu segmento artístico.

Assim, os fatores preponderantes que identificamos e que foram abordados no estudo são a perspectiva gerencial adequada a esta atividade, as características do mercado musical e de seus segmentos, os principais fatores jurídicos e fiscais que regulamentam a profissão e suas atividades, e a transformação no setor musical a partir da popularização da internet. Esse conteúdo está organizado em dois grupos distintos, denominados *Organização e Autonomia* e *A Profissão do Músico no Brasil*.

CONCEITUANDO “AUTOGESTÃO” - ANARQUISMO

Este capítulo abordará o conceito da “autogestão” com a finalidade de construir os alicerces necessários para a formação de um entendimento do termo ao propósito desta dissertação. Destacaremos as experiências históricas mais relevantes ao tema com o intuito de formarmos um embasamento teórico para conceituar o que venho a chamar de autogestão de carreira musical.

Ao abordarmos a autogestão, encontramos o termo inicialmente vinculado ao anarquismo. O anarquismo, uma doutrina formada no século XIX baseada em preceitos políticos, sociais e culturais, objetivou a extinção de qualquer forma de autoridade e dominação. Porém, segundo VERAGO o termo é mais recente do que os conceitos de cooperativa e cooperativismo. A autora afirma que há pelo menos duas origens atribuídas à palavra, sendo que o vocábulo servo-croata “samoupravlje” designa o processo de administração das fábricas pelos próprios trabalhadores na Iugoslávia.

A autogestão no anarquismo é a forma de organização onde todos os trabalhadores participam diretamente das decisões administrativas da empresa ou fábrica, em igualdade de condições. Neste movimento não existe a figura do patrão e o Estado não é aceito como agente regulador desta sociedade. Para GORZ (2007) a utopia da autogestão no anarquismo compreende uma racionalidade transformada e superior:

“A autonomia e a dignidade do trabalho não devem, porém, ser restauradas em nome de uma exigência ética, individual e subjetiva, oposta à racionalidade econômica. É preciso mostrar, ao contrário, que a racionalidade capitalista é uma racionalidade limitada, que inevitavelmente produz efeitos globais contrários a seus fins, que ela é incapaz de dominar. A verdadeira racionalidade consiste em transformar o trabalho em “atividade pessoal”, mas em um nível superior, em que a “união voluntária” dos indivíduos substituirá a divisão capitalista do trabalho pela “colaboração voluntária” e submeterá o processo social de produção ao controle dos produtores associados. Cada indivíduo será, “na qualidade de indivíduo”, por meio da colaboração voluntária, mestre e senhor da totalidade das forças produtivas; seu “trabalho” será a “atividade autônoma” do “indivíduo total.” (GORZ, 2007, p.34)

O argumento que GORZ apresenta defende a soberania do operário contra a dominação do capitalismo sobre os homens, entendendo que cada indivíduo possui autonomia para controlar, de forma voluntária, e em âmbito coletivo, todo e qualquer processo produtivo. Para isso, o controle é

entendido como o meio pelo qual os operários se organizarão para garantir a produtividade dos setores da sociedade. O mesmo será alcançado a partir da interação entre os agentes sociais, os indivíduos, desde que cada um deles eleve suas capacidades produtivas e gerenciais para além da visão segmentada das linhas de produção das fábricas do século XIX. É preciso que o operário tenha condições de visualizar seu ambiente de trabalho a partir de uma perspectiva holística.

Neste contexto, GORZ encontra concordância com o trabalho de GUILLERM & BOURDET.

“(…) a autogestão é uma transformação radical, não somente econômica, mas política, levando-se em conta que ela destrói a noção comum de política (como gestão reservada a uma casta de políticos) para criar um outro sentido da palavra política: a saber, a manipulação sem intermediários e em todos os níveis, de todos os “seus negócios” por todos os homens.” (GUILLERM & BOURDET, 1976, p.30)

Nas palavras de VERAGO, a transformação política mencionada por GUILLERM & BOURDET encontra na participação dos implicados, quanto as decisões pelo método da democracia na gestão, seja ela direta ou representativa, um dos princípios que objetivam a extinção da hierarquização e da burocratização das relações. Essa transformação carrega ainda o princípio da autonomia que estipula que toda organização autogestionária deve adquirir autonomia em relação ao Estado e às formas e instituições burocráticas.

Sob o ponto de vista econômico, VERAGO afirma que a democracia econômica *“se traduz na propriedade coletiva dos meios de produção e na divisão igualitária dos excedentes de produção entre os produtores que são também trabalhadores, mas não assalariados”* e significa *“o direito de participação dos indivíduos de maneira coletiva, das relações econômicas de produção, distribuição e consumo”*. Assim:

“De acordo com os princípios da autogestão, todos devem ter o direito de participar em todas as esferas das relações econômicas de uma dada sociedade, inclusive como proprietários e gestores coletivos.”

Os princípios relacionados à autogestão no anarquismo são:

♦ **Liberdade:** É o princípio básico para o ideal anarquista. Qualquer pensamento, ação ou sociedade deve estar imersa, tanto ideologicamente quanto pragmaticamente no conceito de Liberdade, sem restrições. Para tanto, se faz necessária a erradicação completa de qualquer forma

de autoridade.

- ◆ Princípio da não-doutrinação: Os anarquistas rejeitam a ideia de acatar a qualquer doutrina de cunho político ou religioso previamente concebida. Para eles, cada corrente do pensamento não pode ser uma finalidade em si, mas o meio pelo qual cada adepto possa desenvolver abstracionalmente e concretamente o seu próprio intelecto.
- ◆ Humanismo: Para os humanistas, todas as pessoas são naturalmente capazes de se auto-organizarem de forma igualitária e não-hierárquica. Desta maneira, rejeita-se a hipótese de que o Estado seja necessário para a organização da sociedade humana, uma vez que a presença de hierarquias baseadas na força e na coerção inibem essa capacidade inata de auto-organização pois dá origem à desigualdade.
- ◆ Internacionalismo: De acordo com este princípio todo tipo de divisão da sociedade, em qualquer aspecto, que não possua uma funcionalidade justificada no campo humano deve ser completamente descartada. Desta forma, a natureza humana é a mesma em qualquer lugar do mundo, independentemente do universo material ou cultural onde o indivíduo esteja inserido.
- ◆ Apoio Mútuo: Parte da crença de que todas as sociedades existem graças à vantagem que o princípio da solidariedade garante a cada indivíduo que as compõem, sendo ela a principal defesa contra o poder coercitivo do Estado e do Capital.
- ◆ Antiautoritarismo: Consiste na repulsa e no combate a qualquer forma de autoritarismo, defendendo uma organização social baseada na igualdade e na liberdade. O autoritarismo é manifestado a partir de qualquer tipo de hierarquia imposta ou do domínio de uma pessoa sobre a(s) outra(s).
- ◆ Princípio da revolução social: Trata-se da ruptura radical e abrupta do Estado e de todas as suas estruturas, materiais e não-materiais, inclusive as associadas aos mecanismos de controle e autoridade.
- ◆ Princípio da ação direta: Para os anarquistas, não se deve delegar a solução de problemas a terceiros, mas antes, atuar diretamente contra o problema em questão. São rejeitados os meios

indiretos de resolução de problemas sociais, como a mediação pelo Estado, em favor de meios mais diretos como o mutirão, a assembleia, dentre outros.

A partir do que foi exposto, podemos definir a autogestão como a base conceitual pela qual o trabalho é realizado para ser o fruto de uma atividade autônoma, voluntária e consciente, exercida por indivíduos que colaboram entre si de forma metódica pois dominam o conhecimento sobre os processos produtivos e sobre as demandas da sociedade.

CONCEITUANDO “AUTOGESTÃO” - ECONOMIA SOLIDÁRIA E ECONOMIA DA COMUNHÃO

Durante a evolução histórica as práticas e princípios do cooperativismo do século XIX sofreram grande influência da lógica econômica em que estavam imersas, e o termo “autogestão” sofreu variações em seu conceito inicial. Em meados da década de 1960 o termo foi amplamente empregado, a partir da tradução de "samoupravljje" como "autogestion". Assim, os mais diversos setores se apropriaram da palavra, o que fez com que a mesma adquirisse diferentes sentidos ao ponto de diluir sua versão inicial. Com a crise e o declínio da União Soviética, durante o século XX, o termo deixou de significar um movimento político, social e econômico para representar modos de administração de empreendimentos relacionados a outras doutrinas econômicas e sociais agora em voga. Abordaremos aqui duas doutrinas vinculadas ao chamado capitalismo utópico: a economia solidária e a economia da comunhão.

Na economia solidária, busca-se reafirmar os princípios da democracia e da autonomia que tiveram expressão limitada nas experiências do cooperativismo socialista em economias de mercado. Assim, esta doutrina pretende situar a produção, o consumo e a distribuição de riquezas com foco na valorização do ser humano e não do capital. Seus preceitos são baseados na construção de um ambiente socialmente justo e sustentável, preconizando o entendimento do trabalho como o meio de libertação humana dentro de um processo de democratização econômica que se opõe à dimensão alienante e assalariada das relações do capitalismo.

Segundo SINGER (2003) a economia solidária é definida como um *“modo de produção e distribuição alternativo ao capitalismo, criado e recriado periodicamente pelos que se encontram (ou temem ficar) marginalizados do mercado de trabalho.”* (SINGER, 2003, p.13)

A autogestão na economia solidária está estruturada sob as bases do associativismo e do cooperativismo, além de manifestar-se sob uma diversidade de formas, dentre elas grupos informais, clubes e feiras de trocas. Esta modalidade econômica é voltada para a produção, consumo e comercialização de bens e serviços com a finalidade de reproduzir a ampliação da vida de maneira a minimizar as diferenças sociais de distribuição de trabalho e renda. Para tanto, através da prática da autogestão objetiva-se a emancipação dos trabalhadores como sujeitos históricos, tendo em vista o seu empoderamento individual e coletivo.

No Brasil, a modalidade ganhou fôlego na década de 1990 a partir dos sintomas causados com a crise do modelo fordista de produção e com a reestruturação dos processos produtivos em todo mundo. Foi um período marcado pela perda de garantias e direitos sociais do trabalhador assalariado, num cenário caracterizado por elevados índices de desemprego e pela implantação de novas tecnologias de produção que reduziram a oferta de trabalho. Não bastando a conjuntura internacional, o país enfrentava uma crise econômica que resultou na falência de muitas empresas, a partir da condução de uma política brasileira alinhada ao ideário neoliberal. Dentre as medidas adotadas pelo governo para a inserção econômica do país no contexto da nova ordem mundial, a globalização, destacam-se: a intensificação da circulação financeira, a desobstrução do país ao mercado internacional, a desvalorização cambial, o processo de privatização e medidas voltadas à estabilização monetária.

Neste contexto, foi criada em 1994 a Associação Nacional dos Trabalhadores em Empresas de Autogestão e Participação Acionária – ANTEAG com a finalidade de representar e assessorar as empresas industriais de autogestão que estavam se formando na época, bem como impulsionar a consolidação de novas organizações deste tipo. Os principais casos relacionados à atuação da ANTEAG consistiram na recuperação de fábricas que estavam em situação falimentar. Segundo VERAGO:

“Em geral as empresas de autogestão são antigas empresas tradicionais que, pela nova Lei de Falências brasileira, são recuperadas judicialmente e sua gestão é passada aos antigos empregados, por direito aos créditos trabalhistas não recebidos em função da insolvência financeira destas empresas. Para isto estes empregados devem formar uma cooperativa e adquirir desta maneira uma personalidade jurídica para conduzir a recuperação da empresa que poderá ser comprada por eles mais adiante.”

Para o *Sistema de Informações em Economia Solidária (SIES)*, uma iniciativa gerenciada pela *Secretaria Nacional de Economia Solidária (MTE/SENAES)* em conjunto com a *Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP* e o *Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas – IPEA*, a economia solidária é compreendida como:

“o conjunto de atividades econômicas – de produção, distribuição, consumo, prestação de serviços, poupança e crédito – organizadas e realizadas solidariamente por trabalhadores e trabalhadoras sob a forma coletiva e autogestionária.”

Segundo esta definição, na economia solidária, o SIES reconhece quatro importantes características:

“Cooperação

Existência de interesses e objetivos comuns, união dos esforços e capacidades, propriedade coletiva parcial ou total de bens, partilha dos resultados e responsabilidade solidária diante das dificuldades.

Autogestão

Exercício de práticas participativas de autogestão nos processos de trabalho, nas definições estratégicas e cotidianas dos empreendimentos, na direção e coordenação das ações nos seus diversos graus de interesses.

Atividade Econômica

Agregação de esforços, recursos e conhecimentos para viabilizar as iniciativas coletivas de produção, prestação de serviços, beneficiamento, crédito, comercialização e consumo.

Solidariedade

Preocupação permanente com a justa distribuição dos resultados e a melhoria das condições de vida dos participantes. Comprometimento com o meio ambiente saudável e com a comunidade, com movimentos emancipatórios e com o bem estar de trabalhadores e consumidoras.”

Na economia solidária, a personalidade jurídica mais utilizada é a cooperativa. No entanto, também aplicam-se as formas de associação, inclusive no que tange aos certificados e títulos desta modalidade, dentre: Organizações Sociais (OS); Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP); Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEBAS); Utilidade Pública Federal (UFP), Estadual ou Municipal. Em geral, as associações são pessoas jurídicas constituídas pela união de pessoas que se organizam para fins não econômicos.

As principais características das cooperativas são: capital social variável; limitação de valor das quotas e do máximo de quotas-partes para cada associado; proibição de venda ou repasse das quotas-partes a terceiros; quorum para que a assembléia-geral possa funcionar e deliberar; indivisibilidade do fundo de reserva, mesmo em caso de dissolução da sociedade; voto único para cada associado, independente de suas quotas-partes; área de ação determinada no estatuto; distribuição proporcional dos lucros ou sobras. As cooperativas não podem usar firma social em nome coletivo; ter o nome de qualquer associado em sua designação; criar agências ou filiais dentro ou fora de sua área de ação; emitir ações para constituir capital; remunerar de qualquer forma agenciadores de associados; estabelecer privilégios em favor de fundadores ou diretores; admitir como associados pessoas jurídicas de natureza mercantil (exceto o previsto na lei 5.764/71), fundações, corporações e outras sociedades civis; cobrar prêmio pela admissão de novos associados; participar de manifestações políticas ou religiosas; especular sobre a compra e venda de

títulos.

Outra doutrina abordada neste trabalho é a economia da comunhão, que teve sua gênese durante o período da II Guerra Mundial, a partir de reuniões entre integrantes do Movimento dos Focolares liderados por Chiara Lubich, em Trento, na Itália. Esta doutrina econômica estrutura-se nos princípios da economia solidária e da cultura da partilha. Segundo BURCKART (2002) a doutrina é baseada “*numa visão antropológica, caracterizada pela superação dos subjetivismos (com todas as suas formas modernas, como o individualismo e o liberalismo), por meio de um estilo de vida comunitário*” (PINTO. LEITÃO, 2006, p. 19). Este modelo possui forte ligação com os princípios do catolicismo e extrapola suas dimensões econômicas uma vez que é “*maior que o puro mercado, pois envolve também elementos não-mercantis ou não-monetários, exigindo uma nova forma de pensar a produção e a distribuição de riqueza.*” (PINTO. LEITÃO, 2006, p. 24)

Na modalidade econômica da economia da comunhão, o principal aspecto a ser levado em consideração é a valorização das relações humanas, organizadas em padrões hierárquicos entre trabalhadores de empresas e seus líderes, e de redes entre pessoas de instituições distintas.

A Economia da Comunhão difunde uma linha de gestão baseada no esquema das “sete cores”. Tal abordagem propõe um modo de “*conceber e praticar a vida associada do carisma da unidade*”. Assim, cada cor representa o desdobramento prático dos princípios adotados pelo Movimento dos Focolares:

- Vermelho: Simboliza a administração participativa entre empresários, trabalhadores e empresa. As informações estratégicas da empresa são compartilhadas de forma transparente e seus lucros distribuídos para atender três objetivos básicos: ajuda para pessoas em situação de miséria e pobreza; ao desenvolvimento da própria organização; e, à difusão da cultura da comunhão e da prática do “dar”.
- Laranja: Representa as relações estabelecidas direta ou indiretamente entre a organização e seus parceiros, fornecedores, clientes, sociedade civil, financiadores, e outros sujeitos externos. É missão da empresa construir e manter relacionamentos sadios e abertos, posicionando-se de forma leal e civil perante sua rede de “stakeholders”.

- Amarelo: Reflete o respeito pelas leis através de um comportamento correto perante as obrigações e instituições fiscais e sindicais, além de outras instituições correlatas. Além disso, as empresas valorizam as dificuldades das pessoas no ambiente de trabalho no sentido de propiciarem oportunidades valorosas de crescimento pessoal; bem como avaliam e monitoram os efeitos que seus produtos exercem sobre o bem-estar das pessoas e sobre o meio ambiente.
- Verde: Representa o objetivo de que as empresas da Economia da Comunhão tornem-se uma verdadeira comunidade. É importante o exercício do diálogo entre empresários e trabalhadores para manter a qualidade dos relacionamentos interpessoais e conter situação de conflito. São valorizadas também a saúde física, o esporte, o cuidado com o meio ambiente, os encontros, festejos e celebrações.
- Azul: É a expressão da beleza e da harmonia nos ambientes das empresas e no relacionamento entre as pessoas. Tal expressão se reflete no cumprimento de normas relacionadas à higiene e segurança no trabalho, bem-estar das pessoas, dentre outras. A beleza é entendida como a expressão máxima da atenção ao outro.
- Anil: Simboliza o clima de confiança recíproca, no qual as pessoas colocam livremente os próprios talentos, ideias e competências em benefício do próximo e do crescimento da própria organização. Há a valorização de processos e critérios para seleção de pessoal, promoção, criação de oportunidades de atualização e de aprendizagem contínua, que objetivem implantar e manter uma atmosfera de bem-estar dentro e fora do ambiente de trabalho.
- Violeta: É o ambiente propício à comunicação aberta e sincera, que estimula um clima para a troca de ideias e de informação em todos os níveis de responsabilidade. Assim, os empresários que aderem à Economia da Comunhão são conscientes da potencialidade cultural e política na qual o projeto comum pode comportar, estando a comunicação a serviço da ajuda mútua e da solidariedade.

Não podemos constatar aqui a prática da autogestão, mas notamos na economia da comunhão que o perfil pró-ativo e empreendedor, bem como o engajamento religioso, são características assumidas para afirmar a igualdade entre os indivíduos como tentativa de opor-se às ações exploratórias e

marginalizantes do capitalismo global.

As três doutrinas abordadas neste capítulo, o anarquismo, a economia solidária e a economia da comunhão, pregam, cada uma a sua maneira, a emancipação do indivíduo perante os preceitos políticos, sociais, econômicos e ambientais que impõem limites às liberdades individuais em prol da racionalidade econômica capitalista. Ambas as doutrinas valorizam o aspecto relacional entre os homens, e incentivam a perpetuação dos princípios da razão humana, da ética, da justiça social e do naturalismo filosófico. Um ponto em comum entre o anarquismo e a economia solidária é o entendimento de que a prática da autogestão é o meio pelo qual os indivíduos podem reconquistar sua autonomia adotando uma perspectiva holística de vida. Tal perspectiva holística, na economia da comunhão, é manifestada com a prática da cultura da partilha. Nas palavras de Chiara Lubich, na cultura da partilha:

“se aprende a dar, como nos Evangelhos; o que significa amar a todos, não só os necessitados por quem o projeto trabalha, mas também os concorrentes, os fornecedores, os clientes, os funcionários, o Estado (porque se age na legalidade) e a natureza, pois os membros do projeto se empenham em salvaguardá-la.” (Lubich, 2003. in: LEITÃO)

CONCEITUANDO “AUTOGESTÃO” - ECONOMIA CRIATIVA

O conceito de Economia Criativa surgiu em meados da década de 1990 como desdobramento do que se denominavam indústrias criativas. Esse conceito foi internacionalmente popularizada a partir da implementação de uma força-tarefa multissetorial que tinha a missão de analisar as contas do Reino Unido a partir das tendências de mercado e das vantagens que esta união política constituída por Escócia, Inglaterra, País de Gales e Irlanda do Norte detinha para se manter competitiva na crescente economia global.

O trabalho motivado pelo governo do então recém-eleito Tony Blair estabeleceu uma nova visão de parceria entre os setores público e privado, compreendendo responsabilidades e benefícios compartilhados e prevendo a articulação transversal entre diferentes setores produtivos. Foram identificados 13 setores de maior potencial, nomeados de indústrias criativas.

Segundo Ana Carla Fonseca Reis:

“O maior mérito do sucesso do programa britânico foi o de ter engendrado reflexões acerca de mudanças profundas e estruturais que se fazem necessárias no tecido socioeconômico global e nos embates culturais e políticos que ora enfrentamos. Não por menos a economia criativa tem suscitado discussões e estudos em áreas não puramente ligadas a uma política industrial ou econômica, mas tão vastas como atinentes à revisão do sistema educacional (questionando a adequação do perfil dos profissionais de hoje e anunciando a emergência de novas profissões), a novas propostas de requalificação urbana (gerando projetos de clusters criativos e o reposicionamento das chamadas cidades criativas), à valorização do intangível cultural por parte de instituições financeiras (clamando por modelos de mensuração inspirados nos setores de patentes e marcas), a um reposicionamento do papel da cultura na estratégia socioeconômica (lidando paralelamente com conteúdos simbólicos e econômicos) e até mesmo à revisão da estrutura econômica, de cadeias setoriais para redes de valor, incluindo novos modelos de negócio (graças às novas tecnologias e à emergência de criações colaborativas).” (REIS)

Com o sucesso do estudo, o conceito foi apropriado e replicado em diversos países. Dentre eles Cingapura, Colômbia e Líbano.

Atualmente, ocupando órgãos de instituições públicas e orientando ações de organizações privadas, o conceito de economia criativa abrange setores distintos que variam conforme o país. No Brasil, a

Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura foi oficialmente criada com a publicação do Decreto nº 7743, em 1º de junho de 2012. Os setores considerados no plano de políticas, diretrizes e ações do ministério compreendem: Patrimônio (material, imaterial, arquivos e museus); Expressões Culturais (artesanato, culturas populares, culturas indígenas e culturas afro-brasileiras; Artes de Espetáculo (dança, circo, teatro e música); Audiovisual; Artes Visuais; Publicações e Mídia Impressa; Criações Funcionais (arte digital, arquitetura, design, moda , gestão/produção cultural).

A FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, em seu Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil (FIRJAN, 2012), define, sob a ótica da economia criativa, o mercado do trabalho criativo.

“A capacidade de criar do homem é o principal insumo de produção, estando presente não só nas empresas criativas, mas em toda a economia. Com efeito, os profissionais criativos estão distribuídos por todos os setores econômicos, até mesmo nos mais tradicionais. Por exemplo, um designer pode estar empregado em uma siderúrgica ou na indústria automotiva, enquanto os desenvolvedores de sistemas estão presentes em quase todos os setores. Embora não trabalhem em uma empresa cuja atividade econômica é necessariamente criativa, são profissionais cujo insumo principal são as ideias.” (FIRJAN, 2012)

Ana Carla Fonseca Reis argumenta que:

“A economia da cultura ou economia criativa oferece todo o aprendizado e o instrumental da lógica e das relações econômicas - da visão de fluxos e trocas; das relações entre criação, produção, distribuição e demanda; das diferenças entre valor e preço; do reconhecimento do capital humano; dos mecanismos mais variados de incentivos, subsídios, fomento, intervenção e regulação; e de muito mais – em favor da política pública não só de cultura, como de desenvolvimento.” (REIS)

E observa que a economia criativa:

“Parece tomar de outros conceitos traços que se fundem, adicionando-lhes um toque próprio. Da chamada economia da experiência reconhece o valor da originalidade, dos processos colaborativos e a prevalência de aspectos intangíveis na geração de valor, fortemente ancorada na cultura e em sua diversidade. Da economia do conhecimento toma a ênfase no trinômio tecnologia, mão-de-obra capacitada e geração de direitos de propriedade intelectual, explicando porque para alguns estudiosos os setores da economia criativa integram a economia do conhecimento, muito embora esta não dê à cultura a ênfase que a economia criativa lhe confere. Da economia da cultura propõe a

valorização da autenticidade e do intangível cultural único e inimitável, abrindo as comportas das aspirações dos países em desenvolvimento de ter um recurso abundante em suas mãos.” (REIS)

A autora apresenta quatro abordagens gerais distintas, do conceito de economia criativa.

- ▣ Indústrias criativas: definidas como o conjunto de setores econômicos distintos que se articulam transversalmente e possuem a criatividade como principal insumo;
- ▣ Economia criativa: nessa abordagem o termo compreende o impacto dos bens e serviços produzidos pelas indústrias criativas e outros setores atendidos por esta indústria, bem como as mudanças sociais, organizacionais, políticas, educacionais e econômicas incorporadas a partir da fusão entre indústria e serviços;
- ▣ Cidades e espaços criativos: normalmente são promovidos através da articulação entre trabalhadores criativos e políticas de turismo e desenvolvimento social e econômico, e são capazes de qualificar o ambiente ou a localidade a partir de suas especificidades culturais;
- ▣ Economia criativa: agora entendida como estratégia de desenvolvimento, atribuindo o reconhecimento da criatividade e do capital humano, para fomentar e integrar objetivos sociais, culturais e econômicos e diluir entraves sociais e econômicos a partir da valorização da diversidade cultural.

Conceitualmente alinhada à lógica das relações econômicas e rumo à valorização da diversidade cultural, a Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura foi concebida com a missão de conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. Conforme consta no Relatório de Gestão referente ao período de 2011-2012-janeiro a agosto de 2013, a secretaria define seus vetores de atuação em dois planos: macroeconômico ou estruturante e microeconômico ou empreendedor.

Desenvolvimento e Monitoramento (macroeconômico ou estruturante) de ações que permitam a criação de uma ambiência favorável ao desenvolvimento da economia criativa, considerando-se institucionalização de territórios criativos, realização de estudos e pesquisas, promoção do debate e

elaboração de propostas de marcos legais. Tais ações estão classificadas de acordo com os seguintes eixos:

- ◆ Territórios Criativos: concepção e a aplicação de metodologias, ações, projetos e programas para a institucionalização de territórios criativos (bairros, pólos produtivos, cidades e bacias criativas) e fomento a suas atividades, a fim de potencializar a geração de trabalho, emprego e renda.
- ◆ Estudos e Pesquisas: monitoramento da Economia Criativa Brasileira através da produção e sistematização de estudos e pesquisas sobre os diferentes setores criativos e sua participação relativa na estrutura econômica e social do país.
- ◆ Marcos Legais: proposição de marcos legais tributários, previdenciários, trabalhistas e de propriedade intelectual que atendam às especificidades dos empreendimentos profissionais criativos brasileiros.

Empreendedorismo, Gestão e Inovação (microeconômico ou empreendedor) de ações de fomento direto ao empreendimento, a empreendedor e ao profissional criativo, de acordo com os seguintes eixos:

- ◆ Empreendedorismo em Setores Criativos: fomento técnico e financeiro aos empreendimentos criativos, a partir do apoio, da promoção e do estímulo à criação de incubadoras, birôs de serviços e linhas de financiamento específicas para organizações deste campo.
- ◆ Formação para Competências Criativas: articulação de programas de educação para o desenvolvimento de competências criativas e inovadoras nas áreas técnicas e de gestão, voltados para profissionais e empreendimentos criativos, junto instituições de ensino e organizações não governamentais.
- ◆ Redes e Coletivos: fomento técnico e financeiro à criação e promoção de redes de coletivos, cooperativas e associações de profissionais criativos, no intuito de fortalecer a economia criativa brasileira a partir de práticas inovadoras, associativas, cooperadas, inclusivas e sustentáveis.

CONCEITUANDO “AUTOGESTÃO” - AUTOGESTÃO NOS MOVIMENTOS SOCIAIS

Para MARTIN (1990), a autogestão manifesta-se por meio de dois princípios básicos e interligados, os princípios orientador e organizacional. No princípio orientador, a autogestão é assumida como objetivo. É o que observa-se nos movimentos sociais e ambientalistas, por exemplo, que lutam contra a dominação e a centralização dos poderes econômico e social, dentre outros problemas. Já o princípio organizacional refere-se à autogestão quanto método; meio pelo qual são desenvolvidas e incorporadas novas tecnologias para que sejam criadas alternativas capazes de transpôr ou eliminar os problemas citados.

O autor discrimina algumas características que considera inerentes à autogestão. Dentre elas podemos citar:

▣ Igualdade: É a distribuição relativamente igualitária de bens, serviços e providências. Leva-se em consideração que a igualdade abarca as diferenças de identidade e personalidade entre indivíduos, desde que essas diferenças não levem determinados grupos ou pessoas a exercerem o domínio sobre terceiros.

▣ Cooperação: Entende-se a cooperação como o oposto à competição. Neste caso, há precedentes para o apoio e o aprendizado mútuos, bem como à crítica construtiva, a partir de iniciativas coletivas em prol de pessoas ou comunidades.

▣ Comunidade: Em oposição ao controle centralizado, a comunidade se desenvolve pelo compartilhamento de experiências, circunstâncias ou interesses quando determinado grupo de pessoas está em convívio. Trata-se de uma base útil, pois em comunidade as pessoas normalmente compartilham objetivos comuns.

▣ Descentralização: Trata-se do gerenciamento de recursos e habilidades realizado por todos os que os utilizam. Desta maneira, em oposição ao controle centralizado, os processos gerenciais poderão ser assumidos em âmbito local, o que favorece a eficácia e eficiência na produção dos recursos ou bens produzidos.

▣ Flexibilidade: É a capacidade que o sistema organizacional tem para implementar a

adaptação ou modificação de processos, bem como absorver novas tecnologias. Essa capacidade opõe-se aos sistemas hierárquicos centralizados e burocráticos. A flexibilidade favorece a redução do tempo gasto e potencializa a eficiência dos processos transformados.

☐ Ausência de hierarquia: A ausência de hierarquia permite que as pessoas contribuam com a concepção e manutenção dos arranjos sociais oferecendo o melhor de suas capacidades. Este princípio visa mitigar as consequências nocivas dos sistemas hierárquicos, geralmente identificados na forma de exploração.

☐ Propositadamente concebido: Envolve a conscientização de que a participação pessoal faz parte de um processo de transformação individual e social que resulta em benefícios para todos os envolvidos.

☐ Atuação em grupos reduzidos: Com pequeno número de pessoas, o controle a execução das atividades serão melhor administrados.

O trabalho de MARTIN (1990) aborda cinco desafios para a implantação de sistemas de autogestão em programas e ações sociais, destacando-os como os principais motivos para o limitado impacto sobre as estruturas hierárquicas dominantes das corporações, governos burocráticos e modelos de profissões e empregos.

O primeiro está relacionado com o aspecto cultural, onde o argumento defendido é de que não é fácil para um grupo de indivíduos operar em cooperação e de forma não-hierárquica, tendo em vista que os mesmos possuem um condicionamento e experiência contrários ao ideal pregado com a prática da autogestão. Ou seja, a cultura predominante da sociedade é hierárquica e competitiva. Como segundo motivo, considerando-se que a participação de pessoas em grupos de ação social é normalmente marginal ou com dedicação parcial, o autor aponta também a limitada disponibilidade de tempo como outro fator agravante.

O terceiro motivo é atribuído ao conflito entre a implementação de ações de persuasão, para acordos e participação interna de integrantes do grupo de autogestão, e realizações, formatadas como campanhas para ações e trabalhos externos. Existem dois perigos neste caso: o grupo de apoio tornar-se introvertido, sem impactos externos, ou, executar uma campanha externa bem sucedida às custas dos esforços internos. Em seguida, Martin destaca a ausência de uma coordenação geral ou

planejamento estratégico para orientar a ação de grupos de autogestão. Há pouco esforço para a avaliação conjunta de objetivos e processos, bem como para o planejamento e coordenação de campanhas. Por fim, o quinto motivo está relacionado aos riscos que este grupo enfrenta, face às organizações burocráticas e infra-estruturas dominantes. Neste caso, os movimentos parecem pouco eficazes e dificilmente mostram-se como campanhas convincentes.

O autor enumera sete limitações relacionados à prática da autogestão. São elas:

☐ Habilidades pessoais: Para a maioria das pessoas adultas que cresceram em ambientes de contexto hierarquizado, tais como família, escola, empresa e órgãos burocráticos do Estado, a formação de habilidades e atitudes que conduzem a autogestão exige um processo de adaptação e aprendizado. Este processo requer tolerância e apoio de todos os interessados, bem como domínio das ferramentas práticas e exercícios para estimular e equalizar a participação, o gerenciamento de divergências e conflitos, a partilha de competências interpessoais e a avaliação de atividades e sentimentos.

☐ Limites do consenso: O uso de métodos de consenso para tomadas de decisão em grupos de ação social tem sido largamente aplicado como uma alternativa satisfatória contra o emprego da tomada de decisão por voto, que pressupõe conflito e cria perdedores. Assim, o uso de consenso está relacionado ao princípio da igualdade, procurando estimular e incentivar a participação ativa e plena de cada pessoa. No entanto, o autor cita um trecho do livro *Beyond Adversary Democracy* escrito por Jane J. Mansbridge (1983), onde adverte-se que a prática da tomada de decisão por consenso pode gerar contrastes sociais. Dentre eles, o problema mais difícil para a abordagem pelo método de consenso é lidar com conflitos de interesses fundamentais. Em reuniões presenciais, por exemplo, tal conflito tende a ser suprimido, porém os participantes menos confiantes ou experientes tendem a sentir-se intimidados. Aqueles com mais experiência na organização tendem a ter mais poder, por conta do conhecimento e da formação de sua rede de contatos acumulados. Por outro lado, os métodos com base na chamada democracia adversária, dentre eles o voto, estão bem adaptados para lidar com esse tipo de conflito.

☐ Coordenação de ações e atividades: A coordenação de atividades em grupos de autogestão pressupõe a ausência de hierarquia. Porém, mesmo nos métodos mais adequados a esta modalidade existe o risco de que personalidades fortes construam posições de considerável poder informal, além da dificuldade de se chegar a um acordo quando os interesses e pontos de vista são distintamente

contrários. Outro problema apontado é a alocação de especialistas para ocuparem posições de poder sem que tenham absorvido o conhecimento e a capacidade de tomada de decisão nessas áreas. Os métodos citados para a coordenação de sociedades e grupos de autogestão são o método por federação, com o intermédio de delegados ao invés de representantes eleitos, e o emprego do sistema de lote ou júri. O autor salienta o modelo de lote ou júri intitulado “demarqui”, proposto por John Burnheim em seu livro *Is Democracy Possible?* (1989).

A vantagem deste modelo é que o mesmo permite um alto grau de controle direto exercido pelo cidadão sem que haja a necessidade de que todos dominem por completo o conhecimento relacionado a determinado assunto. A estrutura na demarquia consiste em uma rede de grupos decisórios locais eleitos por sorteio a partir de membros voluntários. Cada grupo assumiria diretamente uma área produtiva funcional e estaria vinculado a outros grupos de ordem superior para julgar questões processuais, mas não haveria nenhum órgão de decisão central.

■ Burocratização: O autor destaca a dificuldade em realizar a manutenção de recursos de autogestão sem cair neste processo. A burocratização parece ser inevitável, fato que exige firmeza dos integrantes da organização de autogestão contra as fortes pressões que são exercidas sobretudo pelo Estado e pelos partidos políticos. Um dos problemas advindos com a burocracia está atrelado à organização hierárquica, tendo como consequências mais graves o favorecimento de grupos ligados a indivíduos que ocupam cargos de liderança ou de maior prestígio. Há ainda a crítica à própria conduta de processos produtivos na organização burocrática, sob o risco de se tornarem contraproducentes.

■ Marginalização: O perigo oposto a trabalhar dentro das estruturas estabelecidas, na organização burocrática, é posicionar-se totalmente à margem dela. Neste caso, é provável que haja a recriação gradual das estruturas convencionais, a menos que sejam empreendidos esforços coletivos contra as mesmas. Tais esforços exercerão transformações tanto no âmbito físico quanto nos âmbitos mental, emocional e organizacional. Isolar-se das estruturas convencionais não estimulará levará por si à extinção dos sistemas de hierarquia e poder centralizado.

■ Autogestão para elites: O principal efeito negativo gerado pela prática da autogestão em grupos privilegiados é o contraste gerado nestes casos. No ambiente interno, os integrantes destes grupos compartilham um considerável grau de igualdade profissional e autonomia. Porém, estes grupos tendem a ser fortemente antagônico ao compartilhar “privilégios” com integrantes

pertencentes a outras classes profissionais. Promover a autogestão entre grupos específicos pode ser uma contribuição útil, desde que não reforce a posição desses grupos em detrimento de outros.

☰ Prevenir a contra-revolução: O autor associa o termo “contra-revolução” ao uso de métodos repressivos que ferem o princípio democrático, por ataque militar. Aqui, dois problemas são citados: a tentação de confiar o poder a uma elite revolucionária e assim ficar submetido aos mesmos problemas em caráter permanente, e o conservadorismo ou oposição das elites em grupos assumidamente “progressistas”. Com relação a este tópico preferimos redefinir o termo associando-o aos riscos e resistências enfrentados por grupos de autogestão como efeitos ou consequências das ações implementadas pelos mesmos.

CONCEITUANDO “AUTOGESTÃO” - AUTOGESTÃO DE CARREIRA MUSICAL

Os conceitos apresentados são as bases ideológicas em que sustento a minha proposta de definição da “autogestão de carreira musical”. No entanto, para conceituar este tema específico vasculharemos também outras referências de cunhos teórico e empírico.

Na autogestão de carreira musical valorizamos as capacidades e aptidões pessoais dos profissionais deste segmento artístico a partir da perspectiva holística. A prática desta modalidade de gestão, que está relacionada às doutrinas do capitalismo utópico, é entendida como uma alternativa estratégica na qual músicos podem criar e desenvolver com mais liberdade os seus processos produtivos. Para tanto, os mesmos precisam conciliar os aspectos artísticos, relacionais e produtivos em função do desenvolvimento de suas expressões culturais. Partimos da necessidade de ampliar as possibilidades da vida profissional e pessoal destes artistas.

Desta forma, a autogestão de carreira musical é o processo que busca:

- ◆ Valorizar e difundir o conteúdo artístico e a identidade do músico, originais em sua essência;
- ◆ Consolidar as redes de interação, valendo-se das tecnologias disponíveis e da internet como ferramentas inerentes ao processo;
- ◆ Gerenciar o desenvolvimento da carreira musical, com o uso da gestão do conhecimento e das ferramentas tradicionais de administração, nos âmbitos do planejamento, da definição de estratégias, da implementação/execução de ações, do monitoramento de processos, e da avaliação dos resultados.

A autogestão como processo valoriza as decisões, a identidade e a liberdade dos artistas que o conduzem. Por este motivo não propomos que o mesmo seja um método fechado e inflexível, mas sim que configure-se como o meio pelo qual os músicos poderão potencializar suas atividades. Com base no trecho destacado abaixo, uma passagem extraída do Relatório Mundial da UNESCO apresentado em 20 de outubro de 2009, e nas demais discussões apresentadas neste estudo sugerimos a existência de uma tendência mundial rumo à prática da autogestão; em especial no que objetiva definir um caminho favorável para o empoderamento individual na produção musical.

“O diálogo intercultural requer o empoderamento de todos os participantes por meio da capacitação e de projetos que divulguem a interação sem a perda da identidade pessoal ou coletiva.” (UNESCO, 2009, p. 10)

Desta maneira, propõe-se como algumas das principais características relacionadas ao perfil do músico autogestor:

- ▣ **Sensibilidade:** Capacidade emocional de ater-se, deixar dominar-se e inspirar-se por elementos, pessoas ou situações que lhe despertem sensações e vínculos.
- ▣ **Percepção:** Habilidade manifestada pelo uso dos sentidos motores humanos para julgar, conceituar e qualificar elementos, pessoas e situações externas ou internas ao nosso corpo.
- ▣ **Propensão à Interrelação:** Entendimento positivo sobre a conexão existente entre diferentes elementos, contextos ou pessoas; que orienta ações e atitudes para estimular essa conexão.
- ▣ **Imaginação:** É uma aptidão e, ao mesmo tempo, uma necessidade naturalmente humanas. Engloba um conjunto de atitudes, expressões, impulsos e comportamentos necessários para conceber o novo ou recombinar elementos de maneira inovadora.
- ▣ **Originalidade:** Habilidade em relacionar-se com preceitos, formas, manifestações ou comportamentos, externos ou vinculados a terceiros, e expressar-se intimamente de maneira singular, exótica ou inédita.
- ▣ **Interesse sistêmico:** Motivação que impulsiona o indivíduo a ter contato com informações e experiências relacionadas a diferentes áreas do conhecimento, ainda não apreendidas. É o estímulo que lhe propicia ampliar os horizontes do “saber” e do “sentir”, capaz de despertar uma sensação de plenitude.
- ▣ **Flexibilidade:** Capacidade de transformar seus próprios critérios, expectativas e crenças a partir da incorporação de outros códigos sociais visando contornar ou enfrentar problemas com mais propriedade e autonomia.
- ▣ **Pró-atividade:** Entendida como o comportamento que busca a antecipação e

responsabilização pelas escolhas pessoais e ações frente às circunstâncias do meio. A pessoa proativa assume o papel de agente realizador e transformador, orientado por um código de conduta associado a princípios como inovação, liberdade, criatividade e perspectiva holística.

☰ Tomada de decisão: Capacidade de organizar e avaliar todas as circunstâncias relacionadas ao fato ou problema que se apresenta, elegendo soluções e processos favoráveis à situações complexas e dialéticas, com base na pré-visualização de possíveis resultados e consequências.

Defendemos que tais características, coerentes com o próprio fundamento da economia, estão associadas a emergência de processos baseados na imaginação e com forte tendência à inovação, uma vez que capacitam e empoderam o músico autogestor a transformar o seu meio utilizando recursos escassos para a produção de bens alternativos. Desta forma, a autogestão na produção musical também sustenta a tendência de tornar-se uma alternativa econômica viável para a sustentabilidade de artistas que desejam promover seus trabalhos mas enfrentam resistência em nichos mercadológicos consolidados.

Em entrevista para o site Cultura e Mercado, publicada em 12/12/2013 sob o título “Como viver de Música?”, Benjamim Taubkin afirma que *“é preciso correr riscos, ter ânimo, aceitar o fracasso e seguir em frente, se aventurar. Mas muitas vezes os músicos se dispõem muito pouco, se acomodam e reclamam. A vida é dura para todo mundo, para os professores, para jornalistas, para médicos. Não é uma exclusividade dos músicos.”*

Já LANNES (2009) cita o exemplo do Internet Underground Music Archive – IUMA, criado em 1993 por estudantes da Universidade da Califórnia em Santa Cruz: Jeff Patterson, Jon Luini e Rob Senhor. O IUMA foi um projeto pioneiro que objetivava disponibilizar aos músicos desconhecidos um espaço na internet que possibilitasse a divulgação de seus trabalhos. O projeto oferecia uma oportunidade aos artistas que não haviam atraído a atenção das grandes gravadoras. Segundo LANNES (2009):

“A criação do IUMA foi considerada como uma iniciativa marginal. Pois, a IUMA não foi criada para responder às demandas de um mercado existente. Foi criada porque dois estudantes tinham vontade de lançar e testar no mercado uma idéia nova. Estes dois estudantes poderiam ser considerados empreendedores inovadores segundo a teoria da destruição criadora.” (LANNES, 2009)

Há que se destacar um diferencial importante para a conceituação da autogestão durante a evolução histórica da sociedade capitalista. Com relação às doutrinas apresentadas, a autogestão de carreira musical apresenta-se como o processo alternativo para o desenvolvimento da atividade artística com foco na produção de um bem de caráter original, distinto, intangível e de natureza simbólica. Este diferencial parte do indivíduo para o coletivo, enquanto a autogestão emancipatória do anarquismo e da economia solidária percorre o caminho contrário, ela nasce no coletivo para beneficiar cada indivíduo da sociedade.

Assim, a fruição dos produtos artísticos, em seus diferentes formatos, dentre os quais podemos citar os espetáculos e performances musicais, a composição de obras e jingles, aulas de música, e o registro em mídias de reprodução (CD's, DVD's, outros formatos), e dos serviços associados a esta atividade, por exemplo, estimula o intercâmbio da riqueza inerente a cada cultura, e propicia a consolidação dos vínculos que unem os homens nos processos de diálogo e troca.

Por conta deste intercâmbio é que argumentamos que a autogestão vem a ser o meio pelo qual poderemos ampliar as nossas capacidades e possibilidades. Valendo-se novamente do Relatório Mundial da UNESCO, destacamos a seguinte passagem:

“Num contexto multicultural, há quem tenha decidido adotar uma determinada forma de identidade, enquanto outros optaram por uma dualidade, e outros mais escolheram criar identidades híbridas para si próprios. (...) O desaparecimento das fronteiras marcado pela globalização proporcionou dessa forma o aparecimento de um espírito nômade que pode ser visto como o novo horizonte da experiência cultural contemporânea.” (UNESCO, 2009, p. 07)

Tal como defende SEN (2000), em sua obra “Desenvolvimento como Liberdade”, quando argumenta que o enfoque informacional de seu trabalho trata-se da privação de capacidades básicas, ao invés de eleger o baixo nível de renda como principal indicador para as análises econômicas, em prol do desenvolvimento de políticas públicas; sustentamos nosso argumento em princípios, e não em estratégias. Porém, reconhecemos que o emprego adequado de estratégias eficazes contribui com a conquista de objetivos de forma a potencializar a defesa dos princípios assumidos. Dentre os princípios norteadores da autogestão como meio pelo qual poderemos ampliar as capacidades e oportunidades dos músicos no Brasil, destacamos: liberdade, desenvolvimento humano, diversidade das expressões culturais, diálogo, e troca.

Tratando dos princípios mais pessoais assumidos pelo músico, é fato que o princípio motivacional que o impulsiona a exercer sua atividade figura subjugado a uma iminente contradição – entregar-se ao exercício da liberdade criadora ou produzir algo de valor concreto e financeiramente rentável. Em outras palavras, trafegar entre os universos da imaginação e da razão revela a necessidade de disciplina, domínio e auto-controle para que se possa equilibrar e conduzir seus processos produtivos. Desta maneira, concordamos que o modelo produtivo baseado estritamente na lógica racional revela-se perversamente anti-produtivo, limitante e incoerente com a natureza desta atividade criadora.

“A atividade do músico não se desenvolve em termos de uma busca de metas; num mundo alógico, inexprimível em conceitos, palavras ou números, ele não tenta chegar a parte alguma. Só joga o seu jogo. E por isso faz música.” (FREGTMAN, 1995 – PAG 75)

No entanto, o exercício da autogestão oferece vantagens para o desenvolvimento da carreira musical face ao dinamismo e às tecnologias disponíveis em nosso mundo globalizado e interconectado. Buscando tais vantagens, o músico deverá agregar novas habilidades para incorporar esta prática ao seu processo produtivo, com o objetivo de que as mesmas venham a capacitá-lo a estimular, equalizar, gerenciar, compartilhar e avaliar suas atividades e sentimentos; a partir do emprego de conhecimentos, ferramentas e técnicas destinadas ao planejamento, definição estratégica, execução, monitoramento, correção, e avaliação final, em prol do desenvolvimento de sua carreira artística e de seus processos produtivos. Neste setor, uma forma satisfatória de gerir sua própria carreira é definir ações e objetivos desmembrados em uma sequência temporal de projetos.

A seguir, abordaremos cada uma das técnicas e ferramentas citadas no parágrafo anterior.

- Planejamento: É um processo que envolve ao menos as etapas de planejamento, estimativa e previsão para determinado produto/serviço. Para isso precisamos deter o conhecimento técnico e específico sobre as formas de organização e produção, além das leis que regulamentam determinadas atividades produtivas. Neste processo objetivamos antecipar as ações e expectativas, bem como certificar que o resultado de nosso trabalho estará condizente com sua finalidade e atenderá ao público almejado. É no planejamento que visualizamos a viabilidade e a exequibilidade das propostas, desmembrando as informações em campos específicos e interconectados. De forma geral, o plano engloba: objetivos/metastas, justificativa, equipe de trabalho, fluxograma, cronograma, orçamento, estoque, dentre

outros.

- ▣ **Estratégia:** Também baseada em conhecimentos técnicos e específicos sobre as formas de organização e de produção, a estratégia é uma maneira de pensar que busca na análise de conjunturas, ou de cenários, os processos viáveis e exequíveis que propiciem com mais eficiência a conquista de nossos objetivos. Pensamos a estratégia inicial durante a etapa de planejamento e vamos avaliando sua eficácia ao longo da realização do projeto e após sua finalização.

- ▣ **Execução:** Realização das atividades previstas no planejamento, sempre baseando-se no plano de ação.

- ▣ **Monitoramento:** É o processo de medição e avaliação que ocorre periodicamente durante a execução das atividades previstas. Consiste em avaliar o andamento e a qualidade dos fluxos produtivos com base nos planos estipulados durante a etapa de planejamento. Para formar um comparativo satisfatório é necessário estabelecer os critérios balisadores com relação aos padrões produtivos. O próprio processo de monitoramento também é passível de atualizações periódicas.

- ▣ **Correção:** Após identificação de processos que não foram implementados satisfatoriamente conforme previsão feita durante a etapa de planejamento, pode ser necessário que os mesmos sejam submetidos à estratégias de correção. Tais correções podem ser de natureza temporal, logística, financeira, gerencial ou produtiva, e podem exigir a substituição de pessoal da equipe de produção ou de fornecedores.

- ▣ **Avaliação Final:** A compilação das informações obtidas durante todo o processo produtivo é feita durante a avaliação final. Nesta etapa geralmente elabora-se um relatório final que destaca os índices e resultados obtidos durante todo o curso da produção ou do serviço. Tal relatório deverá ser discutido pelos principais profissionais envolvidos, de forma que os mesmos avaliarão o cumprimento das metas/objetivos propostos e também o cumprimento das condições estabelecidas. A avaliação final é de suma importância para o desenvolvimento produtivo para ações futuras.

Durante as etapas do ciclo produtivo ou de construção da carreira musical, o artista poderá contar com serviços de assessoria especializada ou consultoria. Além disso, especificamente para os casos destinados à construção da carreira musical, o suporte oferecido pelo “coaching” é recomendável. Assim, a identidade do músico se confunde com a do empreendedor; salvo por um único detalhe: o músico carrega consigo, indissociavelmente, o seu principal ativo ao passo que o empreendedor detém apenas as habilidades acima descritas.

Deve-se ressaltar ainda que o músico precisa considerar os aspectos jurídicos e fiscais que regulamentam o exercício da sua profissão.

Acreditamos que associando as características do perfil autogestor à capacitação, o músico poderá conceber e desenvolver com mais propriedade, e como maior potencial econômico, a autogestão apoiada na inovação e no empreendedorismo. Neste processo a inovação é entendida não só pela capacidade de criar o novo, mas também pela apropriação de novidades tecnológicas recém-criadas que ainda não obtiveram amplo reconhecimento.

AUTOGESTÃO DE CARREIRA MUSICAL – OUTRAS PERSPECTIVAS

Através da pesquisa realizada para este estudo não foi identificado, no Brasil, o uso do termo “autogestão de carreira” no segmento da música. Porém, é possível constatar a existência de iniciativas voltadas para o empreendedorismo na música e para o desenvolvimento dos profissionais do setor. Por outro lado, a busca pelo termo “self-management” associado à música revela algumas iniciativas internacionais pioneiras e importantes. Abordaremos a seguir os casos mais relevantes.

Iniciaremos abordando o livro “*Música Ltda: o negócio da música para empreendedores*” escrito por Leonardo Salazar e publicado pelo SEBRAE/PE. É uma edição revista, ampliada e atualizada do trabalho final realizado pelo autor para o curso de especialização em Gestão de Negócios da Faculdade de Ciências da Administração de Pernambuco. Trata-se de um guia prático e objetivo que pretende disseminar aos músicos, profissionais e técnicos desta produtiva, além dos demais interessados, as informações e os aspectos relacionados à produção musical voltada para os empreendedores do setor.

O conteúdo do livro apresenta os principais processos práticos e burocráticos para a produção musical, de acordo com as regulamentações legais e praxes de mercado, além de oferecer informações pertinentes com relação às responsabilidades e funções desempenhadas pelos diferentes profissionais que compõe a cadeia produtiva e o mercado musical. Desta forma, o livro oferece conteúdo valioso para quem deseja empreender no segmento musical, sobretudo a partir de modelos de negócios consolidados pelos profissionais deste segmento.

Observamos que tanto os pontos de vista do autor de “Música LTDA” quanto os argumentos desta dissertação são consonantes sobre a limitação de oportunidades imposta pelo mercado da música, no entanto, o presente estudo defende a abordagem da autogestão de carreira musical como fator primário para o exercício do empreendedorismo e para a criação de oportunidades sustentáveis, desde que considerados os princípios e valores defendidos pela pessoa, pelo músico autogestor.

Neste contexto, recomendamos a obra de SALAZAR (2010) e entendemos que a mesma complementa-se com o objeto deste estudo. Porém, acreditamos ser importante abordar os pontos divergentes entre a obra de SALAZAR (2010) e a presente dissertação. Em primeiro lugar destacamos:

“O autor considera o negócio da música um gênero do qual fazem parte três espécies: o show business, a indústria fonográfica e a propriedade intelectual. O show business diz respeito à cadeia produtiva que gira em torno da apresentação musical e do artista. Já a indústria fonográfica envolve a comercialização do disco e dos produtos afins — vinil, DVD e formatos digitais. E a propriedade intelectual considera as licenças de uso e os direitos autorais, conexos e fonomecânicos.

Em outras palavras, existem resumidamente três formas de se ganhar dinheiro com música: receita com venda de serviços (shows), receita com venda de produtos (discos) e receita com exploração de direitos (royalties).” (SALAZAR, 2010)

O ponto de divergência com relação ao trecho exposto acima diz respeito ao que ele chama de modelo de negócios. O mesmo é baseado no formato capitalista de negócios, tradicional no ramo da música, que não atende nem abrange as demandas relacionadas à diversidade de estilos e gêneros musicais, nem as de padrões culturais, de comportamento e de consumo. Notamos, por exemplo, que o trabalho artístico de músicos ou de comunidades de expressão que ocupam as periferias dos grandes centros urbanos, ou as regiões mais distantes, geralmente não é suficiente para conquistar espaço nas mídias especializadas ou força política de modo a mobilizar um volume de recursos satisfatórios para o seu desenvolvimento.

Em paralelo ao modelo descrito, sobretudo com relação aos segmentos denominados “independentes”, “regionais”, “folclóricos” ou de “música autoral”, existem práticas de modelos de negócios que privilegiam a inovação e a capacidade produtiva dos profissionais do setor. Assim, consideramos que a reflexão e a discussão sobre como “extrapolar” ou “reinventar” os tradicionais meios de receita com a produção musical – a saber: a realização de shows, a venda de produtos (álbuns musicais) e o recolhimento de direitos – é oportuna para diferenciar o músico em um cenário de alta competitividade.

O segundo ponto com o qual enriquecemos nossa discussão é sobre as propostas de classificação da carreira do músico. SALAZAR (2010) propõe uma classificação em três estágios: amador, semiprofissional e profissional. No entanto, o autor salienta que não foram considerados em sua abordagem quaisquer aspectos de natureza estética, técnica ou moral, com exemplos para a formação acadêmica, a duração e o tempo de carreira ou a relevância artística.

Desta maneira, os estágios da classificação ficam definidos da seguinte forma:

“Amador

O músico amador exerce outra atividade econômica para se sustentar, sendo a música uma atividade “extra”, exercida sem remuneração ou com remuneração inconstante.

Semiprofissional

Além da música, o músico semiprofissional precisa de outra atividade remunerada para complementar suas receitas correntes, a fim de equilibrar o seu orçamento. Seu tempo é dividido entre a música e outra atividade.

Profissional

Neste estágio, o músico profissional vive da música, e a música é a sua principal fonte de renda, capaz de arcar com todos os custos pessoais e contribuir para o sustento da sua família. A música tem prioridade na sua agenda.” (SALAZAR, 2010)

Com base em nossa proposta sobre a autogestão de carreira musical acreditamos que esta classificação apresenta apenas a justificativa funcional sobre a carreira do músico, no que tange ao aspecto econômico. Assim, valores distintos que situam-se para além da questão financeira, pessoais e coletivos, aos quais este profissional cultiva e comunica através da produção e difusão de sua obra - tais como símbolos, elementos de inspiração, emoções, sua satisfação pessoal, sustentabilidade profissional, diálogo, troca, liberdade para criar, experimentação e vivência, por exemplo - permanecem subjugados por padrões de modelos de negócios pré-determinados. Defendemos que não deva existir qualquer limitação imposta ao desenvolvimento técnico, intelectual ou emocional do artista, tão pouco deve-se limitar os caminhos que levam o músico a “tangibilizar” e a difundir a sua obra, sob o risco de que o mesmo seja cerceado a produzir apenas o que possua previamente algum valor comercial; que não necessariamente detém um valor artístico, ou que traga os melhores benefícios para a sociedade ou para os consumidores deste conteúdo.

Num contexto global este risco ameaça a fruição de bens culturais de caráter diverso, desfavorecendo o diálogo intercultural entre pessoas, sociedades e nações. Vale recorrer novamente ao Relatório Mundial da UNESCO “*Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural*” (2009), destacando abaixo trecho que aborda a questão da diversidade em prol do diálogo intercultural e do desenvolvimento humano.

“A equação cultural que todas as sociedades multiculturais têm que resolver é a de tornar compatível o reconhecimento, a proteção e o respeito das características culturais próprias. Desse modo, a tensão entre as diferentes identidades pode converter-se em força propulsora da renovação da unidade nacional, baseada numa concepção da coesão social como integração da diversidade dos seus componentes culturais. (...) A promoção do diálogo intercultural conflui em grande medida com a abordagem de identidades múltiplas. Não deveria encarar-se o diálogo como uma perda do próprio, mas como algo que depende do conhecimento que temos de nós

mesmos e da nossa capacidade de passarmos de um conjunto de referências a um outro.” (UNESCO, 2009, p. 09/10)

Um movimento que parece estar bem alinhado com as diretrizes do trecho acima é o projeto Produção Cultural no Brasil <<http://www.producaocultural.org.br>>. Trata-se de um repositório que abrange o registro audiovisual de entrevistas com diferentes profissionais do setor cultural nacional, dentre produtores, gestores, investidores, mecenas, técnicos e artistas. Conforme consta na apresentação do projeto, destacamos:

“PRODUÇÃO CULTURAL NO BRASIL busca apontar trabalhos e conceitos desenvolvidos pelos mais variados profissionais atuantes no campo da Produção Cultural em nosso país, permitindo resgatar criticamente a experiência acumulada por esses entrevistados. Ao mesmo tempo, tal projeto busca refletir sobre os rumos da cultura e do setor cultural brasileiro, abrindo e ampliando o espaço para discussões e para o desenvolvimento de novas perspectivas e paradigmas. ”

Apesar de não ser uma iniciativa apenas associada à música ou diretamente ligada com o objeto do presente estudo, consideramos valioso citar este projeto pois possibilita que o músico autogestor tenha contato com outros conhecimentos, modelos e visões sobre o setor, e favorece o desenvolvimento da classe cultural como um todo. Assim, acreditamos que a partir desse contato o autogestor adquira maior domínio sobre assuntos interrelacionados à sua área de atuação e se torne um elo importante desta rede cultural.

Já BROCATO (2010) apresenta um trabalho voltado para artistas e grupos musicais iniciantes. Sua proposta intitulada “Manage Yourself” - gerencie a si mesmo - visa instrumentalizar os músicos com o conhecimento necessário para que estes conduzam a fase inicial da construção de suas carreiras e aumentem as possibilidades de sucesso no mercado. O autor argumenta que o músico não deve delegar a gestão profissional de seu trabalho durante a construção desta fase inicial, tendo em vista que é um momento no qual o artista ou grupo ainda não despertou o interesse e o comprometimento de outros prestadores de serviços da cadeia produtiva, dentre eles as gravadoras e agências publicitárias, por exemplo.

Este argumento é baseado na justificativa de que o músico iniciante não dispõe de valor de mercado suficiente para atrair a confiança destas empresas nem de assegurar o baixo risco para o investimento que elas oferecem. Além deste fato, o autor argumenta que o custo despendido para mobilizar um gerente, seja um empresário ou produtor, só se torna produtivo caso o trabalho

artístico movimente um fluxo financeiro razoável e possa mobilizar outros agentes desta cadeia. Segundo dados fornecidos no livro com relação ao mercado norte americano, o gerente retém de 15 a 20% do cachê bruto do artista. Desta forma, sob a ótica administrativa, se faz coerente a contenção de custos e otimização de recursos, uma vez que os músicos desta fase da carreira atuam com recursos limitados, e, assim, esta despesa poderá ser substituída para atender a outras demandas mais urgentes.

Neste contexto, estes artistas devem concentrar seus esforços e recursos para alcançar o estágio que o autor denomina “Artist Tipping Point” (ATP), momento no qual o valor comercial de seus trabalhos justificaria o investimento e comprometimento de agentes e empresas externas. O indicador apresentado para mensurar se o artista ou grupo musical alcançou o ATP é certificar se o mesmo reúne entre 75 a 100 expectadores assíduos (fãs) em cinco cidades onde realiza shows. O critério para definição das cidades é, contando a cidade-sede do grupo, eleger mais quatro cidades vizinhas ou próximas. Considerando que o trabalho artístico encontra-se em desenvolvimento inicial, as atividades demandadas que seriam despendidas pelo gerente, para esta função, poderão ser facilmente assumidas pelo próprio artista.

Dado o contexto, consideramos que o guia de BROCATO (2010) tem potencial para instrumentalizar músicos que atuam em diferentes estilos e segmentos culturais, não somente artistas que atuam no segmento “Rock”, salientado pelo autor. Além disso, é um documento que reforça nossa premissa de que as mudanças no mercado da música, conforme o modelo do capitalismo globalizado, convergem para a necessidade de o artista dominar a gestão de sua carreira e imprimir seu próprio modelo organizacional e produtivo. Porém, ao contrário do que defendemos, BROCATO não manifesta opinião sobre os benefícios que a adoção das ferramentas disponibilizadas pela internet e pelas tecnologias digitais possam propiciar para potencializar o trabalho autogestionário.

Assim como SALAZAR (2010), este autor não defende ou incentiva o uso de novas tecnologias e processos no desenvolvimento da carreira musical. Ambos se atém a transmitir o conhecimento relacionado ao funcionamento deste mercado como se dá.

Outros trabalhos que devemos destacar são as iniciativas de desenvolvedores de ferramentas virtuais destinadas a auxiliar o músico na gestão de suas atividades e de sua carreira. Identificamos a existência dos seguintes aplicativos: “Band Manager”, “Touchn”, “Indie Band Manager”, “Artist

Growth” e “Meu Cachê”. Podemos agrupar estes aplicativos em duas categorias, de acordo com as funcionalidades oferecidas em cada um deles. Os dois primeiros são ferramentas com funcionalidade mais simplificada, destinados apenas a organizar um registro dos shows realizados pelo artista/conjunto; em outras palavras, instrumentalizam o âmbito executivo da produção musical. Já o “Indie Band Manager” e o “Artist Growth” oferecem um conjunto de funcionalidades mais completo; são ferramentas que oferecem recursos gerenciais, para o planejamento composto por um conjunto de atividades integradas. Até o momento de finalização desta dissertação, o “Meu Cachê”, a única plataforma nacional dentre as pesquisadas encontra-se em desenvolvimento.

Segue abaixo a breve descrição sobre cada uma das ferramentas citadas.

- ▣ Band Manager: Aplicativo para IOS (Apple Inc.) de baixa complexidade operacional, que registra dados, receitas e despesas de cada apresentação musical realizada, além de divulgar a agenda de shows no site ReverbNation <www.reverbnation.com>. Permitir anotações e o envio de e-mails com o conteúdo registrado;
- ▣ Tournch: Também desenvolvido para IOS (Apple Inc.) possui características similares ao “Band Manager”, porém permite a inserção de dados mais detalhados. Este aplicativo permite ainda que se documente as notícias publicadas sobre cada apresentação;
- ▣ Indie Band Manager: Possui “layout” voltado para a linguagem contábil e está disponível para os sistemas operacionais do Windows e do Macintosh. Este aplicativo oferece funcionalidade completa e permite o monitoramento preciso de operações logísticas e fluxos operacionais. Nele, pode-se concentrar informações sobre contatos de clientes e fornecedores, controle de estoque, contratos, reservas, inventários, gerenciamento de equipes e atividades, documentação de notícias e listas de obras. É uma ferramenta ideal quando se tem mais de uma pessoa supervisionando o negócio, pois permite a centralização das informações;
- ▣ Artist Growth: Com perfil mais intuitivo, esta é a única plataforma hospedada num servidor externo. Está disponível mediante assinatura mensal e oferece funcionalidade similar ao “Indie Band Manager”. Dentre as ferramentas oferecidas pela plataforma, destacam-se a compilação de gráficos para monitorar o desenvolvimento da carreira e a possibilidade de

arrecadação dos direitos autorais. Porém, o serviço de arrecadação é configurado conforme as regras da legislação norte-americana. Outra vantagem é que qualquer dos membros do conjunto musical poderá acessar, atualizar ou apenas visualizar qualquer das informações e dados do perfil do conjunto em tempo real.

Também vamos abordar outro aplicativo. Trata-se de um “game” desenvolvido para IOS (Apple Inc.) intitulado “Indie Music Manager”. O único jogo identificado que aborda a temática da gestão musical, porém, em formato de agenciamento de artistas.

Há dois objetivos claros que justificam a criação deste jogo. O primeiro está relacionado ao entretenimento do usuário e o segundo visa atender objetivos comerciais associados ao uso do aplicativo. Assim, o usuário do “game” assume o papel de um produtor musical que tem a missão de agenciar artistas e promover sua produção. Para isso, ele terá que gerenciar recursos e equipamentos; contratar estúdios, agências publicitárias e técnicos; promover shows e gravações dos artistas-personagens; e formar fãs do artista ou banda. Por outro lado, o aplicativo trabalha um novo canal de divulgação de produtos musicais ao difundir o conteúdo de músicos reais, e tornando-os os próprios personagens que serão agenciados pelo usuário. Esta é uma estratégia potencial para abrir novos mercados para um segmento de artistas vinculados ao “game”.

ASPECTOS DETERMINANTES SOBRE A PRÁTICA DA AUTOGESTÃO DE CARREIRA MUSICAL NO BRASIL

Procurando identificar quaisquer aspectos que possam inviabilizar ou restringir a prática da autogestão de carreira musical fizemos um levantamento com relação à regulamentação desta profissão através de consultas nas bases de dados relacionadas à legislação trabalhista e tributação, bem como às modalidades jurídicas cabíveis para o profissional da música, no Brasil, em âmbito da esfera federal.

Com isso, abordamos não só os aspectos que possam regulamentar a atividade profissional do músico, mas abordamos também as questões legais a fim de fornecer, de maneira satisfatória, o conhecimento necessário para a prática da atividade musical de forma a beneficiar a máxima expressão criativa do artista.

Na esfera jurídica analisamos as seguintes leis: Lei 3.857, de 22 de dezembro de 1960, que regulamenta a profissão do músico no Brasil e institui a Ordem dos Músicos; a Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002, que institui o Código Civil brasileiro; e a Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, que atualiza e consolida a legislação sobre os direitos autorais.

Com base na primeira lei, a Lei 3.857, identificamos uma decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) que por unanimidade dos votos desproveu o Recurso Extraordinário (RE) 414426, entendendo que a atividade do músico não depende de registro ou licença para ser praticada. Essa decisão publicada em 01 de agosto de 2011 possui força de lei e é válida para todo o território nacional. Assim, o exercício da profissão não está submetido ou subjugado a nenhum registro ou vinculação prévios em sindicatos ou na Ordem dos Músicos (OMB).

Com relação à prática da autogestão na produção musical nenhuma das três legislações estudadas dispõe sobre qualquer regulamentação ou impedimento ao modo como o músico administra a sua carreira. O leitor poderá acessar a íntegra da análise sobre as leis estudadas nos anexos I, III e IV que aborda tópicos importantes para o exercício da profissão. Incluímos também a publicação do STF como ANEXO II nesta pesquisa. Contudo, ressaltamos que o conteúdo apresentado nesta pesquisa não substitui a legislação em vigor.

CREATIVE COMMONS

É importante para este estudo que abordemos também a licença Creative Commons. O Creative Commons é uma organização não-governamental, sem fins lucrativos, fundada em 2001 por Lawrence Lessig, Hal Abelson e Eric Eldred. A organização foi criada com o objetivo de ampliar o compartilhamento de obras criativas, dentre textos, músicas, imagens, filmes e outros, com menos restrições do que as atuais leis destinadas a reservar os direitos de autor.

Desta maneira, o Creative Commons disponibiliza um modelo padronizado de declarações que permite aos autores ou detentores de direitos sobre estes conteúdos abdicar de alguns direitos em prol de um acesso público menos restrito. Os autores ou detentores que utilizam estas licenças tem uma gama de opções que vão desde uma abdicação quase total de seus direitos patrimoniais até classificações mais restritivas. Conforme o site da organização, as seis classificações do Creative Commons são:

- ▣ *Atribuição (by): “Esta licença permite que outros distribuam, remixem, adaptem ou criem obras derivadas, mesmo que para uso com fins comerciais, contanto que seja dado crédito pela criação original. Esta é a licença menos restritiva de todas as oferecidas, em termos de quais usos outras pessoas podem fazer de sua obra.”*
- ▣ *Atribuição – Compartilhamento pela mesma licença (by-sa): “Esta licença permite que outros remixem, adaptem, e criem obras derivadas ainda que para fins comerciais, contanto que o crédito seja atribuído ao autor e que essas obras sejam licenciadas sob os mesmos termos. Esta licença é geralmente comparada a licenças de software livre. Todas as obras derivadas devem ser licenciadas sob os mesmos termos desta. Dessa forma, as obras derivadas também poderão ser usadas para fins comerciais.”*
- ▣ *Atribuição – Não a obras derivadas (by-nd): “Esta licença permite a redistribuição e o uso para fins comerciais e não comerciais, contanto que a obra seja redistribuída sem modificações e completa, e que os créditos sejam atribuídos ao autor.”*
- ▣ *Atribuição – Uso não comercial (by-nc): “Esta licença permite que outros remixem, adaptem, e criem obras derivadas sobre a obra licenciada, sendo vedado o uso com fins*

comerciais. As novas obras devem conter menção ao autor nos créditos e também não podem ser usadas com fins comerciais, porém as obras derivadas não precisam ser licenciadas sob os mesmos termos desta licença.”

- ☐ *Atribuição – Uso não comercial – Compartilhamento pela mesma licença (by-nc-sa): “Esta licença permite que outros remixem, adaptem e criem obras derivadas sobre a obra original, desde que com fins não comerciais e contanto que atribuam crédito ao autor e licenciem as novas criações sob os mesmos parâmetros. Outros podem fazer o download ou redistribuir a obra da mesma forma que na licença anterior, mas eles também podem traduzir, fazer remixes e elaborar novas histórias com base na obra original. Toda nova obra feita a partir desta deverá ser licenciada com a mesma licença, de modo que qualquer obra derivada, por natureza, não poderá ser usada para fins comerciais.”*

- ☐ *Atribuição – Uso não comercial – Não a obras derivadas (by-nc-nd): “Esta licença é a mais restritiva dentre as nossas seis licenças principais, permitindo redistribuição. Ela é comumente chamada “propaganda grátis” pois permite que outros façam download das obras licenciadas e as compartilhem, contanto que mencionem o autor, mas sem poder modificar a obra de nenhuma forma, nem utilizá-la para fins comerciais.”*

ASPECTOS TRIBUTÁRIOS

Com base nas prerrogativas da legislação brasileira, toda atividade produtiva está vinculada a uma ou mais formas de tributação. Para efeitos deste estudo nós vamos nos ater às modalidades de tributação que estão subordinadas à principal profissão do músico, a própria produção musical.

Na consulta à base de dados da Comissão Nacional de Classificação, vasculhamos a CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas e identificamos que o padrão hierárquico da classificação das atividades econômicas de músicos estão relacionadas à seção “R”, divisão “90”, grupo “900”, classe “9001-9” e sub-classe “9001-9/02” - Produção Musical. Tal informação refere-se às atividades criativas, artísticas e de espetáculos destinadas à *“produção e promoção de bandas, grupos musicais, orquestras e outras companhias musicais, de concertos e óperas”*.

A CNAE é o instrumento utilizado para padronização nacional dos códigos de atividades econômicas e dos critérios de enquadramento utilizados pelos diversos órgãos da Administração Tributária do nosso país. Trata-se de um detalhamento aplicado a todos os agentes econômicos que estão engajados na produção de bens e serviços, pois compreende estabelecimentos de empresas privadas ou públicas, estabelecimentos agrícolas, organismos públicos e privados, instituições sem fins lucrativos e agentes autônomos (pessoa física). Sua implementação envolve três esferas do governo, mantendo-se sob a coordenação da Secretaria da Receita Federal e orientação técnica do IBGE, com representantes da União, dos Estados e dos Municípios.

Com relação a este instrumento não identificamos qualquer impedimento ou restrição à prática da autogestão na produção musical.

Ressaltamos que trata-se de um sistema criado para regulamentar toda e qualquer atividade produtiva, em âmbito nacional. Assim, seja qual for a opção estratégica do músico autogestor, com relação à sua personalidade jurídica, dentre a formação de sociedades empresárias, empresa individual de responsabilidade limitada, organização sem fins lucrativos, ou trabalho autônomo, sua atividade estará classificada por este sistema.

Com relação ao CNAE, há uma vantagem fiscal para empresas que tem em seu objeto social a

atividade de “produção musical”. O governo criou o Simples Nacional, que trata-se de um regime tributário diferenciado, simplificado e favorecido; regido pela Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006. Assim, as empresas optantes pelo Simples poderão beneficiar-se com alíquotas reduzidas, variando entre a faixa de 06 a 17,42%, conforme o caso.

O ingresso no Simples Nacional exige as seguintes condições:

- ▣ Enquadrar-se na definição de microempresa ou empresa de pequeno porte;
- ▣ Cumprir os requisitos previsto na legislação;
- ▣ Formalizar a opção pelo Simples Nacional.

Outro instrumento relevante é o Microempreendedor Individual (MEI). O MEI foi criado para facilitar a formalização de uma grande parcela de trabalhadores que desejam fomentar as suas próprias atividades econômicas. Dentre as vantagens oferecidas para quem adere ao MEI está o registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), e as obrigações fiscais a baixo custo. Essa modalidade de empreendimento foi criada para incentivar a formalização de grande parcela da população, incluindo os profissionais que operavam à margem da formalidade.

As principais restrições para o profissional que opta pelo MEI são não ter participação em outra empresa como titular ou sócio, e ter faturamento anual máximo de R\$ 60.000,00.

Conforme a lista de atividades permitidas, o músico pode cadastrar-se como “cantor/músico independente”. Porém, as atividades estipuladas pelo MEI configuram prestação de serviços e não necessariamente a construção de uma carreira artística. Mas, de toda forma, o MEI poderá ser a porta de entrada para artistas que desejam consolidar as suas pretensões profissionais.

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

As transformações ocorridas no mercado da música advindas com a popularização da internet e a democratização do acesso às tecnologias digitais - para compartilhamento de arquivos inclusive - tem sido objeto de constante discussão entre estudiosos e profissionais do setor. Muitos dos trabalhos acadêmicos dedicados ao tema abordam a crise da indústria fonográfica, fato desencadeado na década de 1990 que teve como principal consequência a ruptura do padrão de mercado dominado pelas grandes empresas transnacionais, as chamadas *majors*. Tal ruptura não só estabeleceu limites a estas empresas como também renovou as esperanças para que os músicos, artistas e demais interessados pudessem desenvolver suas atividades de forma alternativa.

Este é um panorama atual da popularização das tecnologia digitais e de comunicação no mercado da música. Estamos num momento de revolução e redescobrimto. No entanto, é apenas o início de uma mudança na qual ainda não sabemos como vai terminar.

No Brasil, foi de iniciativa do governo federal instituir uma legislação de salvaguarda e incentivo que visava a regulamentação do setor para tentar contornar as distorções provocadas pelas práticas de mercado. No entanto, o que teve início com a Lei 7.505 de 02 de julho de 1986, Lei Sarney, que tratava de benefícios fiscais no imposto de renda concedidos a operações de caráter cultural ou artístico, e que posteriormente foi restabelecida pela Lei nº 8.313 de 23 de dezembro de 1991, Lei Federal de Incentivo à Cultura, não atende adequadamente à demanda dos artistas de todo o país dada a quantidade projetos que necessitam de apoio.

Nas palavras do ex-ministro da cultura, Juca Ferreira, os dados sobre a eficácia da Lei Rouanet em 2009 eram os seguintes:

“(...) a lei federal de incentivo à cultura reflete uma realidade altamente concentradora e excludente: seja por região (cerca de 80% dos recursos são destinados à Região Sudeste); por segmento cultural (apenas seis setores têm direito ao patrocínio integral do projeto, como artes cênicas e patrimônio); por proponente (cerca de 50% dos recursos estão concentrados em apenas 3% dos autores de projetos); ou por natureza da ação (apesar de representarem apenas 8% do total de projetos apoiados, as grandes produções hoje recebem mais da metade do total de investimentos realizados: uma média de R\$ 3 milhões por projeto). São dados que evidenciam uma realidade que precisa ser superada.” (FERREIRA, 2009)

Além da legislação federal os Estados e Municípios nacionais também vem formulando e aprimorando seus mecanismos de incentivo à cultura. Porém, notamos que a disputa por espaço entre músicos locais e artistas de renome vem se intensificando, por causas atribuídas à crise da indústria fonográfica. Desta maneira, ainda que o cenário atual mostre-se mais promissor do que em tempos passados defendemos que a base para importantes transformações sociais e econômicas no país deva partir da iniciativa dos próprios músicos, uma vez que os caminhos criados pelo poder público e pela iniciativa privada, ainda que importantes, são caracteristicamente excludentes.

Essa opinião também é defendida pelos próprios músicos. Há a percepção de que as políticas para salvaguarda e fomento cultural agem como inibidores para o desenvolvimento dos negócios nesta área. Em entrevista ao site Cultura e Mercado, publicada em 15/05/2012, sob o título “Patrocínio não é a solução”, o pianista e compositor Benjamim Taubkin afirma: “*Às vezes eu acho que o patrocínio é um cala a boca: toma aí e vai viver sua vidinha, e não vamos discutir cultura seriamente*”, e, na entrevista publicada em 12/12/2013, sob o título “Como viver de música?” observa: “*Está se formando um grupo de artistas que se preocupa mais com a própria autonomia e que percebe que visar o edital como única alternativa vai trazer problemas a longo prazo.*”

Por outro lado, segundo o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil (FIRJAN, 2012) dos quatorze segmento da Indústria Criativa a música é o que apresenta o menor número de empresas formais, contabilizando cerca de 8,4 mil empreendimentos. É um segmento que ainda opera na informalidade.

Um fato que parece corroborar com o questionamento sobre a eficácia do poder público como agente regulador do fomento e incentivo cultural é explicitado pelo músico pernambucano Siba Veloso (TAUBKIN, 2011). Para Siba o excesso de controle e burocracia impostos à realização dos projetos fomentados com recursos públicos é um fator limitante.

“Para mim, em alguns momentos foi importante, e ainda é, o diálogo com o poder público. Acho que é importante que ele esteja presente, que ele proponha coisas e tal. Mas muitas vezes me parece que o excesso de presença limita. Limita a possibilidade de outros riscos, de fazer força em outras situações, de conquistar outras coisas.”
(TAUBKIN, 2011)

Kiko Dinucci também defende uma opinião contrária aos programas públicos de fomento à cultura.

Em entrevista para o site Cultura e Mercado, publicada em 12/12/2013, no artigo “Como viver de música?”, ele argumenta: *“Já vi várias pessoas se afundarem por esperarem sempre por esse dinheiro, como se fosse um vício vital, sofrendo em meio a jogos políticos para chegarem ao dinheiro. Creio que cada artista deve inventar o melhor jeito de se bancar. Os incentivos ajudam muito, mas não podem ser a única alternativa, isso mata a arte.”*

Já Taubkin argumenta que o setor necessita de um programa de financiamento coerente, com juros baixos, para estimular a autonomia do produtor cultural ao invés da dependência imposta pelos mecanismos de patrocínio.

De fato, parece que a excessiva burocratização das ferramentas públicas de incentivo à cultura não atende de forma eficaz à diversidade de expressões cultivadas em nosso país. Só na música, a rede de expressões associadas a esta palavra compreende uma infinidade de linguagens de caráter estético e simbólico, que incidem por todo o território nacional. Dessa rede são poucos os estilos musicais que carregam forte apelo comercial e compõe um eixo que valoriza sobretudo o retorno de investimento em curto prazo. A grande maioria dos músicos, em especial os motivados a difundirem as expressões e linguagens regionais, de cunho cultural ou experimental, não gozam do acesso ao eixo mais rentável sob alegação de que seus produtos não possuem apelo comercial.

Podemos analisar o contexto também sob o ponto de vista do mercado potencial, o que pode absorver produtos e serviços culturais. O que notamos é que parece haver um esforço para a maior valorização dos profissionais da música oriundos de uma educação formal, porém esta tendência está atrelada a fatores externos e segue num rumo oposto à banalização imposta pelo capitalismo global. É perceptível que a educação formal não é um fator decisivo para que os músicos conquistem uma melhor remuneração, ou mesmo a sustentabilidade de suas carreiras. E, levando em consideração as distinções que compõe a diversidade de expressões artísticas, entendemos que o caminho de formação do músico deve realmente ser trilhado sem qualquer imposição formal.

No entanto, percebemos que há uma dificuldade para o artista conceber e difundir seu conteúdo musical em formato de produto ou serviço – sobretudo o artista independente, que caminha à margem dos segmentos comerciais mais lucrativos no mercado -, e, por conta da natureza original deste produto/serviço mobiliza recursos e investimentos com baixas garantias sobre os riscos do negócio. Vamos entender essa dificuldade considerando diferentes características interrelacionadas.

Primeiro, há uma pressão do mercado no mundo globalizado para engolir os formatos de produtos e serviços que são dispendiosos demais para se sustentarem, seja em qualquer setor produtivo.

O trabalho artístico do músico autoral é um trabalho com características artesanais. Quanto mais específico e distinto for o produto gerado por seu empenho intelectual, técnico ou emocional, mais ele se afastará dos segmentos e estilos comercialmente consolidados. Em outras palavras, os segmentos consolidados são os segmentos de mercado que chegaram em um patamar de relativa estabilidade acerca de seus padrões de consumo. E mesmo nos segmentos mais estáveis não há espaço para inclusão de novos entrantes, o tamanho deste mercado é limitado e está subordinado à capacidade de absorção de toda a sua cadeia produtiva, o que inclui as redes de distribuição e a divulgação pelos segmentos especializados das mídias dominantes.

Ainda no tocante às considerações sobre o mercado, no Brasil, sob outro ponto de vista, notamos a distinção entre a música de procedência cultural, vinculada à identidade dos diferentes grupos sociais nacionais, com características regionais e detentora de rica diversidade, e a música de entretenimento. A música de entretenimento é destinada a entreter e divertir as massas sociais e, sobretudo, ditar-lhes tendências de padrões comportamentais e de consumo. Suas características estéticas seguem soluções musicais com efeitos cognitivos e emocionais que são comprovadamente aceitas pelo público, de forma a garantir o retorno dos investimentos financeiros mobilizados. Na música de entretenimento não se incluem os artistas e os músicos autorais.

Em segundo lugar, diretamente associado ao primeiro fator está a questão dos custos transacionais das grandes empresas e a cultura disseminada nos ambientes corporativos. Abordamos este questionamento uma vez que, no Brasil, ainda são as grandes empresas estatais as principais patrocinadoras da cultura, pois fomentam a grande produção artística do país. Segundo dados disponibilizados pela revista Marketing Cultural On-Line, dos dez principais grupos empresariais que investiram em cultura no ano de 2009, seis eram constituídos por empresas estatais.

À primeira vista, essas questões parecem não oferecer qualquer impacto aos segmentos culturais. Porém, se pensarmos que toda empresa ou organização, privada ou da administração pública, dispense a maior parte de seus recursos (tempo, atenção ou dinheiro) para garantir a supervisão gerencial de suas atividades e gerir o esforço de seus funcionários entenderemos que a dimensão organizacional também tende a desprezar os formatos de produtos e serviços que fogem aos seus objetivos principais.

“Em razão dos custos transacionais, algumas fontes de valor são caras demais para serem proveitosas. Em consequência, nenhuma instituição pode concentrar todas as suas energias no cumprimento de sua missão; precisa despende um esforço considerável para manter a disciplina e a estrutura, apenas para continuar sendo viável. A autopreservação da instituição torna-se a tarefa número um, ao passo que seu objetivo anunciado é rebaixado à posição número dois ou ainda menor, independentemente do que diga a declaração de propósitos. Os problemas inerentes à administração desses custos estão entre as restrições básicas que moldam todo tipo de instituições.” (SHIRKY, 2012)

Assim, os produtores de um bem que é abundantemente compartilhado via web não conseguem estabelecer um volume de negociações favoráveis com organizações potencialmente destinadas a fomentar o desenvolvimento e a diversidade culturais. Nos termos do Artigo 18 da Lei 8.131, de 23 de dezembro de 1991, institui-se que “*a União facultará às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, tanto no apoio direto a projetos culturais apresentados por pessoas físicas ou por pessoas jurídicas de natureza cultural, como através de contribuições ao FNC (Fundo Nacional de Cultura)*”.

Em terceiro lugar destacamos a natureza complexa da profissão partindo da afirmação feita por Shirky (2012).

“A maioria das profissões existe porque há um recurso escasso que requer administração constante: bibliotecários são responsáveis pela organização de livros nas estantes, executivos de jornal são responsáveis pela decisão do que deve sair na primeira página. Nesses casos, a própria escassez do recurso cria a necessidade de uma classe profissional – há poucos bibliotecários, mas muitos leitores, há poucos canais, mas muitos espectadores. Os profissionais tornam-se porteiros: ao mesmo tempo fornecendo e controlando acesso a informação, entretenimento, comunicação ou outros bens efêmeros.” (SHIRKY, 2012)

A profissão de músico é uma exceção. Ela atende parcialmente ao modelo exposto acima uma vez que engloba outras classes de profissionais para compôr a sua cadeia produtiva. Porém, a principal motivação deste profissional não é atender a uma demanda de mercado. O músico trabalha sobretudo para atender a “*sua necessidade orgânica e pessoal*”, usando as palavras do maestro Radamés Ganattali. Assim, migrar de área à procura de mais oportunidades não se revela uma opção satisfatória.

Como vimos, a matéria-prima de seu trabalho é a imaginação, “*uma propriedade fundamental de todos os seres vivos*” (CAPRA, 2002).

Sob outro ponto de vista, levantamos a seguinte hipótese. Se considerarmos o baixo investimento para que o músico exerça sua profissão, em comparação com o investimento necessário para a realização de qualquer outro empreendimento que mobilize recursos materiais, é provável que o número de músicos, independentemente da sua especialização estética ou técnica, tenha crescido em maior proporção do que a própria demanda por música no mercado. Este dado corrobora para que haja maior competição entre os profissionais do setor.

Além disso, outro fator que está diretamente relacionado à profissão do músico é a legislação de proteção aos direitos do autor. Há divergências de opiniões com relação aos procedimentos de cobrança e repasse de direitos de exibição e representação de obras musicais. Em alguns casos, a arrecadação de direitos não obedece à norma de repasse para os autores que tiveram suas obras executadas ou representadas. Os recursos arrecadados são distribuídos conforme critérios que beneficiam artistas e grupos musicais que lideram um “ranking” comercial de obras mais ouvidas. Muitas vezes, estes beneficiados nem sequer tiveram suas obras executadas.

Assim, defendemos que ao músico compete desenvolver sua percepção de mercado com base em argumentos construídos a partir de diferentes pontos de vista, em sua maioria diretamente vinculados ao desenvolvimento da produção musical, no Brasil e no exterior. O desenvolvimento desta percepção poderá ajudar a minimizar seus riscos e apreensões, pois logo trata-se de um recurso com grande propensão estratégica. Para a formação desta percepção, o músico deverá lidar com diferentes referências e gerenciar seu conhecimento na busca de informações com seus pares, com outros profissionais desta cadeia, com o público e com estudiosos que se dedicam ao assunto.

Por outro lado, assim como vem acontecendo com outros setores produtivos, a popularização da internet e das tecnologias digitais possibilitou uma revolução no padrão comportamental das pessoas e na forma com a qual as mesmas consomem música. Podemos notar que a situação de desequilíbrio econômico gerada pela mudança dos padrões de reprodutibilidade neste setor não é um fenômeno recente, assim como afirma BARRETO (2009), mas vem modificando radicalmente todo o mercado da música. Observamos que tal desequilíbrio já ocorreu em casos como os do gramofone, do long play, do extended play, do CD, do digital audio tape, do cassete compacto digital e do minidisc. Segundo a autora:

“A diferença maior do atual ciclo para os outros é que o suporte precedente não foi substituído. Aquele que veio depois, ou seja, a música digital, não se estabeleceu como standard, e se desenvolve em paralelo ao que existe. A relação música gravada/suporte de reprodução, se dá num novo ambiente, onde se enfrentam as indústrias de conteúdo - até bem pouco tempo nacionais, conhecidas por sua tradição, seus direitos de propriedade intelectual, sua fragilidade intrínseca - e as indústrias digitais, internacionalizadas e apoiadas em características econômicas diferentes.”
(BARRETO, 2009)

Desta maneira notamos que, pela primeira vez, o monopólio instituído pelas majors encontra-se iminentemente ameaçado pelo acesso irrestrito que a internet e os novos suportes vem proporcionando aos consumidores de conteúdo musical. Em outras palavras, quebraram-se as barreiras que limitavam e suprimiam a construção de uma relação direta entre o artistas e o seu público.

Os problemas enfrentados pelas gravadoras foram inicialmente causados com a propagação da pirataria, ou seja, da venda de cópias ilegais de CD's. Mas logo a disponibilização e a troca irrestrita entre usuários da internet tornou-se também uma ameaça latente. Essa onda de consumo dito “ilegal” impactou no volume de vendas das lojas físicas especializadas em venda de conteúdo musical. Muitos empresários do ramo encerraram seus negócios por não conseguirem arcar com os custos de seus empreendimentos. Em contrapartida, gradualmente, o volume de novos estúdios e salas técnicas destinadas à produção musical foram aumentando.

Para FLUSSER (2007) estamos vivendo um momento de revolução na comunicação que vem gerando mudanças no significado geral do mundo e da vida. O autor destaca em sua obra, *O Mundo Codificado*, conceitos de importante relevância que caracterizam as mudanças culturais, políticas e econômicas desencadeadas por tal revolução.

Por se tratar de uma revolução no âmbito da comunicação, faz-se necessário entender inicialmente a digressão proposta pelo autor para os códigos comunicacionais.

“(…) um código é um sistema de símbolos. Seu objetivo é possibilitar a comunicação entre os homens. Como os símbolos são fenômenos que substituem (“significam”) outros fenômenos, a comunicação é, portanto, uma substituição: ela substitui a vivência daquilo a que se refere. Os homens têm de se entender mutuamente por meio dos códigos, pois perderam o contato direto com o significado dos símbolos. O

homem é um animal “alienado” e vê-se obrigado a criar símbolos e a ordená-los em códigos, caso queira transpor o abismo que há entre ele e o “mundo”. Ele precisa “mediar”, precisa dar um sentido ao “mundo”.” (FLUSSER, 2007 – PAG 130)

Em outras palavras, este trecho refere-se à incapacidade do homem em viver em um mundo externo ao âmbito do pensamento conceitual, linear racional. Não por acaso, Flusser toma como exemplo a dialética do universo das imagens, afirmando que “*a escrita, a consciência histórica e o pensamento linear racional foram inventados para salvar a espécie humana das “ideologias”, da imaginação alucinatória.*” Enxergamos nas palavras deste autor o que parece ser a origem profunda para o surgimento das ciências econômicas, da segregação social e da divisão do trabalho, por exemplo.

“A invenção da tipografia reduziu os custos dos manuscritos e possibilitou a uma burguesia em ascensão se inserir na consciência histórica da elite. E a Revolução Industrial, que arrancou a população “pagã” das pequenas aldeias, de sua existência mágica, para concentrá-la como massa em volta das máquinas, programou essa massa com códigos lineares, graças à imprensa e à escola primária.” (FLUSSER, 2007 – PAG 134)

No entanto, é somente através da leitura de superfícies que podemos estabelecer relações reversíveis entre os elementos da imagem.

“Essa reversibilidade das relações que prevalecem dentro da imagem caracteriza o mundo para aqueles que as usam para seu entendimento, para aqueles que “imaginam” o mundo. Para essas pessoas, todas as coisas se relacionam entre si de maneira reversível e o seu universo é estruturado pelo “eterno retorno”.” (FLUSSER, 2007 – PAG 141)

Ao passo que o pensamento linear racional impõe a existência de uma consciência histórica.

“Aqueles que usam os textos para entender o mundo, aqueles que o “concebem”, dão significado a um mundo com uma estrutura linear. Tudo aí procede de alguma coisa, o tempo transcorre irreversivelmente do passado para o futuro, cada instante perdido está perdido para sempre, e não há repetição.” (FLUSSER, 2007 – PAG 141)

Fregtman (1995) também atribui à imagem um papel central para a teia de relações estabelecidas entre as pessoas, e destaca a importância da imaginação criadora para o músico.

“A consciência do artista não se retira do real – no sentido de perder-se em sonhos, ilusões ou divagações -, mas recorre ao exercício real e positivo da sua liberdade criadora. Cassirer, Langer, Collingwood e Sartre observam que a consciência, a inteligência e a linguagem não tem início com os conceitos, mas com as imagens. A linguagem procura exprimir em símbolos um conhecimento do real, o que é, mas a imaginação criadora que impulsiona uma música não nos fala do que é; mas do que começa a ser a partir do seu aparecimento.” (FREGTMAN, 1995 – PAG 73)

Flusser argumenta que os efeitos ainda desconhecidos dessa revolução estão transformando a noção entre espaço público e espaço privado.

“Trata-se, na verdade, de uma revolução cultural, e não apenas de uma nova técnica. Quando, por exemplo, o receptor não precisa distanciar-se de seu espaço privado para ser informado, isso quer dizer que o espaço público (a política) se tornou superficial.” (FLUSSER, 2007 – PAG 153)

Desta maneira, observamos que a informação deixou de ser transmitida no padrão de emissor/receptor, o padrão “um para um”, e agora é estabelecida no padrão de “muitos para muitos”, permitindo conexões e trocas em “vias de mão dupla” entre grupos de pessoas, livremente. E é exatamente esse novo padrão que está causando toda a mudança na conjuntura atual.

Podemos notar que FLUSSER enxerga nos padrões históricos de comunicação a explicação sobre os padrões comportamentais das pessoas durante estes períodos. É possível afirmar que essa revolução traz consigo, potencialmente, a proposta de mudanças em nosso padrão organizacional, o qual impactará em todos os setores da sociedade.

No entanto, devemos destacar duas características importantes para o universo da música no ambiente virtual. Em primeiro lugar, destacamos um argumento de SHIRKY (2012):

“O mundo real nos fornece muitas maneiras de manter expressões públicas, privadas e secretas separadas umas das outras, a começar pelo fato de que, até pouco tempo atrás, os grupos estavam quase totalmente limitados a se encontrar no mundo real, e as coisas que dizemos no mundo real só são ouvidas pelas pessoas com quem falamos, e apenas enquanto lhes falamos. Na internet, em contraposição, o modo usual para muitas formas de comunicação é instantâneo, global e quase permanente. Nesse mundo, o registro privado fica em desvantagem – para nós que crescemos com uma forte distinção entre mídia de comunicação e de transmissão, é difícil ver algo postado em um blog como pertencendo a um registro privado, mesmo quando o conteúdo é obviamente uma piada interna ou um mexerico banal, porque, se algo está

ao nosso alcance, supomos que deve ter sido escrito para nós.” (SHIRKY, 2012 – PAG 78)

Em segundo lugar, observamos que as informações que fluem no universo virtual estão quase sempre associadas à imagem. O apelo visual no ambiente digital parece ser imperativo para tornar determinado conteúdo convincente e formar uma percepção satisfatória de qualidade. Por outro lado, o poder da imagem, quando associada ao texto, formando mensagens de cunho informativo e incitativo, e fazendo o uso de códigos e símbolos, é capaz de conduzir e influenciar o comportamento e as escolhas do espectador.

ESTUDOS DE CASOS

Com o objetivo de tornar o resultado das entrevistas qualitativamente mais rico e proveitoso estabelecemos alguns critérios para a seleção de artistas/grupos que compõe este capítulo. No entanto, para definir as quatro personalidades participantes, obedecendo os critérios estipulados, passamos por um processo que envolveu também o contato com outros artistas e grupo musicais nacionais.

Foram utilizados como critérios para a definição dos artistas entrevistados:

- Privilegiar a distinção entre estilos musicais, valorizando a diversidade cultural;
- Privilegiar a distinção entre origens geográficas, abrangendo diferentes regiões;
- Privilegiar a distinção entre faixas etárias, abordando diferentes gerações;
- O(a) artista deve ter disponibilidade para participar da pesquisa.

Com isso, as entrevistas dos estudos de casos terão como foco a análise das trajetórias artísticas e profissionais dos músicos participantes, sob a ótica da autogestão de carreira.

CONSUELO DE PAULA

Poetisa, cantora, compositora, diretora artística e produtora musical, Consuelo de Paula construiu uma obra auto-referente em forma e conteúdo. Tal como figura em sua própria página na internet:

“Sua expressão artística é marcada por profunda coerência, sensibilidade e dedicação aos elementos da cultura musical brasileira, com tudo o que ela tem de particular e de universal, de modo a sempre nos colocar diante de algo novo, inusitado e surpreendente, sempre a nos mostrar onde mora o Brasil.”

Responsável por uma discografia que conta com cinco CD's e um DVD, além de ter publicado também o livro “A Poesia dos Descuidos”, Consuelo declara que seu trabalho está a serviço da obra artística. De forma que não poderia ser diferente. *“Comigo as coisas funcionam assim; a intuição vem junto com o cérebro, com o coração e com o espírito. Eu não sei separar muito; o que parece que guia mais é a intuição. E uma entrega absoluta à obra. Cantar é por causa da obra. Ela reina absoluta, plenamente. Porque ela está bem acima de mim, da Maria Consuelo. E a Consuelo de Paula toma conta porque ela está a serviço da obra de uma forma bem intensa.”*

Natural de Minas Gerais, a artista mudou-se para São Paulo em busca de melhores oportunidades para manifestar a sua arte. *“Então, quando eu cheguei em São Paulo era isso. Me formei em farmácia em Ouro Preto mas não conseguia estar em lugar nenhum pois entrei naquela crise “E agora, o que farei?” Isso porque demorei muito; acho que tudo o que é muito forte para a gente demora. É uma coisa que você tem medo. Cheguei aqui e não falava “Eu sou cantora!”. Eu canto, era menos pesado. E “Sou artista” então, demorou muito. Demorou muito para perceber isso. De saber que iria ser mesmo uma entrega, com tamanha intensidade. Se jogar num mar sem bóia, estar num rio seguindo o curso e... E de fato ser algo forte mesmo.*

Então, em São Paulo, eu vim porque aqui eu vi que as possibilidades seriam essas. Eu não precisaria estar trabalhando com farmácia da forma que eu estava. Comecei a inverter fórmula de cosméticos, trabalhar aqui, fazer uma manipulação ali, e fui diminuindo essas horas de trabalho e aumentando com música. Foi um processo de dez anos enquanto eu me preparei, preparei a artista. Tinha esse trabalho para ajudar, mas aí em 1995 eu fiz uma viagem à Espanha. Meu avô veio de lá e fui descobrir essas histórias. Quando cheguei já não trabalhei mais com farmácia e vi que já tinha algo a produzir, que era o “Samba, Seresta e Baião”. Já tinha uma linguagem minha, havia uma história que eu queria registrar. E foi o começo dessa “obra”. O disco da admiradora, da intérprete por tanto.”

Assim, desde o momento em que se sentiu preparada para construir sua carreira artística na música, a cantora não mediu esforços para o lançamento do seu primeiro disco. Ela relata que o processo iniciado com esta gravação foi dispendioso, exigindo dedicação e disciplina para conduzir os processos de concepção e produção deste trabalho. *“Tudo vai conversar com aquela história. Aos poucos fui me dando conta de que era uma trilogia. Em 1998 eu lancei o primeiro disco. Em 2000, era tão forte o acontecimento desse “Samba, Seresta e Baião” que ao invés de lançar outro eu relancei o “Samba, Seresta e Baião”. Em 2002, o “Tambor e Flor” e em 2004 o “Dança das Rosas”. Foi um ciclo longo para mim, de trabalho, que eu fiquei 24 horas por dia dedicada a isso. Então, eu era cigarra e formiga. Fazendo tudo. Sempre tive pessoas que ajudavam. Tinha amigos que falavam: “vai, a gente te ajuda, a gente segura uma onda aqui depois você acerta”.*

Na época o disco era moda. Vendia-se disco. Comprar disco e dar de presente era moda. E era fácil arriscar isso com amigos ajudando. Não estava pegando dinheiro ou ajuda no banco, etc. Me lembro que eu li um livro de produção cultural do Edson Natale. A partir daí eu entrei em contato com as pessoas que eu achava que podia. Já sabia muito o que eu queria, de instrumentação, de som, de tudo. Cor, cheiro, essa coisa da obra, essa diretora vem junto por isso, porque é movida à obra. Então, eu chamo a cantora. Mas é muito mais a artista do que em separado. Acho que isso é o mais forte em mim. É o contrário daquele virtuose do instrumento, da voz. É um todo. Um poquinho de cada coisa para expressar aquilo. E como é a favor da obra tudo foi desenvolvido para isso. Não posso atrapalhar isso, esse sentimento. Então nunca foi cantar pensando, nervosa. Por isso é que eu acho que vem essa voz que namorou o silêncio, que tirou vícios, para essa expressão vir o mais livre possível.

Claro que é um trabalho profundo e difícil, mas sempre focado na obra. Essa expressão precisa estar de acordo com a verdade do meu tempo. Então, eu fiz tudo sozinha. Estúdio, etc. Tudo que envolvia a produção deste CD. Procurar tudo.”

No entanto, as características do mercado durante esse período do início dos anos 2000 eram bem distintas das que figuram nos dias de hoje. Segundo Consuelo: *“No começo eu já tinha um número grande de fãs esperando, o disco saiu fácil. A própria coisa caseira já saía fácil. Chegava um fã: “eu quero cinco caixas”. Um negócio inacreditável. Isso ajudou muito a fluir facilmente. E comecei a ir em lojas que nem trabalhavam com esses discos. Olha o pique que eu tinha, hoje eu não faria isso porque eu me cansei muito, foram dez anos nos quais eu me cansei muito. Foi uma coisa solitária mesmo e num jeito de fazer meu. Em algumas coisas até pioneira, assim, de ir buscando espaços.”*

Desta maneira, podemos notar pelo depoimento que a motivação da artista era a de viabilizar a qualquer custo a difusão daquele trabalho e percebemos que muitas das características que qualificam o perfil criativo tratado no capítulo anterior estão imbuídas na sua iniciativa empreendedora. *“É uma necessidade, talvez uma intuição de que eu tivesse que fazer tudo mesmo. E a minha opção artística levou a um caminho que não é o mais fácil. Porque se eu tivesse movida por alguma coisa que não fosse a arte para essa obra que eu estou seguindo, é claro que eu faria “Samba, Seresta e Baião 2, 3, 4, 5.” E isso que eu faço dá mais trabalho. A minha inquietação e a minha busca artística sempre foi aprofundar. Daí eu parto para um disco que tenha um terço da intérprete, um terço dessa que canta as coisas da cultura popular e um terço de composição autoral. E tudo meio movido por terços.”*

Bem como em: *“Trabalhei muito intensamente, muitos shows, fazia muita coisa. Tinha muito pique para ir em tudo quanto era TV e Rádio; muita entrevista e muito show. Enfim, sempre fiz muito o dever de casa. E tive um pique para trabalhar que todo mundo fala: “nossa!” Agora, para trabalhar na parte musical é demais. Por mim, eu amo ensaiar. Posso marcar ensaios todo o dia, posso ficar horas vendo um detalhe. E antes eu tinha esse saco também para a parte da produção, e hoje a parte da produção me irrita muito. Essa parte ficou mais esgotada. Depois que eu encerrei a trilogia o pique que sobrou é mais para a criação.*

E eu fui muito boa nisso, fui de cuidar, de olhar, de checar, de ver, de não deixar para lá. Talvez até por isso eu tenha cansado muito. O que eu acho normal também. Toda profissão tem uma época em que você muda as coisas, você diminui o ritmo. O músico não tem aposentadoria, nem a gente quer. Você quer criar, quer trabalhar. Mas talvez fosse esse caso de estar numa fase em que estaria recebendo “X” e podendo trabalhar menos. Isso seria mais tranquilo. Mas, mesmo assim é o que eu te falei, continuo vivendo da minha arte.”

Outro ponto passível de destaque foi a sua habilidade para gerenciar recursos escassos. *“Então, eu sempre tive também algum produtor que trabalhava comigo, que me ajudava. Ficavam trabalhando comigo, de estar fazendo, de estar nos shows, de estar tentando vender shows. De tentar buscar patrocínio. Sempre tinha alguém comigo mas tudo muito centrado. E como não era uma coisa que eu tinha uma grana para investir para contratar alguém, sempre era uma parceria.*

Muito do trabalho dependia de mim. Aquele sonho de antigamente do artista só cantar, não se preocupa com nada além disso. Não tinha! Então, eu fui cigarra e formiga; e tinha esse pique. Entregar discos, fazer vendas via correios, levar nas lojas. Fluiu bem mais facilmente. Logo, a

minha distribuição era muito parecida com o que faz uma TRATORE hoje em dia; guardando as proporções. Porque até não são tantas lojas que trabalham com independente. O número que a TRATORE consegue atingir, por exemplo, para mim não era diferente do que naquela época. Até mesmo porque muitas lojas boas fecharam. Hoje as lojas boas estão concentradas mais nas livrarias.”

No que tange à forma de financiamento para os trabalhos produzidos, a artista declara: *“Todos os discos foram independentes. Todos com recurso meu, próprio. O primeiro como te falei; amigos: “vai lá que a gente ajuda, que a gente contribui”. O segundo também, meu irmão me ajudou um pouco no segundo também. E amigos, e eu. No terceiro eu já fiz sozinha porque os primeiros me deram condições para isso. Para o “Negra” eu tive um apoio em Jundiaí-SP, de um grupo de lá. Até porque um DVD sem apoio seria impossível. DVD vai para uma cifra bem maior. E aí, o “Casa” eu fiz também independente. Agora, “O tempo e o branco” será independente. Para “O tempo e o branco” acho que também vou ter apoios e contribuições, mas é coisa que às vezes eu pego um poquinho emprestado aqui e ali; mas todos com recursos meus.”*

Mas com relação à trajetória de Consuelo de Paula, bem como à trajetória de muitos outros artistas, notamos que nem todo planejamento segue metas rígidas; em muitas ocasiões é preciso ir se adequando ao fluxo dos acontecimentos. Assim, Consuelo declara: *“Eu parei de trabalhar com farmácia em 2005-2006. E tinha uma estrutura criada com esse trabalho. Pelo menos tinha uma mobília completa, uma casa montada. Não minha, alugada, mas tinha montada. E aí, durante um tempo eu cantei em bar. No Caicó Bar, mas por muito pouco tempo. O Caicó gostava muito dessa coisa diferente. Mas me mantive durante uma época assim. Sempre me mantive assim, só com música.*

A partir do primeiro CD é uma matemática que eu não faço conta se não eu não acredito, mas que dá certo. É incrível como, desde que eu comecei, de 1998 até aqui, sempre foi assim. Tem tal show, tem tal show, tem tal show. No começo era assim: “até o fim do ano eu estou legal, então vão bora”. Quando chegava no final do ano eu já tinha marcado outros trabalhos. Depois eu já pensava com 6 meses de antecedência.

No entanto, assim que passou essa época da trilogia eu diminuí o meu ritmo: “até o meio do ano está legal”. E está indo assim. E agora soma um pouco mais de direito autoral, que já é mais significativo do que foi. Aí tem a venda de discos que não é tão significativa, mas que soma. Não é como antes, mas ainda existe porque são mais produtos, né? Então, essa venda de produtos nunca para. Nunca é uma coisa do lançamento. No lançamento é muito mais, mas eles continuam ali.

Continuam sendo procurados.

Eu também tenho feito trabalhos, às vezes quando me procuram, de direção. É uma aula que vai direcionar o aluno para um disco que se pense em gravar, por exemplo. Mas eu pego uns três alunos só para não fazer muito isso. Mas isso também é uma renda, uma fonte. E porque também é um trabalho diferenciado, com um valor diferenciado. Porque são três pessoas que eu vou dar toda essa experiência de todos esses anos. A gente vai trabalhar tudo que inclui essa arte musical, a voz, etc. E também o que inclui produção, que inclui seguir a carreira. É um trabalho que eu adoro fazer.

É incrível. Quando eu penso assim: “nossa, agora só tem tantos meses”. Aí sempre quando é assim surge alguma coisa, surge um show. Não é uma vida que se a pessoa for pensar: “ah, tenho uma puta segurança, tenho mil imóveis”. Não, tudo meu foi para os discos. E vai para os discos, vai para a obra. Mas dá para viver. E se você for pensar na maioria das profissões hoje em dia; é uma ilusão essa coisa de segurança. Pelo menos eu não abri mão de nenhum “a”, nem do meu modo de respirar, nem do meu modo de cantar, nem de nada. E não consigo, nem dá para ser diferente. Nem se eu quisesse. O mundo está aí e eu sigo aqui. É uma coisa que me dá muito orgulho, muito orgulho.

Eu acho que a vida não muda. Quando eu deixei o trabalho da farmácia, eu era uma das farmacêuticas mais bem pagas. Era incrível. Não pensava nisso. E eu olho e a minha vida não mudou muito. Talvez tivesse acumulado apartamentos, carros. Mas a vida, que é o que me importa do dia a dia, as coisas que eu gosto de fazer; que eu gosto de viajar; é essa vida. E esse acúmulo, só se fosse natural. Não pagando o preço.”

E tal como declarado no início da entrevista o que rege a produção criativa de Consuelo de Paula é a obra por completo, independente de qualquer adequação a nichos mercadológicos pré-determinados. Temos assim a organização de uma carreira que prioriza o exercício de vasão da criatividade, da liberdade criadora. “*Não é um trabalho que você encaixe muito em nichos, ele foi caminhando para uma coisa “Consuelo de Paula”. É difícil encaixar em nichos. Porque não é MPB como se ouve hoje e não tem uma inspiração “pop”. Não é sambista e não é um trabalho regional. Claro! Tem a mineira ali, tem esses aspectos sempre presentes mas é um terço da história, né? Tem o outro terço e o outro terço. E tem essa poesia muito presente. A palavra, uma coisa muito importante também. Então, é difícil, esse nicho hoje que a gente chama de “worldmusic”.*”

Por esse motivo e talvez pela subvalorização da cultura, as dificuldades são grandes e a estrutura que se tem disponível muitas vezes está aquém do necessário. Um fato contrastante é que de um

modo geral as pessoas que não tem envolvimento com arte e cultura não conseguem atribuir valor econômico a estas atividades. *“Eu sempre lutei muito para a coisa da profissão. Então eu faço menos também porque eu não quero fingir de trabalhar e atrapalhar com a possibilidade dessa profissão. Eu acredito nela. Isso também me afastou um pouco de topiar, de fazer um monte de coisas. Porque eu acho muito importante a gente se valorizar. É um trabalho que eu valorizo muito e que eu acho que as pessoas tem que respeitar, tem que saber o que é isso. As pessoas estão consumindo, estão ouvindo.*

Ninguém questiona se as pessoas tem que doar. Tudo bem, se vamos viver na troca eu vou adorar, vamos trocar. Mas não estamos num mundo de troca, estamos num mundo no qual você precisa de remuneração para viver. Então, se eu tenho que pagar o médico, o dentista, eles também tem que pagar a produção musical que estão curtindo. Eu não vou lá e peço para ele me atender de graça, ou falo: “faz uma operação em mim porque você divulga o seu trabalho”. Não. Ele está trabalhando, ele ganha. Todo trabalho você divulga quando você faz bem feito. Você recebe para trabalhar. Então sempre fui muito assim com isso. Eu sei, eu faço isso vinte e quatro horas por dia. Tenho que viver disso.

E sem essa de dizer: “então o artista que se vire com outros trabalhos”. Mas se eu fizer outros trabalhos a minha arte vai sentir. Com a profundidade que eu fiz a arte sente, sente. Qualquer coisa que eu optar vai estar presente na minha arte. Eu, Consuelo, ouço quando a maior parte da atividade de uma pessoa é outra e ela faz arte, eu ouço aquele outro na arte dela. Então, preciso viver disso. E é isso, como eu te falei que o principal em mim era essa artista acima de qualquer coisa. Na verdade é uma coisa que não é saudável em torno do trabalho do artista. A gente já faz muito trabalho que não é remunerado. Você fica em casa criando. Várias coisas, vários encontros, várias entrevistas, tem muito trabalho que já não é remunerado. Então na hora do show, na hora em que você está oferecendo o seu disco. Isso deveria ser imensamente valorizado.”

Além disso, Consuelo argumenta que há uma limitação para a difusão dessa produção. *“Eu acho que ouço isso de quase todos os artistas que começaram comigo, eu acho que é isso que acontece com todo mundo. Você tem um período grande de trabalho e de produção e quando você se prepara para mais... Não é tão mais assim. Tem um limite, um limite até de espaços, de teatros, de lugar para a arte. Ainda mais uma arte em que você vai se aprofundando. Mas que também vem ao encontro de uma coisa boa.*

Foi o que eu te falei, eu direciono a minha energia. Até porque eu trabalhei muito com tudo isso e tal. Uma energia imensa para tudo. Então, eu concentro muito no compôr, tenho escrito muito também. Tenho feito livro, poesia. Feito parcerias que tem dado um prazer imenso. Eu faço menos

shows mas quando faço também é muito legal. Escolho as coisas que eu vou fazer. Porque não dá para você retomar um ciclo. Na minha profissão é estranho, você chega num ponto que para ter pique e continuar é como se voltasse para o primário e viesse de novo cursando o ginásial. Mas por outro lado eu acho que é de um tamanho que eu gosto, porque eu tenho tempo, eu tenho respiro, e faço muita coisa. Já tenho vários discos, obras criadas. Não tô produzindo com rapidez porque é tudo independente. Tem que tomar fôlego e ver como é que vou fazer o próximo disco.”

E com relação à internet e as novas tecnologias, a artista declara: *“De uma certa forma isso me fez voltar um pouco a ser a formiga, que eu tinha cansado um pouco e tal. No começo foram os produtores com os quais eu trabalhava na época. Abriram lá o FACEBOOK para mim. Porque se fosse por mim... Aí depois acabei acostumando, acabei eu mesma gostando de estar ali trabalhando. O que não é tão difícil e isso ajuda. Ajuda a estar ali divulgando, estar colocando o trabalho, estar colocando as notícias, estar ouvindo o que o fã está dizendo. Disso eu gosto. E acho assim, deve ter mil encrencas, mil preços a pagar que vamos descobrir nessa história. Mas, que essa história de FACEBOOK é impressionante é. Quando ela abriu eu não ia ainda e não ficava convidando porque eu não tenho essa paciência de ficar agitando. Você vai somar, é muito mais de 15.000 pessoas envolvidas diretamente, fora os indiretos. Isso é incrível. Como realmente sem você agitar, fazer nada, gastar nada, existe ali uma facilidade muito grande de você pelo menos estar colocando as notícias, interagindo, de te encontrarem. É mais um canal de encontro.*

Eu tive a sorte também de ser uma das pioneiras de um super site de artistas, porque tinha um grupo que foi pioneiro aqui, chamado BMGV. Foi a primeira Web-TV; a primeira rádio de internet. E eu era interesse de conteúdo, a gente nem gastava nada para site, nada para isso e montava o que tinha de ponta. Então, eu tive essa sorte, minha vida na internet foi muito legal por fazer parte do “casting” da BMGV. São meninas que eu adoro, pessoas que eu gosto muito, que trabalham muito bem. Foi mudando um pouco a realidade da internet, as coisas começaram a ter um certo custo. Foram vindo as redes mas eu ainda tenho um site muito bacana. Dessa maneira, já existia uma forma de me encontrar por ali e de saber tudo, lá tem as coisas mais importantes.

Veio o blog, eu também fiz. Agora tem a rede, porque a rede é essa coisa diária. Tem encontros que são feitos através dali; porque antes era isso, tinha que me procurar no site, pegar o e-mail, ligar. E isso agora migrou, migrou para blog, depois migrou para a rede, e vai migrando mais para essa possibilidade do rápido, do instantâneo. De uma foto, de um texto, é muita informação que chega. É muita coisa. Eu ainda sou um pouco conservadora. Eu não desisto do site mesmo que eu tenha que gastar quando chega um disco novo para fazer um novo “hotsite”. Até porque eu acho ele muito bacana. Significa muito também e está lá com um conteúdo legal para se pesquisar, para

quem quiser ver. O blog eu tenho mantido mas se perdeu um pouco; às vezes quando eu começo a escrever uns poemas, uns conteúdos que eu quero pôr, para ficar um pouco mais perene do que no FACEBOOK. O FACEBOOK é o que eu tenho usado mais.”

Questionada sobre se utiliza a internet para outros fins, Consuelo afirma: *“O skype eu já usei para discutir alguma coisa, para conversar sobre alguma composição. Como eu te falei, o “Dança das Rosas” ainda era fita cassete e já em 2004. Tenho usado essas coisas sim, para composição. É muito fácil; mandar por e-mail, receber por e-mail a melodia, compôr, mandar novamente. Isso sem dúvida. Essas ferramentas tenho usado sim. Todo o “Casa”, como a orquestra é de Curitiba, foi mandado para mim via internet. Eu fiquei ensaiando aqui e já fui muito mais pronta para gravar o disco.”*

Porém, a cantora alerta para o perigo de que o ambiente virtual não substitua os encontros. *“Agora, adoro quando posso estar encontrando. Adoro estar encontrando, ensaiando; tomar café, comer pão de queijo. Eu acho até que hoje em dia, como eu gosto, me sinto mais disponível a isso. As pessoas estão tão acostumadas com a internet. Surgem coisas, surgem detalhes; é diferente a qualidade quando você encontra, quando pode encontrar com o outro. É diferente. Mas também facilita hoje em dia.*

Ainda bem que é agora com a minha experiência que está surgindo isso. Porque a experiência também facilita. Você mesmo sem encontrar, pode estar trocando com coisas diferentes. Tal como aconteceu no “Negra” que eu ampliei a banda, a qualidade sonora, o número de instrumentistas. Acho que tudo foi vindo na hora certa, do jeito certo. Porque também você já tem uma experiência maior. Está fazendo com a orquestra que é de lá, mas também já com outra experiência. E vai das possibilidades de estar trocando com músicos do Brasil e do mundo muito mais rapidamente. Isso é muito legal, participei de um projeto em Brasília que reunia músicos de todos os países de língua portuguesa. E isso facilita custo, porque como é que você vai manter essas pessoas tanto tempo aqui.

Eu sempre quero mais, essa coisa de encontrar no dia anterior é triste. Pelo menos uns três dias. Mas tem vezes que os orçamentos são tão apertados que a internet ajuda muito. Até para gravar hoje, né? Quando é para gravação é maravilhoso. No show que é mais legal o contato mesmo.”

A entrevista com a artista foi realizada no dia 15 de janeiro de 2014.

MÓVEIS COLONIAIS DE ACAJU

A banda brasileira Móveis Coloniais de Acaju foi criada no ano de 1998, quando a média de idade dos integrantes era de 16-17 anos. Esse início marcou uma fase na qual o objetivo principal era a diversão. Assim, muitas das apresentações do período compreendido entre os anos de 1998 a 2003, aproximadamente, eram realizadas quase sempre em circuitos alternativos na cidade de Brasília e independente de haver ou não “cachê”.

Este início não revela nenhum aspecto distinto a qualquer outra banda criada por músicos adolescentes, geralmente motivada por uma expectativa lúdica sobre a carreira artística. No entanto, o que parecia brincadeira tornou-se um notável empreendimento e, como consequência, um modelo para quem deseja viver a música como profissão.

Assim, para este estudo de caso abordamos os principais acontecimentos relacionados à evolução da banda, visando destacar os aspectos inerentes ao seu desenvolvimento, bem como à sua trajetória. Para isso analisamos os processos adotados pela banda com relação ao seu modo de organização e nos baseamos nas informações fornecidas na entrevista realizada em 11/12/2013 com o produtor e integrante do grupo, Fabrício Ofuji. Também utilizamos como fonte o site oficial da banda, além de outras fontes disponíveis na internet.

Como revela Fabrício Ofuji, o trabalho da banda na fase inicial consistia em: *“Aquele início, aqui em Brasília, principalmente, cada banda sabia como tentar traçar sua carreira para tentar tocar em tudo quanto era lugar. Tinha um produtor local daqui que teve até um selo chamado “Prótons” no início dos anos 2000, o Alvaro Dutra. Ele resgatou muito bem o espírito da coisa que a gente fazia.*

Em vários lugares, ia ter um show ou festival no Skate Park que estava sendo inaugurado aqui; de repente, chegava lá e tinham umas bandas definidas mas a gente chegava com os instrumentos – meio que mendigava um lugar para tocar - ou ia para as lojas de skate. Procurávamos alguns ambientes que favoreciam o surgimento de eventos. Então ali eram os próprios integrantes correndo atrás do show e de lugar para tocar independentemente de remuneração porque aquela fase era diversão.”

Assim, notamos que o perfil de organização da banda nesta fase era o “fazer acontecer”. E desta

maneira o grupo participou de alguns eventos de grande porte, tais como o Festival Universitário da UnB, em Brasília, o Festival Bananada em Goiânia, e o show com o Voodoo Blues Coast, na cidade de São Paulo. O primeiro grande trampolim para a banda foi a participação no festival Porão do Rock, em 2000, pois foi a primeira vez em que o grupo apareceu em importantes veículos de comunicação. Dentre eles os jornais Correio Braziliense, O Globo e Folha de São Paulo.

Em 2003 o Móveis se apresenta pela primeira vez num grande evento internacional em Brasília, o Brasília Music Festival. O festival teve média de público estimada em cerca de 50.000 pessoas e atrações do quilate de Alanis Morissette, Lions e Simply Red. *“O Móveis foi a única banda da cidade, e banda menor na época, que foi escolhida para tocar no palco principal. No dia que o Móveis tocou foi Live, Ultraje a Rigor, Charlie Brow Jr. no palco.”* Neste período, a banda já realizava uma média de 30 shows por mês na cidade.

“Em 2003, esse evento é o marco porque foi ali a primeira vez que a banda contou com uma grande equipe técnica. Eu não fazia parte do grupo e trabalhei na assessoria de imprensa do festival, mas já conhecia a banda. Alguns eram amigos de infância. E, naturalmente, querendo valorizar o artista local ajudei bastante a banda. Mas foi o primeiro momento em que a banda foi para um evento com um produtor, como se fosse um tour manager. Um produtor, roaldie, técnico de som e iluminador. Foi o primeiro momento no qual a banda contou com uma equipe e notou a diferença do trato com as equipes técnicas dos outros artistas e do próprio evento. Essa necessidade foi brutal, de ver como é que era diferente ter uma estrutura, contar com uma estrutura e não somente a banda. (...) Daí, ao fim do festival, o pessoal marcou de conversar comigo e falou que queriam que eu ajudasse, entrasse para a banda para trabalhar a divulgação. Exclusivamente a comunicação da banda. Meio que eu topei e em 2004 entrei para o grupo enquanto uma pessoa externa. Além de roaldie e técnico de som, eu era uma pessoa que fazia parte digamos da equipe do Móveis.”

Além dessa experiência, o grupo foi sentindo outras necessidades. O Móveis Coloniais de Acaju, em 2003, já realizava shows com média de público em Brasília de cerca de 3.000-4.000 pessoas. Porém, no que diz respeito à organização interna dos integrantes e da equipe, o Móveis ainda tratava tudo de maneira informal. *“Com o crescimento da banda a gente fez algumas estratégias de divulgação, para chegar a novos lugares. E como naquele mesmo período do surgimento do*

Móveis eu tive um grupo também, com o Beto Mejía, que é flautista do Móveis; e nesse grupo era eu quem encabeçava esse papel de sair atrás dos shows. Naturalmente, além da comunicação fui começar a cuidar dessa parte da produção do Móveis.

Já era uma banda com uma representatividade. E a gente não tinha nenhuma centralização para fechar shows. Então, imagina! Chegava uma pessoa que era amiga do tecladista: “quero fazer um show...” Aí depois conversava com outro... Assim, a questão do valor e da agenda se perdiam. Ficava uma coisa bagunçada, um falava um valor, o outro, um novo. E aí, naturalmente, eu trabalhando com a banda, e como tive sempre esse lado com produção; fui assumindo isso. Quando a gente centralizou a gente foi migrando essa mentalidade de definir, ver valorização da banda, a relação do público que ia para ver a banda com ingresso pago, valor artístico. A gente foi subindo cachê e centralizando a agenda comigo. E isso foi um primeiro passo.”

O primeiro CD do Móveis foi lançado no ano de 2005; nesse período Fabrício já participava mais integralmente da rotina da banda. O lançamento do CD “Idem” se deu de forma independente, conforme declara Fabrício: *“Por várias questões a gente lançou o CD de forma independente, não teve nenhum selo. Chegamos a conversar com vários selos mas naquele momento a gente teve um impedimento de lançar com as pessoas, com os outros selos, porque o padrão de mercado para uma banda independente era lançar 1.000 cópias na primeira tiragem. E nós já estávamos cientes de que havia a média de mais de 3.000 pessoas que potencial queriam os shows da banda. Encaramos lançar sozinhos e fizemos 3.000 na primeira tiragem. O que foi bom porque o nosso investimento estava certo. A gente vendeu em 10 dias mais de 2.000 CD’s. E além disso, como a gente não teve nenhum selo atrelado o lançamento ficou um pouco prejudicado. Para o show de lançamento a gente chegou a conversar com algumas produtoras mas ninguém topou dentro do prazo que a gente queria, das condições de uma venda casada do CD. O pessoal comprar o CD e ganhar o ingresso, coisas do gênero.”*

Nesse contexto, a estratégia utilizada pelos músicos para potencializar o lançamento do CD foi a de organizar uma festa com a ajuda de outros produtores da cidade. O evento contabilizou cerca de 4.000 pessoas que foram para assistir ao show da banda.

Logo, podemos afirmar que as iniciativas visionárias do Móveis Coloniais de Acaju estavam alicerçadas no conhecimento de mercado que o grupo agregou a partir de suas experiências anteriores, bem como visavam suprir a falta de estrutura que era comum para este segmento musical

cultivado pela banda. Assim, o Móveis optou por construir uma cadeia de produção que compreendia uma gravadora, uma agencia musical e uma produtora de eventos. Segundo Fabrício, o contexto do mercado local naquele momento encontrava-se num processo de reconfiguração. *“Em 2005 a gente chegou a vislumbrar trabalhar com gravadoras. Nenhuma conversa foi adiante. Nem com os selos, como comentei, nem com as grandes gravadoras. E vendo essa reconfiguração da cena, do cenário, nós imaginávamos que poderíamos trabalhar o nosso negócio a passos de formiguinha. E sempre tivemos a meta de manter uma aceleração.”*

Assim, com o aprimoramento de sua cadeia produtiva e visando atender à demanda crescente o Móveis formalizou seu negócio em 2008. Um dado importante é que os processos decisórios do grupo são realizados por deliberação de um conselho integrado pelos dez participantes; fato esse que culminou na formalização de uma empresa enquadrada na modalidade de sociedade limitada, optante pelo Simples Nacional, e constituída por dez sócios. Chama atenção a capacidade que o grupo adquiriu para deliberar e administrar uma empresa com um número elevado de sócios, mesmo que inicialmente fosse conduzido da forma mencionada por Fabrício: *“Nesse momento a empresa era mais para formalização, emissão de nota fiscal, poder participar de editais.”*

Com a formalização, o conjunto procurou a assessoria de uma empresa júnior de administração da Universidade de Brasília. *“Essa empresa teve um papel interessante para pensarmos a visão do grupo, da banda e da empresa, bem como para definirmos algumas áreas de atuação. Então durante um bom tempo trabalhamos com um modelo de organização segundo essa consultoria. Definimos alguns departamentos: comunicação, administrativo-financeiro, produção. Então a gente foi trabalhando ali, os dez dentro desse mecanismo. Por conta disso, estabelecemos um modelo de remuneração que era por conta do trabalho administrativo. Cada um recebe um prolabore e a gente vai receber um rendimento variável que é por show, um cachê por show. Então, digamos que, da receita dos shows, parte vai para o caixa, parte para pagar esse cachê das pessoas.”*

Porém, Fabrício relata que a gestão financeira do grupo era praticada já em tempos anteriores, como uma forma de garantir que nenhum dos integrantes tivesse que assumir as despesas necessárias para a manutenção do grupo. *“Assim, a questão da centralização do caixa já vinha de antes, desde o início da banda. Desde o primeiro cachê que foi de R\$ 40,00 que a banda recebeu em 1999, se eu*

não me engano. Quarenta reais, se você dividisse na época – eram oito na banda, cinco reais por pessoa- eram equivalentes a duas latinhas de cerveja. Só que R\$ 40,00 já eram 2 ou 4 horas, não lembro o preço, de ensaio no estúdio.

A partir desse primeiro cachê a gente já definiu que as entradas eram para a banda. Então, a banda, desde 2002 se banca; no sentido de que não necessariamente as pessoas tem que pagar para fazer parte. Dessa forma, já viabilizávamos as horas de ensaio, o registro de domínio da página na internet, isso já era pelo caixa da banda.

E a partir de 2008 que a gente conseguiu ter, digamos, uma receita mensal fixa também para as pessoas.”

Nesse contexto, o Móveis Coloniais de Acaju veio aprimorando cada vez mais seu modelo de negócios. Destacamos assim o trabalho desenvolvido pelos músicos não só para garantir a sustentabilidade de sua produção artística e criativa, mas também para estimular e viabilizar essa produção. *“Em 2010, com o crescimento das demandas artísticas, a gente viu a necessidade de trabalhar com outras pessoas. Tivemos primeiro um gestor, um escritório. No entanto, hoje a gente passa por uma reconfiguração, porque contamos com três funcionários. Então, tem o grupo de sócios – dez pessoas – mais três funcionários: uma administradora, uma designer para trabalhar comunicação e uma pessoa que trabalha com merchandising, gerente de vendas. As três pessoas com carteira assinada, funcionários. E a gente tem uma estagiária para mídias sociais. A partir daí, por show a gente tem a contratação da equipe técnica. Contrata por serviço. A gente define por conselho e tem trabalhado com reuniões semanais para mapear.*

Hoje, a gente está num processo de reavaliação do nosso modelo. Vai havendo essa necessidade de trabalhar com muitas pessoas. Nosso escritório tem capacidade para umas dez pessoas mais o estúdio, porque é o mesmo endereço. A reavaliação se dá porque a gente acaba tendo uma folha de pagamento que para o nosso padrão é alta. E aí, muitas vezes, debatemos sobre a questão da terceirização.”

Cabe relatar que a cadeia atual do grupo compreende além dos já citados estúdio de gravação, agencia e produtora musical: *“O merchandising: hoje ele todo, toda a estrutura é nossa. A loja online, a loja física, a produção de camisetas, a produção de acessórios. Isso tudo ainda é centralizado na nossa pessoa jurídica. A nossa atividade principal é a produção musical, mas tem o comércio de CD’s também no nosso objeto.”*

Assim, Fabrício Ofuji relata que o foco atual para otimizar a organização interna, a reconfiguração do padrão produtivo da banda, está sendo conduzido para atender as demandas específicas relacionadas a cada projeto empreendido pelos músicos. Neste caso, observamos que o grupo vem acompanhando uma tendência percebida também em outros setores econômicos. Seu foco de atuação é a produção criativa na área da música, no entanto, com a forte presença na internet através de ações e campanhas, os músicos também concentram a produção e difusão de vasto conteúdo, dentre vídeos, imagens e texto. Isso se dá para estimular a participação do seu público em encontros e eventos, bem como para aquecer as vendas dos produtos musicais da banda.

Essa reconfiguração confere um maior dinamismo ao empreendimento, potencializando o trabalho dos sócios tanto como “músicos” tanto como “empresários”, e permite que o fluxo produtivo seja melhor aproveitado. *“A gente vai ter funcionário que num período vai ser mais ocioso do que em outros. Então, trabalhamos dentro de uma previsibilidade maior. Quando a gente está trabalhando com o projeto, uma vez aprovado, ele tem um caminho mais claro do que o de mantermos vários funcionários dentro do escritório; cujo controle é mais difícil. Uma pessoa sendo responsável por várias coisas, o controle disso é bem menor. É muito nessa proposta de tentarmos enxugar a estrutura, talvez seja esse o caminho.*

Mantém o “pé rígido”, que é a coisa das questões administrativas: assinar o contrato com o contador, pagamento e tudo mais. É só uma coisa que não foge muito. Então, é uma pessoa que faça isso fixo e o resto como é um processo criativo, nossa ideia é de trabalhar como projeto. Ser criativo.”

Neste contexto, outro ponto importante a ser considerado para o sucesso dessa reconfiguração diz respeito à comunicação interna do grupo: *“De organização interna tem uma coisa que é fundamental. Embora a gente utilize todas as ferramentas, você ter essas informações todas alinhadas para dez pessoas não é uma coisa trivial. O que a gente percebe, quando fala, participa de eventos, de debates para construção de bandas e tal, é que sempre tem alguma informação de tríos que tem dificuldade de se organizarem. A comunicação interna é sempre um desafio; mais do que você falar é você conseguir fazer-se entender por todos. Independente de uma cultura corporativa ou de uma cultura informal isso sempre é uma coisa a ser levada em consideração. Se puder melhorar é sempre positivo.”*

Abordaremos mais a fundo o contexto no qual os músicos construíram a carreira da banda. Todos os dez integrantes e sócios - André Gonzales (vocal), Beto Mejía (flauta transversa), Eduardo Borém (gaita cromática, teclado e escaleta), Esdras Nogueira (saxofone barítono), Fabrício Ofuji (produção), Fabio Pedroza (contrabaixo), Fernando Jatobá (guitarra), Paulo Rogério (saxofone tenor), Gabriel Coaracy (bateria) e Xande Bursztyn (trombone) – possuem nível superior completo. E eles atribuem a este fato a possibilidade de que todos pudessem investir no ideal do Móveis sem prejuízos à subsistência individual. *“Hoje, felizmente, no grupo, os dez possuem nível superior completo. Aí, durante um bom tempo foi possível que cada um realizasse outra atividade além da banda. A partir de 2008 a gente já muda o foco, sendo a banda a primeira atividade e as outras sendo secundárias. Complemento de renda, se necessário. A gente pensou isso, de avaliar o tempo que cada um tinha e a sua receita; o que é que precisa? E construímos isso. A partir de 2008 a gente garantia um mínimo para cada um, então aquele mínimo já existia. E aí, se a gente precisa de mais, corremos atrás de show; que é o cachê que é variável. Desta forma ganhamos mais. E quem tiver tempo e precisar de fazer outra atividade pode desempenhar outra atividade.”*

Devemos ressaltar que o Móveis é composto por profissionais formados em diferentes áreas do conhecimento, o que entendemos ser uma vantagem para o grupo tanto no que se refere à diversidade de pontos de vista sobre o negócio quanto à oferta de pessoal especializado para suprir imediatamente algumas das funções e demandas não musicais. Segundo Fabrício: *“Na banda temos 02 formados em música, 01 engenheiro mecânico, 02 designers, 02 da comunicação, 01 das ciências sociais e 02 da biologia. É claro que a prioridade de cada um hoje é a música.”*

Questionado sobre o porque de ter adotado um modelo autogestionário de produção, Fabrício Ofuji declara: *“É tudo uma questão de avaliação de estratégias. Por exemplo, a gente já conversou desde o início com vários escritórios de agenciamento de artistas. Acabou que não funcionou com nenhum ou por falta de investimento dos outros, ou pelo fluxo não ter atendido às demandas de ambos. Mas isso é uma realidade, dependendo da parceria isso é bem-vindo. Mas sobre o processo de autogestão, o que que é interessante? É como a gente acumulou, vamos pensar, desde 2003, pós o Brasília Music Festival, que a gente contou com a estrutura (equipe técnica e tudo o mais). Desde aquele momento a gente passou a estudar cada vez mais os processos das bandas e dos artistas. E numa visão enquanto contratante, realizando os eventos em Brasília, em quanto contratante de outros artistas, produtores técnicos, assumindo essa parte também. Enquanto*

artistas, enquanto selo. Isso foi muito importante na nossa compreensão da cadeia produtiva. Então, a crítica é muito maior. A parceria, ela tem que ser muito interessante pra ambos os lados. Vamos imaginar o que a gente já fez: o segundo CD a gente lançou com a TRAMA. E foi de fato uma parceria, eles bancaram os custos de gravação e do disco, e a gente bancou outra parte local em Brasília. Então foi uma coisa São Paulo-Brasília, que tivemos total autonomia para a gente mesmo prensar os nossos discos. O que ia para a loja era prensagem deles mas o que a gente vendia em shows podia ser prensagem nossa; além das músicas gratuitas na internet dentro da plataforma deles. Então, foi uma parceria bastante interessante.

Até hoje, dentro do conceito do álbum virtual da TRAMA, o Móveis é o mais acessado. O disco é de 2009. Ainda em 2013, no fim de 2013, se a gente entrar lá no álbum virtual o Móveis vai estar em primeiro. Mesmo eles disponibilizando o catálogo de Elis, Tom, tendo lançamentos do Ed Motta, dentre outros tantos artistas. O Móveis ainda se manteve. Isso foi bastante interessante e estrategicamente bom para o grupo – já era uma banda reconhecida. O mesmo acontece agora, a gente lançou em agosto o terceiro disco com a SOM LIVRE. E aí, a SOM LIVRE já tem uma estrutura de grande gravadora.

A gente teve um lançamento independente entre o CD com a TRAMA e o CD com a SOM LIVRE, que foi o DVD. Como é que uma chancela de uma gravadora muitas vezes faz um diferencial em algumas instâncias. Então, acaba sendo uma parceria para a gente pensar num momento em que a gente já fez várias coisas de forma independente, vamos ver como é que é o outro lado. E a gente sabe, assim, por conta de conhecer o mercado dentro da nossa autogestão, a gente consegue ter uma segurança maior de ter um contrato com uma empresa maior também. Acaba sendo algo que contribui bastante. E que tudo fique bem claro; quais são os papéis que eles desempenham, quais são os que nós desempenhamos.”

Porém, observamos que a motivação principal que fez a banda adotar este modelo autogestionário está relacionada com a liberdade do trabalho artístico, em função da criatividade dos músicos. “No fim das contas, digamos que a gente terceirize a produção dos shows, terceirize as vendas, terceirize o merchandising. Ainda assim as decisões seriam desse nosso núcleo, desse nosso conselho. Acaba sendo que a imagem do Móveis continua sendo gerida por nós mesmos. É garantir essa liberdade dos trabalhos, não ter esses vínculos. Nenhuma amarra. A gente sempre trabalhou para evitar esse tipo de engessamento, deixar o processo sempre livre e priorizar o lado artístico. A defesa é essa, a gente tem que manter essa parte criativa. Às vezes a gente fala empresa, empresa, empresa e acaba desvirtuando o negócio; vira empresário e esquece de ser artista.”

Assim, a visão de mercado compartilhada pelos músicos: *“O mercado, ele é muito importante. Isso porque uma empresa tem a premissa de gerar lucro. E aí, quando falamos de projetos, estes proporcionam que a gente tenha uma movimentação constante adequada às demandas e dinâmicas do mercado. A geração de conteúdo, a geração de produtos e essas relações com o público; porque no fim das contas qual que é o nosso maior objetivo? É proporcionar experiências ao público e, nesse contexto, alcançar o maior número de pessoas. E esse é um grande desafio, principalmente para o Pop-Rock. Se a gente for comparar a estrutura do Pop e do Rock com a estrutura de um Sertanejo, de um circuito de Forró; eles já estão décadas à frente em organização (estrutura física, formação de público, em alcance, controle de formadores de opinião).*

Então, mesmo você sendo diferente - muitas vezes o Rock é associado ao alternativo não necessariamente sendo alternativo porque o mesmo pode ser Pop – a questão é como impactar mais pessoas? E isso tudo, essas variações do mercado, a gente precisa estar atento. Se esse ano marca, por exemplo, uma redução mais drástica da audiência do horário nobre da TV aberta, pela primeira vez ele registra a perda da liderança do horário da manhã para outros meios que não a TV. Sendo videogame, TV paga, internet. Existem algumas variações e como é que a gente se insere nisso é importante. É um trabalho de benchmarking. A leitura de mercado é constante.”

Destacamos ainda que a visão do grupo não é exclusivamente capitalista, ela norteia um posicionamento mais integrado com os seus stakeholders e com o ambiente em que vivem e trabalham. *“A gente precisa estar atento ao que está acontecendo. Isso tudo visando um lucro maior porque no fim das contas uma coisa é termos 20 anos, ter uma banda e conseguir ter um trocado dali. Outra coisa é a gente ter famílias sendo sustentadas pela atividade musical. É uma responsabilidade que a gente assume também como um legado para outras gerações. Além de toda a questão da nossa existência a gente pensa também pelas futuras gerações, porque o que a gente já teve que trilhar e que não tinha em Brasília. Mais um circuito de shows com estrutura, equipe técnica suficiente, etc. Então, a gente está tentando também fomentar o mercado local. Isso para a gente teve uma importância muito grande, até para a nossa subsistência.*

Já contamos também com a captação de recurso por edital público. Isso é um apoio muito grande. Só que aí, considerando Estado, a gente sempre teve uma política menos lucrativa e muito mais assistencialista. Por exemplo, num edital que a gente ganhou de circulação pelo fundo local aqui do Distrito Federal, só em valorização de contrapartida já era mais do que a metade do que a gente ganhou. A gente sempre trabalhou dessa forma.”

Porém, Fabrício argumenta que o posicionamento do grupo com relação à sua participação em

questões políticas e de benefício da classe tem sido restrito. *”Em relação ao posicionamento enquanto um militante político-cultural, a gente até exerce algum papel em relação a isso. Mas de uns dois ou três anos para cá nós atuamos menos porque no fim das contas o que a gente estabeleceu enquanto prioridade foi o campo artístico. Não somos militantes políticos, somos uma banda.*

Mas é claro que é preciso estar atento com o acontece com as políticas públicas. Aqui em Brasília a gente chegou a auxiliar o movimento chamado “Brasília Capital do Rock”. Isso foi uma evolução de uma rodada de reuniões que a gente fazia semanalmente com bandas daqui. Enquanto Móveis Coloniais de Acaju, convidamos outras bandas para trocar nossas experiências. E a partir disso algumas pessoas decidiram montar esse movimento para dialogar com o Governo do Distrito Federal, uma vez que Brasília é conhecida como a capital do Rock.

Pela constituição social da cidade ser de pessoas de outras partes do país, a gente tem um “Galinho da Madrugada”, a gente tem o ceilambódromo, que é a nossa sapucaí, a gente tem um palco para as culturas religiosas. E a música em si muitas vezes perde. A verba para a música autoral é muito menor. Então, o movimento foi para atacar isso e reivindicar algumas coisas que em Brasília.

A gente teve a aprovação somente nesse ano, em 2013, de uma Lei de Incentivo Fiscal local. A gente não tinha. Tinha o fundo de arte e cultura, que dessas verbas é uma das maiores do país. E para grande parte disso a gente não tinha o retorno direto, não víamos isso gerar resultado para os artistas ou para a sociedade. Assim, no fim das contas a gente às vezes endossa esse discurso para uma distribuição mais justa e acompanha um ou outro movimento porque é importante; e trabalha nas discussões. Esse ano eu participei de debate na câmara, fui um dos palestrantes em relação a uma consulta que eles estavam fazendo sobre a reforma do direito autoral. Então, em algumas instâncias, até pelo fato de a gente estar na capital e estar próximo ao poder federal, podemos dar uma força. Mas acaba não sendo, digamos, o grande foco.

A gente participa de vários editais mas esse foco de atuação, de reivindicação, de militância política, não é o nosso grande foco. A gente acompanha porque no fim das contas alguns editais são fundamentais.”

Um fato interessante é que o desenvolvimento da carreira do Móveis Coloniais de Acaju está associado à sua capacidade de utilizar a internet e as novas tecnologias digitais a serviço do grupo. *“Historicamente, a banda evolui com a popularização da internet no Brasil. A internet acaba tendo uma importância muito grande para o nosso trabalho porque ali em 1998, quando a gente surgiu, a gente já assinava alguns dos serviços. E num primeiro momento a internet já funcionou enquanto*

referência. É o ano do Napster, 1998/99. E aí, naturalmente, dez pessoas que gostam de música; já éramos aqueles caras que deixavam o computador ligado a noite toda baixando arquivos. Quando a gente surge, com o primeiro disco tendo uma alcunha de “feijoada búlgara” para o som, era porque a gente estava de fato ouvindo música do leste europeu, klezmer judaico e alguns outros gêneros. Isso já ajudou para a construção do que é o Móveis. A internet tem esse primeiro papel. Em segundo plano, que aí já é relacionado com o como a gente encara a internet hoje, está o estabelecimento de contato com as pessoas. Então, no fim dos anos 1990 a gente já tinha o nosso GEOCITIES, que era a plataforma – uma hospedagem gratuita de sites. Nós usávamos essas ferramentas todas que surgiam na internet. A gente já tinha o <móveis coloniais de acaju.com.br> desde 1999, se não me engano. Ou seja, redirecionado para o GEOCITIES ou para outras plataformas. E ali estabelecíamos contato com fãs, porque já tinha aquela coisa na época do “guestbooks”; livro de visitas, comentário e foto. Em 2002, se não me engano, a gente colocou o primeiro EP on-line. Eram três músicas de graça. Era assim, três músicas em “mp3” e ainda tinha uma arte para a pessoa imprimir se quisesse fazer a caixinha do CD, o encarte. E a gente foi acompanhando toda essa evolução.

A gente sempre usou as ferramentas, ORKUT a gente usou bastante. E até como ferramenta de geração de métricas para a gente entender onde é que está a parcela do público, quem consome, onde tem demanda por show. Ela tem esse papel de ser o canal de contato com o público e outros stakeholders; porque conta-se com o contratante, o formador de opinião, etc. Nosso contato é estabelecido pela internet. Eu vi o quanto isso é interessante quando a gente conseguiu fazer um projeto de circulação da PETROBRAS e uma das contrapartidas era o site do evento. Conseguimos criar uma página no FACEBOOK que tinha o nome de <rotasmusicais.com.br>, e essa página a gente abastecia com fotos, vídeos e o calendário dos eventos.

Por outro lado, em momentos anteriores era difícil a gente vislumbrar a oferta gratuita de música por uma gravadora. Hoje, até por sugestão da própria SOM LIVRE a gente tem as músicas no “stream” do YOUTUBE. Tem uma oferta gratuita disso, desse conteúdo. Então, os modelos vão se atualizando e a gente vai, dentro disso, pensando a melhor alternativa.”

E finalizamos a entrevista falando sobre como essa capacidade também foi aproveitada para otimizar a comunicação interna dos músicos. “Em terceiro plano está a forma de trabalhar com as nuvens. Tudo que a gente produz é compartilhado, nosso e-mail corporativo é vinculado à conta do GOOGLE, do GMAIL. E ali a gente compartilha as nossas agendas. A gente tem essa agenda em comum, além de ter os calendários dos nossos shows e das atividades oficiais do grupo. A gente compartilha, por exemplo, ATA de reunião. Mas é tudo dentro do GOOGLE DRIVE. Pagamento de

tudo, de cachê e da equipe técnica. Qual período do show, quem está indo; já é uma planilha compartilhada.

A internet acaba sendo fundamental. Hoje a gente adota um sistema que é on-line para os controles de taxa, estoque da loja, tudo dentro de um sistema que a gente possa acessar de qualquer lugar e a qualquer hora.”

HAMILTON DE HOLANDA

Conhecido como o músico que elevou o domínio técnico no bandolim de 10 cordas, Hamilton de Holanda é considerado um dos melhores bandolinistas do mundo na atualidade. É um músico excepcional que conquistou com muito suor uma carreira bem sucedida no Brasil e no exterior. Além disso, é um profissional de notória expressão criativa, que produz intensamente.

Por conta dessa efervescência musical, este autêntico representante da música brasileira vem somando prêmios e dividindo palco com os mais importantes músicos internacionais.

Nossa conversa foi realizada no dia 08/01/2014. Na ocasião, o início da entrevista não foi muito diferente do realizado com os outros entrevistados. Hamilton começou contando sobre o início, quando teve seus primeiros contatos com a música no ambiente familiar. *“No princípio a minha relação com música era apenas afetiva, recreativa, familiar e social; não era para fins de sobrevivência porque eu era muito pequeno. Eu era criança e aprendi música em casa, comecei aprendendo em casa. Isso porque meu pai e meu irmão são músicos.*

Mas desde criança eu já fazia shows, então já tinham uns “cachêzinhos”. No entanto, meu pai achava que a música para a gente iria ser só um elemento social mesmo, de amizade, de encontros; como foi para ele. E como ele achava que era. Ele nos colocou na escola de música, eu entrei na escola de música, estudei violino, estudei violão. Mas nunca seria profissional um dia. Houve essa coisa mais lúdica, mais fantasiosa, vamos dizer. Menos o real do dia-a-dia da sobrevivência. Assim, com seis anos de idade eu já tocava e com 16 anos eu dava aula para tirar um troquinho. Eu diria que a fase pré-profissional durou quase vinte anos.

Mas aí chegou uma hora na qual eu comecei a ter que tomar uma decisão, porque eu ia fazer vestibular. Num primeiro momento eu não fiz o vestibular para música, eu fiz um ano e meio de contabilidade numa universidade lá em Brasília. Hoje em dia mudou muito e aqui no Rio de Janeiro é muito diferente de Brasília. Eu me lembro, com cerca de 17-18 anos, já mexendo com música. “Você trabalha com o quê? Vai trabalhar com o quê? É difícil a vida de músico.

Enfim, meu pai era economista. Meu irmão tinha feito contabilidade, meu avô era contador também. Pensei: “Vou fazer e vou levando a música no “hobby”, na alegria.” Só que não durou um ano, quando foi no terceiro semestre da faculdade eu mais matava aula do que assistia. “Tá errado isso.” E ao mesmo tempo eu continuava com as minhas atividades musicais; já tinha feito muitos shows, já tinha viajado para tocar. O “Dois de Ouro”, que era o grupo que eu tinha com o meu irmão, César, estava no auge. Foi aí que eu comecei a aprender a trabalhar com música, a

entender como é que funciona a roda do trabalho mesmo. De onde vinha o dinheiro, para onde ia o dinheiro, de onde vinham os interesses, as conexões de trabalho, as redes. Fui começando a entender os porques.”

Assim, a evolução das atividades musicais foi natural para o artista. “O meu primeiro disco eu gravei com apoio do FAC, o Fundo de Apoio a Cultura lá do Distrito Federal. Não é incentivo fiscal, mas é uma parte do orçamento do governo dedicado à secretaria de cultura, que é usado para fomentar a produção artística local. Trata-se de um edital de fomento. E aí esse foi o primeiro disco que eu gravei, com o Dois de Ouro, chamado “Destroçando a Macaxeira”. A maioria das composições eram minhas, com coisas inéditas também. Nesse período eu ainda estava na contabilidade. E dali eu comecei a fazer shows, fiz lançamento do CD nos shows. Comecei a produzir os shows de lançamento do Dois de Ouro. Dos três discos na verdade. E daí fui entendendo tudo.

Uma coisa que eu fiz que foi muito importante nesse primeiro disco. O dinheiro que a gente arrecadou com a venda dos discos que foram feitos com o apoio do projeto, eu produzi o disco seguinte. Então comecei a criar uma noção em saber que a partir do momento que você assume essa profissão você é autônomo. O músico, ele nasce autônomo na realidade. Você pode virar músico de orquestra, pode virar professor, pode virar pesquisador; tem várias linhas de escolha que você pode fazer. No meu caso, a performance, não tive como fugir dela. Mesmo apesar de eu ter sido professor da Escola Brasileira de Choro Raphael Rabello, na qual fui um dos fundadores. Mas foi impossível não ceder aos apelos do público, vamos dizer assim. Sempre tínhamos show e foi pintando cada vez mais convites.”

Desta maneira o músico declara que a sua experiência com o gerenciamento da carreira, com a própria produção, foi de forma autodidata. Não havia um conhecimento consolidado sobre esses processos e ele acabou aprendendo na base da “tentativa e erro”. “Mão na massa, a gente só aprende assim. Era eu e o meu irmão. Até vender ingressos, dar ingressos para os meus alunos venderem eu dava. Eu me lembro que um desses shows eu fiquei tão estressado que tive um problema seríssimo no pescoço. Eu fiquei uma semana com aquele imobilizador de pescoço, com aquele pescoço esticado. Tive que tirar na hora do show só para não tocar com aquele negócio feio.

Nosso trabalho consistia em definir repertório, realizar a liberação do ECAD e a liberação da OMB, fazer as contas, porque chamávamos músicos convidados. A gente tinha que pagar as contas todas, nos lançamentos vinham o Armandinho, o Dirceu Leite, etc. Aí arrumávamos um parceiro

que dava a comida para a gente ir almoçar. Fui entendendo como é que funcionava e ninguém me ensinou não. Fomos na raça mesmo. Sinto até falta disso no Brasil. Mesmo nas faculdades de música, tinha que ter um ou dois semestres de produção musical para entendermos como é que funciona a engrenagem da economia cultural.

E sobre ingressos, nunca tive nenhum prejuízo nesses primeiros shows do Dois de Ouro. Não ganhei dinheiro, mas também não tive prejuízo. Foi todo mundo pago, todo mundo remunerado certinho. Enfim, foi um momento muito importante de experiência para o tanto de coisas que eu faço hoje.

Eu peguei uma experiência onde eu posso conversar tanto com o Maestro de uma orquestra, quanto com o produtor ou com o cara que faz o borderô. Posso conversar com qualquer um deles. A música completa tanto a gente que se a gente bobear acabamos esquecendo de tudo que está à nossa volta. Essa época foi importante para eu entender como funcionava. Quando eu mudei para a França e logo depois, vindo para o Rio, eu já tinha uma base profissional consolidada.”

Segundo o relato do Hamilton, e com base em outros casos semelhantes, podemos constatar que muitos artistas passam por uma fase penosa para se firmar na profissão. Há uma carência de uma melhor estrutura educacional para a formação musical voltada para o mercado; bem como há um carência de espaços, recursos financeiros e profissionais especializados.

Desta forma, ainda que com as dificuldades do dia a dia, a fase inicial culminou no inevitável. A dedicação total à sua atividade musical. *“Eu entrei na Universidade de Brasília – UnB para estudar composição e me formei em composição. E daí, depois do fim do curso pintou um concurso do Banco Icatu. Eu ganhei o prêmio e fui morar em Paris. Quando fui morar em Paris eu já tinha começado a fazer shows fora do Brasil, no exterior. Inclusive, o meu padrinho no exterior é o Marco Pereira.*

Quando eu viajei lá pelo ICATU, eu fui com o objetivo de curtir a oportunidade. Até porque era um prêmio muito diferente. Eu ficaria um ano na “Cité des Arts”, um lugar fantástico, com tudo pago e deveria desenvolver o trabalho que eu quisesse. Não havia obrigação de nada, nenhum tema nem de prestação de contas, nenhum relatório nem nada. Era para eu fazer o que eu quisesse. Então, como eu tinha acabado de receber o bandolim de 10 cordas e ainda não tinha explorado muita coisa com ele, aproveitei o tempo para desenvolver a linguagem e a técnica no instrumento. Por outro lado, fui conhecer a cidade, assistir a shows. Mas também, pelo lado do trabalho, procurar parcerias, produtores, algum escritório, etc.

Fui com esse objetivo e consegui, porque eu acabei encontrando uma pessoa maravilhosa lá. Eu já

sabia que sozinho a gente não vai a lugar nenhum, então eu precisei encontrar as parcerias. Essa é a maneira que eu tenho de continuar a minha carreira internacional. De dar continuidade a ela já que eu já tinha começado lentamente. Gostei e queria mais.

Daí, quando eu voltei para o Brasil tudo aconteceu, foi tudo acontecendo. Antes de viajar para a França eu já tinha gravados uns quatro ou cinco discos. Depois, na volta eu gravei mais um. E aí começou, o troço foi crescendo, crescendo. Encontrei esse produtor que hoje é o meu sócio, o Marcos Portinari. É com quem eu divido muitas tarefas, concepções de trabalho e o dia-a-dia mesmo. Coisas de banco, de conta, tudo o que você imaginar.”

Assim, observamos que a opção pelo modelo de produção adotado pelo Hamilton proporcionou bases sólidas para o desenvolvimento do seu trabalho. A sociedade com o produtor Marcos Portinari permitiu a ele executar com maior liberdade a sua atividade artística, mas sem perder o rumo dos processos extra musicais. *“Ele faz muito mais coisas do que eu, claro. Porque ele é especializado. Eu divido a responsabilidade e os compromissos que a gente tem em função do meu trabalho. Mas ele que é o produtor, e eu sou o músico. É aquilo que eu te falei, eu procuro entender mais ou menos o que acontece. Por exemplo: em fase de contratos, eu ajudo a elaborá-los. Até porque sou eu quem assino, a empresa é minha. Não posso assinar uma coisa sem saber. E aí, nessas épocas eu fico tentando ajudar mais, participar, enfim...”*

E com relação às atividades exercidas o músico declara: *“Eu tenho a minha atividade musical que consiste em pensar nos projetos que eu vou fazer, em compôr as músicas, em tirar alguma música que não seja minha e que eu precise tirar, em escrever arranjos, escrever composições; toda a parte artística. Pensar numa concepção de trabalho que tenha sentido com as coisas que eu já fiz e que possa apontar para uma direção possível que eu ainda não tenha passado. Eu penso isso sempre com relação ao desdobramento do trabalho.*

O que eu quero dizer com isso, por exemplo, quando eu penso num disco? Quando eu vou fazer um disco eu já estou pensando no que que ele pode gerar, se posso fazer shows com aquele disco. Normalmente eu penso num tipo de disco que me gere a possibilidade de shows.

O que eu faço num disco é produção executiva. Não que eu faça tudo, mas estou sempre a par das coisas que estão acontecendo. Por exemplo, não sou eu quem vai lá no computador e tira o ISRC dos discos. Mas eu já fiz isso, e hoje direciono, delego. Eu tenho um assistente de produção que trabalha comigo. Eu gerencio, eu ajudo a gerenciar hoje em dia, muito mais do que antigamente; porque não dá mais tempo de botar tanto a mão na massa. E daí eu também faço parcerias.

Esse projeto do Pixinguinha que eu fiz, “Mundo de Pixinguinha”, foi com uma outra empresa que é

da Lu Araújo; a empresa dela é a Lumiarte. Então vou fazendo, depende do projeto.

O Portinari também tem um conhecimento muito grande, conhece muita gente. Para cada projeto tem gente que trabalha, ou contratamos “freelancer”.

Nesse contexto, com base no que foi declarado, notamos que o artista apresenta traços do perfil proposto neste estudo com relação ao que vem a ser o músico autogestor. Por exemplo: *“Eu acho que existe a realidade e existe a minha personalidade. Eu sou centralizador por natureza e eu gosto de saber das coisas. Eu gosto de saber o que está acontecendo. Não gosto de me desligar não. Apesar de que quando estou tocando a música me leva para outros planetas. Mas eu gosto de ter o pé no chão. E quando você tem o pé no chão, você quer saber das coisas. E o mercado mesmo. Por exemplo, 90% dos editais e leis de incentivos, para entrar com qualquer projeto, por pessoa física não vale a pena.”*

E quando questionado sobre o seu processo produtivo: *“Isso vai muito em função da parte artística. Desde o começo, lá de trás, eu sempre pensei que o comercial deveria vir em função do artístico e não o contrário. O que que isso quer dizer? Toda vez que eu penso um projeto, eu penso se ele faz sentido artístico, se ele tem sustância, se ele tem conteúdo, se ele tem sentido com as coisas que eu já toquei, se não é nada que fique longe do que eu já toquei, que se distancie demais. E daí eu vou pensar no como o comercial vai trabalhar em função disso.*

Por exemplo: o disco do trio, a gente tem a ideia. “Vamos fazer o disco do trio assim, assim e assado... A gente consegue bancar? Conseguimos.” Aí eu mesmo banco, a minha empresa, a Brasileiros banca, e depois eu tenho um retorno em shows, tenho retorno em venda de discos e em direitos autorais. Enfim, é mais um disco que pode me dar algum prêmio. É sempre um investimento que tem um retorno.

E não deixo de fazer o que eu imaginei artisticamente lá atrás. Aí, por exemplo, o do Pixinguinha já não dá porque a gente teve uma ideia de fazer um disco com vários convidados internacionais. A ideia é boa, eu tenho todos os contatos, mas a grana é alta. Então, vamos buscar parcerias. Aí consegui realizar com o projeto Natura Musical. Funciona assim.”

Nesse contexto Hamilton relata as diferenças entre os trabalhos que desenvolve: *“Tem projeto que é por lei de incentivo e tem projeto que é por bilheteria. Depende do trabalho. Quando eu faço um disco com o trio, que foi o último disco, fazemos “de estrada” mesmo. O com o Stefano Bollani é mais internacional. E o do Pixinguinha é uma coisa mais pontual. Assim, o estrada, o arroz com feijão mesmo é o trio. E esse é um investimento que eu faço. Eu tenho um selo, a minha empresa é*

um selo e uma editora também. Então, sou eu quem paga os meus discos, ninguém paga a minha produção. E aí o que vender é meu o dinheiro. A partir disso eu posso vender os shows, do dinheiro que eu arrecadar eu não preciso pagar porcentagem para ninguém. Eu tenho só a minha empresa e o meu sócio, tá tudo certo. Dependendo do tipo de show convidamos outros músicos e já é com cachê fechado.

Esse foi um investimento que eu fiz. É uma coisa que as gravadoras grandes fazem mas eu faço do meu tamanho. Eu faço o meu investimento, dependendo do projeto eu contrato a minha assessoria de imprensa para ajudar também. É um trabalho profissional como qualquer outro, só que com uma estrutura enxuta, como você ouviu. Eu sou 50% autogestor e 50% funcionário público.”

Assim, notamos ainda que tal como acontece em outros empreendimentos artísticos, inclusive nos relatos das demais entrevistas realizadas para este estudo, o planejamento não é uma coisa rígida e inflexível. Em geral, os empreendimentos artísticos trabalham com as limitações relacionadas à escala, ao tamanho do projeto e às cifras do orçamento dispendido. Porém, no que se refere à qualidade do conteúdo produzido, este permanece fiel às expectativas originais: *“Eu tenho 15 projetos na cabeça por segundo. Esse é o problema. É a minha grande qualidade mas que é um problema também, pois é muita coisa. E o Portinari também tem milhões de ideias, daí projeto é o que não falta. A gente só se organiza com o tempo. Tem um mínimo planejamento, claro. Não é uma coisa muito superficial, mas também não é nada comparado a essas grandes empresas. Porque se não perde o objetivo que é musical, que é artístico.*

E eu te digo que eu tenho uma dificuldade muito grande com projetos incentivados porque é um “gesso” danado. É uma coisa muito amarrada. E lá no fundo algumas coisas eu acho que precisam ser mais flexibilizadas, algumas amarras da burocracia precisam ser revistas com certeza. Mas em geral concordo que seja assim mesmo porque é dinheiro público. É diferente. A minha dificuldade é porque o tipo de prestação de contas que o Portinari faz, que a Andréa que trabalha comigo faz, e eu fico acompanhando, não é uma coisa simples. Então, a gente se organiza um pouco em função disso. A data que eu tenho que cumprir é a data tal porque eu prometi dessa maneira no projeto. Essa eu tenho que fazer, não tem muita flexibilidade. Mas dentro disso, mesmo assim, eu ainda consigo encontrar a maneira de fazer a música como eu quero, que é o objetivo principal.”

Além disso, a maneira como o artista pensa a sustentabilidade de sua profissão está relacionada à venda de produtos e à arrecadação de direitos autorais. *“Sustentabilidade? Por exemplo, os meus discos e as minhas músicas de alguma maneira são a minha poupança. Eu tenho hoje quase trinta*

discos. É essa é uma próxima atividade, inclusive, que a gente vai se dedicar. Não sei se esse ano ou no próximo ano.

Nós temos algumas distribuidoras. A Microservice fazia distribuição para os meus discos, a Believe distribui os discos digitalmente. Mas confesso que pode ser melhor. Então é uma coisa que pode melhorar na gestão. É mais por falta de tempo mesmo e por querer estar sabendo das coisas todas. Prefiro fazer no meu tempo e entender como é que é o processo do que sair fazendo de qualquer maneira. Então é uma coisa que a gente vai se dedicar mais agora. Não sei se contratar mais uma pessoa, ou arrumar um parceiro, ou vários parceiros para encontrar uma maneira de ganhar mais dinheiro com a venda dos discos.”

E finalizamos a entrevista abordando o uso das tecnologias digitais e da internet no seu processo produtivo: *“Eu acho que hoje em dia não ter ideia do que acontece e tentar de alguma maneira colocar o nosso produto no mercado virtual é uma perda de tempo, conhecimento e dinheiro. Perde-se várias coisas. Do nosso jeito, na minha empresa, eu vou fazendo os meus investimentos. Tenho um site legal. Temos uma certa movimentação também nas redes sociais. Discos sendo vendidos no site, no i-Tunes. Já fiz alguns episódios de uma “tvzinha” virtual chamada HH-TV que eu coloquei sobre as viagens. Tem no meu site tudo isso.*

Coloquei algumas coisas de aula de bandolim para o pessoal pegar de graça. Me movimento também. Eu tô sempre ligado. Não só eu mas o Marcos também, ele cuida dessa parte junto comigo.

E de alguma maneira também monitoro as estatísticas relacionadas ao meu público. O Facebook me ajuda nisso. Porque você vê, eu coloco as músicas, coloco os discos, e depois de dois dias eu vou dar uma olhada para ver quantas pessoas curtiram ou compartilharam. Ai eu comparo, dá para ver qual a música que o pessoal gosta mais, qual o disco que gosta mais ou que gosta menos. Me ajuda de alguma maneira a entender o meu público. O meu patrão é o meu público, se é que isso existe.

Mas quem manda é quem ouve. Senão eu tocava para mim mesmo no meu quarto aqui; não é o caso. Nada é por acaso, tudo que eu estou pensando é para de alguma maneira ajudar na minha carreira.

Acho que tudo isso é indispensável. É difícil imaginar um mundo sem computador, sem internet, sem tecnologia. Além do mais tem e-mail, tem o WhatsApp, tem o Google agenda também. A gente usa algumas ferramentas, com certeza. E eu gosto de estar fuçando. É difícil porque o troço é tão rápido que você não tem dinheiro para comprar tudo. Mas eu vou dando o meu jeitinho.

Mesmo a parte técnica da sonorização, por exemplo, é impossível pensar no som que eu tenho hoje

com o som que eu tinha a quinze anos atrás. As coisas evoluem também. É normal. A tecnologia usada como eu uso, eu gosto. Mesmo na gravação, o nível de uso de PRO TOOLS, de ferramentas que facilitam você a ter um disco perfeito, eu uso com moderação. Tento ser o mais tradicional possível no momento de gravar e uso o sistema analógico para mixar, ainda é o melhor.

Mas é impossível você viver num mundo sem o PRO TOOLS hoje em dia. São ferramentas que num primeiro momento parece que assustam, mas a gente sabendo usar só enriquece a música. E olha que eu sou da turma do acústico. Eu toco o meu bandolim acústico, eu uso microfone. Mas mesmo na coisa acústica, pode ser que daqui a um ano façam um microfone mais legal. Pode ser que inventem um Facebook específico para o que você quer. Não vão parar de aparecerem coisas e eu vou ficar ao meu modo, sem exagero, mas ligado.”

GRUPO PAU BRASIL

O Grupo Pau Brasil foi criado em São Paulo, em 1979, por um grupo de músicos liderados pelo pianista Nelson Ayres. Ao longo desses trinta anos, após a sua criação, o conjunto tornou-se um expressivo representante da música brasileira, sendo hoje referência internacional dentro da música instrumental.

Para a identidade de sua proposta artística o grupo inspirou-se no “Manifesto Pau-Brasil” - texto do escritor e dramaturgo Oswald de Andrade publicado em 1924 no jornal “Correio da Manhã”. O manifesto defendia a necessidade de se criar uma arte baseada nas características do povo brasileiro; uma arte natural que propiciasse a fusão do moderno e do arcaico, tendo como bases as raízes nacionais primitivas.

Desde então, o grupo produziu em sua discografia com 10 álbuns, dos quais cinco foram lançados internacionalmente; além de diversos prêmios, com destaques para um prêmio Sharp na categoria de melhor grupo instrumental e a indicação ao Grammy norte-americano na categoria “Best Jazz Group”.

A formação vigente desde o ano de 2005 conta com Nelson Ayres (piano), Rodolfo Stroeter (contrabaixo), Paulo Bellinati (violão), Teco Cardoso (saxofone e flauta) e Ricardo Mosca (bateria), dos quais Nelson, Rodolfo e Paulo integram o conjunto desde a formação original.

Em nosso estudo de casos abordaremos aspectos históricos sobre a organização e trajetória do conjunto, porém, debruçaremos maior atenção ao seu “modus operandi” atual. Para isso, nos baseamos nas informações fornecidas pelos membros do grupo durante a entrevista realizada no dia 09/11/2013, além de informações adicionais extraídas de seu site oficial e também por outras fontes acessadas na internet.

Nesse contexto notamos que a organização do grupo é estruturada informalmente, consistindo em atividades artísticas definidas e atividades extramusicais, ou operacionais, complementares mais ou menos definidas em consenso. Isso porque as especialidades individuais de cada um dos integrantes é aproveitada para suprir as diferentes necessidades relacionadas à produção e manutenção do conjunto. Conforme declarado pelos músicos, Nelson Ayres normalmente é quem assume a função de gerente, organizando os processos rotineiros e consolidando informações. Rodolfo atua na

comunicação do grupo, tratando dos contatos e das relações com terceiros; Ricardo supervisiona as questões técnicas relacionadas à engenharia de som; Paulo, que exerceu durante muitos anos a contabilidade do grupo, direciona os trabalhos e idéias de acordo com soluções mais exequíveis.

Para os músicos, a relação de convivência entre os integrantes é saudável e até mesmo vantajosa profissionalmente. Segundo Nelson Ayres: *"Grupo é uma coisa engraçada, pois você tem um dando força para o outro. O grupo é sempre mais forte do que o indivíduo, mas ao mesmo tempo ele tem as tensões internas que precisam ser administradas. Questões pessoais e mesmo organizacionais."*

É importante destacar que alguns dos músicos exerceram profissões paralelas à atividade musical. É o caso do Paulo Bellinati que trabalhou com contabilidade e do Teco Cardoso, que é formado em medicina.

Assim, além dos aspectos já citados sobre a organização do grupo, os músicos declararam que fazem uso de algumas ferramentas disponíveis na internet para se comunicarem. Como afirma o baterista Ricardo Mosca: *"A gente criou no Google uma agenda coletiva. Nós chamamos de 'agendão". Então, quando alguém liga para o Nelson e pergunta: "vocês podem fazer o show...?"; ele consulta no agendão e se algum de nós tem alguma coisa ele já sabe. Não precisa nem falar com ninguém, porque a gente tem lá a agenda coletiva e a agenda individual de cada um. (...) Ajuda muito na organização da venda dos shows, muito mesmo. Sem o agendão não sei o que seria da gente."*

Apesar do Nelson desempenhar as funções administrativas no conjunto, a venda de shows e dos demais trabalhos não é exercida por alguém em específico, tal como afirma Nelson Ayres: *"A gente tem um negócio interessante no grupo, o qual usamos há muitos e muitos anos. Existe sempre um ressentimento de que um ou dois trabalham e todo mundo ganha. Então o Pau Brasil é um quinteto que tem seis integrantes. É o seguinte: quem descola o trampo é o sexto integrante. Então ganha o cachê dobrado para administrar esse trampo, especificamente. Faz tudo, assina o contrato, etc..."*

Outro ponto que os músicos destacaram foi a necessidade de se adaptarem à transição entre diferentes momentos do mercado musical. Os músicos explicitam dois momentos distintos nos quais as características da gestão assumida pelo conjunto foram diferentes. Segundo Paulo Bellinati, a cerca de duas décadas atrás as produções dos espetáculos musicais eram financiadas pela venda de

ingressos na bilheteria: *“A gente alugava um teatro, alugava o nosso som e ia lá, fazia, pegava a bilheteria e dava para pagar todo mundo, do som à divulgação, sobrava uma grana. Isso acabou.”*

Assim, uma alternativa adotada atualmente pelo conjunto é a prospecção de financiamento por leis de incentivo e editais de fomento cultural. Nestes casos, a equipe de trabalho formada para tratar das exigências burocráticas e dos trâmites relacionados a contratos com patrocinadores e prestadores de serviço é integrada por produtores externos especializados nesse tipo de projeto. A justificativa do grupo é de que isso se dá porque o volume de trabalho é muito maior do que nos casos de venda direta de shows.

Os músicos dão um exemplo sobre seu último projeto. Segundo Nelson: *“A gente acabou de fazer um negócio temático que o trabalho sobre o Villa-Lobos. É um negócio que veio vindo e a gente teve que fazer um show temático. Pegamos o Villa como tema. Daí, juntamos com o quarteto de cordas “Ensemble SP” - uns caras espetaculares - e o Renato Braz, que é um cantor. Dos shows acabou virando um CD e uma turnê. Esse é um CD temático que fomos atrás de patrocínio e edital tanto para fazer o disco quanto para fazer turnê. Esse trabalho já foi contemplado por três ou quatro editais, que financiaram os projetos. E mais recentemente a gente conseguiu, por um milagre, juntar toda a discografia do Pau Brasil num caixote. Que também foi graças a um edital que é essa turnezinha que estamos fazendo agora. Conseguimos o apoio da Caixa. Lá em São Paulo conseguimos o apoio da Caixa e do SESC juntos.”*

“É preciso ter vários projetos na gaveta e dependendo do edital decidimos qual o projeto que vamos apresentar. Às vezes a gente vai a reboque de um ideal para o patrocinador e às vezes a gente vai buscar um patrocinador para um projeto nosso. São duas coisas.”; complementa Teco Cardoso.

Nestes casos, geralmente, Nelson e Rodolfo são os responsáveis pelo trabalho de redigir os projetos.

Assim, podemos concluir que o formato de organização adotado pelo grupo varia de acordo com cada caso específico. Os músicos não adotam um padrão administrativo estabelecido mas adequam-se com relação às circunstâncias de cada modalidade de negócio. Segundo Teco Cardoso: *“Todo dia estamos correndo atrás. A gente tem que ter uma constância de estar matando um leão, fazendo e*

acontecendo; que é uma maneira de administrar a carreira.”

Esta forma de organização é o reflexo da visão dos músicos sobre as dificuldades relacionadas à sustentabilidade desta profissão no mercado atual. Este mercado exige que o profissional dedique tempo de trabalho não somente ao desenvolvimento técnico de sua atividade principal, conforme declara Ricardo Mosca: *“Hoje em dia eu acho que você tem que dedicar horas do seu trabalho ao estudo e horas do seu trabalho à sua gestão, à busca de viabilizar que o seu trabalho apareça. Ou do grupo, ou individual. Todo mundo aqui tem projetos individuais também. Então, acho que aquela coisa de você ficar muito isolado estudando e uma chance vai aparecer; isso está cada vez mais raro. As gravadoras diminuíram muito e ao mesmo tempo a internet cresceu. A internet é um meio que permite com que uma pessoa que não é nada conhecida se torne conhecida. Você vê muita gente investindo desse jeito, esse é o caminho. (...) Se antes você estudava oito horas de instrumento por dia, agora você tem que estudar oito horas e trabalhar mais três.”*

“Eu sempre dou um exemplo de quando comecei a tocar, a gente tinha na época aqueles programas da TV Record. Isso na década de 1960, por aí, que era como novela hoje em dia. Todo dia tinha programa de música. O Fino da Bossa, com Elis Regina, o programa da Elizete Cardoso. E com o meu primeiro conjunto, que era um conjunto de jazz tradicional, de vez em quando tocávamos nestes programas da TV Record. Daí, quando você saía, você recebia um cachê. Você passava lá na portinha e os caras te davam uma graninha. Era bobagem mas era um cachê. Então você ganhava para prestar um serviço. Hoje em dia se quiser tocar na televisão, você paga uma puta grana pra tocar lá. Isso porque você já não é mais um artista, você é um produto para ser vendido. Assim como qualquer sabonete, né?”; complementa Nelson Ayres.

Para Teco Cardoso: *“Até no plano estético, não é só estudar música, ler música e ficar fechado. Se você quer ter uma amplitude estética você precisa abrir seus horizontes, precisa ler, ir ao cinema. Você precisa ter uma abertura que hoje é necessária para o músico solista. O cara precisa chegar lá e ter linguagem, conhecer; estar pronto para jogar nessas posições. Então, acho que esteticamente aquele universo fechado, do especialista, ele é pernicioso. Limita muito a sua visão e o seu espaço de trabalho. E depois, fora do plano estético, hoje é inevitável. Você tem que abrir estes outros canais porque você vai ter que dar nota, vai ter que ter empresa, você não pode ser autônomo. Você vai ter que entrar em editais senão você não vai fazer um projeto nunca como o do*

Villa-Lobos. É um sonho nosso, mas não dá para fazer mais se você não tiver um patrocínio. Esse patrocínio depende de você preencher 32 papéis, etc.”

Teco destaca ainda uma característica do mercado no segmento da música instrumental, a ausência de uma estrutura produtiva que conta com uma cadeia de funções definidas, tal como a presença de um produtor executivo. *“A gente não tem essa função, aquela pessoa que faz esse meio de campo. Na área do instrumental, da carreira, não tem. A gente tem a partir dos artistas, de cantores, aí começa uma estrutura melhor. No instrumental você vê que é um que faz pra dois, mais outro que faz. O resto você tem que fazer. É o que a gente faz, a gente toca a trinta e tantos anos e não temos uma estrutura.”*

Em contrapartida, os integrantes do grupo salientam que o desenvolvimento da carreira musical também é *“uma coisa de paciência, porque não é uma coisa imediata você construir uma carreira. Você está falando em administrar a carreira, mas primeiro tem que construir a carreira. É uma coisa que se constrói com muitos anos. Acho que demora para caramba. É muito raro o cara sair e já estourar, isso é uma chance. Pelo menos nunca foi o meu caso, tudo demorou muito para acontecer.”*

Outra visão complementar foi compartilhada pelo violonista Paulo Bellinati: *“Eu acho que o palco não tem tantas vagas assim, então grande parte dos professores de música e dos músicos que se formam vão para o meio acadêmico. Vão dar aulas, entram numa orquestra, ou vão reger o coro de uma igreja.”*

Porém, para o grupo, apesar das dificuldades apontadas existem alternativas para o profissional construir uma carreira bem sucedida. Nelson declara: *“O mercado para músicos hoje é um mercado de oferta, você tem muita oferta para pouca demanda. E acho que essa é a grande dificuldade do pessoal que está começando agora. Você tem músicos ótimos, mas que não conseguem por a cabeça para fora em função disso. Não basta você ser bom músico, você tem que ter outras qualidades para conseguir uma presença no mercado.*

Eu acho que precisa ter a consciência de que você é um produto. Isso tudo o que a gente conversou agora, quem tem mais consciência sobre isso e sabe formar sua rede social, de contatos, e mantém

aquela rede com cuidado, etc. Isso é até mais importante do que ser um cara muito proficiente. Musicalmente eu acho também.

E talvez expandir as suas atividades. Se você é um bom músico, você pode ser ao mesmo tempo um bom professor, ou pode ser que nem o Mosca, um super técnico de som. Pode ser que nem o Belina (Bellinati), que representa os melhores captadores de violão do mundo. Ele é o cara que sabe instalar. Além de bom músico, você pode ser um bom arranjador, compositor, produtor de discos. Quanto mais atividades você tiver mais possibilidades você tem de ter um faturamento geral. Então tudo que você usa para ser só músico você pode usar para vender outras coisas.”

Ricardo também destaca outro aspecto que vem exercendo forte influência sobre o desenvolvimento da profissão. Segundo ele: *“Outra coisa que é importante, que acho que mudou muito nos últimos anos, é a apresentação que você deve ter no palco. Ter boa fala, se comunicar com o público, estar bem vestido. Se preocupar com isso é importante também. É uma coisa que antigamente, principalmente na música instrumental, o pessoal era meio largado. Tocava fazendo show de três horas e meia e não falava nem boa noite. Acho que isso mudou, né? Isso ajuda você porque não é só o público que está te vendo, o patrocinador está te vendo, está todo mundo te assistindo. Dependendo de como você realiza o seu espetáculo você vai abrir portas para fazer outros espetáculos. Eu acho que isso é uma coisa que mudou também, então a gente tem que tomar cuidado. Tem que ter um carinho por isso aí. Horário, tem aquela fama de que músico chega sempre três horas atrasado. Isso fica insustentável hoje em dia. Pelo menos aqui a gente não conseguiria trabalhar com uma pessoa que dá muito trabalho. Isso tem a ver com a gestão pessoal dentro do grupo.”*

Teco complementa que a postura profissional do músico é importante para o convívio com os demais integrantes: *“É um conforto você trabalhar com gente que não vai te dar trabalho e pelo contrário, vai resolver problemas antes de tudo. Eu acho que esse senso profissional é um negócio que agrega valor ao músico. Isso é profissionalização em pessoa. Além de ler bem, tocar bem, afinado, você tem esses quesitos que botam você no mercado. Faz a diferença.”*

Questionados com relação ao papel da internet e sobre a transformação que as novas tecnologias de comunicação vem exercendo para a música, os rapazes compartilham um ponto de vista otimista sobre o potencial destas tecnologias. Para o Teco Cardoso: *“O negócio tem um puta poder. Na*

verdade, você pode a partir daí resolver toda a questão dos direitos autorais, toda, toda. Tá tudo lá, você pode tudo num programa com um ISRC. Você ser o dono, receber, pagar, tudo pode ficar lá dentro. Toda e qualquer execução pode estar lá dentro. Se quisesse hoje já tinha. É uma questão de vontade de resolver esse pepino, mas vai acontecer. Você vai poder vender 10 segundos da música, 30 segundos você pode dar “de graça”. Você é o dono.”

E complementa: *“Uma hora vai aparecer no nosso nicho um negócio que é o “artbook”; aquele que eu ouço a música, que eu baixo a partitura, que eu vejo isso, que eu coloco e eu gravo, marco agenda, disponibilizo dicas de lugares para tocar. Uma coisa específica para isso. Isso aí vai ser uma coisa muito potente. (...) No meu diagnóstico é isso, agora estamos na hora da diminuição. O que é mais barato? Quem está lá em cima quer saber: Como eu lucro mais rápido? Eu acho que isso vai mudar. Tô dizendo, historicamente, tem uma mudança, mudar esse valor.”*

Para eles essa transformação é um processo que está numa fase embrionária mas está em curso. Conforme declara Teco Cardoso: *“O início é diluidor, você bota todo mundo. É uma amadorização geral, todo mundo pode produzir. Todo mundo pode fazer música, todo mundo escreve, faz um blog. Antes você tinha profissionais. Depois houve a necessidade de separar o profissional e uma pessoa que quer opinar e tal. Vai ter que achar essa cisão destes dois universos. Esses universos se misturaram de um jeito que hoje está em tudo. Então, acho que isso vai ser um outro estágio que é o resgate da meritocracia. O cara está lá por mérito. Custa caro contratar um roteirista, um ator, fazer o programa, pagar os direitos, músicos e o arranjador. Agora, com o custo, botar cinco caras e uma câmera é super barato, super de graça. Você vê, o cara em casa faz aquilo sozinho que o Nelsinho tem que escrever, o outro tem que reger, eu tenho que tocar. Primeiro é o capitalismo selvagem que ocupa, depois tem que separar o joio do trigo. Espero que a gente chegue nesse momento.”*

Ricardo se mostrou favorável ao uso das redes sociais para a divulgação de produtos musicais. Em sua declaração, ele afirma: *“É um jeito de você se promover. Eu acho que é uma ferramenta riquíssima para quem tem paciência e disposição.*

É muito fácil você mostrar sua coisa. O que é difícil é que todo mundo pode mostrar, então a quantidade de coisas que tem é infinita. Então você fica meio perdido, diluído nesse bolo. Mas eu acho que a chance é maior do que era antigamente quando eram as gravadoras que mandavam.”

E encerra a entrevista compartilhando dois casos que ilustram a força que esta transformação tem para imprimir novos modelos de negócios na música. *“Eu tenho uma amiga que é empresária, e ela falou que queria conversar comigo. Eu tava no início da carreira. Ela falou: “eu estou com uma ideia de fazer um site de venda de músicas pela internet.” Eu falei: “Ah meu, isso é besteira. Imagina que você vai conseguir, etc...” E eu achei uma besteira. Alguns anos depois veio o i-Tunes, e a Apple derrubou todas as gravadoras. Os caras ganham dinheiro, se bobear, mais que qualquer gravadora. As ideias estão aí, também, né? É o que o Teco falou, você tem que aproveitar a coisa do momento e...”*

No outro caso: *“A gente tem uma amiga que é fotógrafa, trabalha com a gente e também é musicista. A Dani Gurgel, que é mais nova. Ela é super agilizada com internet. E vende um monte de coisas, as coisas dela, vende os projetos. E é fotógrafa também.*

Outro dia eu fiz uma substituição no show e ela falou: “Olha gente, nós estamos aceitando cartão”. Como assim estão aceitando cartão para vender CD? “Eu arrumei um programa no i-Fone que passa o cartão de crédito e eu vendo. Então você vê: ela é agilizada com “software”, ela é uma pessoa esperta e se vende bem. Acho que tem gente, principalmente a geração mais nova, que é muito ligada a essa coisa da internet.”

CONCLUSÃO

Vamos apresentar nossos argumentos sobre a conclusão deste estudo iniciando pela análise dos modelos de divisão do trabalho e profissionalização no mercado globalizado. Explanaremos sobre as formas e os efeitos da educação e da capacitação, formal e informal, para os profissionais das diferentes áreas e segmentos da música.

Dentro do que foi observado, o que qualifica qualquer profissão é a relação de seus membros uns com os outros. Em nosso país, no que tange ao setor da música, essa característica engloba tanto os talentos e os profissionais que seguem uma formação tradicional, frequentando conservatórios e instituições de ensino técnico ou acadêmico; quanto os músicos de prática, muitas vezes autodidatas ou pertencentes à tradição da transmissão oral do conhecimento.

Entendemos esta característica como um fator de pluralidade, benéfico e adequado à realidade da produção musical. É na diversidade que construímos a riqueza de nossa cultura. Assim, observamos que essa é uma exceção ao conceito de “profissional” proposto por James Q. Wilson (SHIRKY, 2012). É facilmente observado que no Brasil parte dos músicos instrumentistas, arranjadores, compositores ou cantores - inclusive os músicos mais reverenciados – não possuem necessariamente uma educação musical e artística desenvolvida formalmente. Segundo Wilson, profissional é:

“Alguém que recebe importantes recompensas ocupacionais de um grupo de referência em que só são admitidas pessoas que receberam uma educação formal especializada e aceitaram um código de conduta apropriada definido pelo grupo.”
(SHIRKY, 2012 – PAG 53)

Tratando-se da música, especificamente, defendemos que os benefícios da diversidade na formação musical devam ser incorporados e aceitos largamente pelos diferentes profissionais que compõe essa cadeia produtiva. No entanto, essa característica empírica relacionada à formação, associada a outros fatores, parece ser um dos motivos que trazem dificuldades para o desenvolvimento da profissão no país, uma vez que o modelo de educação vivenciado pelo artista não impede - ou mesmo qualifica - que ele habilite-se ou desenvolva algum tipo de especialização. Observamos que existem problemas gerados pela falta de critérios claros que fragilizam a profissão e prejudicam a classe

com relação às políticas culturais e aos mecanismos de mercado. Dentre os problemas citamos, por exemplo, a prática da prestação de serviços com preços de salários e cachês subvalorizados e a ausência de políticas públicas democraticamente eficazes, sobretudo no tocante ao amparo, ou ao fomento, de segmentos artísticos específicos e que figuram à margem dos segmentos mais comerciais.

Com isso, defendemos a prática da autogestão como forma de capacitar o músico a se articular em sinergia com outros profissionais a fim de conquistar espaços e canais favoráveis à produção musical que até então permanecem inacessíveis ou subvalorizados. Neste caso a autogestão pode proporcionar ao músico uma visão mais completa sobre as interações entre profissionais e setores produtivos e também uma melhor compreensão com relação ao comportamento do mercado, convertendo-se em potencial estratégico para a conquista dos seus objetivos.

Partindo de outro ponto de vista, notamos que a profissão musical goza de vantagens se comparada a outros ramos produtivos. O leque de produtos e serviços diretos que o músico dispõe para oferecer ao mercado é considerável, sobretudo com as facilidades disponíveis oferecida a partir do uso da internet e das novas tecnologias digitais e de comunicação. Sendo assim, a queda do custo de produção neste mercado propiciou o surgimento de novos entrantes, bem como novas oportunidades para músicos que tinham baixas expectativas para difundir sua produção. De forma geral, os processos que tornaram-se mais acessíveis foram os quais dispensou-se a figura do intermediário. Ou seja, as novas tecnologias disponibilizaram ferramentas, muitas delas de forma gratuita, que podem ser facilmente manipuladas pelo beneficiário direto, o músico. Dentre alguns dos processos que tornaram-se popularmente acessíveis, destacamos:

- ▣ Registro (gravação) do conteúdo musical;
- ▣ Distribuição do conteúdo em meio virtual, em escala global;
- ▣ Ausência de estoque físico;
- ▣ Divulgação em meio virtual, em escala global;
- ▣ Relação direta com o público interessado;
- ▣ Possibilidade de negócios em escala global;
- ▣ Processo de negociação em escala global;
- ▣ Maior precisão nos mecanismos e indicadores para o mapeamento do mercado;
- ▣ Produção de conteúdo complementar (videos, textos, áudio e imagem);

- Surgimento de novos segmentos produtivos;
- Gerenciamento de informações em tempo real;
- Conferências, ensaios e comunicação em tempo real e em escala global;

Considerando a definição do termo “empresário” prevista no Art. 966 do Código Civil brasileiro (Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002) constatamos que, para os artistas que constroem suas carreiras realizando shows e produzindo conteúdo, o caminho empresarial parece ser uma forma de organização interessante. Isso porque, tal como declarado pelos entrevistados no capítulo dos estudos de casos, a falta de estrutura para o desenvolvimento da profissão é um dos principais “gargalos” enfrentados no Brasil.

Porém, além deste motivo, a atuação como empresário permite maior liberdade para que o artista possa produzir seu trabalho criativo sem que haja o compromisso com formatos comerciais contrários à sua proposta estética. Neste caso, o músico assumirá potencialmente a decisão de gerenciar recursos de acordo com as oportunidades e com as relações de trocas - sejam financeiras ou não - com pessoas, com organizações e com instituições privadas ou públicas. Defendemos a autogestão neste caso como meio pelo qual poderá desenvolver seus projetos, independentemente da linguagem artística assumida, com mais liberdade criativa e maior propriedade sobre o macro processo produtivo.

Há também a vantagem de antecipar-se aos fluxos de mercado. Desta forma, o artista estará potencialmente melhor preparado para resistir às oscilações financeiras características da carreira musical. Esse fato está relacionado com outro benefício em prol da formalização de uma personalidade jurídica. Que é a possibilidade de minimizar os efeitos para que ações e esforços despendidos não se percam como atividades isoladas; a fim de estimular um fluxo produtivo contínuo e sustentável. A atividade empresarial formalizada é uma alternativa que confere boas possibilidades de trabalho para o músico.

Notamos que o argumento em comum que figura nas declarações de todos os entrevistados, que também norteia o guia publicado por BROCATO (2010), é o fato de que na fase inicial da carreira musical os custos fixos relacionados ao desenvolvimento do trabalho do músico são muito elevados. Com isso, esse artista não despertará o interesse de produtores e outros agentes da cadeia produtiva até que tenha expressiva notoriedade para atribuir-lhes um certo retorno pelo investimento de

trabalho e recursos.

Voltando à análise sobre a carência de estrutura para o setor, no Brasil, outra questão determinante para a fusão entre a profissão do artista e a do empresário é o favorecimento à criação de novos mercados. Ou seja, com a oferta de produtos diferenciados as características do negócio também serão diferentes. Assim vimos, por exemplo, no caso da banda brasiliense Móveis Coloniais de Acaju. E com base no exemplo citado a banda foi, inclusive, capaz de ampliar a sua relação não só com os seus pares como também com o público interessado no seu produto artístico.

Entendemos que o caminho empresarial não é uma forma de burocratização da cultura. Pelo contrário, acreditamos que este caminho oferece a vantagem de transferir o poder de decisão sobre o processo produtivo na música do plano institucional para o âmbito pessoal; de forma a conferir maior poder de ação para músicos e outros profissionais do setor. Defendemos que esta talvez seja a maneira mais adequada para conquistar maior liberdade criativa, oferecendo a capacidade de conduzir e corrigir o processo produtivo com mais agilidade; de forma a adaptar-se mais rapidamente às mudanças no mercado.

Constatamos, porém, que o perfil do músico autogestor estudado no capítulo teórico não é naturalmente atribuído a todos os músicos. Existem artistas dotados com este perfil, no entanto também existem artistas que podem desenvolvê-lo, trabalhá-lo. Mas também é fato que além do modelo de organização que estamos defendendo aqui há outras atividades e outras formas de trabalho as quais o músico poderá se dedicar, por exemplo, as atividades acadêmica ou educacional. Em geral, a motivação pessoal que impulsiona o músico é um traço aparentemente não muito comum para profissionais de áreas não ligadas ao desenvolvimento de expressões artísticas.

Assim, acreditamos que o que leva o músico autogestor a enfrentar determinadas dificuldades em prol de um ideal pessoal, tal como declarado no estudo de casos pela cantora Consuelo de Paula e pelos demais entrevistados, é o fato de que este artista adota a missão de construir não só uma carreira; mas também um ambiente alicerçado em outros valores que não só o financeiro. Tal como argumenta Fregtman (1995), o artista já carrega consigo outras formas de lidar com o mundo, bem como outros olhares interessantes. Sua motivação pessoal é o compromisso de transformar a sociedade.

No entanto, com as entrevistas dos estudos de casos e com base na própria vivência do pesquisador

notamos que de alguma forma os músicos já praticam a autogestão. Porém, nestes casos, essa prática não é conscientizada ou tida como uma atividade organizada. São casos nos quais o artista precisa tomar a frente, assumir determinadas atividades para conseguir desenvolver e proferir a sua proposta artística. O músico faz o que pode - da forma que pode - para sobreviver, se sustentar financeiramente; e ainda assim almeja dar vida ao seu ideal. Mas essa prática autogerencial dificilmente evolui, defendemos que o desenvolvimento da autogestão é o que pode favorecer este profissional.

Nesse contexto, com o presente estudo aprendemos que a prática da autogestão pode ser uma experiência transformadora para a vida do artista. Para isso é preciso deixar de encarar a autogestão como um mal necessário e deve-se entendê-la como a possibilidade de concentrar mais tempo e recursos em prol do seu ideal. Tiramos como lição o fato de que a sustentabilidade da carreira artística depende de uma construção que demanda esforços incessantes.

E para isso sugerimos como potenciais desdobramentos da discussão levantada nesta dissertação: a inclusão do tema “autogestão na produção musical” como conteúdo programático de cursos e programas de ensino profissionalizante em música; bem como a inserção da autogestão de carreira musical como elemento norteador na discussão de políticas públicas destinadas ao desenvolvimento do setor.

BIBLIOGRAFIA

- ANTEAG. *Atlas da Economia Solidária no Brasil 2005 – 2007*. São Paulo. Todos os Bichos. 2009. Acesso em 26/11/2013. <<http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A2E7311D1012F4F674618242E/Atlas%20da%20Economia%20Solid%C3%A1ria%20-%20publica%C3%A7%C3%A3o.pdf>>
- BARRETO, Mariana Mont'Alverne. *As majors da música e o mercado fonográfico nacional*. In: *XIV Congresso Brasileiro de Sociologia*. Rio de Janeiro. UNICAMP. 2009.
- BARROS, José Márcio. *Processos (trans)formativos e a gestão da diversidade*. In: *Políticas culturais: reflexões sobre gestão, processos participativos e desenvolvimento* / organização: Lia Calabre – São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2009.
- BROCATO, J. B. *Manage Yourself: a developing rock band's guide to self-management*. 2ª Ed. Chicago. Intense Publishing. 2010.
- CAPRA, Fritjof. *As conexões ocultas – ciência para uma vida sustentável*. São Paulo. Editora Cultrix. 2002.
- CAPRA, Fritjof. *O ponto de mutação – a ciência, a sociedade e a cultura emergente*. 25 Ed. São Paulo. Editora Cultrix. 1982.
- DIAS, Marcia Tosta. *Indústria fonográfica: a reinvenção de um negócio*. In. BOLAÑO, César.
- ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. Gilson C. C. De Souza (trad.). São Paulo. Perspectiva. 2006.
- GOLIN, Cida. BRITTOS, Valério (org.). *Economia da arte e da cultura*. São Paulo. Itaú Cultural. 2010.
- DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo – transformando ideias em negócios*. 4ª ed. Rio de Janeiro. Elsevier. 2012.
- FERREIRA, Juca. *Uma Lei à Altura da Cultura Brasileira*. (in) *Revista Interesse Nacional (Ano 2, Edição nº 6, Julho a Setembro de 2009)*. Acesso em 04/12/2013. <<http://www2.cultura.gov.br/site/2009/07/21/uma-lei-a-altura-da-cultura-brasileira/>>
- FERREIRA, Juca. *A centralidade da cultura no desenvolvimento*. 2010. Acesso em 18/08/2013. <<http://www2.cultura.gov.br/site/2010/12/13/a-centralidade-da-cultura-no-desenvolvimento/>>.
- FERRER, Walkiria Martinez Heinrich. *O Brasil na Década de 1990: o início do processo de inserção no mercado mundial*. Derecho y Cambio Social. 31/03/2012. Acesso em 26/11/2013. <http://www.derechocambiosocial.com/revista028/no_mercado_mundial.pdf>.
- FIRJAN. *Indústria Criativa – Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. 2012. Acesso em 14/01/2014. <<http://www.firjan.org.br/economiacriativa/pages/default.aspx>>.
- FLUSSER, Vilém. *O Mundo Codificado*. 1ª ed. São Paulo. Cosac Naify. 2007.

FREGTMAN, Carlos D. *Música Transpessoal – uma cartografia holística da arte, da ciência e do misticismo*. São Paulo. Editora Cultrix. 1995.

GOLDENSTEIN, Lidia. *Economia criativa - cenário macroeconômico global e Brasil*. 2002. Acesso em 19/08/2013. <<http://catedradogas.iee.usp.br/palestras/p&d2012/LidiaGoldstein.pdf>>.

GOLDENSTEIN, Lidia. NAKANO, Davi. *Economia criativa, inovação e competitividade: cenário macroeconômico global e brasileiro*. Acesso em 20/08/2013. <<http://www.observatoriousp.pro.br/wp-content/uploads/apresenta%C3%A7%C3%A3o-OIC-160420122.pdf>>.

GORZ, André. *Crítica da Divisão do Trabalho*. 3ª ed. São Paulo. Martins Fontes. 1996.

GORZ, André. *Metamorfoses do Trabalho – crítica da razão econômica*. 2ª ed. São Paulo. Annablume. 2007.

GUILLERM, Alan & BOURDET, Yvon. *Autogestão: uma mudança radical*. Rio de Janeiro. Zahar. 1976.

GUIMARÃES, Ricardo. *Interdependência ou morte*. Acesso em 20/08/2013. <http://www.tedxrio.com.br/palestras/ricardo_guimaraes/>.

GURGEL, Marcos Freire. *Criatividade & inovação: uma proposta de gestão da criatividade para o desenvolvimento da inovação*. Rio de Janeiro. UFRJ/COPPE. 2006.

KNELLER, George Frederick. *Arte e Ciência da Criatividade*. 15ª ed. São Paulo. Ibrasa. 1978.

KROPOTKIN, Piotr. *O Princípio Anarquista e outros Ensaio*s. São Paulo. Hedra. 2007.

KROPOTKIN, Piotr. *O Estado e seu Papel Histórico*. São Paulo. Nu-Sol. 2000.

LANNES, Wilson Vieira. *A crise e as novas fronteiras para a indústria fonográfica*. Rio de Janeiro. 2009. Acesso em 02/12/2013. <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/4051/wlannes.pdf?sequence=1>>

Lei nº 3.857. *Cria a Ordem dos Músicos do Brasil e Dispõe sobre a Regulamentação do Exercício da Profissão de Músico e dá outras Providências*. 22/12/1960. Acesso em 15/10/2013. <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L3857.htm>.

Lei nº 10.406. *Institui o Código Civil*. 22/12/1960. Acesso em 15/10/2013. <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm>.

LEITÃO, Sergio Proença. *Biologia do conhecimento e economia da comunhão*. Acesso em 18/08/2013. <<http://www.clfc.puc-rio.br/redec/artigo3.html>>

MARTIN, Brian. *Self-Management*. In: *Uprooting War*. London. Freedom Press. 1990. Acesso em 10/10/2013. <<http://www.bmartin.cc/pubs/90uw/uw05.html>>

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Plano da Secretaria da Economia Criativa – políticas, diretrizes e ações*. 2ª ed. Brasília. Ministério da Cultura. 2012.

PINHO, Diva Benevides. *Economia da arte*. Acesso em 19/08/2013.
<http://www.fipe.org.br/publicacoes/downloads/bif/2007/9_15-17-div.pdf>

PINTO, Mario Couto Soares. LEITÃO, Sergio Proença. *Economia da Comunhão – empresas para um capitalismo transformado*. 1ª ed. Rio de Janeiro. Editora FGV. 2006.

PIRES, Aline Suelen. *O que aconteceu com as fábricas recuperadas? Uma retomada da questão da autogestão no Brasil*. In: *37º Encontro Anual da ANPOCS. SPG 19 – Trabalho e ação sindical na sociedade contemporânea*. Acesso em 26/11/2013.

RASMUSSEN, U. W. *Economia para não-economistas – a desmistificação das teorias econômicas*. São Paulo. Saraiva. 2006.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Cultura e economia criativa*. Acesso em 14/01/2014.
<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&cad=rja&ved=0CGUQFjAJ&url=http%3A%2F%2Fportalpbh.pbh.gov.br%2Fpbh%2Fecp%2Ffiles.do%3Fevento%3Ddownload%26urlArqPlc%3Dtexto_ana_carla.pdf&ei=O7nVUv63MYSqkAfM5IHACw&usg=AFQjCNE_Nc4L11PYDzUhIQ0Oulm0ZOV2MA&bvm=bv.59378465,d.eW0>

ROBINSON, Ken. *Schools kill creativity*. Acesso em 20/11/2013.
<http://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity.html>

SALAZAR, Leonardo Santos. *Música Ltda: o negócio da música para empreendedores*. Recife. SEBRAE. 2010.

SECRETARIA DE ECONOMIA CRIATIVA – SEC. *Relatório de gestão 2011-2012, janeiro a agosto de 2013*. Acesso em 16/01/2014. <<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/950374/Relat%C3%B3rio/32a18e51-0299-483f-9604-96a3e221b0ab>>

SEN, Amartya. *Desenvolvimento como Liberdade*. 1ª ed. São Paulo. Companhia das Letras. 2000.

SHIRKY, Clay. *Lá vem todo mundo – o poder de organizar sem organizações*. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro. Zahar. 2012.

SINGER, Paul. *Economia Solidária: um modo de produção e distribuição*. In: Singer, P & Souza, A.R. *A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego*. São Paulo. Contexto, 2003.

TAUBKIN, Benjamim. *Viver de Música – diálogos com artistas brasileiros*. São Paulo. BEI Comunicação. 2011.

UNESCO. *Declaração universal sobre a diversidade cultural*. 2002. Acesso em 19/08/2013.
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>>.

UNESCO. *Convenção para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial*. 17/10/2003. Acesso em 18/08/2013. <<http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00009-PT-Brazil-PDF.pdf>>.

UNESCO. *Convenção sobre a proteção e promoção da diversidade das expressões culturais*. 20/10/2005. Acesso em 18/08/2013. <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224POR.pdf>>.

UNESCO. *Relatório mundial da UNESCO – investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural*. 20/10/2009. Acesso em 25/09/2013. <<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf>>.

VERAGO, Josiane Lombardi. *Autogestão e relações de mercado capitalistas: autonomia ou adaptação?*. Acesso em 26/11/2013.

VIEITEZ, C. G.; DAL RI, N. M. *ANTEAG's history*. Revista ORG & DEMO (Marília), v.5, n.2, p. 267-272, 2004. Acesso em 26/11/2013. <<http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/orgdemo/article/viewFile/415/315>>.

SITES CONSULTADOS

ARTIST GROWTH. <<https://artistgrowth.com/>>

ARTIST MANAGEMENT RESOURCES. <<http://artistmanagementresource.com/management-advice/for-managers/music-management-careers>>

BAM – Bands and Managers. <<http://bandsandmanagers.com/>>

CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas. <<http://www.cnae.ibge.gov.br/>>

CONSUELO DE PAULA. <<http://www.consuelodepaula.com.br/>>

CULTURA E MERCADO. <www.culturaemercado.com.br>

ECONOMIA DA COMUNHÃO. <<http://www.edc-online.org/>>

HAMILTON DE HOLANDA. <<http://hamiltondeholanda.com/pt>>

InovaDay – o governo de amanhã começa hoje. <<http://igovsp.net/inovaday/economia-criativa/>>

INDIE BAND MANAGER. <<http://www.indiebandmanager.com/>>

Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo – IEA/USP. <<http://www.iea.usp.br/>>

JUS Navigandi - <www.jus.com.br/>

MANAGE YOURSELF. <<http://www.manageyourselfnow.com/>>

Marketing Cultural. <<http://www.marketingcultural.com.br/>>

Ministério da Cultura – MinC. <http://www.cultura.gov.br/site/>

MÓVEIS COLONIAIS DE ACAJU. <<http://moveiscoloniaisdeacaju.com.br/>>

MUSIC BIZ ACADEMY. <<http://www.musicbizacademy.com/knab/articles/selfmanage.htm>>

MUSIC CARRER. <http://www.musiccareer.com.au/index.php?title=Artist_Manager>

MÚSICA LTDA. <<http://www.musicaltda.com.br/>>

MUSICIAN COACHING. <<http://musiciancoaching.com/tools-for-musicians/how-to-manage->

your-music-career/>

Observatório de Inovação e Competitividade – IEA/USP. <<http://www.observatoriousp.pro.br/>>

Organização Mundial do trabalho. <http://www.oit.org.br/estudo_indicadores2.php>

ONU. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO. <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil>>

ONU. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD. <<http://www.pnud.org.br/home/>>

PORTAL DO EMPREENDEDOR. <<http://www.portaldoempendedor.gov.br/>>

Presidência da República Federativa do Brasil. <<http://www.planalto.gov.br/>>

PRODUÇÃO CULTURAL NO BRASIL. <<http://www.producaocultural.org.br/>>

Rede de Tecnologia e Inovação do Rio de Janeiro – REDETEC. <<http://www.redetec.org.br>>

Revista Eletrônica de Economia de Comunhão – REDEC. <<http://www.clfc.puc-rio.br/redec/>>

SIMPLES NACIONAL. <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>>

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=185472>>s

Tourch. <turch.net>

Lei 3.857 – Regulamentação da Profissão

Existem regulamentações à atividade do músico previstas na legislação brasileira em vigor que devem ser consultadas a fim de certificarmos a viabilidade da proposta deste estudo. A primeira delas que iremos abordar é a Lei nº 3.857, promulgada pelo presidente Juscelino Kubitschek em 22 de dezembro de 1960. Esta lei institui a Ordem dos Músicos do Brasil e dispõe sobre a Regulamentação do Exercício da Profissão de Músico.

Analisaremos a seguir os principais pontos desta lei com o intuito de destacar as regulamentações pertinentes para o exercício profissional do músico, bem como para constatar se há ou não qualquer legitimação para a prática da autogestão de carreira aplicada a esta profissão.

Conforme a lei, aos músicos não compete apenas a aptidão técnica e o conhecimento específico necessários para a produção musical, mas sobretudo o registro nos órgãos competentes, tal como descrito nos Artigos 16 e 18. No entanto, uma decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) publicada em 01 de agosto de 2011 desproveu a exigência de registro ou licença para o exercício da profissão (vide ANEXO II).

“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. 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.”
(Lei nº 3.857 de 22/12/1960)

Assim, com base na decisão do STF, aos músicos devidamente registrados ou não, a lei concede o livre exercício da profissão independentemente do que regem os Artigos 16, 17, 18, 19 e 28.

Os poderes atribuídos ao músico regulamentado, conforme os Art. 20 e 23 são respectivamente:

- ▣ Constituir a assembléia geral do Conselho Regional, sede principal de sua atividade profissional;
- ▣ Exercer o voto pessoal e obrigatório em toda eleição, salvo em casos de doença ou ausência comprovada.

No Art. 23 estão discriminados pelos parágrafos § 1º ao § 6º os procedimentos referentes às deliberações da Assembléia Geral. Não abordaremos os mesmos com maiores detalhes por não tratar-se diretamente do objeto desta pesquisa.

No que tange à competência das assembléias gerais e da própria existência da Ordem dos Músicos do Brasil destacamos:

Nos termos do Art. 21 desta Lei, à Assembléia Geral compete:

- ▣ Discutir e votar o relatório e contas da diretoria;
- ▣ Autorizar a alienação de imóveis do patrimônio do Conselho;
- ▣ Elaborar e alterar a tabela de emolumentos cobrados pelos serviços prestados ad referendum do Conselho Federal;
- ▣ Deliberar sobre as questões ou consultas submetidas à sua decisão pelo Conselho ou pela diretoria.
- ▣ Eleger um delegado e um suplente para a eleição dos membros e suplentes do Conselho Federal.

À Ordem dos Músicos do Brasil compete instituir, conforme Art. 25:

- ▣ Cursos de aperfeiçoamento profissional;
- ▣ Concursos;
- ▣ Prêmios de viagens no território nacional e no exterior;

- Bolsas de estudos;
- Serviços de cópia de partituras sinfônicas dramáticas, premiados em concurso.

A Lei 3.857 ordena as aptidões específicas de músicos profissionais em diferentes classificações, e atribui as funções que serão exercidas em cada uma delas. Com relação às classificações, conforme o disposto no Artigo 29, destacam-se:

- Compositores de música erudita e popular
- Regentes de orquestras, conjuntos e bandas de música
- Diretores de orquestras ou conjuntos populares
- Instrumentais de todos os gêneros e especialidades
- Cantores de todos os gêneros e especialidades
- Professores particulares de música
- Diretores de cena lírica
- Arranjadores e orquestradores
- Copistas de música

As incumbências discriminadas para cada uma das classes estão relacionadas às suas capacidades técnicas específicas. Os artigos relacionados a cada uma delas são respectivamente: compositores e regentes, Art. 30; diretores de orquestra ou conjunto popular, Art. 31; cantores, Art. 32; instrumentistas, Art. 33; diplomados em matéria teórica, Art. 34; professores, Art. 35 e 36; diplomados em declamação lírica, Art. 37; arranjadores ou orquestradores, Art. 38; e copista, Art. 39.

A regulamentação referente à duração do trabalho do músico estabelece o período máximo normal em 05 (cinco) horas (Art. 41), incluindo-se ensaios e intervalos. A duração normal do trabalho poderá ser elevada a 06 (seis) horas (Art. 42) nos estabelecimentos de diversões públicas onde atuem 02 (dois) ou mais conjuntos, ou ainda, excepcionalmente, a 07 (sete) horas, nos casos de força maior, ou festejos populares e serviço reclamado pelo interesse nacional.

Nos casos de prorrogação de 07 (sete) horas em festejos populares e serviço reclamado pelo interesse nacional, a Lei estipula o valor de cada hora extra como o dobro do valor do salário

normal, reservando-se ao músico ao menos 30 (trinta) minutos de repouso. O documento não explicita definições sobre o que vem a ser os casos de “força maior” ou “serviço reclamado pelo interesse nacional”.

Os Art. 43, 44, 45, 46 e 47 normatizam os casos referentes a espetáculos de ópera, bailado e teatro musicado, e serviços em empresas nacionais de navegação. O Art. 48 determina que o tempo em que o profissional estiver à disposição do empregador será computado como período de trabalho efetivo.

Outros dois pontos importantes que valem ser destacados são os artigos 59 e 60. O Art. 60 garante a assistência social aos músicos, com base nos preceitos da legislação de assistência e proteção do trabalho, bem como da previdência social. Já o Art. 59 especifica e qualifica as empresas que podem empregar músicos.

Destaca-se que a lei institui a necessidade da formação por programa educacional para estes profissionais, mas o que observa-se na prática é que os músicos de formação técnica ou superior acabam entrando em concorrência com músicos de “prática”, ou seja, os músicos auto-didatas ou provindos da tradição oral. Fato esse que é observado cotidianamente em diferentes ocasiões que envolvem ofertas de trabalho e empregadores.

No entanto, com base na decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) sobre o Recurso Extraordinário (RE) 414426, publicada em 01 de agosto de 2011, o entendimento que vigora é de que *“o músico dispõe de meios próprios para pagar anuidades devidas, sem vincular sua cobrança à proibição do exercício da profissão”* uma vez que a restrição a essa liberdade *“só se justifica se houver necessidade de proteção do interesse público, por exemplo, pelo mau exercício de atividades para as quais seja necessário um conhecimento específico altamente técnico ou, ainda, alguma habilidade já demonstrada, como é o caso dos condutores de veículos.”* Assim, é importante mencionar a decisão do Recurso Extraordinário (RE) 414426/STF de 01 de agosto de 2011 que desproveu a obrigatoriedade de qualquer registro ou licença, em órgão competente, para que o músico exerça suas atividades de forma lícita.

Abordamos neste capítulo as principais questões da Lei nº 3.857, de 22 de dezembro de 1960, com relação à profissão do músico brasileiro no Brasil. Não foi mencionado neste estudo a regulamentação relativa à atuação de músico estrangeiro no Brasil, mas o leitor interessado poderá

acessá-la em consulta à legislação. Pela Lei nº 3.857, de 22 de dezembro de 1960, não há impeditivos para a prática da autogestão de carreira musical.

Segunda-feira, 01 de agosto de 2011

Registro de músico em entidade de classe não é obrigatório

O exercício da profissão de músico não está condicionado a prévio registro ou licença de entidade de classe. Esse foi entendimento do Plenário do Supremo Tribunal Federal (STF), que, por unanimidade dos votos, desproveu o Recurso Extraordinário (RE) 414426, de autoria do Conselho Regional da Ordem dos Músicos do Brasil (OMB), em Santa Catarina.

O caso

O processo teve início com um mandado de segurança impetrado contra ato de fiscalização da Ordem dos Músicos do Brasil (OMB), que exigiu dos autores da ação o registro na entidade de classe como condição para exercer a profissão.

O RE questionava acórdão do Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF-4) que, com base no art. 5º, incisos IX e XIII, da Constituição Federal (CF), entendeu que a atividade de músico não depende de registro ou licença e que a sua livre expressão não pode ser impedida por interesses do órgão de classe.

Para o TRF, o músico dispõe de meios próprios para pagar anuidades devidas, sem vincular sua cobrança à proibição do exercício da profissão. No recurso, a OMB sustentava afronta aos artigos 5º, incisos IX e XIII, e 170, parágrafo único, da CF, alegando que o exercício de qualquer profissão ou trabalho está condicionado pelas referidas normas constitucionais às qualificações específicas de cada profissão e que, no caso dos músicos, a Lei 3.857/60 (que regulamenta a atuação da Ordem dos Músicos) estabelece essas restrições.

Em novembro de 2009, o processo foi remetido ao Plenário pela Segunda Turma da Corte, ao considerar que o assunto guarda analogia com a questão do diploma para jornalista. Em decisão Plenária ocorrida no RE 511961, em 17 de junho de 2009, os ministros julgaram inconstitucional a exigência de diploma de jornalista para o exercício profissional dessa categoria.

Voto da relatora

“A liberdade de exercício profissional – inciso XIII, do artigo 5º, da CF – é quase absoluta”, ressaltou a ministra, ao negar provimento ao recurso. Segundo ela, qualquer restrição a esta liberdade “só se justifica se houver necessidade de proteção do interesse público, por exemplo, pelo mau exercício de atividades para as quais seja necessário um conhecimento específico altamente técnico ou, ainda, alguma habilidade já demonstrada, como é o caso dos condutores de veículos”.

A ministra considerou que as restrições ao exercício de qualquer profissão ou atividade devem obedecer ao princípio da mínima intervenção, a qual deve ser baseada pelos princípios da razoabilidade e da proporcionalidade. Em relação ao caso concreto, Ellen Gracie avaliou que não há qualquer risco de dano social. “Não se trata de uma atividade como o exercício da profissão médica ou da profissão de engenheiro ou de advogado”, disse.

“A música é uma arte em si, algo sublime, próximo da divindade, de modo que se tem talento para a música ou não se tem”, completou a relatora. Na hipótese, a ministra entendeu que a liberdade de expressão se sobrepõe, como ocorreu no julgamento do RE 511961, em que o Tribunal afastou a exigência de registro e diploma para o exercício da profissão de jornalista.

Totalitarismo

O voto da ministra Ellen Gracie, pelo desprovimento do RE, foi acompanhado integralmente pelos ministros da Corte. O ministro Ricardo Lewandowski lembrou que o artigo 215 da Constituição garante a todos os brasileiros o acesso aos bens da cultura “e as manifestações artísticas, inegavelmente, integram este universo. De acordo com ele, uma das características dos regimes totalitários é exatamente este, “o de se imiscuir na produção artística”.

Nesse mesmo sentido, o ministro Celso de Mello afirmou que o excesso de regulamentação legislativa, muitas vezes, “denota de modo consciente ou não uma tendência totalitária no sentido de interferir no desempenho da atividade profissional”. Conforme ele, “é evidente que não tem sentido, no caso da liberdade artística em relação à atividade musical, impor-se essa intervenção do Estado que se mostra tão restritiva”.

Para o ministro Gilmar Mendes, a intervenção do Estado apenas pode ocorrer quando, de fato, se

impuser algum tipo de tutela. “Não há risco para a sociedade que justifique a tutela ou a intervenção estatal”, disse.

Liberdade artística

O ministro Ayres Britto ressaltou que, no inciso IX do artigo 5º, a Constituição Federal deixa claro que é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação. “E, no caso da música, sem dúvida estamos diante de arte pura talvez da mais sublime de todas as artes”, avaliou.

Segundo o ministro Marco Aurélio, a situação concreta está enquadrada no parágrafo único do artigo 170 da CF, que revela que é assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei. “A Ordem dos Músicos foi criada por lei, mas a lei não previu a obrigatoriedade de filiação, nem o ônus para os musicistas”, salientou.

Por sua vez, o ministro Cezar Peluso acentuou que só se justifica a intervenção do Estado para restringir ou condicionar o exercício de profissão quando haja algum risco à ordem pública ou a direitos individuais. Ele aproveitou a oportunidade para elogiar o magistrado de primeiro grau Carlos Alberto da Costa Dias, que proferiu a decisão em 14 de maio de 2001, “cuja decisão é um primor”. “Esta é uma bela sentença”, disse o ministro, ao comentar que o TRF confirmou a decisão em uma folha.

Casos semelhantes

Ao final, ficou estabelecido que os ministros da Corte estão autorizados a decidir, monocraticamente, matérias idênticas com base nesse precedente.

E C /A D

Processos relacionados

RE 414426

Lei 10.406 – Código Civil

A Lei 10.406 de 10 de janeiro de 2002 institui o novo Código Civil brasileiro. É um documento composto por um total de 2.046 artigos, e trata-se da lei que aborda com maior proximidade os direitos e deveres do cidadão. Vasculharemos os pontos desta lei que exercem influência sobre a profissão do músico brasileiro no Brasil, procurando identificar se há ou não impedimentos que restrinjam a prática da autogestão de carreira musical perante quaisquer circunstâncias legais.

As principais questões do Código Civil que influem na carreira do músico estão relacionadas aos diferentes modos de organização que visam garantir e regulamentar os direitos e deveres do cidadão. Assim, tomando como base a proximidade entre o perfil estudado do músico autogestor com a figura do empresário abordaremos os capítulos que compreendem as disposições sobre a personalidade jurídica. De acordo com o Art. 40, classificam-se as pessoas jurídicas como de direito público, interno e externo, e de direito privado. No Código Civil, as diferentes modalidades de pessoa jurídica de direito privado são separadas conforme a sua finalidade. No o Art. 44 ficam estipuladas como pessoas públicas de direitos privados, com ou sem fins lucrativos: as associações; as sociedades; as fundações; as organizações religiosas; os partidos políticos; e as empresas individuais de responsabilidade limitada.

Para atender à finalidade da dissertação abordaremos apenas os aspectos referentes às pessoas jurídicas de direito privado, tendo em vista que consideramos a questão da subsistência do músico e a sua liberdade profissional para a formulação do presente estudo, considerando a sua atividade-fim. Assim, os principais casos vasculhados estão associados às pessoas jurídicas com fins lucrativos, uma vez que a pesquisa trata das questões relacionadas à produção musical e à carreira do profissional da música.

Iniciaremos o trabalho abordando o Título II – Das Pessoas Jurídicas. Considera-se legalmente a constituição das pessoas jurídicas a partir *“da inscrição do ato constitutivo no respectivo registro, precedida, quando necessário, de autorização ou aprovação do Poder Executivo, averbando-se no registro todas as alterações por que passar o ato constitutivo”* (Art. 45). As informações que devem constar no registro em questão são estipuladas pelo Art. 46, a saber:

- I - a denominação, os fins, a sede, o tempo de duração e o fundo social, quando houver;
- II - o nome e a individualização dos fundadores ou instituidores, e dos diretores;
- III - o modo por que se administra e representa, ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente;
- IV - se o ato constitutivo é reformável no tocante à administração, e de que modo;
- V - se os membros respondem, ou não, subsidiariamente, pelas obrigações sociais;
- VI - as condições de extinção da pessoa jurídica e o destino do seu patrimônio, nesse caso.

Os artigos seguintes, Art. 47 a 51, discorrem sobre as questões gerais relacionadas às responsabilidades atribuídas aos administradores das pessoas jurídicas especificadas no Art. 44. Destaca-se ainda o Art. 52, que garante à pessoa jurídica a proteção dos direitos da personalidade, porém sem maiores especificações sobre este ato.

Todas as pessoas, naturais (físicas) e jurídicas, devem possuir um domicílio. Com relação ao disposto no Art. 75, é considerado domicílio o(s) lugar(es) onde funcionarem as respectivas diretorias e administrações, ou os elegidos em seus estatutos ou atos constitutivos. Possuindo mais de um estabelecimento, cada estabelecimento será considerado domicílio para os atos nele praticados.

Partindo para o Livro II – Do Direito de Empresa, no que tange às disposições específicas relacionadas às sociedades e empresas individuais destacamos que, com base no Artigo 966, o empresário é definido como:

“Art. 966. Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços.

Parágrafo único. Não se considera empresário quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda com o concurso de auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento de empresa.” (Lei nº 10.406 de 10/01/2002)

Conforme Art. 967 e 969, fica estipulado obrigatoriamente que o empresário deverá efetivar a inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis de sua respectiva sede antes de iniciar sua atividade. Havendo sucursais ou filias em lugares sujeitos à jurisdição de outro Registro Público de Empresas Mercantis, os mesmos serão registrados com a prova de existência da sede matriz. Conforme o Art. 968, o empresário preencherá requerimento para a inscrição, contendo as seguintes

informações:

- ☐ O seu nome, nacionalidade, domicílio, estado civil e, se casado, o regime de bens;
- ☐ A firma, com a respectiva assinatura autógrafa;
- ☐ O capital;
- ☐ O objeto e a sede da empresa.

O § 4º do Art. 968 estipula que: abertura, registro, alteração e baixa do microempreendedor individual, referente ao Art. 18-A da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, bem como qualquer exigência para o início de seu funcionamento deverão ter trâmite especial e simplificado, preferentemente eletrônico, opcional para o empreendedor, na forma a ser disciplinada pelo Comitê para Gestão da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios - CGSIM, de que trata o inciso III do Art. 2º da mesma Lei. Conforme o § 5º, para os processos de abertura, registro, alteração e baixa do microempreendedor individual poderão ser dispensados o uso da firma, com a respectiva assinatura autógrafa, o capital, requerimentos, demais assinaturas, informações relativas à nacionalidade, estado civil e regime de bens, bem como remessa de documentos, na forma estabelecida pelo CGSIM.

Conforme o Art. 972, a lei atribui poderes para o cidadão que deseja exercer a atividade de empresário desde que o mesmo esteja em pleno gozo da capacidade civil e não esteja legalmente impedido.

No que corresponde à Empresa Individual de Responsabilidade Limitada, o código destina um único artigo, o Art. 980-A incluído pela Lei 12.441 de 2011. Neste artigo fica estipulado que o empresário detém individualmente o capital social da empresa, que não poderá ser inferiore a 100 (cem) vezes o maior salário-mínimo vigente no país. Conforme previsto no parágrafo § 2º destacamos que o empresário individual poderá figurar em uma única empresa desta modalidade. As regras aplicadas a esta modalidade são as previstas para as sociedades limitadas, conforme previsto no parágrafo § 6º.

Vale destacar ainda que o parágrafo § 5º deste artigo antende às expectativas de autores e detentores da cessão de direitos patrimoniais, conforme disposto abaixo:

§ 5º Poderá ser atribuída à empresa individual de responsabilidade limitada constituída para a prestação de serviços de qualquer natureza a remuneração decorrente da cessão de direitos patrimoniais de autor ou de imagem, nome, marca ou voz de que seja detentor o titular da pessoa jurídica, vinculados à atividade profissional. (Lei nº 10.406 de 10/01/2002)

O Título II – Capítulo Único trata das disposições gerais acerca das sociedades. Neste capítulo, conforme Art. 981, o contrato de sociedade é celebrado por:

“(…) pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir, com bens ou serviços, para o exercício de atividade econômica e a partilha, entre si, dos resultados.” (Lei nº 10.406 de 10/01/2002)

Ressalta-se que o texto do Parágrafo Único estipula que a atividade econômica mencionada neste parágrafo pode se restringir a um ou mais negócios estipulados. Já o que tange à classificação das sociedades é definido pelo parágrafo único do Art. 982, distinguindo-as em sociedade empresária e sociedade simples. Independentemente do objeto a sociedade empresária é a sociedade por ações e a simples é a cooperativa.

A sociedade simples a que se refere o capítulo é a sociedade na qual os atos constitutivos ainda não foram inscritos, salvo exceções (§ 986). Para efeitos de comprovação, na relação dos sócios entre si e com terceiros, cabe aos sócios provar a existência da sociedade apenas por escrito. Já os terceiros podem provar a existência de qualquer maneira (§ 987). O parágrafo § 989 aborda a responsabilidade dos sócios com relação aos bens sociais, salvo exceções, pelos atos de gestão social praticados pelos sócios. Cabe destacar o disposto pelo Art. 990:

“Art. 990. Todos os sócios respondem solidária e ilimitadamente pelas obrigações sociais, excluído do benefício de ordem, previsto no art. 1.024, aquele que contratou pela sociedade.” (Lei nº 10.406 de 10/01/2002)

O Capítulo II do Subtítulo I traz definições pertinentes ao tipo de sociedade denominado “sociedade em conta de participação”. Pelo que consta no Art. 991, apenas o sócio ostensivo pode exercer a atividade constitutiva do objeto social. Este sócio manifesta-se sob seu nome, individualmente, e responde por suas ações. Os demais sócios participam dos resultados correspondentes. Segundo o parágrafo único, as relações estabelecidas com terceiros são de responsabilidade do sócio ostensivo e os demais sócios reportam-se exclusivamente a ele. A lei prevê que para o estabelecimento de

sociedade em conta de participação independe qualquer tipo de formalização. Pode-se provar a criação e existência desta sociedade por todos os meios de direito (Art. 992).

O Art. 993 define que o efeito do contrato social compreende apenas os sócios e sua inscrição em qualquer registro não confere personalidade jurídica à sociedade. Conforme o parágrafo único, ao sócio participante é facultado o direito de fiscalizar a gestão dos negócios sociais; caso o sócio participante intervenha nas relações do sócio ostensivo com terceiros estará sujeito a responder solidariamente com o sócio ostensivo pelas obrigações assumidas. Aplica-se no que for cabível, para a sociedade em conta de participação, o disposto para a sociedade simples; e sua liquidação se dá pelas normas relativas à prestação de contas, conforme lei processual (Art. 996).

Outra modalidade de sociedade é a sociedade simples. Conforme Art. 997 a constituição desta sociedade deverá ser feita mediante contrato escrito, com as cláusulas estipuladas e contendo as seguintes informações:

I - nome, nacionalidade, estado civil, profissão e residência dos sócios, se pessoas naturais, e a firma ou a denominação, nacionalidade e sede dos sócios, se jurídicas;

II - denominação, objeto, sede e prazo da sociedade;

III - capital da sociedade, expresso em moeda corrente, podendo compreender qualquer espécie de bens, suscetíveis de avaliação pecuniária;

IV - a quota de cada sócio no capital social, e o modo de realizá-la;

V - as prestações a que se obriga o sócio, cuja contribuição consista em serviços;

VI - as pessoas naturais incumbidas da administração da sociedade, e seus poderes e atribuições;

VII - a participação de cada sócio nos lucros e nas perdas;

VIII - se os sócios respondem, ou não, subsidiariamente, pelas obrigações sociais.

O parágrafo único deste artigo anula quaisquer pactos que os sócios venham a estabelecer com terceiros, contrários ao disposto no contrato. As alterações no contrato social que forem relacionadas ao disposto no Art. 997 deverão ter o consentimento de todos os sócios. As demais alterações serão estipuladas mediante a maioria de votos, salvo se no contrato não estiver prevista a deliberação unânime (Art. 999). Qualquer modificação no contrato social será averbada (parágrafo

único).

Na Sessão II, destacamos os principais artigos relacionados aos direitos e obrigações dos sócios. Assim, o Art. 1001 determina que as obrigações dos sócios iniciam-se com o contrato social, salvo se houver data estipulada, e encerram-se com a liquidação da sociedade e a extinção de suas responsabilidades sociais. Conforme Art. 1002, o sócio não poderá ser substituído de suas funções, sem o consentimento dos demais sócios formalizado no contrato social. Da mesma forma, a cessão de cotas só terá validade se, com o consentimento dos demais sócios, estiver expressa no contrato social (Art. 1003). O parágrafo único determina que o cedente responderá solidariamente com o cessionário à sociedade e a terceiros, num período de dois anos após a averbação da modificação do contrato. Conforme Art. 1006, o sócio que contribua com serviços não poderá empregar-se em atividade estranha à sociedade sob pena de perder seus lucros ou ser excluído da sociedade, salvo o que for estipulado em contrário no contrato social. O Art. 1007 estipula que os sócios participam dos lucros e das perdas da sociedade, com exceção do sócio que contribua com serviços que somente participa dos lucros distribuídos na proporção dos valores das cotas, salvo o estipulado em contrário. Não será considerada a estipulação que exclua qualquer sócio da participação dos lucros e das perdas (Art. 1008).

A Sessão III dispõe sobre as responsabilidades e direitos dos sócios na administração da sociedade, abordando os casos que compreendam administradores que sejam membros da sociedade ou não. Vale citar o previsto no Artigo 1011, pois trata-se de um dispositivo destinado a regulamentar as decisões e comportamentos de quem assume a administração de um negócio. Este artigo tem como base critérios subjetivos e subentendidos para o entendimento sobre o que se presta.

Art. 1.011. O administrador da sociedade deverá ter, no exercício de suas funções, o cuidado e a diligência que todo homem ativo e probo costuma empregar na administração de seus próprios negócios.

O administrador deve averbar sua nomeação à margem da inscrição da sociedade, respondendo solidariamente aos sócios pelos atos que praticar, mesmo antes de requerer a averbação (Art. 1012). A administração da sociedade, caso o contrato social não disponha sobre o assunto, compete a cada um dos sócios em separado (Art. 1013). Os §§ 1º e 2º deste artigo dispõe, respectivamente, sobre casos de impugnação em sociedades com mais de um administrador, e sobre as responsabilidades perante suas operações em desacordo com a maioria. O administrador responde por perdas e danos

perante os sócios em situações nas quais ele saiba ou deva saber qual a decisão assumida pela maioria. Complementando este artigo, o Art. 1014 estabelece que nos casos de competência conjunta de vários administradores é necessária a concordância de todos, salvo quando a omissão ou retardo de providências possa ocasionar dano grave ou irreparável.

Os administradores respondem solidariamente aos sócios e a terceiros quando o desempenho de sua função resultar em prejuízos para os mesmos (Art. 1016). O Art. 1018 institui que o administrador não pode ser substituído no exercício de sua função, cabendo-lhe constituir mandatários, especificando os atos e operações que os mesmos poderão praticar.

O Art. 1019 institui que os poderes conferidos ao sócio investido na administração são irrevogáveis, por cláusula expressa do contrato social, salvo em causa justificada e reconhecida judicialmente a pedido de qualquer um dos sócios. O parágrafo único deste artigo atribui como revogáveis os poderes atribuídos a sócios e não sócios por ato separado. O administrador é obrigado a prestar contas aos sócios, devendo apresentar-lhes anualmente o inventário, bem como o balanço patrimonial e o resultado econômico (Art. 1020). O sócio pode examinar a qualquer momento os livros, documentos, o estado da caixa e a carteira da sociedade (Art. 1021).

O Capítulo II dispõe sobre a Sociedade em Nome Coletivo. Nesta sociedade somente as pessoas físicas podem associar-se, respondendo todas elas solidariamente e ilimitadamente pelas obrigações sociais (Art. 1039). Os sócios nesta modalidade podem limitar entre si a responsabilidade de cada um, desde que deliberado no ato constitutivo ou por unânime convenção, conforme institui o parágrafo único deste artigo. As normas estabelecidas para a Sociedade em Nome Coletivo são regidas por este capítulo, em caso de omissão as normas serão regidas pelo capítulo anterior (Sociedade Simples) (Art. 1040). Conforme Art. 1041, o contrato deverá mencionar as seguintes informações:

I - nome, nacionalidade, estado civil, profissão e residência dos sócios, se pessoas naturais, e a firma ou a denominação, nacionalidade e sede dos sócios, se jurídicas;

II - denominação, objeto, sede e prazo da sociedade;

III - capital da sociedade, expresso em moeda corrente, podendo compreender qualquer espécie de bens, suscetíveis de avaliação pecuniária;

IV - a quota de cada sócio no capital social, e o modo de realizá-la;

- V - as prestações a que se obriga o sócio, cuja contribuição consista em serviços;
- VI - as pessoas naturais incumbidas da administração da sociedade, e seus poderes e atribuições;
- VII - a participação de cada sócio nos lucros e nas perdas;
- VIII - se os sócios respondem, ou não, subsidiariamente, pelas obrigações sociais;
- IX – a firma social.

Conforme o Art. 1042 a administração da sociedade em nome coletivo compete apenas aos sócios, sendo o uso da firma restrito aos que tenham poderes.

O Capítulo III regulamente a Sociedade em Comandita Simples, que trata-se de uma sociedade formada por comanditados – pessoas físicas responsáveis solidariamente e ilimitadamente pelas obrigações sociais – e comanditários, os sócios que tomam parte por prestação de capital (Art. 1045). Nesta sociedade deverá ser discriminado em contrato os comanditados e os comanditários (parágrafo único). Conforme Art. 1046, aplicam-se à sociedade em comandita simples as normas estipuladas para a sociedade em nome coletivo; cabendo aos comanditados os mesmos direitos e deveres dos sócios da sociedade em nome coletivo (parágrafo único). Cabe ao comanditário participar das deliberações da sociedade e fiscalizar as operações dos comanditados, não podendo o primeiro participar de qualquer ato de gestão, sob pena de ficar sujeito às responsabilidades do sócio comanditado (Art. 1047). Conforme o parágrafo único deste artigo, o comanditário pode ser constituído procurador da sociedade, desde que para negócio determinado e com poderes especiais. Há a ressalva de que o texto não define o que vem a ser “poderes especiais”.

O Art. 1048 determina que somente após averbada a modificação no contrato, mediante a terceiros, a diminuição da cota do comanditário será considerada. A mesma não poderá oferecer prejuízo a credores preexistentes. O Art. 1049 regulamenta que o sócio comanditário não é obrigado a repor lucro. O parágrafo único estabelece que o comanditário não pode receber lucro antes de que se reintegre o capital social diminuído por perdas supervenientes.

No Capítulo IV vasculharemos a regulamentação relacionada à sociedade limitada. Conforme consta na Sessão I – Disposições preliminares, o Art. 1052 estabelece a principal característica desta modalidade:

“Art. 1.052. Na sociedade limitada, a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.”

No que tange às regras da sociedade limitada, o Art. 1053 determina que em casos de omissão neste capítulo, esta modalidade estará regida pelas normas da sociedade simples; podendo o contrato social prever a regência supletiva da sociedade limitada pelas normas da sociedade anônima (parágrafo único). No contrato indicará o disposto no Art. 997 e a firma social (Art. 1054), se for o caso.

O Art. 1055 estabelece a divisão do capital social em cotas, a serem distribuídas entre os sócios. Conforme § 1º, os sócios respondem solidariamente pela exata estimação de bens conferidos ao capital social, no prazo de cinco anos a contar da data do registro da sociedade. O § 2º estipula que é vedada a prestação de serviços como contribuição válida. Os sócios são obrigados à reposição dos lucros e das quantias retiradas quando a distribuição for realizada com prejuízo de capital (Art. 1059).

A sociedade limitada é administrada por uma ou mais pessoas designadas em contrato ou ato em separado (Art. 1060), conforme disposto na Sessão III – Da administração. O parágrafo único estabelece que a administração atribuída aos sócios no contrato não se estende de pleno direito aos sócios que posteriormente adquiram esta qualidade. Conforme Art. 1063, a atividade do administrador cessa por destituição ou por término do prazo do serviço. O § 1º regulamenta os casos onde o administrador é um dos sócios nomeados no contrato, sua destituição será realizada se houver ao menos dois terços do capital social, salvo disposição contratual diversa. O Art. 1064 estipula que o uso da firma ou da denominação social é privativo aos administradores.

Na Sessão V, o Art. 1071 estipula que dependem da deliberação dos sócios:

- I - a aprovação das contas da administração;
- II - a designação dos administradores, quando feita em ato separado;
- III - a destituição dos administradores;
- IV - o modo de sua remuneração, quando não estabelecido no contrato;
- V - a modificação do contrato social;

VI - a incorporação, a fusão e a dissolução da sociedade, ou a cessação do estado de liquidação;

VII - a nomeação e destituição dos liquidantes e o julgamento das suas contas;

VIII - o pedido de concordata.

Abordando o Capítulo V – Da Sociedade Anônima, no que compreende ao código civil, esta modalidade é definida por apenas dois artigos. Conforme Art. 1088 nesta companhia o capital se divide por ações, onde cada sócio ou acionista responsabiliza-se somente pelas ações que detiver. A sociedade anônima é regida por legislação especial; havendo casos omissos será aplicada a regulamentação do código civil (Art. 1089).

No tocante ao Capítulo VI – Da Sociedade em Comandita por Ações, o Art. 1090 determina que estas sociedades tem seu capital dividido em ações, e são regulamentadas pelas normas estipuladas às sociedades anônimas. A sociedade em comandita por ações opera sob firma ou denominação. Conforme Art. 1091, somente o acionista tem competência para administrar a sociedade e responde subsidiária e ilimitadamente pelas obrigações sociais.

O Capítulo VIII aborda a regulamentação determinada para a sociedade cooperativa. O Art. 1093 estabelece que esta sociedade rege-se pelo disposto neste capítulo, salvo casos de legislação especial. Conforme o Art. 1094, as características da sociedade cooperativa são:

I - variabilidade, ou dispensa do capital social;

II - concurso de sócios em número mínimo necessário a compor a administração da sociedade, sem limitação de número máximo;

III - limitação do valor da soma de quotas do capital social que cada sócio poderá tomar;

IV - intransferibilidade das quotas do capital a terceiros estranhos à sociedade, ainda que por herança;

V - quorum, para a assembléia geral funcionar e deliberar, fundado no número de sócios presentes à reunião, e não no capital social representado;

VI - direito de cada sócio a um só voto nas deliberações, tenha ou não capital a sociedade, e qualquer que seja o valor de sua participação;

VII - distribuição dos resultados, proporcionalmente ao valor das operações efetuadas pelo sócio

com a sociedade, podendo ser atribuído juro fixo ao capital realizado;

VIII - indivisibilidade do fundo de reserva entre os sócios, ainda que em caso de dissolução da sociedade.

O Art. 1095 estabelece que nesta modalidade a responsabilidade dos sócios pode ser limitada ou ilimitada, da seguinte forma:

“§ 1º. É limitada a responsabilidade na cooperativa em que o sócio responde somente pelo valor de suas quotas e pelo prejuízo verificado nas operações sociais, guardada a proporção de sua participação nas mesmas operações.

§ 2º. É ilimitada a responsabilidade na cooperativa em que o sócio responde solidária e ilimitadamente pelas obrigações sociais.”

Para atender casos nos quais a lei seja omissa, aplica-se à cooperativa as disposições referentes à sociedade simples, desde que se considere o constante no Art. 1094 (Art. 1096).

O Capítulo III regulamenta as responsabilidades e poderes dos prepostos (gerentes, contabilistas e outros auxiliares) no exercício de suas funções. Abordaremos neste capítulo apenas a Sessão III – Do Contabilista e Outros Auxiliares. Conforme o Art. 1177 os assentos lançados pelos prepostos nos livros ou fichas produzem o mesmo efeito dos lançamentos realizados pelo preponente (empresário), salvo em casos de má-fé. No exercício da profissão, os prepostos são responsáveis perante o preponente pelos atos culposos, e solidariamente com o preponente pelos atos dolosos perante terceiros (Parágrafo Único). O Art. 1178 institui que o preponente é responsável por quaisquer atos do preposto relativos à atividade da empresa e praticados em seu estabelecimento. No caso de atos praticados fora do estabelecimento o preponente limita-se aos poderes conferidos por escrito.

O Capítulo IV diz respeito à regulamentação do sistema contábil adotado pela empresa. Conforme Art. 1179, o empresário ou a sociedade empresária são obrigados a:

“ (...) a seguir um sistema de contabilidade, mecanizado ou não, com base na escrituração uniforme de seus livros, em correspondência com a documentação respectiva, e a levantar anualmente o balanço patrimonial e o de resultado econômico.”

O § 2º estabelece que o pequeno empresário referido no Art. 970 fica dispensado da exigência deste artigo.

O Art. 1180 institui o Diário como livro indispensável, e o Art. 1182 estipula que a escrituração ficará sob a responsabilidade de contabilista legalmente habilitado. Conforme o Art. 1194, o empresário ou a sociedade empresária são obrigados a conservar toda a escrituração e demais papéis concernentes à sua atividade enquanto não prescreverem.

Lei 9.610 – Regulamentação dos Direitos Autorais

O próximo documento jurídico que examinaremos é a Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Esta lei promulgada pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso atualiza as questões sobre os direitos autorais e conexos. Examinaremos ainda a Lei 12.853, de 14 de agosto de 2013, que altera, acrescenta e revoga artigos da lei de 1998, em texto promulgado pela presidenta Dilma Rousseff. Vasculhamos estes documentos com os objetivos de aprofundar nosso domínio sobre os pontos da lei e de apontar aspectos relativos à regulamentação dos direitos autorais, bem como sobre a influência que a mesma exerce para o desenvolvimento da carreira do músico.

Incluimos o trabalho sobre a lei dos direitos autorais neste estudo pois entendemos que esta legislação regulamenta a utilização de um dos principais ativos do músico, a sua produção artística. Este músico, estrategicamente, e na qualidade de autogestor ou empresário, pode também assumir outros modelos de relação com seus pares. Em alguns casos o recolhimento de direitos de exibição e reprodução, por exemplo, é a principal fonte de renda dos músicos. Desta forma, o primeiro artigo que abordaremos é o Art. 5º, do Título I, que trata das disposições preliminares. O artigo discrimina e define as principais funções e os principais profissionais envolvidos nas questões relacionadas aos direitos autorais.

“I - publicação - o oferecimento de obra literária, artística ou científica ao conhecimento do público, com o consentimento do autor, ou de qualquer outro titular de direito de autor, por qualquer forma ou processo;

II - transmissão ou emissão - a difusão de sons ou de sons e imagens, por meio de ondas radioelétricas; sinais de satélite; fio, cabo ou outro condutor; meios óticos ou qualquer outro processo eletromagnético;

III - retransmissão - a emissão simultânea da transmissão de uma empresa por outra;

IV - distribuição - a colocação à disposição do público do original ou cópia de obras literárias, artísticas ou científicas, interpretações ou execuções fixadas e fonogramas, mediante a venda, locação ou qualquer outra forma de transferência de propriedade ou posse;

V - comunicação ao público - ato mediante o qual a obra é colocada ao alcance do público, por qualquer meio ou procedimento e que não consista na distribuição de exemplares;

VI - reprodução - a cópia de um ou vários exemplares de uma obra literária, artística ou científica ou de um fonograma, de qualquer forma tangível, incluindo qualquer armazenamento permanente ou temporário por meios eletrônicos ou qualquer outro meio de fixação que venha a ser desenvolvido;

VII - contrafação - a reprodução não autorizada;

VIII - obra:

a) em co-autoria - quando é criada em comum, por dois ou mais autores;

b) anônima - quando não se indica o nome do autor, por sua vontade ou por ser desconhecido;

c) pseudônima - quando o autor se oculta sob nome suposto;

d) inédita - a que não haja sido objeto de publicação;

e) póstuma - a que se publique após a morte do autor;

f) originária - a criação primígena;

g) derivada - a que, constituindo criação intelectual nova, resulta da transformação de obra originária;

h) coletiva - a criada por iniciativa, organização e responsabilidade de uma pessoa física ou jurídica, que a publica sob seu nome ou marca e que é constituída pela participação de diferentes autores, cujas contribuições se fundem numa criação autônoma;

i) audiovisual - a que resulta da fixação de imagens com ou sem som, que tenha a finalidade de criar, por meio de sua reprodução, a impressão de movimento, independentemente dos processos de sua captação, do suporte usado inicial ou posteriormente para fixá-lo, bem como dos meios utilizados para sua veiculação;

IX - fonograma - toda fixação de sons de uma execução ou interpretação ou de outros sons, ou de uma representação de sons que não seja uma fixação incluída em uma obra audiovisual;

X - editor - a pessoa física ou jurídica à qual se atribui o direito exclusivo de reprodução da obra e o dever de divulgá-la, nos limites previstos no contrato de edição;

XI - produtor - a pessoa física ou jurídica que toma a iniciativa e tem a responsabilidade econômica da primeira fixação do fonograma ou da obra audiovisual, qualquer que seja a natureza do suporte utilizado;

XII - radiodifusão - a transmissão sem fio, inclusive por satélites, de sons ou imagens e sons ou das representações desses, para recepção ao público e a transmissão de sinais codificados, quando os meios de decodificação sejam oferecidos ao público pelo organismo de radiodifusão ou com seu consentimento;

XIII - artistas intérpretes ou executantes - todos os atores, cantores, músicos, bailarinos ou outras pessoas que representem um papel, cantem, recitem, declamem, interpretem ou executem em qualquer forma obras literárias ou artísticas ou

expressões do folclore;

XIV - titular originário - o autor de obra intelectual, o intérprete, o executante, o produtor fonográfico e as empresas de radiodifusão.”

No Capítulo I do Título II, que trata das obras intelectuais protegidas, o Art. 7º define e descreve as obras intelectuais que são objeto de proteção desta regulamentação. De acordo com o artigo:

“São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:

I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;

II - as conferências, alocuções, sermões e outras obras da mesma natureza;

III - as obras dramáticas e dramático-musicais;

IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;

V - as composições musicais, tenham ou não letra;

VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;

VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;

VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;

IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;

X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;

XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;

XII - os programas de computador;

XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual.

§ 1º Os programas de computador são objeto de legislação específica, observadas as disposições desta Lei que lhes sejam aplicáveis.

§ 2º A proteção concedida no inciso XIII não abarca os dados ou materiais em si mesmos e se entende sem prejuízo de quaisquer direitos autorais que subsistam a respeito dos dados ou materiais contidos nas obras.

§ 3º No domínio das ciências, a proteção recairá sobre a forma literária ou artística, não abrangendo o seu conteúdo científico ou técnico, sem prejuízo dos direitos que

protegem os demais campos da propriedade imaterial.”

O Capítulo II deste título trata da autoria das obras intelectuais. Nesse contexto, o Art. 11 define o autor como a pessoa física criadora de obra literária, artística ou científica. A proteção concedida ao autor poderá aplicar-se às pessoas jurídicas nos casos previstos nesta lei (parágrafo único). O Art. 14 atribui que a pessoa que adapta, traduz, arranja ou orchestra obras em domínio público é titular dos direitos de autor.

No Título III estão descritas as disposições preliminares sobre os direitos do autor. Ao autor pertencem os direitos morais e patrimoniais atribuídos à sua obra (Art. 22), e, havendo co-autoria, os co-autores exercerão seus direitos de comum acordo, salvo convenção em contrário (Art. 23).

No tocante aos direitos morais do autor, conforme estabelece o Art. 24, são atribuídos os seguintes direitos:

I - o de reivindicar, a qualquer tempo, a autoria da obra;

II - o de ter seu nome, pseudônimo ou sinal convencional indicado ou anunciado, como sendo o do autor, na utilização de sua obra;

III - o de conservar a obra inédita;

IV - o de assegurar a integridade da obra, opondo-se a quaisquer modificações ou à prática de atos que, de qualquer forma, possam prejudicá-la ou atingi-lo, como autor, em sua reputação ou honra;

V - o de modificar a obra, antes ou depois de utilizada;

VI - o de retirar de circulação a obra ou de suspender qualquer forma de utilização já autorizada, quando a circulação ou utilização implicarem afronta à sua reputação e imagem;

VII - o de ter acesso a exemplar único e raro da obra, quando se encontre legitimamente em poder de outrem, para o fim de, por meio de processo fotográfico ou assemelhado, ou audiovisual, preservar sua memória, de forma que cause o menor inconveniente possível a seu detentor, que, em todo caso, será indenizado de qualquer dano ou prejuízo que lhe seja causado.

§ 1º Por morte do autor, transmitem-se a seus sucessores os direitos a que se referem os incisos I a IV.

§ 2º Compete ao Estado a defesa da integridade e autoria da obra caída em domínio público.

§ 3º Nos casos dos incisos V e VI, ressalvam-se as prévias indenizações a terceiros,

quando couberem.

Os direitos morais do autor são inalienáveis e irrenunciáveis (Art. 27).

A regulamentação atribuída aos direitos patrimoniais do autor está discriminada no Capítulo III. O Art. 28 determina que cabe ao autor a exclusividade do direito de usar, fruir e dispor da obra literária, artística ou científica. Desta maneira, a utilização da obra depende da sua prévia autorização conforme modalidades discriminadas abaixo (Art. 29).

I - a reprodução parcial ou integral;

II - a edição;

III - a adaptação, o arranjo musical e quaisquer outras transformações;

IV - a tradução para qualquer idioma;

V - a inclusão em fonograma ou produção audiovisual;

VI - a distribuição, quando não intrínseca ao contrato firmado pelo autor com terceiros para uso ou exploração da obra;

VII - a distribuição para oferta de obras ou produções mediante cabo, fibra ótica, satélite, ondas ou qualquer outro sistema que permita ao usuário realizar a seleção da obra ou produção para percebê-la em um tempo e lugar previamente determinados por quem formula a demanda, e nos casos em que o acesso às obras ou produções se faça por qualquer sistema que importe em pagamento pelo usuário;

VIII - a utilização, direta ou indireta, da obra literária, artística ou científica, mediante:

a) representação, recitação ou declamação;

b) execução musical;

c) emprego de alto-falante ou de sistemas análogos;

d) radiodifusão sonora ou televisiva;

e) captação de transmissão de radiodifusão em locais de frequência coletiva;

f) sonorização ambiental;

g) a exibição audiovisual, cinematográfica ou por processo assemelhado;

h) emprego de satélites artificiais;

i) emprego de sistemas óticos, fios telefônicos ou não, cabos de qualquer tipo e meios de comunicação similares que venham a ser adotados;

j) exposição de obras de artes plásticas e figurativas;

IX - a inclusão em base de dados, o armazenamento em computador, a microfilmagem e as demais formas de arquivamento do gênero;

X - quaisquer outras modalidades de utilização existentes ou que venham a ser inventadas.

Conforme o Art. 30, o titular do direito autoral poderá publicar a obra da forma, local e tempo desejados, onerosa ou gratuitamente. Conforme §§ 1º e 2º, respectivamente, a exclusividade para a reprodução da obra não será aplicável nos casos nos quais este direito for temporário para a sua publicação em meios eletrônicos; assim, cabe aos reprodutores a responsabilidade sobre o controle da quantidade de exemplares produzidos, em qualquer modalidade de reprodução, devendo os mesmos manterem os registros que permitam que o autor fiscalize o aproveitamento econômico da exploração comercial destes exemplares.

Em casos de co-autoria, nenhum dos autores poderá publicar ou autorizar a publicação da referida obra sem o consentimento dos demais (Art. 32). Havendo divergência os co-autores decidirão por maioria (§ 1º). Neste contexto, ao autor divergente é assegurado o direito de não contribuir com as despesas da publicação, renunciando sua parte nos lucros e vedando que se escreva seu nome na obra publicada (§ 2º). Cada co-autor poderá, individualmente e sem o consentimento dos demais, registrar a obra e defender seus próprios direitos contra terceiros (§ 3º).

O Art. 33 complementa o que foi estipulado pelo Art. 28, determinando que é necessário que haja a prévia autorização do autor para reprodução de obra que não seja de domínio público, sob pretexto de anotá-la, comentá-la ou melhorá-la; porém os comentários e anotações poderão ser publicados separadamente (parágrafo único). O Art. 35 prevê que as versões anteriores à definitiva atribuída pelo autor não poderão ser reproduzidas por seus sucessores. Conforme estipula o Art. 37, a aquisição do original ou exemplar de uma obra não confere ao adquirente os direitos patrimoniais do autor, salvo em convenção contrária e de acordo com os casos previstos em lei.

Conforme Art. 40, em casos de obra anônima ou pseudônima caberá a quem publicá-la o exercício dos direitos patrimoniais do autor. Caso o autor assuma a sua identidade, o mesmo assumirá o exercício dos direitos patrimoniais, ressaltando os direitos adquiridos por terceiros (parágrafo único). Os direitos patrimoniais do autor perduram por setenta anos a partir do dia 1º de janeiro do ano subsequente ao do seu falecimento, conforme ordem sucessória estipulada pela lei civil (Art. 41). Este artigo aplica-se também às obras póstumas (parágrafo único). Complementando o descrito no Art. 41, o Art. 42 determina que em casos de co-autoria, em obra indivisível, o prazo será contado a partir do falecimento do último dos co-autores sobrevivente.

O Art. 43 institui que os direitos patrimoniais de obras anônimas ou pseudônimas será de setenta anos, a contar a partir do dia 1º de janeiro subsequente à data de sua primeira publicação. O Art. 45 determina que as obras de autores falecidos que não tenham herdeiros e as de autores desconhecidos pertencem ao domínio público.

O Capítulo V estabelece critérios importantes com relação à transferência dos direitos de autor. Desta forma, o texto do Art. 49 prevê a transferência total ou parcial dos direitos de autor para terceiros, realizada pelo próprio autor ou seus sucessores, considerando-se as seguintes limitações:

“I - a transmissão total compreende todos os direitos de autor, salvo os de natureza moral e os expressamente excluídos por lei;

II - somente se admitirá transmissão total e definitiva dos direitos mediante estipulação contratual escrita;

III - na hipótese de não haver estipulação contratual escrita, o prazo máximo será de cinco anos;

IV - a cessão será válida unicamente para o país em que se firmou o contrato, salvo estipulação em contrário;

V - a cessão só se operará para modalidades de utilização já existentes à data do contrato;

VI - não havendo especificações quanto à modalidade de utilização, o contrato será interpretado restritivamente, entendendo-se como limitada apenas a uma que seja aquela indispensável ao cumprimento da finalidade do contrato.”

O Art. 50 determina que a cessão dos direitos dos autor seja feita por escrito e presume-se sempre onerosa, seja ela total ou parcial. O Art. 51 complementa este artigo estabelecendo que a cessão de direitos sobre obras futuras também abrange um período máximo de cinco anos, inclusive nos casos lavrados com prazo indeterminado ou superior ao estipulado (Parágrafo Único).

O Título IV desta lei aborda e regulamenta a utilização das obras intelectuais e dos fonogramas. Assim, o Art. 53 dá poderes ao editor para publicar e explorar a obra nas condições pactuadas com o autor. O editor obriga-se a reproduzir e divulgar a obra, e deverá mencionar em cada exemplar as seguintes informações (Parágrafo Único):

I - o título da obra e seu autor;

II - no caso de tradução, o título original e o nome do tradutor;

III - o ano de publicação;

IV - o seu nome ou marca que o identifique.

O Art. 56 estabelece que nos casos omissos o contrato refere-se a apenas uma edição, sendo cada edição constituída de três mil exemplares (Parágrafo Único). Da mesma forma, os preços da retribuição serão arbitrados com base nos usos e costumes de mercado (Art. 57).

Conforme Art. 61:

“Art. 61. O editor será obrigado a prestar contas mensais ao autor sempre que a retribuição deste estiver condicionada à venda da obra, salvo se prazo diferente houver sido convencionado.”

Porém o autor não poderá dispor de sua obra enquanto não se esgotarem as edições estipuladas em contrato com o editor (Art. 63). O § 1º dá direitos para que o editor, comprovando a vigência do contrato, exija que sejam retiradas de circulação as edições feitas por outrem. O § 2º complementa o § 1º, estipulando que considera-se esgotada a edição na qual o editor detenha menos do que dez por cento do volume total da edição.

O Art. 68 veda a utilização de obras musicais, lítero-musicais e fonogramas em representações e execuções públicas, sem que haja a prévia e expressa autorização do autor. Os parágrafos 1º ao 3º definem respectivamente as representações, as execuções e os locais de frequência coletiva.

“§ 1º Considera-se representação pública a utilização de obras teatrais no gênero drama, tragédia, comédia, ópera, opereta, balé, pantomimas e assemelhadas, musicadas ou não, mediante a participação de artistas, remunerados ou não, em locais de frequência coletiva ou pela radiodifusão, transmissão e exibição cinematográfica.

§ 2º Considera-se execução pública a utilização de composições musicais ou lítero-musicais, mediante a participação de artistas, remunerados ou não, ou a utilização de fonogramas e obras audiovisuais, em locais de frequência coletiva, por quaisquer processos, inclusive a radiodifusão ou transmissão por qualquer modalidade, e a exibição cinematográfica.

§ 3º Consideram-se locais de frequência coletiva os teatros, cinemas, salões de baile ou concertos, boates, bares, clubes ou associações de qualquer natureza, lojas, estabelecimentos comerciais e industriais, estádios, circos, feiras, restaurantes, hotéis, motéis, clínicas, hospitais, órgãos públicos da administração direta ou indireta,

fundacionais e estatais, meios de transporte de passageiros terrestre, marítimo, fluvial ou aéreo, ou onde quer que se representem, executem ou transmitam obras literárias, artísticas ou científicas.”

Destacamos que os demais parágrafos (4º ao 8º) apresentam os procedimentos estipulados para a liberação das obras, conforme definido pelo presente artigo. Os Art. 70 e 73 atribuem poderes ao autor de veto nos seguintes casos:

“Art. 70. Ao autor assiste o direito de opor-se à representação ou execução que não seja suficientemente ensaiada, bem como fiscalizá-la, tendo, para isso, livre acesso durante as representações ou execuções, no local onde se realizam. (...)”

Art. 73. Os principais intérpretes e os diretores de orquestras ou coro, escolhidos de comum acordo pelo autor e pelo produtor, não podem ser substituídos por ordem deste, sem que aquele consinta.”

O Art. 76 institui impenhorável a parte do produto do espetáculo reservada ao autor e aos artistas.

Vasculharemos também o Título V, destinado aos direitos conexos. Assim, o Art. 90 atribui poderes ao intérprete ou executante para autorizar, onerosa ou gratuitamente, ou proibir:

“I - a fixação de suas interpretações ou execuções;

II - a reprodução, a execução pública e a locação das suas interpretações ou execuções fixadas;

III - a radiodifusão das suas interpretações ou execuções, fixadas ou não;

IV - a colocação à disposição do público de suas interpretações ou execuções, de maneira que qualquer pessoa a elas possa ter acesso, no tempo e no lugar que individualmente escolherem;

V - qualquer outra modalidade de utilização de suas interpretações ou execuções.”

Os §§ 1º e 2º complementam a informação deste artigo. O § 1º regulamente que nos casos que envolvam um grande número de artistas, os seus direitos serão exercidos pelo diretor do conjunto. Já o § 2º estabelece que os direitos conexos estendem-se à reprodução da voz e da imagem do artista, quando associadas à sua atuação. Há ressalvas nos casos de fixação de interpretação ou interpretação realizadas pelas empresas de radiodifusão (Art. 91).

O Art. 92 institui claramente os direitos dos intérpretes.

“Art. 92. Aos intérpretes cabem os direitos morais de integridade e paternidade de suas interpretações, inclusive depois da cessão dos direitos patrimoniais, sem prejuízo da redução, compactação, edição ou dublagem da obra de que tenham participado, sob a responsabilidade do produtor, que não poderá desfigurar a interpretação do artista.”

O produtor fonográfico também goza de direitos especificados na lei. Conforme o Art. 93, este profissional tem o direito exclusivo de autorizar, onerosa ou gratuitamente, ou proibir:

I - a reprodução direta ou indireta, total ou parcial;

II - a distribuição por meio da venda ou locação de exemplares da reprodução;

III - a comunicação ao público por meio da execução pública, inclusive pela radiodifusão;

IV - (VETADO)

V - quaisquer outras modalidades de utilização, existentes ou que venham a ser inventadas.”

O Art. 96 estabelece o prazo de setenta anos para a proteção dos direitos conexos, contados a partir do dia 1º de janeiro do ano subsequente, em fixação de fonogramas, transmissão em radiodifusões, e execução e representação públicas, para os demais casos.

O Art. 112 estabelece que as obras que caírem em domínio público não terão o prazo de proteção dos direitos patrimoniais ampliado. Não abordaremos neste estudo a regulamentação sobre as sanções civis relativas à violação dos direitos autorais e conexos.

Desta forma, entendemos que a legislação sobre os direitos autorais atribui poderes e direitos ao músico, além de permitir que o mesmo atue em diferentes segmentos da produção musical. Nesse contexto, o músico pode atuar nas áreas de edição, composição, interpretação ou produção. Nesta lei não há qualquer menção sobre a forma de gestão adotada pelo músico.

ANEXO V – QUESTIONÁRIO DAS ENTREVISTAS

GESTÃO

- 1) Você pratica a gestão de sua carreira/projetos musicais?
- 2) Como isso se dá no seu processo produtivo?
- 3) Quais são as atividades nas quais você se envolve diretamente, além dos processos de criação e desenvolvimento artísticos? Quais são as que acompanha indiretamente? Há alguma atividade na qual você não se envolve, qual?
(tomar como referência os processos da cadeia produtiva da música, a saber: planejamento, definição de estratégias, tomada de decisão, administrativo, executivo, financeiro, coordenação, comunicação, divulgação/promoção, outros)
- 4) Com base na sua experiência, aponte os benefícios conquistados a partir do gerenciamento de sua carreira? Aponte também quais foram as desvantagens?

SUSTENTABILIDADE PROFISSIONAL E DA CARREIRA

- 5) Na sua opinião, quais são as principais ameaças para a sustentabilidade profissional do músico?
- 6) Você enxerga alternativas para transpôr estas ameaças/problemas? Quais?
- 7) Quais são as características favoráveis existentes no mercado para o desenvolvimento dos músicos, em seu país. E quais são as características desfavoráveis?

AUTOGESTÃO

- 8) Explícite o seu entendimento sobre “autogestão de carreira musical”?
- 9) Você acha oportuno que a autogestão seja incorporada como conhecimento aplicado à formação do músico?
- 10) Você considera a autogestão como um objetivo/processo burocrático? Porque?
- 11) Na sua opinião, quais os benefícios que esse conhecimento traria para o desenvolvimento do músico e do mercado da música?

INTERNET E TECNOLOGIA

- 12) De acordo com a sua percepção, o músico foi beneficiado com a popularização da internet e das tecnologias digitais?
- 13) Caso tenha ocorrido, cite de que forma isso lhe favoreceu?
- 14) O que vem mudando a partir do uso da internet e das tecnologias digitais?
- 15) De que forma estas mudanças trarão maior benefícios para os músicos, no futuro?

16) Na sua opinião, a internet é capaz de transformar os hábitos de consumo e a cultura das pessoas?