

# VIVER DE MÚSICA: EMPREENDEDORISMO CULTURAL E PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO<sup>1, 2</sup>

Amanda Coutinho Cerqueira<sup>3</sup>

## RESUMO

Este artigo é parte de uma tese de doutorado que analisa as condições de trabalho na indústria cultural, por meio de entrevistas com 22 músicos independentes. Olhar para a categoria profissional dos músicos pela ótica da sociologia do trabalho colabora para descortinar a realidade de uma categoria pouco estudada no Brasil: a do artista trabalhador e empresário de si mesmo. Trata-se não somente de considerar a atividade artística como profissão, mas também como expressão paradigmática das transformações do mercado de trabalho atual. Para entender “como viver de música” e seus significados no mundo trabalho, este artigo aborda o engendramento de comportamentos e práticas ditas empreendedoras, presentes nos discursos dos músicos entrevistados, e suas relações com as facetas da precarização. Compreender as especificações que permitem desenhar as morfologias do músico independente colabora para o debate teórico do trabalho artístico e das políticas públicas da cultura e da comunicação, em suas articulações fundamentais.

**Palavras-Chave:** Trabalho artístico; Música. Mercado cultural; Política cultural; Precarização.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido em 31/08/17 e aprovado em 10/05/18. para citar este artigo: CERQUEIRA, A. C. Viver de música: empreendedorismo cultural e precarização do trabalho. **Cadernos de Estudos Sociais**, Recife, v.33, n. 1, p. 81-100, jan./jul., 2018. Disponível em: <<http://periodicos.fundaj.gov.br/index.php/CAD>>. Acesso em: dia mês, ano.

<sup>2</sup> Este artigo é parte de uma tese de doutorado intitulada Paradoxos da atividade artística na narrativa de músicos denominados independentes, defendida no Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, no ano de 2017. Disponível em: <[http://www.repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/325515/1/Cerqueira\\_AmandaPatryciaCoutinhoDe\\_D.pdf](http://www.repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/325515/1/Cerqueira_AmandaPatryciaCoutinhoDe_D.pdf)>.

<sup>3</sup> Autora 1: Doutora em Ciências Sociais pela UNICAMP. E-mail: amandacoutinho770@gmail.com.

# MAKING A LIVING FROM MUSIC: CULTURAL ENTREPRENEURSHIP AND JOB INSECURITY

## ABSTRACT

*This article is part of a doctoral thesis that analyzes the conditions of work in the cultural industry, through interviews applied on 22 independent musicians. Looking at the professional category of musicians from the perspective of the sociology of work helps to reveal the reality of a category that is not studied in Brazil: that of the artist who works as an entrepreneur for himself. It is not only about considering the artistic activity as a profession, but also as a paradigmatic expression of the transformations of the current labor market. In order to understand “how to make a living from music” and what that means in the work environment, this article approaches the engendering of behaviors and practices considered as entrepreneur-like, present in the discourses of the musicians interviewed, and their relation with the facets of work insecurity. Understanding the specifications that make up the morphologies of an independent musician, collaborates to the theoretical debate over artistic work and the public policy of culture and communications, regarding their fundamental articulations.*

**Keywords:** Artistic work. Music; Cultural market; Cultural policy; Job insecurity.

# VIVIR DE MÚSICA: EMPRENDEDORISMO CULTURAL Y PRECARIZACIÓN DEL TRABAJO

## RESUMEN

*Este artículo es parte de una tesis de doctorado que analiza las condiciones de trabajo en la industria cultural, a través de entrevistas con 22 músicos independientes. Mirar hacia la categoría profesional de los músicos por la óptica de la sociología del trabajo colabora para desvendar la realidad de una categoría poco estudiada en Brasil: la del artista trabajador empresario de sí mismo. Se trata no sólo de considerar la actividad artística como profesión, sino también como expresión paradigmática de las transformaciones del mercado de trabajo actual. Para entender “cómo vivir de música” y sus significados en el mundo del trabajo, este artículo aborda el engendramiento de comportamientos y prácticas denominadas emprendedoras, presentes en los discursos de los músicos entrevistados, y sus relaciones con las facetas de la precarización. Comprender las especificaciones que permiten diseñar las morfologías del músico independiente colabora para el debate teórico del trabajo artístico y de las políticas públicas de la cultura y de la comunicación, en sus articulaciones fundamentales.*

**Palabras clave:** *Trabajo artístico; Música. Mercado cultural; Política cultural; Precarización.*

## 1 INTRODUÇÃO

A principal pergunta sociológica que orienta a discussão deste artigo é a seguinte: diante das tensões e dinâmicas decorrentes do novo papel social e econômico dos artistas-empresendedores, quais os significados de “viver de música”? Na tentativa de refletir sobre essa pergunta, foram entrevistados 22 artistas, que foram selecionados por serem músicos independentes, sendo considerado **músico independente** aquele artista que tem a música como única, senão principal, atividade; e desenvolve seu trabalho de criação, produção, distribuição e promoção de forma autônoma às gravadoras/distribuidoras, ou seja, sem intermediários.

Esta pesquisa esteve localizada em São Paulo e Recife, em razão do trânsito da pesquisadora, mas também pela dimensão da prática musical conceituada como independente, a qual vem sendo sustentada de forma diferente, de acordo com as especificidades mercadológicas e políticas de cada cidade. Dos 22 músicos entrevistados, 12 mantêm residência em São Paulo e 10 em Recife. Dos 12 artistas que estão em São Paulo, apenas cinco são originalmente paulistanos (os outros artistas radicados na cidade são do Rio de Janeiro, Ceará, Pernambuco, Bahia e Pará).

A pesquisa investiga as formas que os músicos encontram de encarar os desafios do trabalho artístico e como eles se percebem nessa conjuntura. Cuida-se de uma investida em avaliar as estruturas de renda básica dos músicos tendo em vista a centralidade da indústria do *show* hoje, as formas de contratos e cachês, a dinâmica dos festivais independentes e suas remunerações. Nesse quadro, analisa-se o engendramento de um comportamento empreendedor, assim como sua institucionalização. A autogestão e o empreendedorismo de si mesmo guardam suas vinculações com as faces da precarização, assim como são parte das contradições do trabalho artístico. Este artigo também explora as migrações artísticas e os aspectos mercadológicos, econômicos e políticos presentes nas cidades de São Paulo e Recife, para contextualizar as perspectivas que o viver de música independente assume em cada espaço específico.

As particularidades da análise das configurações dos músicos independentes relacionam-se às transformações promovidas pelas tecnologias da informação e da comunicação, assim como são parte de um contexto mais amplo que informam o movimento de legitimação e conveniência da cultura dentro da cadeia produtiva recente, enquanto importante esfera econômica e de linguagem simbólica, política e social. O crescimento das indústrias culturais, durante todo o século XX, que possibilitou a expansão da arte na forma de mercadoria, hoje impulsiona e intensifica o trabalho artístico. Cada dia mais as pessoas se ocupam das atividades culturais. Nas duas bases de dados que permitem uma referência ao trabalho artístico no Brasil (IBGE/PNAD e MTE/RAIS), observa-se um cres-

cimento do número de profissões relacionadas ao campo cultura e do espetáculo (dos quais os músicos representam o maior crescimento em números absolutos) comparado com o mercado de trabalho no país.

Nesse contexto de crescimento das atividades culturais, o empreendedorismo é reconhecido como a forma mais apropriada de encarar os desafios do “trabalho criativo” hoje. A partir das configurações do mercado e da economia cultural contemporânea, multiplicam-se os artigos, encontros, feiras, rodadas de negócios e manuais com dicas “valiosas” para quem pretende viver de música, que vão desde a importância do *network* até o estudo do planejamento e da realização da carreira. As análises desses discursos ajudam a compor as condições de trabalho do músico independente ou autônomo.

## 2 INDÚSTRIA DO *SHOW* E OUTRAS REMUNERAÇÕES

A substituição parcial de um modelo de negócio centrado na indústria fonográfica para o *show* redefine o foco da cadeia produtiva da música, como bem afirma um dos entrevistados: “a gente tinha uma ilusão de que quando a gente lançasse o disco que ia resolver nossa vida e não resolveu. Então, a gente apura mesmo é durante o *show*” (Artista 1, 19/2/2016). Nessa direção, quando indagados sobre a estrutura de renda básica que lhes possibilita viver de música, segundo a importância das atividades exercidas, os 22 músicos entrevistados foram unânimes em destacar as apresentações ao vivo como sendo a maior fonte de remuneração. “A sobrevivência e a vivência musical migrou pro *show*, em torno dos *shows*” (Artista 2, 14/4/2015).

A forma de contrato e recebimento da remuneração nos *shows*, contudo, se reveste de caráter flexível, e muitas vezes informal, da forma de pagamento, condicionado ao “depende de onde vou tocar”. Os artistas destacam a necessidade de, pelo menos inicialmente, tocar de graça para “formar público”. Na iniciativa privada, as formas de pagamentos citadas variam, desde “pagar para tocar”, ou não receber “nada”, passando pelo recebimento de galinhas, “ajuda de custo” e escambos variados, até chegar na participação de bilheteria e no cachê, cujos valores e condições são também variáveis. A frequência dos *shows* durante o ano é instável: “tem períodos que são mais complicados e períodos que são mais tranquilos”, afirma uma das entrevistadas (Artista 3, 5/5/2015). Sobre o recebimento dos seus *shows* e a necessidade de respeito e valorização do seu trabalho, a fala de um dos músicos é emblemática:

“Já recebi galinha! É bom até falar isso, sabe? É bom porque também eu não sou advogado, eu sou músico... Faço música. Então quer dizer: é bom que me paguem pelo meu trabalho. Porque se não, não vai ter espetáculo. Só fiz música na minha vida toda. Então eu quero que respeitem isso, sabe como é? (Artista 4, 13/8/2014)”

O escambo de “serviços criativos” permeia a atividade dos músicos independentes, enquanto uma das várias formas de pagamento pelo seu trabalho. Um dos músicos ratifica que, desde o início da sua carreira, o escambo é praticado de forma constante: “chamava alguém pra gravar e depois eu prestava serviço pra essa pessoa. Fazia foto de divulgação e aí a gente tocava na exposição pra poder ter as fotos de divulgação”. Segundo o artista, o escambo é algo que acontece ainda hoje e faz parte do ciclo de informalidade e flexibilidade ao qual está incluído (Artista 5, 21/7/2014).

As remunerações por meio de bilheteria e cachês também assumem valores negociáveis, “dependendo do contexto”. Um músico afirma que, às vezes, toca com direito a participação na bilheteria, ou seja, recebe uma porcentagem do valor arrecadado com os ingressos pagantes, enquanto o restante fica com a casa de *show* que promove o espetáculo. Outras vezes o músico consegue tocar com “cachê cheio”, cujo valor varia, dependendo do local e do contratante. Da mesma forma, o artista já “perdeu dinheiro” para “fazer público”. Ele afirma que essa alternância de sua remuneração é “típica” do mercado em que está inserido: “se você não entender isso e não se movimentar você não paga suas contas” (Artista 2, 14/4/2015).

A bilheteria é a principal fonte de renda dos artistas que tocam nas pequenas casas de *shows*, tidas como “alternativas”, em São Paulo. Mas essa opção, de acordo com os músicos, informa a difícil condição financeira das próprias casas de *shows*, como sublinha um dos artistas (Artista 6, 14/4/2015) ao referir-se ao Centro Cultural Rio Verde, Espaço Cultural Puxadinho da Praça, Mundo Pensante, Casa do Mancha e Serralheria.

Eles pagam bilheteria porque na verdade eles são que nem a gente. Dá pra fazer um estudo desses com as casas de *shows*... Tem uma coisa de ajuda mútua... Eles também estão na batalha, sabe? Eles também precisam chamar amigos pra ir na casa, também precisam divulgar pra caramba porque as casas estão sempre que nem a gente, meio na raça pra continuar... (Artista 6, 14/4/2015).

Na dinâmica dessas pequenas casas de apresentação, os entrevistados explicam que o artista é quem precisa se esforçar para levar o público. E que isso, inclusive, faz parte do trabalho contínuo de divulgação de sua música. Tocar no Puxadinho da Praça, exemplifica um entrevistado, não “dá grana. No máximo uns 1000 reais, se encher a casa...” Mas que o importante, nesse caso, não é o dinheiro direto. O importante é “você fazer os *shows* em lugares diferentes, ter um público que vai... E aí não é uma questão financeira, é uma questão de circular” (Artista 8, 13/03/2015). Hoje, o músico afirma que consegue entender essa lógica e que, independente de ganhar dinheiro direta ou indiretamente, se prepara “como se fosse um *show* no SESC”. O exemplo do SESC em São Paulo é citado várias vezes pelos entrevistados enquanto principal chance de ganhar um “cachê cheio” e pagar toda a equipe.

Nesse contexto, os artistas destacam a importância da rede de relações na circulação do seu trabalho no Brasil e no mundo, por meio da ideia de “parceria”

com produtores e casas de *shows*. Um dos músicos deixa claro que existem vários tipos de conversação nos cachês e condições de trabalho, e que não pode esperar que a prefeitura crie um espaço de apresentação, por exemplo, porque precisa “fazer a coisa rolar”. Para tanto, entra em diversas parcerias em uma “rede de independência”, sempre com a ideia de realização do seu trabalho, mais do que, propriamente, uma boa remuneração financeira (Artista 8, 7/5/2015).

Na cidade do Recife, o circuito das casas noturnas e espaços de *shows* voltados a públicos interessados nas propostas de músicos independentes, tal qual aqui conceituado, é bem menor que em São Paulo. Os artistas que estão em Recife explicam que é bem mais difícil “fazer bilheteria” na cidade. “Tentar fazer bilheteria aqui é complicado. Você sair de casa e ter toda uma logística de organizar tudo e você voltar pra casa sem dinheiro... É uma realidade de Recife” (Artista 9, 25/2/2016). Com a ausência de um circuito consolidado de pequenos espaços de apresentação, a cidade conta com o apoio do governo do Estado, sobretudo no ciclo de festas (com destaque para o Carnaval e o São João).

Mas, em relação aos *shows* contratados pelo poder público, muitas são as críticas dos entrevistados. Desde os critérios de seleção dos artistas, passando pelas condições de contratações, até a demora nos pagamentos dos cachês e desvios de verbas. Em Recife, por exemplo, um músico narra que sua banda conseguiu um patamar artístico que elevou o seu cachê. E que, por isso, a banda muitas vezes não consegue entrar nas grades dos grandes festivais produzidos pelo Governo.

Como é que vai se pagar, por exemplo, quinze, vinte mil reais a um grupo de coco? É inadmissível. O Tribunal de Contas do Estado não admite isso, mas admite Sandy e Júnior chegar aqui e ganhar trezentos mil; Caetano Veloso e tal. Pra eles, isso é normal. Então, eu enquanto negro, enquanto artista que faz a música da comunidade negra, a gente sente isso na pele mesmo. A propaganda de atração pro turista... Se fosse aquilo ali, o carnaval realmente era a coisa mais linda, mas não é nada daquilo que se propaga. Não é o caboclo de lança. O caboclo de lança ta lá à míngua, dentro do **busão**, ferrado pra ganhar um pão com manteiga<sup>4</sup>. Mas você vai ver os nossos gestores dando entrevistas com camisas estampadas com belo caboclos de lança, com o homem da meia noite, sorrindo, dizendo que a cultura popular ta aí e dando entrevista dentro de camarote, né? (Artista 1, 29/2/2016).

---

<sup>4</sup> Em texto intitulado Realidade do maracatu rural para além do marketing cultural, Lula Marcondes (2015) relata as experiências de um grupo de Maracatu Rural de Pernambuco em polos de carnaval. Apesar de ser um relato sobre vivências recentes e específicas de apenas um grupo, elas têm um caráter mais amplo e se reproduzem de forma sistemática na relação do Estado com outras agremiações de Maracatu Rural. O texto expõe a maneira humilhante e abusiva com que alguns governos municipais tratam os brinquedos de maracatu durante o ano e, principalmente, no carnaval. Uma realidade bem diferente da que é proposta nos planos de marketing e publicidade para venda do Maracatu Rural como produto cultural pelo mundo afora. Um maracatu com mais de 80 componentes, que viaja quilômetros com um elenco formado de brincantes das mais variadas idades entre crianças e idosos, chega a receber entre R\$ 200,00 e R\$ 300,00 por apresentação (MARCONDES, 2015, p. 2).

Ao analisar os dois principais eventos culturais com patrocínio do Estado em São Paulo e em Recife – Virada Cultural e Carnaval, respectivamente – observam-se as disparidades de cachês entre artistas considerados independentes e artistas de grandes gravadoras. No Portal da Transparência da Prefeitura de São Paulo, constata-se que os cachês da Virada Cultural 2016 para os músicos independentes giraram em torno de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), ao passo que existiram cachês na casa dos R\$ 148.000,00 (cento e quarenta e oito mil reais) (SÃO PAULO, 2016). Em Recife, além das disparidades dos cachês, as críticas giram em torno da demora do recebimento do valor acordado.

Em 2015, nas vésperas do Carnaval, os artistas recifenses ainda não tinham recebido os cachês do São João de 2014. No Carnaval de 2016, por sua vez, os artistas não tinham recebido os cachês da folia de 2015. O atraso no pagamento fez com que vários artistas pernambucanos, como Nação Zumbi, China, Alessandra Leão e Fábio Trummer declarassem publicamente que não iam tocar no Carnaval de 2013, em boicote e protesto à falta de respeito da Secretaria de Cultura local (MIRANDA, 2013). Em entrevista a esta pesquisa, uma das artistas elucida como a dinâmica dos atrasos de pagamentos atinge a produção e distribuição do trabalho musical independente.

A questão da política de pagamento mesmo... É muito burocrática e muito descompromissada. Porque você investe pra tocar. Você paga van, você paga equipe técnica, você paga hospedagem, você paga alimentação... Se você tem capital de giro você entra num esquema desse. Ou então você bota num cartão de crédito e você não sabe quando vai receber. A banda tocou no Festival de Inverno de Garanhuns esse ano no palco principal da Guadalajara. O povo lá dançando, se requebrando... Lotou! E você vê aquele camarote dos políticos... Um derrame de dinheiro, de bebida, de tudo, sabe? E o artista não recebe até hoje... São seis meses de atraso já!!! É complicado, né? (Artista 10, 13/8/2014)

Finalmente, o desvio de verbas com eventos musicais tem sido uma questão preocupante nos fóruns de discussão do tema. No ano de 2011, em uma sessão que durou quase três horas, a Primeira Câmara do Tribunal de Contas do Estado de Pernambuco julgou irregular uma auditoria especial realizada pela Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco (Fundarpe), cujo objeto foi analisar possíveis irregularidades na contratação de artistas em eventos musicais realizadas no ano de 2009. A ação resultou em uma devolução de R\$ 2.187.280,00 aos cofres públicos estaduais (TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2001).

Ainda nos meandros das contratações com o poder público, um dos músicos entrevistados (Artista 6, 14/4/215) disponibilizou contrato com o Estado de São Paulo para a elucidação das condições de realização e remuneração dos *shows* no caso de “Parceria para a realização de eventos culturais”. Nessa situação, o Estado cede ao “parceiro”, ou seja a banda, a permissão para usar a estrutura de uma praça, disponibilizando um técnico de som e equipamentos de som. A banda, por

sua vez, arca com toda a organização e produção do *show* (o qual deve ser aberto ao público, sem cobrança de ingresso), controla a entrada e saída das pessoas, tem responsabilização civil, penal e/ou trabalhista ao longo da produção e execução da apresentação, e nada recebe a título de remuneração.

Na esteira da centralidade dos *shows* enquanto uma das principais consequências assumidas pela reestruturação produtiva no campo musical, bem como das configurações atribuídas pela independência nesse contexto não mais mediado pela estrutura das grandes gravadoras, destaca-se a importância dos festivais independentes, assim como do conjunto de mídias e encontros especializados na promoção e circulação de artistas independentes. Diante disso, cita-se o Circuito Fora do Eixo (FdE), assim como a criação, em 2005, da Associação Brasileira de Festivais Independentes (ABRAFIN)<sup>5</sup>.

O Circuito FdE surgiu em 2005 a partir do encontro e articulação entre o coletivo cultural Cubo Mágico (Cuiabá-MT), do qual faziam parte Pablo Capilé e Lenissa Lenza, e produtores de coletivos de Uberlândia-MG (entre os quais, Talles Lopes), Rio Branco-AC e Londrina-PR. Paradigma de rede e de fluxo, o FdE se estabeleceu, inicialmente, a partir da proposta de conectar nacionalmente cenas musicais independentes locais, por meio de uma gestão organizacional “colaborativa, horizontal, autônoma e livre” entre coletivos, tendo como suportes facilitadores as novas tecnologias digitais. A meta mais ampla seria colaborar com a construção de uma “nova geografia musical” e um “novo mapa cultural no país”, de modo a fortalecer circuitos sustentáveis de produção e circulação fora do eixo Rio-São Paulo (COUTINHO, 2015).

Interessa aqui os mecanismos do coletivo em termos de remuneração dos *shows* que contratam, uma vez que multiplicam-se as críticas dos artistas em relação ao não pagamento de cachês por parte do FdE, ou o seu pagamento na forma de *CuboCard* (a moeda inventada pelo coletivo). Nesse sentido, foram reunidas denúncias de Daniel Peixoto (ex-Montage), Diogo Soares (Los Porongas) e Bruno Kayapy (Macaco Bong), além do posicionamento crítico em redes sociais de diversos artistas, como Tulipa Ruiz, Guizado, Jesus Sanches, Regis Damasceno, Rafael Castro, Catarina Dee Jah, Maurício Fleury, Negro Leo, Karina Buhr, Thiago França, entre outros.

---

<sup>5</sup> No ano de 2010, a ABRAFIN (2010) contou com 44 festivais em diversas regiões brasileiras. Segundo dados dessa própria Associação, no mesmo ano, esses festivais chegaram a atingir público em torno de 300 mil pessoas, com *shows* de pelo menos 600 bandas nacionais e internacionais. A partir do final de 2011, a ABRAFIN passou por um processo de críticas, sobretudo à sua associação (considerada excessiva) ao FdE, e sofreu uma desfiliação de 13 importantes festivais, consolidando uma divisão no campo dos festivais independentes brasileiros. Em julho de 2012, a ABRAFIN foi renomeada como Rede Brasil de Festivais (RBF). Os festivais desfiliaados à RBF/ABRAFIN, por sua vez, criaram em Novembro de 2012 a entidade Festivais Brasileiros Associados (FBA), a qual passaria a atuar de forma autônoma ao FdE.

Em seu sítio na internet, China – cantor e compositor pernambucano – escreveu o texto intitulado “Fora do Eixo e Longe de Mim” (2012) para esclarecer o funcionamento do FdE. Segundo o músico, embora os números indiquem a quantidade de eventos – a maioria subsidiado por dinheiro público – muitas bandas reclamam da ausência de pagamento, além da falta de estrutura para realizarem seus trabalhos. Abaixo a transcrição de parte do seu depoimento.

Eu vivo da música e preciso receber os cachês dos *shows* para conseguir sobreviver. Ainda não estão aceitando ‘*cubo card*’ na padaria e em nenhuma conta que eu tenho que pagar no fim do mês. Aí eu pergunto: se tem dinheiro público na parada é porque rolou um edital, certo? Se rolou um edital, tinha lá o nome das bandas que tocaram, certo? Se tinha o nome das bandas, devia ter o valor cobrado pelas apresentações, certo? E se tinha isso tudo, cadê o dinheiro para pagar as bandas? Não, meus caros, não são todos que recebem pelos *shows*. Apenas alguns. Talvez os que apoiam as ações do coletivo FDE. [...] Só quem cresce no FDE é o próprio nome do coletivo, que usa o talento e o suor das bandas para garantir a próxima verba para as suas atividades. Esse papo de que estão ajudando a cena independente é conversa mole. Alguns membros do FdE estão fazendo nome em cima dessa cena. [...] Concluindo... Não sou contra o FDE! A ideia é linda mesmo. Sensacional! Imagina uma rede de festivais pelo país inteiro... onde as bandas vão circular e mostrar o seu trabalho? Chega a emocionar. O *modus operandi* é que é estranho, esquisito mesmo. [...] (CHINA, 2012).

Nesta pesquisa, um dos músicos entrevistados afirma que tem muitas críticas ao FdE porque para ele é uma coisa muito simples: “não pode tentar desmerecer o nosso trabalho. A gente toca em qualquer lugar, desde que paguem o cachê”. E continua: “É o meu trabalho e eu sei o valor que ele tem. Não estou pedindo nada além do que o normal. Então é isso. É simples: a gente só quer receber” (Artista 11, 10/9/2015). Outro músico entrevistado, por sua vez, afirma que fez seus primeiros *shows* via FdE e que nunca teve problemas com eles: “os caras me ajudaram a circular por alguns lugares que eu não iria naquele momento. Cheguei, mostrei minha cara, minha música e tudo certo” (Artista 12, 15/6/2016).

Em nota que rebate as críticas pelas quais passou o FdE, Pablo Capilé afirma que o circuito atua como alternativa à deficiência estrutural nos sistemas de distribuição da cultura brasileira, que não permite a circulação e a fruição dos processos e produtos de forma igualitária. Nesse sentido, se o exemplo do FdE é emblemático enquanto alegoria do funcionamento do capitalismo em relação à imagem, tecnologia, sociabilidade, empreendedorismo cultural e apropriação de rendimentos, indica também a necessidade de articulações decisivas entre trabalho, regulamentação da comunicação e política públicas culturais, enquanto eixo constitutivo desses processos formadores das experiências contemporâneas.

### 3 O MÚSICO EMPREENDEDOR

O sociólogo Rubim et al. (2005 apud LIMEIRA, 2008, p. 4),

utilizando-se da tipologia trazida por Antonio Gramsci, explica que um sistema cultural engloba três intelectuais: os que criam, isto é, os artistas e cientistas; os que difundem tal produção, como os profissionais de comunicação; e os terceiros, que são os organizadores da cultura, como os gestores, produtores e mediadores. O campo da cultura englobaria, portanto, três segmentos básicos: criação, difusão e organização.

Na atualidade, contudo, a consagração do empreendedorismo cultural está relacionado aos processos de terceirização e reestruturação da indústria cultural. Hoje os segmentos básicos se confundem enquanto ocupação de espaços de atuação no mercado cultural e, principalmente, em relação aos saberes desenvolvidos em cada profissão, coexistindo no mercado de trabalho.

De acordo com Limeira (2008, p. 06)

A moderna concepção de empreendedorismo surgiu com os economistas, sendo Schumpeter (1934) um dos pioneiros na formulação teórica desse conceito. Para este economista, o empreendedor é um agente de inovação e fator dinâmico na expansão da economia. Nessa perspectiva, o empreendedor é um agente capaz de realizar com eficiência novas combinações de recursos. Ele não é necessariamente o proprietário do capital, mas um agente capaz de mobilizá-lo. Da mesma forma, ele não é necessariamente alguém que conheça as novas combinações, mas consegue usá-las eficientemente no processo produtivo (LIMEIRA, 2008, p. 06).

Finalmente, empreendedores são aqueles profissionais capacitados a criar, organizar, gerenciar e desenvolver seus empreendimentos de modo sustentável, em detrimento da excessiva dependência do Estado.

Na década de 1990, os professores da Universidade de Warwick, na Inglaterra, se utilizaram do conceito de empreendedorismo cultural em seus estudos sobre as indústrias criativas. [...] O que diferenciaria um artista de um empreendedor cultural é que o primeiro estaria focado apenas na criação e produção cultural, enquanto o segundo expande suas atividades ao longo da cadeia produtiva da indústria criativa, preocupando-se com a distribuição e venda do produto ou serviço cultural (LIMEIRA, 2008, p.7).

No mesmo sentido, em um artigo escrito para o Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (Enecult), a professora Tânia Limeira, da Faculdade de Administração da FGV-SP, definiu o empreendedor cultural como um mobilizador de recursos criativos e econômicos, bem como um articulador de redes

sociais, visando à criação, organização, gestão e sustentação de empreendimentos culturais (LIMEIRA, 2008, p. 11).

A partir do reconhecimento da dimensão econômica da área cultural e do fortalecimento das noções de Economia da cultura, criativa e do Entretenimento, intensifica-se o processo de institucionalização do empreendedor cultural. No Brasil, concorre para isso a criação da Lei Complementar nº 128/2008 que instituiu a figura do Microempreendedor Individual (MEI), o qual se registra pela internet e recolhe os impostos em valores fixos mensais. A Lei Complementar nº 133/2009 (simples da cultura), por sua vez, reduziu a carga tributária das microempresas e das empresas de pequeno porte, além de ampliar atividades culturais beneficiadas.

É intensificada a estruturação de cursos acadêmicos em algumas regiões do país para formação de produtores e gestores culturais, iniciada ainda na década de 1990<sup>6</sup>. Com o objetivo de compreender o panorama das ofertas de cursos de gestão e produção cultural no país, o Observatório Itaú Cultural apresentou um relatório<sup>7</sup>, cujos resultados informam que, de 1995 a 2016, 90 instituições criaram um total de 131 cursos (45% de produção, 19% de gestão, 15% produção em linguagem específica, 10% pesquisa em produção, cultura e linguagens culturais, 6% em economia criativa/mercado, e 5% em política cultural). Os estados de São Paulo e Rio de Janeiro tiveram, de 1995 a 2016, o maior número de cursos iniciados, sendo, respectivamente, 33 e 32. Assim, São Paulo é responsável por 25,2%, e Rio de Janeiro por 24,4%, do total de cursos oferecidos no Brasil. Juntos, os dois estados concentram 49,6% dos cursos ofertados desde 1995 (ITAÚ CULTURAL, 2016, p. 10).

Em 2000, o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) lança o **Programa Empreendedor Cultural**, um conjunto de iniciativas que visam a capacitação, o desenvolvimento e a expansão dos negócios na área da cultura. O programa tem como objetivo formar uma Rede de Agentes Culturais, que são

---

<sup>6</sup> O primeiro curso de formação em gestão e produção cultural foi criado em 1995 pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Em 1996, a UFBA promoveu o bacharelado de graduação em Comunicação Social com especialização em Produção em Comunicação e Cultura. Com mais de 20 anos, os dois cursos mais antigos ainda estão em atividade no país.

<sup>7</sup> O relatório procurou mapear cursos no território nacional que, em sua nomenclatura, apresentassem a combinação entre os seguintes constructos associados: Gestão e cultura, como, por exemplo, gestão cultural, gestão de patrimônio cultural, gestão de bens culturais, entre outros; Produção e cultura, como, por exemplo, produção cultural, produção de eventos culturais, produção da cultura. Segundo seus graus acadêmicos, foram pesquisados cursos superiores de bacharelado, licenciatura e de tecnologia, cursos de extensão vinculados à Instituições de Ensino Superior, cursos sequenciais nas modalidades complementação de estudos (individual) e formação específica (coletivo), cursos de pós-graduação lato sensu de aperfeiçoamento e de especialização/Marketing Business Administration (MBA) e, por fim, cursos de pós-graduação stricto sensu (com linhas de pesquisa orientadas aos assuntos gestão, produção e cultura) de mestrado profissional, mestrado e doutorado acadêmicos (ITAÚ CULTURAL, 2016, p. 10).

pessoas ligadas à cultura, como artistas, produtores, educadores, para que estes possam se relacionar e se apoiar mutuamente (LIMEIRA, 2008, p.11).

Multiplicam-se também os manuais e encontros voltados para o empreendedorismo cultural, como o **Guia do Empreendedor Criativo**, publicado pelo SEBRAE. Na área da música, o livro **Música LTDA: o negócio da música para empreendedores**, de Leonardo Salazar (2015, p. 155), lista os comportamentos empreendedores: redes de contatos, disposição para correr riscos calculados, persistência, independência e autoconfiança. Em São Paulo a *ExpoMusic* e a Semana Internacional da Música (SIM) são os eventos mais citados na área do empreendedorismo musical. Sites como **musicaemercado.org** e **musicoempreendedor.com** ajudam o artista a “tocar o próprio negócio”.

Para grande parte dos artistas entrevistados por esta pesquisa “o caminho é ser empreendedor”. Para alguns, inclusive, o MEI atribui respeito ao trabalho do músico, com conseqüente elevação da autoestima (Artista 9, 25/2/2016). Esse empreendedorismo, contudo, muitas vezes aparece na forma de empreendedorismo precário e/ou forçado, como resposta à única forma de viver de música. Esse aspecto empreendedor do trabalho dos músicos ora é visto de forma positiva, ora é visto de forma negativa pelos artistas entrevistados. Tencionam-se noções de liberdade e autonomia com incerteza e intensificação do trabalho.

Como o empreendedor cultural é tido como aquele que realiza e acumula os seguimentos básicos de criação, difusão e organização, a multiplicidade de funções é a primeira característica observada nas falas dos músicos entrevistados.

Em meio à corrida de editais e patrocínios, o artista é chamado a comportar-se como empresário da sua própria carreira, um *portfólio worker*, a custo de uma gestão de racionalidade dos seus capitais pessoais (tempo, esforço, competências, reputação). Tais fatores configuram o artista quase-firma e desenham a face do músico, sobretudo aquele tido como independente, enquanto empreendedor cultural. O “tornar-se produtor do seu próprio trabalho” tem se constituído uma relevante tendência no mercado artístico contemporâneo. Cresce a importância do profissional da produção no mercado da indústria cultural, aptos a mobilizar recursos de incentivo à cultura. De acordo com o IBGE/PNAD (2013), o grupo ocupacional **Produtores de espetáculo** registrou um crescimento de 92% de 2002 a 2006 (CERQUEIRA, 2015, p.15-16).

Para os músicos, o empreendedorismo significa não apenas gravar suas músicas, procurar fazer muitos *shows* e estar ativo no circuito considerado independente. Na nova cadeia da música, o artista é o responsável por pensar como um empresário, no sentido de articular as possibilidades de sua carreira artística diante da demanda colocada pelos mercados em desenvolvimento. “Tocar o negócio” significa, portanto, habilidades de relacionamento, comunicação e organização. Contato com contratantes, envio de material para imprensa, alimentação de redes sociais, administração do caixa, planejamento do desenvolvimento da carreira e avaliação dos resultados alcançados são exemplos das novas frentes de

atuação dos músicos empreendedores, que assume a execução, a comercialização e o gerenciamento da sua própria carreira.

Para viver de música, um dos entrevistados (Artista 13, 30/4/2015) explica que realiza várias atividades: é DJ, tem um banda e ministra oficinas ligadas à música. Quando teve a dimensão de que a vida de músico “é essa”, o artista afirma que conseguiu multiplicar e integrar várias atividades ao mesmo tempo, sem que isso represente uma espécie de sofrimento criativo, senão uma oportunidade de remuneração e até de felicidade. No decorrer da entrevista, o músico destaca vários aspectos da produção e gestão cultural: “sou tão organizado que tenho tudo em planilhas, posso te mostrar depois”. O músico alia o empresariamento de si mesmo a uma postura entusiasta do seu trabalho.

Sobre a autogestão no empresariamento de si mesmo, outro entrevistado (Artista 6, 14/4/2015) destaca pontos negativos e também positivos. Nos pontos negativos, o músico enfatiza que acaba fazendo trabalho que não quer fazer. Hoje, ele é responsável por ligar para os SESC's para vender *shows*, e fazer “toda a burocracia de falar com os contratantes”, pela divulgação na internet e uma “infinitude de coisas” que ocupam um tempo considerável do seu dia em que ele preferia estar compondo e/ou tocando. Do ponto de vista positivo, o músico reconhece que, trabalhando de forma autogestionada, ou seja, independente de gravadoras, sendo responsável por todo o processo de produção, ele acaba fazendo as coisas “mais do seu jeito”, de forma que o resultado final é mais “sincero”.

Como o empreendedor não é um ator que age de maneira isolada (ele é, antes de tudo, um articulador com capacidade de unir e conectar diferentes atores e recursos dispersos no mercado e na sociedade, agregando valor à atividade produtiva), outro aspecto fundamental relacionado à atuação do artista empreendedor se refere à importância de se estabelecer contatos, parcerias e amizades, processo que acaba sendo determinante para viabilização dos trabalhos musicais.

A disponibilidade e o empenho que o artista tem em “fazer amigos” é algo necessário e derivado do novo papel do artista enquanto divulgador e articulador do seu trabalho no mercado. Mercado este que, não dispondo do aporte das grandes gravadoras, solicita cada vez mais a interconexão e colaboração entre agentes como forma de viabilizar-se (GALLETA, 2013 apud CERQUEIRA, 2015, p. 16).

Além disso, a polivalência é o grande destaque no perfil dos músicos entrevistados. Um deles destaca que está fazendo vários trabalhos de uma vez só porque, para além do prazer estético, ele precisa sobreviver, “porque é preciso ganhar dinheiro em várias coisas pra poder dar certo”. A multiatividade no campo musical é explicitada quando o músico destaca que se dependesse apenas do dinheiro do seu disco, ele não viveria de música: “E essa é a parte menos glamorosa da história” (Artista 7, 30/4/2015).

Nesse sentido, uma das artistas deixa evidente em sua fala a multiplicidade de atividades que realiza para viver de música. Ela afirma que, como não está em

um momento fácil porque como não lançou seu segundo disco, tem feito poucos *shows* e produzido muitos *jingles*: “fiz pro Bradesco, fiz pra Coca-Cola e fiz pras Olimpíadas. Na verdade, eu fiquei no Bradesco fazendo *jingles* durante sei lá, seis meses, um ano”. Na avaliação sobre suas atividades, a entrevistada explica que é de uma geração que “nasceu sabendo que o negócio era difícil”. Na sua fala há uma ciência do acúmulo de atividades, no sentido de arte e produção, sem que tenha uma avaliação negativa dessa condição. A ideia de empreendedorismo é exaltada em vários momentos. A artista conta que em sua trajetória a experiência no “lado *business*” da música vem do seu “currículo em gravadoras”. “E então eu acho que o artista que não tem isso, que não consegue pensar o próprio lado *business*, eu acho difícil conseguir construir a própria carreira”, afirma (Artista 14, 13/4/2015).

No mesmo sentido, outro entrevistado enfatiza que não se pode “ser artista como antigamente”. “Que é aquele artista romântico, né? Que só faz música... Hoje a gente inclusive faz música...”. Nesse contexto, o músico ressalta que, muitas vezes, é “chato” emitir nota fiscal, por exemplo, ficar preocupado com logística, ligar para as casas de *shows* para “articular as coisas” (Artista 2, 14/4/2015). No entanto, essas funções “administrativas” são cada vez mais importantes. A intensificação do trabalho do músico nas esferas de produção e gerenciamento estratégico de suas carreiras fica evidente em várias passagens das falas dos artistas entrevistados por essas pesquisas. Abaixo os destaques para alguns trechos.

Penso no meu trabalho 24 horas e às vezes acho pouco e sonho com ele! Trabalho como compositor, autor, arranjador, músico de apoio, músico de estúdio, de montar bandas paralelas, empreender no trabalho autoral, alguns de técnico de gravação, direção musical, trilhas sonora para cinema, teatro, dança etc. Faz parte deste mercado de trabalho... Temos que nos ocupar todos os dias e estar sempre produzindo (Artista 15, 6/9/2014).

Não tem como você viver só de uma banda, embora como a gente é uma banda de certa forma jovem, mas que conquistou muita coisa bacana, então todo mundo prioriza, mas todo mundo tem outros trabalhos [...] A gente entende que é muito importante essa autoprodução. A gente é uma das bandas que se auto-produz, inclusive em eventos. A gente faz nossas festas [...] Então a gente sempre tá correndo atrás de projetos, de fazer esses eventos... Nós somos 15 pessoas. Imagina 15 passagens de ida e volta... E eu sou um defensor de que o músico, o artista em geral na verdade, ele hoje em dia é um empreendedor, né? Ele é um microempreendedor [...] Então eu sou um cara que acredito muito nisso (Artista 16, 12/11/2014).

Eu vivo exclusivamente de música, mas rola um polivalência aí na parada, né? Na verdade, quanto mais independente, mais coisas você precisa fazer. Eu trabalho como músico que acompanha. Eu acompanho outros artistas, além do Leandro (Emicida). Produzo algumas coisas: trilhas ou outros artistas. Esse ano vou produzir dois artistas. Trilha pra dança, pra filme, pra teatro. Então é isso, assim, tem uma polivalência. Eu acho que você precisa ser muito inteligente, sagaz. Esse

cenário, ele não permite que você fique passivo, sabe? Você tem realmente agilizar as coisas e tal. Enfim, comigo tá tudo bem. Eu acho que tem momentos que cansa, obviamente, que eu preferia sei lá, só tocar mesmo. Mas feliz ou infelizmente necessita dessa disposição de você se unir às pessoas pra que coisas aconteçam. Eu acho que é isso. Eu produzo a mim mesma. Eu tenho parceiros, mas sou a maior investidora de mim mesma (Artista 17, 12/2/2016).

Quando perguntados sobre expectativas financeiras e realidades de remuneração no empreendedorismo cultural independente, alguns artistas destacam a falta de remuneração mais justa e/ou estável dos seus trabalhos. Nesse sentido, um músico (Artista 6, 14/4/2015) afirma que “na música independente o negócio fica do nosso jeito, mas a gente vive pobre”. Outros artistas exaltam a maneira “modesta” que vivem as suas vidas, destacando outros tipos de remunerações, que não monetárias.

Finalmente, é preciso destacar que a produção de si mesmo, frequentemente, vem em forma de informalidade que marca profundamente a atividade musical enquanto profissão. Dos 22 artistas entrevistados, apenas seis estão instituídos como MEI, segundo a legislação vigente. A resposta à reestruturação produtiva por meio dos processos de terceirização, flexibilização e subcontratação nem sempre se deu nos moldes formais. Nesse contexto, o surgimento de pequenas e médias produções musicais – entre as quais se inclui, com cada vez mais destaque, a autoprodução – não assume, na maior parte dos casos, o arranjo de empresa formalmente constituída<sup>8</sup>.

## 4 MIGRAÇÕES ARTÍSTICAS

Todos os artistas foram perguntados sobre a importância/preferência da cidade em que se encontram para a visibilidade artística e possibilidade de trabalho na área. A predominância dos artistas em São Paulo indica muitas questões mercadológicas ligadas ao músico empreendedor.

Os músicos que estão em São Paulo afirmam, de uma forma geral, a importância da cidade em termos de visibilidade artística e possibilidade de trabalho na área musical. Eles destacam o aspecto mercadológico da cidade e sua estrutura de casas de *shows*, sobretudo dos SESC's e de sua consequente possibilidade de pagamento de cachês para que o seu trabalho seja remunerado e possa existir.

---

<sup>8</sup> Por outro lado, destaca-se também o fenômeno da pejotização enquanto nova forma de precarização do artista-trabalhador formalizado como pessoa jurídica. A denominação pejotização tem sido utilizada pela jurisprudência para se referir à contratação de serviços pessoais, exercidos por pessoas físicas, de modo subordinado, não eventual e oneroso, realizada por meio de pessoa jurídica constituída especialmente para esse fim, na tentativa de disfarçar eventuais relações de emprego que evidentemente seriam existentes, fomentando a ilegalidade e burlando direitos.

São Paulo, mesmo que tenha pouco, ainda é lugar que tem mais mercado musical. Então, assim, no Rio, por exemplo, não tem SESC. Acho que o único lugar que paga cachê no Rio é Oi Futuro, Banco do Brasil talvez. Para o músico independente é ruim isso né? Aqui em São Paulo ainda tem SESC, tem certos lugares onde dá pra você conseguir cachê, dinheiro né? E fazer o trabalho andar... (Artista 6, 14/4/2015)

Os músicos exaltam que na capital paulistana tem gente do Brasil inteiro fazendo arte, constituindo, portanto, um ambiente propício para trocas musicais e de mercado, de modo que estar em São Paulo é, sobretudo, uma estratégia de trabalho. Do ponto de vista do mercado da música, os artistas destacam a possibilidade de se movimentar mercadologicamente e ter sustentabilidade econômica. Uma das artistas esclarece, ainda, que São Paulo não é um paraíso, “não é que você ganhe fortunas... Não, não é nada disso. Mas você consegue se mover, sabe?” (Artista 8, 13/03/2015). Além do “muita coisa acontecendo o tempo todo”, existe uma importante dimensão da cidade de São Paulo: a capacidade de ser uma “formadora de opinião”, uma vez que os jornalistas, os rádios e as TVs estão predominantemente nessa cidade. Ou seja, o poder de divulgação da cidade emerge no desenvolvimento comercial de uma carreira musical considerada independente.

Para os artistas que estabelecem residência em Recife, muitos deles afirmam que passam temporadas em São Paulo e que lá vão sempre que possível, em função do trabalho. Uma artista afirma que o que mais gosta em Recife é a “riqueza subjetiva e matéria prima de criação”. Por outro lado, ela afirma as dificuldades de “caminhar de música” na cidade. Mesmo tendo muitas pessoas amigas em jornais e rádios, formação na área e três discos na praça, ela conta que não consegue circular no entorno do Estado de Pernambuco, e aponta o caráter provinciano que faz com que o nordestino tenha que, duas vezes no ano, arrumar as malas e fazer uma turnê RJ – SP, ao invés de fazer um *show* em Caruaru, João Pessoa, Campina Grande, Natal, Salvador, Fortaleza. A artista afirma que essas dificuldades muitas vezes a desanima, mas outras vezes a impulsiona a trabalhar esses gargalos (Artista 9, 25/2/2016).

Outro músico que está em Recife afirma que a cidade é cheia de música, com uma população musical, no sentido de produzir muita música o tempo todo. Com isso, a cidade acaba oferecendo muito produto musical, mas não absorve essa quantidade: “a oferta é muito grande e a demanda tende a ficar bem baixa”, explica. Essa não absorção de demanda está ligada a falta de espaços de apresentação, o que dificulta “viver de música” sem que seja possível “fazer bilheteria”. O músico afirma que, por isso, é “um tiro no escuro” se dedicar à música em Recife, restando o ciclo de festas financiadas pelo Estado ou aprovar um edital no *Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura (FUNCULTURA)*, o que tem se tornado mais difícil a cada ano, uma vez que as verbas têm diminuído. Por tudo isso, o músico entende que o fluxo migratório de artistas do nordeste para o sudeste, especialmente São Paulo, ainda é uma realidade. “Quem não mora em São Paulo pelo menos vai constantemente” (Artista 18, 26/2/2016).

Outro músico também morador de Recife, por sua vez, afirma que passou muito tempo reclamando da cidade, frustrado com a dinâmica, “porque ninguém chamava a gente pra tocar, por exemplo”. Ele entende, entretanto, que é preciso inventar os lugares. Nesse sentido, “a cidade, na verdade, ela não existe ainda. A cidade está sempre por vir. É uma potência. A cidade tem muito a oferecer”. O músico afirma, então, que começou a pensar no que poderia fazer, no que ele poderia inventar para multiplicar ou potencializar a sua experiência na cidade. Nesse sentido, ele defende que os músicos precisam, por exemplo, fazer *shows* na rua em uma “suficiência intensiva”, radicalizando a questão do “pague o quanto puder”, organizar concursos, festivais etc., no intuito de sair um pouco dos esquemas que já estão consolidados na indústria cultural. Quanto ao êxodo artístico, o músico afirma que é algo histórico, mas sonha com o dia em que não seja preciso um êxodo para outro centro econômico, um dia no qual Recife possa oferecer oportunidades adequadas (Artista 19, 4/3/2016).

Diante das narrativas dos artistas entrevistados, muitos fatores podem ser citados para informar as especificidades regionais e suas contextualizações para o trabalho musical independente. Essas especificidades, por sua vez, não indicam uma oposição, mas muitas vezes uma relação de complementaridade, sobretudo quando observados os trânsitos artísticos migratórios. Enquanto Recife está caracterizada pela dependência aos investimentos municipais e estaduais diretos (os quais diminuem a cada ano e se concentram no ciclo de festas), São Paulo se destaca pela predominância dos investimentos federais na forma de Mecenate. Além disso, em São Paulo, as especificidades da cena paulistana contribuem para a relativa proeminência deste polo musical no cenário nacional. Destaca-se uma maior consistência do mercado musical independente, em comparação com outras capitais brasileiras, no que se refere ao tipo de mercado voltado para as produções mais segmentadas e de nichos.

Isso pode ser explicado por diversos fatores que contribuem para a geração de renda do artista independentes. Na fala dos artistas entrevistados podem-se resumir os seguintes fatores: a) significativo circuito de casas noturnas e espaços de *shows* voltados a públicos segmentados interessados nas propostas de músicos independentes; b) um conjunto importante de equipamentos e instituições culturais, entre os quais destaca-se o SESC; c) canais tradicionais de mídias sediados na cidade, com espaços e programas voltados à cobertura especializada desta cena, como jornais, revistas e programas de rádio e TV; e d) concentração em uma região territorial específica da cidade de bares, casas noturnas, estúdios, gravadoras, lojas de instrumentos, residência de artistas, jornalistas e produtores culturais. Todos esses fatores concorrem para a afirmação de oportunidades especialmente privilegiadas em São Paulo, no que se refere ao desenvolvimento, sustentabilidade e repercussão de trabalhos musicais independentes, o que contribui para a cena estética e cultural diversificada.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da pesquisa realizada é possível concluir algumas premissas gerais. A primeira delas é que a atividade musical independente, apesar de apresentar particularidades analíticas, constitui um âmbito privilegiado para abordar os processos de reestruturações produtivas do capital e as configurações do trabalho artístico. A ideia de independência na música é fortemente ligada ao desenvolvimento dos processos produtivos e distributivos e as tecnologias da informação e da comunicação. Esses processos não são uma novidade. A historicidade da indústria fonográfica brasileira aponta os marcos do caminho que nas últimas décadas trouxe à tona o perfil de músico-mediador entre arte e técnica. São fortalecidas e diversificadas as cenas autônomas dos mais variados estilos musicais<sup>9</sup>.

Noções como sujeito criativo, autonomia e independência se reconceitualizam sob a lógica do livre mercado, em um cenário construído por paródias em que a liberdade do indivíduo opera novos modelos de dominação e exploração. O significado dessas configurações e suas ambiguidades podem ser observadas pelo cotidiano de trabalho dos artistas-quase-firmas que realizam e acumulam os segmentos básicos de criação, difusão e organização. Em meio à corrida de editais e patrocínios, o artista é chamado a comportar-se como empresário da sua própria carreira, um *portfólio worker*.

As especificidades desse tipo de atividade, frequentemente relacionadas a termos como criatividade e autonomia, se traduzem em múltiplas facetas de precarização, tendo em vista o seu caráter de protótipo de insegurança, incerteza, flexibilidade, informalidade, heterogeneidade e polivalência no mercado de trabalho. Nesse contexto e diante das narrativas dos músicos entrevistados, falas de autolouvor e de valorização se misturam ao reconhecimento das consequências de processos estruturais. Constata-se que, muitas vezes, os artistas se sentem “diferenciados” de outros trabalhadores, mesmo afirmando condições de precariedade, enquanto produto de um contexto contraditório.

Nos relatos dos músicos é possível identificar tanto as seduções da independência no mercado de trabalho não tradicional (valorização da autonomia, da responsabilidade, da criatividade), quanto as ameaças da efemeridade dessa ati-

---

<sup>9</sup> Na esteira do mercado e da economia fonográfica, duas grandes fases do movimento de reorganização da indústria da música brasileira, convivem ainda hoje. A primeira, entre 1980 e 1990, realiza a terceirização produtiva. Os músicos passam a atuar de forma autônoma em relação à produção, especificamente. Sob sua responsabilidade está a minimização dos riscos e custos assumidos pelas grandes gravadoras, assim como o papel de descobrir “talentos”. Intensificam-se os contratos apenas de distribuição com as majors, consolidando relações de complementariedade. A partir dos anos 2000 a mesma tecnologia que assegura a reorganização da produção traz a dificuldade de controle das grandes gravadoras na concentração da distribuição. Acentua-se um tipo de independência e/ou autonomia de toda a cadeia produtiva da música assente no tripé produção – distribuição – consumo/promoção.

vidade (banalização remuneratória e respectivos riscos), em um ambiente de grande fragmentação do trabalho, variabilidade e especialização crescente das competências exigidas. Por um lado, a atividade artística assenta-se no alto grau de envolvimento dos meios pessoais (esforço, energia, conhecimento) e coletivos (equipamentos, financiamentos, trocas entre pares). Por outro lado, os meios de criatividade não podem ser mobilizados a não ser ao preço de uma intensidade do esforço e motivação.

Nesse contexto, a noção de empreendedorismo não deteriora a hegemonia do capital na produção e circulação cultural, senão a revitaliza, sob a aparência de se manter longe dela. A apelação para as noções de autonomia, flexibilidade e liberdade no capitalismo atual se aloja de forma central nas indústrias cultural e/ou criativas, as quais assistem um avanço do capital sobre o trabalho de forma sofisticada e sem precedentes. O caráter laboral dessas atividades se dilui simbolicamente atrás de noções de rede colaborativa e horizontal. Diante disso, a constituição do trabalhador da cultura como empreendedor faz parte da invisibilização do conflito entre capital e trabalho, cujo caráter laboral se dilui simbolicamente, constituindo o artista independente um precário por excelência.

O perfil empreendedor nas atividades artísticas também informam importantes aspectos da regionalização da produção considerada independente hoje. Diante das narrativas dos artistas entrevistados, muitos fatores podem ser citados para informar as especificidades regionais. Essas especificidades, por sua vez, não indicam uma oposição, mas muitas vezes uma relação de complementaridade, sobretudo quando observados os trânsitos artísticos migratórios ainda hoje presentes.

Os artistas independentes dependem de muitas coisas, entre elas, dependem dos outros independentes. Dependem, por exemplo, dos organizadores de festivais independentes, dependem da internet, dependem dos meios tradicionais de comunicação, dependem dos donos de pequenos e médios estúdios, dependem de editais públicos de incentivo à cultura, de sites de financiamento coletivo, de jornalistas e formadores de opinião, curadores e programadores de casas de *shows*, dependem, em última instância, de um conceito útil às políticas públicas, capazes de especificar o mercado cultural, descentralizando/priorizando os recursos disponíveis e promovendo a diversidade estética e também ideológica.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHINA. Fora do eixo e longe de mim. **Blog pessoal do músico**, 04 nov. 2012. Disponível em <<https://goo.gl/L3dqG>>. Acesso em 13 nov. 2012.

CERQUEIRA, Amanda P. Coutinho. Músicos independentes: um conceito em discussão na cena da música brasileira. **Is Working Papers**, 3. série, n. 5, Porto, dez. 2015. Disponível em: <[http://isociologia.up.pt/sites/default/files/working-papers/wp5\\_151217100612.pdf](http://isociologia.up.pt/sites/default/files/working-papers/wp5_151217100612.pdf)>.

COUTINHO, Amanda. Dentro do Eixo: que perguntas fazer? **Carta Maior**: O portal da esquerda. [recurso *online*] 28 ago. 2013. Disponível em: <<https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Cultura/Dentro-do-Eixo-que-perguntas-fazer-/39/28489>>.

IBGE. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais, 2007-2010**. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/3I18LY>>. Acesso em: 12 jan. 2015.

LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. Empreendedor Cultural: Perfil e Formação Profissional. Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 4., 208, Salvador. **Anais...** UFBA: Salvador, 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14310.pdf>>. Acesso em: 21 out. 2016.

MARCONDES, Lula. Realidade do maracatu rural para além do marketing cultural. **Revista Outros Críticos**, 9/3/2015. Disponível em: <<https://goo.gl/U9CVDn>>. Acesso em: 21 out. 2016.

MIRANDA, Priscila. Insatisfeitos com atraso de cachês, artistas criam polêmica no carnaval. **G1 PE**, [recurso *online*], 10 jan. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pernambuco/carnaval/2013/noticia/2013/01/insatisfeitos-com-atraso-de-caches-artistas-criam-polemica-no-carnaval.html>>.

ITAÚ CULTURAL, Centro de Memória, Documentação e Referência. **Mapeamentos dos cursos de gestão e produção cultural no Brasil: 1995-2005**. Itaú Cultural, 2016 Disponível em <<https://goo.gl/j29Pmv>>. Acesso em: 6 nov. 2016.

SÃO PAULO (Cidade). Contratações da Virada Cultural 2016. **Portal da transparência**. Disponível em: <<https://goo.gl/Dxs5Yk>>. Acesso em: 21 out. 2016.

SALAZAR, Leonardo. **Música LTDA: o negócio da música para empreendedores**. Recife: Sebrae-PE, 2015.

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO PERNAMBUCO (TCE). Primeira Câmara do TCE julga irregular Auditoria feita na Fundarpe. Pernambuco, 2011. Disponível em: <<https://tce-pe.jusbrasil.com.br/noticias/2816736/primeira-camara-do-tce-julga-irregular-auditoria-feita-na-fundarpe>>.