

A morte (ou quase morte) do músico como um trabalhador autônomo e a ode ao empreendedorismo

Luciana Requião*

Resumo: Neste estudo buscamos evidenciar a conformação do trabalho do músico, em particular do músico instrumentista, às relações de produção capitalista contemporânea que tem como uma de suas características o fomento ao empreendedorismo. Nesse contexto, a figura do músico como um trabalhador autônomo vem sendo substituída pela figura do Micro Empreendedor Individual, conforme o modelo aplicado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE. Destacamos que a viabilidade em se “viver” de música está associada à capacidade deste profissional em empreender. Ao lado desse fenômeno vem ocorrendo um processo de “pejotização” do músico trabalhador, o que implica em perdas de direitos trabalhistas. O presente estudo vai ao encontro de pesquisas que vimos realizando nos últimos anos que mostram as formas encontradas pelo capital em extrair mais valia do trabalhador da cultura através da precarização das suas relações de trabalho, e a lógica capitalista que movimenta a chamada Economia da Cultura.

Palavras-chave: músico, relações de trabalho, empreendedorismo, pejotização.

The Death of a Self-Employed Musician and an Ode to Entrepreneurship

Abstract: This study is aimed at showing the adaptation of the musician's work to the production relations of the current productive model, which has the promotion of entrepreneurship as one of its features. In this context, the figure of the musician as a self-employed person has been replaced by the figure of an Individual Micro Entrepreneur, according to the model applied by SEBRAE. It is important to notice that the feasibility of “making a living off” music is related to the musician's capacity of entrepreneurship. Together with this phenomenon, musicians are becoming independent-contractors, which implies the loss of labor rights. This study corroborates the research that we have been conducting in the last years, which shows the ways found by capital to profit more from culture workers by undermining their work relations and the capitalist logic behind the so-called Cultural Economics.

Keywords: musician. work relations. entrepreneurship. independent-contractor.

* Professora do Departamento de Educação do Instituto de Educação de Angra dos Reis/UFF.

INTRODUÇÃO

A questão de começar o estúdio acho que tem a ver com [...] a ideia de como viver de música. Todo mundo queria ser músico, tocar e se tornar um artista, mas sabíamos que isso nem sempre traz um retorno financeiro

Marcello Fernandes, músico¹

Desde o ano 2000 vimos nos esforçando em compreender as determinações que afetam os processos e as relações de produção no campo da música. A música não mais compreendida como um elemento social e cultural intrínseco ao homem, mas como um artefato ou um serviço que, transformado em mercadoria, atende a um setor hoje denominado como *Economia da Cultura* (ou *Indústria Criativa*) e se insere no contexto da chamada *Cadeia Produtiva da Economia da Música* (REQUIÃO, 2010 e 2016). Esses estudos nos proporcionaram compreender a *Economia da Cultura* como um importante campo que vem demonstrando sua crescente capacidade de gerar valor e que, conforme Debord, tornou-se a grande “vedete” da economia capitalista (DEBORD, 1997, p.127). Nesse contexto, vimos analisando o processo de desenvolvimento da *Cadeia Produtiva da Economia da Música* (CPEM), a horizontalização da indústria fonográfica e a conseqüente transformação no perfil do músico profissional, em particular o que atua no campo da música popular. Nesse ponto, observamos a necessidade de um perfil flexível ao músico, capaz de atender às diversas demandas da CPEM (REQUIÃO, 2010).

Vimos discutindo ainda a discrepância entre os números apresentados por indicadores culturais e a situação em que vivem e trabalham músicos atuantes no estado do Rio de Janeiro (REQUIÃO, 2016). Indicadores como os produzidos pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), por exemplo, mostram que, em relação aos empregos formais, a área da música teve um avanço de mais de 60,4% entre os anos de 2004 e 2013, apresentando sinais de valorização salarial (FIRJAN, 2014)². A

¹ Trecho da entrevista encontrada em Gomes (2016, p.247).

² Atualizando esses dados, os indicadores da FIRJAN referentes ao período entre 2013 e 2015 mostram um crescimento salarial para a área da música de 9,6% (FIRJAN, 2016, p.14).

música estaria entre as dez profissões mais numerosas do país ocupando o 7º lugar no *ranking* das dez profissões mais bem remuneradas dentre os setores da indústria criativa no Brasil (idem). Nesse cenário, de acordo com os números apresentados pela FIRJAN (2014), o Rio de Janeiro estaria em segundo lugar no *ranking* da média salarial nacional de músicos, em especial os intérpretes e os instrumentistas. Contrapomos esses dados ao discurso de músicos, obtido através de questionário enviado aos 3.255 músicos com cadastro ativo junto ao Sindicato dos Músicos do Estado do Rio de Janeiro (SindMusi). Tivemos o seguinte resultado:

Considerando as pesquisas apresentadas, o perfil dos músicos filiados ao Sindicato dos Músicos do Estado do Rio de Janeiro, supostamente aqueles que vivem profissionalmente da música no estado, atuam na área da música popular prioritariamente como instrumentistas e professores de música. Sua atuação se dá de forma autônoma tendo como principal *lôcus* de trabalho os bares e as casas de shows. Neste trabalho é computado para efeito de remuneração apenas o momento da realização da apresentação musical, desconsiderando-se horas extras e passagem de som, período em que o músico checa o som e instala seus equipamentos no palco. A remuneração não é considerada satisfatória e, em geral, está abaixo do valor sugerido pela tabela do sindicato. A atividade docente parece ser uma possibilidade de complementação de renda. Apesar da aparente efervescência musical da cidade do Rio de Janeiro, os músicos avaliam as oportunidades de trabalho na área como insatisfatórias (REQUIÃO, 2016, p.266).

Como recorte para o presente texto, discutiremos a conformação do trabalho do músico popular, em particular do músico instrumentista “acompanhador”, às relações de produção do atual modelo que tem como uma de suas características o fomento ao empreendedorismo³. Nesse contexto, percebemos que a figura do músico como um trabalhador autônomo vem sendo substituída pela figura do Micro Empreendedor Individual, conforme o modelo aplicado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE⁴. Destacamos que a viabilidade em se “viver” de música

³ Como músico instrumentista acompanhador estamos nos referindo, em especial, àquele que atua em bandas ou grupos de música popular, acompanhando cantores ou instrumentistas solistas. Por música popular estamos aqui nos referindo como àquela que se vê, de forma geral, em bares e casas de shows, contrapondo-se à música de concerto, mais restritas às salas de concerto.

⁴ Micro Empreendedor Individual (MEI): trata-se de uma “forma jurídica criada pela Lei Complementar nº 128/2008, entrando em vigor a partir de julho de 2009, o MEI, ou simplesmente empreendedor individual (EI), é a figura do empresário (Artigo

está associada à capacidade em empreender, e que ao lado desse fenômeno vem ocorrendo a chamada “pejotização”, em um processo contínuo de precarização das condições de trabalho e perdas de direitos trabalhistas⁵.

Como material de análise, utilizamos entrevistas com músicos apresentadas no livro “Vivendo de música: por incrível que pareça!” (GOMES, 2016), aliadas a outras fontes, como o resultado de pesquisa realizada com músicos profissionais filiados ao Sindicato dos Músicos do Estado do Rio de Janeiro (REQUIÃO, 2016) e entrevistas com a direção desta entidade.

O CONTEXTO PRODUTIVO E O PERFIL FLEXÍVEL DO MÚSICO POPULAR

A música brasileira é uma das maiores forças da música mundial e a maior força da Economia da Cultura no Brasil. [...] O Brasil é o décimo mercado consumidor de música no mundo. Temos hoje um mercado interno fortíssimo, onde a música brasileira domina 80% do consumo, quando nos países latino-americanos esse percentual não passa de 5%.

Gilberto Gil⁶

966 do Código Civil) que opte pela tributação do Simples Nacional e que tenha auferido renda bruta no ano-calendário anterior de até R\$ 60 mil” (SALAZAR, 2010, p.149).

⁵ Sobre a “pejotização”, especialistas em Direitos Trabalhistas vêm criticando esse modelo, cujo intuito é indicado como sendo o de “fraudar relações de emprego típicas, empregadores tendem a utilizar o instituto da pejotização, isto é, transformam verdadeiros liames empregatícios, em uma simples locação de mão de obra, contrato de empreitada, entre outras denominações, visando burlar os direitos trabalhistas que deveriam circundar o contrato trabalhista” (OLIVEIRA, 2013, p.25).

⁶ Texto encontrado em http://www.cultura.gov.br/discursos/-/asset_publisher/DmSRak0YtQfY/content/pronunciamento-do-ministro-gilberto-gil-durante-a-coletiva-a-imprensa-no-terminal-maritimo-na-praca-do-marco-zero-91191/10883?redirect=http%3A%2F%2Fwww.cultura.gov.br%2Fdiscursos%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_DmSRak0YtQfY%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-

Para situar o leitor ao contexto produtivo onde se desenvolvem as atividades profissionais do músico, temos a *Economia do Entretenimento* como um grande campo que, segundo Earp (2002), engloba a *Economia do Esporte*, a *Economia do Uso do Tempo*, a *Economia do Turismo* e a *Economia da Cultura*. Esta última, por sua vez, abarcaria sete cadeias produtivas, dentre elas a cadeia produtiva da música (p.38). Essas cadeias conectam diversos elos produtivos, intrínsecos ou extrínsecos à produção musical⁷. Em números, de acordo com o empresário Roberto Medina (2002), a música é apontada como campo duas vezes maior que o esporte, para termos uma ideia de sua proporção (p.60).

Um primeiro desenho da Cadeia Produtiva da Economia da Música (CPEM) foi proposto por Prestes Filho (2004), que a dividiu em cinco grandes blocos indicados como (1) Pré-produção, (2) Produção, (3) Distribuição, (4) Comercialização e (5) Consumo. São blocos que atuam de forma independente, mas em continuidade e como consequência do bloco precedente. Esse modelo vem sendo revisto a partir da introdução de novas tecnologias que colaboram com a diluição das fronteiras entre produção e consumo. Nesse sentido, Genes, Craveiro e Proença (2012) observam que “cada vez que uma inovação tecnológica é introduzida e padronizada no mercado da música, sua cadeia produtiva se reestrutura devido a diversas mudanças na forma de consumo” (p.173).

As transformações nos processos e nas relações de produção musicais associados às questões tecnológicas e de gestão de negócios foram observadas em

1%26p_p_col_count%3D1%26_101_INSTANCE_DmSRak0YtQfY_advancedSearch%3Dfalse%26_101_INSTANCE_DmSRak0YtQfY_keywords%3D%26_101_INSTANCE_DmSRak0YtQfY_delta%3D20%26p_r_p_564233524_resetCur%3Dfalse%26_101_INSTANCE_DmSRak0YtQfY_cur%3D10%26_101_INSTANCE_DmSRak0YtQfY_andOperator%3Dtrue. Acesso em: 06/07/2017.

⁷ Os intrínsecos seriam os setores que colaboram diretamente à produção do evento/produto musical, e os extrínsecos os setores que são mobilizados a partir das necessidades dessa produção. Um clássico exemplo é o *Rock in Rio* que, além da produção do espetáculo musical, movimentou setores de transporte, hoteleiro, bebidas e alimentação, entre outros.

diversos momentos da história da música, sendo os processos de produção musical considerados, até mesmo, precursores dos processos produtivos mais gerais. Lewis Mumford (*apud* SCHAFER, 2001) fazia essa referência ao relacionar a orquestra do século XIX à fábrica, passagem esta que vale reproduzir aqui.

Com o aumento do número de instrumentos, a divisão de trabalho dentro da orquestra correspondia ao da fábrica: a divisão desse processo tornou-se notável nas mais novas sinfonias. O maestro era o superintendente e o gerente de produção, encarregado da manufatura e da montagem do produto, a saber, a peça musical, enquanto o compositor correspondia ao inventor, engenheiro ou projetista que tinha calculado no papel, com a ajuda de alguns instrumentos menores, como o piano, a natureza do produto final – retocando seus últimos detalhes antes que um só passo fosse dado na fábrica. Para composições difíceis, novos instrumentos foram inventados, ou velhos, ressuscitados; mas na orquestra a eficiência coletiva, a harmonia coletiva, a divisão funcional do trabalho, a interação cooperativa legal entre os líderes e os liderados produziam um uníssono coletivo maior do que aquele que se conseguia, com toda probabilidade, dentro de qualquer fábrica. Por uma razão: o ritmo era mais sutil; e o tempo das sucessivas operações era aperfeiçoado, na orquestra sinfônica, muito antes que qualquer coisa semelhante à mesma eficiente rotina chegasse à fábrica.

Aqui, pois, na constituição da orquestra, estava o modelo ideal da nova sociedade (p.157-158)⁸.

Possivelmente toda essa engrenagem foi gestada no processo ocorrido no século XVIII e sedimentado ao longo do século XIX, quando se deu, conforme Elias (1995), a passagem de uma “*arte de artesão*” para uma “*arte de artista*”. Tendo por base também os estudos de Jardim (1988), destacamos que na *arte de artesão* temos como características principais a figura do intérprete e do compositor fundidas em uma única pessoa, cujo *status* social era o de artesão; a formação musical, em geral, se dava em confrarias e irmandades; o músico detinha os instrumentos para a realização de seu trabalho até a etapa final, onde se dá o consumo; e a produção era destinada a um patrono, sendo produzida por seu valor de uso e tendo, assim, um único padrão estético. Em contraste, na *arte de artista* temos a difusão da obra do compositor proporcionada pelas técnicas de impressão musical, estabelecendo a divisão entre intérprete e compositor; os músicos começam a se especializar nas funções de instrumentistas, compositores, cantores ou regentes em cursos oferecidos por conservatórios de música, ocasionando assim uma mudança nas relações técnicas de produção; ocorrem ainda mudanças nas relações sociais de produção, deixando o músico de participar de todo o

⁸ Lewis Mumford. *Technics and Civilization*. New York, 1934, p.202-3.

processo produtivo mediado pelo editor; sendo o perfil do consumidor mais amplo, a produção estética torna-se diversificada proporcionando inovações técnicas e estilísticas na música; o *status* social do músico passa de *artesão* a *artista*.

Para compreendermos o que Genes, Craveiro e Proença (2012) observam, destacamos quatro grandes marcos no desenvolvimento tecnológico que determinaram mudanças nos processos produtivos na área da música e, conseqüentemente, nas relações de trabalho. Jardim (1988, p.26) atribui como primeiro marco a invenção da escrita musical e o desenvolvimento da leitura e da literatura musicais. O segundo foi identificado com a conquista da impressão musical e o estabelecimento de um mercado editorial, o que, segundo Leme (2006), só veio a ocorrer no Brasil no início do século XIX, quando começa a se constituir um mercado para a compra e venda de música. O terceiro grande marco foi atribuído à invenção dos meios de gravação e reprodução fonomecânicos e o estabelecimento de uma indústria fonográfica (JARDIM, 1988, p.14).

Com o surgimento das técnicas de gravação se deu o desenvolvimento e a ampliação do mercado da música. A composição musical, representada em etapa anterior pela partitura impressa, nesta terceira etapa deixa de ser um produto em si passando a fazer parte de uma nova mercadoria: o disco. Esse novo formato da obra musical também implicaria em uma série de mudanças em sua produção (REQUIÃO, 2010, p92.).

Em seu processo de desenvolvimento, a indústria fonográfica brasileira apresentou fases de crise e de crescimento, sempre renovando suas estratégias para a ampliação de seus lucros⁹. A partir da década de 1980 tivemos o início de um processo de reestruturação da indústria fonográfica brasileira, segundo os padrões da acumulação flexível, que viria mudar, tal qual nos outros ramos industriais, as estratégias de acúmulo de capital e as relações de trabalho, adequando a indústria brasileira aos processos globais produtivos. Por meio de nossos estudos concluímos que

Com o desmantelamento da grande indústria (*major*) como a detentora de todas as etapas do processo produtivo e a aceleração dos processos de terceirização e subcontratação, pode-se observar o crescimento de empresas fonográficas de pequeno porte (*indies*) que passam a ser as reais produtoras do produto fonográfico, porém, cada vez mais dependentes das grandes empresas por sua incapacidade de divulgar e distribuir as mercadorias produzidas frente aos recursos das *majors* (REQUIÃO, 2010, p.110).

⁹ Para um maior detalhamento ver Requião (2010), em particular o item “A produção musical: uma cronologia” (p.97)

Em todo esse processo que afeta as formas de produção, conseqüentemente veremos mudanças significativas também nas questões relacionadas ao trabalho. Em nossos estudos vimos, por exemplo, o quanto o processo de horizontalização da indústria fonográfica contribuiu para a necessidade de um perfil mais flexível do músico popular, que precisou ampliar sua capacidade em atender aos diversos setores da CPEM. Se inicialmente - no Brasil na década de 1970, por exemplo - as grandes gravadoras eram responsáveis por todo o processo produtivo¹⁰, posteriormente foram reduzidas a prestadoras de serviços “atuando como mediadora entre os produtores (músicos terceirizados, artistas licenciados e as *indies*) e os consumidores, prestando principalmente serviços de distribuição e divulgação” (REQUIÃO, 2010, p.151). Nesse contexto, “produtores e artistas de contratados passaram a contratantes, e os músicos, em um âmbito onde já foram trabalhadores assalariados ou onde tiveram algum tipo de vínculo formal, passaram à condição de autônomos” (idem, p.228).

Os músicos não estariam mais se enquadrando em um único modelo de atuação profissional. Assim como ocorre em outras áreas produtivas, e se adequando aos processos produtivos da acumulação flexível, o músico passa a atuar de forma mais intensa em diversas áreas da cadeia produtiva da música. Assim, um artista se torna também produtor e empresário, um músico instrumentista atua também como técnico de estúdio, entre outras possibilidades (REQUIÃO, 2010, p. 178).

De forma resumida, podemos dizer que tínhamos a indústria fonográfica como espinha dorsal da CPEM. Com a horizontalização e fragmentação de seu processo produtivo ocorrido no Brasil nas décadas de 1980/1990, a CPEM se subdivide em áreas distintas (RODRIGUES e REQUIÃO, 2011). Assim, e de acordo também com os estudos de Salazar, de contratante a gravadora passa a contratada: “hoje em dia é o artista que contrata o selo e não mais o contrario. Antigamente o selo contratava, fazia mil cópias e distribuía. Hoje o que o selo faz é a gestão dessa distribuição”¹¹.

¹⁰ Que passava pelas fases de concepção e planejamento do produto; preparação do artista, do repertório e da gravação; gravação em estúdio; mixagem e preparação da fita master; confecção da matriz, prensagem (fabricação); controle de qualidade; capa/embalagem; distribuição; marketing, divulgação e difusão (DIAS, 2000, p.65).

¹¹ Salazar em entrevista ao Jornal do Comercio online. Disponível em: <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/musica/noticia/2015/12/27/leonardo-salazar-ve-a-musica-como-empendedorismo-214282.php>. Acesso em: 19 jun 2016.

À cena atual poderíamos atribuir o quarto grande marco. Beltrame (2016), por exemplo, chama atenção para as práticas de produção musical como a criação de *mashups*, *re-edits*¹² e música eletrônica, entre outras formas que permitem o produzir e o compartilhar de forma simultânea, colaborando para o que a autora chama de *cultura participativa*. Teríamos aí o perfil do *prosumer*, neologismo que indicaria um novo papel para o consumidor na contemporaneidade. Nesse sentido, Genes, Craveiro e Proença (2012) destacam que a “tendência é a focalização menor na indústria fonográfica e maior na indústria da música. Em busca de maiores lucros, empresas de diferentes setores da economia procuram explorar o conteúdo musical, buscando viabilizar seu consumo de diversas formas” (p.188).

Nesse cenário encontramos depoimentos que mostram uma situação pouco favorável para o músico “não empreendedor”. Se, de um lado, Salazar (2010) afirma que “a queda nas vendas de discos transformou o show na principal fonte de renda dos artistas hoje em dia” (p.4), em Gomes (2016) encontramos inícios de que “quem vive de ingresso [...] vive com o menor dinheiro que existe no mercado cultural e é em geral mal pago” (p.233). Em estudos realizados com músicos que atuam em casas de shows encontramos depoimentos similares (REQUIÃO, 2010 e 2016), além de observar que as formas de pagamento são determinadas pelo empregador de forma que lhe assegure maior margem de lucro.

Pagando por couvert o trabalho do músico em nada onera o contratante uma vez que não há a obrigação de pagamento caso não haja público pagante. Uma vez conquistada pela casa certa fama e com uma maior e crescente frequência de público, se torna mais vantajoso o pagamento por cachê fixo. Todo o excedente fica como lucro para a casa (REQUIÃO, 2010, p.215).

Observamos que a instabilidade profissional causada, em geral, pelo trabalho sazonal, pela baixa remuneração e pela informalidade, tornaria necessário ao perfil profissional do músico um amplo leque de competências. Se em outros tempos tivemos perfis mais definidos, como os chamados “músico de estúdio” ou “músico de

¹² Em Beltrame (2016, p.18) encontramos a seguinte referência para esses termos: “O gênero de *remix* que mistura duas ou mais músicas chama-se *mashup*. *Re-edit* é uma reedição da música onde podem ser adicionados elementos e a estrutura musical modificada” (Victor Hugo, 2014. Fanzine Tralhamalocada: Edição 57, julho de 2014. <http://www.calameo.com/read/0037245784ef7547aff91>”.

orquestra”, entendemos que esse trabalhador vem se adaptando aos processos produtivos sendo até mesmo considerado um precursor das relações flexíveis de trabalho: “profissional inventivo, móvel, indócil às hierarquias, intrinsecamente fundamentado, tomados numa economia do incerto e mais expostos aos riscos de concorrência interindividual e às novas inseguranças das trajetórias profissionais” (MENGER, 2005, p. 45). É aqui que parece “nascer” a transfiguração do *músico trabalhador* em *músico empreendedor*.

A MORTE (OU QUASE MORTE) DO MÚSICO COMO UM TRABALHADOR AUTÔNOMO

O músico é uma pessoa física, eu não sou uma empresa que toca piano, sou um pianista.

*Itamar Assiere, músico*¹³

É tarefa difícil caracterizar em um único perfil o músico popular, e nem é esta nossa intenção neste momento. Por hora, basta observar que a música como atividade profissional proporcionou a este trabalhador vivenciar diferenciadas formas de relações de trabalho¹⁴. *Grosso modo*, podemos envolver as relações de trabalho do músico em dois grupos: o trabalho assalariado e o trabalho autônomo. Por ser uma característica comum ao trabalho do músico a eventualidade, para este último foi estabelecida uma forma de se garantir direitos trabalhistas assegurados pela lei nº 3.857, de 22 de dezembro de 1960, que, entre outras providências dispõe sobre a regulamentação do exercício da profissão do músico (BRASIL, 1960)¹⁵. Trata-se da portaria ministerial nº 3.347, de 30 setembro de 1986, por meio da qual “ficam aprovados os modelos de

¹³ Trecho da entrevista encontrada em Gomes (2016, p.205).

¹⁴ Ver Requião (2010).

¹⁵ Podemos citar, por exemplo, o artigo 41 que versa sobre a duração do trabalho: “Art. 41 • A duração normal do trabalho dos músicos não poderá exceder de 5 (cinco) horas, excetuados os casos previstos desta lei. § 1º • O tempo destinado aos ensaios será computado no período de trabalho; § 2º • Com exceção do destinado a refeição, que será de 1 (uma) hora, os demais intervalos que se verificarem na duração normal do trabalho ou nas prorrogações serão computados como de serviço efetivo” (BRASIL, 1960).

Contrato de Trabalho por prazo determinado ou indeterminado e de Nota Contratual para substituição ou para prestação de serviço caracteristicamente eventual de músico, que serão obrigatórios na contratação desses profissionais” (BRASIL, 1986).

De acordo com Déborah Cheyne, vice-presidente do Sindicato dos Músicos do Estado do Rio de Janeiro, “é um privilégio do músico ter uma ferramenta como a Nota Contratual que formalize o trabalho. Ela é a flexibilização da CLT, que trata da especificidade da nossa atividade que é a eventualidade”¹⁶. Segundo Cheyne, a Nota Contratual evita o vínculo trabalhista, mas atende à formalização do trabalho com tudo o que é previsto em qualquer contrato de trabalho, seja ele de longo ou curto prazo. Assim, “a Nota Contratual permite que o músico trabalhe por mais tempo para determinado empregador sem que com isso se estabeleça um vínculo empregatício”¹⁷.

Embora os dados de entidades como a FIRJAN mostrem um crescimento em relação aos músicos com relações formais de trabalho, conforme demonstrado anteriormente sobre o período entre 2004 e 2013, pesquisas como a que realizamos recentemente com filiados ao Sindicato dos Músicos do Estado do Rio de Janeiro, considerando músicos que trabalham prioritariamente como instrumentistas no âmbito da música popular, tivemos um resultado que mostra uma grande maioria atuando de forma autônoma, de acordo com o gráfico abaixo:

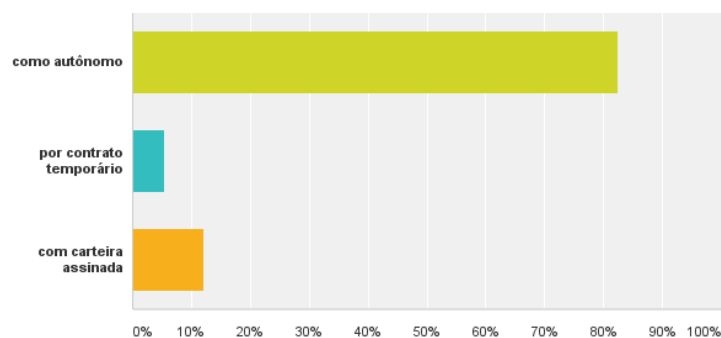


Gráfico 1 – Vínculo profissional (REQUIÃO, 2016, p.261)

Importante notar que, quando se referem ao trabalho autônomo, isso não significa dizer que seus contratantes fazem uso da Nota Contratual, sendo muito usuais

¹⁶ Em entrevista concedida a autora dia 29 de junho de 2017 nas dependências do SindMusi.

¹⁷ Idem.

os contratos “de boca”, ou seja, pela via da informalidade (REQUIÃO, 2010 e 2016). Os músicos reclamam da instabilidade profissional gerada pela informalidade e a atividade docente aparece como alternativa no escopo de suas possibilidades de atuação profissional (REQUIÃO, 2002 e 2016).

Para Salazar, consultor do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, também jornalista e gestor de negócios além de autor de “Música Ltda.: o negócio da música para empreendedores” (2010), “o empreendedorismo surge atualmente como resposta ao desemprego”¹⁸. Ao lado dessa “condição”, Salazar informa ainda que “diversas organizações contratam exclusivamente com empresas formais, com nota fiscal e CNPJ. É o caso dos Governos (Federal, Estadual e Municipal), do SESC, do SEBRAE, de médias e grandes empresas privadas e de muitos editais de patrocínio cultural” (2015, p.15)¹⁹. Segundo Cheyne,

A gente troca a informalidade por uma fraude! Ela é perniciosa e vem de coação. A maioria dos músicos que acabam tornando-se MEI esse processo se dá por coação. É uma troca ingrata. Esse músico que não é empreendedor se dá mal porque ele não vai saber dar conta da sua vida como empresa e tem consequências isso como as questões tributárias, multas, aquele que deixa de usar o MEI mas não fecha a empresa. Estamos começando a receber aqui demandas dessa natureza.

Importante destacar o SEBRAE como peça fundamental na propagação do incentivo ao empreendedorismo, conceito atrelado à ideia de inovação e de “uma sociedade capitalista liberal e de sua ideologia de sucesso individual” (FELIPPE, 1996 apud POMBO, s.d.)²⁰. Seguindo este conceito, o SEBRAE vem apoiando diversos setores da chamada Economia Criativa, entre eles a música. De acordo com Duque,

é importante ressaltar a interferência que os organismos multilaterais tem se apresentado na condução da recomendação em valorizar a Indústria Cultural

¹⁸ Salazar em entrevista ao Jornal Comercio online. Disponível em: <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/musica/noticia/2015/12/27/leonardo-salazar-ve-a-musica-como-empreendedorismo-214282.php>. Acesso em: 19 jun 2017.

¹⁹ Duque (2015) realiza uma consistente reflexão crítica sobre a transformação da cultura em mercadoria e faz uma análise sobre a influência do SEBRAE sobre a Indústria Criativa e na formação de “empreendedores criativos”.

²⁰ Documento adquirido na Biblioteca Temática do Empreendedor – SEBRAE <http://www.bte.com.br>. Acesso em: 30/06/2017.

(chamado pela SEC de “setor cultural”) e a Economia Criativa no Brasil. A responsabilização ao Estado em fornecer elementos para a ampliação desta, como foi feito com a institucionalização na criação da SEC, das parcerias com o terceiro setor em etapas da cadeia produtiva, assim como a reivindicação do setor privado na condução da capacitação dos profissionais da EC como, por exemplo, o sistema S, em especial o SEBRAE na formação dos “empreendedores criativos” (DUQUE, 2015, p.93).

Sobre a área da música, o SEBRAE informa que

Atualmente, existem 91.023 pequenos negócios formalizados operando na indústria da música no Brasil. As oportunidades de negócio estão distribuídas em 14 atividades econômicas, abrangendo as atividades fonográficas, de direitos autorais e do show business. E contemplando todas as etapas da cadeia produtiva da música²¹.

A figura do Micro Empreendedor Individual (MEI) aparece como uma resposta ao desemprego, à informalidade das relações de trabalho e também, conforme indicou Salazar, à preferência de empresas em contratar músicos por esta via, ou seja, ao processo conhecido como “pejotização”. Segundo Salazar, “a Resolução no 67, de 16 de setembro de 2009, do Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN), permitiu a inclusão da atividade de cantor e músico independente (CNAE 9001-9/02 – produção musical) na lista que indica as atividades abrangidas pelo instituto” (SALAZAR, 2010, p.149). Dentre as ocupações permitidas na área da música estão o cantor, o instrutor de música e o músico independente (idem, p.150).

Salazar ensina que “tratar a música como um negócio não implica, necessariamente, em perda de autenticidade, originalidade, inovação ou criatividade da obra musical. O músico precisa entender que não é necessário mudar o conteúdo, mas sim adaptar a embalagem” (2010, p.208). A leitura que o Sindicato dos Músicos do Estado Rio de Janeiro faz dessa situação é bastante diferente do tom otimista encontrado em Salazar.

O que a gente tinha como uma coisa acessível para o contratante e para o músico começa a se tornar obsoleta a partir do momento em que a informalidade reina. Obsoleta não, ela é negligenciada. Quando há a

²¹ Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/musica-tocando-negocios-saiba-como-empreender-no-setor-musical,6b88224bd1441510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=segmento&codSegmento=7>. Acesso em: 30/06/2017.

necessidade de formalização dessas relações de trabalho busca-se uma outra forma via a pessoa jurídica²².

A vice-presidente do SindMusi diz que para determinado perfil, como o produtor musical, o MEI pode ser um instrumento adequado, mas que isso não pode valer para músicos trabalhadores.

O MEI vem pra atender uma parcela dos trabalhadores que são informais, principalmente por não terem a profissão regulamentada, o que não é o nosso caso. Porém, tem uma parcela de músicos que precisa se valer disso. Hoje a gente tem um mercado com um modelo muito novo que exige de músicos que se predisponha a de fato empreender a necessidade de formalização de seu próprio estúdio, por exemplo. Esse é o verdadeiro músico empreendedor, gerador de negócios²³.

De outro lado, Cheyne observa que

Quando há esse vazio, por conta da informalidade, quando somos incapazes de alcançar os caminhos corretos para que se realize essa relação de trabalho, fica essa lacuna que se preenche com uma outra tendência que não é relação de trabalho entre empregador e empregado, é de empresa para empresa, ou seja, é prestação de serviço. Então a gente acaba com a relação de trabalho, impõe-se ao músico eventual que não é empreendedor, que é um trabalhador, o MEI. Isso tira dele os direitos trabalhistas²⁴.

No contexto dessa discussão, observamos em Gomes (2016) depoimentos de músicos com longa atuação nos entranhas da cadeia produtiva da música que trazem indícios de que a figura do músico autônomo estaria cedendo lugar ao micro empreendedor individual.

A ODE AO EMPREENDEDORISMO

O culto ao empreendedorismo mascara a contradição capital-trabalho e corrói as Leis Trabalhistas, apontando para uma clara tendência à precarização do trabalho.

Maria Augusta Tavares²⁵

²² Déborah Cheyne, *opus cit.*

²³ Idem.

²⁴ Idem.

²⁵ TAVARES, Maria Augusta. O empreendedorismo e a corrosão das leis trabalhistas. Anais. III Jornada Internacional de Políticas Públicas. São Luís – MA, 2007.

Tolila (2007) observa que “ao desinteresse dos economistas pela cultura respondeu, pois, em grande medida, o desinteresse dos atores culturais pela economia” (pp.17-18). Nos depoimentos de músicos encontrados em Gomes (2016) vemos uma situação diferente. Os músicos, de forma geral, parecem conhecer as engrenagens da cadeia produtiva da música e as possibilidades de sua inserção nela²⁶. A música é compreendida enquanto produto inserido em um mercado de compra e venda: “eu entendi que a música é, além de obra de arte, um produto. A partir daí, aprendi a transformar a arte em algo que pudesse me sustentar financeiramente” (p.54). A capacidade de gerir sua carreira ou seu próprio negócio também é observada pelos músicos: “somos gestores da nossa própria carreira, mas sem formação nem informação nessa área de gestão, e o pior, num mercado sem regras” (p.55); “coordeno minha empresa de produção [...], tenho um produtor e uma pequena equipe de músicos e técnicos” (p.85); “tem que ter organização para gerir a sua carreira, assumir compromissos e ter cuidado com as coisas que você assume” (p.113); “estou aprendendo a ser empresário” (p.236).

Os músicos entrevistados por Gomes (2016) têm em seu perfil, de forma geral, o empreendedorismo como uma solução para a instabilidade que a atividade profissional na área da música proporciona. Sua atuação e renda principal vêm de algum empreendimento formal (escola de música, estúdio, produtora, casas de shows, e outras). Em contraste com a pesquisa que realizamos com músicos que têm como principal *locus* de atuação as casas de shows, e onde atuam como músico instrumentista ou cantor em trabalhos eventuais, esse grupo parece “viver de música” não mais como um trabalhador autônomo, mas como empreendedor. Podemos inferir que, de forma crescente, a figura do músico como um trabalhador autônomo parece não atender a um mercado que prioriza relações entre pessoas jurídicas. Alguns depoimentos evidenciam essa mudança: “dava para viver só tocando na noite, com o dinheiro que ganhava [...] pagava o aluguel, todas as contas e conseguia sobreviver bem” (p.112). Essa situação, conforme observou Cheyne, pode vir a atender uma parcela de músicos que de fato

²⁶ As citações a seguir são depoimentos de músicos encontrados em Gomes (2016). Optamos por não indicar o nome do músico, por considerar que isso não é relevante ao presente estudo. Assim, informaremos apenas a página onde encontra-se o trecho citado.

desejam empreender. Porém, para o músico trabalhador, a situação não parece muito satisfatória.

Hoje em dia, acho que estamos numa fase em que o músico está muito refém do mercado. As pessoas estão gostando muito dessa história de emitir nota fiscal, de microempreendedor individual. O músico é uma pessoa física, eu não sou uma empresa que toca piano, sou um pianista. A pessoa jurídica não tem direitos como uma pessoa física, se recebe o cachê pela sua empresa você é um prestador de serviços (GOMES, p.205).

Conforme Salazar, o músico vem sendo incentivado a assumir o duplo papel de “empreendedor e artista”²⁷. De certa forma, é como se, ao assumir a figura de empreendedor, o músico voltasse a concentrar na sua pessoa diversas funções. A diferença é que, sem o controle dos meios de divulgação, não deixa, com isso, de ser dependente do capital.

Esse papel de empreendedor é incentivado ainda por conta de possibilidades de obter financiamento para projetos por meio de mecanismos das leis de renúncia fiscal, como a lei Rouanet, por exemplo. Tais leis visam “criar novas fontes de recursos para impulsionar o campo de produção artístico-cultural brasileiro, desde o final da década de 1980, estendendo-se por toda a década de 1990 até os dias atuais” (BELEM e DONADONE, 2013, p.51), e em troca proporcionam às empresas incluir a cultura “em suas estratégias tributárias, de marketing e de Responsabilidade Social Empresarial” (idem). Belem e Donadone (2013) indicam que mecanismos como esse geram um “mercado de patrocínios”. Em nossos estudos também observamos essa questão e concluímos que “através do marketing cultural os investimentos são direcionados estrategicamente para certos produtos culturais capazes de contribuir para a concretização dos objetivos das empresas - o lucro” (REQUIÃO, 2010, p.226). Analisando esta situação, em depoimento encontrado em Gomes (2016), um músico conclui que

A lei Rouanet e outras do mesmo tipo estão associando marketing à cultura.[...] Por que um cara que tem uma empresa e pode deduzir 4% desse

²⁷ Ver “Como o Sebrae atua no segmento de Economia Criativa” disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/economia_criativa/como-o-sebrae-atua-no-segmento-de-economia-criativa,47e0523726a3c510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=segmento&codSegmento=7. Acesso em: 23 jun 2017.

imposto, apoiando uma iniciativa cultural, vai querer apoiar um artista desconhecido? [...] Criamos dois mundos, aqueles dos que têm patrocínio e podem muito, já que tem a produção paga assim como a divulgação e a dos que não tem patrocínio e que só podem se financiar através do ingresso (GOMES, 2016, p.232).

Poderíamos continuar nossa argumentação apontando para outras questões, como o direto autoral, por exemplo. Por ora, buscamos evidenciar a conformação do trabalho do músico, em particular do músico instrumentista, às relações de produção do atual modelo produtivo, a partir do que entendemos ser uma transmutação da figura do músico como um trabalhador autônomo para a figura do músico como empreendedor, quer seja pela necessidade imposta pelo mercado em empreender, quer seja pela imposição de que os contratos sejam feitos entre pessoas jurídicas. O presente estudo vai ao encontro de pesquisas que vimos realizando nos últimos anos que mostram as formas encontradas pelo capital em extrair mais valia do trabalhador da cultura através da precarização das suas relações de trabalho, e a lógica capitalista que movimenta a chamada Economia da Cultura.

REFERÊNCIAS

BELEM, Marcela Purini e DONADONE, Julio César. A Lei Rouanet e a construção do “mercado de patrocínios culturais”. *NORUS* Vol. 01 nº 01 janeiro-junho/2013 p.51-61.

BELTRAME, Juciane Araldi. *Educação musical emergente na cultura digital e participativa: uma análise das práticas de produtores musicais*. UNIRIO, 2016. (Tese de Doutorado)

BRASIL. *Portaria ministerial nº 3.347*, de 30 setembro de 1986, aprova os modelos de Contrato de Trabalho por prazo determinado ou indeterminado e de Nota Contratual para substituição ou para prestação de serviço caracteristicamente eventual de músico. Disponível em: http://www.sindmusi.org.br/imagens/anexo_151_0301181743.pdf. Acesso em: 07/07/2017.

BRASIL. *Lei n. 3.857*, de 22 de dezembro de 1960. Cria a Ordem dos Músicos do Brasil e dispõe sobre a regulamentação do exercício da profissão de músico e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L3857.htm. Acesso em: 4 nov. 2015.

- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DUQUE, Felipe da Silva. *Para uma crítica da Economia Criativa no Brasil: empreendendo precariados*. UFF, 2015. (Dissertação de Mestrado)
- EARP, Fábio Sá (org.). *Pão e circo: fronteiras e perspectivas da economia do entretenimento*. Rio de Janeiro: Palavra e Imagem, 2002.
- ELIAS, Norbert. *Mozart, sociologia de um gênio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.
- FIRJAN. *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. 2016. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br>>. Acesso em: 01 jul. 2017.
- _____. *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. 2014. Disponível em: <<http://publicacoes.firjan.org.br/economicriativa/mapeamento2014/#/4>>. Acesso em: 19 nov. 2015.
- GENES, Felipe; CRAVEIRO, Rodolfo Uchôa; PROENÇA, Adriano. Inovações tecnológicas na cadeia produtiva da música no século XXI. *Sistemas & Gestão. Revista Eletrônica*. Rio de Janeiro: UFF, V. 7, n. 2, jun., p. 174-191. 2012. Disponível em: <<http://www.revistasg.uff.br/index.php/sg/article/view/V7N2A4/V7N2A4>>. Acesso em: 12 mar. 2016.
- GOMES, Thiago Pinheiro de Siqueira. *Vivendo de música: por incrível que pareça!* 1. ed. São Paulo: PoloBooks, 2016.
- JARDIM, Antônio. *Música: uma outra densidade do real*. Rio de Janeiro: CBM, 1988. (Dissertação de Mestrado).
- LEME, Mônica Neves. *E “saíram à luz” as novas coleções de polcas, modinhas, lundus, etc.: música popular e impressão musical no Rio de Janeiro (1820-1920)*. Niterói: UFF, 2006. (Tese de Doutorado).
- MARX, Karl. *Capítulo inédito D’o Capital: resultado do processo de produção imediato*. Porto: Publicações Escorpião, 1975.
- MEDINA, Roberto. A indústria de espetáculos: Rio tem expertise mundial para produzir megaeventos. In: *Economia da cultura: a força da indústria cultural no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Faperj e Coppe/UFRJ, 2002, pp.59-66.
- MENGER, Pierre-Michel. *O retrato do artista enquanto trabalhador: metamorfoses do capitalismo*. Lisboa: Roma Editora, 2005.

OLIVEIRA, Laura Machado de. Pejotização e a precarização das relações de emprego. *Revista Atitude* - Faculdade Dom Bosco de Porto Alegre · Ano VII · Número 14 · Julho - Dezembro de 2013, p.25-31, Disponível em: http://faculdade.dombosco.net/wp-content/uploads/2016/05/1400625866_atitude14.pdf#page=25. Acesso em: 03/07/2017.

POMBO, Adriane Alvarenga da Rocha. *O que é ser empreendedor*. Documento disponível em: Biblioteca Temática do Empreendedor – SEBRAE <http://www.bte.com.br>. Acesso em: 30/06/2017.

PRESTES FILHO, Luiz Carlos et alli. *Cadeia produtiva da economia da música*. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2004.

REQUIÃO, Luciana. “Festa acabada, músicos a pé!”: um estudo crítico sobre as relações de trabalho de músicos atuantes no estado do Rio de Janeiro. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, Brasil, n. 64, p. 249-274, ago. 2016.

_____. “*Eis aí a Lapa...*”: processos e relações de trabalho do músico nas casas de shows da Lapa. São Paulo: Annablume, 2010.

_____. *Saberes e competências no âmbito das escolas de música alternativas: a atividade docente do músico-professor na formação profissional do músico*. Rio de Janeiro: Booklink, 2002.

REQUIÃO, Luciana; RODRIGUES, José. Trabalho, economia e cultura no capitalismo: as novas relações de trabalho do músico no meio fonográfico. *Revista Educação Skepsis*, n. 2 – Formación Profesional. V. I. Contextos de la formación profesional. São Paulo: skepsis.org., 2011, pp. 321-396.

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

SCHAFER, R. Murray. *A afinação do mundo: uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente – a paisagem sonora*. São Paulo: UNESP, 2001.

TOLILA, Paul. *Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.