UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA HUMANA

Villy Creuz

**Compassos Territoriais: os circuitos da economia urbana na música
em São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Recife e Goiânia**

(Versão Revisada)

São Paulo, 2012

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA HUMANA

**Compassos Territoriais: os circuitos da economia urbana na música
em São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Recife e Goiânia**

Villy Creuz

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana do Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Geografia Humana.

Orientador: Professor Doutor Fabio Betioli Contel

São Paulo, 2012

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

C917c

Creuz, Villy

Compassos Territoriais: os circuitos da economia urbana na música em São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Recife e Goiânia / Villy Creuz ; orientador Fabio Betioli Contel. - São Paulo, 2012.
265 f.

Dissertação (Mestrado)- Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de Geografia. Área de concentração: Geografia Humana.

1. Técnica. 2. Cidades. 3. Circuitos da Economia Urbana. 4. Música. I. Contel, Fabio Betioli, orient.
II. Título.

Ilustração de Julio Meiron

SÚPLICA

Tirem-nos tudo,
mas deixem-nos a música!

Tirem-nos a terra em que nascemos,
onde crescemos
e onde descobrimos pela primeira vez
que o mundo é assim:
um tabuleiro de xadrez...

Tirem-nos a luz do sol que nos aquece,
a lua lírica do xingombela
nas noites mulatas
da selva moçambicana
(essa lua que nos semeou no coração
a poesia que encontramos na vida)
tirem-nos a palhota – a humilde cubata
onde vivemos e amamos,
tirem-nos a machamba que nos dá o pão,
tirem-nos o calor do lume
(que nos é quase tudo)
- mas não nos tirem a música!

Podem desterrar-nos,
levar-nos
para longe terras,
vender-nos como mercadoria, acorrentar- nos
à terra, do sol à lua e da lua ao sol,
mas seremos sempre livres
se nos deixarem a música!

Que onde estiver nossa canção
mesmo escravos, senhores seremos;
e mesmo mortos, viveremos,
e no nosso lamento escravo
estará a terra onde nascemos,
a luz do nosso sol,
a lua dos xingombelas,
o calor do lume
a palhota que vivemos,
a machamba que nos dá o pão!

E tudo será novamente nosso,
ainda que cadeias nos pés
e azorrague no dorso...

E o nosso queixume
será uma libertação
derramada em nosso canto!

- Por isso pedimos,
de joelhos pedimos:

Tirem-nos tudo...
mas não nos tirem a vida,
não nos levem a música!

“Sangue negro”, Noémia de Souza,
Maputo, Associação dos Escritores Moçambicanos, 1988

Agradecimentos

Aos meus pais, Walter e Raquel Creuz, sempre tão doces e generosos. Dedico-lhes esse meu primeiro trabalho.

À Professora María Laura Silveira, pela sua delicada e vigorosa maneira de oferecer aos seus alunos uma orientação de estudo e reflexão sobre o mundo. É uma honra ser formado sob sua orientação. Obrigado, Professora.

Ao Professor Fabio Betioli Contel, pela grata amizade e apoio. Obrigado por nos ser tão aberto. Seria muito difícil sem você.

Ao Professor Márcio Cataia por suas bonitas idéias e sugestões diversas no momento da qualificação. Realmente foi bastante importante.

Um agradecimento também à Professora Mónica Arroyo pelas muitas conversas em diversos momentos no Departamento de Geografia. Seu empenho e força nos inspiram a labutar com perseverança.

Gostaria de agradecer à Professora Perla Zusman pelo seu carinho e acolhimento entre Brasil e Argentina. Sua presença me é sempre muito cara.

Um gentil e afetuoso agradecimento à Professora Rosa Ester Rossini por sua madura postura diante das coisas no mundo e suas aptidões extraordinárias no trato com todos os seus discípulos diretos e indiretos.

Devo mencionar aqui a importância da colega e amiga de estudos e preocupações filosóficas: Virna Carvalho David. Sempre com belos e nobres sentimentos para comigo.

Um agradecimento também a minha geógrafa amiga, Simone Marassi Prado, pela sua constante amizade e apoio diante dos dilemas que a vida impõe e suas reflexões sobre a importância do ensino responsável e de uma geografia escolar séria.

Aos meus queridos Ricardo Lourenço Silva, Berenice Ríos Hernández, Èlora Ugo Pattaro e Márcia Rezende de Oliveira: obrigado pelo carinho com que cada um de vocês me presenteia.

Um abraço caloroso a geógrafa Luciana Borges pelo seu sempre positivo coleguismo e receptividade com todos ao seu entorno.

Aos bons, agradáveis e importantes colegas de trabalho que integram ou integravam o grupo de pesquisa do qual faço parte, Marina Regitz Montenegro, Flávia Chrstina Andrade Grimm, Derlis Daniela Parserisas, Josefina Inés Di Nucci, Edilson Luís de Oliveira.

Um agradecimento pelos bons momentos partilhados no Laboratório de Geografia Política, Territorial e Ambiental (Laboplan), ao Edison Caludino Bicudo Junior, Jonatas Mendonça dos Santos, Flávia Cristine da Silva, Rodolfo Finatti, Maria Rita Ivo Melo Machado, Mateus de Almeida Prado Sampaio, Fabio Tozi, Jurandir Santos de Novaes, Daniel Monteiro Huertas, Priscila Helena Lee, Breno Viotto Pedrosa e Rafael Muniz Pacchiega. Por fim, a Ana Elisa Rodrigues. Obrigado a todos por esse partilhar fecundo.

Deixo registrada a alegria de contar com a seriedade de Raphael Curioso Lima na elaboração cartográfica. Nesse mesmo sentido, quero pontuar o bom encontro com o artista plástico Julion Meiron e o contato com seus desenhos de olhares pertinentes sobre os objetos.

Um agradecimento aos funcionários do Departamento de Geografia e da Secretaria de Pós-graduação, em especial, ao Firmino e a Cida.

Meu sincero agradecimento à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) pelos vinte e quatro meses de bolsa que possibilitou, entre outras coisas, os trabalhos de campo pelas cidades da investigação e o cumprimento de nossos objetivos.

Resumo

O eixo da pesquisa se respaldou em situações concretas nos circuitos superior e inferior da economia urbana, a partir de empresas e indivíduos que produzem, distribuem, comercializam e consomem músicas em cinco cidades brasileiras: São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Goiânia e Recife.

O fenômeno técnico, isto é, a técnica mais o seu uso, foi central no entendimento da maneira pela qual micro e pequenas empresas, especialmente as firmas ligadas à gravação e produção de discos, passaram a coexistir com as empresas do circuito superior. A técnica permeou todo o enredo analítico ao buscar descrever e entender os mecanismos das empresas ligadas à música nos dois circuitos da economia urbana. Elaboramos uma pequena história das técnicas de produção e reprodução musical, perpassando o disco de vinil, as fitas cassete, chegando ao disco compacto e ao MP3. Essa passagem está mais evidente nos dois primeiros capítulos.

Na sequência, evidenciamos o uso do território mediado pela técnica, a permitir a adequação do meio construído urbano aos agentes com menor grau de organização, capital e tecnologias. Os novos nexos estabelecidos com as variáveis do período, como a propaganda e a informação, são dados expressivos nos graus de interdependência e complementariedade entre o conjunto de empresas que produzem, distribuem, e comercializam música nessas cinco cidades. Este fenômeno, concomitante ao adensamento populacional nas cidades, fomentou a demanda por postos de trabalho e a oferta de serviços, no qual a música representa importante participação. A identificação de algumas destas situações está mais bem delineada no quarto e quinto capítulo.

O papel do Estado perpassou os cinco primeiros capítulos, mas no último capítulo (sexto) há o retrato de situações que evidenciam o Estado em uma dupla função: fomentador de produções e apresentações musicais e regulador da ação de micro, pequenos, médios e grandes agentes ligados à comercialização de discos tributados e não tributados.

Palavras-chave: *circuitos da economia urbana, técnica, cidades, música.*

Abstract

This analysis has been based on material situations from the upper and lower circuits of urban economies factoring in either companies or individuals involved in production, distribution, retailing and consumption of music in São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Goiânia and Recife.

The technical feature was vital to understand the manner by which small businesses, especially those ones on recording and manufacturing medias, started co-existing along business in the upper circuit. The technique entangled the whole analytical narrative in order to describe and understand the mechanics of companies tied up to music in both circuits in the urban economy. We developed a short timeline of the techniques used to produce and play music from LPs (vinyl records), K-7, CD and MP3. This can be easier observed across the first two chapters.

Following that, we produce evidence about how the use of territory is determined by the set of techniques and vice-versa in order to allow the facilities in place to interact and adjust themselves to agents in a less structured organisation in terms of capital and technologies. New meanings established over the time like advertisements and information are significant data to understand how the companies that produce, distribute and sale music over those five cities are linked and complement each other. This fact along with more and more people living in cities, has brought up employment levels in those segments, where music has a big contribution. The identification of this sort of situation is better established over the forth and fifth chapters.

State role has gone the five first chapters. However, the last one (the sixth) brings many occasions found out over field research, checking that the State plays a double-role. It contributes to produce music and performances and regulates small, médium and big agents, who are responsible for saling taxed and non-taxed records.

Key-words: *urban economy circuits, technique, cities, music.*

Resumen

El eje del análisis de investigación se basa en situaciones concretas de los circuitos inferior y superior de la economía urbana, a partir de las empresas e individuos productores, distribuidores, comercializadores y consumidores de música en cinco ciudades de Brasil: São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Goiânia e Recife.

El fenómeno técnico, es decir, la técnica sumada a su uso, fue fundamental para entender la manera en que las micro y pequeñas empresas, en especial las que se dedican a la grabación y producción de discos, coexisten con las empresas del circuito superior de la economía. La técnica intervino en el análisis al describir y tratar de entender los mecanismos de las empresas dedicadas a la música en ambos circuitos de la economía urbana brasileña.

Se hizo una breve descripción de las técnicas de producción y reproducción musical, desde los discos de vinil, los casetes, el CD y llegando finalmente al MP3. Esto queda más ampliamente explicado en los dos primeros capítulos.

Así mismo, se pone en evidencia el uso del territorio a través de la técnica, para permitir que se adecue el medio construido urbano a los agentes con menor grado de organización, capital y tecnología. Los nuevos vínculos que se establecieron con las variables de la época actual, como la propaganda e información, son datos que expresan grados de interdependencia y complementariedad entre el conjunto de empresas productoras, distribuidoras y comercializadoras de música en las cinco ciudades mencionadas. Este fenómeno simultáneo al crecimiento de la población de las ciudades, incrementó la demanda de empleo y la mejora en la oferta de servicios, en lo que la música tiene una importante participación. Algunas de estas situaciones están más ampliamente descritas en los capítulos cuatro y cinco.

El papel del Estado fue considerado en los primeros cinco capítulos, sin embargo, el último capítulo (sexto) es la descripción de situaciones encontradas en el trabajo de campo verificando que el Estado desempeña una doble función: fomenta la producción y presentaciones (shows) musicales y regula la acción de micro, pequeñas, medianas y grandes actores dedicados a la comercialización de discos con y sin impuestos.

Palabras clave: *circuitos de la economía urbana, técnica, ciudades, música.*

Índice

Agradecimentos	05
Resumo	07
Abstract	08
Resumen	09
Índice	10
Sumário de Tabelas	14
Sumário de Gráficos	16
Sumário Fotográfico	17
Sumário de Organogramas	20
Sumário de Mapas	21
Introdução	22

Capítulo 1 – Pretéritos da produção musical na urbanização nacional 35

1.1. O território brasileiro e a produção musical do vinil (1950-1975)	39
1.1.1. Técnica e Política: par indissociável no entendimento das cidades	
1.1.2. Meio técnico da urbanização brasileira	
1.1.3. Consolidação das empresas da música no território brasileiro	
1.2. Dinâmicas territoriais e a música das fitas magnéticas (1975-1990) ...	50
1.2.1. Dinâmicas territoriais e a vida política	
1.2.2. Feições da urbanização nacional entre 1975 a 1990	
1.2.3. A historicidade dos atores da música entre 1975 a 1990	
1.3. Da variável força à variável suporte: o disco compacto (1990-2000) .	65

Capítulo 2 – A urbanização brasileira e a produção musical no período atual ... 71

2.1. A urbanização terciária brasileira	74
2.2. Superposições de divisões do trabalho nas cidades	83
2.3. Trabalho nas cidades e participação da música no cotidiano	88

Capítulo 3 – Topologias e estratégias no circuito superior musical 95

3.1. A informatização do território e a influência na música	98
3.2. Reorganização produtiva dos atores hegemônicos	101
3.2.1. As Tecnologias Musicais no período da globalização: novos semoventes	
3.2.2. Novos atores no circuito espacial de produção da música	
3.2.3. Outras manifestações das topologias do circuito superior	
3.3. Concentração de poder: a música massificada	133

Capítulo 4 – Técnicas, organização e capital: estúdios de gravação e outras atividades ligadas à música 137

4.1. A Banalização Técnica: novos caminhos para a música	143
4.2. Uso do meio construído urbano pelos estúdios de gravação	154
4.3. Diferenciações no Território: o lugar das cidades	179
4.3.1. Iconografia da Multiplicidade: caso paulistano e carioca	
4.3.2. A polarização regional de Goiânia: o sertanejo	
4.3.3. A especialização territorial produtiva: frevo, forró e maracatu	
4.4. Da ação técnica à técnica da ação: a propaganda e os estúdios	189
4.5. Estúdios do circuito superior marginal emergente e residual	191

Capítulo 5 – Complementaridades das divisões do trabalho no circuito superior marginal 194

5.1. Dinâmicas da heterogeneidade: escolas de ensino musical, lojas de instrumentos musicais e casas de show	197
5.2. Economias de aglomeração: comercialização musical	211
5.3. Manifestações de solidariedade orgânica no território: selos e gravadoras independentes	215
5.4. Os nexos entre as firmas de pequeno e médio porte ligadas à música ...	218

Capítulo 6 – A participação do Estado nos dois circuitos da economia urbana ligados à música 226

6.1. Círculos de cooperação: o Estado e o mercado dos agentes hegemônicos da música 225

6.1.1. Renúncia fiscal e aporte ao circuito superior

6.1.2. A coerção do Estado na distribuição e comercialização

6.2. O sufrágio do Estado aos micros e pequenos agentes 235

6.2.1. O papel dos editais

6.2.2. A regulação do mercado via práticas de incentivo

Considerações Finais 245

Referências Bibliográficas 258

Sumário de Tabelas

Tabela 1 – Evolução da população nos municípios de Recife, Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e Goiânia	40
Tabela 2 – Venda de produtos da indústria fonográfica – Brasil (1968 a 1976) – em milhões de unidades, compactos simples e duplos	47
Tabela 3 – Taxa média geométrica de crescimento da população nas Regiões Metropolitanas brasileiras (1970 a 1991)	54
Tabela 4 – Taxa de urbanização no Brasil e nas macrorregiões (1970 a 1991)	55
Tabela 5 – Taxa anual de inflação – Brasil (1970 a 1989)	61
Tabela 6 – Venda de produtos e faturamento da indústria fonográfica – Brasil (1981-1990) – em milhões de unidades e dólares.	63
Tabela 7 – Venda de unidades físicas e faturamento da indústria fonográfica – Brasil (1989 a 1995) – em milhões de unidades e dólares	67
Tabela 8 – População por situação de domicílio – Brasil – 1950/2007 (em milhões de habitantes e porcentagem)	77
Tabela 9 – Taxa de desocupação em população de 10 anos ou mais de idade: Brasil – 1992 a 2007	79
Tabela 10 – Taxa de desemprego aberto por posição no domicílio – Regiões Metropolitanas e Distrito Federal – 1996/2011	80
Tabela 11 – Participação das famílias que possuíam bens duráveis, por classes de rendimento mensal familiar segundo os bens duráveis relacionados à cultura (1987-1998; 1995-1996; 2002-2003)	104

Tabela 12 – Existência de microcomputador, acesso à Internet e tipo de telefone – Brasil (2003 a 2009)	106
Tabela 13 – Equipamentos culturais em municípios brasileiros (2009)	109
Tabela 14 – Marcas e preços de tocadores de música digital – referência à venda de semoventes musicais pela Internet – Brasil (2012)	113
Tabela 15 – Empresas de gravação de som e edição de música – Regiões Metropolitanas, Brasil (2009)	125
Tabela 16 – Atividades de gravação de som e edição de música – Capitais, Brasil (2009)	126
Tabela 17 – Percentual de municípios com escolas, oficinas ou cursos de música por Unidade Federativa – Brasil (2006)	198
Tabela 18 – Ensino de Arte e Cultura – Goiânia, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, São Paulo (2006 a 2010)	199
Tabela 19 – Cursos de graduação em Música no Brasil (2007)	202
Tabela 20 – Percentual de municípios com lojas de discos, CDs, DVDs e fitas – Brasil (2006)	206
Tabela 21 – Estabelecimentos de Comércio de Discos – Goiânia, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, São Paulo (2006 a 2010)	208
Tabela 22 – Casas de Espetáculo - Goiânia, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, São Paulo (2006 a 2010)	210
Tabela 23 – Valores disponibilizados por Goiânia para música (2011)	239

Sumário de Gráficos

Gráfico 1 – Evolução percentual dos municípios com a existência de lojas de discos – Brasil (2005-2006) 207

Gráfico 2 – Evolução percentual dos municípios com lojas de discos – Brasil (1999; 2001; 2005; 2006) 207

Sumário Fotográfico

Fotografia 1 – Ponto de coletivo, Recife, junho de 2011.	141
Fotografia 2 – Equipamento de Gravação Analógica, Porto Alegre, julho de 2010 .	144
Fotografia 3 – Equipamentos de Trabalho. Estúdio de Gravação e Ensaio, Porto Alegre, agosto de 2010.	145
Fotografia 4 – Gravadora Evangélica – sala de gravação, Goiânia, novembro de 2010.	145
Fotografia 5 – Sala de Gravação, estúdio de gravação e ensaio musical, São Paulo, outubro de 2011.	146
Fotografia 6 – Mesa de som e equipamentos, Rio de Janeiro, maio de 2011.	147
Fotografia 7 – Equipamentos de gravação musical, São Paulo, novembro de 2011. .	148
Fotografia 8 – Comércio de instrumentos e equipamentos usados, Recife, junho de 2011.	149
Fotografia 9 – Equipamentos de trabalho, Goiânia, novembro de 2010.	150
Fotografia 10 – Equipamento de ar condicionado. Estúdio de gravação e ensaio, Recife, junho de 2011.	151
Fotografia 11 – Equipamento de mixagem, computador/software, Porto Alegre, julho de 2010.	152
Fotografia 12 – Comercialização de discos no Setor Central, Goiânia, novembro de 2010.	156

Fotografia 13 – Comercialização de CDs de MP3, Goiânia novembro de 2010.	156
Fotografia 14 – Carrinho de discos e DVDs, Olinda-Região Metropolitana de Recife, junho de 2011.	157
Fotografia 15 – Comercialização de discos no Setor Oeste, Goiânia, novembro de 2010.	158
Fotografia 16 – Venda de discos no Setor Central, Goiânia, novembro de 2010.	159
Fotografia 17 – Consumo de discos no Setor Central, Goiânia, novembro de 2010. .	159
Fotografia 18 – Comércio do circuito inferior de discos, Recife, junho de 2011.	160
Fotografia 19 – Comércio de discos no circuito inferior, Recife, junho de 2011.	161
Fotografia 20 – Propaganda de músicos, Goiânia, novembro de 2010.	162
Fotografia 21 – Propaganda de músicos, Goiânia, novembro de 2010.	162
Fotografia 22 – Propaganda de músicos, São Paulo, outubro de 2011.	163
Fotografia 23 – Disco do Grupo ‘Julgados Culpados’, São Paulo, outubro de 2011 .	163
Fotografia 24 – Disco de divulgação, São Paulo, outubro de 2011.	164
Fotografia 25 – Disco sertanejo para divulgação, Goiânia, novembro de 2010.	165
Fotografia 26 – Rua 4, Lote Ferroviário, Goiânia, novembro de 2010.	166
Fotografia 27 – Fachada da Gravadora Vida, Goiânia, novembro de 2010.	166

Fotografia 28 – Frente do Estúdio Groovy e a Propaganda, Goiânia, novembro de 2010.	167
Fotografia 29 – Fachada do Estúdio Dahm, Porto Alegre, julho de 2010.	176
Fotografia 30 – Meio construído urbano/fachada do estúdio de gravação musical (muro verde, Goiânia, novembro de 2010.	177
Fotografia 31 – Estúdio de gravação e ensaio musical, São Paulo, setembro de 2011.	177
Fotografia 32 – Imóvel do estúdio de gravação em área residencial, Porto Alegre, julho de 2010.	178
Fotografia 33 – Loja de discos no centro de Recife, Recife, junho de 2011.	203
Fotografia 34 – Comercialização de CDs e DVDs, Olinda, Região Metropolitana de Recife, junho de 2011.	204
Fotografia 35 – Loja de discos no Largo 13, São Paulo, março de 2012.	213
Fotografia 36 – Meio construído na subcentralidade do Largo 13 – loja de discos, São Paulo, março de 2012.	214
Fotografia 37 – Estúdio de gravação Geraldo Flach, Porto Alegre, junho de 2012. .	240

Sumário de Organogramas

Organograma 1 – Etapas de produção, distribuição e comercialização de discos no Brasil (1975 a 1990)	59
Organograma 2 – Estrutura da empresa do circuito superior - Brasil (1970 a 1990) ..	60
Organograma 3 – Estrutura das empresas musicais do circuito superior no Brasil nos anos 1990	69
Organograma 4 – Pré-produção musical	122
Organograma 5 – Produção musical	123
Organograma 6 – Comercialização (venda) de discos e produtos musicais	124
Organograma 7 – Do Éthos ao Páthos.	182
Organograma 8 – Esquema analítico, categorias empíricas e teóricas	220
Organograma 9 – Etapas de capitalização de recursos a partir da Lei Rouanet	226

Sumário de Mapas

Mapa 1 – As cidades da pesquisa (2012) – Regionalização dos Quatro Brasis	174
Mapa 2 – Estúdios de gravação e/ou ensaio e gravadoras (2012) – São Paulo/SP ...	175
Mapa 3 – Estúdios de gravação e/ou ensaio e gravadoras (2012) – Rio de Janeiro/RJ	176
Mapa 4 – Estúdios de gravação e/ou ensaio e gravadoras (2012) – Porto Alegre/RS	177
Mapa 5 – Estúdios de gravação e/ou ensaio e gravadoras (2012) – Recife/PE	178
Mapa 6 – Estúdios de gravação e/ou ensaio e gravadoras (2012) – Goiânia/GO	179

Introdução

Neste mundo globalizado, a competitividade, o consumo, a confusão dos espíritos constituem baluartes do presente estado de coisas. A competitividade comanda nossas formas de ação. O consumo comanda nossas formas de inação. E a confusão dos espíritos impede o nosso entendimento do mundo, do país, do lugar, da sociedade e de cada um de nós mesmos.

Milton Santos, 2000.

O objetivo do trabalho foi estudar a produção, distribuição, comercialização e consumo de música nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Goiânia e Recife, entre atores do circuito superior marginal e inferior da economia urbana.

A divisão social e territorial do trabalho entre estes atores não pode ser apreendida fora do uso do território nacional. A formação socioespacial (Santos, 1996) intermedia o lugar e o mundo¹. A formação social, conceito elaborado por Marx, foi retrabalhada mais tarde, entre outros, por Sereni (1976)², abrangendo a formação econômica e social. Tal noção foi revista também por Santos (1994), chegando ao conceito de formação socioespacial³, no qual atribui a preocupação com o espaço geográfico.

A relação entre a produção de músicas regionais e a economia urbana foi uma preocupação que aguçou a análise, ao considerar de que forma costumes e tradições acabam por influir no exercício de atividades produtoras de cultura⁴, isto é, sazonalidades, demandas por equipamentos e instrumentos de trabalho, bem como a possível adequação do meio construído aos respectivos lugares.

Nessa dinâmica, nosso intuito foi compreender a filigrana dos nexos entre os dois circuitos da economia urbana - tratado mais adiante - entre empresas que participam da divisão social e territorial do trabalho na música.

A apropriação de músicas regionais pelo circuito superior, difundidas em toda a

¹ Formação socioespacial é o termo criado por Milton Santos que se refere à totalidade do país, sua formação histórica, política, cultural, econômica e social. Retomaremos esse mote no transcorrer dos capítulos.

² “Cada formação social define uma realidade de outra ordem. Se seu conteúdo é da competência da análise econômica, sua explicação é propriamente histórica e incluso etno-histórica, como a de uma comunidade ou agrupamento cuja evolução reside na reprodução social e na desigualdade de desenvolvimento. As formações sociais contêm pois uma formação sócio-econômica (classes a inventariar em suas relações)” (Sereni, 1976, p. 183).

³ “Formação socioespacial”; este conceito elaborado por M. Santos, inspirado em Marx e, depois, em Sereni (1976) com o conceito de formação econômico-social. “Mais do que a formação socioeconômica é a formação socioespacial que exerce esse papel de mediação [entre o Mundo a Região e o Lugar]: este não cabe ao território em si, mas ao território e seu uso no momento dado, o que supõe de um lado uma existência material de formas geográficas, naturais ou transformadas pelo homem, formas atualmente usadas e, de outro lado, a existência de normas de uso, jurídicas ou meramente costumeiras, formais ou simplesmente informais (...) e ainda que não se formulem outras formas escritas ou consuetudinárias de seu uso, o território nacional, ou local, é, em si mesmo, uma norma, função de sua estrutura e de seu funcionamento” (Santos, 1996, pp. 270-271). Há um esquema analítico sobre formação socioespacial no sexto capítulo.

⁴ Segundo Thompson, em seu livro *Ideologia e Cultura Moderna* (1995), podemos entender a noção de cultura como o padrão de significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças.

formação socioespacial foi também uma preocupação no trabalho. Paralelamente, a economia das cidades cria condições para a reprodução de atividades vinculadas à música pouco capitalizadas e tecnificadas. São coexistentes usos diferentes do território.

O espaço geográfico não é entendido nessa investigação como um suporte, um palco para as ações humanas. Segundo Hildebert Isnard (1982 p. 84), no livro *O Espaço Geográfico*:

“Seria nada compreender do que é considerado geográfico, ver no espaço somente um suporte da ação humana, enquanto que na verdade o espaço é uma construção da sociedade, cuja produção não é só uma manifestação mas a sua própria realização. Existe com efeito uma dialética espaço-sociedade; os homens criam o espaço e, nesta obra de criação, organizam-se em sociedade”.

Todavia, não estamos autorizados a desconsiderar a materialidade, uma vez que ela produz sobre a ação humana uma condição a sua realização. A materialidade, irá dizer Sartre (1960) e voltaremos a isso mais adiante, é o motor passivo da história e condiciona a ação do homem, ao representar a historicidade cristalizada em formas e objetos, resultando na inércia que dinamiza o corpo social a partir de estruturas herdadas. Alfred Schultz (2008, pp. 284-285), no livro *O Problema da Realidade Social*, escreve que

“há um mundo de meus predecessores, sobre os quais não posso atuar, mas cujas ações passadas e cujo resultado estão abertos a minha interpretação e pode influir em minhas próprias ações; e há um mundo dos meus sucessores, de quem não é possível nenhuma experiência, mas para quem posso orientar minhas ações em antecipações mais ou menos vazias”.

Anthony Giddens (2003, p. 135) ao comentar o esforço de Hägerstrand para apreender a serialidade de trajetórias dos indivíduos comenta que a “*conduta da vida cotidiana de um indivíduo acarreta que ele se associe sucessivamente com conjuntos de entidades procedentes dos cenários de interação*”. Para o autor, as entidades são outros agentes, objetos indivisíveis (qualidades materiais sólidas de *milieu* de ação), materiais divisíveis (ar, água, minerais, produtos alimentares) e os domínios que são, para Giddens (2003, p.136), “*o movimento de trajetórias de vida através de cenários de interação*”.

A ação nesse raciocínio não está, portanto, dissociada das determinações da realidade material formada por um grande conjunto de sistemas de objetos. Jean

Baudrillard (2009, p. 57) afirma que os objetos “*precedem [ao homem] de certa maneira na organização da ambiência e pois dominam suas condutas*”.

A ação é ação no espaço: acontece mediada pela forma que é uma das manifestações da técnica. O território é inexorável à ação, isto é, nada está fora dele e ele acaba por ser a própria ação passiva agindo ativamente. O sentido da localização ganha espessura nesse mote, ao destacar que *estar* é um elemento do *estar* em um lugar; e, da ação que significa agir em um lugar. Mas a ação não se reduz a si mesma, se amplia diante do espaço que a recebe, acolhendo e respondendo à ação. Os novos conjuntos de ações – vistos em sistemas – receberão das formas e dos objetos um importante incremento ligado, sobretudo, à intencionalidade depositada por ações precedentes, dentro do quadro de ação política em cada momento.

Nesse sentido, ressaltamos a inseparabilidade entre a ação e o objeto, isto é, entre sociedade e materialidade, pois o território usado, sinônimo de espaço geográfico, é constituído por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e de sistemas de ações, não considerados isoladamente, todavia como quadro único no qual a história acontece (Santos, 1996, p. 51).

De modo que o território não é lido em si mesmo, mas no seu uso, na interação sistêmica entre os objetos e as ações. Partindo de tal pressuposto, mas entendendo que o uso não é o mesmo para todos os atores, buscaremos compreender como agentes que participam da vida urbana em diferentes metrópoles produzem, distribuem, comercializam e consomem músicas no período da globalização.

O território é usado por meio da técnica. Portanto o fenômeno técnico, ou seja, a técnica vista em seu conjunto a partir do seu uso, é inseparável da nossa leitura do território.

As características constitutivas do espaço geográfico estão em relação com um determinado estado das técnicas. Portanto, o fenômeno técnico não pode faltar em nosso sistema de idéias, pois as técnicas permitem o entendimento da história e seria “*Inútil querer estudar a técnica como uma entidade independente ou como se estivesse dirigida por um vector único e de antemão conhecido*” (Ortega y Gasset, 1963, p. 24). A técnica é entendida apenas no conjunto ao qual pertence.

Para Jacques Ellul (1968), no livro *A Técnica e o Desafio do Século*, as técnicas se aperfeiçoam e se adicionam indefinidamente até formar condições novas que

permitam um salto técnico a caracterizar outro momento. Para o autor, existem duas leis que assinalam o autocrescimento das técnicas: na primeira, trata que em uma civilização técnica o progresso técnico é irreversível. Na segunda, o progresso técnico tende a acontecer, não de acordo com uma progressão aritmética, mas de acordo com uma progressão geométrica e a solidariedade das técnicas repercute o desenvolvimento em vários ramos e não apenas em um isolado. Desse modo, as técnicas combinam-se entre elas e quanto mais há dados técnicos a combinar, maior é o número de combinações possíveis. Isto é, as técnicas exigem mais técnicas.

Tomadas em conjunto, as técnicas conduzem a uma nova percepção do tempo empírico e sujeitam a certo uso do tempo. Organizamos a ação sob a obediência ao relógio e estabelecemos um rigor de comportamento adaptado ao novo ritmo abstrato que age sobre o tempo empírico tratado nesse trabalho. Para Lewis Mumford (1987, p. 34), “*O tempo abstrato se converteu em um novo âmbito da existência*”. Em outras palavras, a técnica exerce sobre o comportamento do homem uma influência direta e acarreta a transformação nas formas como os indivíduos ajuízam e agem sobre as coisas⁵.

Nesse sentido, os objetos ligados à informatização do território nacional (discorreremos melhor sobre esse ponto no terceiro capítulo) são portadores da nova edificação social que redimensiona o tempo empírico contemporâneo e autoriza a produção da simultaneidade de eventos dos quais o homem passa a tomar conhecimento. A Internet, vista como uma manifestação do fenômeno técnico contemporâneo, surge como essa possibilidade do momento histórico⁶.

Gilbert Simondon (2007, p.32), no livro *O Modo de Existência dos Objetos Técnicos*, nos diz que o homem

"Busca construir a máquina de pensar, sonhando em poder construir a máquina de querer, a máquina de viver, para ficar atrás dela sem angústia, livre de todo perigo, isento de todo sentimento de fraqueza, e triunfante de modo imediato pelo que inventa".

⁵ Como nos diz Milton Santos, no livro *A Natureza do Espaço* (1996) a técnica sugere ao homem “*Uma economia de pensamento pela lógica dos instrumentos*”.

⁶ Segundo Néstor García Canclini (2008, p. 15), no livro *Leitores Espectadores e Internautas*, ao final de 2006 existiam cem milhões de páginas web. Isso quando apenas naquele ano nasceram 27,4 milhões de sites.

A expressão dos indivíduos, por meio da música, é uma forma de intercâmbio do homem com a sociedade. No momento em que a técnica se torna imperativa e os instrumentos de trabalho são mais valiosos, em detrimento da produção intelectual e subjetiva, a música fica legada às práticas contemporâneas fomentadas pelas regras do mercado. Nesse sentido, a música, enquanto elemento da cultura, passa a ser uma mercadoria. E, por ser mercadoria, permanece atrelada aos grilhões da moda e da demanda corrente.

A técnica musical, com uso de diversos aparelhos eletrônicos, computadores, programas digitalizadores de som e programas de difusão e execução de músicas⁷, compõe uma nova divisão social e territorial do trabalho. Criam-se novas condições para produzir música, isto é, novas possibilidades, contudo, também novas restrições, sobretudo, normativas.

A escolha de estudar a produção, distribuição, comercialização e consumo musical nas cinco cidades - São Paulo, Rio de Janeiro, Goiânia, Porto Alegre e Recife – foi pensada com o intuito de elaborar um retrato das novas qualidades da divisão territorial do trabalho, a partir da teoria dos circuitos da economia urbana ligados à música em diferentes porções do país. Buscamos compreender a relação biunívoca entre cultura e território e, por tal razão, tomamos porções diferentes da formação socioespacial brasileira para observar a produção musical e suas especificidades regionais. A investigação busca compreender através das situações geográficas (Silveira, 1997) a produção musical e não as cidades em si.

No caso de São Paulo e Rio de Janeiro, ambas as cidades pertencem à região concentrada⁸ dos quatro Brasis⁹. Nessas cidades há especificidades nas relações entre atores com menor grau de organização, técnico e de capital, já que, por excelência, são lugares de coordenação de divisões do trabalho no país. No caso de Goiânia, trata-se de uma metrópole da região Centro-Oeste com forte influência enquanto metrópole regional e grande diversificação de formas e tipos de consumos culturais, mormente na

⁷ A instrumentalização para produção musical foi gradativamente modificada para dar conta das inovações técnicas, e desse modo, os programas para operacionalizar as gravações digitais tornam-se, hoje, imperiosos no cotidiano dessa presteza. Entre esses programas estão o *Sound Ford*, *Pro tools*, *Kake Walk e Nero*.

⁸ Noção criada por Milton Santos e Ana Clara Torres Ribeiro em 1979. Compreende os Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo. Refere-se a concentração da base técnica, política e econômica desta porção do território nacional.

⁹ Noção trabalhada no livro *O Brasil: território e sociedade no início de século XXI* (2000) por Milton Santos e Maria Laura Silveira. Haveria quatro macrorregiões, denominadas respectivamente: Nordeste, Norte, Centro-oeste e a Região Concentrada.

produção musical com o sertanejo e a música evangélica. A cidade do Recife foi escolhida pelo destaque no cenário cultural nacional graças ao maracatu, o movimento do manguê *beat*, forró e o frevo e, também, pela densidade do tecido urbano¹⁰. Por fim, Porto Alegre, com forte peso de representatividade na cultura sulista, com uma importante densidade populacional e por despontar nos festivais regionais de música, pareceu-nos uma escolha adequada dentro da região concentrada, distante do eixo Rio-São Paulo. Todavia, María Laura Silveira (2005, p. 110) nos lembra: "*Cada cidade é única, mas ela se constitui dos materiais da história do presente, cujo arranjo responde à totalidade que é o território nacional*".

As atividades estudadas serão consideradas no meio construído e circunscritas a um grande mercado que acolhe atores diversos, com forças desiguais, ações complementares e conflitantes. De acordo com Milton Santos (1996, p. 259): "*A cidade é um grande sistema, produto da superposição de subsistemas diversos de cooperação que criam outros tantos sistemas de solidariedade*". De tal modo, consideramos a cidade como um todo em movimento: "*A cidade é uma totalidade, feita de coisas e pessoas, de objetos e relações, de formas e ações, num movimento desigual e combinado, numa dinâmica de cooperação e conflito*" (Silveira, 2004, p. 1).

As cidades abrigam um grande conjunto de atores que trabalham em variados contornos normativos. A norma não dispensa, assim, uma análise em vários níveis, partindo da acepção do direito positivo, na qual se compreende as leis, tocando também noutra acepção: as normas corporativas que são produtos e produtoras de topologias particulares.

A cidade resguarda e condiciona a existência de todos os tipos de atores que encontram no circuito inferior meios de sobrevivência. Assistimos a ampliação do circuito inferior em detrimento de um uso cada vez mais distante de certos tipos de bens e serviços do circuito superior da economia. Conforme escreve Milton Santos (2004, p.78),

"Na medida em que novos gostos são difundidos em escala nacional e que subsistem gostos tradicionais, a organização econômica é forçada a se adaptar tanto às novas realidades como a realidades herdadas, bem como à necessidade de modernização dinâmica. Isto é

¹⁰ Segundo María Laura Silveira, "*O tecido urbano é reflexo de uma realidade econômica e social (...) é, sobretudo, o trabalho morto na cidade, cujo papel é, todavia, dinâmico, pois é portador de uma inércia dinâmica, produtor de situações, autoriza fluxos, participa nas relações, impõe condicionamentos socioeconômicos*" (2005, p. 148).

verdadeiro tanto para os meios de produção como para os meios de distribuição. Assim, são criados nas cidades dois circuitos econômicos responsáveis não apenas pelo processo econômico urbano, mas também pelo processo de organização espacial. Dois subsistemas, o circuito superior ou moderno e o circuito inferior".

Ambos os circuitos interagem e estão vinculados, dependem um do outro e estabelecem relações. Tais relações e diferenças baseiam-se em três variáveis: tecnologia, visto que no circuito superior normalmente há, a diferença do circuito inferior, um investimento alto e permanente; grau de organização, o circuito superior tende a ser mais burocrático e o circuito inferior se caracteriza por ter uma organização menos complexa. O circuito inferior, geralmente, tem mais trabalhadores, enquanto o circuito superior contrata mão de obra especializada e em menor quantidade; capital, os preços por produtos ou serviços são fixos no circuito superior e negociáveis no circuito inferior.

Em relação ao crédito, no circuito superior existe uma demanda por crédito bancário institucional, contudo, no circuito inferior há uma tendência a que o crédito seja pessoal. O lucro por produto ou serviço no circuito inferior é alto, porém de menor volume. No circuito superior há um grande volume de capital resultado do lucro, mas, dependendo dos ramos, um baixo lucro por unidade, isso nos revela que o volume de negociações tende a garantir um lucro maior para os atores hegemônicos. Sobre a dependência do mercado externo, no circuito superior ela é elevada, com suas atividades voltadas para fora do país, todavia no circuito inferior essa dependência é reduzida.

Por outra parte, existe a porção do circuito superior à qual Milton Santos chamou de Circuito Superior Marginal (1979, p. 103). É também moderna, pois se insere na divisão do trabalho hegemônico, todavia partilha da vulnerabilidade do circuito inferior.

A cidade possui diferentes atores com capacidades de consumo distintas, perpassados pela influência da propaganda, criando-se uma seleção quanto às qualidades e as frequências dos consumos. As capacidades desiguais convivem com desejos comuns. *"A atividade do circuito superior é, em grande parte, baseada na publicidade, que é uma das armas utilizadas para modificar gostos e deformar o perfil da demanda"* (Santos, 1979, p. 46). A propaganda produz discursos, alargando o consumo de objetos e de serviços em ambos os circuitos.

No circuito inferior não existe propaganda científicizada, todavia, há o "boca-boca" e indicações de amigos. Existe uma mais larga rede de relações em que a *solidariedade orgânica*¹¹ (Santos, 1996, p. 226) se estabelece, pois as economias pobres tendem a constituir relações mais flexíveis e contíguas do que as atividades no circuito superior. No caso da produção musical, questões como essa se tornam mais marcantes, considerando a produção da música regional sertaneja, o movimento do mangue *beat* e o frevo em Recife, a música pop e a MPB em Porto Alegre, entre outras situações no Brasil.

A participação dos atores do circuito inferior e superior marginal na produção musical nacional, a partir das economias não hegemônicas nas cidades decorre, sobretudo, do fenômeno da *banalização das técnicas*¹². Esta autoriza um maior número de atores a trabalhar com as novas demandas de consumo musical da sociedade e que, do mesmo modo, permite novas formas de trabalho nas economias urbanas.

O circuito superior encontra novos mecanismos de ação, nos quais a música é concomitantemente informação, ação e objeto. Por isso, acaba por edificar estruturas de poder, cuja intencionalidade responde a um fim orientado à perpetuação da manipulação pela via do entretenimento.

Deparamo-nos com os agentes de disseminação cultural da globalização: Sony Corporation, RCA, Arista, MGM/UA, CBS, MCA/Universal, atores estes que participam da construção de uma hegemonia cultural. Parafraseando Néstor García Canclini (1997, p. 371), a efetiva disseminação de oportunidades e a transversalização do poder, coexistem com velhos e novos dispositivos de concentração da hegemonia. São novas coerências e combinações na produção dos acúmulos de poder.

No entanto há também outros modos de existir: atores com menor grau técnico, com menor organização e com menor capital tentam participar da produção musical nacional. De modo que nosso período potencializou, por meio da técnica, o desenvolvimento da porção marginal do circuito superior e do circuito inferior.

¹¹ A solidariedade orgânica pressupõe a idéia de contiguidade e relações de proximidade e vizinhança que tendem a se diluir, no período da globalização, em detrimento da solidariedade organizacional que, geralmente, carrega vetores externos ao lugar e a suas demandas.

¹² A banalização das técnicas trata do uso de equipamentos técnicos modernos de forma alargada por um amplo número de atores que, antes, não detinham tal possibilidade. A produção musical, outrora, era uma atividade muito dispendiosa para os pequenos capitais. No entanto, hoje, com a possibilidade da compra de equipamentos com menor custo, abre-se novas combinações nas possibilidades do uso do território pelos estúdios de gravação, pelas pequenas gravadoras e pelos grupos musicais.

A globalização se realiza no lugar, abrangendo uma combinação particular dos diferentes elementos que a constituem, na qual a densidade comunicacional e a densidade técnica envolvida são partes constituintes do sistema. Novos horizontes se abrem, haja vista a cultura popular que

"assume uma revanche sobre a cultura de massas, constitucionalmente destinada a sufocá-la. Cria-se uma cultura popular de massa, alimentada com a crítica espontânea de um cotidiano repetitivo e, também, não raro, com a pregação de mudanças, mesmo que esse discurso não venha com uma proposta sistematizada" (Santos, 1996, p. 257).

Nessa dinâmica, as novas formas de organizar a estrutura produtiva de mercadorias musicais nos inspira a pensar em diferentes usos do espaço geográfico a partir desse arranjo dos atores nas metrópoles.

Acreditamos que essa nova forma de organizar a produção musical esteja diretamente relacionada aos progressos da técnica e sua difusão. Para Thierry Gaudin, essas são as *Técnicas doces (Techniques douces)* (1978, p. 188), caracterizadas pelo fato de flexibilizar as técnicas para diversos usos que não a racionalidade impressa em um uso particularizado e altamente performático. A banalização técnica, como no caso dos estúdios de gravação e ensaio musical, autorizou o aparecimento das gravações digitais e permitiu o alargamento do número de atores que operam as técnicas de gravação e ensaio, por meio da informática.

A transição no uso dessas técnicas é descrita por Jean-Pierre Warnier (2003, p. 81):

"Trata-se da passagem da gravação analógica à codificação e à gravação digital da informação, da compressão dos dados gravados e do acoplamento das telecomunicações e do computador. As transmissões usam cada vez mais o cabo coaxial, as fibras óticas e os satélites, ao passo que os suportes de recepção são os leitores de CD e os microcomputadores".

O caminho que transmutou a técnica de gravação e reprodução musical modulou de outro modo os signos expressos através da música. É o uso que imprime caráter à ação. O peso dos bens simbólicos na contemporaneidade autoriza George Yúdice (2006, p. 26) a denominar o atual período de capitalismo cultural. Para ele: *"A maior distribuição de bens simbólicos no comércio mundial (filmes, programas de televisão, música, turismo, etc.) deram à esfera cultural um protagonismo maior que em qualquer*

outro momento da história da modernidade". Na música, as produções são abundantes e existem possibilidades técnicas à produção, comercialização, distribuição e consumo para um mais largo número de atores. Esse fenômeno constatado durante o trabalho empírico atesta às novas condições de realização material de micro e pequenos atores ligados à esfera cultural de que fala Yúdice.

As entrevistas abertas aos músicos, empresas de gravação, lojas de instrumentos musicais, lojas de discos, bancas de jornal e revista, produtores musicais e associações ligadas à música revelaram um importante instrumento de operacionalização da investigação. Apenas em estúdios de gravação e ensaio musicais e gravadoras o questionário com perguntas fechadas foi usado. Em cada cidade entrevistamos cerca de 20 a 30 empresas ligadas à produção, distribuição, comercialização e consumo musical.

A dissertação está estruturada em seis capítulos, cuja sequência obedece a seguinte construção: (i) uma ordem histórica a partir da técnica; (ii) seguida pelo caráter da urbanização e da divisão social e territorial do trabalho nas cidades da pesquisa; (iii) que leva a ponderar sobre a hegemonia de certos agentes e sua organização espacial no movimento de reestruturação do negócios musicais no período da globalização; (iv) a permitir a coexistência de micro e pequenos atores que fazem da cidade um abrigo e um meio de produzir discursos, ao mesmo tempo, fomentando formas renovadas de trabalho; (v) que inseridos dentro de uma rede de relações solidárias, porque interdependentes, de outras atividades ligadas à música; e que chega ao fim, (vi) a partir do papel regulatório e fomentador do Estado que, algumas vezes, acelera e, outras vezes, retrai a participação desses micro e pequenos atores sociais. A seguir tratamos com vagar cada um dos capítulos.

No primeiro capítulo fizemos o esforço em produzir um breve retrato histórico das técnicas de reprodução musical, isto é, a história das técnicas: rádio, vitrola, k-7, CD, relacionando os eventos políticos, desde 1940 até 2000, que assinalaram as condições da consolidação de empresas do circuito superior ligadas à música.

Já no segundo capítulo houve o empenho por estabelecer a feição sobre a urbanização terciária brasileira. A superposição de divisões do trabalho nas grandes cidades e a presença da música em vários rincões sociais contemporâneos organizou a redação desse capítulo, mostrando os serviços musicais dentro do cotidiano de parcelas da população e, igualmente, enquanto atividade econômica ativa no território.

No terceiro capítulo marcamos a atuação das grandes empresas no Brasil nos últimos dez anos. A presença dos novos nichos de mercado, a venda pela telefonia celular e a tendência à oligopolização econômica são baluartes em nossa leitura sobre o uso territorial. A música é mediada e negociada pelos grandes agentes como a Universal, Sony, EMI, etc. Nessa passagem mostramos igualmente uma reestruturação destes conjuntos de empresas, sobretudo, com a entrada da música digital na comercialização.

O quarto capítulo é pensado com o intuito de apontar a participação dos micro e pequenos estúdios de gravação, gravadoras e associações musicais na divisão social e territorial do trabalho. Aí constatamos que o barateamento dos equipamentos e insumos à produção é o que permite a ação destes agentes, ou seja, tecnologias mais baratas tendem a possibilitar os usos dos que detêm menores graus de capitalização, técnica e organização. Entra nesse ponto a questão do valor do aluguel, o número de funcionários e a socialização produtiva, germinando a idéia de que esses atores podem coexistir com os do circuito superior. Resistências e contra-racionalidades, a partir das micro e pequenas firmas ligadas à música, é o tom do capítulo.

Dentro do capítulo cinco elaboramos uma análise sobre a ação de atividades diversas na divisão do trabalho ligadas à música nas cidades, isto é, escolas de ensino, lojas de instrumentos e lojas de discos. Esse conjunto de atores constitui, igualmente, o circuito espacial de produção musical, mas analisado a partir dos micro e pequenos; o esforço desse capítulo é revelar algumas situações nesse arranjo produtivo.

Por fim, o sexto capítulo trata do Estado que fomenta a produção de indivíduos e das micro e pequenas firmas. Em paralelo, o Estado trabalha também no sentido de coibir a comercialização de produtos musicais não tributados e o espraçamento entre modelos de difusão.

É certo, todavia, que o arranjo espacial da vida social é dinâmico e muda rapidamente, mas esperamos ter contribuído para o entendimento da organização das grandes cidades, por meio da participação de empresas e indivíduos ligados à música nos dois circuitos da economia urbana.

Capítulo 1

Pretéritos da Produção Musical no Território Nacional

Ilustração de Julio Meiron

Quando a música muda, tremem os muros da cidade.

Platão, século IV A.C.

Diante de uma análise que se preocupa com a dinâmica do presente não acreditamos poder escapar da tarefa de trabalhar em um retrato das características que marcaram o fenômeno técnico em um momento anterior. Isso porque, se buscamos revelar a novidade do período da globalização, o conteúdo das rugosidades geográficas se torna imprescindível.

Na estrutura deste capítulo a técnica, ou melhor, o fenômeno técnico (Santos, 1996), é o eixo que mediará a relação entre a produção da música, contada a partir dos atores do circuito superior dos respectivos momentos, e a organização do espaço geográfico, que passa a conhecer, nos períodos em questão (a. 1950-1975/ b. 1975-1990/ c. 1990-2000), um aumento vertiginoso das taxas de urbanização no território nacional e, também, as demandas das diferentes camadas de população urbana.

Novas formas geográficas no território, como tecnologias ligadas à música, distribuição de energia, rede de transportes, antenas e satélites, colaboram à ampliação da divisão do trabalho, potencializando a distribuição de funções aos diferentes conjuntos de atores sociais, paralelamente, ao aumento da demanda de produtos e serviços. As formas geográficas constituem a paisagem como o conjunto de coisas historicamente datadas: “*casas, espaços construídos e vazios, ligados por artérias e serviços por dutos de diferente extensão, largura, capacidade, direção*” (Santos, 1994, p. 98).

Retomamos a noção do *prático-inerte*, elaborada por Jean-Paul Sartre (1985, p. 237) na obra *Crítica da Razão Dialética*, para entender a matéria enquanto “*o motor passivo da História*” ou, em outros termos, enquanto “*materialidade como síntese inerte da pluralidade humana*” (Sartre, 1985, p. 248), revelando-nos, assim, a pertinência dessa proposta em que “*a matéria trabalhada mostra-se em sua plena docilidade como uma totalização nova da sociedade e como sua negação radical*” (Sartre, 1985, p. 262). Isso significa que a práxis é a instrumentalização da realidade material, na qual “*A práxis inerte que impregna a matéria transforma as forças naturais não significantes em práticas quase humanas, isto é, em ações passivizadas*” (Sartre, 1985, p. 272).

O aparelhamento do território nacional com novos conteúdos de técnica reelabora seu par histórico: a política. A política enquanto função reguladora das ações no território é que, associada à técnica, logrará uma nova dinâmica do uso do espaço geográfico. Será essa, portanto, nossa preocupação neste capítulo.

1.1. O Território brasileiro e a produção musical do vinil (1950-1975)

A leitura do território pressupõe um vislumbre sobre as variáveis presentes de cada período. Em outros termos, implica encontrar quais são os caracteres intrínsecos a cada momento por ela definido.

1.1.1. Técnica e Política: par indissociável no entendimento das cidades

O crescimento urbano brasileiro é marcante entre 1940 e 1990. Esse dado precisa de análise cuidadosa, uma vez que crescimento demográfico, urbanização e expansão da mancha urbana são fenômenos que tendem a acontecer concomitantemente, ainda que possa haver crescimento demográfico sem urbanização.

Fernand Braudel (2005, p. 439) escreveu que as cidades são “*corte, ruptura, destino do mundo*”; elas são “*como transformadores elétricos, aumentam as tensões, precipitam as trocas, caldeiam constantemente a vida dos homens*”. O sentido de cidade, em si mesma, comporta a noção de troca de objetos e idéias. Essa ebulição de eventos é produto de choques e inter-relações (inter-ações; interações).

Para Pedro Geiger (1988, p. 9), o sentido formal de cidade corresponde à “*Forma de agrupamento de uma quantidade expressiva de população, tendo um plano qualquer e fisionomia arquitetônica. Este é o seu aspecto formal*”. A cidade, desse modo, é o plano material, a arquitetura, a disposição dos materiais que a compõem. A cidade física *per se*.

Já o geógrafo Max Sorre (1953, p. 253) nos dizia, a propósito das cidades, que elas são “*um lugar de contatos e de trocas de atividades, formas de vida, de sistemas de necessidades distintas*”. Por essa razão, “*as cidades traduziriam, na sua estrutura interna e na sua fisionomia, o caráter dominante da civilização que as produziu*”. As cidades seriam, nesse sentido, o retrato de cada período.

Quanto ao quadro do movimento nacional Milton Santos (1994, p. 17) destacou que “*Durante séculos o Brasil como um todo é um país agrário*”, conhecendo a

passagem de um aumento populacional progressivo, concomitante à passagem de uma população rural, para uma população urbana.

Já se referia Pierre Deffontaines (1944, p. 141), à constituição da rede urbana brasileira indagando-se: *“O Brasil que não tinha nenhuma cidade há somente três séculos; hoje êle as conta aos milhares, fica-se mesmo espantado ante o seu número. Como se constituiu em tão pouco tempo uma associação urbana já tão cerrada?”*.

O quadro da vida social nas cidades brasileiras, a partir da década de 1950, com impulso anterior, mas cujo resultado torna-se mais evidente a partir desse decênio, aumenta a frequência dos movimentos, dos fluxos internos e as relações de saída e entrada de mercadorias. O princípio de quanto mais pessoas reunidas, maior é a necessidade de produtos elementares à reprodução material dos indivíduos, ao mesmo tempo, em que é maior a demanda de outros bens e serviços.

Tabela 1 – Evolução da População nos municípios de Recife, Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e Goiânia¹³ (1950 a 1970)

Cidade/Ano	1950	1960	1970
Recife – PE	524.682	797.234	1.084.459
Rio de Janeiro – RJ	2.377.451	3.307.163	4.315.746
São Paulo – SP	2.198.096	3.825.351	5.978.977
Porto Alegre - RS	394.151	641.173	903.175
Goiânia – GO	53.389	153.505	389.784

Fonte: Dados publicados a partir do Censo IBGE, 2012.

O crescimento da população absoluta no Brasil é também seguido do aumento da taxa de urbanização. Dois fatores simultâneos e relacionados: as melhorias das condições sanitárias e o acesso aos equipamentos no território, como hospitais, escolas, sistemas de transportes e comunicações eram mais bem atendidos se comparados às áreas rurais.

¹³ Até 1970 os dados referem-se à população presente.

A taxa de urbanização está relacionada à oferta de emprego e aos postos de trabalho, em um primeiro momento, ligada ao setor de serviços, mas já nos decênios em questão (1950-1975) também a participação do setor secundário passa a conhecer forte impulso, como destacam Santos e Silveira (2000, p. 43): “*A partir de 1945 e 1950 a indústria brasileira ganha novo ímpeto e São Paulo se afirma como a grande metrópole fabril do país*”. Seguem com um dado muito relevante ao constatar que “*Registravam-se no Brasil, em 1950, 71.027 estabelecimentos industriais e 1.295.286 pessoas ocupadas. Era uma época em que as firmas micro e de pequeno porte representavam 96,7% dos estabelecimentos e eram responsáveis por 42,3% dos empregos no setor*”. A divisão territorial do trabalho ganha maior espessura e a cidade de São Paulo, concentradora da força fabril nacional, reparte entre as regiões outras tarefas, como o fornecimento de insumo ou comercialização de produtos.

O aumento no volume de mão de obra no setor secundário da economia é muito expressivo no decorrer desse intervalo de anos no Brasil. A ocupação da mão de obra no país ressalta as mudanças em curso em prol da política de produção de bens de consumo duráveis e não duráveis, a partir do estabelecimento progressivo de um parque industrial que recebia, em diferentes momentos, maior ou menor apoio do Estado.

Há importantes diferenças regionais no quadro da produção industrial nacional, dentro de análises quantitativas e qualitativas que se referem ao volume e ao valor da produção nas diferentes regiões do país, bem como o valor da mão de obra e os tipos de serviços prestados. Os dados tratam do país enquanto totalidade, mas não estão regionalizados e não dão luz às realidades locais.

São Paulo se confirma como metrópole fabril no país. O Rio de Janeiro, com a vantagem política de quase dois séculos como capital federal, mantém-se uma referência econômica, mas, sobretudo, cultural. Vislumbram-se aí as linhas que desenham a noção de Região Concentrada.

Nessa direção, Celso Furtado (2010, p. 330), em seu clássico livro *Formação Econômica do Brasil*, aponta que

“o processo de concentração se intensificou no pós-guerra [...]. A consequência tem sido uma disparidade crescente nos níveis de renda per capita. Em 1955, São Paulo, com uma população de 10,33 milhões de habitantes, desfrutou de um produto 2,3 vezes maior que do Nordeste, cuja população no mesmo ano alcançou 20,1 milhões. A renda per capita na região paulista era, por conseguinte, 4,7 vezes mais alta que a da região nordestina”.

Nesse mote de reorganização dos circuitos produtivos da Nação, no período indicado, percebe-se que “*A urbanização ganha um novo conteúdo e uma nova dinâmica, graças aos processos de modernização que o País conhece e que explicam a nova situação*” (Santos, 1994b, p. 139).

Um desses circuitos produtivos é a música que, entre 1950 e 1975, conheceu importantes vetores de transformação a partir dos objetos instalados ao território. As tecnologias são formas de usos territoriais, acolhidas pelo lugar que “*é o depositário final, obrigatório*” (Santos, 1996, p. 115).

Esse período da história do território brasileiro é marcado por rupturas de padrões econômicos históricos. O pós-guerra caracteriza-se pelo aumento de importação no país e uma série de medidas macroeconômicas que visaram proteger a indústria nacional. A repercussão direta desse vetor foi o favorecimento da indústria nacional, porque reduzia a concorrência externa, via controle das importações.

O conjunto de eventos produz uma situação geográfica, que, nesse caso, favorecia a industrialização brasileira, possibilitando a ampliação da produção musical por empresas do âmbito nacional, centradas no município do Rio de Janeiro.

Do plano político partidário havia incertezas em diversos sentidos. Os governos populistas de Getúlio Vargas (1951 a 1954) foi, depois, substituído pelo seu vice Café Filho. De acordo com Celso Furtado (1977, p. 11) “*A partir dos anos 50, quando se acelera o processo de industrialização, torna-se evidente o deslocamento do eixo central da política brasileira*”. Esse era o choque entre o grupo de oligárquicos e o grupo que entendia a democracia como o caminho para a modernização da sociedade no Brasil. Depois desse turbulento momento, a eleição de Juscelino Kubitschek (1956 a 1961), o plano de metas e o slogan “cinquenta anos em cinco” foram implementados.

O governo de Jânio Quadros (1961) foi marcado por fortes crises financeiras, especialmente pela inflação e déficit na balança de pagamentos, terminando por renunciar aos sete meses do mandato. O vice, João Goulart (Jango), assume sob o chamado regime parlamentarista que reduzia os poderes presidenciais. Dois anos depois o governo do Jango chama um plebiscito, no qual retoma seus antigos poderes e convoca uma *reforma de base*, a incluir reforma agrária, visando a divisão de latifúndios, reforma eleitoral e reforma universitária. Essas propostas de reformas,

sobretudo a ruralista, levaram os grupos conservadores a apoiarem o golpe militar em 1964.

Entrava, via golpe, o regime militar, evidenciado pela truculência, assim como pela força do discurso de integração nacional e consolidação da idéia de soberania. Nesse momento do período técnico-científico, *“a ideologia do consumo, do crescimento econômico e do planejamento foram os grandes instrumentos políticos e os grandes provedores das idéias que iriam guiar a reconstrução ou remodelação dos espaços nacionais, juntamente com a da economia, da sociedade e, portanto, da política”* (Santos; Silveira, 2001, p. 47).

A vida cultural (também política e territorial, em uma relação biunívoca) era caracterizada pela censura e pela crítica velada, com acento nacionalista e contestador. Concomitantemente foi cultivada a entrada em cena de uma cultura política orientada ao fervor da juventude, com letras leves e menos pungentes.

A análise da expansão dos meios de comunicação em massa (televisão, rádios, antenas de transmissão, infraestrutura comunicacional), a partir do golpe militar, é um importante dado na leitura do desenvolvimento das empresas relacionadas à cultura e à produção de bens de consumo duráveis.

Do ponto de vista ideológico, essa atividade estava ligada à idéia do *“desenvolvimento com segurança”* (Ortiz, 1988, p.113). Nesse sentido, o Estado brasileiro atuou com o objetivo de garantir *“toda a infraestrutura necessária à implantação da indústria cultural no país em nome da Segurança Nacional”* (Dias, 2000, p. 50).

No livro, *A Moderna Tradição Brasileira* (1991), Renato Ortiz trabalha com a idéia de que o período detinha a prerrogativa política de *“integração e segurança”*, levando a uma forte ampliação da indústria cultural nacional. Nessa direção, Ortiz (1994, p. 184) analisa que *“A modernização da sociedade tem, como contrapartida, uma reorganização da esfera cultural, sobretudo com a consolidação, nos anos 60 e 70, das indústrias culturais”*.

O incremento técnico na vida do território implica uma alteração dos códigos de conduta da vida social como um todo. Modificam-se as formas geográficas e, em consequência, transformam-se as ações diante dessas formas renovadas. Essa perene mutação do território encontra na técnica um viés de explicação. A técnica transforma

“a divisão do trabalho” e “conduz a uma alteração dos processos sociais” (Santos, 1979, p. 65).

Nessa direção, Silveira (2009, p. 436) pondera que “as infraestruturas, esse movimento de população, as dinâmicas agrícolas, industriais e de serviços, a estrutura normativa e a extensão da cidadania são, ao mesmo tempo, condição e resultado, produto das divisões territoriais do trabalho”. E, essas divisões territoriais do trabalho, ao serem decompostas pela técnica, lançam a variação nas formas geográficas, transformando, assim, o conteúdo do território.

1.1.2. Meio técnico da urbanização brasileira

No livro, *A Urbanização Brasileira*, Santos (1994, p. 37) ressalta que “os objetos geográficos, cujo conjunto nos dá a configuração territorial e nos define o próprio território, são, cada dia que passa, mais carregados de informação”. A música carrega informação; ela é, aliás, informação. Transmite idéias e convida à ação. Ao cabo que o espaço geográfico, valendo-se de um conjunto de sistemas de engenharia que permite o uso do rádio e da televisão, alicia os atores sociais a consumir e a produzir mais música.

O rádio, meio de comunicação entre diferentes camadas da população, auferia gradualmente maior notoriedade no intervalo entre 1950 e 1975. De acordo com João Baptista Borges Pereira (2010, pp. 63-64),

“Em 1968, 159 estações no interior e 18 na cidade de São Paulo testemunhavam o aumento quantitativo da rede no Estado. (...) em 1962, o Brasil com 4 milhões e 700 mil receptores, ascende para o primeiro posto, enquanto Argentina, igualando-se ao México, com 3 milhões e 500 mil aparelhos, passa a ocupar o segundo lugar”.

Tal técnica enquanto instrumento de comunicação no intervalo desses anos (1950 a 1975), tornava-se muito relevante à dinâmica das políticas públicas e estratégias no cotidiano da sociedade brasileira. Impunha uma forma de consumir música e de agir sobre o meio.

O advento da tecnologia da imprensa como forma de organizar a sociedade mobilizou Bennedict Anderson (2009, p. 82) a dizer que

“a convergência do capitalismo e da tecnologia de imprensa sobre a fatal diversidade da linguagem humana criou a possibilidade de uma nova forma de comunidade imaginada, a qual, em sua morfologia básica, montou o cenário para a nação moderna. A extensão potencial dessas comunidades era intrinsecamente limitada, e, ao mesmo tempo, não mantinha senão a mais fortuita relação com as fronteiras políticas existentes (que, no geral, correspondiam ao ponto culminante dos expansionismos dinásticos).”

O autor referia-se ao fato de que a tecnologia da tipografia autorizava a expansão de idéias da Revolução Francesa, mediada pelo uso da escrita mais largamente ampliada. A isso o autor deu o nome de capitalismo tipográfico (*idem*, p.43; p. 218). O que se passava nesses anos em questão, 1950 a 1975, dentro das dinâmicas que estamos fazendo o esforço de retratar, é uma radical transformação da técnica de produzir, distribuir e consumir elementos da cultura por meio da música. Seria o caso de parafrasearmos a noção de B. Anderson e assumirmos que, nesse período de então nasce, ainda em latência, uma espécie de capitalismo fonográfico? Retomaremos essa idéia mais adiante.

O rádio foi um dos grandes elementos tecnológicos da integração territorial desse período, foi do mesmo modo o chamariz da potencialização da produção de musical no Brasil. A relação entre os meios, rádio e televisão, em conjunto com a indústria do som, marca o entrelaçamento e dependência recíproca.

Tratando, em específico, sobre a indústria da fonografia, Leonardo De Marchi (2006, p. 170) ressalta que os fatores que contribuíram mais ativamente ao crescimento dessa indústria estavam relacionados às políticas do Estado. Dentre elas

“as políticas públicas de incentivo à produção nacional, como a criação da Lei de Benefício Fiscal da Música Brasileira, em 1967, e a reformulação do sistema de arrecadação e distribuição dos direitos autorais, com a criação do Escritório de Arrecadação dos Direitos Autorais (ECAD), que passou a incentivar a produção de artistas nacionais e organizar a arrecadação dos direitos sobre as obras”.

As ações do governo se empenhavam em incentivar a produção musical nacional e o consumo de música feito a partir de tocadores de rádio. Há, então, uma mudança em germe nesse momento da dinâmica da indústria de bens culturais ligados à música. Essa mudança se traduz no fato de que as técnicas passam, progressivamente, a dependerem de uma maior solidariedade entre elas. Nessa direção, sobre a progressão da técnica,

Jacques Ellul (1968, p. 88) trabalha com o raciocínio de que esta acontece a partir de um estado das técnicas anteriormente estabelecido.

A solidariedade das técnicas significa que a descoberta técnica repercute, acarretando progressos em diversos outros ramos técnicos e não apenas em um isoladamente. De modo que as técnicas se combinam entre si e, quanto mais dados a combinar, maior tende a ser a quantidade de arranjos possíveis.

A associação da música com a televisão foi outro facilitador do dinamismo então presente no país desse conjunto de atividades musicais. A atividade produzida pela televisão necessita, obrigatoriamente, da produção fonográfica em vinhetas e telenovelas, jornalismo e comerciais.

Associado ao aumento da renda *per capita* das camadas da população, resultado direto do chamado milagre econômico brasileiro, a aquisição de tecnologias como aparelhos de rádio, tocadores de disco e televisão demandavam ainda mais trabalho dessa indústria em expansão.

“Acompanhando o crescimento acelerado do consumo do mercado de bens de consumo da classe média – ocorrido durante os anos do chamado milagre brasileiro, que se iniciava, então -, a indústria do disco crescerá a uma taxa média de 15% ao ano durante a década de 1970, mesmo enfrentando duas vezes o problema da escassez de matéria-prima, por ocasião dos dois choques nos preços internacionais do petróleo” (Morelli, 2009, p. 61).

Quando uma inovação em uma das pontas do sistema surge, ela tende a reorganizar a série inteira do sistema, rearranjando sua estrutura de objetos e impondo uma rehierarquização dos objetos precedentes, ao mesmo tempo em que novos objetos são incorporados. A televisão, o rádio e os tocadores de música, por exemplo, expressam bem esse retrato sistêmico das técnicas que passam a integrar o território e, portanto, o cotidiano de maioria dos indivíduos no país.

A crescente presença da música no cotidiano urbano denota um dado novo na urbanização. A tendência, desde os anos 1970, é verificada nos anos subsequentes. A música é enredo de telenovelas, propagandas e programas de auditório, tanto quanto da programação nas rádios em frequências AM e FM.

Tratamos, em específico, das empresas do circuito superior, uma vez que estas contavam com o registro de gravações e histórico musical, associado às técnicas que

tendiam a autorizar exclusivamente aos atores com capital, organização e acesso às tecnologias do então momento.

1.1.3. Consolidação das Empresas da Música no Território Brasileiro

Entre 1950 e 1975 estava em formação um interessante grupo de artistas, músicos, comprometidos com suas expressões, independentemente de suas orientações. Os que mais tiveram apelo comercial foram, em especial, Roberto Carlos e Erasmo Carlos (expoentes do grupo conhecido como jovem guarda), Chico Buarque, Gilberto Gil, Maria Bethânia e Gal Costa. Esse grupo consolidado permitiu a produção de conteúdos nacionais em consonância a realidade do período. O *Long Play* (LP) era o principal produto comercializado. Corresponde a esse momento o investimento das empresas da indústria fonográfica em infraestrutura de gravação, prensagem, duplicação e distribuição.

Tabela 2 – *Venda de produtos da indústria fonográfica – Brasil (1968 a 1976) - em milhões de unidades, compactos simples e duplos e LPs*

Ano	1968	1970	1972	1974	1976
Unidades (em milhões)	14.818	17.102	25.591	31.098	48.926

Fonte: Dias, 2000; ABPD, 1995.

Como a tabela anterior mostra, entre 1968 e 1976, há uma considerável expansão no volume de vendas dos discos, em formato de LP, simples e compactos. Tais números confirmam aquilo que apontamos sobre a tendência ao aumento do consumo de bens-duráveis por meio da elevação da capacidade de compra e do aumento ao acesso às tecnologias, que criavam solidariedades (no sentido de interdependência) entre os atores da indústria cultural brasileira no período.

Catia Antônia da Silva (1997, p. 215) dirá que para consolidar a indústria cultural no país em fins da década de 1970, o Estado se moderniza, criando normas para regular a produção, circulação e consumo de bens culturais:

"[...] cria a Embratel, Embrafilme, Funarte, Conselho Nacional de cinema, entre outros. A modernização do Estado e a consolidação do parque industrial no Brasil, lançando o país na economia mundial de ponta, faculta, então, novo conteúdo, nova dinâmica na urbanização, reorganizando o espaço urbano brasileiro".

Entre os bens culturais estão os produtos ligados à música, como os discos LPs. Esse grupo de objetos potencializava a circulação de capital nas empresas do circuito superior.

Os discos que usavam o mesmo sistema técnico na sua reprodução, a vitrola com agulha, ganham, progressivamente, mais recursos e acréscimos de técnica. Houve a substituição gradual dos discos compactos e duplos pelo LP. Como explica Dias (2000, p. 56):

"A indústria, que movimentava o mercado com compactos simples e duplos (57% dos discos em 1969 e 36% em 1976), com a instituição do LP pode restringir gastos e otimizar investimentos, considerando que cada LP continha, em termos de custos, seis compactos simples e três duplos. A partir de então, verifica-se o decréscimo do consumo de compactos[...] e, finalmente, eles deixam de ser produzidos em 1990".

A partir da tabela 2, observamos a progressiva força que a tecnologia do LP exercia sobre os antigos mecanismos de reprodução sonoros. Recordamos, contudo, que a transição implica uma mudança no formato e no custo dos discos (compactos simples e duplos para o LP). Embora o equipamento de som pudesse ser usado, a base do tocador, manteve a possibilidade de uso nos três tipos de formato.

De tal modo, a mudança aconteceu gradualmente e os novos formatos de então puderam se tornar uma variável moderna calcada nos hábitos da população sem que houvesse maior resistência da sociedade.

Empresas transnacionais investiam na produção de artistas externos e as produções chegavam ao Brasil com custos amortizados, cabendo às empresas nacionais as etapas de prensagem, distribuição e embalagem. Dias (2000, p. 58) ressalta que *"tal prática chegou a confundir estatísticas, que muitas vezes identificavam como brasileiro o produto prensado no Brasil"*.

Como havia também a tradução para o português das letras e encartes, além das etapas finais de produção feitas no Brasil, a confusão em julgar esse produto como

nacional era corrente. Por essa razão as estatísticas do momento em questão figuravam para uma produção musical essencialmente nacional, quando, em verdade, isso não ocorria. Para Rita Morelli (2009, p. 64), *“a participação da música estrangeira nas vendas do setor teria sido, em média, de 33% entre 1972 e 1975, enquanto sua participação no total de lançamentos feitos no mesmo período teria sido desproporcionalmente maior, sendo 47% em média”*.

Enquanto hipótese, trabalhada a partir de fontes secundárias, ressaltamos que a entrada de empresas transnacionais no Brasil ligadas à cultura se deu, juntamente, com a chegada de diversos outros ramos de firmas, como a indústria automobilística, eletrodomésticos e outros. Os países latino-americanos, de modo geral, vivenciavam um caminho similar.

Nessa dinâmica, o ufanismo dos governos militares e a entrada de referências culturais externas foram concomitantes. Havia apoio governamental, a partir de medidas fiscais macroeconômicas nacionais voltadas a esses grupos de empresas culturais, em especial à música. Todavia, a preocupação ideológica dos governos militares tendia à noção de integração territorial e segurança evocando um nacionalismo exacerbado que não se encaixava com a produção de signos estrangeiros.

Há, ainda, outra contribuição ao fomento das empresas ligadas à produção musical nesse período, relacionado ao Imposto sobre Circulação de Mercadorias (ICM), que, em 1967, passa a ser isento para firmas desse ramo (Dias, 2000, p. 58).

No entanto, o que não podemos nos furtar em esclarecer é que os atores com menor grau de organização, capital e técnica, ainda que existissem, possivelmente não detinham as formas de registro de suas manifestações (ao menos que tenhamos conhecimento), enquanto expressão pela via da música.

O custo de produção era muito elevado utilizando as tecnologias disponíveis, no caso, analógicas. O custo dos insumos, mão de obra qualificada e investimento em infraestrutura tornavam praticamente inviáveis gravações não atreladas às grandes empresas, isto é, as *majors*.

As tecnologias firmavam as empresas do circuito superior dentro de um mercado rentável e em ascensão no Brasil. Esses agentes continuaram a produzir novos vetores de modernização, com novos produtos, como as fitas magnéticas, no período seguinte.

1.2. Dinâmicas Territoriais e a Música das Fitas Magnéticas (1975-1990)

Esse subperíodo é marcado pela transição: primeiro pela transição da forma de governo no Brasil, instalada pelo golpe militar, em 1964; e, depois, pelo início da consolidação de uma estrutura democrática com a nova constituição, em 1988, concomitante à participação da população em reclames políticos.

Um grupo de pessoas reunidas tende a fomentar a condição de maior embate e conflito (interesses diversos, cosmovisões distintas), maiores lutas de classes e maiores manifestações de insatisfação social. As cidades, sobretudo as metrópoles, são o lócus desse confronto. Nesse momento o país vivenciava diversas formas de organização social a exigirem uma nova organização política.

Isso estava atrelado ao fenômeno técnico no Brasil, pois a técnica e a política não podem ser vistas isoladamente, mas em conjunto. As técnicas particulares de produção, distribuição e consumo são imprescindíveis para apreender o movimento no território. Nas laudas que seguiremos tratar da subperiodização (1975 a 1990), destacando a vida política e o enredo técnico produtivo no circuito superior na música.

1.2.1. Dinâmicas territoriais e a vida política

Esse momento na história brasileira se confunde com a passagem de uma fase da economia nacional à outra, na qual o regime militar, uma vez afetado pela quebra de suas contas e uma economia colapsada, encontrava-se à revelia do processo liberal em voga nas nações capitalistas desenvolvidas.

O fim do chamado milagre econômico é o início da crise que desencadeou a abertura política. Resulta disso o aumento da capacidade de expressão no território de artistas, intelectuais e da sociedade civil como um todo.

A partir de 1975 a censura à imprensa começa a diminuir intensidade e a marcar o início dos sinais de um sistema exaurido, no qual a tendência democrática começa a emergir. O governo do general Ernesto Geisel (1974 a 1979) buscava o equilíbrio instável entre a repressão – a qual buscava comeder – e a oposição para exigir democracia com maior respaldo social.

Esse governo marcava a ascensão dos trabalhadores sindicalistas, cuja liderança era de Luís Inácio da Silva (o Lula). A força sindical tão somente poderia permanecer em um lugar em que houvesse gente junta reunida no corolário de uma ideologia.

Eram, então, aglutinadas forças sindicais a partir de um ramo de firmas (indústrias automobilísticas sobretudo) e pela idéia de garantias trabalhistas. Esse fenômeno social (que é também técnico) realiza-se em lugares onde o embate imposto pelo convívio urbano é travado.

Ao fim do governo Geisel, o Ato Institucional número 5 (AI-5) havia sido revogado e a abertura política cristalizava-se em normas sobre o território nacional.

O governo seguinte, general João Batista Figueiredo (1979-1985), havia se distinguido pelo avanço da pressão popular ao fim do regime militar no Brasil com a convocação de uma Assembléia Nacional Constituinte, anistia política e reivindicações de justiça social. A crise econômica se agravava, empobrecendo a classe média, que durante o milagre econômico esteve mais condescendente ao regime militar. Nesse momento do governo Figueiredo, a taxa de inflação atingiu a casa dos 200%, a dívida interna pública estava perto dos 90 trilhões de cruzeiros, a dívida externa atingia mais de 100 bilhões de dólares e o desemprego rondava os 20% da população economicamente ativa.

Diversas manifestações com distintos reclames ganhavam coro. Em 1983, acontecia a primeira manifestação pelas diretas já, liderada pelo Partido dos Trabalhadores (PT), com 100 mil pessoas reunidas em São Paulo, no Pacaembu. A partir daí todas as demais concentrações em prol da democracia eclodem.

Tancredo Neves, eleito presidente, não assume o cargo; após seu falecimento, o vice, José Sarney (1985-1990), toma posse diante de crises concomitantes: taxas inflacionárias elevadas (próximo aos 1000% ao ano e queda brutal de reservas cambiais) e diversos problemas de governabilidade. Acontece, então, nesse governo o pedido de moratória brasileira da dívida externa.

Ao tratar sobre “a dívida ‘bem administrada’”, Celso Furtado (1983, p. 61) aponta sobre o momento da década de 1980 e sobre seus antecedentes.

“O que enfrenta presentemente o Brasil não é uma crise corrente de iliquidez, dessas que se corrigem com empréstimos compensatórios. Na realidade, o país sofre um estrangulamento externo, para usar uma velha expressão, um desequilíbrio estrutural de balanço de pagamentos que já se prolonga por um

decênio. A raiz desse desequilíbrio brotou na época do milagre, quando se imaginou que nosso país tinha condições para abrir-se ao exterior de forma ampla e persistente, fazendo depender o seu desenvolvimento de crescente inserção no comércio internacional”.

A crise estrutural da economia brasileira eclodia em vários sentidos e havia o medo de que essas crises, em seu conjunto, não sustentassem politicamente a transição democrática. Esse novo governo era apontado como expressão da transição democrática, cujos avanços políticos eram notáveis. A convocação da Assembléia Constituinte, a promulgação da nova Constituição, o estabelecimento de eleições diretas e a legalização de partidos políticos de qualquer tendência eram balizas fortes.

A urbanização nacional suscitava um reclame social a partir da concentração de pessoas, troca de idéias e do convívio partilhado, isto é, a socialização de formas geográficas no território.

De modo geral, os avanços políticos permitiram a criação de normas que serviram e servem como pilares da estabilização do território nacional. A busca por equidade, direitos universais e estabilização política autoriza um melhor desempenho das estruturas econômicas. Muito embora a década de 1980 seja conhecida como a década perdida, avanços de ordem constitucionais foram logrados.

A alta inflacionária impunha à população um empobrecimento relativo, visto pela capacidade de consumo e aquisição de bens de consumo duráveis e não-duráveis, que se somavam ao alto índice de desemprego a resultar numa modesta capacidade de compra e no baixo dinamismo da economia para camadas da população que não dispunham de reservas de dinheiro.

1.2.2. Feições da Urbanização Nacional entre 1975 a 1990

O espaço nacional, cada vez mais fluido graças aos acréscimos de técnica e de infraestruturas como matrizes energéticas, comunicações e estradas de rodagem, permite a reorganização dos fatores de produção.

Como corolário desse novo arranjo, a criação de condições de produção capitalizadas tende, cada vez mais, a se concentrar nas cidades. O fator de “expulsão”

do campo em razão das precárias condições de trabalho e da crescente mecanização das lavouras desse período corrobora para acentuar um quadro da nova estrutura produtiva nacional.

Ainda que a marca do índice de desempregados estivesse avassaladora, sobretudo entre 1980 a 1990, chegando ao patamar dos 20%, a consolidação do parque industrial nacional nas décadas precedentes possibilitava, de modo quase contraditório, o fortalecimento do consumo e o dinamismo da economia entre algumas parcelas sociais.

A participação do Estado na produção desses conteúdos técnico-científicos foi ampla nesse período. O sistema de ciência e tecnologia esteve concentrado no Estado até o fim dos anos 1980.

Os ajustes regulatórios tendem a estabelecer seus limites e alcances no âmbito de toda formação socioespacial. Os eventos políticos, mencionados há pouco, eram espargidos e mudavam a dinâmica da ordem dos fatores de produção e consumo. A própria dinâmica interna da população, no sentido demográfico, também sofria alterações de sua estrutura.

A Constituição Federal de 1988 (com viés municipalista) confere às cidades a possibilidade de promover em suas gestões a construção de fixos geográficos relacionados à saúde, à educação, à moradia, à assistência social e ao lazer com maior afinco do que nos períodos prévios.

Essa nova Constituição estabeleceu metas a serem alcançadas pelos municípios. Esse conjunto normativo contribuiu, entre outras coisas, para a queda do número de recém-nascidos, aumento de gestações assistidas, diminuição da subnutrição infantil e acessos aos mecanismos de instrução intelectual (escolas, creches, universidades) e ao saneamento ambiental, mais ou menos desenvolvido segundo as regiões e as respectivas metas de cada gestão.

Decorre dessa tendência uma elevação da população em território nacional, bem como uma maior expectativa de vida em decorrência desses fatores apontados, sendo o fator demográfico um vetor determinante à Nação.

Esse conjunto de população maior e concentrado nas cidades torna-se um grande mercado, acolhido por um enorme meio construído urbano. A noção de meio construído, proposta por David Harvey (1982, pp. 7-35), remete ao conjunto de divisões

do trabalho morto, convidando a retomar uma idéia em Sartre (1985, p. 276): por meio da matéria “*exprime-se uma práxis humana congelada e invertida*”.

A tabela mostra a taxa geométrica do crescimento da população. Os intervalos decenais revelam um vertiginoso aumento, entre 1970 e 1980, nas regiões metropolitanas brasileiras, seguidas por um menor crescimento nos decênios subsequentes.

Tabela 3 – Taxa média geométrica de crescimento da população nas Regiões metropolitanas brasileiras (1970 a 1991)

Região Metropolitana	1970	1980	1991
Belém	4,85	4,3	2,7
Belo Horizonte	6,25	4,67	2,5
Curitiba	5,04	5,8	3
Fortaleza	4,87	4,3	3,4
Porto Alegre	4,19	3,84	2,6
Recife	3,93	2,73	1,9
Rio de Janeiro	3,62	2,45	1
Salvador	4,77	4,39	3,2
São Paulo	5,53	4,45	1,9

Fonte: Censo IBGE, 2012

De acordo com o censo, as décadas de 1970 e 1980 conheceram um momento de maior crescimento populacional. O movimento em direção às cidades ganhava espessura em todas as regiões do país, em especial, na região Sudeste, como aponta a seguinte tabela. O crescimento urbano resultou na incessante instalação de fixos geográficos que transformaram a configuração territorial das cidades. Esse novo caráter espacial, pela presença de objetos, permitiu um uso mais amplo de atores pobres.

Tabela 4 – Taxa de Urbanização no Brasil e nas Macrorregiões (1970-1991)

Macrorregiões Brasileiras/Anos	1970	1980	1991
Brasil	55,92	67,59	75,59
Norte	45,13	51,65	59,05
Nordeste	41,81	50,46	60,65
Sudeste	72,68	82,81	88,02
Sul	44,27	62,41	74,12
Centro Oeste	48,04	67,79	81,28

Fonte: PNAD - IBGE, 2012

O decênio de 1970 a 1980 foi testemunha do crescimento das taxas de urbanização, sobretudo na região Sudeste, onde as cifras passaram de 72,68%, em 1970, a 82,81%, em 1980, ou seja, um aumento de quase 10% em apenas dez anos. A região Sul, por sua vez, no mesmo período, cresceu 18,14%. A região Centro-Oeste, também entre 1970 e 1980, chegou à marca dos 19,75% em dez anos. O Brasil, como um todo, no mesmo intervalo, aumentou a taxa de urbanização na ordem dos 11,67%.

O crescimento permanece no decênio seguinte e as taxas mantêm-se altas, apesar de apresentarem cifras sem duas casas decimais. O Brasil, em toda sua extensão, fica na casa dos 8%. Respectivamente as regiões Sudeste (i), Sul (ii) e Centro-Oeste (iii), compondo a região concentrada, apresentam crescimento de (i) 5,21%, (ii) 11,71% e (iii) 13,49%. O crescimento urbano aumentou a divisão social e territorial do trabalho. Novos mercados surgem no sentido de dar conta da demanda por bens e serviços acumulados nas cidades.

Todavia, é certo que o consumo de bens se estratifica socialmente. Há um nivelamento comum das coisas tornados objetos desejosos de consumo, amparados pela lógica do *marketing* e suas estratégias, entre diferentes estratos sociais.

Esse movimento interno da sociedade foi constatado por Richard Sennett (2006, p. 127), denominando o termo “*paixão consumptiva*”, pois o consumo tende a esgotar em si mesmo, sem preocupação teleológica. Isso se dá, segundo Sennett, não só no

consumo de objetos, mas também na política. O consumo vivido pelo Brasil, nesse momento, é produto de uma dialética que ao conquistar politicamente vestes democráticas, aumenta a urbanização e a população economicamente ativa (PEA). Assim, a propaganda ganha força no país.

Registra-se entre os anos 1980 e 1995 o crescimento da PEA: “*o crescimento da população ativa é de cerca de 4 milhões no setor primário e de cerca de 3 milhões no setor secundário. Paralelamente, o setor terciário duplica o seu volume, com um crescimento absoluto de 11,1 milhões*” (Santos; Silveira, p. 217).

O aumento da capacidade de consumo de bens e serviços resvala nos conteúdos territoriais mais amplos. Tocadores de música, CDs, fitas magnéticas e outros produtos tornaram-se mais acessíveis, com o poder de compra da população ampliado.

A música passa a ocupar uma posição de mais destaque a partir do momento em que os instrumentos técnicos autorizavam a *difusão*, ainda que pela *divulgação* hegemônica das grandes empresas.

O acréscimo do número de equipamentos de recepção e reprodução de rádio cresce enormemente no Brasil. A presença das tecnologias que difundem conteúdos musicais aumenta entre os domicílios no território nacional.

O território, posto em movimento pelo seu uso, é também cultura, porque a forma de usar é, amiúde, cultural. Não seria precipitado afirmar que o uso e a cultura são sinônimos, se vistos a partir de cada recorte histórico.

Os objetos incorporam novas práticas. Georges Friedmann, em *7 Estudos sobre o Homem e a Técnica*, escreve que “*O fundamento da atividade do homem tendo sido de tal modo modificado em suas profundezas, que não nos surpreendemos se seus modos de sentir e de pensar o sejam igualmente*” (1962, p. 46). A racionalidade do objeto também impõe a racionalidade da ação que, por seu turno, cria novos objetos e novos usos. Tocadores de música e rádios, enquanto objetos técnicos, modificam a percepção do entorno e condicionam um modo de sentir.

O rádio é um transmissor de idéias e informações. Por meio dele a música é transmitida, assim como conteúdos jornalísticos e programas afins. É um objeto integrador. A integração mediada pela língua falada e cantada une os homens e os prende ao presente, ao real, ao espaço geográfico.

Nessa sentido, Maurice Merleau-Ponty (1975, p. 330), trata com delicadeza da linguagem e da comunicação ao ponderar que *“Ora, é no coração de meu presente que encontro o sentido daqueles que o precederam, que encontro com que compreender a presença de outrem ao mesmo mundo, e é no próprio exercício da palavra que aprendo a compreender”*. A compreensão mediada pela palavra na ação do meu presente; e, a palavra, sendo mediada pelo objeto.

O objeto como catalizador das palavras e de sua distribuição espacial. O rádio e os tocadores como ampliadores quando do contato com a palavra dita/ cantada, tornando-se, portanto, integrador territorial dos rincões do país ao auferir sentido prático à ação falada e formando um todo harmonioso pela via da cultura.

Para Daniel Hiernaux-Nicolas (2008, p. 180) os estudos que se preocupam com a cultura, entre suas análises, podem oferecer um importante respaldo das variáveis do período e suas dinâmicas.

“As reflexões sobre o sentido e o peso do cultural nas sociedades contemporâneas são resultado de uma crise da racionalidade moderna, um regresso parcial a visões e enfoques simbolizados pela subjetividade e a evidente insuficiência dos enfoques marcados pela economia para explicar o mundo contemporâneo”.

Nessa mesma direção, Ana Clara Torres Ribeiro (1997, p. 151) aponta que as capacidades de representar as relações sociais encontram-se extraordinariamente expandidas na cultura contemporânea.

“Trata-se mesmo de um real monitoramento das mudanças em curso, essencialmente vinculados à construção de novas formas – progressistas ou conservadoras – de intervenção nas relações sociais. Mais informações, mais imagens, mais velocidade na superfície do tecido social. Como consequência, adequações ágeis passam a ser demandadas, de maneira difusa, aos contingentes humanos concentrados nas metrópoles brasileiras”.

Os fatores de modernização no território, as rugosidades pretéritas (fixos) e os sistemas de ações precedentes (movimento cristalizado: normas, leis, tradições, hábitos), somam-se aos sistemas de ações modernos (movimento geral da sociedade). Todo esse conjunto de variáveis no período em análise (informação, finanças, técnicas e ciência), mostra-nos o retrato da formação socioespacial brasileira. A produção, distribuição e consumo de música é uma das portas a essa abordagem.

Em outras palavras, a articulação e a dinâmica da divisão do trabalho entre os diferentes atores sociais, a partir da música, não perde a perspectiva da totalidade do fenômeno técnico e as nuances da formação socioespacial, vista a partir dos lugares.

1.2.3. A historicidade dos atores da música entre 1975 e 1990

O mercado da produção, distribuição e venda de discos vivia o momento, entre 1975 e 1990, de uma vocação centralizadora nas empresas do circuito superior, como já havíamos apontado no subperíodo precedente. Isso significa dizer que empresas transnacionais ou firmas nacionais de grande porte eram as protagonistas do mercado da música no país.

Acreditamos, mediante o organograma a seguir, corroborar com a descrição das informações do trabalho de campo e da literatura a respeito da indústria fonográfica no período (Jambeiro, 1970; Morelli, 1991; Dias, 2000; Sá, 2000; Vicente, 2002; De Marchi, 2006). Eram quatro etapas, dentro da divisão do trabalho dos agentes ligados à produção, comercialização, distribuição e consumo de música, entre 1975 e 1990, no Brasil.

O agrupamento das quatro etapas é relacionado às suas respectivas particularidades. Othon Jambeiro (1971, p. 45) define como “*artística*” a primeira etapa, ou seja, a confecção do projeto (a idéia do álbum e seu respectivo repertório. Depois, a escolha do artista que é planejada de antemão). A segunda etapa, “*produção*”, se refere à elaboração musical em si, nos estúdios com mixagem, masterização, preparação da fita *master* - depois encaminhada à fábrica. A terceira etapa, “*industrial*”, responde pela fabricação material do disco em suas diferentes etapas, tornando-se um produto tal qual o LP, um compacto duplo ou simples ou uma fita magnética. Por fim, a quarta etapa, ou seja, a comercialização do disco, envolvendo as diferentes tarefas do *marketing* e do planejamento comercial.

Organograma 1 – *Etapas de Produção, Distribuição e Comercialização de Discos no Brasil (1975 a 1990)*

Fonte: elaboração própria com base em Othon Jambeiro (1971).

Nesse momento, o controle das etapas produtivas estava sob o mando de uma única firma – apenas a forma de divulgação e a logística de distribuição eram serviços em que havia a participação de empresas terceirizadas. Todas as demais etapas pertenciam à mesma empresa, notadamente grande em capital, tecnologia e organização.

Entre os profissionais que participavam dessa repartição de funções e tarefas havia músicos (cantores-interpretas, violistas, pianistas, violoncelistas, trompetistas, bateristas, guitarristas, baixistas, entre outros), compositores, arranjadores, técnicos e engenheiros de som, desenhistas, advogados, publicitários, administradores, contadores, serviços gerais e de limpeza, manutenção técnica e elétrica, vendedores e comerciantes.

A organização das empresas do circuito superior musical nesse período tinha uma estrutura que se mantém até os anos 1990. As empresas que detinham o domínio das ações sobre o território nacional, consideradas as maiores, segundo a Associação

Brasileira de Produtores de Disco (ABPD), eram: Phonogram, Odeon, CBS, RA, Continental, Sigla, Copacabana.

Segundo Dias (2000, p. 74) a estimativa da divisão de faturamento entre as empresas desse ramo dava-se na seguinte ordem: Som Livre (25%); CBS (16%); Polygram (13%); RCA (12%); WEA (5%); Copacabana e Continental (4,5%) cada uma; Fermata (3%); Odeon – EMI (2%); K-tel (2%); Top Tape e Tapeocar (1%); outras (11%).

Organograma 2 – *Estrutura da Empresa do Circuito Superior – Brasil (1970 a 1990)*

Fonte: apud Dias, 2000. Disco em São Paulo, 1980, p. 32.

A entrada da música estrangeira no país, no final dos anos 1970, terá um forte volume de unidades de disco vendidos – nos diferentes formatos. Em 1979, o Brasil figurava a quinta posição na venda de discos em todo o globo.

Todavia, nos anos 1980, esse mercado inserido na dinâmica territorial era marcado por uma forte onda e oscilações político-monetárias, já que a macroeconomia criava uma psicoesfera de instabilidade no país.

Desse modo, na década de 1980, as cifras desse ramo de firmas retratam a própria instabilidade do país. Os números cresciam e decresciam em volume de vendas, resultado de uma esfera de regulação econômica cuja preocupação com a saúde financeira das famílias era deslocada aos consumos de bens “supérfluos”, como a música.

Havia, por parte do governo, o esforço para conter a inflação e controlar as despesas públicas e a dívida externa. A sociedade brasileira assistiu, no intervalo de dez anos, a uma sucessão de moedas – face aos planos de ajustes. Em 1989, a taxa inflacionária chegou aos 1.782,9%.

Tabela 5 – *Taxa Anual de Inflação – Brasil (1970 a 1989)*

Ano	Porcentagem	Ano	Porcentagem
1970	19.3	1980	110.2
1971	19.5	1981	95.1
1972	15.8	1982	99.7
1973	15.5	1983	211.0
1974	34.6	1984	223.8
1975	29.4	1985	235.1
1976	46.2	1986	65.0
1977	38.8	1987	415.8
1978	40.8	1988	1037.6
1979	77.2	1989	1782.9

Fonte: Índice Geral de Preços (IGP) da Fundação Getúlio Vargas

A partir de 1985, o processo de aceleração da inflação dá impulso ao agravamento do conflito entre trabalhadores e empresas. Como frisamos, o movimento sindical ganhava força com a abertura política nacional, centrada no ABC paulista.

Em 1985, com a redemocratização do país, depois de vinte anos de governos militares, as aspirações dos trabalhadores e funcionários em recuperar o que havia sido perdido do ponto de vista dos seus direitos trabalhistas, principalmente, durante o período de ajustamento (1981/1983), eclodem.

O tom era: "*reposição salarial*", em parte lograda em 1985. Todavia provocava, então, a aceleração da inflação às vésperas do Plano Cruzado. Os eventos denotam conturbados planos estabilizadores, nos quais havia o congelamento de preços. Em fevereiro de 1986, o Plano Cruzado induziu à estabilização, perdurando alguns meses,

porém a inflação voltou a crescer. Em janeiro de 1989, há um novo congelamento, conhecido como Plano Verão que desindexa¹⁴ a economia e congela a taxa de câmbio.

Assim, diante dessa crise orçamentária, fiscal, econômica e política, as empresas do ramo musical (em sua maior parte estrangeiras), do mesmo modo que a indústria brasileira de bens duráveis e não duráveis, receavam investir em novos produtos, com o risco, por um lado, de não haver demanda, a partir do empobrecimento relativo galopante da maior parte da sociedade; e, por outro, de haver uma resolução macroeconômica em que qualquer lançamento de reforma monetária pudesse ser convertido em prejuízos às empresas.

No entanto, embora a situação macroeconômica estivesse instável, o consumo de bens não cessou, ao menos para esse “setor”¹⁵. Segundo dados da *International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI), apesar dos balanços alternados entre subidas e quedas brutas de consumo de discos, havia, de um modo mais ou menos constante, procura pela música. A tabela a seguir revela a variação de unidades vendidas e o faturamento do conjunto de empresas nacionais entre 1981 e 1990.

O lançamento de LPs, compactos simples ou duplos e fitas-cassete segue um rumo de centralização de comandos e hegemonia das grandes empresas. O dado técnico da produção recai no custo para produzir e organizar. A distribuição e o *marketing* foram fatores centrais à tendência oligopolista na música brasileira.

Nesse sentido, Theodor W. Adorno (2009, p. 250), em seu *Introdução à Sociologia da Música*, publicado em 1979, se opunha à cultura tomada como mercadoria, uma vez que essa cultura era reduto de bens mercantis, tornados culturais. Afirmava então que “*Toda riqueza cultural continuará falsa enquanto a riqueza material for monopolizada*”. E segue, a despeito da música, considerando que esta já “*não constitui, tal como na festa feudal e absolutista, ou, então, no concerto burguês, um estado de exceção, mas logra uma ubiquidade por meio da qual se alinha ao dia a dia*” (Adorno, 2009, p. 256).

¹⁴ Esse sistema é uma forma de ajuste econômico de preços (salários, mas também aluguéis) que respeita o registro oficial de variação de preços. Em conjunturas inflacionárias esse método permite ajustar à inflação o valor ‘real’ das coisas. Essa medida visa manter o poder de compra e consumo social.

¹⁵ Em geral, recusamos usar o termo setor, justamente porque nossa análise não é setorial, mas busca a dinâmica do território a partir de recortes que, em aparência, podem vir a se confundir com os chamados setores da economia. Como temos visto, a divisão do trabalho implica uma repartição de tarefas que não fica restrita a nenhum setor, mas o inverso: é solidária entre o conjunto de empresas, porque há interdependência entre estas.

A música transforma-se, além disso, em produto, em uma mercadoria. Certamente não é apenas isso, embora o seja também; de qualquer modo, passa pelo cálculo e pela medida econômica quando produzida pelas firmas do circuito superior.

Tabela 6 – Venda de Produtos e Faturamento da Indústria Fonográfica Brasileira entre 1981 e 1990 (milhões de unidades e US\$)

Ano	Unidades	Faturamento
1981	45.419	250
1982	60.000	365
1983	52.457	260
1984	43.994	210
1985	45.153	225
1986	74.366	239,1
1987	72.626	187
1988	56.013	232,8
1989	76.975	371,2
1990	45.255	237,6

Fonte: IFPI, 1995

Nessa tabela, vemos a variação entre unidades vendidas e o respectivo faturamento desse ramo de empresas. Devemos tomar o cuidado de não olhar isoladamente nenhuma das colunas, pois o faturamento, em dólar, revela a desvalorização da moeda nacional diante das sucessivas reformas monetárias. À guisa de exemplo, o crescimento de unidades vendidas, em 1987, é maior do que em 1984, embora o faturamento seja menor.

Por meio das tecnologias empregadas, ganhando corpo no território brasileiro, diferentes formatos passam a reproduzir músicas, entre eles as fitas magnéticas, chamadas de K-7 simples e K-7 duplos, os compactos simples, compactos duplos, o LP, o LP econômico, todos constituíam formas de materialização da música.

Genericamente, podemos dizer que esses formatos estiveram presentes até o final dos anos 1980.

As fitas K-7 entraram no mercado brasileiro em 1970. Segundo a Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD), nesse momento, era o LP o formato mais vendido. No entanto, havia um freio ao consumo dos K-7. Os reprodutores de música, normalmente, não dispunham dessa tecnologia e a compra do aparato ia a revés da possibilidade de consumo da classe média e menos abastadas nesse momento.

As fitas magnéticas marcam o início de uma banalização da técnica musical para o ouvinte-receptor. Não seria atrevimento dizer que configuraria a banalização da tecnologia em germe, já que essa tecnologia autorizava a cópia do som do rádio e de discos em fitas magnéticas. Antes disso, os gravadores de voz, mais caros e menos acessíveis, também usavam desse mesmo insumo. A troca musical entre pessoas acontecia pelo empréstimo de fitas e a gravação de produções em discos.

As fitas magnéticas que ganharam volume de comercialização a partir de 1975, no Brasil, não alteraram a divisão social e territorial do trabalho, porque mantiveram o mesmo tipo de estrutura de organização e topologia das empresas. Essa tecnologia, esse vetor de modernização no território, não permitia uma nova organização do trabalho, isto é, a quantidade de funcionários em uma empresa, funções a desempenhar e as formas de produzir, distribuir e de comercializar.

Foram importantes, talvez e principalmente, por inserir um modo de operar a música com novas molduras, entretanto não alterou os pilares da distribuição comercial, tampouco a margem lucrativa dos agentes, mesmo diante da crise econômica da década de 1980.

Contudo, a partir do disco compacto, em 1990, e do sistema de técnicas (ou famílias de técnicas, por assim dizer) que o acompanhava, há uma mudança radical na forma de produzir, distribuir e consumir essas mercadorias musicais.

1.3. Técnicas de Produção e Estrutura Produtiva: a reviravolta do CD

Os anos 1990 começam, no Brasil, com a intenção política de buscar estabilidade econômica, geração de emprego e aumento da capacidade de consumo no país. O contato com a realidade mostra que o plano não foi inteiramente bem-sucedido.

No caso brasileiro, dentre as propriedades mais definidas da ação das empresas nos anos 1990, duas feições são essenciais: a primeira, referente à expansão do controle societário, com base no compartilhamento do controle entre sócios nacionais e estrangeiros; e, a segunda, que diz respeito à formação de uniões entre grupos nacionais com a finalidade de aumentar seu lastro sobre o território (BNDES, 1999).

Nesse momento da história mais recente do país, diante das reformas propostas pelo então presidente Fernando Collor (1990 a 1992 – deposto pelo *impeachment*), buscou-se a injeção de recursos na economia, com o aumento dos impostos, consolidação da abertura externa e uma nova reforma monetária.

Esses pressupostos estariam dentro do chamado “Consenso de Washington”. Nesse receituário de medidas macroeconômicas, a privatização de empresas públicas era o chamariz, promovendo a entrada de grupos com capacidade de organizar suas ações em todo o território nacional, muitas vezes com o uso de empréstimos feitos pelo BNDES.

Essa mesma tendência de privatizações¹⁶ é seguida pelo governo de Fernando Henrique Cardoso (1994 a 2002), sustentado pelo aumento de consumo das classes médias, sobretudo entre os anos de 1994 a 1997, com o Plano Real (1994) implantado.

Segundo dados do BNDES (1999), operações de fusão e aquisição foram responsáveis por 30% da entrada desse tipo de investimento, em 1995, e, por 32,5%, em 1996.

O poder entre as empresas tende a aumentar com a liberação da economia. Isso se evidencia nas grandes empresas da música, em que grandes grupos, já presentes no país, consolidam seus alcances no território nacional. Entre os discursos da economia,

¹⁶ No Brasil, o ingresso do investimento direto estrangeiro também esteve fortemente associado ao processo de privatizações e ao movimento de fusões e aquisições. Os investimentos destinados à aquisição de empresas estatais chegaram a US\$ 2,6 bilhões em 1996, dobrando, em 1997, para US\$ 5,2 bilhões, o que representava 28% desses investimentos observados no país nesses anos (BNDES, 1999).

um grupo com voz ativa pondera que a fusão¹⁷ de grupos diferentes e rivais tende a garantir maior capacidade de competição no mercado interno e externo.

As principais implicações dessa evolução são: (i) o aparecimento de megacorporações (grandes grupos com atuação em diversos ramos), (ii) a concentração das escalas de comando, ainda que com a descentralização da produção e (iii) a diminuição da mão de obra.

A transição entre os governos de F. Collor, passando por Itamar Franco (1993-1994), até F. H. Cardoso, produziu um contexto bem particular para as empresas ligadas à música no Brasil. Conforme aponta Dias (2000, p. 105), *“de 76.686 milhões de unidades vendidas em 1989, retrocede a 45.225 milhões em 1990, mantendo-se os mesmo índices em 1991, com 45.130 unidades. [...] o balanço final de 1992 aponta 30.958 milhões de unidades”*. De acordo com Eduardo Vicente (2002, p. 146), a partir de 1993, com a transição dos governos e de ajustes macroeconômicos, *“o preço dos suportes musicais (LPs, CDs e cassetes) caía em torno de 14% em relação ao ano anterior, o salário médio real subia 9,3% de janeiro a outubro, possibilitando uma retomada de crescimento para a indústria”*. A elevação do consumo de música, em unidades físicas, crescia a partir de então.

¹⁷ Fusões e aquisições se referem às transações que são realizadas visando a junção de duas ou mais empresas em uma única firma (fusão) ou a compra de participação acionária em uma empresa já existente, sem que isso implique necessariamente seu controle por meio da posse total das ações.

Tabela 7 - *Venda de Unidades Físicas e Faturamento da Indústria Fonográfica - Brasil (1989 a 1995) - em milhões de unidade e US\$*

Ano	LP	K7	CD	Total	Faturamento
1989	56.7	17.8	2.2	76.6	371.2
1990	31.4	9.9	3.9	45.2	237.6
1991	28.4	9.0	7.7	45.1	374.8
1992	15.8	5.3	9.8	30.9	262.4
1993	16.3	6.8	21.0	44.1	437.2
1994	14.4	8.5	40.1	66.0	782.5
1995	7.2	7.1	56.7	71.0	930

Fonte: Dias, 2000 – dados da IFPI, Londres, 1996; ABPD, Rio de Janeiro, 1995

A tabela 7 mostra-nos a primeira metade da década de 1990, justamente o período de estabilização monetária e inflacionária nacional, com aumento da capacidade de consumo pelos diferentes segmentos da sociedade. O faturamento da indústria praticamente triplica entre 1989 e 1995.

Esse momento é muito relevante, pois uma variável-força¹⁸, protagonizada pelo CD, instala-se no território nacional, provocando a passagem numa via de mão dupla: o aumento do consumo de CDs e a diminuição progressiva do consumo de LPs e fitas magnéticas musicais.

O CD passa a ter um consumo mais difundido na sociedade, inicialmente centralizado na região concentrada do país, porém progressivamente distribuído pelas porções do território nacional.

O CD, sua tecnologia, acompanhada de uma família de técnicas, os reprodutores, e mais tarde (a partir de 1995), os computadores.

A aceleração das invenções, própria do fenômeno da *aceleração contemporânea* (Santos, 1994), baixou rapidamente o custo por meio do acesso à tecnologia. Ainda na

¹⁸ Variável força e variável suporte são *idéias* elaboradas por Milton Santos (1985). Na primeira, os vetores de modernização são de uso exclusivo dos atores hegemônicos que a produzem. Na segunda, seu uso difunde-se pela sociedade e se torna ampliado.

primeira metade dos 1990, os toca-cds portáteis já ganhavam mercado e o consumo se disseminava pelo território.

O uso desses objetos no espaço geográfico convidava a uma maior participação da música no cotidiano das cidades. Esse movimento já acontecia desde o walkman, os portáteis de fita K-7 e rádio, de que falava Michael Bull (2000), no livro *Sounding out the city*. Neste livro o autor trata de que modo, em uma perspectiva sociológica, as pessoas são afetadas pelo uso de tocadores no dia-a-dia e suas respectivas relações com a urbe.

Retomaremos essas idéias mais adiante. Importa, aqui, versar sobre a redefinição da estrutura das empresas ligadas à música. A partir da entrada da variável-força (CDs e tocadores), numa sociedade já urbanizada, (como apontam as tabelas 1 e 4; e, o gráfico 1), havia maior demanda por música.

Um dos indicadores dessa tendência ao aumento da produção musical, em 1990, foi a criação da MTV Brasil, por meio de concessão da MTV Internacional ao Grupo Abril, “a MTV mantém uma programação de 24 horas, exibindo shows, entrevistas e notícias voltadas ao show bizz” (Vicente, 2002, p. 151).

Além disso, a digitalização da música consolida o alargamento da produção para outras camadas da população e outros agentes de produção. Os instrumentos de fabricação e consumo se tornam digitais: transformam a estrutura de produzir, distribuir e consumir. As etapas de produção já não são centradas em um mesmo agente e a terceirização de serviços abre um interstício para a ação de micro e pequenos estúdios de gravação e de ensaio.

Há uma reestruturação das grandes firmas de música, em marcha nos anos 1990 e início dos anos 2000, na qual há considerável diminuição do volume de mão de obra empregado (entre técnicos, faxineiros, ajudantes, engenheiros de som e músicos), embora se mantenha o papel de comando centralizado na presidência e na diretoria das respectivas empresas.

O organograma a seguir retrata essa nova arquitetura da estrutura produtiva das *majors*.

Organograma 3 – *Estrutura das Empresas Musicais do Circuito Superior - Brasil (1990)*

Fonte: Dias, 2000

Essa é a estrutura geral de comando das empresas do circuito superior, a partir dos anos 1990. As etapas de pré-produção, produção em si (gravação em estúdios), fabricação dos discos nos formatos LP, K-7 e CD e, por fim, distribuição e logística, foram descentralizadas e passaram, na maior parte das vezes, a ser realizadas por outras empresas.

Como ressalta Néstor García Canclini (2008, p. 88) sobre o caráter das corporações na música, *“As majors da indústria musical, por exemplo, são empresas que se movem muito à vontade entre o global e o nacional. Os dirigentes da economia e da mídia falam em glocal”*. Essa relação de produção de mercadorias nacionais e distribuição de músicas estrangeiras estão no seio das atividades dessas firmas.

Por seu turno, quanto à produção, a terceirização deu lugar a pequenas e médias empresas que passaram a prestar serviços como gravação, masterização, mixagem, fabricação de discos e encartes. Veremos como a abertura desse mercado possibilitou novas formas de trabalho nas cidades brasileiras com menor grau técnico, de capital e de organização. A pulverização de atividades musicais em serviços terceirizados implica uma distribuição espacial e uma nova repartição de funções e formas de trabalho.

O que nos é central, ao objetivo do que queremos cumprir, é entender que não existem antagonismos nisso: a nova estrutura de mando das firmas, cujo clímax acontece na primeira metade dos anos 1990, não condiz necessariamente com a quebra do mercado.

Ao considerar que a Philips, detentora da Polygram (gravadora), era a produtora das variáveis-força na música, ao lançar tecnologias, como o disco de vinil estéreo e o disco compacto, estamos autorizados a ponderar (e voltaremos a isso mais adiante) que o circuito superior muda de acordo com a estrutura que ele próprio cria, mutável, por sua vez, segundo o período e o estado das técnicas.

Queremos dizer que as mesmas empresas que se queixam da pirataria e da queda das vendas de discos são, igualmente, as criadoras dos novos objetos que reorganizam a produção, distribuição e consumo musical. Esses agentes, empresas do circuito superior, produzem as modernizações e os novos objetos, dominando o mercado, porque criam a oferta e, concomitante (senão antes), germinam a demanda.

A partir dessa leitura buscamos analisar sob quais condições os atores passam a coexistir, nessas grandes centralidades urbanas, com a força dos agentes do circuito superior em uma nova disputa de mercado, em que as empresas ou negócios não hegemônicos tornaram-se entraves ao domínio pleno dos agentes do circuito superior.

Para tanto, parece-nos acertado retomar as idéias sobre a urbanização do território nacional e suas matrizes teóricas. É a partir da urbanização que toda estrutura produtiva ganha novos contornos e características. Um lugar com grande densidade demográfica e um extenso meio construído cria uma enorme e complexa divisão social e territorial do trabalho, fomentando um largo mercado. Daí a inexorável tarefa de apreender os conteúdos da urbanização brasileira.

Capítulo 2

Traços da Urbanização Brasileira e da Música

Ilustração de Julio Meiron

*Cada ponto do espaço existe, e é pensado aí onde existe,
um aqui, outro ali, o espaço é a evidência do onde.*

*Eu não vejo [o espaço] segundo o seu invólucro exterior, vivo-o por
dentro, estou englobado nele. Afinal de contas o mundo está em torno de
mim, e não adiante de mim.*

Maurice Merleau-Ponty, 1975.

O segundo capítulo está estruturado em três partes: a primeira retomará o mote da urbanização brasileira, sua gênese histórica; já a segunda parte tratará dos estudos urbanos sob a luz da teoria dos dois circuitos da economia; por fim, a terceira parte buscará ampliar a reflexão até aqui exposta sobre o cotidiano das cidades e a participação da música aliada aos novos equipamentos de som em cidades brasileiras.

2.1. A Urbanização Terciária Brasileira

O Brasil, mas não seria errôneo dizer a América Latina como um todo, não conheceu o mesmo caráter da urbanização que os nossos colonizadores do continente europeu. Embora esse debate não nos caiba, a roupagem que não nos serve também não pode acomodar o peso de nossa realidade, como bem nos recorda com letras delicadas Gabriel García Márquez (2011, p. 26), em seu discurso em Estocolmo, em 1982, na ocasião do recebimento do prêmio Nobel:

“Não é difícil entender que os talentos racionais deste lado do mundo, extasiados na contemplação de suas próprias culturas, tenham ficado sem um método válido para nos interpretar. É compreensível que insistam em nos medir com a mesma vara com que se medem, sem recordar que os estragos da vida não são iguais para todos, e que a busca da identidade própria é tão árdua e sangrenta para nós, como foi para eles. A interpretação de nossa realidade a partir de esquemas alheios só contribui para tornar-nos cada vez mais desconhecidos, cada vez menos livres, cada vez mais solitários”.

A interpretação da realidade nos é própria e ‘teorias estrangeiras’ não podem dar conta daquilo que não enxergam. Ao tratar da urbanização, o tema da industrialização certamente não deve ser negligenciado, contudo as condições de realização dos diferentes fatores de produção, em diferentes formações socioespaciais – mediadoras das ondas de modernização planetárias – sobrevêm plenas de singularidades.

A revolução industrial teve sua raiz na Grã-Bretanha e se alastrou com a força das palavras iluministas (John Locke como um dos precursores, não à toa, inglês nascido em 1632) pelo continente Europeu. A ressalva é que a força com que a variável industrial impeliu a urbanização europeia não foi similar à nossa.

Milton Santos (2008, p. 23), em seu Manual de Geografia Urbana, faz alusão ao fato de que *“Não houve nos países subdesenvolvidos, como aconteceu nos países industriais, uma passagem da população do setor primário para o secundário e, em seguida, para o terciário. A urbanização fez-se de maneira diferente e tem um conteúdo também diferente: é uma urbanização terciária”*.

Diante dessa perspectiva à qual a nossa formação histórica nos vincula, cabe-nos recusar a idéia, uma vez refletida e sistematizada, produzida por europeus e reproduzida por conterrâneos, de que a associação entre o fenômeno da urbanização e a industrialização eram fenômenos de causa e efeito diretos para explicar nossas estruturas demográficas e urbanas nas cidades.

A despeito disso, a industrialização é um fenômeno dentro do processo de modernização e de abertura político-econômica de nosso continente. Por isso a tomamos como gradiente ou vetor da dinâmica de nossos países, mas não como vetor central de explicação isolada.

“A urbanização desenvolvida com o advento do capitalismo aparece na Europa como fato moderno logo depois da Revolução Industrial. Mais recentemente, e paralelamente à modernização, ela se generaliza nos países subdesenvolvidos; por isso, costuma-se associar a idéia de urbanização à de industrialização” (Santos, 2008, p. 13).

A industrialização brasileira, remontando aos anos entre 1930 e 1970, acentua o processo de urbanização, auferindo importante valor explicativo na configuração territorial recente do país.

No Brasil, a partir dos anos 1930, com a organização de condições sociais e políticas, impulsionava-se a indústria e as cidades formadas pelo comércio, basicamente, passavam a concentrar fábricas de manufaturas. A ideologia do crescimento econômico e as políticas de planejamento do Estado criaram condições a essas ondas de modernizações, com o aparelhamento do território nacional a dar insumos ao acolhimento das verticalidades externas.

A industrialização e a concentração de postos de trabalho nas cidades criam uma relação de *interdependência* de funções, quer dizer, uma maior e mais complexa divisão territorial e social do trabalho. O comércio em cidades cuja função era nó de circulação das mercadorias (cidades portuárias e entrepostos ferroviários), evidencia esse caráter

da formação urbana que, mais tarde, soma-se às manufaturas para criar um amplo mercado de produção e consumo dos mais diversos bens e serviços.

Max Weber (1921, p. 68) dirá então que *“Toda a cidade no sentido que aqui damos a essa palavra é um ‘local de mercado’, quer dizer, conta como centro econômico do estabelecimento de um mercado local”*. Para Jean Rémy e Liliane Voyé (1997, p. 14) a cidade é *“o lugar onde as inter-relações são decisivas e se traduzem na própria morfologia”*. É a vida de relações ou, mais claramente, o sistema de ações mais as formas geográficas, o meio construído urbano ao qual Harvey (1982) faz referência; o sistema de objetos, ao qual Baudrillard (1973) se refere, que juntos configuram a face da urbanização.

No Brasil, mas estendendo-se aos países da América Latina, a principal razão do crescimento demográfico se deve, principalmente, à queda da taxa de mortalidade. Yves Lacoste (1975, p. 105), em seu livro *Geografia do Subdesenvolvimento*, faz referência a esse fenômeno ao delinear que *“Esse forte crescimento demográfico resulta de uma grande redução das taxas de mortalidade, enquanto as taxas de natalidade permanecem num nível elevado”*.

Não obstante, *“O aumento de natalidade é não só um subproduto da diminuição da taxa de mortalidade, como ainda um corolário do crescimento econômico”* (Santos, 2008, p. 16). As características da população urbana (migrações e crescimento natural) permitem entender a estrutura demográfica, tal como sistematizar sua estrutura econômica.

Desde a década de 1950, o Brasil conhece um intenso processo de urbanização, resultado de diferentes lastros de modernizações no território nacional. Esses anos representaram um marco nos países, então reconhecidos como subdesenvolvidos, pois figuravam um novo nexos capitalista, a partir do incremento de técnica e ciência nos usos do território nesses países. A Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílios (PNAD), do IBGE, abaixo, contém dados importantes, contemporâneos, sobre a dinâmica da população brasileira.

Tabela 8 - *População por situação do domicílio - Brasil (1950/2010) - em milhões de habitantes e porcentagem*

Ano	Total	Rural	Rural %	Urbana	Urbana %
1950	51,9	33,2	64%	18,8	36%
1960	71	39	55%	32	45%
1970	94,5	41,6	44%	52,9	56%
1980	121,1	39,1	32%	82	68%
1991	146,9	36	25%	110,9	75%
2000	169,6	31,8	19%	137,8	81%
2007	189,8	31,4	17%	158,4	83%
2010	190,7	29,8	16%	160,8	84%

Fonte: IBGE, PNAD 2007 e Censo 2010

A tabela indica o significativo aumento da população urbana na formação socioespacial brasileira na segunda metade do século XX. A criação de postos de trabalho em serviços, indústria e comércio, assim como o acesso ampliado a serviços básicos de saúde, educação, moradia e transporte suscita o deslocamento de parcelas de população, antes residentes em áreas rurais. Mas esse dado, por si apenas, não explica a totalidade do fenômeno.

María Laura Silveira (2006, p. 150) nos recorda que o aumento da população urbana implica novas relações na divisão do trabalho intra-urbano. Isso significa maior divisão do trabalho nas cidades, em razão das especializações produtivas, pela demanda de mão de obra fabril e também pela concentração de terras no país.

A autora considera, em meados de 1960, que tais fenômenos tendiam a favorecer o deslocamento dessas camadas de população às cidades. Por essa razão,

“Os excedentes de população, cada ano mais numerosos, encontraram um refúgio nas cidades. Isso explica um crescimento urbano superior a 10% anuais em vários centros regionais e de 6% nas grandes metrópoles, enquanto o número de empregados aumentava num ritmo ainda maior” (Silveira, 2006, p. 150).

A mobilidade da força de trabalho, no Brasil, em meados de 1970, era uma importante variável da conformação das cidades no país e do fenômeno urbano então em crescimento. Olga M. S. Becker (1997, p. 343) pondera que

“Neste sentido, torna-se importante destacar os fatores estruturais que determinam o surgimento e os desdobramentos dos fluxos migratórios. A primeira mola propulsora destes deslocamentos seria sócio-econômica, determinada pelo processo de acumulação de capital; somente num segundo momento poderia se falar nas condições subjetivas e nas características dos migrantes”.

Tais deslocamentos encontram também um denominador comum que se refere à busca por condições de vida mais satisfatórias, oferecidas, em termos mais ou menos gerais, pelas aglomerações urbanas.

M. Santos e M. L. Silveira (2001, p. 202) entendem que a partir do processo recente de urbanização houve uma relação entre a urbanização nacional e a revolução demográfica no país. Em especial nas cidades médias esse fenômeno foi acentuado.

“Desde a revolução urbana brasileira, consecutiva à revolução demográfica dos anos 50, tivemos, primeiro, uma urbanização aglomerada, com aumento do número – e da respectiva população – dos núcleos com mais de 20 mil habitantes, e em seguida uma urbanização concentrada, com a multiplicação de cidades de tamanho intermédio, para alcançarmos, depois, o estágio da metropolização”.

A própria idéia de metropolização é também produto do adensamento populacional, levando a maior repartição de tarefas e funções, postos de comando e postos de trabalho, cada vez mais densos, mais complexos e organizados, segundo uma hierarquia de funções intraurbana e regional.

Sobre isso, Maria Adélia Aparecida de Souza (1988, p. 14) apontará que *“O fenômeno da metropolização é aqui entendido, de forma bastante genérica, como o crescimento desmesurado de uma cidade ou aglomeração, em relação ao sistema urbano a que pertence”*. O fenômeno da urbanização, bem como toda história numa acepção marxista, está relacionado ao trabalho. Em outros termos, a maneira pela qual o homem muda seu meio, em função das suas necessidades elementares ou de sua satisfação moral ou ideológica.

As cidades, sobretudo as metrópoles, são grandes complexos de superpostas divisões do trabalho. Segundo Georg Simmel (1950, p. 21), *“As cidades são (...) sede da mais alta divisão econômica do trabalho”*. Acumulam grandes concentrações de

parcelas pobres da população. A desigualdade de renda tende à diferenciação na natureza do consumo, sua periodicidade e a sua localização na cidade.

O Brasil é, diante da análise histórica, um país com uma brutal desigualdade de renda. Celso Furtado (1968), no livro *Um Projeto para o Brasil*, revela como a estrutura da renda concentrada no país abriga o subemprego; referência também medida noutro conjunto de preocupações por Jacqueline Beaujeu-Garnier (1978, p. 332), ao analisar os fatores que levam ao desemprego: “*Um acidente econômico, uma parada no ritmo de crescimento, um progresso técnico tal como a automatização, uma desarmonia entre a capacidade produtiva e a capacidade do mercado, de quaisquer desses fenômenos resultará o aumento, talvez sério, do índice de desemprego*”.

O desemprego é uma dura condição de existência à vida dos indivíduos, mas igualmente para a macroeconomia nacional. O desemprego afeta, de um lado, a capacidade de consumo, e, de outro, a participação na estrutura produtiva que confere sentido à existência do cidadão em sociedade.

A ausência de emprego, muitas das vezes, é a falência de eficientes ajustes político-financeiros que pode levar ao aumento da pobreza relativa e da pobreza absoluta na sociedade. Pode ser analisada do ponto de vista qualitativo, focada na ação individual e, também, de uma perspectiva quantitativa, colaborando a perceber a dinâmica da macroorganização do país.

As tabelas abaixo refletem o nível de desocupação da mão de obra no Brasil (a tabela 9 entre os anos de 1992 a 2007; e, a tabela 10, de 1998 a 2011), entre a População Economicamente Ativa.

Tabela 9 – *Taxa de Desocupação em População de 10 anos ou mais de idade - Brasil*
(1992 a 2007)

Ano	1992	1993	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Taxa de Desocupação	6,5	6,2	6,1	6,95	7,82	9	9,65	s/d	9,35	9,16	9,73	9,03	9,44	8,51	8,1

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: 1992/2007. Nota: nos anos de censo demográfico a PNAD não vai a campo; em 1994, não foi realizada.

Tabela 10 - Taxa de desemprego aberto, por posição no domicílio
Regiões Metropolitanas – Valores em Porcentagem da PEA
(1996 a 2011)

Período	Belo Horizonte			Distrito Federal			Porto Alegre		
	Total	Chefe	Demais membros	Total	Chefe	Demais membros	Total	Chefe	Demais membros
1996	7,8	3,4	10,6	10,8	4,3	15,2	9,1	4,9	12,9
1997	8,7	3,6	12,1	11,2	4,3	16,0	9,6	5,5	13,4
1998	10,3	4,2	14,2	12,3	4,9	17,6	11,2	6,0	15,6
1999	11,8	5,3	15,9	14,4	6,1	20,4	12,1	6,2	17,0
2000	11,5	5,4	15,5	13,3	5,8	18,8	10,5	5,1	14,9
2001	11,4	5,3	15,3	13,1	5,5	18,5	9,6	4,6	14,1
2002	11,5	5,1	15,8	12,9	5,2	18,3	10,0	5,1	14,2
2003	12,5	5,5	17,0	14,7	6,1	20,8	11,1	5,4	15,9
2004	12,6	5,3	17,2	13,0	4,7	18,9	10,7	4,8	15,6
2005	10,7	4,4	14,9	12,4	4,6	17,9	10,3	5,0	14,7
2006	9,7	3,7	13,7	11,2	3,7	16,4	10,2	5,0	14,6
2007	8,8	3,3	12,5	11,5	4,0	16,9	9,7	4,6	13,9
2008	7,5	2,9	10,7	10,8	3,7	15,8	8,3	3,9	12,0
2009	8,0	3,6	11,2	10,6	3,3	15,7	8,6	4,1	12,5
2010	6,8	2,9	9,5	9,3	2,9	13,8	7,0	3,3	10,3
2011	6,0	2,6	8,4	8,9	2,9	13,2	6,2	3,0	9,0
Período	Recife			Salvador			São Paulo		
	Total	Chefe	Demais membros	Total	Chefe	Demais membros	Total	Chefe	Demais membros
1996	-	-	-	-	-	-	10,0	4,5	14,0
1997	-	-	-	12,4	5,9	16,5	10,3	5,0	14,2
1998	11,8	5,8	15,9	14,2	6,8	18,9	11,7	5,8	16,1
1999	11,8	6,1	15,7	15,6	7,6	20,6	12,1	6,0	16,6
2000	11,3	5,4	15,3	15,0	6,9	20,2	11,0	5,3	15,3
2001	12,0	5,3	16,7	16,4	7,5	22,1	11,3	5,3	15,6
2002	11,2	5,5	15,1	16,3	7,7	21,8	12,1	5,6	16,8
2003	13,8	6,3	18,9	17,0	8,5	22,4	12,8	6,1	17,7
2004	14,3	6,8	19,4	14,9	7,1	20,0	11,6	4,9	16,5
2005	14,0	6,5	19,2	14,2	6,2	19,7	10,5	4,4	15,0
2006	13,5	6,0	18,8	15,0	6,6	20,7	10,4	4,3	14,9
2007	12,3	5,8	17,0	13,8	5,4	19,5	10,1	4,2	14,5
2008	11,9	5,3	16,6	12,1	5,0	16,9	9,2	3,5	13,5
2009	11,6	5,1	16,3	12,1	5,7	16,6	9,9	4,6	14,0
2010	9,8	4,0	14,1	11,0	4,8	15,6	8,8	3,7	12,8
2011	8,5	3,7	12,0	10,4	4,6	14,9	8,3	3,6	11,9

Fonte: Convênio DIEESE/SEADE, MTE/FAT e convênios regionais. PED - Pesquisa de Emprego e Desemprego

A tabela 10 indica a participação de desempregados na PEA, quantificando a expressiva estimativa entre os anos de 1996 a 2011. A oferta de mão-de-obra tende a ser

abundante no Brasil e o conjunto de dados da tabela aponta que nessas áreas há uma importante parcela sem renda fixa. Os chefes de família apresentam um menor índice de desemprego, enquanto que os demais membros retêm taxas mais elevadas. Do mesmo modo, as taxas de desemprego nas Regiões Metropolitanas tende a ser maior do que nas demais áreas. O problema do desemprego e do subemprego reveste as grandes cidades de contornos nos quais a reprodução material se dá com vicissitudes às parcelas de população.

Ainda que no último decênio as taxas de desemprego brasileiras conheceram patamares mais reduzidos, frente à série histórica, não é possível prescindir do fator qualitativo desse índice. Em outras palavras, as cidades (as regiões metropolitanas na tabela) continuam a ser o lócus de uma massa de mão de obra que vive de rendas ocasionais, “bicos” e serviços sem registro em carteira.

Por isso, o circuito inferior da economia urbana não cessou de alargar sua espessura, mas cambiou sua especificidade diante dos novos vetores de modernização no território, inclusive nas novas qualidades do trabalho na história do presente.

O conteúdo da pobreza e seu entendimento ganha, hoje, novas linhas de problematização, incluindo novas especificidades do circuito inferior na formação socioespacial brasileira, com a banalização de tecnologias comunicacionais e objetos que permitem maior mobilidade. Partimos da idéia de que o conceito de pobreza é relacional. Desse pressuposto, de acordo com Maria Lucia Lopes da Silva (2009, pp. 126-127), *“a pobreza não pode ser definida de forma única e universal. Ela deve se referir a situações de privações em que os indivíduos não conseguem manter um padrão de vida correspondente ao estabelecido e socialmente aceito em cada contexto histórico”*.

Anterior a M. L. L. da Silva, Milton Santos (2003, p. 115), já chamava atenção para a perspectiva de que *“Não se é menos pobre porque se ganha mais. É preciso levar em conta o modo como o produto global está distribuído e a constante modificação da estrutura do consumo”*. Seria leviano se, em nossas análises, deixássemos nos ludibriar pelos espasmos de consumo, vividos hoje no Brasil, pela via da creditização, quando o acesso a bens universais e direitos de cidadania seguem negligenciados à parcela da população.

A pobreza não é medida em valores absolutos, mas relacionais. Frente aos acontecimentos dos tempos correntes no país é preciso evidenciar que não é o consumo em si a tornar um cidadão mais ou menos pobre. A relação é direcionada mais pela forma e pelas condições com as quais esses agentes usam o território, tornando-se mais ou menos pobres diante de uma estrutura global de consumo na sociedade e dos direitos universais aos quais possuem ou não acesso, e, menos pelo consumo específico de objetos.

É a historicidade do país no conjunto de situações visualizadas pelo acesso aos instrumentos de trabalho, moradia e serviços universais (saúde, educação e cultura) e menos a capacidade de aquisição de bens de consumo duráveis e não duráveis que faz de um indivíduo ou grupo de indivíduos mais ou menos pobre.

A pobreza é vinculada ao espaço geográfico cujo conteúdo é redefinido a cada período histórico, por certo estado das técnicas e pelas variáveis que acionam o motor da história nos lugares. A abordagem da urbanização nacional pela via da teoria dos dois circuitos nos oferece uma sutil percepção sobre esse movimento de formas de consumo diversificados e híbridos que coabitam nas metrópoles.

As cidades, concentradoras de uma larga massa pobre, permitem mais facilmente a diversificação do trabalho, muitas vezes não ancorado na produção de postos de emprego, mas de trabalhos ocasionais e sem garantias trabalhistas. Daí a produção de dois subsistemas econômicos urbanos, uma vez que o circuito superior,

“Consiste nas atividades criadas em função dos progressos tecnológicos e das pessoas que se beneficiam deles. O outro [circuito inferior] é igualmente um resultado da mesma modernização, mas um resultado indireto, que se dirige aos indivíduos que só se beneficiam parcialmente ou não se beneficiam dos progressos técnicos recentes e das atividades a eles ligadas” (Santos, 1979, p. 29 – grifo nosso).

Os agentes sociais mais fracos, ou com menor poder, resistem nos interstícios que as possibilidades técnicas ampliam no atual período. A cidade possibilita, também, a coexistência de formas, de diversos momentos, que se somam à paisagem urbana. Roberto Lobato Corrêa assegura que *“A cidade e a rede urbana reatualizam-se, possibilitando a coexistência de formas e funções novas e velhas”* (2006, p. 280). Mormente, as atividades do circuito inferior encontram nas formas antigas das cidades a

possibilidade de realização de tarefas, preenchendo-as com outros conteúdos, sobretudo pela acessibilidade do custo envolto.

A isso Milton Santos denomina “*rugosidades*” (1996, p. 36). As rugosidades são formas geográficas capazes de exercer uma “*inércia dinâmica*” de formas herdadas, numa diferenciação espacial e no alargamento desigual das ondas de modernidade.

A expansão tecnológica, aliada a uma mão-de-obra abundante e uma sociedade rica em símbolos, faz da cidade um mercado fecundo à produção desses símbolos, acolhidos no meio construído.

2.2. Superposições de divisões do trabalho nas cidades

A cidade é um enorme rendilhado de divisões do trabalho (Silveira 2004; 2007; 2009; 2010). A superposição de vários tipos e meios de trabalho a exercer suas atividades no espaço geográfico gera renda e mecanismos de subsistência. As cidades, sobretudo, permitem o coexistir com outros atores, cujos graus de organização, capital e tecnologia são distintos. Essa é, a justo propósito, a própria definição dos circuitos da economia urbana.

A existência na cidade de diferentes capacidades de consumo produz a seleção de indivíduos aptos a consumir tal e qual bem ou serviço, diferenciando-os por estratos e camadas sociais. O papel da informação, a partir da técnica (televisores, rádio, Internet), incute o desejo ao consumo de certos objetos, ampliados pela técnica da propaganda e do *marketing*. Esses anseios se tornam denominador comum em diferentes grupos sociais; é o resultado do efeito demonstração.

Analizamos a cidade como um grande sistema urbano, a partir de dois subsistemas: o circuito superior e o circuito inferior. Ambos interagem e estão vinculados, dependem um do outro e estabelecem relações, são subsistemas do sistema global, no qual estão inseridos.

Existe dentro do subsistema do circuito superior uma porção marginal, em contato *intermezzo*, à qual M. Santos chamou de Circuito Superior Marginal (1979, p. 103). Em outras palavras, é uma porção moderna, pois está inserida na divisão do

trabalho hegemônico, mas compartilha da vulnerabilidade do circuito inferior e se relaciona diretamente com ele.

A diferença de renda é a propulsora dos dois circuitos da economia, responsáveis pela estrutura econômica, mas, do mesmo modo, pelo processo de organização do espaço, com a fabricação de diferenças quantitativas e qualitativas dos tipos e regularidades do trabalho e do acesso ao consumo.

O circuito superior é decorrência direta das modernizações, formas de organização complexas e capacidades tecnológicas maximizadas. O circuito superior é o reino das grandes empresas, detentoras das variáveis-força no período.

O circuito inferior, em contraste, é constituído por atividades de uma economia com menores dimensões, micro e pequenas atividades que abrangem as camadas mais pobres da população, com suas relações mais bem sedimentadas no lugar e seu entorno. Esse conjunto de atividades não conta com capitais volumosos, não apresenta um grau de organização complexo, não possui mão de obra especializada e não detém, tampouco, as variáveis-força do período. No entanto, se utilizam das variáveis-suporte na sua reprodução material, agrupando um largo número de empresas, caracterizado pela existência de atividades modernas, porém sem complexos graus de organização.

As diferenças entre os circuitos se baseiam em três variáveis: a primeira, tecnologia, visto que no circuito superior normalmente há, a diferença do circuito inferior, um investimento alto e permanente.

A segunda variável - grau de organização - se refere aos mecanismos de organização e divisão do trabalho das empresas. O circuito superior tende a ser mais burocrático, com uma repartição complexa de funções, embora, hoje, haja um esforço a romper essa burocracia com a implementação de formas de trabalho flexíveis e diretas¹⁹. O circuito inferior se caracteriza por ter uma organização simples, em geral, com poucos ou apenas um funcionário. Apesar do número reduzido de funcionários a desempenhar funções, o circuito inferior abriga a maior parcela de ocupações remuneradas no país.

A terceira variável, capital, mostra que, no circuito superior, os preços por produtos ou serviços são fixos, enquanto que no circuito inferior são negociáveis. O

¹⁹Richard Sennet (2000), no livro, *A corrosão do caráter*, trata dessa desburocratização de funções e do regime do novo capitalismo que tende a flexibilizar funções e hierarquias.

crédito, no circuito superior, é uma demanda perene, via crédito bancário institucional (público e privado), porém, em contraste, no circuito inferior, há uma tendência a que o crédito, quando exista, seja pessoal.

A partir das variáveis principais, outras devem ser consideradas. O lucro por produto ou serviço no circuito inferior é alto, no entanto de menor volume. Em contrapartida, no circuito superior, há um grande volume de capital resultado do lucro, mas, dependendo dos ramos, um baixo lucro por unidade. O volume de negociações garante um lucro maior para os atores hegemônicos, a chamada economia de escala.

Sobre a dependência ao mercado externo, no circuito superior é elevada, com suas atividades voltadas para fora do país, à diferença do circuito inferior, cuja dependência é reduzida ou, por vezes, inexistente.

O circuito superior, ainda que dependa do circuito inferior, estabelece com este último uma relação de subordinação e domínio, porque na maior parte das vezes, senão todas, as variáveis técnicas (que inclui a ação) partem de atores do circuito superior²⁰, restando aos atores do circuito superior marginal e inferior adaptarem-se a esses novos movimentos.

De acordo com M. L. Silveira (2011, p. 12) “*o circuito superior adquire autonomia, mas não independência*”, porque está ligado ao resto da sociedade por uma relação da qual não pode prescindir. Com o fim de aumentar seus lucros, os agentes do circuito superior precisam vender produtos e serviços de todos os níveis e ordens, até serviços financeiros; e, assim, não se permitem deixar lacunas no mercado. Todos os mercados tornam-se potenciais de expansão.

“Em um verdadeiro sistema de vasos comunicantes, o circuito inferior nasce e se desenvolve em função tanto da instalação das demandas criadas pela economia hegemônica como do desemprego estrutural. Em outras palavras, as pequenas atividades permitem sobreviver pela criação de oportunidades de trabalho e, ao mesmo tempo, consumir bens e serviços de menor valor agregado. Quanto mais aguda é a situação de oligopólio, maior é a quantidade de tais atividades de sobrevivência, nas quais as equações de custo e lucros são subordinadas ao comportamento da economia superior” (Silveira, 2011, p. 11).

Nessa dinâmica, criam-se novos mercados, todavia, não produzidos pelo circuito superior da economia, mas pelos atores com baixo grau técnico, com pouco capital e sem maior grau de organização, características do circuito inferior. De tal modo, outras

²⁰ Como mencionamos ao final do primeiro capítulo com o caso Philips.

atividades são consideradas pela autora, como *"Quitandas, mercearias, armazéns, minimercados, padarias, açougues, peixarias, venda de frutas e verduras coexistem com as densas topologias dos grandes supermercados e das modernas lojas de conveniência"* (Silveira, 2004, p. 12).

A criação de micro e pequenas empresas ou formas de trabalho escapa, por vezes, às normas do Estado e suas atividades se espelham no consumo produzido pelos agentes do circuito superior. Para Milton Santos (1979, p. 203),

"A importância dos serviços do circuito inferior aumenta com o tamanho da cidade. Enquanto na pequena cidade eles substituem os (às vezes inexistentes) serviços modernos, na cidade grande eles existem, apesar do grande número de serviços modernos, para atender à demanda da vasta população pobre. Na cidade grande, sua especialização e diversidade aumentam por causa da colaboração que prestam às atividades modernas".

Grandes metrópoles abrigam a pluralidade de formas de trabalho e de possibilidades de reprodução material dos pobres, onde as funções e as formas se completam. Com efeito, criam-se novos tipos de trabalho; e, a partir da existência do circuito inferior da economia urbana, tendencialmente volumoso, satisfaz-se uma demanda que o circuito superior tende a não suprir.

Diante desses dados da urbanização, surgem algumas questões: quem, de fato, cria as demandas de consumo? É o circuito superior, por meio da propaganda, ou é o circuito inferior que já contém uma demanda em potencial identificada através das pesquisas de mercado do circuito superior?

Grupos distintos de indivíduos com capacidades desiguais de consumo são formados com aspirações comuns. Nesse sentido, Santos (1979, p. 46), ao tratar da propaganda dirá que *"A atividade do circuito superior é, em grande parte, baseada na publicidade, que é uma das armas utilizadas para modificar gostos e deformar o perfil da demanda"*. A propaganda é, doravante, umas das chaves a englobar o sistema de ação dos agentes do circuito superior; é também responsável pela produção dos discursos que fomentam o consumo exacerbado. A propaganda envolve, portanto, o alargamento do consumo de objetos e serviços entre ambos os circuitos da economia. No circuito superior a propaganda integra os circuitos espaciais de produção e sua relação é direta. Já no circuito inferior a propaganda é indireta e não só se alimenta, mas também sofre influência da propaganda científica do circuito hegemônico.

Mas a propaganda não é nem o ponto de partida nem o de chegada. É parte de um processo constante no qual os agentes desse circuito superior já não podem descolar sua ação, porque a propaganda torna-se uma técnica, e, como Ellul nos adverte, a técnica se autonomiza. A técnica da ação conduz a um modo de agir e de pensar sobre as coisas.

A cidade é o lugar das trocas e da superposição de tarefas complementares e interdependentes; *“Conjunto de todos os instrumentos de trabalho e de todas as formas de fazer, a cidade somente poderá ser entendida ao considerar a coexistência de divisões territoriais do trabalho”* (Silveira, 2004, p. 60). De modo que, *“cada lugar, cada subespaço, assiste, como testemunha e como ator, ao desenrolar simultâneo de várias divisões do trabalho”* (Santos, 1996, p. 109). Essa idéia denota a seguinte lógica: a cada momento histórico, uma combinação de variáveis modernas ocupa o lugar, entrelaçando-se às formas antigas (materialidade) e criando o arranjo de um caráter específico.

Cada divisão do trabalho supõe a existência de arranjos locais de produção, distribuição e consumo. Há um conflito de interesses e disputas de poder entre os diferentes atores, embora sejam, ao mesmo tempo, solidários entre eles, porque suas funções interdependem umas das outras. Todavia, o conflito não cessa, já que não prescinde da disputa pela sobrevivência no mercado dentro do sistema urbano.

A *solidariedade orgânica*²¹ (Santos, 1996, p. 226) tende a acontecer em mercados em que o circuito inferior é mais ativo, uma vez que constituem relações mais flexíveis e contíguas que as atividades no circuito superior.

O circuito superior é a primazia das solidariedades organizacionais²² (Santos, 1996, p. 226), geralmente, vetores de verticalidades nos arranjos locais, enquanto que o circuito inferior, por necessidade de sobrevivência no mercado, não se isenta da participação de relações contíguas.

²¹ A solidariedade orgânica *“resulta de uma interdependência entre ações e atores que emana da existência do lugar. Na realidade, ela é fruto do próprio dinamismo de atividades cuja definição se deve ao próprio lugar enquanto território usado. É em função dessa solidariedade orgânica que as situações conhecem uma evolução e construções locais relativamente autônomas e apontando para um destino comum”* (Santos e Silveira, 2000, pp. 306-307).

²² A solidariedade organizacional é produto da ação de atores sociais hegemônicos cuja atuação responde ao ecúmeno. As três unicidades permitem o arranjo de situações nas quais os comandos desses agentes sejam repartidos em diferentes lugares, criando instabilidade e fazendo dos territórios pontos de ação, donde a racionalidade é externa ao cotidiano local.

Uma primeira aproximação dessas leituras nas cidades²³, à luz da teoria da economia urbana²⁴, mostra que a cidade não se desenvolve sob os pilares da economia hegemônica, de grandes empresas de inovação e difusão tecnológica, mas são as micro, pequenas e médias empresas (ou atividades) as responsáveis pela ocupação da maior parcela de população economicamente ativa.

2.3. Trabalho nas cidades e participação da música no cotidiano

A música ocupa o cotidiano da sociedade, cada vez mais, pelos graus de técnica que são adicionados aos conteúdos territoriais. A música figura em todos os meios de veiculação. De um lado, porque equipamentos de reprodução (semoventes, tocadores automotivos e domésticos) se disseminaram, ora pela banalização, ora pelo aumento do grau de consumo dos bens e serviços. De outro, há o empenho entre os veículos de comunicação e de grupos hegemônicos para que todo o conjunto da sociedade seja continuamente receptor de discursos – pela via da linguagem, da imagem e do som.

Reconhecemos em diversas situações geográficas o papel e a força das ideologias: *“a verdade é que em nossas sociedades tudo está impregnado de ideologia, quer a percebemos, quer não”* (Mészáros, 2004, p. 57). A música é certamente um instrumento ideológico na edificação social.

Os sentidos biológicos são instrumentos da corporificação das ações em sociedade. Qualquer ação política apenas pode ser operacionalizada por meio de um corpo. Os sentidos, entre eles a audição, estimulam nossa capacidade de agir sobre o mundo e de transformá-lo. A música interfere nas antenas com as quais compreendemos as vicissitudes do espaço geográfico. Por isso, a música pode conter uma ideologia ou encorajar reflexões que se tornarão, mais tarde, novas manifestações ideológicas.

A música, por excelência, responde ao sentido sensorial da audição; por ela, dotamos de um certo conteúdo o que antes era silêncio. E, nesse embate, a música

²³ Pesquisas que apontam a manifestação desse fenômeno têm sido elaboradas e orientadas sob a direção de María Laura Silveira, cuja linha de investigação trabalha com fenômenos do sistema da economia urbana em cidades brasileiras e latinoamericanas, a partir da leitura dos dois circuitos.

²⁴ O grupo de investigação de María Laura Silveira: Uso corporativo do território, metrópoles e circuitos da economia urbana na América Latina.
<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0067706T2EOV5G>

resiste ao silêncio, no qual a ausência de um elemento anula o outro, embora estes dependam reciprocamente para estar, isto é, são dois pólos conflitivos e complementares.

Para Daniel Barenboim (2009, p. 125), “*O poder da música reside em sua capacidade de se comunicar com todos os aspectos do ser humano*”. Este ponto é central em sua relação à sociedade, já que habita na música o poder de incitar sentimentos como o de transformação ou de clausura, levando da alegria à introspecção, da melancolia ao riso e da passividade ao protesto. Todas as nuances da sutileza nos *intermezzos* entre esses extremos também se abrigam aí.

Gerações de jovens se embalam ao som de músicas tribais, com o intuito de escapar da realidade que lhes é imposta. Em outros termos, esse é o caráter da alienação sonora frente ao meio geográfico. Esses jovens são uma espécie de “*Dionísios pós-modernos! Rapazes e moças em transe dançam ao som de ritmos bárbaros. A música tecno domina. Pouco importa o resto*”. O sentido da alienação é dado às melodias que afloram a partir do mito da eterna criança (*puer aeternus*) (Maffesoli, 2009, p. 15).

Gilles Lipovestky (2005, pp. 6-7), tratando sobre o valor dado à música no período histórico atual escreve:

“Vivemos uma formidável explosão musical: música interminável, paradas de sucesso, a sedução pós-moderna é hi-fi. Daqui por diante o aparelho de som é um bem de primeira necessidade, praticamos esporte, passeamos, trabalhamos com música, dirigimos em estéreo, a música e o ritmo se tornaram em poucos decênios parte permanente do nosso ambiente, trata-se de um entusiasmo de massa”.

Esse movimento do caráter atual da sociedade de consumir música implica uma fabulosa multiplicação de demandas, resultando em novas produções, isto é, novos postos e funções. A técnica é o epicentro irradiador das ondas de reestruturação das divisões do trabalho nas cidades. É como indica Adorno (2009, p. 61) ao tratar da técnica como elemento constitutivo da própria música:

“O lugar dessa lógica é a técnica; para aquele que também pensa com o ouvido, os elementos individuais da escuta se tornam imediatamente atuantes como elementos técnicos, sendo que nas categorias técnicas se revela, essencialmente, a interconexão de sentido”.

Essa vivência contemporânea em que a música é permanentemente presente é vista por Lipovetsky (2005, p. 6), e, em acordo com Maffesoli (2009), como uma fuga,

em direção a uma *ambiência sincopada*; ou, em outros termos, a alienação do sujeito por meio da música, a gradual perda de sentido existencial dos atores com seus respectivos entornos.

Essa tendência da música reflete o estado da ordem do mundo. Lipovetsky (2005, p. 7) assevera que a música se encaixa como um eficiente dispositivo a se amoldar com o “*novo perfil do indivíduo personalizado e narcisístico, que tem sede de imersão instantânea*”.

É o que Michel Bull (2000) afirma sobre o uso de tocadores musicais: como o anterior *walkman* e, mais recentemente, o *iPod*. Essa imersão profunda em novas percepções sensoriais convida e molda a outra percepção da disposição das coisas no seu entorno.

Remetendo-nos, novamente, às indagações de T. Adorno (2009, p. 241), a música e todas as manifestações de vida musical não estão separadas do mundo. Mesmo as produções que se julgam livres permanecem ligadas ao mercado capitalista, bem como à vida social que a sustenta.

Nesse sentido é que retomamos, por analogia, B. Anderson (2009, p. 46) com sua noção de capitalismo tipográfico: estaríamos coexistindo com um capitalismo fonográfico, no qual a música comanda o tom de nossas percepções e aspirações? Para Adorno (2009, p. 242), o sistema hierarquizado de oferta de bens e produtos culturais “*ilude os seres humanos mediante tal multiplicidade*” e, a própria preocupação em apoiá-la, atua como forma ideológica de exercer domínio sobre os agentes sociais.

Nessa direção, “*o capitalismo fonográfico*” é uma das manifestações de um modo de produção no qual o individualismo exacerbado, face mais geral do narcisismo, repousa na individualização da percepção do meio geográfico, antes, sentido coletivamente e que, em dias correntes, com aportes da tecnologia, responde a uma alienação autocentrada em busca de satisfação imediata.

Essa idéia de lugares alienados e sincopados remete-nos a Guy Debord, no livro *A Sociedade do Espetáculo*²⁵ (1997, p. 14), em que pondera:

“*O espetáculo apresenta-se ao mesmo tempo como a própria sociedade, como uma parte da sociedade e como instrumento de unificação. Como parte da sociedade, ele é expressamente o setor que concentra todo olhar e toda consciência. Pelo fato*

²⁵ Da etimologia latina o termo espetáculo refere-se à *spectaculum*, i 'vista, aspecto, jogos e festas públicas. *Specio* e *specto*. *Specio*: ver, observar; *Specto*: olhar, examinar, ver com reflexão, ajuizar.

desse setor estar separado, ele é o lugar do olhar iludido e da falsa consciência; a unificação que realiza é tão-somente a linguagem oficial da separação generalizada”.

A filósofa Marilena Chauí (2010, p. 14) esclarece que “*Espetáculo e especulação possuem a mesma origem e estão ligados à idéia do conhecimento como operação do olhar e da linguagem*”. A cultura, uma das entradas da leitura territorial, é impregnada pelo seu próprio espetáculo: do produzir discursos sobre as coisas e do deixar-se observar pelo espectador.

De modo que a questão a ser colocada não é em si o espetáculo, mas a forma de apropriação, quando capturada, produzida e enviada aos receptores pelos agentes da comunicação de massa, de uma cultura hegemônica²⁶.

Mário de Andrade, citado por Jesús Martin-Barbero (2009), dizia que havia um projeto integrador com o intuito de estabilizar uma expressão musical de base popular, como meio de conquistar a linguagem em sua extensão territorial e nos abismos de classes. Nesse sentido indica Martin-Barbero (2009, p. 242) que “*talvez nenhum outro país da América Latina como no Brasil a música tenha permitido expressar de modo tão forte a conexão secreta que liga o éthos integrador com o pathos, o universo do sentir*”.

A música transmite valores e desenvolve essa ligação entre o universo do sentir e do pensar, como fio condutor, levando do *éthos*²⁷ ao *pathos*²⁸. Isto é, o próprio território em sua materialidade, em seu conjunto de objetos, relacionando-se com o conjunto de ações, numa mediação recíproca e contínua, em que a música é um elemento do sistema de ações a agir sobre o *éthos* e sobre o *pathos*; ambos os elementos são constitucionais do conceito de território.

²⁶“Gramsci foi além da crítica da ideologia como exercício espiritual da dominação pela classe dominante e propôs o conceito de hegemonia para designar a luta no interior da sociedade política com objetivo de operar mudanças nas idéias, nos valores, no comportamento e nas práticas por meio das ações visando à consciência dos explorados e dominados. Onde a importância que conferiu à cultura” (Chauí, 2006, p. 10).

²⁷ O termo grego *Éthos* refere-se ao conjunto dos costumes e hábitos fundamentais, no âmbito do comportamento (instituições, afazeres etc.) e da cultura (valores, idéias ou crenças), característicos de uma determinada coletividade, época ou região; reunião de traços psicossociais que definem a identidade de uma determinada cultura; personalidade de base. Parte da retórica clássica voltada para o estudo dos costumes sociais e/ou conjunto de valores que permeiam e influenciam uma determinada manifestação (obra, teoria, escola etc.) artística, científica ou filosófica.

²⁸ *Páthos* trata da qualidade no escrever, no falar, no musicar ou na representação artística (e, p.ext., em fatos, circunstâncias, pessoas) que estimula o sentimento de piedade ou a tristeza; poder de tocar o sentimento da melancolia ou o da ternura; caráter ou influência tocante ou patética.

Tal perspectiva de estruturação da lógica autoriza elaborar um discurso no qual a ação não esteja focada em determinismos, como uma relação automática de dominadores que são os emissores da informação e os receptores dominados. A lógica permite antever uma série de processos intermediários, em que resistências e passividades são concomitantes no largo conjunto de atores envolvidos no espaço geográfico, no qual cultura e política são pares históricos, bem como cultura e técnica e política. Não há separação; há hibridismos, fazendo referência a Bruno Latour (2009, p. 9): “*Nós mesmos somos híbridos*”; a recepção de estímulos produz novos estímulos: resistência e passividade acontecem ao mesmo tempo.

O músico brasileiro Caetano Veloso, em entrevista a Augusto de Campos (2008, p. 201), quando se refere às novas técnicas de gravação e reprodução da música, nos anos 1970, observava o movimento contraditório que esses vetores traziam consigo: “*de um lado, a Música, violentada por um processo novo de comunicação, faz-se nova e forte, mas escrava; de outro, a Música, resguarda. (...). porque os novos meios de comunicação continuam a funcionar como freio e como novo*”.

Lucien Goldmann (1972, p. 21), em *A Criação Cultural da Sociedade Moderna*, escrevia:

“A comunidade, os valores positivos, a esperança de ultrapassagem, todas as estruturas qualitativas tendem a desaparecer da consciência dos homens para dar lugar à compreensão e ao quantitativo. A realidade perde toda a transparência e se torna opaca; o homem se torna limitado e desorientado; o considerável progresso das forças produtivas e, com elas, da ciência e da técnica, somente se realiza ao preço de um enorme encolhimento do campo da consciência, sobretudo no que respeita às possibilidades do homem e à natureza de suas relações com seus semelhantes”.

A técnica é, nessa lógica, vetor de encolhimento das capacidades cognitivas do homem de se comunicar. Lewis Mumford (1952, p. 15) nos advertia do risco que a técnica impunha ao homem com os automatismos dos processos vitais de produção da arte e dos símbolos: “*a máquina automática tende a substituir a pessoa e tomar decisões por ela – ao mesmo que, pelo seu trabalho uniforme, exerce uma verdadeira paralisia sobre toda aquela parte da personalidade que não se conforma facilmente com suas necessidades mecânicas*”. E assim, nesse mecanismo, a produção musical, em suas diferentes etapas de produção, entra em contato, crescente, com os automatismos

digitais, que figura num modelo de consumo em face de um modo de fabricar. Caímos no risco de perdermos o atributo da qualidade humana em favor dos instrumentos.

De sorte que a música engendra possibilidades múltiplas: novos campos de ação, autorizados pela técnica, enquanto potência, mais suas restrições. Ambos os movimentos acontecem em consonância, formando um mesmo movimento. E, como escreveu B. Latour (2009, p. 10), “*A cada vez, tanto o contexto quanto a pessoa humana encontram-se redefinidos*”. Diríamos, acrescentando a observação do autor, que se redefinem os contextos e as pessoas por certo estágio das técnicas a moldar às situações.

Nos dias correntes, conhecemos a eficácia performática com que novas tecnologias são empregadas no território e, também, nos elementos da cultura, como a música - esse modo encontrado pelo homem de interiorizar o que lhe é externo e exteriorizar o que lhe é interno. As tecnologias respondem como elementos dinâmicos da estrutura social e das manifestações culturais no território usado.

Hoje as memórias dos semoventes musicais (tocadores de MP3 e telefones celulares), são munidos de hiperfuncionalidade, aquilo que Gilbert Simondon (2007, p. 71) denomina hipertelia dos objetos técnicos. A busca pela maior e mais bem acabada *performance* dota os objetos de uma perfeição maior que a própria natureza: “*A evolução dos objetos técnicos manifesta fenômenos de hipertelia que dão a cada objeto uma especialização exagerada*”; resulta, de certo modo, num alastramento da técnica sobre o conjunto simbólico figurada pela arte e pela música - no sentido *stricto*.

Richard Sennett (2008, p. 142), fala-nos do fenômeno da *paixão consumptiva*. Usamos um objeto com capacidade várias vezes superior a nossa memória e que nos permite possuir cinco mil canções em um único dispositivo, muito embora, em nosso cotidiano, usemos vinte melodias a se repetir incessantemente: “*comprar um pouquinho de iPod é algo que promete expandir nossas capacidades; todas as máquinas dessa espécie jogam com a identificação do comprador com o excesso de capacidade nelas contida*”. É também sobre essa perspectiva que a música penetra nos rincões da existência e da vida em sociedade.

Talvez a música seja o veículo “*onde mais veloz e radicalmente estão sendo reformulados os conceitos de local, nacional e global*” (Canclini, 2008b, p. 62). A razão para tal advém, da capacidade da música de tocar o espírito dos indivíduos.

Dessa maneira a demanda musical é perene e sua articulação ascende com a informatização do território nacional; os alcances das tecnologias comunicacionais adensam a capacidade de “pôr em comum” entre os atores, pulsando a mobilidade de opiniões: *“Onde a opinião é móvel, agitada, onde passa de um extremo a outro, as conversações são frequentes, ousadas, emancipadas”* (Tarde, 2005, p. 119).

As cidades tendem a ser lócus de opiniões em formação permanentemente mutável, pois as trocas são constantes e as informações renovam os discursos a todo instante. Ana Clara Torres Ribeiro (1997, p. 156) chama a atenção para o fato de que *“As novas formas de administração de mercados estabeleceram as bases para a afirmação de profundas mudanças culturais”*.

O trabalho de empresas ligadas à música redescobre grandes mercados que se valem dessa produção incessante de opiniões e discursos a se amparar na música com intuito de aproximar-se dos espectadores de que falavam Chauí e Debord. Afinal, como ponderou L. Goldmann (1972, p. 29), os caminhos estão a refazer nos desdobramentos das situações que se cristalizam em normas e formas de agir na sociedade, num caráter dialético: *“Toda situação criada pelo homem tem um caráter dialético e comporta aspectos contraditórios. O problema central vem a ser o da estratégia, que permitiria tornar eficaz a ação dos que intentam servir-se das mass-media em um objetivo efetivamente criador e cultural”*.

A informatização do território nacional amplia essas possibilidades de trabalho e produção da psicosfera nacional. Agentes dos dois circuitos econômicos utilizam desses novos sistemas de objetos para cumprir com suas tarefas cotidianas e potencializar os mercados dos quais as cidades são constituídas, criando novas situações e novas faces da globalização que se modificam em cada lugar.

O mercado da música está revestido da produção de símbolos culturais, no qual o circuito superior tem a primazia já que conta com maiores e mais complexas estruturas de organização, elegendo pontos do território para a produção; e, na distribuição, capaz de tocar todas as porções.

O circuito superior da música, apesar de toda reforma organizacional advinda das novas técnicas de produção e consumo musicais, tende a conservar o domínio sobre o mercado e fortalecer os círculos de cooperação. Trataremos desses assuntos a seguir.

Capítulo 3

Topologias e Estratagemas do Circuito Superior Musical

Ilustração de Julio Meiron

*Quando os álamos e os carvalhos são
derrubados pela tempestade, não é que
tenham se tornado mais fracos, e sim que o
vento tornou-se mais forte.*

Gabriel Tarde, 1921

Nesse terceiro capítulo trataremos, com mais vagar, dos agentes da música que transitam no circuito superior da economia urbana. Em outras palavras, versaremos sobre a ação de grandes empresas, a partir do princípio de organização dessas firmas no território brasileiro.

É nosso intuito discorrer sobre a capacidade desses atores em reestruturar suas atividades, diante dos novos formatos de produção, distribuição e consumo de música no país, em novos círculos de cooperação a conservar o poder das empresas hegemônicas.

A estrutura do capítulo está dividida em três menores partes: na primeira, a informatização do território nacional e o impacto dessas modernizações na economia urbana é o foco principal. Na segunda parte, a reorganização produtiva das empresas no circuito superior é o tema abordado. Por fim, a última parte buscará elaborar uma reflexão a partir da manifestação de tendências oligopolistas da economia urbana em cidades brasileiras e a produção musical elaborada pelos atores do circuito superior.

3.1. A informatização do território e a inferência na música

O território brasileiro, desde a década de 1990, ganha graus cada vez maiores de modernização. Certamente é uma modernização seletiva que tende a se fixar em áreas onde o capital e a tecnologia estão mais bem concentrados, muito embora, nesse período no Brasil haja expansão das modernizações para regiões como o Centro-Oeste. O princípio de organização da Região Concentrada nacional tende a aglutinar cada vez mais novos vetores modernos.

“uma área contígua onde uma divisão do trabalho mais intensa que no resto do país garante a presença conjunta das variáveis mais modernas – uma modernização generalizada – ao passo que no resto do País a modernização é seletiva, mesmo naquelas manchas ou pontos cada vez mais extensos e numerosos, onde estão presentes grandes capitais, tecnologias de ponta e modelos elaborados de organização” (Santos, 1993, p. 40).

Os atores do circuito superior tendem a eleger pontos no território que acolham as variáveis do período de modo que sejam mais bem performáticas ao cumprimento de seus objetivos.

O caráter da urbanização brasileira permite analisar os conteúdos do território, a partir da instalação de fixos geográficos a transformar a configuração territorial das cidades.

“As forças de modernização são extremamente seletivas, tanto por suas formas como pelos efeitos. Porém, é pela urbanização, que tanto resulta como alimenta esse processo, que o lugar é tomado pela quantidade e qualidade de capital que o constitui e dá valor aos novos objetos e ações” (David, 2011, p. 109).

A seletiva modernização nacional é revelada a partir dos lugares. Regiões não privilegiadas, as chamadas regiões opacas (Santos, 1996), são então despojadas das benesses da técnica contemporânea. Recria-se, de tal modo, uma hierarquia de cidades. Em outros termos, são expressões dos lugares a comandar e, em contrapartida, dos lugares a obedecer. Os lugares comandados são subordinados e operam segundo lógicas políticas (incluindo ações empresariais) dos agentes a deter o mando das ações.

As regiões luminosas são adensadas por um conjunto diverso de atores, em que distintas capacidades de consumo, conferem às camadas de população diferentes graus quanto à quantidade e à qualidade do acesso a bens e serviços.

A modernização do território brasileiro encontra seu corolário no consumo das famílias, já que a reposição de objetos é fomentada pela oferta de crédito e por lógicas da propaganda das empresas do circuito superior, da psicoesfera instalada. Nessa dinâmica, instrumentos e equipamentos que reproduzem músicas são meios de propagar e difundir idéias e princípios de cooperação entre os agentes.

O peso da variável técnica sobre o conjunto das demais variáveis é a própria razão do sentido histórico contemporâneo, em que a técnica protagoniza o arranjo organizacional das finanças e da informação.

A cada inovação das tecnologias há um novo desdobramento no trabalho entre os diferentes grupos de atores, dentro dos dois subsistemas urbanos. O consumo das famílias e a ação das empresas ganham novas expressões no espaço geográfico diante das inovações levadas a cabo a mando do circuito superior. O conjunto de objetos técnicos tende a regular a organização da vida cotidiana e moldar uma psique coletiva, na qual a centralidade da racionalização exprime a lógica impressa aos objetos. Nessa direção, segundo Jean Baudrillard (2009, p. 64), *“O modo de uso cotidiano dos objetos constitui um esquema quase autoritário de suposição do mundo”*.

Ricardo Mendes (2011, pp. 5-6) ao tratar dos delineamentos do consumo de objetos no território nacional pondera que

“Os dados sobre o consumo de televisores hoje são, portanto, a ponta do iceberg. Em primeiro lugar, porque nos remetem às origens da divisão da economia em dois circuitos e, em segundo lugar, porque são um importante elemento explicativo de como a ideologia corporativa entra em contato direto com as porções crescentes da população, perpetuando a lógica do pensamento único na cultura, na política e na economia”.

O papel constitucional das tecnologias ligadas à comunicação no espaço geográfico possibilita a concretização da unicidade do tempo e a unicidade do motor (Santos, 1996). *“A convergência das técnicas para um sistema unificado, novidade do período atual, significa, outrossim, a utilização combinada de modernos objetos técnicos na produção de uma informação sobre a terra e sobre o tempo”* (Santos e Silveira, 2001, p. 94).

Sem esses objetos da comunicação portadores de informações (rádios e tocadores de som, televisores, computadores, *notebooks*, *tablets*, aparelhos de celular com acesso à rede) e, também, toda infraestrutura que permite sua realização (os grandes sistemas de engenharia, ou seja, hidroelétricas, sistemas de distribuição de energia, redes de satélites, cabos de fibra ótica, antenas de transmissão de sinais, etc.), não se alcançariam as unicidades próprias do período da globalização.

A informação é o combustível a girar os mecanismos da reprodução da divisão do trabalho nos lugares no período atual. *“O mundo de hoje é o cenário do chamado ‘tempo real’, porque a informação se pode transmitir instantaneamente”*, garantindo *“maior produtividade e maior rentabilidade aos propósitos daqueles que as controlam”* (Santos e Silveira, 2001, p. 98).

As bases materiais são implantadas em áreas mais aptas a reproduzir as funções modernas do capital no país. O território é informatizado, a partir de fixos geográficos, com a intenção de garantir maior fluidez de informações, mercadorias e pessoas.

José Ortega y Gasset (1991, p. 73) escreve que *“O tecnicismo da técnica moderna se diferencia radicalmente daquele que inspirou todas as técnicas anteriores [...] O meio, eu disse, imita sua finalidade”*. Os projetos individuais e coletivos são afirmados a partir da técnica, ao estado das famílias de tecnologias postas em sistemas – micro e macros. Como a técnica dominante tende à racionalização em busca da solução

de problemas (equações contábeis, fórmulas da engenharia), o cálculo tende a excluir variáveis que tangenciem a razão bruta, ou seja, a emoção.

De sorte que a técnica, assim usada, submete e é submetida pela lógica interna que é autônoma. O território técnico (o meio técnico) tende a ser constituído por conteúdos menos auspiciosos aos sentidos natos humanos.

As técnicas que constituem o conjunto material e social, cuja síntese é o território, transformam o campo prático dos atores. *“Assim, o trabalho humano do indivíduo (e, por conseguinte, do grupo) é condicionado em seu objetivo, em seu movimento, pelo projeto fundamental no homem de superar – para ele ou para o grupo – a escassez”* (Sartre, 2002, p. 249).

O projeto que engloba toda a formação socioespacial nacional nos leva a crer que a intenção política (usamos, aqui, o termo política no sentido largo) foi respaldada no esforço em aparelhar o território brasileiro. Esse foi o projeto de desenvolvimento do país, ao incrementar infraestruturas e redes de tecnologias em sua extensão, concentrando-se em porções onde havia maior demanda entre grupos de empresas ligadas ao mercado externo. Para Thierry Gaudin (1999, p. 270) *“Os objetos da tecnologia, realmente, são a concretização do projeto humano que os embasa”*.

A informação passa a ser o corolário das práticas cotidianas e o motor a dinamizar a economia política das cidades. As firmas ligadas à comunicação, de um modo geral, ganham maior destaque no arranjo organizacional do espaço geográfico. Os insumos materiais, os próprios objetos técnicos, são indispensáveis ao projeto arquitetado e posto em movimento, geralmente, a mando do próprio aparelho do Estado orientado a satisfazer as demandas do circuito superior.

Ricardo Castillo (1999, p. 33) afirma que *“quando se considera o papel da informação e da comunicação mediadas por sistemas técnicos, antigos ou contemporâneos, estabelece-se imediatamente uma relação com o aperfeiçoamento do controle do território e com novas possibilidades abertas para o uso do território”*.

As tecnologias ligadas às redes²⁹ de comunicação, isto é, antenas, satélites, cabos de fibra ótica, redes de transmissão de energia e, também, as redes de transportes, incluindo portos, aeroportos e estradas de rodagem, são os novos capitais fixos,

²⁹ Segundo Ricardo Castillo (1999, p. 40) *“A história das redes é, portanto, a história da preocupação dos Estados nacionais em equipar o território, conferindo-lhe fluidez material e imaterial e, ao mesmo tempo, a história do desenvolvimento da grande empresa”*.

tornados próteses no território. Os capitais constantes são, outrossim, necessários à manutenção dessas redes de modo que os capitais fixos não podem prescindir dos capitais constantes.

Capitais fixos e capitais constantes incrementam as bases técnicas a permitir a informatização do território nacional, cuja intenção é ampliar a fluidez e o dinamismo do serviço, sobretudo, dos agentes do circuito superior. Castillo (1999, p. 37) pondera que *“cada vez mais a informação está associada a meios técnicos muito desenvolvidos e a técnicas específicas, que atingem públicos e lugares específicos, através de redes que incluem e excluem grupos sociais”*.

De modo que as transmissões dos comandos dos agentes hegemônicos não poderiam existir sem a configuração técnica atual, tampouco haveria a difusão tão ampliada de discursos e a criação da atual cognoscibilidade de eventos planetários. Nas letras de Baudrillard (2009, p. 58),

“No lugar do espaço contínuo mas limitado que os gestos criam ao redor dos objetos para poder usá-los, os objetos técnicos instituem uma extensão descontínua e indefinida. O que regula esta extensão nova, esta dimensão funcional é a coerção da organização maximal, de comunicação otimal”.

A extensão dos objetos, ainda que descontínua, com a intermitência dos tipos e regularidades de consumo, nas diferentes camadas de população, conhece no período da globalização, o ápice da capacidade de organização da vida social. As informações transmitidas pelos equipamentos de comunicação inserem novos códigos morais na sociedade e regulam a vida cotidiana na aceleração tornada proporcional à *performance* dos objetos.

À exemplo: a telefonia móvel a catalisar o contato entre indivíduos na sociedade, redimensionando a possibilidade de comunicação entre os homens. Alargou-se a troca de experiências e culminou na aceleração do intercâmbio de relações interpessoais, de trabalho e da própria organização da divisão social e territorial do trabalho.

O ato de comunicar comporta uma finalidade intrínseca à ação. Não há comunicação sem um objetivo a alcançar, isto é, toda comunicação pressupõe um propósito. Jürgen Habermas (1988, p. 105) afirma que *“a um nível mais geral, todas as acções, linguísticas ou não linguísticas, podem ser vistas como actividade orientada para um objectivo”*.

A comunicação, ampliada pelos incrementos de técnica no território, isto é, o aparelhamento territorial, confere aos usos do espaço geográfico novos sentidos aos quais os agentes tendem a agregar valor.

A cultura, como elemento da relação biunívoca do território e da moral dos atores, dimensiona novos acontecimentos e manifestações por meio de novos usos (usos que são também culturais), autorizados pelo sistema de objetos. Em certa perspectiva, o sistema de ações tende a ser, entretanto, arquitetado de modo que se estabeleça a harmonia de uma constante recriação da configuração territorial.

A música, enquanto elemento das práticas culturais, também acaba por se transformar em relação à totalidade da vida social. A partir das inovações tecnológicas, amparadas pela informatização do território, a produção, distribuição e consumo musical são rearranjados. Foi o que tentamos mostrar no primeiro capítulo.

A estrutura organizacional do território é modificada desde seus aspectos antropológicos, perpassando os fatores de produção da economia política das cidades e, finalmente, desdobrando em especificidades da formação socioespacial brasileira. As tabelas a seguir (tabelas 11, 12 e 13) apontam indicativos desse movimento territorial.

Tabela 11 - Participação das famílias que possuíam bens duráveis, relacionados à cultura segundo classe de rendimento - Brasil (1987-1998, 1995-1996 e 2002-2003)

Bens duráveis relacionados à cultura	Participação das famílias que possuíam bens duráveis, por classes de rendimento mensal familiar (%) (1)																	
	Total			Até 2 salários mínimos			Mais de 2 a 3 salários mínimos			Mais de 3 a 5 salários mínimos			Mais de 5 a 8 salários mínimos			Mais de 8 a 15 salários mínimos		
	1987-1988	1995-1996	2002-2003	1987-1988	1995-1996	2002-2003	1987-1988	1995-1996	2002-2003	1987-1988	1995-1996	2002-2003	1987-1988	1995-1996	2002-2003	1987-1988	1995-1996	2002-2003
TV																		
Em cores	57,4	82,9	93,2	15,9	45,2	80,9	20,5	60,4	89,5	31,9	74,8	93,4	48,7	86,8	94,6	71,5	94,1	97,9
Em preto e branco	48,8	25,5	5,9	46,6	41,1	8,0	59,1	32,8	7,5	60,1	30,4	5,9	54,2	21,8	5,2	44,3	20,8	3,7
Conjunto de som	45,8	63,9	66,8	16,2	33,0	45,6	18,5	49,0	54,4	31,7	54,8	63,5	40,8	62,5	69,3	53,7	70,6	76,1
Fitas	19,4	17,7	10,2	4,5	11,9	9,6	8,7	11,4	9,9	11,7	16,5	9,8	14,6	15,6	10,0	20,9	17,3	9,7
Rádio de mesa	39,5	35,9	20,6	27,7	22,1	16,2	28,7	25,1	17,6	28,2	28,1	17,5	35,7	34,7	21,3	42,0	38,8	18,5
Rádio portátil	38,0	28,3	20,4	30,2	25,5	15,3	35,6	22,8	16,0	33,1	23,1	16,0	36,7	24,9	20,1	37,3	28,8	23,4
Microcomputador	..	6,9	21,9	..	1,1	2,1	..	0,2	1,6	..	0,2	7,4	..	1,1	12,4	..	3,3	30,7
Videocassete	..	37,8	47,4	..	5,4	14,7	..	7,9	22,1	..	13,3	40,0	..	26,5	47,0	..	45,6	64,1
Antena parabólica	..	1,7	4,5	..	0,2	2,1	..	0,6	1,2	..	0,5	4,3	..	1,0	4,4	..	1,8	6,9
Laser	..	7,8	7,1	..	0,4	3,1	..	1,3	3,4	..	2,1	5,3	..	3,2	6,2	..	6,8	8,7
Toca-discos	12,8	5,1	..	6,2	4,8	..	9,8	4,6	..	11,2	4,6	..	13,4	4,8	..	12,8	4,9	..
DVD	..	..	6,6	..	..	0,5	..	..	0,9	..	..	0,8	..	..	2,5	..	..	7,4

Fonte: IBGE. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa de Orçamentos Familiares, 1987 a 2003.

A tabela 11 revela o consumo de bens duráveis das famílias, desagregadas pela sua capacidade de aquisição. Um primeiro dado, mais bem evidente, é que as famílias, com renda entre 5 a 15 salários mínimos, tendem a consumir mais objetos do que as com rendas entre zero e 5 salários. A música se consome em quase todos os equipamentos, desde a televisão, videocassetes e DVDs, enquanto trilhas de novelas e filmes, *spots* e *jingles* (no caso dos comerciais), até micro rádios portáteis com recepção das frequências de rádio AM e FM.

Dentre o conjunto de objetos que pertencem à pesquisa, os toca discos (LP, simples e compactos) e os toca discos a laser são os mais presentes a partir de 2002 entre família de 8 a 15 salários.

Os conjuntos de aparelhos de som surgem no intervalo de 1987 a 2003 como um equipamento do qual todas as classes são abastecidas. Embora as famílias com maior

renda sejam as que concentram, proporcionalmente, o maior número desses equipamentos.

Já a tabela 12, a seguir, indica-nos dados do IBGE, entre 2003 a 2009, sobre a participação de famílias com rendimento de até 10 salários mínimos, cujos domicílios incluíam microcomputadores com acesso à Internet dentro do território nacional. Nota-se um considerável aumento na participação desses equipamentos nos lares brasileiros.

De sorte que duas coisas devem ser frisadas: a primeira, o microcomputador é uma tecnologia que pressupõe um conjunto de técnicas a impor uma solidariedade sobre seu uso. Em outros termos, microcomputadores necessitam de abastecimento elétrico (energia), cabos de fibra ótica quando da aparição da banda larga e outros sistemas de comunicação como telefone, mais comum no final da década de 1990 e início dos anos 2000. A segunda coisa refere-se à banalização do uso desse sistema de objetos, no qual teríamos de considerar o salto, em 2003, de 4,33% de domicílios com esses equipamentos com acesso à rede para, em 2009, alcançar a participação de 18,84% no Brasil.

Tabela 12 - Existência de microcomputador, acesso à Internet – Brasil (2003 a 2009) – Classe com rendimentos mensal de até 10 salários mínimos

Domicílios particulares permanentes e Moradores em domicílios particulares permanentes

	Variável	Ano						
		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Brasil	Domicílios particulares permanentes (Mil unidades)	2.149	2.596	3.539	5.027	7.098	8.775	11.038
	Domicílios particulares permanentes (Percentual)	4,33	5,03	6,69	9,27	12,73	15,25	18,84
	Moradores em domicílios particulares permanentes (Mil pessoas)	7.083	8.475	11.704	16.659	23.823	29.279	36.696
	Moradores em domicílios particulares permanentes (Percentual)	4,04	4,68	6,39	9	12,74	15,49	19,22

Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios- IBGE, 2010.

A região concentrada aglutina essa tecnologia, atingindo 25,52% em 2009. As regiões do IBGE, sul e centro-oeste respondem, respectivamente, pela participação, em 2009, de 23,04% e 18,12%.

A utilização da Internet nos lares brasileiros torna-se uma realidade. A Internet é um vetor que redimensiona toda a divisão social e territorial do trabalho entre as firmas ligadas à música. A presença da Internet, entre grupos de famílias de até dez salários, abre a possibilidade da chamada pirataria musical. A pirataria é a expressão da força dos atores do circuito superior em produzir discursos. Mesmo que não se queira ou se possa pagar pela música, há o consumo do discurso musicado feito pelas grandes empresas.

Ainda que os consumos se tornem possíveis, mediante a compra não regulada pelo Estado (voltaremos a esse tema no sexto capítulo), a produção de demandas e por gostos musicais continua atrelada ao desempenho dessas firmas. Se uma cantora como Ivete Sangalo (à guisa de exemplo e sem juízo de valor) chega a ser uma referência

internacional da produção cultural brasileira é porque houve a divisão intelectual do trabalho, vinculando *marketing* à logística de distribuição: cria-se um nome a uma marca.

A pirataria retira das empresas uma considerável porção de suas receitas, mas não recua quanto à capacidade de produção de iconografias - retomando a expressão de Gottmann (1954), que então, aqui, chamaríamos de iconografias musicais.

A força da produção de discursos dos agentes do circuito superior serviu para transitar entre o período predecessor ao presente, com a ruptura que as novas tecnologias trouxeram à forma de consumir produtos culturais. O sistema de técnicas (aumento da informática no Brasil) autorizará novos usos, concomitante ao fato de que também conduzirá a novos cerceamentos.

Nesse sentido, escreve Max Sorre (1984, p. 92) “*As técnicas da vida em grupo abrangem tanto as estruturas sociais e econômicas como as estruturas políticas, no sentido estrito do termo*”. Nessa dinâmica, os trabalhos na cidade tendem a ganhar outra espessura quanto à divisão de tarefas entre os atores do circuito superior marginal e inferior na música, a partir do uso das tecnologias da informática. A noção de flexibilidade tropical (Santos, 1996, p. 260) entende que “*cada ator é muito móvel, podendo sem trauma exercer atividades diversas ao sabor da conjuntura*”. Essas transformações dos trabalhos dos pobres nas grandes cidades autorizam novas atividades pelo alastramento de tecnologias.

A flexibilidade tropical está em relação a certo estado das técnicas no espaço geográfico. A banalização de equipamentos, como microcomputadores, transformam os fatores de produção dentro das grandes cidades. A produção ganha novos contornos e, sobretudo, a distribuição se amplia. Isto é, mais pessoas consomem música, há mais demanda e, em consequência, novos sistemas de ações são introjetados ao cotidiano das parcelas de população.

Thierry Gaudin (1999, p. 37), escreve que “*Toda socialização passa por tornar alguma coisa comum*”. A socialização de meios de produção tendem a ser utilizados por múltiplos atores. Essa socialização das coisas nas grandes cidades é a cristalização das manifestações da flexibilidade tropical.

Quando microcomputadores se espalham no território nacional há um novo vetor de arranjo da produção, distribuição e consumo nas cidades. Justamente porque é a

cidade “*meio de produção material e imaterial, lugar de consumo, nó de circulação*” (Santos, 1994, p. 118). A socialização possibilita, de tal modo, “*a inserção na economia urbana de um número crescente de pessoas*” (Santos, 1994, p. 120).

Tabela 13 – Equipamentos culturais em municípios brasileiros - 2009

Grandes Regiões e Unidades da Federação	Municípios							
	Existência de equipamentos culturais							
	Unidade de ensino superior	Lojas de discos, Cds, fitas e DVDs	Livrarias	Estações de rádio AM	Estações de rádio FM	Rádio comun- itária AM ou FM	Gera- dora de TV	Clube ou asso- ciação recreativa
Brasil	2 132	2 501	1 557	1 186	1 949	2 927	605	3 415
Norte	239	145	91	65	150	204	87	216
Nordeste	657	821	378	273	521	1 024	138	953
Pernambuco	72	136	62	31	68	122	12	129
Sudeste	641	768	448	390	725	937	227	1 062
Rio de Janeiro	46	49	40	42	63	69	16	70
São Paulo	229	291	213	179	272	351	91	436
Sul	364	535	498	351	369	513	82	917
Rio Grande do Sul	144	231	212	146	156	228	32	403
Centro-Oeste	231	232	142	106	184	249	71	267
Goiás	85	112	59	43	79	120	15	129

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2009.

A tabela 13, com dados publicados pelo IBGE, indica a presença de firmas nesses segmentos expostos. O número de empresas nos estados da Federação que possuem lojas de discos: em São Paulo, 291 lojas, já no Rio de Janeiro totalizam apenas 49. Em Pernambuco são 136, enquanto que em Goiás e Rio Grande do Sul, respectivamente são 112 e 231 lojas de discos. O estado com o número mais próximo a São Paulo é o Rio Grande do Sul, indicando, pelo dado em si, uma maior repartição do trabalho ligado à comercialização de discos nesses dois estados.

O consumo de música, sabemos, acontece de diversos modos. Um deles é o consumo via rádios AM e FM. A quantidade de estações de rádio na frequência FM, no ano de 2009, em São Paulo era de 272, no Rio de Janeiro são 63, no estado de

Pernambuco são 68, em Goiás são 120 e no Rio Grande do Sul há um total de 228 rádios com frequência FM. Novamente o destaque segue nos estados de São Paulo e Rio Grande do Sul.

Há o aumento na espessura da divisão territorial do trabalho mediante a oferta musical e uma demanda crescente. O território incorporando essas novas tecnologias informacionais, microcomputadores, aparelhos de som (em diversos formatos, isto é, automotivos, caseiros, móveis) e rádios tendem a redimensionar a economia política dessas cidades.

A transição entre objetos técnicos com novas tecnologias, como os arquivos digitais de MP3, CD, etc., produzem um impacto sobre as empresas de micro e pequeno porte, pois a cada modernização técnica esses atores tendem a ser deixados à margem do processo. Significa dizer, de algum modo, que a cada modernização se retira dos micro e pequenos a possibilidade de uma melhor inserção na divisão territorial do trabalho.

Bem nos recorda Hildebert Isnard (1982, pp. 66-67), entretanto que, *“as coisas nem sempre se desenrolam sem resistência, pela razão que as estruturas espaciais correspondem a mentalidades que se opõem as inovações”*. Embora seja, hoje também, um fato veiculado em revistas e jornais nacionais que os brasileiros têm certa vocação ao consumo de objetos modernos, entre eles microcomputadores e afins. Porém o que autor chama a atenção é que *“o espaço geográfico apresenta o peso das estruturas”* (Isnard, 1982, p. 82). Isso, de fato, nos obriga a ponderar que a modernização do território nacional tende a ser gradual, diferenciando-se entre áreas. No último decênio, no Brasil, há um maior conjunto de parcelas da população que tendem a utilizar os instrumentos da informática como ferramenta de trabalho e utensílio de lazer, o que inclui as buscas de músicas à rede.

O país como um todo tende a criar uma nova esfera psíquica (a psicoesfera) com novos fixos geográficos e com equipamentos de infraestrutura que permitem a manutenção e a instalação de outros tantos equipamentos e sistemas técnicos menores no território.

A aceleração contemporânea (1997, pp. 29-31) é produto da realidade vivida na formação socioespacial brasileira, na qual há sucessivas substituições de objetos técnicos. Esses eventos tendem a nos confundir por meio da produção iconográfica

constante e sob o uso de diversas tecnologias que transmitem, também, informação de como operá-las, imprimindo em seu uso a racionalidade contida no objeto.

Nas palavras de M. Santos (1997, p. 30), “*A aceleração contemporânea é, por isso mesmo, um resultado da banalização da invenção, do perecimento prematuro dos engenhos e de sua sucessão alucinante*”.

Esse movimento de aceleração impacta a forma como os agentes trabalham nas economias das cidades. Os pobres, a partir da flexibilidade tropical, se asseguram de renovados meios. Por outro lado, os atores hegemônicos tendem a reafirmar sua força e influência com o domínio das variáveis técnicas do período.

3.2. Reorganização produtiva dos atores hegemônicos

A instalação de novos fixos geográficos no espaço geográfico acaba por transformar a maneira pela qual era articulada a divisão do trabalho entre as empresas do circuito superior da economia.

Essa nova trama de sistemas de objetos e de sistemas de ações modifica a realidade espacial dessas firmas. O que será nosso intuito nesse subcapítulo é elaborar um retrato das novas formas de organização material e imaterial desses agentes, na produção de topologias particulares, fomentadas por uma crescente demanda por música no país.

3.2.1. As tecnologias musicais no período da globalização: novos semoventes

Denominaremos aos objetos portáteis que permitem deslocamentos com músicas *semoventes musicais*. Tecnologias como tocadores de MP3, rádios portáteis, celulares com arquivos musicais e outros dispositivos que comportem o consumo de música e que sejam passíveis de estarem junto ao corpo são exemplos de *semoventes musicais*. A miniaturização dos objetos autoriza movimento de informações, esse mover próprio do objeto. A telefonia celular, em especial, converte-se hoje num importante instrumento

de difusão musical, já que os aparelhos compreendem a função de rádio AM e FM e reproduz arquivos MP3.

Esse termo parece-nos mais objetivo no que tange ao consumo, distribuição e difusão musical. Esses três últimos a compor uma tríplice associação. Difusão, distribuição e consumo são inseparáveis, embora sejam dessemelhantes entre si.

A difusão é a o espraio de idéias e informações. A difusão é resultado da propaganda que, quase sempre, antecede à distribuição material (discos) e imaterial (arquivos digitais). A difusão é o resultado da propaganda que é a ação, mormente, operada por grandes agentes, os do circuito superior e, ocasionalmente, pelo circuito superior marginal emergente.

A distribuição, distinta da difusão, é a repartição física dos objetos. A unicidade das técnicas permite outros arranjos na maneira pela qual acontece a distribuição, seja pela Internet, mas o seja também por trocas de arquivos musicais entre amigos e conhecidos. A distribuição é, igualmente, a divisão de objetos como discos de LP, fitas e CDs, ou seja, parte da organização produtiva de grandes grupos, bem como dos micro e pequenos, na qual cada ator opera com seu respectivo estratagema em acordo com as possibilidades que detêm.

O consumo, por seu turno, toca-nos a todos. A repartição do consumo se distingue e se estratifica, mas todos que vivem e trabalham em sociedade precisam consumir. O que se deve criticar não é o ato de consumo em si, mas a teleologia da ação. O consumo pelo consumo esgota sua razão no ato. O consumo a atingir um objetivo, como nutrir-se, educar-se, etc. corresponde ao importante sentido da reprodução da vida e move-se, a partir dele, a própria divisão do trabalho em nossa sociedade.

Todavia, no período da globalização, *“O consumo é o grande emoliente, produtor ou encorajador de imobilismos. Ele é, também, um veículo de narcisismos, por meio de seus estímulos estéticos, morais, sociais; e aparece como o grande fundamentalismo do nosso tempo, porque alcança e envolve toda gente”* (Santos, 2000, p. 49).

Entre todos os consumos, a música torna-se um objeto de grande procura, mediada pelos novos objetos que compõem o sistema de técnicas, entre eles os

semoventes musicais que ampliam essa capacidade de alcance da música nos lugares e no cotidiano das pessoas.

Geralmente os tocadores de músicas operam com arquivos comprimidos de MP3 baixados da rede de computadores. Esses aparelhos surgem como uma demanda posterior ao compartilhamento de canções na Internet, mas uma vez que haviam sido lançados, abriram uma enorme fonte de demandas musicais na *web*. A tabela a seguir indica as marcas mais comercializadas desses objetos, junto com os valores e as possibilidades de parcelamento de aquisição desses produtos.

Tabela 14 – *Marcas e preços de tocadores de música digitais – Referência à venda de objetos pela Internet – Brasil – 2012*

Marca	Valor do Produto (em reais e à vista)	Parcelas (em reais)
Apple iPod nano (8G)	579,00	12x 48,25
Apple iPod shuffle (2G)	249,00	12x 31,24
Sony (2G)	199,00	10x 19,90
Sony Head (2G)	299,00	12x 24,92
You Sound (4G)	75,00	2x 37, 50
U-Tech (4G)	57,32	3x 23,30
TRON (2G)	79,00	4x 19,98
Mixlaser (2G)	61,50	3x 25,00

Fonte: elaboração própria com base em sítios na Internet. Ambos os sítios foram consultados em março de 2012. Sítio primeiro: <http://shopping.uol.com.br>; sítio segundo: <http://www.ricardoletro.com.br>

Há diversos segmentos de mercado na aquisição desses equipamentos, mas em geral, as marcas Apple, Sony, Phillips, You Sound, GT Sound, TRON, U-Tech, Mixlaser e Philco são as mais comercializadas. Contudo, há diferenças substanciais dos valores associados às marcas. Há largas diferenças de preços de acordo com as capacidades (memória) oferecidas pelos objetos.

É o caso dos produtos Apple, os chamados iPods (subdivididos pela capacidade de memória – 2 Giga, 4 Giga, 8 Giga, 16 Giga – e pelas funções técnicas que desempenham). Michael Bull (2007, p. 2) dirá sobre os iPods que “*foram vendidos 100 milhões de unidades em todo mundo desde sua introdução em 2001*”. Segundo Bull (idem) “*O Apple iPod é o primeiro ícone cultural do século vinte e um, representando*

sublime casamento entre mobilidade, estética e funcionalidade do som e do toque”. Em geral, esses equipamentos são mais caros e funcionam sob um mecanismo que alia marca e objeto.

A noção de hipertelia dos objetos proposta por G. Simondon (2007) instiga ao tratar da concretude destes. Indagamos sobre a necessidade de um semovente musical a deter uma memória capaz de comportar todas as peças compostas por Bach, Mozart ou Schumann, mas que os indivíduos não incapazes de ouvi-las em seu conjunto de tempo, em seu cotidiano. Qual a finalidade de uma memória que ultrapassa nossa capacidade?

Adquirir quatro mil canções represadas em um único dispositivo com o fim de escutá-las é tão factível quanto possuir mil relações de amizade (como há dentro de redes sociais pela *web*) no sentido ético mais profundo de se saber um amigo de alguém. Isto é, adquire-se senão a possibilidade de escutá-las, seu potencial, salvo pela promessa cuja sinergia tende a não se cumprir.

O que se compra é a potencialidade de uso, na qual reside a possibilidade. No entanto, o uso tende a corresponder à limitação da capacidade cognitiva das pessoas em escutar e apreender a musicalidade, o sentido e a harmonia que resguardam a intenção de uma obra musical.

Se há dois gigas ou quatro gigas ou trinta e dois gigas de memória, o resultado final tende a ser o mesmo, pois, como já havíamos citado em R. Sennett (2008, p. 142), obtém-se o potencial de uso e não tão-só o uso em si. Prometemos, pela aquisição desses objetos, a expansão de nossas próprias capacidades, a potencialidade do equipamento como extensão das faculdades de nossa carne. Nesse sentido, M. Merleau-Ponty (1975, p. 282) indaga que “*Toda técnica é ‘técnica do corpo’. Ela configura e amplia a estrutura metafísica da nossa carne*”. Esses objetos técnicos concretos, especializados em suas funções, ampliam nossa estrutura metafísica, no sentido da comunicação, dos deslocamentos e dos sentidos de nossas ações no mundo. A própria música é transformada pelo uso desses semoventes e sua função social ganha outro *status quo* no cotidiano dos indivíduos.

A partir da tabela 14 percebemos a enorme diferença entre os preços desses produtos que se distinguem, sobretudo, pela capacidade de memória dos aparelhos. A diferença entre preços autoriza o uso dessas tecnologias por diferentes camadas de

população. A creditização é um dado que permeia a venda desses objetos, parcelados em até doze vezes, como os produtos da Apple e da Sony, de custos maiores.

Novos tipos que equipamentos tornam-se também semoventes musicais, como os *tablets* que são computadores em forma de pranchetas. São leves, com alta capacidade performática, com acesso à Internet e diversos softwares. Esses equipamentos permitem baixar músicas da rede e escutá-las com fones auriculares. Convertem-se em novas ferramentas de trabalho, dentre as funções possíveis, a reprodução de músicas está incorporada.

O antigo *palm top* (antigo apenas por um decênio transcorrido) também era um semovente musical, já que através de um cartão de memória podia armazenar canções e se locomover com elas, ao mesmo tempo fazendo uso do aparelho e escutando músicas.

Michael Bull (2007, p. 21) pondera que “*Através do poder do som o mundo torna-se íntimo. A tecnologia dá poderes aos ouvidos (...). Esta capacitação está incorporada aos fones de ouvido que suplanta o ruído incontrollável e caótico da rua com sons fechados de consumidores individuais. O preço da mediação tecnológica é a privatização*”. Se, por um lado, os semoventes potencializam a privatização dos sentidos nos indivíduos, uma vez que a sonoridade está encerrada nos fones auriculares e o indivíduo, nessa dinâmica, tende a tornar-se mais privatista e isolado, por outro, há ao mesmo tempo, o aumento da demanda e das trocas musicais que recusam a reclusão. De fato, os sujeitos tendem ao individualismo, embora sejam, concomitantemente, mais cosmopolitas, já que a unicidade técnica denota conhecer outros (o novo sempre reciclado), sobretudo o saber do outro, seus gostos e vocações culturais, em uma troca permanente. É um arranjo da dialética que transpassa o isolamento chegando ao intercâmbio.

3.2.2. Novos atores no circuito espacial de produção da música

A nova estrutura organizacional de produção, distribuição e consumo de músicas no país inseriu novos atores na divisão territorial e social do trabalho nas cidades. Serviços ligados à computação e à programação tornam-se etapas do circuito espacial de produção musical. A informação e os mecanismos técnicos para a sua fluidez ganham

maior destaque no quadro de atribuições de postos de trabalho no período da globalização.

A empresa Apple, em seu site, oferece o download gratuito de um software chamado iTunes. O *iTunes Store* é um sítio dentro do programa de acesso às músicas no formato específico da Apple. Portanto, se meu intuito é comprar uma música dessa empresa é necessário que trabalhe com a ferramenta dessa empresa. Esse programa é pressuposto para indivíduos proprietários dos semoventes da Apple, como o iPod (semoventes musicais), Ipad (*tablet*), iPhone (celular) e os computadores. Através desse programa é possível comprar músicas, as iMúsicas.

Com o programa iTunes Match as músicas adquiridas podem ser guardadas em servidores da empresa Apple, uma espécie de nuvem digital. Cada sujeito possui uma biblioteca para armazenar os arquivos musicais comprados, que podem ser copiadas em, no máximo, cinco aparelhos. Essa firma elaborou um sistema de técnicas que não permite o compartilhamento de músicas indefinidamente. Se, por exemplo, somos donos de um iPod não estamos autorizados a usar o dispositivo e repassar os arquivos musicais a outros aparelhos ou a outros computadores. A chamada “sincronização” apenas acontece de um computador, com o programa iTunes, a um desses semoventes da Apple. A rigidez do sistema técnico ordenado por essa firma é muito maior do que nas demais.

A loja digital da Apple, criada em 2003, nos Estados Unidos, destaca-se nesse novo período de reorganização das empresas fonográficas nacionais e internacionais. Essa empresa destacou-se por lançar as variáveis-força.

As empresas de tocadores de MP3, computadores, softwares, telefones celulares, empresas de telefonia móvel (Vivo, Claro, Oi e TIM), grandes cadeias de lojas de discos (Livraria Cultura, Livraria da Vila, etc.), mais os portais da Internet (Terra e UOL) estão todos muito bem entrelaçados às empresas do circuito superior musical, como os grupos Sony Music, Universal, EMI, entre outras.

Há uma verdadeira parceria entre essas empresas, uma concentração da força de comando e da lógica da produção da mais-valia globalizada. Richard Sennet (2006, p. 63) afirma que este parece ser um fenômeno cujos eventos se excluem, mas que, todavia se afirmam no paradoxismo da situação: “*As mudanças nas redes, mercados e produção que ele utiliza permitem o que parece ser um oxímoro, a concentração de poder sem*

centralização de poder”. O poder difuso é uma forma de exercer poder, ainda que esteja descentralizado por uma série de etapas e processos produtivos; há um nicho de comando na organização das empresas dispersas em pontos do território.

A comercialização da música digital, possível graças à tendência universal da técnica, fomenta a expansão da economia entre agentes responsáveis por veicular informações. Isto é, mais um grupo de atores na economia urbana passa a integrar as etapas produtivas da música: é o caso da UOL *MegaStore*, divisão interna ao servidor da UOL (portal da Internet largamente difundido no Brasil), na qual o indivíduo precisa (norma) se cadastrar para comprar créditos, que variam de R\$ 5,00 a R\$ 120,00. As músicas são comercializadas a partir de R\$ 0,30. Caso seja proprietário de um dispositivo da Apple terá de gravar esses arquivos num disco e transferir ao *iTunes*, no formato de CD. As empresas ligadas à informação (enquanto veículos) são a ponta da cadeia produtiva e da disseminação de idéias, discursos e produtos (a música por exemplo).

Outro caso de músicas comercializadas por atores vinculados à informação é a Terra Sonora (divisão do portal Terra), no qual as músicas permanecem disponíveis durante o intervalo da assinatura, cujos preços mensais vão de R\$ 19,90 a R\$ 59,90 e os downloads podem ser feitos a partir de computadores e celulares.

Existe, também, iMÚSICA, uma empresa especializada em vender músicas pela Internet e oferecer serviços às firmas do circuito superior, como operadoras de telefonia móvel, sítios de gravadoras e demais sítios para aquisição de músicas em formato digital. Os preços das faixas vendidas nesse sítio podem variar entre R\$ 0,99 a R\$ 2,99. Essa empresa é um novo elo a se instituir na divisão do trabalho entre corporações ligadas à música no circuito superior. A empresa possui um catálogo com mais de 15 milhões de músicas e contratos de licenciamentos com mais de 20 mil gravadoras nacionais, segundo o sítio disponível na web (<http://imusicacorp.com.br>) e demais gravadoras internacionais como Sony Music, Universal Music, Warner Music e EMI, mantém acordos com as entidades de direitos autorais no Brasil, como o ECAD.

As operadoras de telefonia celular têm suas próprias lojas virtuais. Os indivíduos baixam as músicas diretamente no computador ou do celular. Uma faixa como “Just dance” de uma cantora globalizada como Lady Gaga pode ser baixada por R\$ 4,99 na Operadora Claro, por R\$ 4,30 na Vivo, e por R\$ 3,99 na Tim.

Na divisão internacional do trabalho, a música circula pela rede de computadores como um valor de troca, uma mercadoria. É uma das faces da mais-valia globalizada. De modo que essas firmas passam a regular a vida cultural a partir de *plataformas* (Sennet, 2008, p. 134), em nosso caso são semoventes musicais e acessórios da informática, programas e softwares, telefones celulares, gerindo a nova dinâmica reguladora do páthos nacional.

A nova institucionalização das firmas do circuito superior, dentro da própria hierarquia de funções e atribuições, ou seja, terceirização e ampliação do mercado pela digitalização, permite a manutenção de suas respectivas atividades, onde a manutenção e a busca pela ampliação da mais-valia tornam-se possíveis. Nas palavras de Sennett (2008, p. 52) “*numa organização flexível, o poder fica concentrado no centro; a unidade central de processamento da instituição estabelece as tarefas, avalia os resultados, promove a expansão ou o encolhimento da empresa*”. Nesse sentido, falar em crise da indústria fonográfica é uma falácia, já que a estrutura de comando e os agentes envolvidos nas etapas de produção diversificaram suas funções e expandiram seus negócios.

Não houve alteração entre aqueles que são a ponta da hierarquia. Houve, isso sim, uma reestruturação da organização entre esses agentes, sem o desmantelamento das atividades produtivas em si, terceirizando-as frente às modernizações no território, fomentando novos tipos de consumo entre as diferentes camadas de população.

Amitai Etzioni, no livro *Organizações Modernas* (1967, p. 148), ao tratar sobre as formas de consumo e concepção da organização das empresas escreve que

“O papel do freguês (...) dividiu-se em dois: consumo, no sentido em que recebe serviços e bens para a satisfação de suas necessidades, e controle da distribuição dos recursos segundo suas necessidades. Embora o consumo tenha sido mantido pelo consumidor (...), até certo ponto o controle foi tirado dele e aplicado em outros papéis”.

Nesse sentido, os indivíduos, vistos e tomados, por si próprios e pelos agentes de mercado, enquanto consumidores e são alvo de estratégias baseadas em lógicas comerciais. As empresas do circuito superior – grandes grupos ligados à cultura como as gravadoras e os estúdios, canais de veiculação da informação, operadoras de telefonia móvel e empresas de tecnologia - produzem uma divisão do trabalho nas quais

as ações dos agentes são de antemão geridas. Maria Laura Silveira (2009, p. 16) pondera que

“O anverso da medalha é um conjunto difuso de totalitarismos exercidos pelas grandes empresas, que se relacionam com incumprimento de serviços, prazos, tarifas, contratos, invasão da privacidade, entre outros. Fundados em tecnologias modernas e em técnicas de ação, esses totalitarismos tornam-se hoje condição sine qua non para garantir a concorrência entre parceiros-rivais. É uma guerra sem quartel”.

A técnica cristalizada através de uma política deriva numa organização do uso territorial em que as ações de instituições, indivíduos e empresas introjetam a racionalidade dos objetos técnicos na práxis do espaço geográfico. Isso é corrente quando tratamos da prática dos semoventes musicais no cotidiano da sociedade. É a face da técnica, na qual a *“informação permite a ação coordenada, no tempo e no espaço, indicando o momento e o lugar de cada gesto e sugerindo as séries temporais e os arranjos territoriais mais favoráveis a um rendimento máximo da tarefa projetada”* (Santos, 1996, p. 178). É o projeto de construção de uma sociedade desenhado por um punhado de agentes com o controle da ação e da capacidade de influência sobre a realização do consumo e da produção da vida.

Para Jacques Ellul (1968, p. 84) os homens do nosso tempo consideram o automatismo justo e bom. O autor considera o primeiro aspecto do automatismo como a escolha entre os métodos, o maquinismo, as organizações, as fórmulas padronizadas de ações que tendem a se efetuar automaticamente. O homem é privado de sua escolha e está satisfeito com isso. Aceita, dando razão à técnica.

A escolha da construção do edifício social é coordenada por um grupo de atores sociais, com intencionalidades e orientações políticas, na qual a música é legada aos atores hegemônicos.

A música, tornada uma forma de satisfação imediata dos desejos tende a ser mais corruptora do que libertadora enquanto fórmula empregada pelos agentes do circuito superior. O grande risco é que tal mercadoria é dotada da capacidade de entrar em contato com a alma³⁰ dos homens. Daí transformada em um mecanismo de alienação.

³⁰ Alma entendida no sentido de Espinosa, no qual a alma é idéia das afecções corporais. Segundo Marilena Chauí (1995, p. 60) *“A alma é consciência da vida de seu corpo e consciência de ser consciente*

Diríamos com M. Santos (1987, 1992, p. 64) que “*A cultura de massa, denominada cultura por hegemônica, é frequentemente, um emoliente da consciência. O momento da consciência aparece quando os indivíduos e os grupos se desfazem de um sistema de costumes, reconhecendo-os como um jogo ou uma limitação*”, de modo que nessa dinâmica as novas formas de organizar a estrutura produtiva de mercadorias musicais tratam diretamente da forma com o qual os homens se relacionam com seu entorno.

3.2.3. Manifestações das Topologias do Circuito Superior

Como temos sustentado, as empresas ligadas à cultura, no *lato sensu*, a música em especial, reconhecem uma nova hierarquia de funções de suas firmas. Segundo Ana Clara Torres Ribeiro (1997, pp. 156-157), “*As novas formas de administração de mercados estabeleceram as bases para a afirmação de profundas mudanças culturais*”. A apropriação dos símbolos se relaciona à repartição de tarefas e do uso do território pelos objetos. Como afirma M. Santos (1996, p. 188), “*Os objetos que formam o meio não são, apenas, objetos culturais; eles são culturais e técnicos, ao mesmo tempo*”.

A divisão social e territorial do trabalho mediada pela técnica depende de decisões políticas que se relacionam diretamente às decisões econômicas, via produção de normas do Estado a garantir sua manutenção. Daí a idéia de que o sistema urbano é a própria economia³¹.

O grande conflito entre empresas do circuito superior com a venda de produtos não tributados ao Estado engendra a produção de normas, como a Lei de Direitos Autorais 9610/98. É o esforço por parte do aparelho do Estado em regular a economia política do território atuando sobre os agentes que comercializam fora das diretrizes dos regimentos legais a afetar o lucro de grandes empresas.

O discurso corrente das empresas do circuito superior é que elas são vítimas de uma concorrência injusta, na qual os discos piratas são, em média, 75% mais baratos do

disso”, portanto, “*é da essência da alma, por ser atividade pensante (...) estar ligada ao seu objeto de pensamento, o corpo*”.

³¹ Milton Santos (1994) cita no livro *Por uma economia política da cidade* o geógrafo Roger Lee (p. 119) que cunhou tal expressão: “*O sistema urbano é economia*”.

que os preços oferecidos em lojas. Isso porque o custo destes discos piratas envolve apenas a produção, a chamada queima (gravação).

O custo da produção de um disco, segundo a publicação do Sebrae-RJ (2005, p. 55), intitulada *Cadeia Produtiva da Economia da Música*, divide-se em: administração (12%), autor (10%), lucro (10%), artista (12%), IPI e PIS Cofins (19%), gravação (12%), promoção (15%) e fabricação (15%).

Dentro das etapas de confecção de um disco, entre empresas do circuito superior, há a (i) pré-produção, (ii) produção, (iii) distribuição e comercialização e, por último, (iv) consumo.

Na pré-produção (i), estão envolvidas etapas desde o ensino de música aos artistas, educação musical, formação de técnicos de som, formação de executivos para processos de produção industrial ou para gerir empreendimentos de organização de eventos e espetáculos, formação de públicos através do ensino musical, o que supõe garantir, uma melhor qualidade musical ajustada ao conhecimento técnico e cultural do público (Sebrae, 2005).

A etapa de pré-produção envolve a indústria de instrumentos musicais, a indústria de equipamentos de som e gravação, bem como as empresas que prestam serviço à execução dos projetos (marceneiros, pedreiros, eletricitistas), escolas de ensino musical e de profissionais da música (universidades, institutos, conservatórios) e a própria financeirização das atividades voltadas aos empréstimos às pessoas físicas e jurídicas.

Organograma 4 - *Pré-produção musical*

Fonte: elaboração própria.

No que tange à produção (ii) em si ressaltamos que uma vez estabelecido o que será gravado, ou seja, já completados os arranjos, composições e o repertório, passa-se então à gravação em estúdio, na qual as etapas de gravação, mixagem, masterização serão somadas à produção fonográfica e audiovisual.

Na sequência, entram a produção gráfica (desenho da capa), o design e o texto (do álbum) e, finalmente, a impressão. Concomitante às fases de gravação são obtidas licenças junto aos autores, junto com certificações do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD).

Igualmente entram as atividades ligadas à fabricação, a partir do suporte matriz. A produção dos suportes virgens pode ser feitas por terceiros ou pelas próprias gravadoras. Constatamos que a maior parte das empresas tende a terceirizar os serviços de fabricação. Dentro da divisão do trabalho, entre essas empresas, existe a concentração na Zona Franca de Manaus, no estado do Amazonas, região Norte do país.

Organograma 5 - *Produção musical*

Fonte: elaboração própria, com base em informações da publicação Cadeia Produtiva da Economia da Música (Sebrae-RJ, 2005).

A distribuição e a divulgação também são as etapas em que entram as variáveis chaves do período, uma vez que o domínio da informação e da organização das empresas permite a distribuição geográfica dos discos, bem como sua difusão.

Entre as empresas do circuito superior, as *majors*, a divulgação acontece por meio de campanhas de *marketing*, peças publicitárias, listas de execução em grandes rádios do país, negociações com canais de televisão para programas ao vivo, bem como suporte técnico e financeiro à realização de turnês nacionais ou internacionais.

A respeito deste último ponto, frisamos que por meio de entrevistas abertas aos artistas em São Paulo, verificou-se que os shows são a grande fonte de renda na atual organização do trabalho através da música. Por essa razão, as firmas têm buscado um controle mais rígido dos contratos com os artistas, garantindo uma maior participação na produção e nos lucros decorrentes das turnês. Essa tem sido a maneira com a qual essas empresas tornaram-se gestoras das carreiras de músicos e cantores, isto é, controlando todas as etapas de produção, inclusive as apresentações.

Organograma 6 – *Comercialização (Venda) de Discos e Produtos Musicais*

Fonte: elaboração própria.

Algumas formas de consumo podem engendrar meios de comercialização. Embora no consumo haja outro ponto importante que agrega valor na soma do disco, a contribuição do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) mais o Imposto Sobre Serviço de qualquer natureza (ISS).

O consumo de música se realiza através do rádio, da televisão, dos aparelhos de telefonia móvel, em espetáculos (gratuitos ou privados), pela venda de CDs e DVDs, bailes, teatros, cinemas, festivais de música, festas populares locais (festa de São João, festa do Peão, festa da Uva, etc.), restaurantes, bares, danceterias, academias e escritórios.

Podemos ver, nas tabelas 15 e 16, o número de empresas de gravação de som e edição de música. O número de empresas corresponde a uma grande economia produzida nas cidades, resultado, igualmente, do aumento da demanda.

Tabela 15 - *Empresas de gravação de som e de edição de música – Regiões Metropolitanas, Brasil, 2009*

Regiões Metropolitanas	Empresas
BELÉM	5
FORTALEZA	193
RECIFE	108
SALVADOR	33
BELO HORIZONTE	134
RIO DE JANEIRO	665
SAO PAULO	632
CURITIBA	65
PORTO ALEGRE	86
TOTAL (OUTRAS REGIÕES METROPOLITANAS INCLUSAS)	4712

Fonte: Elaboração própria com base na RAIS, 2009

A quantidade de empresas que trabalham com música é bastante expressiva no Brasil, sobretudo nas Regiões Metropolitanas. Ainda que haja uma considerável concentração de força e poder de alguns atores, há, doravante, outra grande parcela de agentes que se valem da terceirização de serviços antes realizados nas grandes gravadoras, como gravação em estúdio, mixagem a masterização, bem como as etapas de prensagem do disco e distribuição. Todas essas fases do processo produtivo tendem a ser, no atual período, descentralizadas.

Tabela 16 - *Atividades de gravação de som e de edição de música – Brasil – capitais*
(2009)

CAPITAIS ESTADUAIS	QUANTIDADE DE FIRMAS	CAPITAIS ESTADUAIS	QUANTIDADE DE FIRMAS
PORTO VELHO	47	ARACAJU	0
RIO BRANCO	11	SALVADOR	32
MANAUS	150	BELO HORIZONTE	129
BOA VISTA	15	VITÓRIA	30
BELÉM	5	RIO DE JANEIRO	650
MACAPÁ	0	SÃO PAULO	538
PALMAS	17	CURITIBA	62
SÃO LUIS	45	FLORIANÓPOLIS	139
TERESINA	2	PORTO ALEGRE	82
FORTALEZA	190	CAMPO GRANDE	12
NATAL	8	CUIABÁ	60
JOÃO PESSOA	13	GOIÂNIA	89
RECIFE	105	BRASILIA	56
MACEIO	15	TOTAL	4712

Fonte: Elaboração própria com base na RAIS, 2009. Nota: em negrito estão destacadas as cidades dessa investigação.

As tabelas permitem observar a primazia de São Paulo (SP) e do Rio de Janeiro (RJ) como metrópoles com maior concentração de empresas ligadas à produção musical. De um lado, há um número relevante de artistas nessas cidades. De outro, há um número maior de empresas que demandam mais serviços na divisão de tarefas tornadas mais complexas.

Devemos considerar também que a procura por esse tipo de prestação é maior em cidades com um alto de número de igrejas³², escolas de música, centros culturais e casas de show, por oferecerem o ensino musical a crianças e jovens de até vinte anos.

As cidades de Manaus (AM), Recife (PE), Fortaleza (CE), Belo Horizonte (MG) e Florianópolis (SC) igualmente concentram um número expressivo de empresas que produzem música.

³² Constatou-se na investigação que as igrejas têm um relevante papel no ensino musical.

Diante das tabelas 15 e 16, percebemos que as capitais possuem a maior concentração de empresas frente às respectivas regiões metropolitanas. Em Recife são 105 empresas de gravação de som e edição que estão na capital, enquanto somada à região metropolitana, o número passa apenas para 108. O mesmo acontece com outras cidades: Belo Horizonte com 129 empresas na cidade, enquanto sua região metropolitana soma 134, isto é, apenas 5 empresas a mais; em Porto Alegre, 82 empresas na capital e 89 na região metropolitana; em Fortaleza 190 empresas na capital e 193 empresas na região metropolitana.

A concentração evidencia fatores de localização (centralidades, fluxos de mercadorias e pessoas), redes de serviços técnicos e um amplo mercado consumidor. Há, certamente, a primazia de atividades nas capitais.

No caso da cidade de São Paulo temos de relativizar esse dado, pois a capital concentra o maior número de empresas - 538, enquanto que a região metropolitana soma a quantidade de 632. No caso dessa região metropolitana a concentração de pessoas e de outras atividades no ABCD paulista não permite que essa discrepância seja acentuada.

Todavia são as cidades de São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ), as que abrangem um número mais expressivo de firmas musicais. É mais uma manifestação de do papel dessas cidades na produção da psicoesfera brasileira. Adriana Bernardes considera que a cidade de São Paulo é o lugar sede da produção e do controle da nova vaga de modernizações que reorganiza o território nacional (2001).

Os atores hegemônicos, ou seja, aqueles que são os detentores das variáveis do período e com capacidade de macroorganizar o território nacional são representados, principalmente, pelos grupos Sony Corporation, RCA, Arista, MGM/UA, CBS, MCA/Universal. Esses agentes encontraram novos meios de controle sobre a produção e maneiras de garantir o lucro. Por essa razão é que são hegemônicos, pois mesmo diante de uma reestruturação, mantêm-se em pé, controlando as variáveis da modernização. Produzem modos de pensar, nomeiam discursos e hábitos na sociedade que moldam a demanda por serviços e produtos.

A música, dialeticamente, será, portanto, tomada num par: como instrumento de alienação (mercadoria) e de libertação (arte) sem, contudo, criar um dualismo. São ambas as coisas, em maior e menor grau. Lucien Goldmann (1972, p. 27) frisa que

“Toda situação criada pelo homem tem um caráter dialético e comporta aspectos contraditórios. O problema central vem a ser o da estratégia, que permitiria tornar eficaz a ação dos que intentam servir-se das mass-media em um objetivo efetivamente criador e cultural”.

A música mediada pelo mercado tende a tornar-se um instrumento de encarceramento intelectual. Milton Santos (2000, p. 87) nos inspira a indagar que se as técnicas autorizaram novas ações, como a produção de música por vários atores, será a política que encontrará os meios de mutilar as possibilidades técnicas do período, geralmente cristalizadas na produção de discursos e normas.

Na ponta modernizadora há um forte incremento de investimentos na música digital na última década. A telefonia celular, como vimos, converteu-se num dispositivo de música portátil, já que os *downloads* de músicas para os telefones celulares disseminaram-se mundialmente. De acordo com a *International Federation of Phonographic Industry* (IFPI), foram licenciadas, em 2010, 13 milhões de faixas pelas gravadoras globais para serviços digitais; 400 novos serviços via Internet foram disponibilizados; 4,6 bilhões de dólares foi o valor negociado, em 2010, em músicas digitais no mundo.

As gravadoras globais declaram ter 29% de suas receitas em vendas pela *web* e, entre os anos de 2004 a 2010, houve, segundo a IFPI, o aumento de 1000% em receita bruta dentro do mercado digital da música. Em entrevista a gravadora católica Paulinas, de porte médio, com sede em São Paulo, verificou a queda na venda de discos físicos.

As grandes gravadoras são, especialmente, as que perdem uma fatia do mercado, pois em Goiânia e Porto Alegre, ao falar com músicos independentes, constatamos que para os micro e pequenos atores não há diferença com a difusão dos seus materiais pela Internet. Ao contrário: a Internet torna mais poroso o canal de comunicação entre o artista e seu público.

Cada ramo da produção produz, paralelamente, uma lógica territorial. Esta se torna visível pelas topologias das empresas e pontos de operação de suas respectivas ações.

Celso Furtado (1984, p. 24), afirma que

“A urbanização torna a presença do povo mais visível, e também mais difícil de escamotear a criatividade cultural deste. Mas é a emergência de uma classe média

de importância econômica crescente que introduzirá elementos novos de peso na equação do processo cultural brasileiro. (...). Desta forma, a ascensão da cultura de classe média é o fim do isolamento do povo, mas também o começo da descaracterização deste como força criativa”.

A cidade, para Paul Singer (1973, p. 12), é “*Via de regra, a sede do poder e, portanto, da classe dominante*”. A cidade torna maior a seletividade do uso que resulta na ampliação da desigualdade entre os atores sociais, já que as modernizações acompanham a tendência à concentração da propriedade e fortalecimento de mecanismos de exclusão social.

Nessa direção, María Laura Silveira (2009, p. 66) fala-nos que

“O poder técnico de uma grande empresa, alicerçado em novos conteúdos informáticos e de automação, como caixas eletrônicos, cartões e acesso em tempo real aos bancos de dados, completa-se com o poder político, determinado pela acumulação sem relação direta com o tamanho do mercado, pela excessiva financeirização e pela publicidade que mantém o desvio entre custos e preços, permitindo o aumento dos lucros. Em consequência, a situação de oligopólio tende a ser naturalizada”.

Dessa maneira, o circuito superior ganha autonomia, mas não independência, pois está unido ao resto da sociedade por uma relação de necessidade.

Para David Harvey (2001, p. 222) a força desse sistema capitalista está relacionada ao fato de que “*A renda monopolista surge porque os atores sociais podem aumentar seu fluxo de renda por muito tempo, em virtude do controle exclusivo sobre algum item, direta ou indiretamente, comercializável, que é, em alguns aspectos, crucial, único e irreplicável*”. Essa relação de oligopolização da economia, associada com o empobrecimento absoluto e relativo da sociedade, remete-nos a idéia de uma ordem corporativa que produz escassez estrutural de bens e serviços de direito comum (Silveira, 2008, p. 16).

A força concentrada e centralizada desses agentes na economia das cidades vitimiza as parcelas pobres da população. As palavras de Yves Lacoste (1966, p. 16) parecem ganhar atualidade:

“As populações do Terceiro Mundo estão hoje submetidas a um verdadeiro suplício de Tântalo, pois sua miséria cresce diante das vitrinas guarnecidas das ruas das grandes cidades, diante dos cartazes publicitários que têm por objetivo despertar o apetite do cliente, diante das telas de cinema onde passam as

produções de Hollywood, visões retumbantes de um mundo muito bem nutrido. Os homens dos países subdesenvolvidos são na verdade os “danados da terra”.

Esses desprovidos da sociedade recebem influência direta dos meios de comunicação de massa que operam, através da propaganda, os anseios de consumo que a maior parcela da sociedade não pode sustentar, salvo consumos esporádicos.

A concentração de poder nas mãos dos atores hegemônicos pode ser vista, também, na difusão musical, a exemplo do controle de gostos e opiniões, como o caso das rádios que controlam o conteúdo veiculado e as músicas que serão tocadas de acordo com os segmentos em que atuam. A propaganda e a difusão de gostos são ampliadas, uma vez que objetos banalizados como o rádio, televisão, computadores e celulares tornam-se veículos de informação. Cristiano Nunes (2008, p. 145), ao estudar a radiodifusão em Campinas, pondera que *“todas as emissoras concessionadas estão comprometidas com o mercado e vinculam o repertório médio. Predomina a ação em rede no circuito do rádio. Tais redes são controladas por poucos grandes grupos de informação”*³³.

Em Goiânia, entrevistamos um locutor que discorreu sobre as escolhas das músicas na rádio Jovem Pan/Goiânia. Segundo o radialista, *“Lançar uma música numa rádio é lançar uma marca, um produto”*. O valor da música não é mensurável pela qualidade sonora e sua demanda é criada pela via da repetição, ou seja, o gosto é induzido nas pessoas. Ainda que a música seja ruim, torna-se requisitada pelos ouvintes ao inserir a melodia no gosto, induzindo ao consumo. Nesse sentido, Lucien Goldmann (1972, p. 30) pondera que a cultura tende a permanecer estéril se deixada ao controle do mercado.

“Toda tentativa de ação cultural, e unicamente cultural, se chocará, necessariamente, com a passividade, o desinteresse e a despolitização de grande parte dos membros da sociedade, isto é, com a estrutura psíquica criada e desenvolvida pelo capitalismo de organização”.

O capitalismo de organização, como o autor aponta, molda uma forma de sentir e pensar. A cultura, tomada no sentido largo do termo, estará à mercê do lucro.

³³ Acreditamos que o autor ao utilizar a expressão “repertório médio” fez uso de um jargão que se refere ao conteúdo de músicas largamente difundidas na programação das rádios, operando em prol da sedimentação da cultura de massas.

O arquétipo mencionado pelo radialista entrevistado expõe o fato de que as escolhas das músicas são comercializadas pelas grandes gravadoras e o comando central da programação da rádio parte de sua matriz com sede em São Paulo. Isto é, a maior parte da programação em Goiânia é produzida na capital paulista, a determinar cerca de 70% da programação local.

Para Cátia Antonia da Silva (1997, p. 221), *“A indústria cultural, suas formas de consumo e suas formas de produção contribuem para a instalação do meio psicofera, isto é, da relação entre consumo e necessidades; entre globalização e fragmentação”*. A exemplo da rádio Jovem Pan de Goiânia, revela-se uma brutal concentração dos comandos das empresas. A organização do consumo é centralizada e, portanto, há uma tendência a um ar de família entre os diferentes lugares. Isso nos remete a um dos elementos de produção de uma psicosfera.

Diante das entrevistas, em rádios, verificamos ser muito pouco provável que um artista independente participe da programação, nas palavras do radialista entrevistado *“É mais fácil se ganhar na loteria do que alguém chegar com seu material e conseguir tocar”*.

O mercado ligado à música evidencia o problema sobre o controle por parte de agentes sociais capazes de regular a produção, distribuição, comercialização e consumo nas cidades. A força dos grandes veículos de comunicação é associada às parcerias com outras grandes firmas da produção, como a Sony, Universal, EMI, etc. Os círculos de cooperação se fecham dando força aos hegemônicos. A variável econômica estritamente calculada tende a ser privilegiada, em detrimento de qualidades mais horizontais no uso do espaço pelo conjunto de atores sociais.

A economia não pode ser analisada como fato isolado. O peso das formas de civilização na produção das cidades e a transformação do espaço geográfico pelos agentes que produzem cultura, criando concomitantemente economia, são relevantes para o conteúdo do espaço geográfico.

Nesse mercado musical oligopolizado são dois os caminhos possíveis de negócios: i) a gravadora compra e negocia o preço de músicas, relacionado ao tempo das faixas musicais ou ii) o artista torna-se conhecido pelo público que passaria, então, a reclamar suas canções na programação dos veículos de comunicação. Esta última é remota, uma vez que o gosto do público é moldado pelas rádios.

Nesse mundo em que a racionalidade da economia tende a se impor, a programação desses veículos de comunicação é escolhida e elaborada a partir da audiência medida pelo Ibope, escolhendo músicas, via pesquisas de mercado do público em segmentos nos diferentes horários. Mais uma vez, a programação é calculada diante de sua capacidade mercadológica. Marilena Chauí (2006, p. 45) afirmará sobre tais empresas que

“Como indústria cultural, rádio e televisão operam segundo a lógica do mercado de entretenimento e da propaganda comercial. Por isso, introduzem duas divisões cuja referência é o poder aquisitivo dos consumidores: a dos públicos (as chamadas, classes A, B, C e D) e a dos horários (a programação se organiza em horários específicos que combinam a "classe", a ocupação - donas de casa, trabalhadores manuais, profissionais liberais, executivos - a idade - crianças, adolescentes, adultos - e o sexo)”.

Nessa dinâmica, tudo se racionaliza e se torna um cálculo para a ação almejada. A audiência é o maior objetivo, pois determina o valor da propaganda na rádio em concorrência com outras. O método para a rádio ser mais competitiva está em usar “músicas chefes”, isto é, aquelas que fazem com que o público mantenha-se na estação e não mude para outra. Essa competição é permanente, cada minuto é medido e controlado e a programação vai, desse modo, sofrendo ajustes de acordo com a escala da audiência.

O entrevistado citou o exemplo de uma grande gravadora que pagou cerca de um milhão e meio de reais para veicular no rádio uma canção quatro vezes ao dia durante um mês³⁴. Esse acordo foi feito pela matriz em São Paulo e repassado às outras cidades.

A Rádio Terra FM, de Goiânia, foi entrevistada. Tal rádio dedica-se exclusivamente ao segmento musical sertanejo e tem o maior volume de audiência entre as rádios em Goiânia.

A programação dessa estação é arranjada por uma equipe de programadores e por roteiristas comerciais. Estes últimos são os responsáveis por negociar com as gravadoras e com os produtores musicais a veiculação de músicas na rádio. O programador musical revelou que tem muito pouca autonomia na escolha das músicas,

³⁴ Um ponto interessante levantado pelo entrevistado foi que durante 24 horas não são tocadas mais do que oitenta músicas. O restante do tempo é preenchido com vinhetas, propagandas, informativos, programas com locutores ao vivo. A mesma música poder ser repetida até quatro vezes no mesmo dia, a depender da demanda.

pois é o departamento comercial que negocia e fecha a programação segundo os acordos selados entre as empresas.

Os músicos, em geral duplas sertanejas, deixam suas canções na rádio para passar pelo crivo dos programadores. Todavia, é remota a possibilidade de entrarem na programação. Esta é fechada mediante duas variáveis principais: a primeira é a audiência que estrutura toda a programação em competição com as demais rádios. A segunda é o acordo selado com gravadoras³⁵ e anunciantes. Por dia são tocadas nessa rádio 288 músicas, das quais 168 não são repetidas e as demais são músicas já consagradas.

A concentração de poder e influência dos agentes do circuito superior é amparada no controle sobre veículos de comunicação, difundindo símbolos (iconografias musicais) e outras manifestações da cultura. Essa é também uma expressão do uso corporativo do território.

3.3. Concentração de poder: a música massificada

Entre diferentes estratos sociais há a disseminação de bens culturais, abrangendo gêneros desde o sertanejo, pop, pop/rock, indie, música erudita, samba, funk, pagode, axé, maracatu até músicas eletrônicas.

O fato de que haja uma padronização não anula sua estratificação, quer dizer, muitas formas de controle e difusão de gostos são sofisticadas em estratégias de mercado. Todo gênero musical é um mercado que não pode ser desprezado. De modo que no movimento dialético da sociedade, a padronização e a estratificação social acontecem simultaneamente sem, contudo, constituir uma dualidade.

Pierre George (1975, p. 246), ao ponderar sobre a estrutura do mercado afirma que

“O conhecimento do mercado e o da psicologia do consumidor orientam a aplicação dos dois grandes meios de pressão, cujo desenvolvimento contribui poderosamente desde algumas dezenas de anos para modificar as estruturas da distribuição: o crédito ao consumo e à publicidade”.

³⁵ A essa negociação entre gravadoras e meios de comunicação (rádios) para a veiculação das músicas dá-se o nome “Jabá”.

Esse processo descrito pelo autor, em marcha há algumas décadas, faz as grandes empresas, amiúde em situações oligopolistas, tornarem-se, no período da globalização, produtoras, igualmente, de bens culturais.

Expressa-se, por meio desses produtos, a tentativa de se distanciar dos valores tradicionais, induzindo novos gostos. Isso não significa homogeneização – no sentido de equidade. O que há é uma padronização cultural (diferenciada, porém uniformizada), na qual todos passam a ter direta ou indiretamente outras referências, mais ou menos difundidas pelos territórios nacionais.

Esse processo não exclui, necessariamente, os hábitos culturais herdados no lugar. Converge-se, desse modo, a um híbrido entre a dinâmica do lugar com as verticalidades da oligopolização da cultura, a gerar um novo processo de formação de identidades nacionais.

A exemplo de Goiânia, o gosto musical na cidade parece não depender da classe social, o sertanejo é o gênero musical que está em primeiro lugar nas preferências dos indivíduos, perpassando todo o conjunto de população. Em Porto Alegre, a música regional gaúcha se faz presente nos bares, nos meios de transporte coletivos da cidade e nos sons ecoados nas subcentralidades urbanas, convivendo com outros gêneros musicais. Quiçá, por essa razão, a música regional gaúcha permaneça presente.

Milton Santos sublinha que no regime capitalista (2003, p. 156) “*Onde a lei fundamental é a acumulação do capital na velocidade máxima, os fluxos de excedente não podem convergir senão para onde se encontram os mecanismos mais eficazes para sua multiplicação*”. A concentração tende a se tornar cada vez maior no ciclo de produção e reprodução do capital.

Segundo Pierre George (1975, p. 261), “*A transformação da economia, a nova hierarquização das fortunas, os novos sistemas de gestão dos negócios, dos créditos, das trocas, fizeram caducar em pouco tempo tudo o que havia caracterizado a vida urbana durante mais de dez séculos*”. A economia política da cidade e da urbanização se redefine cada vez mais velozmente em acordo com as transformações dos objetos e dos parâmetros das ações. Estas últimas, tendem a convergir para o mesmo centro: aumentando a espessura dos orçamentos de cada firma e de seus respectivos patrimônios, concomitante à participação no mercado regional, nacional e internacional.

Paolo Sylos Labini (1988, p. 145) assevera que “*O fato é que o processo de concentração depende basicamente da busca de uma crescente eficiência técnica e da tendência a produzir a custos sempre decrescentes*”. O processo descrito resulta numa crescente aceleração da produção de objetos, eventos e novos mercados nas cidades, estimulando condições oligopolistas.

Paul Singer (1968, p. 75), ao falar sobre o processo de concentração afirma que

“A concorrência entre os capitalistas força-os a adotar a melhor técnica disponível, que é aquela que proporciona a melhor produtividade e que soe ser a que requer mais capital. Os capitais individuais tendem a crescer, mediante a acumulação de capital, ou seja, mediante a transformação de uma parte de excedente em novo capital, em novos bens de produção, que não somente permitem que se produza mais, mas que se produza mais, com menos trabalho. Isto é que seria, então, a concentração de capital. Seria o resultado da própria acumulação do capital, resultante das incessantes revoluções técnicas a que o processo produtivo está sujeito no sistema capitalista”.

Nos dias correntes, diversos mecanismos têm sido implementados com a finalidade de aumentar a eficiência e a produtividade. A concentração descentralizada, (Sennett, 2006, p. 63) implica a distribuição de tarefas e a implosão da pirâmide hierárquica dentro das topologias empresariais.

Verifica-se o movimento de concentração descentralizada ao se constatar que os serviços de gravação musical foram terceirizados e que empresários dos artistas foram substituídos pelas gravadoras.

Quando se lega à cultura o papel contábil de produtos e serviços, tende-se a rebaixar o homem médio³⁶ de que falava Ortega y Gasset (2002, p. 92). A música é formadora: forma opiniões, forma gostos, forma maneiras de agir e de pensar sobre os eventos no mundo.

Se a música pode contribuir na construção outro tipo de quadro social, não ancorada em oligopólios e na concentração de comandos nas grandes empresas, o reino dos homens médios pode ganhar outros tons, talvez de uma sociedade mais generosa. O reino do homem médio não é o reino das grandes empresas, mas das pequenas e das

³⁶ No livro *Estudos sobre o Amor*, publicado pela primeira vez em 1939, José Ortega y Gasset escreve (2005, p. 92): “*Note-se que o fator decisivo na história de um povo é o homem médio. O teor do corpo nacional depende daquilo que ele é. (...) A história é, sem remissão, o reino da mediocridade. A Humanidade só tem de maiúsculo o h com que a decoramos tipograficamente. Os maiores gênios sucumbem perante ilimitada vulgaridade. Tanto quanto parece, o Planeta está feito de maneira a que reine sempre o homem médio. Por isso é importante que o nível médio seja o mais alto possível. E o que faz a grandeza dos povos não são seus grandes homens, é, fundamentalmente, o nível da mediocridade*”.

médias, onde há lugar para troca de informações pessoais, idéias e cosmovisões. As grandes empresas tendem a submeter e a equalizar segundo seus próprios critérios.

Decorre desse entendimento observar manifestações urbanas de atores com menor grau técnico, de capital e organização, produzindo trabalhos voltados às próprias convicções. Micro, pequenas e médias empresas e atividades despontam dentro da economia das metrópoles, enquanto nova configuração da economia política da cidade, onde o meio construído, instrumentos de trabalho e propaganda são reformulados a partir das variáveis do período.

Em especial, as atividades ligadas à música, como estúdios de gravação e ensaio, gravadoras, lojas de instrumentos musicais, lojas de comercialização de discos, selos independentes, ambulantes e artistas da música semeiam renovadas perspectivas sobre o uso do território. No capítulo que se segue veremos situações concretas de como esses atores não-hegemônicos se organizam no território e espalham, ainda que não necessariamente de forma sistemática, às contra-racionalidades que fazem frente aos globalitarismos.

Capítulo 4

*Técnica, Organização e
Capital: estúdios de
gravação e outras atividades
ligadas à música*

Ilustração de Julio Meiron

Uma cidade é construída por diferentes tipos de homens; pessoas iguais não podem fazê-la existir.

Aristóteles, século IV A.C.

Nossa investigação incorporou a técnica como elemento central de análise. A banalização das técnicas musicais, nos últimos quinze anos no Brasil, foi o vetor a permitir a reorganização do ramo de empresas que produzem, distribuem e comercializam música.

A própria ampliação do consumo musical tem sido possível graças à miniaturização e barateamento de tocadores de música, com diferenças entre eles de valor, marcas e modelos (segmentados pelos diferentes estratos sociais). A complementaridade dos objetos e de funções é crescente no período.

Como vimos, aparelhos de telefonia celular, *tablets* e computadores portáteis permitem não apenas a reprodução da música, mas igualmente sua aquisição, já que estes dispositivos estão conectados à Internet e, portanto, aos sítios de compra das gravadoras (Sony, Universal, EMI, etc.), das empresas de telefonia (Claro, Vivo, Oi e Tim) e dos portais da Internet no Brasil (Uol e Terra). A demanda por música cresce, em paralelo, à oferta.

A foto abaixo, tirada na cidade do Recife-PE, evidencia a participação da música no cotidiano das cidades. As tecnologias estão impressas nas pessoas. Os fones auriculares individualizam o som, privatizam a sensação melódica e se converte em um mecanismo para se escapar da divisão de experiências no ambiente.

Essa é a tese de Michael Bull³⁷ (2000), diante da sociabilidade na cidade, mediada por esses objetos, desde o walkman até o iPod: “*Um dominante ‘padrão’ exibido pelos usuários de personal-stereo é a indiferença em relação ao ambiente*” (Bull, 2000, p. 143).

Abaixo, o cartaz mostra o esforço do governo local em criar uma cultura de como se deve agir em um coletivo, preconizando a individualização sonora. O som pode existir, mas convida a individualização da experiência sensorial ante o meio ao qual se circunscreve. Não queremos, todavia, dispensar normas de convívio social, da forma de viver com o outro. O que pretendemos frisar é a música enquanto vetor de individualização.

³⁷ O livro de Michael Bull (2000) leva o título: *Sounding out the city: personal stereos and the management of everyday life*.

Fotografia 1. Ponto de coletivo, Recife, junho de 2011. Autor: Villy Creuz

A música está em todas as esferas e paisagens da vida cotidiana. Todavia, a produção não ficou legada apenas aos atores hegemônicos, ainda que sua comercialização pela *web* assim esteja configurada.

A produção é feita, outrossim, por micro, pequenas e médias empresas que constituem o circuito superior marginal nas cidades estudadas. O barateamento dos equipamentos de trabalho (mesas de som, computadores, programas e softwares, microfones e cabos) e a digitalização da produção musical (com a substituição das gravações analógicas) permitiu o aumento da espessura da divisão social e territorial do trabalho nas cidades, englobando um conjunto dessas pequenas atividades.

A seguir trataremos de situações analisadas nos trabalhos de campo em São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Goiânia (GO), Recife (PE) e Porto Alegre (RS) nos estúdios de gravação e ensaio musical, gravadoras, entrevistas abertas com músicos e entrevistas às lojas de instrumentos musicais.

A banalização técnica foi vetor central na reorganização do circuito espacial de produção da música. O acréscimo de outras empresas e atores compôs a nova especificidade da divisão social e territorial do trabalho musical no período da globalização.

4.1. Banalização Técnica: novos rumos à música

Uma das conclusões a que chegamos, nas diferentes cidades brasileiras, é que há um modo de produzir música comum a todos os atores do circuito superior marginal.

Os equipamentos de trabalho podem mudar, numa variação de marca e modelo, um conjunto maior ou menor de funções, maior ou menor número de canais, melhor amplitude na receptividade do som, entre outros, porque dentro do mesmo sistema de técnicas existem graus de sofisticação e de preços. Mas, o sistema de objetos, conduz ao mesmo conjunto de ações nos diferentes lugares.

As situações geográficas nos indicam que a urbanização tende a conferir aos diferentes lugares uma estrutura comum, dentro de suas respectivas especificidades. As formas de agir são impregnadas por um sistema de objetos comuns e, assim, a tecnoesfera tende a cristalizar-se nas porções do território nacional. Os sistemas técnicos não são mais locais; “o *subsistema técnico hegemônico tornou-se ubíquo*” (Santos, 1996, p. 153).

Esse novo sistema técnico universal, onipresente, que se comunica com todas as técnicas do planeta, edifica o projeto da universalidade técnica, configurando a chamada “*unicidade técnica*” (Santos, 1996, pp. 151-156).

É por meio dessa unicidade técnica que a música passa a ser produzida diante de uma receita, tornada banal e acessível, porém que prescreve o receituário a partir dos objetos a utilizar.

Thierry Gaudin (1978, pp. 148-149), no livro *L'écoute des silences. Les institutions contre l'innovation*, escreve que existem dois tipos de técnica, a elitista e a popular. O autor aponta que o modo de existência *elitista* atende a demanda do príncipe, isto é, mobiliza recursos consideráveis, contrata especialistas, seleciona e estende-se aos limites da possibilidade (1978, p. 148). O modo *popular* de existência, como escreveu, resultam do contato e da experiência de muitos. Foi o modo popular que realizou invenções, a partir da vida cotidiana (1978, p. 149).

O essencial, aqui, é compreender que os movimentos desses dois modos não são puros; não há formas puras: em cada sociedade vários modos coexistem e se

confrontam. Cada qual com as suas possibilidades e necessidades.

Para T. Gaudin (1978, p. 156) haveria dois tipos de tecnologias que corresponderiam às ações do modo de existência *elitista* e *popular*: as tecnologias duras e as tecnologias doces. A elitista é resultado de uma demanda racional com fim estabelecido e performático. A popular é produto da interação entre indivíduos na sociedade e comporta finalidades híbridas.

As tecnologias musicais nascem como resultado de um princípio de modernização elitista, buscando orientar suas tecnologias a fins racionais. Seriam manifestações das demandas do príncipe, isto é, agentes do circuito superior, capazes de investir em inovação e pesquisa.

Todavia, o movimento de aceleração contemporânea gera uma sucessão de modernizações, criadoras de novas tecnologias. Esse movimento de aceleração permite o barateamento, uma vez tornadas “ultrapassadas” diante dos mais novos equipamentos.

A digitalização da produção de músicas possibilitou esse caráter doce da técnica, pois ofereceu aos atores do circuito superior marginal e inferior a possibilidade desse fazer musical.

No entanto, a técnica incorpora uma lógica própria ao objeto. O uso da técnica pelo homem redimensionou em todas as esferas sua experiência. Ao passo que Georges Friedmann (1962, p. 46) irá mencionar que “*O fundamento da atividade do homem tendo sido de tal modo modificado em suas profundezas, que não nos surpreendemos se seus modos de sentir e de pensar o sejam igualmente*”.

A racionalidade do objeto impõe a racionalidade também da ação, que por seu turno, cria novos objetos, entre eles, os objetos musicais (instrumentos, equipamentos de trabalho e tocadores/reprodutores).

A música digitalizada é outra esfera da experiência do sentir e do fazer, à diferença da música analógica a conter outra racionalidade. Dois são os pontos principais a levar em consideração nesse tema: a produção da música e o seu consumo na passagem da música analógica a digital. No que tange à produção existe outro tempo de construção e aperfeiçoamento melódico, o digital compreende tempos mais curtos de trabalho, alargando o volume.

A maturação perfilha graus de aceleração na digitalização musical. Em decorrência, outro sentido sonoro é alcançado, no qual responde à lógica dada pelo objeto que permitiu maior ou menor velocidade. No que toca ao consumo, a oferta é múltipla e constante, criando aceleração de lançamentos que são descartados, também, mais rapidamente, gerando novas demandas.

Nas entrevistas, nas cinco cidades, foi comum ouvir o relato de que as gravações analógicas eram muito mais caras, pois aos insumos era agregado um alto valor. Isso exigia do artista um cuidado maior com sua execução, pois não poderia haver reparos, já que implicaria num maior custo.

Nesse sentido, as entrevistas mostraram-nos que a digitalização tende a banalizar o erro e a depreciar o cuidado artístico dos repertórios, já que os computadores preenchem lacunas.

Fotografia 2. Equipamento de Gravação Analógica, Porto Alegre – RS, julho de 2010. Autor: Villy Creuz

A instrumentalização na atividade ganhou novos conteúdos, como exemplo tomemos os programas para operacionalizar as gravações digitais, hoje, imperiosos no cotidiano dessa presteza. Entre esses estão o *Sound Ford*, *Pro tools*, *Sonar*, *Midi*, *Reason*, *Kake Walk* e *Nero* que permitem o ajuste digital das gravações, como volume, equalização, afinação de voz, e, do mesmo modo, autorizam a execução em meio virtual.

Fotografia 3. Equipamentos de Trabalho. Estúdio de Gravação e Ensaio, Porto Alegre - RS, agosto de 2010. Autor: Villy Creuz

O uso da Internet não é um imperativo para os estúdios, uma vez que a maioria dos computadores executam, exclusivamente, tarefas em programas específicos de gravação e ensaio. Muito embora os equipamentos de gravação não possuam, na maioria dos casos, Internet, outros computadores são utilizados para atender este fim. A maior parcela dos entrevistados garantiu usar a Internet apenas em suas residências e não a relacionam com a propaganda.

Fotografia 4. Gravadora Evangélica— sala de gravação, Goiânia - GO, novembro de 2010. Autor: Villy Creuz

A partir do uso da informática, microcomputadores, mesas de som e programas específicos nas gravações, criou-se a nova especificidade dos serviços oferecidos pelos estúdios. Além da gravação, mixagem, masterização, agora, possibilidades, como a reprodução de discos (algumas vezes 'piratas'), produção de *jingles* e *spots* para

agências de propaganda e, também, trilhas para filmes, exposições artísticas e teatros são realizadas.

Fotografia 5. Sala de Gravação, estúdio de gravação e ensaio musical, São Paulo, outubro de 2011. Autor: Villy Creuz

Há uma demanda constante para a renovação de equipamentos ligados à qualidade sonora, digital e acústica, transmissão na gravação, enfim, toda uma série de argumentos para a renovação inexaurível dessas técnicas. Gera-se o consumo permanente e o reinvestimento em capital fixo nessas empresas, utilizando-se ora capital próprio ora empréstimos pessoais em bancos, como pessoa física.

Todos esses equipamentos, em conjunto, se organizam em pequenos sistemas técnicos. A mesa de som depende, por sua vez, das caixas de retorno, que necessitam, também, dos cabos específicos para a transmissão da informação, mais o conjunto de telas e os computadores que coordenam todas as variáveis acústicas, através de seus softwares. São técnicas solidárias entre si e interdependentes. Seu conjunto pressupõe uma unidade que, uma vez desfeita, paralisa todo o sistema. Esse mutualismo entre técnicas nunca foi tão agudo.

Fotografia 6. Mesa de som e equipamentos, Rio de Janeiro, maio de 2011. Autor: Villy Creuz

O insumo utilizado por estúdios de gravação e ensaio é o CD virgem – em poucos casos o MD e a fita K7. Este material é normalmente comprado no centro da cidade ou por telefone, ou ainda, em centros comerciais dos bairros onde as compras são realizadas em pequenos lotes. Os estúdios não criam estoques, pois os entrevistados asseguram que o CD virgem é muito fácil de ser encontrado e que não é preciso comprar grandes quantidades. A aquisição deste material é levada em consideração junto à demanda, ou seja, se muitas gravações são previstas é efetuada uma compra anterior à data estipulada da prestação do serviço de gravação.

A possibilidade de gravar em discos virgens e transportar a música e repassá-la para outros agentes, redimensiona o caráter da produção nacional e a distribuição de mercadorias musicais. Essa tecnologia reorganiza a divisão do trabalho entre esses agentes. Vimos situações concretas em que estúdios, diversificando suas atividades, passaram a reproduzir discos, em até 700 unidades. Verificaram-se dois casos em Recife; três em Goiânia; quatro em São Paulo; três no Rio de Janeiro; e, um em Porto Alegre. Os equipamentos de trabalho são os mesmos e a produção implica no empenho manual humano, unidade por unidade.

Fotografia 7. Equipamentos de gravação musical. São Paulo, novembro de 2011. Autor: Villy Creuz

É comum aos estúdios de gravação musical ter algum equipamento de trabalho comprado usado: mesas de som, amplificadores, microfones de diversos modelos, caixas de som para diversos fins e instrumentos musicais – bateria, piano, violão, guitarra – cordas e metais, no geral.

A fotografia a seguir evidencia o comércio de equipamentos usados no centro da cidade do Recife-PE. O comerciante, também músico, vendia, comprava e revendia equipamentos de som e instrumentos musicais. Era constante a permuta, a negociação, o fiado e o crédito, a partir da palavra ou de boletos de financiadoras de crédito em até doze vezes (Hipercard) e cheques pré-datados. Esse era um negócio familiar, mas com registro (imposto simples), no qual trabalhavam o dono do estabelecimento e sua esposa. Os clientes dessa empresa, em geral, eram músicos e donos de estúdios.

Fotografia 8. Comércio de instrumentos e equipamentos usados, Recife, junho de 2011. Autor: Villy Cruz

Noutra entrevista, em Goiânia, constatamos que a maior parte dos equipamentos foram comprados de segunda mão. Muitas vezes, equipamentos antigos são procurados por seu envelhecimento, que por vezes, agrada aos ouvidos de alguns artistas, já que a secura do material, advinda com o tempo, pode ressoar tons musicais com maior refinamento acústico, afetando a ressonância sonora.

Esse fenômeno nos é muito significativo, já que a reutilização de objetos passou a ser uma variável-suporte no período, e, por conseguinte, estende-se às renovadas funções, criadoras de diferentes ações e intencionalidades. São novos usos da materialidade, ou seja, formas envelhecidas a ganharem modernos usos.

Em entrevistas nas cidades confirmamos a tendência das empresas em investirem em equipamentos cada vez mais sofisticados. Em Goiânia, o proprietário de um estúdio de gravação declarou haver trazido equipamentos do Japão, como as mesas de som, microfones, softwares.

Fotografia 9. Equipamentos de Trabalho e Fachada da Empresa de Gravação, Goiânia, novembro de 2010. Autor: Villy Creuz

Sobre a questão da difusão de músicas pela Internet alguns músicos ponderaram que, ao se transmitir música pela rede de computadores, o arquivo musical (MP3) precisa ser comprimido, ou seja, ter um volume menor de dados. Disso decorre que a qualidade sonora desse arquivo também decai. O que para alguns músicos parece paradoxal é que nas gravações em estúdio os artistas buscam qualidade técnica em coisas sutis e que ao serem transmitidos pela *web* perdem-se pela compactação.

O estúdio Carranca, um dos maiores na cidade do Recife, é reconhecido na cidade pela qualidade em gravações. Esse é um estúdio dividido em dois departamentos que trabalham coordenadamente, mas com autonomia: em um deles, os serviços são voltados às agências de propaganda, cujos produtos vendidos são *jingles*, *spots* e trilhas sonoras; na outra parte são produzidos discos e DVDs musicais. Segundo o engenheiro de som, a base das finanças do estúdio são os produtos para as agências de propaganda, voltadas ao mercado local/regional. A porção ligada à música *per se* não angaria receitas expressivas. Tal empresa participa, dentro da situação geográfica do Recife, do circuito superior marginal emergente, pois possui um grau de investimento em equipamentos sofisticados, diversificação dos negócios, grau de organização mais complexo e capitalização maior.

Nesse estúdio há um serviço, voltado às atividades do forró e dos carnavais de rua, chamado de estúdio móvel, um estúdio com aparatos técnicos suficientes para

gravações não fixadas em um ambiente imóvel. É possível, por meio dessa tecnologia, gravar shows ao vivo e transformá-los em disco. Esse é um novo tipo de serviço que atores do superior marginal emergente passaram a adotar mais recentemente (vide fotografia 10).

Cabe ressaltar a necessidade, também, do uso de equipamentos de ar condicionado, para o resfriamento dos computadores e também por conta do isolamento acústico. Devemos ponderar que há um importante custo relacionado à utilização dos aparelhos de ar condicionado, ligado ao valor do consumo de energia. Em cidades como Recife e Goiânia, constatamos que as contas podem variar de R\$ 300,00 a R\$ 900,00 mensais. E não é possível, pelas limitações da acústica da gravação, prescindir da refrigeração do ambiente, sobretudo, nas estações mais cálidas do ano, meses de verão e primavera.

Fotografia 10. Equipamento de ar condicionado. Estúdio de gravação e ensaio, Recife, junho de 2011.

Autor: Villy Creuz

Nas viagens de campo, encontramos casos de especialização dos estúdios de gravação: trabalham apenas nas etapas de mixagem e masterização. Em Porto Alegre, entrevistado em julho de 2010, há um caso de uma firma na qual o proprietário trabalha com esses serviços especializados. Os equipamentos necessários são o software *pro tools*; computador com placa de som específica; pré-amplificadores, placas DSP, microfones, instrumentos de monitoração/edição do som.

O caráter sistêmico dessas tecnologias está nas demandas de um tipo específico de componente para usá-la, como a memória ou o disco rígido. O computador para trabalhar com o *pro tools* precisa de certa configuração e responde melhor a certos maquinários, como os da marca *Apple*. O valor do software, segundo averiguamos, é aproximadamente US\$ 700,00. A compra é feita *online*, diretamente do fabricante. As atualizações do software são, do mesmo modo, cobradas, chegando a US\$ 400,00. Os valores podem mudar, de acordo, com o tipo de equipamento e o desempenho que se espera. Nessas situações, o profissional tende a trabalhar sozinho, sem assistentes e com horários flexíveis. Geralmente se ocupa com outras atividades e faz desta algo paralelo.

Fotografia 11. Equipamento de mixagem, computador/software, Porto Alegre, julho de 2010. Autor: Villy Creuz

O proprietário dessa atividade é psicólogo e diz que esse trabalho, apesar de ocupar metade de seus horários e render cerca R\$ 4.000,00 líquidos ao mês, é uma “terapia”. O custo do serviço para uma única faixa de um disco é de R\$ 1.500,00. O público tende a ser de classe média, com ocupações diversas, mas que transitam pela música. Trabalha sozinho, sem ajuda ou assistência e não contrata ninguém mesmo que aumente a demanda. Nessas situações a solução é repassar o trabalho a outras empresas.

Em certo sentido, podemos dizer que se amplia a divisão do trabalho no circuito superior marginal emergente, com novas especializações e repartição do trabalho. Implica também o aumento da densidade comunicacional entre os atores, pois a interdependência de funções exige maior diálogo entre indivíduos e empresas. Por essa razão, a telefonia móvel, fixa e por rádio, tem sido largamente utilizada entre esses agentes, bem como a troca de mensagens de texto, via *sms* (torpedos) e e-mails. O “boca

a boca” se potencializa frente à densidade de comunicação entre os agentes: maiores são as indicações de onde procurar certos serviços, tanto quanto maiores são os intercâmbios de clientes.

A divisão do trabalho na produção de música, com terceirização dos serviços, alarga-se. Pequenas gravadoras, como em Goiânia, passaram a focar seus serviços na pré-produção.

A pré-produção trabalha com os arranjos musicais, o repertório e, em seguida, escolhem-se as empresas que irão executar os serviços como gravação, mixagem, masterização, parte gráfica (encartes) e, por fim, a prensagem do disco. Em geral, o valor cobrado pela gravadora ao artista é de R\$ 30. 000,00. O custo é cobrado ao artista e a empresa repassa às demais firmas os pagamentos pelos outros serviços. Uma destas firmas entrevistadas é familiar, onde o pai (fundador e pastor evangélico) e a filha são os mantenedores da firma, a organizar a repartição de funções. O argumento sustentado pelos entrevistados é de que não é interessante investir em equipamentos, pois o custo é relativamente alto e teria de manter funcionários (em razão dos custos de encargos trabalhistas). A margem média de lucro da empresa é de 60% a 70%.

Uma manifestação que nos parece interessante ressaltar é o aumento de empresas com maior inclinação a atender públicos específicos.

Na dinâmica das atividades ligadas à produção musical é corrente haver parcerias com músicos e empresas de gravação e casas de show. Por essa razão, serviços especializados também encontram um mercado, sobretudo com o aumento de demanda por serviços musicais nas metrópoles.

As cidades passam a acolher satisfatoriamente esses conjuntos de empresas em razão da configuração territorial, abrigando o trabalho morto, posto em movimento pelo trabalho vivo. Esses trabalhos acumulados, suas formas, permitem o exercício de atividades que, noutra configuração, teriam outro arranjo organizacional. A configuração espacial das cidades é produto dessa combinação material e imaterial que se unem conferindo suas especificidades. O meio construído urbano é a expressão dessa dinâmica, mas também sua condição de realização, denotando um caráter particular nos lugares, em especial nas cidades; *“A cidade – sobretudo a grande cidade – constitui um meio material e um meio social adequados a uma maior socialização das forças produtivas e de consumo”* (Santos, 1994b, p. 120).

Os capitais comuns são, através dos meios coletivos colocados a disposição do processo de produção nas cidades, formas geográficas de realização do trabalho vivo desses agentes sobre o trabalho morto. O meio construído opera como essa mediação socializada de recursos postos ao uso comum, garantindo a existência da diversidade de funções, atores e poderes nas cidades.

4.2. Uso do meio construído urbano pelos estúdios de gravação

A noção de socialização capitalista de Christian Topalov (1974) significa que a cidade é, entre outras coisas, o resultado da divisão social do trabalho. M. Santos (1994, p. 122) tratará, mais claramente, sobre a socialização capitalista do seguinte modo:

“Entenda-se por socialização capitalista a criação de capitais comuns, de meios coletivos à disposição do processo produtivo. É socialização pelo fato de que não são os capitais individuais que a devem empreender diretamente; é capitalista porque os beneficiários são poucos, segundo uma hierarquia que vêm do seu poder enquanto capitalista, isto é, de sua capacidade de utilizar produtiva e especulativamente as infra-estruturas financiadas por meio de impostos, com o esforço coletivo, isto é, mediante a contribuição social. A socialização capitalista é, sobretudo, um processo de transferência de recursos da população como um todo para algumas pessoas e firmas.”

A economia política das cidades pressupõe esse entendimento da distribuição de tarefas, funções e formas nos lugares. O meio construído urbano passa a ser uma variável central para se apreender o fenômeno dos dois circuitos da economia, no qual a coexistência de atores com enormes disparidades de poder, influência, organização, capital e tecnologia são consonantes. Os agentes sociais mais fracos resistem nos interstícios que as possibilidades técnicas ampliam no atual período.

As cidades, por seu turno, concentradoras de uma larga massa pobre, permitem mais facilmente a diversificação do trabalho, muitas vezes não ancorado na produção de postos de emprego, mas de trabalhos ocasionais e sem garantias trabalhistas. Daí a produção de dois subsistemas econômicos urbanos, uma vez que o circuito superior consiste em atividades criadas a partir de progressos tecnológicos, enquanto que o circuito inferior, também resultado das modernizações (embora não diretamente), dirija-se aos grupos que não acolhem as benesses desse progresso técnico (Santos, 1979).

A cidade possibilita, também, a coexistência de formas, de diversos momentos, que se somam à paisagem. Como assegura Roberto Lobato Corrêa, “*A cidade e a rede urbana reatualizam-se, possibilitando a coexistência de formas e funções novas e velhas*” (2006, p. 280).

A expansão tecnológica, aliada a uma mão-de-obra abundante e uma sociedade rica em símbolos e identidades, faz da cidade um mercado enorme, um meio construído gigantesco e um centro produtor de cultura. “*A cidade em sua diversidade e complexidade, em sua singularidade e sofisticação, permitiu novas formas de expressão e maneiras de viver que eram desconhecidas nos assentamentos mais tradicionais*” (Mcdowell, 1994, p. 166).

Nesses interstícios a produção da música ganha novos contornos, com a criação de novas atividades, antes circunscritas apenas ao circuito superior e que, no período atual, se espriam em sua porção marginal e no circuito inferior.

Os trabalhos de campo em São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Recife e Goiânia, revelaram muitos exemplos de uma dinâmica economia urbana produzida por atores não poderosos. O meio construído é uma variável central em nossa investigação, pois autoriza o uso, em soluções criativas, de formas de trabalho mais diversas dentro da música.

Novas formas de produzir e consumir estão presentes no período. Há muitos exemplos de grupos ou indivíduos que encontram formas inovadoras de trabalhar, com pouco dinheiro e com necessidade de gerar renda, aumentam as possibilidades de trabalho.

Um senhor boliviano, entrevistado em Goiânia, trabalha da seguinte maneira: grava os discos em sua casa, com o instrumento de sopro no pequeno estúdio formado de um computador, uma mesa de som, uma impressora, cabos e microfones. Estes CDs são vendidos no setor central da cidade pelo preço de R\$ 10,00. O lucro dessa atividade destina-se ao consumo familiar e à compra de insumos de acordo com a demanda. A foto abaixo ilustra como é feita a comercialização.

Fotografia 12. Comercialização de Discos no Setor Central, Goiânia, novembro de 2010. Autor: Villy Cruz

O aparelho de reprodução de discos fica ligado na caixa de som para que os possíveis clientes ouçam. Não há propaganda, nem folhetos, nem cartões.

Há outro tipo de comercialização, em que CDs virgens são gravados com temas musicais - como músicas românticas, para festas, etc. - e gêneros - sertanejo, forró, rock, eletrônicas, etc. Geralmente, esses discos com um grande conjunto de músicas (aproximadamente 300 em formato MP3) são vendidos a R\$ 5,00 nos centros e subcentros urbanos de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Goiânia. A fotografia abaixo ilustra a comercialização.

Fotografia 13. Comercialização de CDs de MP3. Goiânia, novembro de 2010. Autor: Villy Cruz

Em Olinda, região metropolitana de Recife, encontramos mais um caso de comercialização nas ruas da cidade, em que o comerciante vendia discos de MP3 a R\$ 2,00. Constatamos, nesse caso, haver uma sazonalidade na procura por gêneros, já que nas festas de São João, típicas da região, a procura por forró era maior, bem como no carnaval pelo frevo.

Fotografia 14. Carrinho de discos e DVDs, Olinda-PE, junho de 2011. Autor: Villy Creuz

Esse mecanismo de comercialização tem um pequeno sistema técnico, improvisado e interno de som, permitindo ao potencial cliente testar a qualidade do disco antes da aquisição. A mobilidade é outra vantagem: em geral, o deslocamento é constante durante o dia de trabalho (variando de 8 a 12 horas por dia), em direção aos nós de circulação na cidade ou, ainda, na tentativa de escapar da fiscalização municipal.

Mais um exemplo desse tipo de comércio é o desenvolvido pelo pastor evangélico que vende seus discos todos os finais de semana na feira da Praça do Pôr-do-Sol que acontece aos sábados, no setor oeste da cidade de Goiânia. O valor dos discos é, assim como o exemplo anterior, R\$ 10,00.

De posse apenas de uma bolsa e um reproduutor de CD para que os clientes possam escutar seu som o pastor evangélico comercializa o disco que gravou com a família. O pai como baixista, a filha no vocal, o caçula na bateria e o primogênito na guitarra. Eram comercializados três discos, todos com conteúdos religiosos. Veja foto para ilustrar a situação.

Fotografia 15. Comercialização de Discos no Setor Oeste, Goiânia, novembro de 2010. Autor: Villy Cruz

Mais uma forma de comercialização de discos é a venda em bancas de jornal na região central da cidade de Goiânia. Como se podem observar, nas próximas duas imagens, há uma exposição dos CDs comercializados e uma procura por esse tipo de prestação. Os discos são vendidos pelo valor de R\$ 9,90. Neste local eram comercializados diversos outros tipos de artigos, como livros, cartões de recarga para telefonia celular, jornais, mapas das cidades e doces. Esse é um exemplo de associação de produtos, de que fala Montenegro (2006) em sua dissertação de mestrado.

Fotografia 16. Venda de Discos no Setor Central, Goiânia, novembro de 2010. Autor: Villy Creuz

Sobre a origem dos discos de cantores conhecidos, como Chitãozinho e Xororó, Leandro e Leonardo, Sergio Reis, entre outros, o entrevistado limitou-se a responder que “*Um rapaz me traz*”. Com relação aos outros artistas, afirmou ser comum que duplas sertanejas deixem seus discos em consignação na banca, junto com propaganda de shows. Percebe-se que a organização dessas atividades é pouco complexa, na qual o peso das relações pessoais, o contato direto com clientes e revendedores na obtenção de produtos está relacionado com a troca de informações pessoais.

Fotografia 17. Consumo de Discos no Setor Central, Goiânia, novembro de 2010. Autor: Villy Creuz

É corrente na paisagem urbana dessas cidades encontrarmos situações semelhantes da imagem na sequência, em que um sujeito, em uma superfície de papel grosso, exponha os discos a venda. Normalmente, esses vendedores possuem equipamentos portáteis para reproduzir música. O produto desse material, segundo algumas entrevistas, é oriundo da Internet, via sítios para baixar arquivos musicais.

Fotografia 18. Comércio do Circuito Inferior de Discos, Recife, junho de 2011. Autor: Villy Creuz

Nessa imagem, em uma avenida no centro de Recife, nota-se o aparelho no carrinho, com a finalidade de fazer os testes nos DVDs e CDs. Junto aos produtos, uma faixa indicando o local para confecção de currículos; e, também, a possibilidade de consulta ao Serasa e ao SPC.

A imagem evidencia três coisas: a primeira, a busca pelo som e pela imagem, produtos da indústria cultural, perpassa a todos os segmentos sociais. Há, deveras, uma psicoesfera mediada pela indústria da música e indústria cinematográfica, criando um discurso sobre o mundo. Os filmes piratas vendidos na banca sobre o papelão são os mesmos que passaram nas grandes redes de cinema e que depois serão veiculados pelas companhias de televisão.

A segunda, a regulação por meio do crédito impõe a normatização. A existência do Cadastro de Pessoa Física (CPF), particular ao Brasil, é uma maneira de regulação na qual há os registros pelas situações dos compromissos financeiros das pessoas físicas. Apenas desse modo é que se pode obter crédito para consumo. A norma e a técnica são articuladas de tal modo que a eficiência da primeira apenas pode decorrer da existência

da segunda – método de controle *online* dos registros. O CPF ganha cada vez mais notoriedade e em todas as transações financeiras este é exigido.

Por fim, a terceira evidencia da imagem anterior, é a necessidade por trabalho, constante, nas metrópoles, tanto para empregadores, quanto para empregados, figurados aí, nessa imagem, no imperativo da organização dos currículos.

Provavelmente, quem demanda esse tipo de serviço (organização de currículos) não tenha equipamento ou não saiba como fazer um currículo ou, ainda, não domine o *savoir-faire* das tecnologias informáticas. De um jeito ou de outro, é uma normatização exigida e corrente para todos os postos de trabalho, desde equipes de limpeza até diretores de companhias. E são, do mesmo modo, um tipo novo de trabalho nas centralidades urbanas, associados, algumas das vezes, ao comércio de discos.

Também em Recife, no centro velho, encontramos um tipo de comércio - imagem abaixo, na qual o proprietário é o único a trabalhar, com a diversificação do negócio, transformando as mídias antigas, como fitas magnéticas e vinis em CDs. Vemos aqui o conhecimento de diferentes sistemas técnicos como condição desse serviço.

Fotografia 19. Comércio de discos no Circuito Inferior, Recife, junho de 2011. Autor: Villy Creuz

Nesse estabelecimento, da imagem anterior, trabalhava-se com bancos, aceitando cartões de crédito e débito em suas transações. O aluguel era considerado baixo pelo entrevistado, em torno de R\$ 500,00. A variedade de funções ajudava o proprietário a angariar mais clientes, como cópias de CDs, venda de discos virgens,

cópias em impressão colorida e preta e branca. A localização era decisiva para a empresa (sem registro), pois o volume de transeuntes potencializa o negócio.

O meio construído urbano é também o lugar da socialização de trocas sensoriais. Torna-se corrente nas cidades encontrar propagandas de grupos sobre suas apresentações, como revela a imagem a seguir, evidenciando a interdependência de atividades na divisão social e territorial trabalho dentro das metrópoles brasileiras, com a participação, também, de gráficas no circuito espacial de produção musical, ao fabricarem os encartes e folhetos de shows.

Fotografia 20 e 21. Propaganda de Músicos, Goiânia, novembro de 2010. Autor: Villy Creuz

Os músicos deixam cartazes colados com propagandas em lojas de instrumentos, estúdios de gravação, bares, restaurantes e coletivos. O anúncio das apresentações e telefones de contato para shows atraem produtores musicais e grupos de pessoas que produzem festas e eventos.

Fotografia 22. Propaganda de músicos, São Paulo, outubro de 2011.

Na cidade de São Paulo, o artista e vocalista do grupo “Julgados Culpados”, concedeu-nos uma pequena entrevista, na qual tratou sobre as formas de divulgação do seu disco. São três pilares: (i) distribuição em coletivos, ao preço de R\$ 2,00, com a frase forte para prender a atenção: “*não só Gugu e Faustão fazem cultura, ouça nosso disco*”; (ii) distribuição em bares da região central da cidade; e, (iii) nas apresentações dos grupos em casas noturnas, onde são vendidos os discos. Todavia, o CD (foto da capa abaixo), em si, não é a fonte de renda do artista, já que o valor do disco cobre quase que apenas seu custo.

Fotografia 23. Disco do grupo ‘Julgados Culpados’ de São Paulo, São Paulo, setembro de 2011.

Autor: Villy Creuz

O CD, sua materialidade, ganha o caráter de divulgação do trabalho, associado às tecnologias digitais: *MySpace*, vídeos no *youtube* e no sítio da *last fm*. Esses são novos mecanismos de divulgação da música que a técnica de comunicação pela Internet possibilita. A idéia do disco enquanto meio de divulgação do artista é uma prática muito corrente depois da banalização da Internet. As fotografias a seguir denotam esse caráter.

Fotografia 24. Disco de divulgação, São Paulo, outubro de 2011. Autor: Villy Creuz

Esse fenômeno acontece nas cinco cidades da investigação. A presença em Goiânia desse tipo de propaganda é bastante acentuada, como na fotografia a seguir. No encarte há o destaque para a parceria entre o estúdio de gravação e o produtor musical que estão com dados impressos, além do contato para shows.

Fotografia 25. Disco sertanejo para divulgação, Goiânia, novembro de 2010. Autor: Villy Creuz

O meio construído urbano formado de ruas, avenidas, sistemas de transporte e distribuição de energia, telecomunicação e das formas materiais a compor a cidade faz dela, igualmente, lugar de trocas e de contato com o outro.

Na cidade de Goiânia verificamos a tendência aos terrenos serem bem loteados, com espaçamentos geométricos, ruas largas e que conserva, ainda, em sua maioria, construções horizontais.

Uma das gravadoras ficava à frente a uma firma que concentrava trabalhadores catadores de lixo em suas carroças alugadas para depositar papel, ferro e alumínio. Esse material é pesado e negociado pelo valor da reciclagem. Do mais, o bairro conta com pequenos serviços como armazém, padarias, cabelereiro e outros serviços.

Fotografia 26. Rua 4, Lote Ferroviário, Goiânia, novembro de 2010. Autor: Villy Creuz

A foto seguinte é da fachada da empresa, com sede própria e construída quando do loteamento do bairro.

Fotografia 27. Fachada da gravadora Vida, Goiânia, novembro de 2010. Autor: Villy Creuz

Mais uma situação é o estúdio Groovy, também em Goiânia. Esse é um estúdio que já havia sido entrevistado numa ocasião em 2006³⁸, localizado no bairro residencial, Setor Bueno, e funciona na garagem da casa em que moram os proprietários da atividade. Como mostram as fotos a seguir.

³⁸ Pesquisa realizada para o trabalho de conclusão de curso (TGI) orientado por Maríia Laura Silveira e defendida, em 2008, intitulada “O Direito à Voz no Território”, trata dessas atividades e da entrevista citada.

Fotografia 28. Frente do Estúdio Groovy e a Propaganda, Goiânia, 2010. Autor: Villy Creuz

É bastante comum, em pequenos e médios estúdios de gravação, que pessoas morem no mesmo local em que trabalham. A localização desse estúdio na cidade e a fachada do lugar não evidenciam o serviço ali prestado. A fiscalização não é um problema. Como um dado geral à atividade, os estúdios de gravação e ensaio têm sua clientela baseados no “boca a boca”. Pouco se faz de propaganda e, quando o fazem, geralmente, são folhetos em lojas de instrumentos musicais ou contatos em listas telefônicas. Os contatos obtidos via Internet são da tele listas.

Em Porto Alegre, em julho de 2010, entrevistamos dez estúdios de gravação. A maioria deles eram também as residências dos proprietários das atividades. Na foto abaixo o estúdio funcionava como local de trabalho do proprietário e também moradia.

Essas empresas, estúdios de gravação, não dependem de uma economia de aglomeração para manterem-se ativos no mercado da música. Como frisamos, a propaganda acontece melhor pela troca de informação pessoal dentro de um mercado com muitos interlocutores. A solidariedade orgânica é, mais uma vez, um meio de existência material para diversos atores.

As firmas de gravação e estúdios musicais tendem a se sustentar em pontos dispersos em diferentes porções da cidade, em um esquema de parceria e concorrência simultaneamente. A interdependência entre esses atores designa uma rede de contatos que tende a diminuir o peso da variável localização.

Os cinco mapas a seguir poderão ilustrar a distribuição espacial dos atores em cada cidade, os entrevistados e os identificados através de fontes primárias e secundárias, listas telefônicas e Internet.

As marcas em azul representam estúdios de gravação e/ou ensaio e também as gravadoras entrevistadas. As marcas em vermelho são as mesmas atividades, porém, que sabíamos existir, mas que não chegamos a visitar. O universo ligado à música deixa em menor destaque a totalidade dos agentes que trabalham com serviços relacionados à produção, distribuição e comercialização: estamos cientes que o número de empresas é, segundo dados do RAIS, bastante maior do que apontado nos mapas a seguir. Todavia, estes apontam a dispersão espacial desse conjunto de firmas e oferece um panorama, ainda que reduzido, da totalidade desses atores.

No caso de São Paulo, observa-se uma maior quantidade de empresas, mas uma importante concentração destas em bairros com renda média por domicílio acima de 6000 reais (Pinheiros, Vila Olímpia, Santo Amaro, Itaim, Jardins), tornando-se menos concentrada na medida em que a renda diminui em direção às periferias. A região central da cidade, pelo que averiguamos em campo, tanto quanto nos dados encontrados, não converge a um número grande de firmas de produção, mas certamente concentra um importante comércio de produtos musicais – bares, lojas de discos e ambulantes.

Na cidade do Rio de Janeiro a região central destaca-se também pela produção. O centro antigo conta com firmas de produção de som. As empresas do circuito superior, como Universal, Sony, EMI, que foram visitadas, mas que se recusaram repetidas vezes a responder, estão em um dos bairros com maior renda média domiciliar – a Barra da Tijuca. Essas empresas estão tanto em São Paulo como no Rio Janeiro. Geralmente, funções administrativas e de comando geral da empresa estão na capital paulista, enquanto que as funções de produção artística, coordenação de shows e eventos respondem às funções das filiais cariocas. O bairro de Botafogo, Ipanema e Copacabana são bastante importantes na distribuição de empresas de gravação de som. Estes últimos também em áreas de alta renda. Porções como Lapa e Jacarepaguá apresentam um cenário musical ativo.

Em entrevista na Secretaria de Cultura do Estado do Rio Janeiro averiguamos o intenso trabalho do poder público em fomentar oficinas de música e apresentações de pequenos grupos com premiações. O trabalho entre comunidades vulneráveis é presente.

Sobretudo, o que mais foi impactante nas diversas entrevistas tanto com o poder público, quanto com os indivíduos das empresas foi a figura da marca Globo como símbolo de promotora cultural da cidade, tanto quanto, da imagem da cidade frente ao restante do país.

O quarto mapa da sequência é da capital sul-rio-grandense, Porto Alegre, com renda média domiciliar mais dissipada quanto às áreas mais valorizadas, ao menos dois pontos, de alta renda acima de R\$ 6.000,00. A distribuição das firmas de gravação de som e ensaio musical tende a ser mais homogênea nesse município. O contato entre músicos e produtores permite a mobilidade da clientela entre os estúdios e gravadoras, mas, em especial, esse intercâmbio acontece com maior vigor entre estúdios com maior ou menor inclinação a certos gêneros musicais (MPB, Rock, etc.) e a identificação do artista.

Na capital pernambucana, Recife, é possível identificar, no quinto mapa da sequência, a desconcentração de firmas de gravação de som e ensaio musical. A quantidade absoluta de empresas é menor se comparada a São Paulo ou ao Rio de Janeiro, segundo, também os dados do RAIS, mas as localizações dessas atividades estão em diferentes pontos da cidade. A contiguidade entre Recife e Olinda compreende um intenso intercâmbio de artistas que preferem ensaiar em Recife, mas gravar em Olinda. O inverso também ocorre, segundo as entrevistas.

Acreditamos que a troca de informações pessoais tende a exercer um papel mais estruturador quando uma cidade conta com uma menor oferta de serviços. A troca de informações ajudaria, portanto, a conhecer melhor o panorama geral das possibilidades de gravação, tanto quanto, a orientação referente a inclinações por gênero.

O sexto mapa, da cidade de Goiânia, revela um fenômeno similar: desconcentração das empresas de gravação de som e ensaio musical. Na capital do estado de Goiás a maior parcela dos estúdios e gravadoras está em bairros com renda média domiciliar que varia de até R\$ 3.000,00 até R\$ 4.000,00. O transporte público é uma variável relevante aos clientes dessas empresas e, normalmente, a localização das firmas é pensada também sobre essa condicionante.

Como veremos nas próximas fotografias, os estúdios de gravação e ensaio musical estão, na maior parte das vezes, em áreas residenciais urbanas. O meio construído acolhe esses atores de um modo bastante discreto.

Mapa 1 - As cidades da pesquisa (2012) – Regionalização dos Quatro Brasis

Mapa 2 - Estúdios de gravação e/ou ensaio e gravadoras (2012) – São Paulo/SP

Mapa 3 - Estúdios de gravação e ensaio e gravadoras (2012)- Rio de Janeiro/RJ

Mapa 4 - Estúdios de gravação e ensaio e gravadoras (2012) - Porto Alegre/RS

Mapa 5 - Estúdios de Gravação e Ensaio e Gravadoras (2012) - Recife e Olinda/PE

Mapa 6 - Estúdios de Gravação e Ensaio e Gravadoras (2012) - Goiânia/GO

A seguir, como apontamos a partir dos mapas, a paisagem dessas áreas residenciais onde estão as firmas de gravação de som e ensaio.

Fotografia 29. Fachada do Estúdio Dahm, Porto Alegre, julho de 2010. Autor: Villy Creuz

Esse é um estúdio de gravação e ensaio musical num bairro residencial de Porto Alegre, com casas e poucos comércios. Ao que nos foi dado notar pelas entrevistas, estúdios de gravação e gravadoras, tendem a estabelecer seus negócios em bairros residenciais, nos quais há um predomínio de função mista: local de trabalho e moradia.

A imagem seguinte é de uma rua na cidade de Goiânia, na qual a invisibilidade do estúdio não permite, ao observador da paisagem, saber que há uma empresa em funcionamento no local, ressaltando que é a partir de trocas de informação pessoal que as pessoas passam a conhecer os estúdios e não pela via da propaganda em fachada ou anúncios.

Fotografia 30. Rua em Goiânia, fachada do Estúdio de ensaio musical (muro verde), Goiânia, novembro de 2010. Autor: Villy Creuz

O mesmo tem-se confirmado em outras cidades. Em São Paulo acontece o mesmo fenômeno, como se percebe na imagem a seguir.

Fotografia 31. Estúdio de gravação e ensaio em São Paulo. São Paulo, setembro de 2011. Autor: Villy Creuz

A imagem anterior confirma nossa hipótese de que essas empresas prescindem de faixadas e anúncios visíveis à paisagem. Todavia, com o transcorrer da investigação notamos que há um ar comum aos estúdios de gravação e ensaio: a presença de

equipamentos de ar condicionado colada a estrutura do imóvel, bem como frentes fechadas, como que para esconder a intensa vida de trabalho no local.

Outro indicativo desses ambientes é o volume de pessoas a entrar e a sair, uma vez que bandas ou grupos musicais têm em média de cinco integrantes – a maior parte com instrumentos próprios e volumosos. Assim, pelo deslocamento constante de pessoas com perfil musical (portando instrumentos e alguns vestindo camisetas de bandas), poderíamos ter uma pista dessas empresas.

A imagem a seguir, em Porto Alegre, evidencia o mesmo padrão do meio construído ligado a essas empresas. O que nos leva a ponderar o quanto a unicidade técnica, referente à forma de produzir/gravar, acaba por inferir na paisagem urbana das cidades brasileiras, convidando a um “modelo” comum de edifícios ligados a tal presteza.

Fotografia 32. Imóvel do estúdio de gravação em área residencial. Porto Alegre, julho de 2010. Autor: Villy Creuz.

Todavia, há exceções a essa tendência. Em Recife, encontramos um estúdio de ensaio, com banner anunciando seus serviços. Bem como na cidade de São Paulo, na Rua Augusta. Certamente há outros exemplos que poderiam negar nossa constatação, mas com um grau de generalidade, parece-nos razoável admitirmos tal padrão.

De todo modo, como meio construído e como grande mercado, onde todas as atividades encontram seu lugar, as cidades são abrigo para atores não hegemônicos, em que cada atividade, com demandas de técnica, organização e capital específicas, criam

harmonias com o entorno, adaptando-se às modernizações e utilizando objetos tornados variáveis-suporte:

“A cidade será vista como um meio construído (uma determinada materialidade, ou seja, pontos, linhas e manchas, contíguas ou não) e como grande mercado (um conjunto de atividades realizadas em certo contexto e o setor da população associados pela atividade e pelo consumo). Por isso podemos dizer, na cidade, todas as atividades encontram seu lugar” (Silveira, 2004, p. 2).

O uso das condições preexistentes, as formas, colocadas em movimento pelo trabalho vivo de atores ligados à música, evidencia o caráter urbano brasileiro coabita com intencionalidades conflitantes pela pluralidade dos atores envolvidos.

4.3. Diferenciações no Território: o lugar das cidades

Cada cidade detém sua própria dinâmica no enredo dos acontecimentos; cada lugar confere a si um caráter mais ou menos comum, embora distinto. Ainda que as cidades estejam dentro da formação socioespacial e, por isso, tenham um ar de família, ares comuns, há um caráter que as diferencia entre si. Um dos elementos de diferenciação que nos toca, mais do que a outros, é a cultura e a formação de uma identidade local, conferindo uma dada especificidade regional.

Camille Vallaux (1929, p. 172) dirá que *“A região humana não tem uma figura geográfica determinada e de limites fixos: oscila sobre uma zona mais ou menos vasta, as regiões tendem a se confundir pouco a pouco umas nas outras”*. As regiões não são rígidas, segundo Vallaux, e seus contornos e suas fronteiras tendem a ser tênues. Para Richard Hartshorne (1978, p. 16), no trato da questão da diferenciação entre áreas, ressalta que *“no decurso da evolução humana, o homem descobriu que o seu mundo variava acentuadamente de lugar a lugar”*. Cada lugar comporta um conjunto de coisas que lhe são mais ou menos específicas, dotando-lhes de um caráter regional, com traços comuns a uni-los numa unidade estabelecida.

Mais recentemente, Rogério Haesbaert (1994, p. 163) pondera que é a *“contiguidade, a condição sem a qual a região não se constitui”*. Essas noções que perpassam a categoria de região pressupõem a contiguidade territorial, na qual os

limites não são rígidos, uma vez que estão em relação com variáveis móveis no território.

Nessa dinâmica, M. Santos (1996, p. 196) reafirma essa categoria geográfica, explanando que as regiões foram se configurando através de relações orgânicas com o meio na história das civilizações; “*A relação entre áreas se devia a essa relação direta com o entorno*”.

Todavia, a aceleração contemporânea, em especial, a partir do pós-guerra, auferiu outro sentido à definição de região, já que as variáveis e o sentido cada vez mais mutável da história dos lugares caducam mais prematuramente a organização das coisas.

Isso não nos isenta de produzir recortes: “*O fato de ter vida curta não muda a definição do recorte territorial*” (Santos, 1996, p. 197). A região não deixa de ter sentido existencial, coerência e pertinência na operacionalização da teoria geográfica; “*A espessura do acontecer é aumentada, diante do maior volume de eventos por unidade de espaço e por unidade de tempo. A região continua a existir, mas com um nível de complexidade jamais visto pelo homem*” (Santos, 1996, p. 197).

Haesbaert (2010, p. 109), no seu livro *Regional-Global*, trabalha a categoria de região como artefato, isto é, como fato concreto e artifício teórico. Para o autor (2010, p. 142),

“A grande questão, hoje, para nos mantermos nesta ênfase nas relações cidade-região, é que elas se tornaram muito mais complexas e sem hierarquias claras, em que o fato de um centro urbano exercer influência para além de uma área contínua a partir de sua área ‘core’ é uma realidade – ou, no mínimo, possibilidade – cada vez mais presente”.

A região, como categoria de análise, ganha novos conteúdos, retomando as antigas roupagens, nas quais as características de uniformidade, áreas contíguas, homogeneização e estabilidade são redefinidas. A unicidade técnica, unicidade do tempo e motor único reestruturam os limites dos recortes espaciais e de suas dinâmicas, mediadas pelo país, mas em relação ao ecúmeno.

Assistimos, portanto, a transformação das realidades locais, acompanhadas por redefinições epistemológicas. A cultura no sentido largo é uma variável a redefinir os limites regionais. Carl Sauer (2007, p. 22) foi o precursor ao buscar a sistematização de paisagens culturais.

Jean Gottmann (1952, p. 214) ao tratar sobre os papéis das iconografias, em consonância à circulação, afirma que estas desempenham forte vetor estrutural no território. As iconografias são, por fim, representações – ou manifestações - do próprio *éthos* territorial. De acordo com Gottmann (1952, p. 221), a técnica é um instrumento importante para definir a qualidade de organização e as possibilidades de uso. De modo que as técnicas de regulamentação das trocas, trabalho e organização são baluartes ao futuro da sociedade quanto aos respectivos métodos de cultivo e agricultura, à guisa de exemplo.

Tal capacidade técnica determina o símbolo original das comunidades, isto é, forma-se uma “iconografia”: o reflexo do conjunto das técnicas que constituem o essencial dos grupos humanos.

Propomos considerar a música, ou seja, sua produção, distribuição e consumo, como iconografia, tornada símbolo, representativa de certa singularidade a qual se remete ao local de origem, a uma paisagem cultural, como propunha Sauer. A iconografia musical é bastante expressiva da conotação local/ regional/ global.

Por isso sustentamos que, hoje, há uma iconografia musical, um modo de fazer música reflexo de um fazer cultural local, ainda que haja uma técnica dominante, o uso responde a fins diversos e, portanto, os resultados serão múltiplos, permitindo identificar variações de percepções regionais.

A passagem do *éthos territorial* (conjunto de valores, crenças e idéias) ao *páthos territorial* (manifestações, expressões, canais de transmissão, seja pela melodia, pela palavra, pelo conjunto das artes) é tênue. A *iconografia musical* é o *páthos* em construção. O organograma a seguir é um pequeno esquema ilustrativo.

Organograma 7. Do Éthos ao Páthos Territorial

Fonte: elaboração própria.

É nesse tocante que a música, enquanto dado da cultura e de um estado das técnicas, torna-se iconográfica, ao estabelecer a partir do lugar o resultado de uma dinâmica externa que extrapola seus limites, operado enquanto ligação do éthos territorial ao páthos territorial.

4.3.1. Iconografia da Multiplicidade: caso paulistano e carioca

A cidade de São Paulo possui uma população, segundo o Censo 2010 do IBGE, de cerca de 11 milhões de habitantes; e uma densidade populacional da ordem de 7.357 habitantes por km². Já a cidade do Rio de Janeiro tem uma população em torno dos 6 milhões de habitantes e a densidade populacional de cerca de 5.265 habitantes por km².

Em duas cidades com proporções tão grandes há uma multiplicidade de demandas, olhares, formas de apreender a sociedade e a política e, igualmente, maneiras várias de expressar as vicissitudes da vida cotidiana.

Do ponto de vista da produção de um saber fazer local específico, não seria possível encontrar uma harmonia que retratasse um estilo ou gênero musical a dar cabo da totalidade das produções e, por isso, criar essa como uma variável regional da expressão local.

O que constatamos, diante das entrevistas com músicos e bandas nessas cidades, é que há um gosto comum difundido no Brasil, com predominância do pop rock, do rock e da MPB (com suas variáveis e orientações de gênero). O que há, de mais específico, são inclinações subjetivas dos indivíduos (que estão de acordo com suas próprias lentes a enxergar o mundo), mas não haveria, assim, formas puras e gostos puros.

Em São Paulo, tal como no Rio de Janeiro, encontramos diversos grupos de pagode e de samba. O samba é uma expressão musical relevante a ambas as cidades, mas longe de ser um estilo hegemônico.

Vanir de Lima Belo (2008) trabalha com o samba de carnaval, a divisão do trabalho que surge a partir dele, estabelecendo paralelos ao samba do Rio de Janeiro com o de São Paulo. Trata-se, como demonstra essa pesquisa de mestrado, de um circuito hegemônico, envolvido nas esferas públicas e privadas, com atores hegemônicos e hegemonzados, bem como marca a espessura da divisão do trabalho nesse evento político-cultural brasileiro. Alessandro Dozena (2009), em sua tese, sobre o Samba, também em São Paulo, arquiteta traços semelhantes, embora com outras perspectivas, o que inclui a economia gerada e a genealogia do fenômeno cultural.

O samba, em suas variações, está ancorado, igualmente, no samba de roda, que envolve também a economia de casas de show na cidade de São Paulo e pequenos estúdios de ensaio e gravação, concentrados na Vila Madalena, Sumaré, Centro, Barra Funda e outros bairros.

O samba não nos parece pertinente para elaborar um recorte territorial que expresse a economia política da cidade com vista à análise das variáveis do período. Muito embora isso não anule as importantes contribuições do entendimento do uso do território com esse prisma, como Michel Rosada dos Santos (2011), ao tratar sobre genealogia do samba na cidade do Rio de Janeiro.

De fato, como cidades da região concentrada, ambas as cidades detêm o controle das ações na macroorganização do território nacional, cabendo a São Paulo a primazia em quantidade de empresas e postos de trabalho.

O Rio de Janeiro, por sua formação histórica, antiga capital da república, concentrava, na história mais recente, a massa populacional e intelectual brasileira, acabando, depois, por polarizar empresas relacionadas à cultura, fixadas na cidade, mas,

hoje, com sedes administrativas em São Paulo.

Durante as tentativas de entrevistas com as empresas do circuito superior, constatamos que estas estão instaladas no eixo Rio-São Paulo. Cabendo a São Paulo a regência dos negócios, contabilidade financeira e gestão, e, ao Rio de Janeiro, legou-se, a maior parte das vezes, a produção cultural e artística.

Em um sentido mais largo, o projeto político federativo, em nossa leitura dos eventos, conferiu à cidade carioca o status de provedora da psicoesfera nacional, isto é, lugar de mando das referências da psique coletiva nacional.

Esse é o semblante da administração privada por empresas como a Sony, EMI e Universal – as *majors* – que tendem a produzir na cidade carioca, mesmo quando os artistas são de outras porções do país. Mesmo a Secretaria de Cultura, tanto do estado quanto do município do Rio de Janeiro, reconhecem esse lócus cultural brasileiro que foi se solidificando no país; estado e município, procuram criar equipamentos culturais na cidade para shows e eventos, bem como estabelece uma relação entre as duas secretarias, a de turismo e a de cultura.

A concentração de empresas do circuito superior, nessas duas cidades, evidencia o fato de que há uma teleação desses agentes, porque são capazes de organizar as diferentes etapas produtivas a partir de um único ponto.

Assim, no que tange ao traço regional nessas duas cidades, não é o gosto em si, ou uma vocação para dados consumos culturais a expressão que buscamos marcar; é a política elaborada por esses agentes hegemônicos, concentrados nessas duas grandes metrópoles, com a diversidade de gostos e de demandas.

4.3.2. A polarização regional de Goiânia: o sertanejo

A cidade de Goiânia com 1,3 milhão de habitantes e com densidade populacional da ordem de 1.776 habitantes por km², segundo dados do IBGE, censo 2010, figura como metrópole regional na macrorregião centro-oeste.

Diante de todas as entrevistas realizadas na cidade de Goiânia, a música sertaneja domina o cenário musical local. Casas de show, carros com música em alto volume, bares abertos durante o dia. O sertanejo tem a preferência do gosto popular

local.

Waldenyr Caldas (1979, p. 146), no livro *Acorde na Aurora: música sertaneja e indústria cultural*, ao tratar a música sertaneja, explica como produto da música caipira, potencializada pela urbanização e convertida em mercadoria, cuja expressão é a música sertaneja.

Os que se ressentem desse dado local, dizem que a indústria do sertanejo está introjetada no imaginário goianiense, como afirmação da identidade do lugar. Há, segundo os entrevistados, uma especialização regional produtiva do sertanejo, desde a formação de músicos, dizendo que o sertanejo demanda uma sofisticação técnica.

Como dissemos, anteriormente, a forma de produzir é corriqueira às cinco cidades (caracterizando a unicidade técnica), não havendo, portanto, diferenças qualitativas nesse tema.

O uso do solo muda tecnicamente as características dos estúdios de gravação e ensaio, pois os terrenos são maiores, com maior metragem, permitindo aos estúdios salas de gravação mais amplas. Ideal para estúdios que gravam com grandes grupos, em quantidade de pessoas.

O que denota nossa atenção em Goiânia é que essa cidade passou a atrair um largo número de pessoas das regiões Norte (Acre e Pará) e Nordeste (Piauí e Tocantins) do Brasil. Esse dado, constatado, por meio de entrevistas abertas, sobre o perfil dos clientes nos estúdios, revelou que músicos, sobretudo os filiados às igrejas neopentecostais, das porções mencionadas, deixaram de gravar no Rio de Janeiro ou em São Paulo, já que a capacidade tecnológica havia se aperfeiçoado de sobremaneira na cidade. Essa é uma capacitação técnica que reorganiza a estrutura produtiva no lugar e na formação socioespacial.

O aumento do consumo das músicas evangélicas, em Goiânia, data da última década. Esse gênero musical ganha força em razão de dois vetores: (i) garantia de mercado – os membros das congregações, geralmente, compram os discos por, em média R\$ 15,00, diretamente dos líderes das igrejas; e (ii), há um forte apelo dentro das igrejas para não baixar ou compartilhar arquivos de músicas evangélicas.

Segundo os proprietários de gravadoras e estúdios de gravação, o mercado em Goiânia está em crescimento. Em razão da banalização das técnicas combinada com a demanda do sertanejo e, também mais recentemente, das músicas evangélicas (essa

última presente em outras cidades), houve a ampliação do mercado musical.

Os serviços para agências de propaganda também têm crescido na capital de Goiás. O valor de um *jingle* pode variar de R\$ 2. 000,00 a R\$ 8. 000,00, enquanto que a faixa de um disco está em torno de R\$ 1. 500,00. Desse modo, há uma migração, desde que haja o aparato técnico para tal, a prestação de serviços no mercado da propaganda, com público cativo, sobretudo no período eleitoral, não apenas pela demanda local, mas pela proximidade com o Distrito Federal.

Goiânia, com sua afirmação em produzir, distribuir e comercializar, sem participar da mediação do eixo Rio-São Paulo, ganha outro rol dentro da organização das etapas de produção nacional; o papel e a força da demanda local foram determinantes nesse quadro do último decênio.

4.3.3. *Especialização territorial produtiva: frevo, forró e maracatu*

Recife, umas das grandes cidades da região Nordeste, com 1,537 milhão de habitantes, uma cidade com uma densidade populacional de 7. 037 habitantes por km², próxima a São Paulo, é uma metrópole regional, com grande expressão cultural no âmbito local e nacional.

Na história de sua formação, desde a ocupação holandesa, o domínio dos senhores de engenho e a colonização portuguesa, deram-lhe traços marcados em sua urbanização. Como nos ensina Josué de Castro (1954, p. 145), os vetores naturais do sítio foram também determinantes: “*Cidade de ilhas em seu sentido fisiográfico, o organismo urbano do Recife formou-se pela associação ganglionar dessas ilhas de povoamento que, ampliando-se progressivamente, provocaram a formação da massa total de construção urbana*”. A cidade cresceu e se expandiu, ganhando um caráter comercial, como função portuária, ganhando, cada vez mais, por força da expansão demográfica, a feição de suas formas.

No que tange à produção, distribuição e consumo de música, a cidade é lugar de relevantes manifestações, incluindo gêneros musicais, como frevo, forró e maracatu. Conhece, ainda, movimentos de contestação como o mangue beat.

Cristiano Nunes (2010, p. 5), em seu estudo, problematizando o circuito sonoro na cidade do Recife, afirma que

“Consideráveis densidades informacionais e comunicacionais, dão idéia da presença desse Circuito Sonoro, da espessura de sua constituição em Recife. Hoje há na cidade cerca de 500 bandas cadastradas na Prefeitura Municipal de Recife em 26 gêneros. Na capital pernambucana existem mais de sessenta bares com som ao vivo e cinquenta produtores musicais. A cidade conta com selos de gravação e cerca de trinta estúdios fonográficos”.

Esses dados que Nunes (2010) apresenta mostram a dimensão que a divisão do trabalho em Recife detém no tocante às firmas relacionadas à produção musical. Notamos no Recife uma profusão de firmas que se relacionam com o ramo cinematográfico, ligadas ao circuito superior marginal emergente, ampliando a divisão territorial do trabalho dessas empresas. Firms ligadas ao cinema acabam por envolver empresas mais capitalizadas e com maior capacidade técnica e organizacional dentro da música que prestam serviços como a gravação de trilhas sonoras aos filmes.

Constatamos outro dado pertinente ao Recife: existem estúdios exclusivos a gravação e estúdios exclusivos a ensaio. Em geral, essa divisão não era tão evidente em outras cidades.

Existe uma segmentação da demanda musical, ainda que o mercado seja uno: há uma busca de satisfação de gostos regionais, com a produção de uma especialização de gêneros musicais e de atividades que trabalham para essas demandas: gosto, relações sociais e gêneros.

No caso do gênero há uma sazonalidade recifense que inclui uma repartição de tarefas segundo as grandes festas locais. As sazonalidades da cidade do Recife estão em relação a três grandes eventos: (i) carnaval - frevo e maracatu; (ii) festas de São João (forró) e, por fim, (iii) as festividades natalinas. As demandas por produção na cidade do Recife estão ancoradas nesses três grandes momentos.

A cultura, o mercado e o Estado estão indissociados, todos compõem o território e só podem ser vistos isolados para fins analíticos. É o uso do território pelos atores, com especificidades culturais, diante de políticas públicas regionais (estaduais e municipais), mas com o viés normativo da União com o fomento de programas culturais.

A divisão do trabalho, entre os dois circuitos, na produção, distribuição e consumo envolve o trabalho de músicos, estúdios de gravação e ensaio, estabelecimentos de serviços aos estúdios (marceneiros, eletricitas, pedreiros e as próprias gravadoras), empresas que vendem selos (CNPJ e notas fiscais – muito comum para conseguir participar dos editais do Estado, sobretudo em Recife), gráficas que fazem as artes do disco, encartes, folders de shows e as empresas que prensam discos. Há, igualmente, firmas prestadoras dos serviços de distribuição, casas de show e as lojas de discos.

As empresas, em geral, não têm registro de venda, porque não emitem nota fiscal aos clientes. As formas de pagamento são, normalmente, em dinheiro ou cheque à vista. Em especial, em Recife e Goiânia, é comum a venda de um conjunto de horas que pode variar de 3 a 5 horas. Essas empresas, geralmente, pagam imposto simples ou não chegam a se registrar.

Em Recife, as produtoras de áudio têm um caráter que as diferencia das gravadoras, isto é, as etapas de produção da música estão circunscritas às etapas de pré-produção, produção e de facilitadoras entre músicos e locais para apresentação de shows. Nesse mesmo sentido, muitas vezes as gravadoras que dominam todas as etapas de produção no eixo Rio-São Paulo, estão ausentes no mercado de Recife. Isso reflete, também, que se o comando dos shows não está vinculado a essas empresas, significa que o poder e influência destas tende a ser menor.

Na regulação da divisão do trabalho, na música, o comando dos shows se torna decisivo, uma vez que estes são a forma de angariar o maior volume de recursos no atual momento. No período anterior, ainda no começo dos anos 1990, em que a comercialização de discos tinha uma relevância maior na contabilidade das transnacionais da música, podia-se falar que os shows dividiam o orçamento de bandas e gravadoras com essa vendagem. Todavia, com a queda desse tipo de comercialização, os shows acabam por ganhar protagonismo frente aos orçamentos gerais dessas empresas e indivíduos.

Por essa razão, talvez, hoje, assistimos um distanciamento entre os artistas e as grandes gravadoras, isto é, o artista-trabalhador, proprietário dos seus meios de produção e de sua força de trabalho, genericamente, seu corpo, sua voz, seu talento artístico e musical, encontra-se em uma nova situação, na qual as grandes empresas não

possuem mais o fator de mediação entre artistas e casas de show, em outras palavras, entre a força de trabalho e os meios de produção.

Do mesmo modo, os artistas já não dependem das *majors* para produzir um selo, uma vez que os selos independentes ganharam força no atual período. Desse modo, os locais em que este trabalhador poderá vender sua força de trabalho já não estão, necessariamente, vinculados à mediação de uma grande empresa. Esse é um novo dado do período da globalização.

Devemos estabelecer uma nova reflexão, sobre a capacidade da demanda na música. A rigor a música, no sentido largo, é acessível a quase todas as camadas da sociedade, sua demanda *a priori* é solvável.

A música está aberta pelas frequências das rádios AM e FM e também pelos novos sistemas técnicos, Internet, compartimentação de arquivos digitais, venda de discos nas contiguidades do meio construído urbano (em diferentes formatos como CD de MP3, CD convencional, LP ou fita magnética), nas centralidades e subcentralidades das metrópoles. Por esse novo caráter da presença da música no cotidiano, a demanda é cada vez mais ampliada.

4.4. Da ação técnica à técnica da ação: a propaganda e os estúdios

Em estúdios de gravação, sobretudo naqueles da porção marginal do circuito superior e no circuito inferior, a propaganda se realiza a partir do ‘*boca a boca*’, que envolve também a mediação de tecnologias da comunicação, como sítios de relacionamento (*orkut*, *facebook* e *twitter*), *blogs*, sítios de empresas ligadas ao som (lojas de instrumentos musicais, casas de show e sítios das próprias bandas, incluindo recursos como o *MySpace* e as rádios *online*).

A propaganda, instrumento de deformação no perfil da demanda por produtos e serviços, tem outro caráter com micro e pequenas empresas na música. Isso porque o vetor da contiguidade espacial é relevante nas relações entre as firmas e o contato pessoal mantém a potência das horizontalidades. À diferença da propaganda cunhada pelos agentes do circuito superior, os atores do circuito superior marginal e inferior não criam demandas. O que fazem é circular a informação de que oferecem determinados

tipos de produtos e serviços. Em outras palavras, ‘propagam’ aquilo que proporcionam, mas de nenhum modo conseguem influenciar uma nova feição do consumo.

Os agentes do circuito superior realizam uma propaganda racionalizada, na qual seus objetivos são bem delineados com públicos e segmentos da sociedade a se abranger. No entanto, a propaganda das empresas ligadas à música, micro e pequenas, não possuem metas com base em cálculos de logística de mercado.

A intenção é transmitir que estão presentes no território e de que são atuantes no mercado das cidades, e se com isso, alcançarem um maior volume de potenciais clientes, estará dentro da expectativa inicial.

Dois fatores são importantes no entendimento do mecanismo de que se vale a propaganda entre esses agentes: o primeiro se refere ao mecanismo com o qual o meio musical opera: normalmente funciona a partir de trocas de informações pessoais. É corrente ouvir durante as entrevistas que os clientes dos estúdios foram indicados por grupos que já haviam gravado ou feito ensaios no local. As escolas de ensino musical, com seus professores, tendem a indicar aos alunos lugares que acolhem melhor o resultado que se propõem alcançar.

O segundo fator compreende a escolha da uma empresa por conta do gênero musical. Há uma predileção por parte dos músicos em gravar em ambientes cujo proprietário se identifique mais com o repertório a ser gravado, seja forró, sertanejo, rock, pop rock, mpb, pagode, samba, funk ou outros.

A Internet é, certamente, uma fonte importante. Já que os estúdios usam a rede de computadores para escreverem em *blogs*, criarem páginas das empresas ou fazerem propagandas na *web* que direcionem aos seus respectivos sítios. O mesmo ocorre quanto à difusão de informação em tutoriais – pessoas que relatam suas experiências em domínios públicos em lugares que prestam tipos de serviços.

As propagandas em shows, por parte dos artistas, fluem sobre o contato entre empresas e indivíduos. A distribuição de CDs tende a levar mais pessoas a essas apresentações que são igualmente responsáveis pela maior parcela na renda dos artistas. O formato da comercialização das músicas, ou melhor, das formas mais usuais de gerar renda direta, ainda não prescindem do fator presencial, isto é, do artista presente. No mundo em que a música digital ganha volume, no sentido metafórico e literal, é a presença física de indivíduos que lhes garante renda.

Os folhetos são, do mesmo modo, outra ferramenta da propaganda de micro e pequenos estúdios, bem como os cartões de visita distribuídos entre escolas de músicas e lojas de instrumentos musicais, entrando no circuito da propaganda desses agentes.

O circuito superior consegue perpetrar em diferentes camadas de população e despertar o anseio de consumo, a forma como se consome e o objeto (semoventes). Já o circuito inferior não impetra esses contornos e tende a absorver uma oferta anteriormente planejada. Todavia, no sentido oposto, também se pode considerar que o circuito superior recebe a demanda do circuito inferior, trazendo para si e refazendo-a conforme suas estratégias. Esse foi o exemplo do Funk, Pagode, Sertanejo, etc.

O circuito superior marginal, com seus graus mestiços nas três variáveis constitutivas, ou seja, organização, técnica e capital, inventa novas especificidades na economia urbana. Dentro das empresas ligadas à música observamos granulações entre firmas de um mesmo circuito. Decorre disso nossa posição de graduarmos o circuito superior marginal em emergente e residual.

4.5. Estúdios do circuito superior marginal emergente e residual

Os estúdios de gravação musical, em geral, são empresas que participam da economia urbana ligados ao circuito superior. Estão tendencialmente inseridos nesse circuito, fazendo valer a terminação *marginal*, já que são marginais diante de uma situação e de um contexto no qual se arranjam.

O termo emergente, ponderando sobre os estúdios de gravação e ensaio nas cinco metrópoles, seria mais bem usado se pensássemos em empreendimentos cujo volume de capital, tecnologia e organização permitisse articularem relações com agências de propaganda. Isso se dá ao prestarem serviços à produção de *jingles* e *spots*. Do mesmo modo, trabalhos solicitados por produtoras de áudio e vídeo, na prestação de serviços ligados à indústria do cinema e da televisão (trilhas sonoras de longas e curtas metragens, temas de novelas, temas musicais para programas de auditórios e para programas jornalísticos) são um rentável mercado para agentes do circuito superior marginal emergente.

Há, ainda, uma particularidade importante a ressaltar entre as empresas do circuito superior marginal emergente: a sazonalidade das campanhas eleitorais a cada dois anos no Brasil se torna um mercado cativo, normalmente em associação com agências de propaganda, nas quais o resultado final a se atingir é o uso da música para fixar no potencial eleitorado os números dos candidatos, uma vez que a música é uma maneira eficaz de atingir as pessoas.

Existe, do mesmo modo, uma repartição mais complexa de tarefas entre essas empresas emergentes do circuito superior marginal. Nota-se, em Recife, o exemplo de mais um estúdio dividido em duas porções: a primeira delas destinada a atender músicos (que se declarava não lucrativa) e a segunda focada ao atendimento de demandas de agências de propaganda e vídeo. Segundo o proprietário dessa empresa, a divisão entre ambas as funções prestadas é o que permite manter o lado cultural livre de buscas por recursos financeiros em produções musicais autênticas.

O mesmo acontecia em Goiânia, com a particularidade de que os estúdios focavam sua energia em produzir DVDs de artistas do gênero sertanejo. Percebemos que as firmas dotadas tecnicamente da capacidade de gravar shows ao vivo tinham um importante diferencial diante de seus concorrentes. O problema da gravação ao vivo é o deslocamento de uma espécie de estúdio móvel e de técnicos capacitados em captar o som em ambientes.

A participação desses agentes é permeada por relações interpessoais que envolvem os proprietários. Geralmente esses indivíduos possuem curso superior, com noções de *marketing* e administração de empresas. Há normalmente um empenho em criar novos nichos de atuação.

Das cinco cidades da investigação constatamos apenas em Goiânia e São Paulo uma espécie de comum acordo entre proprietários de empresas que tabelavam os valores cobrados aos clientes. O argumento desses indivíduos era de que a concorrência salutar implica em um acordo coletivo, cuja finalidade é manter mutuamente às atividades, evitando cair numa concorrência voraz que os faria se arrastar à falência, sobretudo, os micro e pequenos. Nas outras cidades não constatamos esse tipo de organização e mesmo em São Paulo isso era circunscrito a algumas firmas da zona sul da cidade. O que nos chamou atenção em Goiânia foi o grande número de estúdios em que esse acordo estava selado.

As empresas ligadas ao circuito superior marginal residual são as empresas que, diante dessas três variáveis (técnica, organização e capital), não são dotadas da mesma capacidade em oferecer serviços. Geralmente estão em porções da cidade com menor custo de locação, bem como, com equipamentos e instrumentos de trabalho menos modernos, muitas das vezes comprados de segunda mão. Desse modo, também atuam no arranjo organizacional do sistema da economia urbana, mas operam de uma maneira mais subordinada às vicissitudes das concorrências entre os diferentes atores e da macroeconomia nacional.

Diante das inovações tecnológicas do período da globalização conseguem trabalhar amparados pelas relações de solidariedade orgânica (Santos, 1996) e de relações de horizontalidade. Buscaremos traçar alguns dos novos nexos no próximo capítulo sobre situações da divisão do trabalho em empresas – o circuito espacial de produção – ligadas à música. Firms como lojas de instrumentos musicais, escolas de ensino musical, cursos superiores compõem o mercado da música e impactam direta ou indiretamente a demanda pela produção no país.

Capítulo 5

Complementaridades das divisões do trabalho no circuito superior marginal

Ilustração de Julio Meiron

Nossa natureza reside no movimento, a calma completa é a morte.

Pascal, século XVII D.C

Este capítulo buscará examinar os vínculos entre diferentes firmas que compõem as etapas de produção da música, envolvendo outros atores inseridos nos circuitos superior marginal e inferior da economia urbana.

Na primeira parte versaremos sobre escolas de ensino musical, lojas de instrumentos musicais e casas de show; na segunda parte, discorreremos a respeito da relevância das economias de aglomeração na comercialização de CDs nas centralidades e subcentralidades urbanas. Posteriormente, na terceira parte, trataremos dos selos e gravadoras independentes para, na quarta e última parte desse capítulo, abordar os nexos entre as firmas ligadas à música de pequeno e médio porte com suas parcerias e acordos.

O intuito do capítulo é evidenciar a interdependência de atividades diversas no que concerne à produção, distribuição e consumo de músicas em diferentes porções do país.

5.1. Dinâmicas da heterogeneidade: escolas de ensino musical, lojas de instrumentos musicais e casas de show

Durante as entrevistas nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Goiânia, Porto Alegre e Recife percebemos que há relação entre o ensino de música e a economia urbana em torno de atores produtores de música, seja enquanto atuação profissional ou por atividade de lazer.

O número de escolas musicais no Brasil tem crescido no último decênio. O mercado da música tende a ficar aquecido quando o volume de pessoas que dominam técnicas de instrumentos melódicos se amplia. O ensino musical acaba por se tornar um alicerce na construção do mercado de produtores e na formação do público.

Tabela 17 – *Percentual de municípios com escolas, oficinas ou cursos de música por Unidade Federativa – Brasil (2006)*

Participação de municípios com escolas, oficinas ou cursos de música por Unidade Federativa	Percentual
BRASIL	33,80
1. Pernambuco	39,46
2. Rio de Janeiro	65,22
3. Roraima	33,33
4. Espírito Santo	41,03
5. Ceará	50,00
6. Paraíba	23,77
7. Mato Grosso	30,50
8. Mato Grosso do Sul	42,31
9. Bahia	23,74
10. Santa Catarina	56,31
11. Alagoas	17,65
12. Acre	40,91
13 Rio Grande do Sul	39,31
14. Paraná	45,36
15. Pará	27,27
16. Maranhão	17,05
17. São Paulo	50,54
18. Minas Gerais	28,60
19. Goiás	21,14
20. Amazonas	30,65
21. Piauí	9,87
22. Sergipe	21,33
23. Rio Grande do Norte	22,16
24. Rondônia	13,46
25. Tocantins	13,67
26. Amapá	12,50

Fonte: IBGE/MUNIC, 2006. Elaboração MinC.

A partir dos dados divulgados na tabela anterior, no Brasil 33,8% dos municípios declararam possuir cursos, escolas ou oficinas de música. Um país, com uma “vocação” musical, com diversos artistas e uma cultura melodiosa e cancionada tão rica, poderia valer-se de mecanismos políticos de incentivo ao ensino e ao aprendizado. As regiões mais carentes, como Piauí contam com apenas 9,87% dos municípios com escolas de ensino musical, assim como o Amapá, com 12,5%.

Em paralelo, o estado do Rio de Janeiro com o impressionante percentual de 65,22% de municípios atendidos com locais de aprendizado denota a capilaridade de atividades ligadas à cultura na região concentrada do Brasil.

Tabela 18 – *Ensino de Arte e Cultura – Brasil (2006 a 2010)*

Cidades	Ano	Ensino de Arte e Cultura	Cidades	Ano	Ensino de Arte e Cultura
Goiânia - GO	2006	8	Rio de Janeiro - RJ	2006	33
	2007	13		2007	48
	2008	12		2008	46
	2009	13		2009	58
	2010	17		2010	89
Porto Alegre - RS	2006	8	São Paulo – SP	2006	63
	2007	10		2007	67
	2008	14		2008	86
	2009	23		2009	112
	2010	22		2010	122
Recife - PE	2006	2	Total	2006	114
	2007	4		2007	142
	2008	5		2008	163
	2009	8		2009	214
	2010	5		2010	255

Fonte: RAIS, consulta em 5/5/2012.

A tabela 18 trata do ensino de música, compreendendo também instituições que oferecem cursos livres, atividades de ensino de instrumento musical ou canto. Ficam de fora dessa classificação o ensino de música de nível superior e as atividades de bandas, grupos, orquestras e outras companhias musicais.

O aumento em todas as cidades da oferta dos serviços de gravação, produção e ensino indica que a economia política das cidades conhece uma maior espessura da repartição de tarefas ligadas à música.

A quantidade de lugares a ensinar música espelha a quantidade de pessoas que fazem da música um meio de sobrevivência ou atividade de lazer. A prática do ensino musical tende a ser uma condição para o aprimoramento da produção e do consumo.

Ao dominar as técnicas que constituem o fazer musical o indivíduo tende a apurar seus sentidos para outras esferas do sentir - ligadas ao pensar e à ação. Nesse ínterim de práticas mais bem aperfeiçoadas, o logro tende a repercutir na *qualidade* final de produções e na *quantidade* de sujeitos a atuar na produção de outros conteúdos territoriais, instrumentalizados pela técnica musical.

A Lei³⁹ Nº 11. 769, de 18 de agosto de 2008, sancionada pelo então presidente Luís Inácio Lula da Silva, prevê a obrigatoriedade do ensino de música no currículo escolar. Essa lei, concebida dentro dos meandros no Ministério da Educação, entende a formação musical enquanto um importante instrumento na formação do indivíduo e na respectiva capacidade em apreender o mundo e suas realidades.

No entanto, a partir de entrevistas com músicos verificamos um problema de organização da política pública: a baixa quantidade de profissionais e instituições de ensino superior com bacharelado e licenciatura para assumir esse projeto de caráter nacional. Por essa razão, o segundo artigo dessa lei foi vetado, admitindo que fosse permitido a músicos, sem formação de ensino superior, ministrar classes aos jovens no ensino fundamental e médio. A tabela a seguir trata da quantidade de cursos de graduação em música nos estados da federação.

Nota-se, em razão dos dados expostos na tabela em questão, um agrupamento de empresas e instituições de ensino superior musical na região concentrada do Brasil, em especial, no estado de São Paulo e em Minas Gerais. Podemos ponderar que esse fenômeno se deve, entre outras coisas, à densidade demográfica, provocando uma maior demanda em comparação com as demais porções nacionais. O consumo de bens e

³⁹ “**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA.** Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei: Art. 1º O art. 26 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte 6º: Art. 26. A música deverá ser conteúdo obrigatório, mas não exclusivo, do componente curricular de que trata o 2º-deste artigo. 3º Os sistemas de ensino terão 3 (três) anos letivos para se adaptarem às exigências estabelecidas nos arts. 1ºe 2ºdesta Lei. Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação”. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/lei/L11769.htm, data: 8/5/2012.

serviços culturais tende a ser maior na Região Concentrada, com a participação de casas de espetáculo, concertos, shows, teatros, etc.

A tabela 19 aponta que o estado de São Paulo tem bastante importância no cenário do ensino musical. O Rio de Janeiro apresenta um número quase três vezes menor. Por isso, quiçá, podemos afirmar que o pólo da capital fluminense não produz a psicoesfera nacional, mas a fábrica ‘importando-a’ de outras unidades da Federação. O Rio de Janeiro desponta como centro de comando e produção da vida artística nacional, impulsionado pela instalação de veículos de comunicação com alcance em toda extensão brasileira.

Tabela 19 – *Cursos de Graduação em Música – Brasil e Unidades Federativas (2007)*

Cursos de Graduação em Música nos Estados da Federação	Valor Absoluto
1. Pernambuco	3
2. Rio de Janeiro	13
3. Roraima	s/d
4. Espírito Santo	4
5. Ceará	1
6. Paraíba	4
7. Mato Grosso	2
8. Mato Grosso do Sul	2
9. Bahia	3
10. Santa Catarina	5
11. Alagoas	3
12. Acre	s/d
13 Rio Grande do Sul	16
14. Paraná	12
15. Pará	5
16. Maranhão	1
17. São Paulo	47
18. Minas Gerais	19
19. Goiás	6
20. Amazonas	5
21. Piauí	1
22. Sergipe	2
23. Rio Grande do Norte	4
24. Rondônia	s/d
25. Tocantins	s/d
26. Amapá	s/d
27. Distrito Federal	3

Fonte: MEC/INEP. Elaboração MinC.

Em diversas partes do Brasil, percebemos, de acordo com os dados na tabela 19, que ainda há uma pequena participação no número de cursos do ensino superior em música, com formação em bacharelado e licenciatura.

Isso não significa que a prática musical não siga sendo gerada por outros atores, mas determina que diante de uma norma, como a obrigatoriedade do ensino por profissionais da música, o ensino ficaria exclusivo a poucos profissionais não aptos a dar conta de todo volume de demanda do ensino nacional.

A participação das lojas de discos é outro campo de ação das empresas do circuito espacial produtivo musical: a venda de CDs, fitas, DVDs e, agora, com o retorno dos LPs. Essas firmas não desapareceram com a entrada da Internet.

Essas atividades tornaram-se, gradativamente, comércio de diversas mercadorias, tais como livros, artesanatos, fones auriculares, alguns instrumentos musicais (gaita, cordas para violão, baquetas, etc.).

Fotografia 33. Loja de Discos no centro do Recife, junho de 2011. Autor: Villy Creuz

Em algumas lojas de discos entrevistadas, nas cinco cidades, entre 2010 e 2012, tivemos respostas similares quanto à origem das mercadorias. A primeira modalidade é a compra através de representante comercial das distribuidoras, ligadas aos agentes do circuito superior da economia. Estes negociam preços fechados, a partir da decisão das gravadoras e não há negociação na compra e a venda com os fornecedores. Normalmente, paga-se com boletos pelo material ou com transferência bancária. A venda desses bens responde a uma margem média de lucro por unidade de 10% a 20%.

Nesse caso, os CDs comercializados são oferecidos pelo representante, inicialmente, e se houver procura, são encomendadas novas remessas.

Todavia, há igualmente uma segunda modalidade de venda. São os discos vendidos por consignação. Isto é, artistas ou grupo de artistas deixam seus discos nas lojas, sem custo para o lojista e, do que for vendido, uma participação será do proprietário da loja – em torno de 10% até 25%. Essa é uma negociação comum entre artistas não filiados a grandes empresas.

Em geral, essas lojas estão localizadas nas centralidades e subcentralidades, em espaços alugados e com pequena metragem. Trabalhavam, em média, de dois a três funcionários – o que incluía o proprietário e, por vezes, membros da mesma família.

Há uma especialização de algumas lojas por gêneros musicais, embora nunca seja completa, certamente existe uma inclinação das diferentes firmas para públicos específicos.

Em Goiânia, Porto Alegre, São Paulo e Rio de Janeiro encontramos situações de lojas com venda focada em músicas evangélicas. O consumo desse gênero tem se tornado, pouco a pouco, cada vez mais presente.

O Rock possui também um público cativo e isso foi evidente em cada uma das cinco cidades. Já em Recife e Olinda, havia lojas de discos em que o Forró era a tônica. A fotografia abaixo ilustra a venda de discos dos grupos forrozeiros no Nordeste.

Fotografia 34. Comercialização de CDs e DVDs. Olinda, Região Metropolitana de Recife, junho de 2011.

Autor: Villy Creuz.

As lojas participam, além disso, enquanto lugares para divulgação de shows de grupos ou artistas, de estúdios para gravação e ensaio musical e firmas a oferecer serviços especializados em concertos de instrumentos, como piano, violoncelo e outros. Aí reside a força das horizontalidades: a informação na contiguidade, a partir da densidade comunicacional permite a publicidade desses agentes sem dispendiosos custos.

De acordo com a pesquisa do IBGE/Munic, de 2006, cerca de 59,8% dos municípios brasileiros possuem lojas de discos, CDs, DVDs e fitas. A existência de municípios com esses grupos é percentualmente mais representativa em Pernambuco (86,49%) e no Rio de Janeiro (83,7%). A tabela a seguir indica esses dados.

Tabela 20 – *Percentual de municípios com lojas de discos, CDs, DVDs e fitas - Brasil e Unidades Federativas (2006)*

Municípios com Lojas de Discos, CDs, DVDs e Fitas por Unidade Federativa	Percentual
1. Pernambuco	86,49
2. Rio de Janeiro	83,7
3. Roraima	80
4. Espírito Santo	78,21
5. Ceará	73,91
6. Paraíba	73,09
7. Mato Grosso	71,63
8. Mato Grosso do Sul	66,67
9. Bahia	64,99
10. Santa Catarina	64,85
11. Alagoas	64,71
12. Acre	63,64
13. Rio Grande do Sul	63,31
14. Paraná	63,16
15. Pará	61,54
16. Maranhão	60,83
17. São Paulo	59,84
18. Minas Gerais	51,7
19. Goiás	50,41
20. Amazonas	50
21. Piauí	41,7
22. Sergipe	41,33
23. Rio Grande do Norte	40,72
24. Rondônia	40,38
25. Tocantins	26,62
26. Amapá	25

Fonte: IBGE/ Munic. Elaboração MinC

Todas as regiões apresentaram crescimento no número absoluto de municípios com essas lojas. Percentualmente, verifica-se um aumento na Região Nordeste e uma diminuição nas Regiões Sul e Centro-oeste.

O gráfico a seguir, produzido pelo IBGE, aponta o aumento da participação de lojas de discos, em números absolutos, na economia urbana em diferentes porções do Brasil, acenando a uma possível (hipótese nossa) descentralização de pontos de venda dessas mercadorias, a sair das metrópoles em direção às pequenas e médias cidades.

Gráfico 1 – *Evolução porcentual dos municípios com a existência de lojas de discos, CDs, DVDs e fitas – Brasil (2005 e 2006)*

Fonte: IBGE/Munic. Elaboração do MinC

Nesse mesmo sentido, o estudo do IBGE/MUNIC, tratando da evolução da participação dos municípios de lojas de discos, fitas, CDs e DVDs, entre os anos de 1991, 2001, 2005 e 2006, divulgam o crescimento da quantidade de lojas de discos.

Gráfico 2 – *Evolução dos municípios com lojas de discos – Brasil (1999;2001;2005;2006)*

Fonte: IBGE/MUNIC

Os números indicam o crescimento de 73,8% dos municípios com lojas de discos entre 1999 a 2006. A partir disso, ainda que com o fenômeno da unicidade técnica, consonante à informatização do território nacional, o aumento da Internet nos domicílios e a troca de arquivos digitais, a venda de discos segue vigorosa na arquitetura do mercado musical.

O disco físico não deixou de existir. A música em arquivos pode dar novo sentido ao consumo musical, mas não pode excluir a concretude do objeto em sua materialidade. Todavia, não é incorreto afirmar que houve uma redução do número absoluto de lojas de discos nas cidades pesquisadas. Isso faz parte de um movimento contraditório. Se de um lado, há o aumento da participação das lojas nos municípios brasileiros, acontece, ao mesmo tempo, importante decréscimo dessas empresas nas cidades da investigação, tal como comprova os dados da RAIS. Porém, isso não significa que, necessariamente, há uma redução absoluta do número de empresas no Brasil.

Tabela 21 – *Estabelecimentos de Comércio de Discos – Cidades da Pesquisa*
(2006 a 2010)

Cidades	Ano	Comércio Varejista de Discos, CDs, DVDs e Fitas	Cidades	Ano	Comércio Varejista de Discos, CDs, DVDs e Fitas
Goiânia - GO	2006	29	Rio de Janeiro - RJ	2006	139
	2007	35		2007	135
	2008	28		2008	111
	2009	31		2009	85
	2010	28		2010	66
Porto Alegre - RS	2006	43	São Paulo - SP	2006	386
	2007	37		2007	363
	2008	32		2008	308
	2009	27		2009	284
	2010	27		2010	270
Recife - PE	2006	50	Total	2006	647
	2007	41		2007	611
	2008	44		2008	523
	2009	38		2009	465
	2010	29		2010	420

Fonte: RAIS, consulta em 20/4/2012.

Devemos mencionar que também não há distinção entre o tamanho, volume de capital, grau de organização e tecnologias dessas firmas. Pode-se, inclusive, admitir, de que nas cidades da pesquisa o número de lojas diminuiu, mas que concentram-se as vendas em grandes cadeias de comércio.

Podemos indagar se a melhor *performance* da macroeconomia nacional, com a redução do desemprego, no último decênio, da população brasileira serve de estímulo a empresas que vendem esses objetos (CDs, DVDs e fitas). Se há maior capacidade de consumo, maior seria, portanto, a tendência à procura.

Além disso, teríamos de considerar que essas firmas não trabalham exclusivamente com esse tipo de mercadorias. Reside nessas lojas a manifestação da associação de produtos, já que são realizadas também a vendas de pequenos instrumentos musicais, cordas, camisetas com nomes de bandas e a oferta de serviços - como a conversão de formatos em LPs para CDs ou fitas de vídeo para DVD.

No que tange à produção, no sentido largo, a distribuição e o consumo podem acontecer simultaneamente. Nos eventos em que músicas são apresentadas ao público acontece paralelamente a comercialização de discos, a distribuição de folhetos ou CDs promocionais e, ainda, é anunciado a agenda dos próximos shows.

Esses espetáculos podem ter diversas disposições de organização e visibilidade. Normalmente, seu desempenho está ligado à publicidade, à rede de contatos do artista e a capacidade de produzir lucro – relação direta a patrocínios ou mantenedores.

A tabela 22 indica o número de espaços para apresentações de artistas. Essa é uma premissa importante para os artistas, já que os shows são a maior fonte de renda e a própria visibilidade do músico acontece também pelo fator presencial. Essa tabela indica uma queda no número de casas de espetáculo nas cinco cidades pesquisadas.

Tabela 22 – *Casas de espetáculo, gestão de espaços para artes e outras atividades artísticas – Cidades da Pesquisa (2006 a 2010)*

Capital	Ano	Gestão de Espaços para Artes Cênicas, Espetáculos e Outras Atividades Artísticas
Goiânia - GO	2006	2
	2007	2
	2008	3
	2009	4
	2010	4
Porto Alegre - RS	2006	2
	2007	2
	2009	1
	2010	1
Rio de Janeiro - RJ	2006	12
	2007	11
	2008	8
	2009	9
	2010	8
São Paulo - SP	2006	11
	2007	7
	2008	8
	2009	6
	2010	7
Total	2006	27
	2007	22
	2008	19
	2009	20
	2010	20

Fonte: RAIS, consulta em 20/4/2012.

Em linhas gerais, as apresentações dos artistas são a grande fonte de renda para músicos e cantores. Nesses acontecimentos é comum a venda de discos ou mesmo a distribuição de CDs - para que haja uma publicidade baseada no “boca a boca”, cuja finalidade é alcançar numa segunda oportunidade novas pessoas.

Os shows, sejam grandes ou micro produções, são a origem da renda de empresas (gravadoras) e dos artistas. Por isso, a parceria com casas de espetáculos, bares e ambientes que possam receber público são de grande importância frente aos atores ligados à música.

As casas de show, casas de espetáculo e teatros, em 2006, responderam por 21,2% da distribuição dos equipamentos culturais nos municípios brasileiros. Na tabela anterior, aponta-se, de acordo com a classificação da RAIS – Ministério do Trabalho e Emprego – a gestão de salas de teatro, de música e de outras atividades artísticas, evidenciando a diminuição da quantidade de casas de espetáculo que reduz as possibilidades de apresentações, bem como favorece a concentração de poder entre os já conhecidos e capitalizados. As formas de produção de riqueza tendem a se transformar diante da reorganização dos atores na economia das cidades.

5.2. Economias de Aglomeração: a comercialização musical

As centralidades e subcentralidades urbanas são nós de circulação de pessoas, lugares de passantes e transeuntes das cidades. A princípio há, do ponto de vista das empresas localizadas nesses lugares, enorme vantagem no que se refere à circulação de pessoas, conferindo a esses agentes uma larga e constante demanda por produtos e serviços. Tal fenômeno aumenta a produtividade local desses agentes, enquanto que os aspectos negativos, como o aumento da concorrência, tendem a ser neutralizados pelo volume de bens comercializados.

Os efeitos de aglomeração na economia intraurbana assinalam a coexistência, em áreas de grande densidade de serviços similares, ainda que isso gere maior concorrência entre as firmas.

María Laura Silveira (2009, p. 23) pondera que

“o circuito inferior contribui para criar, espontaneamente, economias de aglomeração. De certo modo, graças à contigüidade, a outro uso da técnica, à soma de suas ofertas e demandas e à densidade comunicacional (Santos, 2000), esse circuito reserva para si uma capacidade de ação nas áreas menos valorizadas do meio construído urbano. Interpretá-lo poderá contribuir ao entendimento das demais formas de uso do território, da força do mercado concreto, dos usos possíveis da técnica e de sua forma de criar riqueza cultural e econômica”.

As grandes cidades, com um denso tecido urbano de relações inter e intraurbanas, acabam por ser o lócus de possibilidades para os agentes do circuito superior marginal e inferior, dentro das contiguidades urbanas, nas quais a divisão do trabalho é organizada de modo a preservar a ação de micro e pequenos atores nos interstícios.

A cidade, como o “*depósito de meios infra-estruturais justapostos, e mesmo sobrepostos*” (Santos, 1994, p. 98), atribui aos atores uma temporalidade particular, na qual o trabalho morto confere a velocidade das ações, diante das combinações que a técnica autoriza no período, retornando à idéia do prático-inerte. De sorte que “*o processo social está sempre deixando heranças que acabam constituindo uma condição para as novas etapas*” (Santos, 1996, p. 112).

O exercício da vida, essa superposição de eventos, em que cada ator trabalha sua respectiva cotidianidade, combina-se diferencialmente com a capacidade de articular as variáveis centrais do período, isto é, técnica, organização e capital. Isso conforma a inserção destes agentes no espaço geográfico e na concernente valorização de áreas urbanas.

No que tange às centralidades e as subcentralidades se nota demandas diversas que aumentam a interdependência dos atores no território usado, a conter uma variedade de formas de realização econômica.

Nesse sentido, M. Santos (1994, p. 97) ensina que a “*escala geográfica das firmas menores é local e nas metrópoles pode ser, mesmo, submetropolitana, isto é, infra-local*”. Isso significa que o trabalho de micro e pequenas empresas tende a estar relacionado com o lugar, com o contíguo e horizontal e não com o distante, com o externo e vertical. As realizações materiais dos micro e pequenos acontecem no lugar e no seu entorno.

Fotografia 35. Loja de Discos no Largo 13. São Paulo, março de 2012. Autor: Villy Creuz

A imagem anterior é uma loja de discos, na subcentralidade do Largo Treze de Maio, no bairro de Santo Amaro, São Paulo-SP, com três funcionários que vendem CDs, DVDs, brinquedos, aparelhos musicais, violões e outros produtos. A associação de produtos é evidente nessas empresas.

Nessa loja os valores de aluguéis variam de R\$ 1.000,00 a R\$ 1.500,00. O proprietário declarou que a localização é privilegiada. Constata que a venda de CDs diminuiu consideravelmente na última década (2000 a 2010). Todavia, ressalta que a aparição do DVD, concomitante à venda de outras mercadorias, manteve estável a margem média de lucro, em torno de 20% a 25%. A origem da mercadoria, em geral, assim como nas demais cidades, provém de representantes comerciais das gravadoras grandes.

Na fotografia 37 nota-se a vizinhança da firma, composta por micro e pequenas empresas, de capital local, em que a clientela participa de uma camada social com menor renda.

Fotografia 36. Meio construído: Largo 13, região de Santo Amaro – Loja de Discos. São Paulo – SP, março de 2012. Autor: Villy Creuz

Essa subcentralidade paulistana é lugar de passagem, dentro de um complexo de transportes metropolitanos, parada entre as periferias da região sul da cidade e as regiões do corredor centro-sul. Há muitos nordestinos, também a segunda e terceira geração de migrantes que consomem produtos típicos comercializados na região. Há uma enorme demanda por forró de Pernambuco nessa loja. O sertanejo, de Goiânia, também figura um importante papel nas vendas. E, assim, o comércio musical continua a figurar um elemento vigoroso na divisão metropolitana do trabalho.

Nas outras cidades o mesmo fenômeno acontece, em especial com lojas de CDs e DVDs em centralidades urbanas, que comercializam seus produtos focados em gêneros. De certo modo os tipos de bens consumidos espelham o gosto do lugar, suas identidades e seus pilares de referências culturais.

O mercado da cidade oferece saídas diversas (relembrando Kafka⁴⁰). Cada escolha é circunscrita ao contexto no qual está inserida. O projeto político de cada ator social se alcança de acordo com as possibilidades dadas pelos graus de organização das empresas, pelas tecnologias que dispõem e pelo volume de capital ao qual têm acesso.

⁴⁰ “As portas são inúmeras, a saída é uma só, mas as possibilidades de saída são tão numerosas quanto às portas” Frans Kafka.

5.3. Manifestações de solidariedade orgânica no território: selos e gravadoras independentes

É certo que os atores do circuito superior marginal da economia urbana são a fronteira das dinâmicas situadas entre o circuito superior e o circuito inferior. Estes atores são marcados pelo contato entre os dois circuitos, os elementos a defini-los tendem a ser mais híbridos, ou seja, com características comuns a ambos os subsistemas, embora seja uma porção marginal do circuito superior.

No decorrer da investigação, ao entrevistar artistas com certo grau de organização, tecnologia e capital, mais próximos ao que entendemos por circuito superior marginal emergente da música, analisamos grupos de empresas pequenas, associadas por relações de proximidade e gostos comuns que acabavam por reproduzir (de acordo com sua capacidade) o mesmo sistema de organização que o circuito superior: excluindo certos agentes em razão de suas próprias lógicas artísticas e comerciais.

Para tratar de tal interpretação partimos da definição de que os selos nada mais são do que empresas. Na maior parte das vezes em nossas entrevistas são micro e pequenas empresas que para trabalhar necessitam possuir o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), uma vez que a nota fiscal e o CNPJ são essenciais na participação dos editais fomentados pelo Estado. Aliás, mesmo para apresentações em casas de show em que haja participação de outras organizações, como o SESC-SP, as notas fiscais são imprescindíveis. Daí a necessidade do selo.

O selo pode ser de um único artista ou grupo musical, como a cantora Fabiana Cozza, sambista de São Paulo, declarou em 2011 no bate papo na casa Páthos Cultural, na Lapa, em São Paulo. A cantora comentou nessa conversa que permanecer atrelada às gravadoras era dispendioso e havia pouca margem de criação, porque estaria filiada a um grupo de profissionais a pautar a adequação do repertório, agenda e afins. Desse modo, rompeu com esse modelo e tomou as tarefas de trabalhar nas funções ocupadas pelas equipes de produção, *marketing*, logística e apresentações.

De acordo com Cozza, o retorno financeiro dos shows é mais interessante sem a filiação com os agentes hegemônicos. Em outro sentido, admite também que há um

maior acúmulo de funções e tarefas, como trabalhos de pré-produção, a produção em si e, igualmente, a parte administrativa que orienta onde, como e quando serão os shows.

O selo pode ser uma gravadora também, reunindo um grupo de artistas. Em Goiânia existe a *Gravadora Monstro*. Esta é uma gravadora com uma proposta de música independente, filiada ao gênero rock independente (*indie*).

Essa empresa conseguiu o mérito de polarizar na cidade de Goiânia importantes conquistas do chamado ‘cenário musical’ do país, criando novos ‘nichos’ de mercado para uma demanda que havia entre grupos de população que consumiam música estrangeira, muitas vezes por não conhecer bandas nacionais. Houve uma difusão interessante através da rede de computadores, de relações pessoais e pelo ‘boca a boca’ sobre os grupos unidos a tal empresa, criando uma rede de conexões que envolvem shows, venda de discos pela *web* (entrega pelos correios), estratégias de mercado, venda de camisetas e um novo mercado que até então estava represado.

A Monstro trabalha com todas as etapas de produção que mencionamos no capítulo 3, em referência às grandes gravadoras – domina o processo produtivo inteiro: pré-produção, *marketing* (rádios e outros veículos), produção, distribuição e logística, comercialização e shows. Essa empresa opera do mesmo modo que uma gravadora do circuito superior, embora focada em um nicho musical e sem o volume de capital e organização de uma empresa como a Sony.

Nesse sentido é que partimos da consideração de que tais empresas, como a Monstro, pertencem ao circuito superior marginal emergente. As variáveis que mobilizam esses atores incluem redes de relações, capacidade de organização, e, por fim, quantidade e a qualidade das técnicas que os deixam mais próximos do circuito hegemônico.

Muito embora no mote da organização dessas firmas existam diferenciações profundas. Tais diferenças podem ser analisadas a partir da rede de relações que esses agentes constroem dentro do mercado, inclusive, criando novos tipos de mercado, como é o caso dos festivais de música independente.

Os festivais foram mecanismos encontrados para três soluções a culminar nesse evento: primeira, a questão da visibilidade de grupos então menos conhecidos; segunda, a criação de um mercado especializado em certo gênero pouco explorado e rentável; terceira, pela viabilidade de exploração de comercialização de produtos do circuito

espacial de produção musical, isto é, além dos CDs, também a venda de camisetas e bonés, ampliando a divisão social e territorial do trabalho.

O financiamento do festival tende a pagar-se, pelo custo do ingresso pelo público, mais o patrocínio de empresas privadas e do Estado (nas três esferas – União, municípios e estados).

Esse tipo de evento também acaba por criar sazonalidades de produção, cujo resultado se aspira alcançar a tempo hábil de lançá-los no festival. É uma situação de mercado que tende a reforçar o mercado em si, fomentando um ciclo de produção, distribuição e consumo.

A segmentação do mercado – que é uno – acontece de modo que os estilos e os gêneros ganhe relevo na comercialização musical e na estratificação dos agentes a produzir, consumir e distribuir bens musicais. Nessa direção, as demandas multiplicam-se na divisão por inclinações de gostos.

Em entrevista com a presidente da Associação Brasileira de Música Independente (ABMI), no ano de 2011, percebemos que duas coisas são centrais na leitura dos agentes que participam da porção marginal do circuito superior: a primeira é que há um empenho para perder o *status quo* que os qualifica como agentes subordinados a outras empresas. Nesse ponto, o foco de trabalho é ter autonomia e capacidade de organizar o mercado segundo os seus respectivos critérios de arte, cultura, desenvolvimento nacional, etc. O segundo ponto se refere a um anseio de tornarem sua música um bem, passível de gerar retorno financeiro. Por isso, seria necessário ser o mais bem divulgado possível – as parcerias com os agentes hegemônicos da comunicação são indispensáveis.

A ABMI atua em projetos no Brasil, orientando aos artistas o uso das novas mídias (Internet, celular, filmes, TV digital e vídeo games). A exportação musical brasileira é o principal pilar, uma vez que a música nacional tem uma interessante receptibilidade nos EUA e na Europa ocidental. Assim, a ABMI procura auxiliar artistas e produtores a conseguir fabricar catálogos aptos a comercializar fora do país.

A presidente da ABMI sustentou o argumento de que não haveria mercado musical se não fosse a participação das empresas hegemônicas, considerando que o referencial de produção da cultura nacional está amparado nas *majors*. Segundo a entrevistada, as grandes empresas orientam a vocação artística nacional.

Não existe dissociação entre a música massificada e a música independente. É uma forma que atores marginais, dentro do circuito superior, encontraram para sustentar seus respectivos nichos (gêneros, gostos e estilos) dentro da economia urbana.

Nesse sentido, há um forte aporte de parcerias entre diversos ramos de firma a trabalharem em associação, no sentido de garantir a manutenção da demanda e a produção de oferta, em consequência de trabalhos não hegemônicos.

5.4. Os nexos entre as firmas de pequeno e médio porte ligadas à música

Em entrevista à gravadora carioca, de pequeno porte, *Acari Records*, entendemos alguns nexos entre as atividades entre as quais são repartidos os trabalhos no circuito superior marginal da música.

Os veículos de comunicação, entre os quais estão as revistas especializadas em música e os portais da Internet têm um papel central na divulgação, que servirá de apoio à distribuição das mercadorias (músicas em diversos formatos, MP3, CDs ou DVDs).

Nesse mesmo sentido, a gravadora, também carioca, Azul, de menor porte, afirmou que o contato com jornalistas é de grande relevância na publicação em jornais ou revistas. Nessa direção, a frase “*as coisas só acontecem por contatos*” foi bastante corrente, evidenciando a primazia da rede de relações.

A Acari Records admite usar de mala direta, via e-mail, como ferramenta de divulgação dos álbuns produzidos pela gravadora, do mesmo modo, em que há um sítio da gravadora a fazer propaganda e uma loja virtual, mantida com serviços terceirizados de técnicos de informática. Quando existe maior disponibilidade de capital para a promoção do disco, são contratadas empresas de assessoria de imprensa para auxiliar no contato com veículos, como rádios, portais da *web* e televisão.

A terceirização de alguns serviços também é realizada por micro, pequenas e médias gravadoras: serviços como motoboys, técnicos de gravação e mixagem, produtores musicais, produtores executivos, designers, processo de masterização, músicos, arranjadores e empresas que prensam CDs. Estes últimos estão concentradas na Zona Franca de Manaus. Cabe mencionar que os designers, enquanto prestadores de

serviços, tem tido maior destaque na divisão do trabalho dessas firmas, uma vez que a venda de catálogos *online* se tornou um novo mecanismo de agir no mercado da música.

Dentre outras atividades que coexistem e trabalham em parceria com gravadoras estão também as de locação de equipamentos, já que muitas das micro e pequenas firmas não possuem todo o aparato necessário, mesmo nas fases de pré-produção ou mesmo na produção.

No que tange à arrumação e disposição do espaço físico, em estúdios de ensaio e gravação e em gravadoras que fazem as etapas de produção, marceneiros e eletricitistas são fundamentais no cabeamento das ferramentas de trabalho, isto é, na instalação do micro sistema técnico, como mesas de som, computadores, caixas de retorno, microfones, etc.

Já os marceneiros são os prestadores a lidar com os projetos de engenharia acústica das salas de gravação. Estas, geralmente, são feitas em madeira e com medidas e ângulos definidos de acordo com as finalidades a se alcançar nas gravações e com a área disponível.

O ISRC (*International Standart Recording Code*)⁴¹, funciona via ECAD, que trabalha através de associações filiadas. O arranjo normativo determina que a gravadora ou os músicos pertençam a uma instituição ligada à música. Sem isso, esse código de proteção a cada faixa do disco não é concedido ao artista ou ao grupo.

A partir do mercado com o qual a cidade se constitui, mais sua materialidade (formas geográficas cristalizadas), a divisão do trabalho se torna interdependente em ramos e especializações, formando a totalidade que é a própria definição de sistema urbano.

A coadjuvação recíproca entre as firmas de micro, pequeno e médio porte lhes permite, ainda que de modo subalterno, sobreviver ao impacto das grandes empresas, gerando uma massa de trabalhadores a prestar serviços e criar economia nas diferentes camadas de população e porções das cidades.

Da totalidade de que é feita a cidade, a cultura (a música como elemento), o mercado (os circuitos da economia urbana) e o Estado (a cristalização de normas, via

⁴¹ Uma vez enviada a documentação, um software de ISRC gera um código. Já impresso é preciso enviá-los à entidade associada e inseri-los na matriz que seguirá a fábrica de prensagem dos discos.

ação do legislativo, judiciário e executivo) estão indissociados: todos compõem o território geográfico e só podem ser pensados isoladamente para fins analíticos.

Organograma 8 – *Esquema analítico, categorias empíricas e teóricas*

Fonte: elaboração própria.

Os usos da cidade produzem demandas culturais. O Estado cria esse movimento, ao mesmo tempo em que, paralelamente, produz barreiras à produção, alguns agentes são favorecidos em detrimento de outros.

É o uso do território pelos atores, com especificidades (relações de poder, graus de organização, capital e técnicas distintas), diante de políticas públicas regionais (estaduais e municipais), mas com o viés normativo da União com o fomento de programas culturais.

A demanda específica cultural se espalha, alargando a divisão territorial do trabalho que é a própria face da cidade, ganhando contornos a partir da presença ativa do aparelho do Estado forte.

Entre 384 e 324 A.C. Aristóteles (1984, p. 173), em seus escritos reunidos sob o nome *A Política*, ponderava que os “*Estados não se compõem de uma só parte, mas de várias*”. Essa supra-instituição é composta por um emaranhado de divisões (funções e hierarquias), estabelecendo um jogo de contradição a partir das relações entre os vários atores envolvidos, sob o conflito entre interesses diversos e agentes com poderes diferenciados.

Perpassando, talvez, de maneira inadvertida por séculos de discussão no trato da categoria ‘Estado’, tomamos uma ponderação pertinente de Alain Touraine (1988, p. 148), no escopo do debate sobre Estado moderno:

“O poder público é, em primeiro lugar, o setor produtivo público, cuja importância foi ampliada por uma série de nacionalizações e pelo encargo de uma grande parte dos investimentos; em segundo lugar, o sistema político, centrado no Parlamento e nos partidos, que criou e desenvolveu meios maciços de redistribuição de rendas; em terceiro lugar, a administração pública, que estava frequentemente submetida à lógica burocrática (...); finalmente, o Estado propriamente dito, detentor do direito da guerra e de paz (...). Essas quatro faces do poder público têm direcionamentos muito independentes uns dos outros”.

Nessa direção, longe de ser uma unidade o Estado representa através do exercício do poder dos instrumentos públicos disputas e sedições, evidenciando o antagonismo entre os interesses e orientações de distintas camadas da população.

Para Riccardo Campa (1985, p. 31) a *“interação dos fatores econômicos, que influenciam as decisões políticas, e dos fatores políticos, que visam controlar a ação econômica, determina a capacidade de decisão de um conjunto de sistemas sociais que tendem a identificar-se (...) com o Estado”*. De sorte que a representação política tenderia, segundo o raciocínio, a se tornar uma função da estrutura representada. O Estado estaria obrigado, portanto, a partilhar o Poder com forças sociais organizadas.

O Estado é um elemento cuja categoria ‘Formação Social’ (*Gesellschaftsformation*) compreende. Primeiro, foi proposta por Karl Marx, depois, retrabalhada por Emilio Sereni (1970, pp. 55-95) que retomou a proposta de Lênin de ‘formação econômico-social’.

Pensada e atualizada na teoria geográfica, M. Santos (1996) usará o conceito de formação socioespacial, cuja delimitação é o próprio território político (Estado nacional), circunscrito às delimitações de um país.

As formas de ação do Estado brasileiro ligadas à cultura, mas em particular à música, será o mote central no próximo capítulo.

Capítulo 6

A participação do Estado nos dois circuitos ligados à música

Ilustração de Julio Meiron

Sócrates: Se os filósofos não se tornarem reis nos Estados e hoje os assim chamados reis e detentores do poder não se dedicarem com seriedade e profundidade à filosofia; se ambas essas coisas, o poder político e a filosofia, não se reunirem numa só; e se – dentre aqueles que hoje, separados um do outro, perseguem cada um uma meta – os que, por sua natureza, não são mais do que políticos não forem forçados à total renúncia, então, meu caro Gláucon, não haverá fim para a desgraça dos Estados, e, se vejo corretamente, tampouco para a do gênero humano.

Platão, século IV D.C.

O capítulo trata da participação do Estado na produção de políticas públicas que tocam a dinâmica da economia urbana entre os atores que produzem, consomem e distribuem música.

Dividido em duas partes, inicialmente, na primeira parte, buscar-se-á articular alguns nexos entre o Estado e os agentes do circuito superior. Na segunda parte, analisando o apoio nas três esferas da federação - União, estados e municípios - traçar-se-á a configuração da ação do Estado em planos voltados aos micro e pequenos agentes e, assim, encerrarmos o capítulo e encaminhamos às considerações finais.

6.1. Círculos de cooperação: o Estado e o mercado dos agentes hegemônicos da música

Uma das formas diretas ao apoio à produção musical em que se beneficiam, sobretudo, grandes empresários e grandes nomes/artistas é a renúncia fiscal do Estado em favor das empresas. A outra forma de apoio, talvez menos direta, é o controle sobre a distribuição e comercialização de discos chamados ‘piratas’. São esses dois fatores os pilares que, a nosso ver, indicam a criação de nexos estreitos entre a produção dos agentes do circuito superior na música e o Estado.

6.1.1. Renúncia fiscal e aporte ao circuito superior

Esse mecanismo fiscal do Estado brasileiro permite que firmas apoiem artistas, shows, concertos, espetáculos e produções artísticas de diversas ordens e, como contrapartida, o Estado renuncia aos tributos proporcionais ao aporte oferecido pela empresa⁴².

O incentivo fiscal da Lei Rouanet é conhecido como uma forma de estimular o apoio da iniciativa privada ao setor cultural. O proponente (artista) escreve uma proposta cultural ao Ministério da Cultura (MinC) e, caso seja atendida, é autorizado a captar recursos junto a pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda (IR) ou empresas

⁴² O limite é de 4% do imposto devido às pessoas jurídicas e de 6% de imposto devido às pessoas físicas.

tributadas com base no lucro real visando à execução do projeto. O esquema a seguir é do próprio sítio do Ministério da Cultura e mostra as etapas de captação de recursos via Lei Rouanet.

Organograma 9 – *Etapas de Capitalização de Recursos a partir da Lei Rouanet*

Fonte: Ministério da Cultura, em junho de 2012.

A Lei Rouanet - nº 8. 313/1991 - é o esforço de estimular empresas privadas ou grupos privados a apoiarem, com verba devida à União, o patrocínio de atividades culturais; a lei comporta as ações do Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC, a partir do Ministério da Cultura – MinC.

Essa ferramenta tem sido uma das mais utilizadas nesse último decênio enquanto instrumento de fomento à cultura no Brasil. A pergunta que permanece é: quem comanda e orienta a produção afinal, o Estado, os artistas ou as grandes firmas? Noutros termos, quem regula quem?

Em uma sociedade com inovações constantes em tecnologias que reorganizam a produção e os tipos de consumo, tendemos a permanecer no enalço das grandes firmas. Os atores sociais tendem a estar enlaçados pelas lógicas dos círculos de cooperação dessas empresas.

Quiçá, aí reside um dos papéis mais fundamentais da norma e da regulação dos usos dos objetos (semoventes musicais e Internet), ou seja, não são os controles em si da

difusão e distribuição das informações (música enquanto informação), mas o conteúdo da produção e de quem parte o comando. A liberdade do discurso, melódico ou cancionado, tende ser assistida, isto é, há um punhado de agentes capazes de decidir o conteúdo, favorecendo certos padrões estéticos e ideologias em detrimentos de outros.

Haveria, portanto, um jogo de poder em que o comando da ação é conduzido por quem detém o dinheiro. Essa figura é encarnada não pelo Estado, mas pelas empresas. Aos artistas, em geral, cabem à adequação dos projetos às campanhas de *marketing* de cada uma dessas empresas.

Existe um grupo de artistas que fazem elogios a Lei Rouanet. No sentido de descentralizar a função do Estado como promotora cultural e transferindo às empresas a participação nesse âmbito.

Permanece também o discurso de que o Estado não seria capaz (pela sua morfologia e estrutura burocrática) de abraçar a todas as demandas de eventos ligados à cultura, tampouco a pluralidade de atores. De sorte que a Lei Rouanet seria, segundo esse discurso, uma ferramenta importante na ampliação de manifestações culturais de toda ordem.

No que tange à ação das empresas por meio dessa norma, a carta de crédito é uma moeda de troca com o setor privado. Os artistas podem requisitar patrocínio aos seus espetáculos munidos da carta oferecida pelo governo que deduz parte do Imposto de Renda (IR) ao valor proporcional “patrocinado” pela empresa – dentro dessa participação de até 4% para empresas e de 6% de pessoas físicas. É certo que 4% do imposto devido de empresas do circuito superior como Petrobrás, Tam, Vivo, entre outras, respondem a um volume grande de recursos.

Em realidade, o patrocinador é o Estado, mas o nome visível é o da empresa que, por vezes, tende a estimular um tipo de conceito ao relacionar mercadorias (objetos) aos shows. É o caso do que aconteceu com o Seu Jorge, artista carioca: o palco tinha como cenário uma mata, com o intuito de a decoração fazer alusão ao patrocínio da empresa Natura, fabricante de cosméticos que retira a matéria-prima de áreas da Amazônia, onde implantaram sistemas de cultivo em que a flora, a fauna e as sociedades tradicionais são incorporadas à marca. Esse caso é emblemático, porque a empresa utiliza recursos do Estado para bancar sua nódoa.

O *Natura Musical*⁴³ é um evento promovido pela empresa brasileira Natura, de produtos cosméticos, que envolve artistas novos e consagrados da MPB e de outros gêneros. Há o edital nacional e há, também, o edital regional, em Minas Gerais. Esse projeto existe desde 2005 e tem ganhado relevância no cenário musical do Brasil, pelo valor dos projetos e pelas perspectivas de produção de discos e shows.

Programas como o do Banco Itaú, o *Itaú Cultural*, também fez seu aporte na música ao debater com profissionais os caminhos de gestão pública e desafios na produção musical. Além disso, previa a participação nos custos de produção de discos e de apresentações de artistas selecionados.

O edital feito pela empresa Vivo, no *Conexão Vivo*⁴⁴, é outro exemplo. Neste edital seleciona-se artistas de todo o Brasil, com produção de imagem e som (vídeos musicais) para repercussão na rede de computadores e nas campanhas publicitárias da firma. Há também a promoção de eventos, com apresentações dos grupos selecionados.

Mais uma empresa de telecomunicação, a Oi⁴⁵, também abre editais para a produção cultural, em diversas áreas, o que inclui a música. A empresa em seu regulamento determina que, caso o artista seja contemplado, estes assumem o compromisso de gravar discos e realizar apresentações.

A Petrobrás⁴⁶, empresa de energia, ligada principalmente às fontes de hidrocarbonetos, também atua na produção musical via incentivos do Estado. O *Compacto Petrobrás* é um braço da ação desta firma na produção musical. Nesse grupo de ação empresarial colado à cultura há o empenho por promover novos artistas, produção de discos e festivais de música. O volume de dinheiro destinado ao Programa Cultural da Petrobrás alcançou a cifra de R\$ 313,7 milhões desde 2003 a 2011. Apenas empresas do circuito superior, com uma complexa topologia, volume de capital e tecnologia são capazes de participar dessas benesses do Estado.

O incentivo do Estado através da renúncia fiscal é um grande aporte à produção cultural e à produção musical nacional. O ponto é que acabam sendo campanhas publicitárias indiretas, encabeçadas pelas empresas, a partir de um dinheiro que deixa de chegar aos cofres públicos.

⁴³ <http://scf.natura.net/Conteudo/Default.aspx?MenuStructure=4&MenuItem=28>. Data: 22/6/2012.

⁴⁴ Ver sítio da empresa: <http://www.conexaovivo.com.br/editais>. Data 20/6/2012.

⁴⁵ Ver o sítio da Oi: http://www.oifuturo.org.br/uploads/releases/regulamento_edital_2012.pdf. Data: 22/6/2012.

⁴⁶ Veja o sítio: <http://compacto.blogspotpetrobras.com.br/sobre-o-movimento/>. Data: 22/6/2012.

A ponderação é óbvia: se o dinheiro fosse para o Estado, por que o Estado não toma a frente desse apoio? Em outras palavras, por que empresas cumprem esse serviço? Em geral, são as empresas do circuito superior que conseguem se valer dessa benesse e acabam por associar sua marca a idéia de catapultas culturais.

Aparentemente duas razões qualificam o desenho da renúncia fiscal às firmas do circuito superior. A primeira razão é pelo volume de *capital*, já que o valor despendido em gastos do IR precisaria alcançar um volume suficientemente elevado, a garantir os custos de produções artísticas. A segunda razão é a *organização*, uma vez que na divisão do trabalho interna a cada empresa, os departamentos de contabilidade precisariam estar muito bem formados para lidar com os trâmites da burocracia fiscal, seguido pelo departamento jurídico para organizar os caminhos desse processo, depois a associação imprescindível entre os departamentos de *marketing* e de promoção cultural (eventos), ligados ao planejo dos editais, seleção de artistas, contração de serviços, etc.

Por essas duas razões a Lei Rouanet tende a ser produzida por empresas hegemônicas, capazes de deter um alto grau de organização e de volume de capital. Ainda que seja destinada a abranger os indivíduos (artistas) sem recursos e sem visibilidade, a manobra é executada pelos agentes do circuito superior, isto é, repertório, produção, divulgação e comercialização.

Não é uma crítica ao empenho dessas firmas. Em geral, os editais tendem a heterogeneidade de indivíduos e cosmovisões desde que compreendam o desenho da campanha da marca nas respectivas empresas. Mas, se o dinheiro é do Estado, dos 4% do imposto devido, não parece haver sentido em legar às empresas o crédito de patronos da cultura.

Os editais são elaborados pelas firmas e as regras são determinadas por esses atores, bem como a seleção de artistas. Se partirmos por considerar a suposição de Kelsen (2000a) e levarmos a cabo a idéia de que ao Estado compete a exiguidade da Justiça, não há racionalidade que esclareça o motivo de repassar às empresas a responsabilidade de políticas públicas e sociais, sabendo de antemão que esses atores estão compromissados com suas próprias metas (e não há aí um juízo de valor, sabemos que as determinações de mercado regem as relações corporativas). Portanto, legar às firmas a responsabilidade pelos cuidados sociais ligados à cultura tende a ser um engodo se o princípio de justiça é o que orienta nossa utopia.

O Estado tende a participar, de outros modos, ativamente na promoção das atividades do circuito superior na música. Empresas, como grandes gravadoras e grandes estúdios, são beneficiadas com isenções fiscais a partir de políticas de reduções do ICMS (Imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual, intermunicipal e de comunicação), ISS (Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza, de competência dos Municípios e do Distrito Federal), IPI (Imposto sobre produtos industrializados) e IR (Imposto de Renda).

A música assim mediada pelo mercado tende a tornar-se um instrumento de encarceramento intelectual. Milton Santos (2000, p. 87) nos inspira a ponderar que se as técnicas autorizaram novas ações, como a produção de música por vários atores, será a política (no sentido amplo), por meio das escolhas, que encontrará os meios de mutilar as possibilidades no período da globalização como a produção de normas contra a pirataria e entre outras vistas no atual momento.

Nada impede, todavia, que, no futuro, haja outros arranjos políticos a reger esse conjunto de normas. Seguimos, por hora, na busca de encontrarmos *“um meio que permita combinar individualismo econômico e laços comunitários”* (Sennett, 2010, p. 168). Esse tem sido o desafio da lei de renúncia fiscal brasileira em favor às empresas com interesses privados no uso de recursos públicos.

6.1.2. A coerção do Estado na distribuição e comercialização

Há um permanente esforço para regulamentar o uso da Internet e a arrecadação de direitos autorais frente à difusão de músicas via *web*. O Estado é convocado a implementar políticas de combate à pirataria. De sorte que haja uma verdadeira fabricação de discursos a fim de convencer o conjunto do corpo social da ilegalidade na aquisição de músicas pela Internet. *“A cópia não autorizada por parte de consumidores finais vem-se difundindo desde 1999, quando surgiu o Napster⁴⁷. Mesmo assim, em 2004, as vendas de músicas gravadas permaneceram estáveis, pois a queda nas vendas em formatos físicos foi compensada pelo aumento nas vendas de música no formato digital e de DVDs”* (Kretzer e Toyama, 2008, p. 188).

⁴⁷ Programa para partilhar arquivos digitais.

Na música há um forte discurso sobre a qualidade do som, do faturamento da indústria fonográfica, dos empregos que são perdidos em atividades musicais. Como aponta Ellul (1968, p. 257): “o direito não está adaptando a ela [sociedade] nem é capaz, enquanto sistema, de absorver as inovações necessárias”. Há um desarranjo entre as mudanças em curso e a capacidade do sistema jurídico de se adaptar, pela sua própria morfologia, a esses movimentos renovados dos territórios.

Há certamente uma *defasagem* entre o mundo cotidiano das metrópoles e as normas cristalizadas. As normas tendem a ser ‘rugosas’ porque carregam a legitimidade de períodos que nos precederam, permanecendo ativas no presente. Propomos considerá-las como ‘normas rugosas’ – inspirados na noção de *rugosidades* de Milton Santos (1996).

São ‘normas rugosas’, pois abrigam o caráter do tempo morto, isto é, um tempo passado cujo movimento presente incorpora por força imposição, mas que não compreende o caráter dos novos conteúdos territoriais dinamizados pela técnica.

A esse respeito, parece oportuno mencionar que a organização da estrutura jurídica é constituída de ‘tempos lentos’, passando por várias instâncias de debate e decisão. O tempo das empresas globais e dos micro e pequenos atores não possui a morosidade da produção normativa.

Não sabemos se é oportuno, destarte, fazer uso de jargões legalistas para tratar de fenômenos sociais que responderiam às demandas de existência dos micros e pequenos atores sociais no período da globalização. É o caso da condenação aos comerciantes de produtos ‘piratas’ nas metrópoles. Diante das modernizações tecnológicas, seria oportuno sustentar o discurso dos direitos de autor? Talvez não seja legítimo versar mais sobre o tema sem levar em consideração as mudanças de organização da economia, das finanças e da cultura no país.

Quanto aos discursos correntes, especialmente sobre a ação dos micro e pequenos atores, não é posto em questão a situação inversa, ou seja, o fato de que as grandes empresas, mesmo diante da crise anunciada há dez anos, mantêm-se poderosas e tampouco se discute o conteúdo de sua produção veiculada nas rádios e outras mídias.

A migração de unidades de negócio pode ser a resposta para que esses agentes hegemônicos se mantenham no poder. Se, de um lado, perde-se na venda de discos, de outro, ganha-se com a venda de tocadores de MP3. Aliás, mesmo as tecnologias de

partilhamento de arquivos sonoros, softwares e programas são elaboradas por “indústrias relacionadas, de computação /Internet e eletrônica” (Kretzer e Toyama, 2008, p. 204) que estão em consonância às empresas hegemônicas ligadas à música. De certo modo, há o benefício desses agentes no incremento de inovações tecnológicas fabricadas por outras firmas. Esse exemplo banal nos instiga a ponderar novas formas de negócios desses grandes grupos.

Jean Baudrillard (2009, p. 163) reflete que o movimento que, aparentemente, anima todo o progresso do sistema “*não impede de ser fixo e estável em si mesmo. Tudo se move, tudo muda a olhos vistos, tudo se transforma, e contudo nada muda*”. Uma sociedade assim lançada ao progresso tecnológico, “*realiza todas as revoluções possíveis, mas são revoluções sobre si mesma*” (2009, p. 163). Porque a produtividade dessa sociedade técnica não a leva a nenhuma modificação estrutural.

A questão da pirataria no período do meio técnico-científico-informacional é escandalizada pela mídia junto ao mote do direito à propriedade intelectual e direito à comercialização tributada de bens culturais.

Não obstante, teremos de nos valer de uma dada produção normativa para tecer alguns comentários, uma vez que essas novas práticas oriundas das tecnologias digitais colocam sob perspectiva os direitos autorais, sistemas de distribuição e as vendas não tributadas ao Estado.

A declaração Universal de 1948, em seu artigo XXVIII:

“1. Toda pessoa tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar do progresso científico e de seus benefícios. 2. Toda pessoa tem direito à proteção dos interesses morais e materiais decorrentes de qualquer produção científica, literária ou artística da qual seja autor”.

A proteção dos direitos do autor declara a necessidade em se alcançar um balanço entre a proteção aos direitos do autor e a promoção e a proteção dos direitos econômicos, sociais e culturais. A necessidade em encontrar o equilíbrio dos direitos individuais e o interesse coletivo é uma empreitada desse momento presente.

A Unesco, Organização das Nações Unidas⁴⁸, estimula a retirada de impedimentos ao sistema educacional e de pesquisa, uma vez que considera a possibilidade da ciência produzir avanços ao crescimento econômico, ao desenvolvimento humano e à redução da pobreza.

O futuro da Humanidade, segundo a UNESCO, mostra-se cada vez mais condicionado à produção, à distribuição e ao uso equitativo do conhecimento, em uma sociedade global. Na ordem contemporânea, o bem-estar social e o direito ao desenvolvimento estão condicionados à informação, ao conhecimento e à cultura.

O Comitê dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais frisa que a propriedade intelectual é um produto de todo corpo social. Presta-se um serviço à sociedade. Por conseguinte, carece ajuizar o conflito no campo dos direitos humanos dos regimes jurídicos de proteção da propriedade intelectual. Mas a propriedade intelectual não é algo ruim, o inverso, protege os autores. O que precisamos colocar sobre perspectiva é o comportamento das empresas em relação à cultura.

Os delineamentos conceituais do direito à propriedade intelectual precisam ser definidos considerando a necessária proteção dos direitos sociais, em balanço, com os direitos individuais do autor. Acreditamos que seja possível o par: defesa dos bens universais, econômicos e culturais, concomitante, aos direitos de autor. A chave é pensar a forma de operacionalizar esse balanço.

Isto é, à luz dos direitos humanos, o direito à propriedade intelectual cumpre uma função social. Esta não poderia ser obstada em virtude de uma concepção privatista, elegendo os direitos do autor em detrimento da implantação dos direitos sociais, como o são o acesso e usufruto à cultura.

Todavia, o direito de autor é uma proteção necessária se há preocupação pela criação, pela produção artística e pelo respeito à obra. O caminho a buscar é o peso e a medida de cada coisa, colocado no contexto ao qual está inserido: ao Estado cabe essa avaliação, sem levar em consideração apenas a demanda dos atores hegemônicos, mas sim, de todos os demais agentes.

No mundo edificado pela imagem e pelo som, a música é protagonista nesses dois pilares. Não haveria, portanto, racionalidade econômica que justificasse a exclusão

⁴⁸ <http://www.unesco.org.br/> Ver Declaração sobre ciência e uso do conhecimento científico, versão adotada para conferência em Budapeste, em 1 de julho de 1999.

de camadas da população a esses insumos. Porque, no limite da lógica, na globalização, a música tornou-se um insumo às existências, tornando-se a cartilagem do esqueleto social.

No que toca ao direito positivo, há uma defesa em prol da propriedade. Nas ciências jurídicas essa é a viga que sustenta o edifício teórico das normas: a propriedade privada. Acreditamos que haja maior resistência aos temas que relativizam essa estrutura de distribuição e consumo de bens culturais, em específico, músicas, discos e DVDs. De sorte que o tema da pirataria acaba por ser revestido de muitos significados, conferindo uma pequena contribuição quanto ao sentido do uso de objetos no território.

Reproduções ilegais sempre existiram, mas somente o advento da tecnologia digital permitiu cópias perfeitas e num volume de reproduções suficiente para causar danos aos orçamentos das empresas hegemônicas. Houve o tempo em que somente ao pé do rádio ou adquirindo um disco de vinil poder-se-ia ouvir uma gravação. Essa realidade se transformou lentamente, mas com um salto nos últimos dois decênios.

Surgiram as fitas cassete e tornou-se, já em meados da década de 1990, possível reproduzir cópias dos discos originais, apesar da advertência de proibição, a partir das reproduções gravadas em K-7 a partir dos CDs. Ainda assim uma fita K7 continha limitações de reprodução, pois a qualidade do material se deteriora com o passar do tempo e não permite localizar pontos da gravação.

O advento dos CDs trouxe consigo a tecnologia que permitia gravar através de microcomputadores músicas em formatos digitais ou fazer cópias a partir de discos originais. Os CDs graváveis se banalizaram em poucos anos e, hoje, torna-se um objetos correntes no cotidiano urbano. É comum encontrar CDs virgens nas lojas de comércio e varejo das grandes metrópoles. Desde micro e pequenas empresas até grandes varejistas (Carrefour, Kalunga, Fnac, etc.) comercializam CDs virgens.

Equipamentos caseiros ou estúdios pequenos podem permitir gravações com praticamente a mesma qualidade, qualquer artista com um certo investimento pode gravar suas músicas em CD e distribuí-las na Internet.

O dado ideológico da concepção ‘pirata’ é muito forte e precisa ser relido. Do mais, no que concerne às ações do Estado, certamente estas não caminham em uma única direção, mas em diversas (e divergentes por vezes), já que o próprio aparelho do

Estado é constituído de indivíduos e visões de mundo plurais. Por isso, programas de governo tendem a adimplir diferentes linhas de fomento à cultura.

No decorrer das pesquisas em campo logramos encontrar diversas situações em que o aporte estatal direto foi imprescindível à produção, distribuição e consumo de músicas. O subcapítulo a seguir trata justamente dessas contribuições do Estado cuja forma acabada são os editais.

6.2. O sufrágio do Estado aos micro e pequenos

O Estado atua de maneira ampla e com diversos mecanismos, um dos mecanismos usados em empresas que produzem, distribuem e comercializam produtos ou serviços ligados à música são os editais de fomento à cultura. A resposta social está no uso do território pelos atores que reflete diretamente sobre a economia urbana das grandes cidades.

O Estado brasileiro, enquanto República Federativa, é composto por três esferas: União, Estados e Municípios. Cada uma dessas esferas tende a buscar linhas de fomento à cultura. Embora pareça justo esclarecer que o orçamento da União, geralmente, dá respaldo aos incentivos das outras duas esferas. A maior parte dos editais são regulados pelo MinC e há, em certa medida, uma tendência à centralização de poder no executivo da União no editais ligados à música.

6.2.1. O Papel dos Editais

Os editais funcionam especialmente, em Recife e Goiânia, enquanto dinamizadores da economia urbana em empresas ligadas à música. Tornaram-se pilares que sustentam o edifício das produções de discos. Além de criar uma sazonalidade específica à produção em estúdios de gravação e gravadoras.

Os editais públicos, elaborados pelas três esferas, preveem, a contrapartida dos artistas. Isso significa que as apresentações precisam, necessariamente, ter um custo

muito reduzido ou nulo; e, os discos produzidos, caso se comercializem, teriam de estar nesse mesmo padrão de acessibilidade.

A União, através do MinC, estabelece diversas políticas de apoio e fomento à música no Brasil. As fundações preconizam, como antebraço do governo, diversas linhas de amparo às produções artísticas nacionais. Dentre as quatro fundações – Fundação Casa de Rui Barbosa-FCBR; Fundação Cultural Palmares-FCP; Fundação Biblioteca Nacional e a Fundação Nacional de Artes – FUNARTE⁴⁹ – é esta última instituição a responsável pelo desenvolvimento de políticas públicas de fomento às artes visuais, à música, ao teatro, à dança e ao circo.

O objeto geral da Funarte é o incentivo à produção, à capacitação de artistas, desenvolvimento de pesquisas e preservação da memória, além da formação de público para artes no país. Nos editais ligados à música da Funarte há diversos desenhos de fomento à produção e distribuição (discos e apresentações). Dentre estes, estão os editais de músicas Ibero-Americanas, concertos didáticos, músicas populares brasileiras, composição e prêmios de música (Luiz Gonzaga, entre outros) e ocupação de espaços destinados à música no país (locais de apresentação).

A Funarte, em geral, tem uma atuação direta entre artistas ou grupo de artistas, sem passar pelas outras duas esferas da federação, em outras palavras, o incentivo é direto a partir dessa instituição aos interessados e faz do executivo da União um importante incentivador de políticas culturais locais e regionais. Por vezes, a Funarte se relaciona com outras Fundações, como a Fundarpe, estimulando fundos de cultura. Em outro sentido, a União atua como parceira das Secretarias de Cultura de estados e municípios com incremento de verba para projetos dessas Secretarias, especialmente importante em estados e municípios ausentes de orçamentos vultosos.

Na cidade de São Paulo, há diversos desenhos de editais, conforme cada programa de governo e disponibilidade do orçamento, no qual estão inseridas as produções musicais. Esses editais são delineados, respectivamente, pela Secretaria Municipal de Cultura⁵⁰ e pela Secretaria do Estado da Cultura⁵¹, ambos em parceria com o Ministério da Cultura, com programas em comum acordo, como o PROAC. Nesse sentido, a Constituição de 1988, com um viés municipalista, acaba por amparar melhor

⁴⁹ Ver o sítio: <http://www.funarte.gov.br>. Data: junho de 2012.

⁵⁰ Ver sítio: <http://www.Prefeitura.sp.gov.br/cidade/Secretarias/cultura>. Data: junho de 2012.

⁵¹ Ver o sítio: <http://www.cultura.sp.gov.br>. Data: junho de 2012.

políticas públicas cuja origem é do poder executivo da União com impacto nos lugares, onde as gestões municipais têm maior relevância que as políticas dos estados.

Ambas as Secretarias possuem um enorme leque de atividades ligadas à cultura, isto é, projetos nas áreas de música, artes cênicas (teatro, circo e dança), audiovisual (cinema, vídeo e multimídia), artes visuais (artes plásticas, artes gráficas e fotografia), literatura e bibliotecas, patrimônio histórico e acervos, registro, inventário e conservação de tradições culturais. Todo esse grande conjunto de atividades tende a esgarçar políticas focadas em campos de atividades artísticas específicas, como a música.

No Rio de Janeiro, tanto o estado quanto o município, têm programas e editais de fomento à cultura. A cidade do Rio de Janeiro tem sido projetada enquanto capital cultural do Brasil, como pólo de produção audiovisual. Não à toa exista uma importante concentração do trabalho na cidade entre as etapas de produção de arte, filmagens, gravações de sons e vídeo, discos e DVDs.

O edital Fundo de Apoio à Música - FAM, da Secretaria de Cultura da Prefeitura do Rio de Janeiro, lançado em 2012, visa a seleção e concessão de apoio aos projetos de música. Isso compreende a produção e a difusão musical, montagem de espetáculos (priorizando criadores cariocas – segundo o sítio da Prefeitura do Rio de Janeiro⁵²) e a circulação de espetáculos na cidade. O edital prevê também a produção de festivais de música, produção de discos e DVDs. Nessa edição do edital serão destinados três milhões de reais para vinte projetos concedidos.

Esse edital é um exemplo da importância dada aos programas de fomento à cultura, em especial à música, na cidade do Rio de Janeiro. A cada artista ou grupo de artistas contemplados uma série de empresas é beneficiada; entre elas pequenos e médios estúdios de gravação e gravadoras, empresas que prensam discos, músicos autônomos, produtores musicais e casas de espetáculos.

O estado do Rio de Janeiro, a partir da Secretaria de Cultura⁵³, também é ativo nessa participação em atividades musicais. Dividida através de superintendências (Artes, Audiovisual, Cultura e Sociedade, Museus, Leitura e Conhecimento e o INEPAC – Instituto Estadual de Patrimônio Cultural), a Secretaria de Cultura do estado

⁵² Ver sítio: <http://www.rio.rj.gov.br/web/smc/exibeconteudo?article-id=744471>. Data: junho de 2012.

⁵³ Ver sítio: <http://www.cultura.rj.gov.br/home>. Data: junho de 2012.

do Rio de Janeiro revela uma maior e mais complexa organização, bem como um maior volume de editais em comparação com os outros quatro estados da investigação (São Paulo, Rio Grande do Sul, Goiás e Pernambuco).

A música se enquadra nas funções da Superintendência do Audiovisual⁵⁴, na de Artes⁵⁵ e também na de Cultura e Sociedade⁵⁶, cujos editais têm finalidades semelhantes a São Paulo, isto é, produções de discos, apresentações gratuitas ou a custos reduzidos e a promoção de festivais.

O estado de Goiás, por sua vez, no início de 2012, passa por uma nova estruturação, na qual a Agência Goiânia de Cultura – AGEPEL foi absorvida pela Secretaria de Estado da Cultura (Secult – Goiás⁵⁷), integrando suas funções na divisão organizacional do Estado. Dentro das atividades já postas em prática pela AGEPEL a Secretaria de Cultura de Goiás permanece com o calendário de eventos, como a Mostra de Música de Pirenópolis – Canto da Primavera. Nesse evento há um grande público, diversas apresentações simultâneas, trocas e comercialização de discos, palestras e oficinas e um público estimado em torno de 35 mil pessoas.

Outro evento que se destaca dentre as ações culturais do estado de Goiás é o Festival Internacional de Cinema e Vídeo Ambiental - FICA. Nesse festival a música integra a partir de grupos promovidos pelo estado de Goiás, com apresentações de diversos gêneros.

Na capital do estado, Goiânia⁵⁸, cidade onde foi realizado trabalho de campo, há diversos editais, em geral amplos, ou seja, com um leque grande de atividades culturais, nos quais a música se insere. No ano de 2011 a Prefeitura de Goiânia abriu um edital no qual dispunha de 500 mil reais para linha de fomento à música local. A tabela a seguir disponibiliza os dados.

⁵⁴ Ver sítio: <http://www.cultura.rj.gov.br/editais/edsuperaudiovisual.php>. Data junho de 2012.

⁵⁵ Ver sítio: <http://www.cultura.rj.gov.br/editais/edsuperartes.php>. Data: junho de 2012.

⁵⁶ Ver sítio: <http://www.cultura.rj.gov.br/editais/edculturaesociedade.php>. Data: junho de 2012.

⁵⁷ Ver sítio: <http://www.goias.gov.br/paginas/goias-em-acao/arte-e-cultura>. Data: junho de 2012.

⁵⁸ Ver sítio: <http://www.goiania.go.gov.br/site/index.html>. Data: junho de 2012.

Tabela 23 – Valores Disponibilizados pela Prefeitura de Goiânia para Atividades
Música (2011) – em Reais

TABELA DE VALORES DE INCENTIVOS FISCAIS DA 1ª ETAPA DO EDITAL Nº 07/2011				
<i>ÁREAS</i>	<i>DESCRIÇÃO</i>	<i>VALORES</i>	<i>QTDE</i>	<i>TOTAL</i>
<i>Música</i>	<i>Produção e Gravação de CD – Música Popular, Instrumental e outros</i>	R\$ 15.000,00	4	R\$ 60.000,00
		R\$ 20.000,00	6	R\$ 120.000,00
		R\$ 30.000,00	4	R\$ 120.000,00
	<i>Produção e Gravação de CD – Música Clássica</i>	R\$ 15.000,00	2	R\$ 30.000,00
	<i>Produção e Gravação de DVD</i>	R\$ 35.000,00	2	R\$ 70.000,00
	<i>Shows e Concertos</i>	R\$ 15.000,00	4	R\$ 60.000,00
	<i>Festivais de Música</i>	R\$ 40.000,00	1	R\$ 40.000,00
SUBTOTAL.....				R\$ 500.000,00

Fonte: <http://www.goiania.go.gov.br/site/index.html>. Data: junho de 2012.

O edital lançado pela Prefeitura tem por objetivo promover o acesso ao exercício dos direitos culturais, bem como fomentar a produção cultural e artística goianiense. Para tanto, são escolhidos majoritariamente artistas locais para difundir bens, produtos, ações e atividades culturais que carreguem valores do lugar.

Nesse sentido, espera-se a contrapartida social e cultural, isto é, a realização de projetos que multipliquem a geração de empregos gerados por firmas ligadas à cultura e a música (dinamizando a economia urbana da cidade) e que não se exclua a participação da comunidade e a acessibilidade da população de baixa renda.

Do mesmo modo, almeja-se com esse tipo de edital que sejam atendidas áreas com menores possibilidades de desenvolvimento de atividades culturais. Em geral, são privilegiados na nota de classificação projetos que enfrentem dificuldades econômicas no mercado.

A cidade de Porto Alegre é também um importante pólo cultural nacional. A Prefeitura, junto com a União e o estado do Rio Grande do Sul estimulam diversos editais e projetos em parceria. À guisa de exemplo, foi recentemente inaugurado um ponto de cultura para gravação de discos de artistas que não dispõem de recursos financeiros, um projeto com verba do MinC e promoção do município. O Estúdio recebe o nome do pianista e compositor Geraldo Flach e se localizará no Teatro da Câmara Municipal. Seu funcionamento será feito a partir da Coordenação de Descentralização da Secretaria Municipal da Cultura. Na imagem abaixo há uma foto do estúdio de gravação.

Fotografia 37: Estúdio de Gravação Geraldo Flach.

Fonte: Luciano Lanes/PMPA – sítio da Prefeitura de Porto Alegre⁵⁹. Data: junho de 2012

Na Prefeitura de Porto Alegre há também o lançamento de editais para a ocupação de espaços municipais (Teatro de Câmara Túlio Piva, Sala Álvaro Moreyra e o Teatro Renascença) para apresentação de músicos ou grupos musicais/orquestras, no qual se preserva a livre entrada ao público. É outra fórmula de estímulo à música.

No ano de 2010 a Prefeitura da capital gaúcha havia lançado o 13º Festival de Música, na qual os agraciados com os prêmios recebiam o dinheiro. Esse festival era organizado pela Secretaria de Cultura da cidade e, na última edição (2010) houve 256

⁵⁹ <http://bancodeimagens.procempa.com.br/default.php?a=flach&di=2012-07-03&df=2012-07-03#>. Data: junho de 2012.

inscrições para 30 finalistas. Eram três noites de shows seguidos e classificatórios. A música que venceu o concurso do festival recebeu um prêmio de quatro mil reais, a segunda dois mil e quinhentos reais e, a terceira colocação, ficou com mil e quinhentos reais. As categorias de melhor letra, instrumentalista, arranjo e intérprete receberam quinhentos reais cada. Todos os doze finalistas participaram do disco desse festival (2010), lançado pela Secretaria de Cultura.

Em Porto Alegre há outra premiação, a última ocorreu em 2011, o Prêmio Açorianos de Música, elaborado pela esfera municipal. Nesse evento acontecem oito categorias. Uma delas, a categoria disco, é dividida em quatro itens (compositor, intérprete, instrumentista e disco). Há também um tipo de premiação para DVDs, espetáculos, discos e músicas infantis, projetos gráficos e músicos revelação.

A Secretaria de Cultura do estado do Rio Grande do Sul leva como norte de suas práticas públicas as prerrogativas das ações focadas em três pontos: a estética (circulação de bens simbólicos), ética (promovendo a cidadania através da cultura) e a econômica (fomentadora de emprego e renda às famílias). A partir desses três parâmetros se desenvolvem ações diversas ligas à cultura.

O governo do estado do RS criou, em 1990, o Instituto Estadual de Música (IEM). A idéia atual do IEM é o desenvolvimento o mais homogêneo possível entre diferentes atores que produzem música, ou seja, músicos, produtores, técnicos, difusores e o público que absorve a produção desses artistas. O instituto elabora programas de desenvolvimento musical, como a Plataforma RS de Música, qualificando festivais independentes e o Programa Luzeiros de oficinas de capacitação para estúdios e gravadoras.

A cidade do Recife, no estado de Pernambuco, é um importante centro de cultura da região nordeste, produtor de importantes editais de fomento à cultura. Inclusive a maioria dos estúdios e de grupos musicais entrevistados faz dos editais, liberados pelas três esferas, um importante instrumento de financiamento às suas empreitadas. Não seria um erro afirmar que depois de São Paulo e Rio Janeiro é Recife que mais incorpora os editais no cotidiano das empresas e dos indivíduos, criando, por isso, um caráter particular em sua produção.

A Secretaria de Cultura da Prefeitura do Recife, bem com a do estado de Pernambuco articulam uma série de editais com a participação do MinC, sobretudo nos

eventos festivos da cidade, em especial, nos períodos de carnaval, em meados de fevereiro e março, e nas comemorações de São João, em junho. Aliás, a própria produção e sazonalidade da produção dos artistas da música acontecem nos períodos que antecedem a esses eventos.

A Secretaria de Cultura de Pernambuco⁶⁰ (Secult-PE) está ligada à Fundação do Patrimônio Artístico e Histórico de Pernambuco - FUNDARPE⁶¹, um importante protagonista do fomento à música do estado. A Fundarpe é o órgão executor de Políticas Culturais do estado de Pernambuco. A instituição define seus objetos à promoção, apoio, preservação e difusão da cultura regional pernambucana. A universalização do acesso é um dos principais motes de ação da instituição.

Dentre as medidas alavancadas pela Fundarpe está a elaboração de editais do Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura (Funcultura). Esse fundo, em 2011/2012, previa a injeção de R\$ 33, 5 milhões na produção cultural de Pernambuco. O fundo é dividido em dois: *Funcultura Independente* e o *Funcultura Audiovisual* – em ambos os fundos a música se insere, seja na produção de trilhas sonoras para filmes (estúdios prestadores de serviços), seja na gravação de discos e DVDs, trilhas para encenações teatrais e outros.

Durante as entrevistas na capital pernambucana constatamos o surgimento de uma nova atividade, resultado do protagonismo dos editais na região metropolitana do Recife: são as empresas que passam a negociar 10% do que o artista venha a ganhar do edital para “emprestar” (o termo mais apropriado seria ‘alugar’) o CNPJ. Estas empresas surgem como um novo ator a captar recursos públicos para dar conta das demandas exigidas pela regulamentação. Em outros termos, surge um serviço especializado em pleitear editais, em que músicos e produtores musicais se tornam uma clientela cativa – em especial na cidade do Recife, muito embora seja provável não termos alcançado essas empresas nas demais cidades da investigação.

Algumas bandas e indivíduos passaram a adotar o imposto simples para entrar nessas concorrências. Há um novo domínio sobre o conhecimento técnico normativo para lidar com essas possibilidades do Estado. A prestação de contas a Fundarpe exige, segundo os artistas locais, um conhecimento operacional que por vezes acaba por confundi-los e, quando se dão conta, precisam restituir dinheiro a Fundarpe. Segundo

⁶⁰ Ver sítio: <http://www.pe.gov.br/Secretarias/secretaria-de-cultura/>. Data: junho de 2012.

⁶¹ Ver sítio: <http://www.fundarpe.pe.gov.br/>. Data: junho de 2012.

esses artistas é por essa razão que o papel do produtor artístico ganha maior relevância, pois libera o artista dessas ‘obrigações’ contratuais e auxilia na concorrência dos editais. Aliás, é o produtor artístico quem, normalmente, entra em contato com essas empresas ‘intermediárias’ que alugam o CNPJ e emitem nota fiscal. O produtor artístico toma para si o papel de produzir o disco, mas também de administrador dos recursos.

A divisão do trabalho fica mais complexa na música, mesmo entre os atores do circuito superior marginal, ao envolver, como agora, em Recife, a participação de produtores culturais e artistas (pessoas físicas) sem maiores graus de capital e organização. O Estado entra como um importante dinamizador da economia urbana ligada à música.

6.2.2. *A regulação do mercado via práticas de incentivo*

Ainda que possa soar contraditório, os artistas de Recife reclamam que a intensa participação do Estado na economia urbana relacionada à cultura cria estruturas urbanas (fixos) que não estimulam o consumo de serviços culturais pagos. Foi verbalizado em algumas entrevistas que o fato de o Estado dispor de recursos para apresentações públicas desestimula o comparecimento do público em casas de show privadas e bares onde os artistas recebem comissão.

Esse dado pode parecer estranho quando cobramos do Estado mais participação, mas na verdade são mecanismos novos que se revelam eficazes na prática de fomento da economia do Estado. Certamente, é necessária uma contrapartida entre a oferta pública e a demanda privada. Os editais públicos configuram a possibilidade diante de formulações artísticas não amparadas pelas leis de mercado.

De modo mais ou menos geral vimos a intensa participação do Estado na economia urbana musical. O Estado acaba por regular de maneira, mais ou menos direta as produções dos atores com menores graus de capital, organização e técnica, embora exija, cada vez mais, através da burocratização, um arranjo organizacional mais complexo.

O Estado não é o único a propor regulações: o mercado é também um ator político. Regula sem o viés das leis, mas cria normas capazes de uma regulação tão eficaz quanto a do direito positivo.

De acordo com H. Isnard (1982, p. 232), a “*solução certamente é política*”, muito embora a noção de política não seja levada a cabo apenas pelo Estado em si mesmo, mas na ação dos atores sociais que compõem a economia urbana na formação socioespacial brasileira. Nos termos colocados pelo autor (*idem*, p. 236) “*A organização do território, tal como é hoje concebida em cada Estado, é um desafio à economia, à geografia, e, na maior parte dos casos, ao bom senso*”.

A estrutura organizacional do espaço geográfico, em cada lugar, não pode mais prescindir do humanismo enquanto prática. É urgente considerar a correspondência e a interdependência entre fracos e fortes e agir no sentido de oferecer a todos a dignidade que, hoje, a técnica proporciona de maneira holística.

Ana Clara Torres Ribeiro (2005) trabalha com o termo “*mercado socialmente necessário*”, no qual pondera que o mercado *per se* é um dado constitutivo dentro uma razão política em que a busca por um país mais homogêneo e igualitário possa ser edificado. Para Ribeiro (2005, p. 7) “*os direitos podem ser compreendidos, simultaneamente, como sendo de todos e de cada um, já que, no território, articulam-se o geral e o singular*”.

O Estado, o mercado e as cidades são uma tríplice formação na economia política da urbanização e não podem ser entendidos separadamente, mas em conjunto. O Estado e suas normas, o mercado e sua concorrência, a vida urbana e as formas espaciais, são condições de existência e formam uma geografia.

A face do mercado da música é a face da relação e incentivo do Estado. Estes dois (Estado e mercado) configuram o arranjo dos atores ligados à música no cotidiano dos dois subsistemas urbanos – circuito inferior e circuito superior.

Estado e mercado estão em ambos os circuitos da economia e estes não podem prescindir da ação estatal, seja enquanto fomentador com injeção de recursos para dar liquidez ao mercado ou para instalar infraestruturas, seja como regulador e árbitro das disparidades de forças entre os agentes.

Considerações Finais

Os atos dos homens de boa-fé têm como última significação a busca da liberdade enquanto tal. [...]. Nós queremos a liberdade para a liberdade e através de cada circunstância particular. E, querendo a liberdade, descobrimos que ela depende inteiramente da liberdade dos outros, e que a liberdade dos outros depende da nossa.

Jean-Paul Sartre, 1970

O que tentei fazer foi uma espécie de exame geográfico da experiência histórica, tendo em mente a idéia de que a Terra é, de fato, um único e mesmo mundo... nenhum de nós está fora ou além da geografia, da mesma forma nenhum de nós está totalmente ausente da luta pela geografia. Essa luta é complexa e interessante porque não se restringe a soldados e canhões, abrangendo também idéias, formas, imagens e representações.

Edward Said, 2003

Nossa preocupação em todo o trabalho foi tratar a cidade e a urbanização. A economia política da cidade e a economia política da urbanização, ambas enquanto coisa *una* foram analisadas a partir da divisão do trabalho nas cinco capitais: São Paulo, Rio de Janeiro, Goiânia, Recife e Porto Alegre.

Procuramos analisar as manifestações das filigranas da divisão territorial e social do trabalho entre atores com menor grau de técnicas, organização e capital. Estes participam da porção marginal do subsistema do circuito superior e do circuito inferior, a partir de um único grande sistema: a cidade.

Nossa intenção foi alcançar a extensão do mercado da música nas cidades, compreendendo o meio construído urbano, isto é, características, potencialidades e restrições das formas materiais da cidade.

Essa foi, em parte, a realização do objetivo em focar as possibilidades da existência humana e reprodução da vida no cotidiano das grandes cidades. A experiência da vida urbana compartilhada, na experiência do outro e de si mesmo vividos nas concentrações populacionais, identificando o lugar real que ocupam os atores ligados à música no processo de desenvolvimento urbano.

O aumento da população, como frisamos no capítulo primeiro e segundo, ou seja, o fator demográfico como variável da dinâmica territorial, concomitante ao crescimento das manchas urbanas e sua densificação, ampliaram as demandas de diversas orientações no mercado, simultaneamente ao fenômeno da banalização técnica.

Em particular, no último decênio, o aumento do consumo de bens não duráveis no Brasil, através do crédito e do microcrédito para pessoas físicas, permitiu o alargamento da divisão do trabalho entre firmas que editam e gravam músicas – estúdios de gravação, gravadoras – bem como a distribuição de equipamentos de trabalho entre empresas que reproduzem o disco e parte gráfica - encartes dos discos, folhetos para shows, cartazes.

O consumo de semoventes musicais e a banalização da informática no Brasil potencializaram a demanda por música e sua presença no cotidiano urbano. Acreditamos que a combinação entre o aumento da oferta de crédito para pessoas físicas, a banalização de tecnologias de produção, a distribuição e o consumo musical (a participação igualmente importante de micro computadores, *notebooks* e *tablets* com

acesso à rede na rotina doméstica de famílias) e, por fim, o aumento da capacidade de compra de algumas parcelas de população, oxigenou a combustão para a abertura no mercado da música de micro e pequenos agentes.

O aumento da demanda tende a gerar mais trabalho, mais postos indiretos do circuito espacial produtivo musical, suscitando mais manifestações da cultura e expressões regionais e locais correlacionadas, bem como o crescimento do mercado entre o conjunto mais amplo de agentes.

A solidariedade orgânica é a tônica na organização de micro e pequenas firmas, a partir da interdependência de funções, contatos e, algumas das vezes, por relações de proximidade – contiguidade territorial – ainda que não estabeleçam economias de aglomeração. À exemplo: os contatos pessoais entre os estúdios de gravação e as casas de shows, bem como a propaganda de estúdios em parceria com grupos musicais que veiculam em seus encartes os telefones dos prestadores de serviços de gravação e, também, o contato com gráficas, geralmente nas redondezas de cada firma de gravação.

A mútua cooperação entre esses agentes permite a sobrevivência dentro de um mercado edificado pela relação interpessoal de músicos e empresas: gráficas, estúdios de gravação e ensaio, gravadoras, lojas de instrumentos musicais, lojas de discos nas centralidades e subcentralidades das grandes cidades, casas de show, – também bares e discotecas - escolas de ensino musical, firmas que alugam CNPJ, bancas de jornal e revista, assessorias de comunicação e Secretarias de governo.

Toda essa enorme repartição de funções pela cidade possui, entre outras, como fio condutor comum, o fomento, a produção, a distribuição, a comercialização e o consumo de músicas. Essa relação de dependência sugere que as partes ligadas entre si estão associadas ao todo, relevando “*a interação de sistemas de ação deliberada*” (Santos, 1994, p. 132), no qual a atividade social e econômica é constituída por sistemas interdependentes.

O que tentamos mostrar, a partir da construção de todo o enredo, das idéias bases e das imagens desse trabalho, é que o fenômeno técnico, isto é, o conjunto das técnicas funcionando em sistema, está presente em todo território, a partir do uso que diferentes atores fazem de técnicas particulares, mas ligados sistematicamente a outros grandes conjuntos e famílias de técnicas, no caso os grandes sistemas de engenharia – redes de fibra óptica, rede de produção e abastecimento de energia, entre outros. O

fenômeno técnico é o que responde à totalidade do acontecer, isto é, “*assume hoje em dia a totalidade das atividades dos homens, e não apenas da atividade produtora*” (Ellul, 1968, p.2).

O fenômeno técnico é a natureza da nova materialidade mais o uso dela. É a indissociabilidade entre o sistema de objetos e do sistema de ações (Santos, 1996), adicionando novas mediações intrínsecas à ação social, da capacidade comunicativa e organizacional dos atores. As micro e pequenas empresas não podem prescindir de “*relações externas que tendem a se combinar em um único sistema (relações de mercado, crédito, financiamento)*” (Santos, 1994, p. 133). De sorte que nenhuma análise está autorizada a olhar os fenômenos isoladamente, pois tudo é relacional e circunscrito ao meio, daí a importância do fenômeno técnico: ele compreende o conjunto e a interação entre objetos e ações na utilização do espaço geográfico. O fenômeno técnico é o próprio caráter da globalização. O uso da técnica tende a heterogeneidade, diferenciando os atores com maior ou menor grau de organização, tecnologia e capital. É deste modo que indivíduos, firmas, instituições e os lugares se valorizam distintamente.

Os circuitos da economia acabam por estabelecer sistemas de poder, internos a eles e em relação ao demais agentes. O circuito superior tende a subordinar, enquanto o circuito inferior tende a ser subordinado - não por escolha, mas pela circunstância de inserção no sistema urbano e pela solidariedade (orgânica e organizacional) entre os agentes.

A constituição de normas do Estado tende a acatar as demandas do príncipe, encarnados nas figuras de grandes empresas como a Sony, Universal, EMI e outras. Essa cristalização da ação de que consiste a lei tende a proteger melhor a quem possui recursos institucionais (CNPJ, ligações com associações de defesa aos interesses de grupo, etc.), capacidade de organização, volume de capital e controle sobre a produção de inovações tecnológicas. São as inovações (variáveis-força) que garantem as sucessivas modernizações no território, permitindo a manutenção da sujeição e do controle dos atores do circuito superior sobre todos os demais.

O Estado de direito está em relação com o conjunto do território. Este é formado a partir da gestão pública, dos fóruns de debate (no legislativo e no executivo) e dos Tribunais, muito embora, por vezes, sua ação tende a manter-se mais próxima aos determinismos da racionalização econômica.

Quando as lentes favorecem alguns agentes em detrimento de outros, o ideário da Justiça como princípio teleológico do Estado tende a se esmigalhar. A promoção da preleção sobre os direitos de autor e a tendência ao discurso da “criminalização” sobre o uso de CDs piratas reveste o interesse das firmas do circuito superior da economia e minimiza a importância do acesso aos bens culturais, socialmente edificados. Daí a crescente necessidade de ampliação do debate sobre o Estado que venha a fomentar a prática cidadã.

Thierry Gaudin (1978, p. 211) indaga-se de que modo é possível inovar/criar face à rigidez do corpo de leis e de normas. Esse enunciado é pertinente, mas talvez desconsidere que o corpo de normas responde às diversas frentes de que é composto o Estado, em sua pluralidade. Como vimos, no último capítulo, o Estado é contraditório em si mesmo e permite brechas e mesmo ações contrárias às premissas constitucionais.

O acirramento normativo tende a ser sempre um obstáculo à criação, entretanto nunca chega a ser uma barreira. Este, talvez, seja um dos grandes elogios à arte: a capacidade em se moldar aos diferentes terrenos por onde transita.

A juventude tende, historicamente, a ser responsável pelas eclosões e rupturas sociais. Não lidamos mais, aqui, com uma pequena elite massificadora e dominante. O sistema de poder está diluído e difuso, dentro uma racionalidade abrigada pelo automatismo técnico, que inclui as manifestações de cultura. É preciso enxergar os interstícios da produção que os micro e pequenos abrigam. O território, em especial as grandes cidades, é abrigo para os que não detêm poder. A criação, por meio da canção e da melodia, é uma resistência e, como tal, deve ser cultivada se acreditamos na construção de novas racionalidades.

A banalização técnica autoriza a reprodução material e social de micro e pequenos atores capazes de articular dissonâncias à harmonia da hegemonia galopante. São como propõe Gaudin (1978, p. 202) as técnicas doces, isto é, a tecnologia ao alcance de todos, com o beneficiamento de uma maior parcela de grupos e indivíduos pelas inovações então presentes em seus respectivos momentos. A banalização de técnicas específicas, suas singularidades, acontece em razão do suporte dos grandes conjuntos de sistemas de objetos técnicos concretos que caracterizam o fenômeno técnico contemporâneo. É a banalização da invenção que advém de modernizações superpostas no território a partir da ação dos agentes do circuito superior e do Estado.

A transição das variáveis-força às variáveis-suporte autoriza a banalização técnica entre as empresas mencionadas (estúdios de gravação e ensaio, gravadoras, produtores musicais, casas de show).

Manifestações tais como a realização de eventos musicais, festivais, premiações, apoio de algumas empresas e, principalmente do Estado, têm permitido a alguns dos micro e pequenos agentes participar da difusão de seus discursos. É certo que a fala dos pequenos não significa em absoluto um contra-discurso, mas é um caminho e, como tal, deve ser assegurado.

Enquanto fenômeno, a técnica é analisada a partir de seu conjunto, preocupada quanto ao método categoricamente mais eficaz. A sistematicidade da técnica assume seu auge quando a venda de músicas em rede se relaciona às finanças, via operações de crédito, débito e de boletos bancários para aquisição de músicas pela *web*. Essas manifestações tendem a se reproduzir com maior vigor entre as empresas do circuito superior, mas o circuito superior marginal emergente já possui alguns mecanismos de comercialização associado ao uso destes sistemas financeiros. São, entretanto, novos nexos no movimento acelerado de modernizações e usos territoriais.

Acreditamos que, dentro em breve, micro e pequenas firmas acolham esses novos nexos do mercado, ligando-se ainda mais ao moderno sistema financeiro nacional. Essa é uma manifestação do acontecer solidário, no qual se aprofunda a interrelação entre os eventos, evidenciando a interconectividade entre coisas, pessoas, instituições e empresas.

A informação, nessa dinâmica, tende a se revelar como única. A contrapartida dessa força vertical cristalizada pelas técnicas hegemônicas e hegemônicas é a experiência do lugar e do cotidiano, na qual a consciência desse tempo universal acaba por ditar a compulsividade de tarefas comuns. Isso não significa que as temporalidades sejam descartadas, não há supressão das desiguais velocidades, tampouco a unicidade se instala completamente pela via de imposição de um único projeto.

Contudo, aí reside o perigo do automatismo da técnica e a aceitação passiva a ela: a instalação de suas lógicas em racionalidades que, *a priori*, recusavam a razão tecnicista. A passagem da gravação analógica para a gravação digital hospeda uma nova racionalidade na forma como se produz e se pensa a música. De um lado, inaugura uma grande abertura, novos agentes, novos grupos musicais, o crescimento da participação

de atores no mercado e a descentralização do mando na indústria fonográfica. Porém, de outro lado, também limita e cerceia, prende aos outros conteúdos racionais ligados à funcionalidade dos objetos e tende a banalizar o erro e a própria criação. Para Ellul (1968, p. 15) é “*cada vez menos exato que o usuário fique muito tempo na posse de uma técnica da qual conhece perfeitamente tôdas as consequências*”. De sorte que a superposição de invenções tende a transformar ininterruptamente os hábitos, a forma de agir e as cosmovisões.

Hoje, a lógica opera segundo uma razão privatista dos indivíduos, instituições e empresas. Nesse arranjo, tende a se perder antigas noções de generosidade e compromisso pela dignidade humana. Essa é uma das manifestações do fenômeno entendida por M. Santos (2000, p. 53) como *globalitarismos*, isto é, em que “*levantam-se utilitarismos como regra de vida mediante a exacerbação do consumo, dos narcisismos, do imediatismo, do egoísmo, do abandono da solidariedade, com a implantação, galopante, de uma ética pragmática*”. Algo que se aproxima da indagação de Anthony Giddens⁶² (1991, p. 174) ao ler que “*A globalização (...) introduz novas formas de interdependência mundial, nas quais, mais uma vez, não há ‘outros’*”.

Nos fluxos melódicos, capazes de alcançar o espírito dos homens, acontece algo similar de acordo com as postulações de Tarde (2005, p. 140): “*Não devemos pois surpreender-nos de ver nossos contemporâneos curvarem-se tanto ao vento da opinião que passa, nem concluir daí, necessariamente, que seu caráter debilitou-se*”. A força das coisas no atual período, o uso da técnica pelo homem (enquanto agente ora passivo, ora ativo), a formação cognitiva da sociedade contemporânea e a concentração de poder dos agentes da economia urbana (oligopolização da economia), impuseram duras vicissitudes ao homem, resultando em uma redução da qualidade média da sociedade.

A música é uma linguagem, cuja qualidade tem o poder em tocar e transformar opiniões e cosmovisões. Por isso, torna-se um instrumento de libertação, tanto quanto de aprisionamento. Nesse sentido, Pierre Bourdieu (2010, p. 87), pondera que “*O desenvolvimento de uma verdadeira indústria cultural (...) a produção em série de*

⁶² Anthony Giddens (1991, p. 174), no livro *As Consequências da Modernidade*, propõe que “*A mudança radical da tradição intrínseca para a reflexividade da modernidade cria uma ruptura, não apenas com as eras precedentes, mas também com outras culturas. Desde que a razão se revele incapaz de fornecer uma justificativa definitiva de si mesma, não faz sentido fingir que esta ruptura não repousa sobre o compromisso cultural (e o poder). O poder, todavia, não estabelece inevitavelmente questões que emergem como resultado da difusão da reflexividade da modernidade, especialmente na medida em que os modos de argumentação discursiva se tornam amplamente aceitos e respeitados*”.

obras elaboradas segundo métodos quase industriais (...) coincide com a ampliação do público”, sem que haja refinamento intelectual da oferta.

Jürgen Habermas (1983, p. 72) afirma que “*Uma autonomia que retire do Eu um acesso comunicativo à própria natureza interna é também sinal de não liberdade*”, no sentido que “*A identidade do Eu depende naturalmente de determinadas premissas cognitivas, mas não é determinação do Eu epistêmico, consistindo antes numa competência que se forma em interações sociais*” (1983, p. 54). A interação entre os atores sociais é o que detona a formação cognitiva da sociedade.

Na herança cristalizada no território, na qual a música é um elemento importante, há o risco de se enviesar um projeto mais generoso quando deixada ao mando dos agentes do circuito superior.

Na formação socioespacial brasileira, com empresas ligadas à música verificamos a tendência de que os equipamentos de trabalho são os mesmos nas diferentes cidades, com ligeira alteração quanto às respectivas *performances* e finalidades. Alguns com maior aptidão que outros, com mais entradas para cabos, maior memória.

Devemos, todavia, fazer uma ressalva. A unicidade técnica busca se instalar nos lugares, embora a maneira pela qual se cristaliza aconteça em desiguais temporalidades e ordens de progresso. Os equipamentos que hoje são banais, em Goiânia ou Recife, chegaram com mais vagar nesses lugares do que em São Paulo e Rio de Janeiro. Ainda que a velocidade tenha aumentado para o conjunto de atores de todo o território nacional brasileiro, a ordem com que se instala em cidades como Goiânia e Recife é diferente se comparada ao Rio de Janeiro e São Paulo. De todo modo, a difusão de sítios de relacionamento (*Orkut, facebook, twitter, MySpace*) torna-se mola impulsora de distribuição digital de músicas não conhecidas e não amparadas pelas grandes empresas.

Esses sítios, bem como as páginas dos grupos musicais, são divulgados em paredes das cidades, em pontos de transporte coletivo, nas escolas e faculdades através do intercâmbio de informações pessoais e, deste modo, músicas são disponibilizadas na Internet.

Os semoventes musicais redimensionam a presença da música. No trânsito das cidades, torna-se comum ver muitos cidadãos com fones auriculares em carros, ônibus, trens e metrô em alto volume, ao som de artistas nem sempre conhecidos. Não

queremos fazer um elogio à modernidade e nem a privatização dos sentidos de que falava Bull (2010), mas o oposto. O caminho de cada ente é traçado pelo balanço existencial particular, com sua própria sonoridade – internalizada e externa ao grupo ou ao sujeito.

A nossa geração vive, hoje, a convergência dos momentos, da base técnica universal, da circulação de informação e da unicidade do dinheiro. A convergência dos momentos é forma e conteúdo do tempo empírico. Acreditamos poder sustentar, a partir de situações geográficas analisadas, que na música haja um sistema técnico único, anunciando um saber-fazer determinado, produto da unicidade técnica. Mesas de som, cabos, microfones, computadores com softwares, salas acústicas e equipamentos de ar condicionado são comuns a todas as empresas visitadas.

A idéia de Sartre de que os homens são mediados pelas coisas e as coisas mediadas pelos homens nos remete ao fato de que o uso de tecnologias nos transforma tanto quanto transformamos as coisas mediadas pelas tecnologias. A forma de fazer algo nos faz também. O saber-fazer é, antes e depois, um saber de si-mesmo.

O fator presencial não se reduz por adicionarmos novas tecnologias à produção e à difusão. Justamente, o consumo de música em formatos digitais consolidou o vetor presencial dos shows que já existia nos períodos anteriores, mas que ganhou relevância com o advento da digitalização.

O show, portanto, é uma variável ascendente, ou seja, uma nova variável, na qual quem tem o comando da ação regula as apresentações, cachês, valores e distribuição da soma arrecadada. Quem regula o comando dos shows? A partir do comando dessa variável pode-se compreender a força dos agentes envolvidos. O fator decisivo para quem procura regular todas as etapas da divisão do trabalho na música é deter o comando dos shows no período, uma vez que os shows são a forma de melhor subtrair recursos financeiros a partir da música.

Os circuitos superior marginal, emergente e residual, e o inferior se avolumam entre atividades que existem com o mínimo de capital possível. Para esse grande conjunto de agentes o território funciona como abrigo, em especial nas grandes cidades, nas quais o meio construído urbano, em áreas mais ou menos valorizadas, tende a refugiar empresas como estúdios de gravação e ensaio e gravadoras com usos mistos de moradia e local de trabalho.

A divisão do trabalho é, portanto, plural. Cada período abriga suas próprias coerências, uma hierarquia que se move a partir de ondas de modernizações a reorganizar a estrutura distributiva do trabalho entre parcelas da população.

Buscamos demonstrar em todo o trabalho que o território é usado com técnicas. O uso acontece para todos, mas a forma como é usado está em relação à apropriação de instrumentos e equipamentos de trabalho mais ou menos modernos.

A luta, mencionada por Edward Said na epígrafe, é uma batalha pela produção de discursos sobre o mundo e sobre si mesmo. É o direito à voz no território, cancionado em melodias, gravados em CDs virgens, comprados nas centralidades das metrópoles, na transmissão pela Internet de arquivos musicais, na formação de profissionais com baixos graus de escolaridade que se tornam técnicos de gravação de som nos estúdios do Brasil. A luta é, antes, na idéia e na promoção de trabalho.

É certo, todavia, que a produção musical dos micro, pequenos e médios também é imitativa e reproduz o discurso dominante. As leis da imitação (Tarde, 2005) tendem a reger os mecanismos de mercado entre os agentes do circuito superior marginal e inferior.

Somos todos imitativos, mas carregamos em nós o anseio pela mudança, especialmente, aqueles que necessitam de transformações mais urgentes. Ainda que a modificação se aproxime gradualmente através do consumo de bens não duráveis, a estrutura de organização do circuito superior na música tende a permitir outros conteúdos existenciais nos lugares com a participação de micro e pequenos atores. Estes são corresponsáveis à *práxis* da solidariedade orgânica.

A técnica, *per se*, não se afirma enquanto um problema, o inverso: é uma possibilidade que não contém problemas intrínsecos. Há técnicas que permitem o aproveitamento do esforço do homem sem aliená-lo. Os problemas se instalam quando as técnicas são postas em uso com fins oligopolistas, usos hegemônicos e excludentes. Como bem pondera Madeleine Akrich (1987) “*o objeto define os atores, o espaço no qual se movem e (...) a relação entre os atores*”.

A Apple, a Sony e outras, em associação com empresas do circuito superior, ligadas a tantos outros ramos de firmas, estão logrando novos controles sobre a comercialização e o consumo musical. Isso se dá, principalmente, pela imposição de normas de uso e padronizações de comportamento.

Cada escolha, dirá Sartre, é uma escolha individual com repercussão coletiva. Não há coisas isoladas, mas relacionadas. E o homem, não pode, por uma escolha própria, escolher algo que não seja o bem. Inexoravelmente escolherá algo bom, para si e para os outros.

Nesse sentido a esperança, concretizada em canções e melodias gravadas em micro e pequenas empresas, difundidas em bares, lojas de disco e casas de show, presenteia e preenche a concepção de futuro, de um projeto futuro, para todo o conjunto de atores mais fracos, com menor poder e organização no compasso do território e seus tons, às vezes agudos demais em ouvidos e corações sensíveis.

A afinação territorial é ancorada na prestação de serviços culturais – a cultura não é apenas o resultado da dinâmica, mas é também o princípio do movimento a seguir, por isso, deve se investir nessas atividades ligadas ao espírito dos homens.

O arranjo organizacional da orquestra (em todo seu conjunto instrumental – indivíduos, instituições, micro, pequenas, médias e grandes empresas) é regido pelo maestro, o Estado. Nosso intuito foi contribuir aos insumos de práticas que possam reger sinfonias em benefício de um território sem tantas disparidades.

Para tanto nos é não apenas alcançável e desejável, mas lógico e, portanto, uma tendência, que os esforços por mudanças no quadro da vida ganhem novas possibilidades diante dos novos dados da técnica contemporânea.

Esperamos que o surgimento e a manutenção de micro e pequenas firmas ligadas à cultura, sejam a expressão das vozes que não querem permanecer mudas no espaço geográfico. As diferentes situações apontadas no transcorrer dessa investigação revelaram as possibilidades de trabalho nos dois circuitos da economia urbana e essa força de produção de discursos por meio de micro e pequenos atores sociais.

Referências Bibliográficas

- ALTHUSSER, L. *Sobre a reprodução*. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. 2. ed. Petrópolis, RJ. Vozes, 2008.
- AKRICH, M. "Comment decrire les objets techniques?". In: *Techniques et Culture*, nro. 9, jan-juin 1987, pp. 49-63.
- ANDRADE, M. C. *Espaço. Polarização e Desenvolvimento: uma introdução à Economia Regional*. 5. ed. Editora Atlas S.A. São Paulo, 1987.
- ANDERSON, B. *Comunidades Imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. Trad. Denise Bottman. Companhia das Letras. São Paulo, 2009.
- ARISTÓTELES. *A Política*. Trad. Nestor Silveira Chaves. Editora Escala. São Paulo, 1984.
- ARROYO, M. M. Dinâmica territorial, circulação e cidades médias. In: SPOSITO, E S.; SPOSITO, M E B; SOBRAZO, O (Org), *Cidades Médias: produção do espaço urbano e regional*. São Paulo: Expressão Popular, 2006.
- _____, M. *A economia invisível dos pequenos*. In: *Le Monde Diplomatique Brasil*, out. 2008.
- AUGUSTO, M. H. *O. Intervencionismo Estatal e Ideologia Desenvolvimentista*. Edições Símbolo. São Paulo, 1978.
- BARBERO, J. M. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Trad: Ronald Polido e Sérgio Alcides. 6ª ed. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2009.
- BARENBOIM, D. *A Música desperta o tempo*. Martins Fontes, São Paulo, 2009.
- BAUDRILLARD, J. *O sistema dos objetos*. Editora Perspectiva, São Paulo, 2009.
- BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro, 2008.
- BEAUJEU-GARNIER, J. *Geografia da população*. São Paulo: Editora Nacional, 1980.
- BRAUDEL, F. *Civilização material, economia e capitalismo séculos XV – XVIII. Vol. 1*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BENKO, G. *La ciencia regional*: Traducción: Roberto Bustos Cara. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca, 1999.
- BERNARDES, A. *A Presença do Velho e do Novo na Cidade de São Paulo. O Caso das pequenas e médias indústrias não hegemônicas*. In: *Revista Experimental*, n.1. p. 13-20, julho, 1996.
- _____, A. "A nova divisão territorial do trabalho brasileira e a produção de informações na cidade de São Paulo (as empresas de consultoria)". In: *O Brasil – Território e Sociedade no início do século XXI*. SANTOS, M. e SILVEIRA, M. L. Editora Record, Rio de Janeiro, 2001, p. 413-432.

- BICUDO JUNIOR, E. C. *O circuito superior marginal: produção de medicamentos e o território brasileiro*. Dissertação de Mestrado em Geografia Humana, FFCH/USP. São Paulo, 2006.
- BOBBIO, N. *A Era dos Direitos*. Campus, Rio de Janeiro, 1992.
- BORIN, Paula. *Divisão interurbana no trabalho e uso do território nos municípios de Águas de Lindóia (SP), Lindóia (SP), Serra Negra (SP), Socorro (SP) e Monte Sião (MG)*. São Paulo. Departamento de Geografia FFLCH/USP (Dissertação de Mestrado). 2002.
- BULL, M. *Soundind out the city: personal stereos and the management of everyday life*. Oxford. New York, 2000.
- _____, M. *Sound Moves: iPod culture and urban experience*. Taylor & Francis Group. Oxon and New York, 2007.
- CAMPA, R. *A Época das incertezas e as transformações do Estado Contemporâneo*. Trad. Aurora Fornoni Bernardini. Difel. São Paulo, 1985
- CANCLINI, N. G. *Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 2008.
- _____. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Tradução: Maurício Santana Dias. 7. ed. Editora UFRJ, Rio de Janeiro, 2008.
- CARIOLA, C. e LACABANA, M. “La metrópoli fragmentada. Caracas entre la pobreza y la globalización”. In: *Eure*, Santiago, v.27, n.80, maio, Santiago, 2001.
- CASTILLO, R. *Sistemas Orbitais e uso do Território: integração eletrônica e conhecimento digital do território brasileiro*. Tese de Doutorado. Programa de pós-graduação em geografia humana. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, 1999.
- CLAVAL, P. *Principes de Géographie Sociale*. Paris, Éd. M.-TH, Génin, Libraires Techniques, 1973.
- CHAUÍ, M. *Simulacro e Poder: uma análise da mídia*. Fundação Perseu Abramo. São Paulo, 2010.
- _____, M. *Cidadania cultural: o direito à cultura*. Fundação Perseu Abramo. São Paulo, 2006.
- _____, M. *Espinosa: uma filosofia da liberdade*. 2. ed. Editora Moderna. São Paulo, 1995.
- CHOLLEY, A. “Observações sobre alguns pontos de vista geográficos.” In: *Boletim Geográfico*, Fundação Instituto Brasileiro De Geografia e Estatística, n.180, 1964
- COHN, A. “O Sistema Único de Saúde: a síndrome da dualidade”, em *Revista USP*, n° 51, set./nov, pp. 6-15, Dossiê Saúde, 2001.
- CONTEL, F. B. Espaço geográfico, sistema bancário e hipercapilaridade do crédito. *Caderno CRH*, v.22, n.55, p119-134, jan./abr, Salvador 2009.

- CORREA, R. L. *Estudos Sobre a Rede Urbana*. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, 1988.
- _____, R. L. *Trajetórias geográficas*. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, [1996] 2005.
- COMTE-SPONVILLE, A. *Dicionário Filosófico*. Trad. Eduardo Brandão. Ed. Martins Fontes. São Paulo, 2003.
- COSGROVE, D. & JACKSON, P. *Novos Rumos da Geografia Cultural*. In: Introdução à geografia cultural. Org. Roberto Lobato Corrêa, Zeny Rosendahl. 2ª Ed. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007
- CREUZ, V. *O direito à voz no território – circuitos da economia urbana e a produção musical nas cidades de São Paulo, Porto Alegre, Rio de Janeiro e Goiânia*. Trabalho de Graduação Individual, Universidade de São Paulo, 2008.
- DAVID, V. C. *O território usado e o circuitos superior marginal: equipamentos médico-hospitalares em Campinas, Ribeirão Preto e São José do Rio Preto (SP)*. Dissertação de mestrado. Orientação Maria Laura Silveira. Programa de Geografia Humana, Departamento de Geografia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH), Universidade de São Paulo, 2010.
- DAVIDOVICH, F. “Urbanização Brasileira: tendências, problemas e desafios”. In: NERU – Núcleo de Estudos Regionais e Urbanos. *Repensando o Brasil pós-60: as mudanças na dinâmica urbano-regional e suas perspectivas*. Neru. São Paulo, 1984.
- _____, F.; FREDRICH, O. B. L. “A configuração espacial do sistema urbano brasileiro como expressão no território da divisão social do trabalho”, em: *Revista Brasileira de Geografia*, 44(4), IBGE, Rio de Janeiro, out-dez, p. 541-590, 1982.
- DEBORD, G. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro, Contraponto, 1997.
- ELLUL, J. *A Técnica e o Desafio do Século*. Tradução: Roland Corbisier. Editora Paz e Terra. Rio de Janeiro, 1968.
- FARIAS, L. O.; MELAMED, C. “Segmentação de mercados da assistência à saúde no Brasil”, em: *Saúde & Ciência Coletiva*, 8(2): 585-598, 2003.
- FEL, A. “La géographie et les techniques”. In: Gille, B (org.) *Histoire des Techniques*, Encyclopédie de la Pléiade, Paris, 1978.
- FRIEDMANN, G. *Sete estudos sobre o homem e a técnica*. Ed. Difusão Européia do Livro, São Paulo, 1962.
- FURTADO, A. T. “Novos Arranjos Produtivos, Estado e Gestão da Pesquisa Pública”. In: *Cienc. Cult.* vol. 57. n.1. São Paulo. Jan./Mar. 2005.
- FURTADO, A. T. e SOUZA, J. H. “Evolução do setor de insumos e equipamentos médico-hospitalares, laboratoriais e odontológicos no Brasil: a década de 90” em: Negri, B. e Di Giovanni, G. (org.) *Brasil: radiografia da saúde*. Campinas: IE/Unicamp, 2001.
- FURTADO, C. *O mito do desenvolvimento econômico*. Ed. Paz e Terra, Rio de Janeiro, 1974.

- GAUDIN, T. *L'écoute des silences, les institutions contre l'innovation?*, Union Générale des Éditions, Paris, 1978.
- _____, T. *Economia Cognitiva: uma introdução*. Tradução: Paulo Anthero S. Barbosa. São Paulo: Beca Produções Culturais, 1999.
- GEORGE, P. *Geografia Industrial do Mundo*, 3. ed. Difel, São Paulo, 1973.
- _____, P. *L'ère des techniques, constructions ou destructions?*, Presses Universitaires de France. Paris, 1974.
- GIDDENS, A. *As Consequências da Modernidade*. São Paulo. Editora Unesp, 1994.
- _____. *A Constituição da Sociedade*. São Paulo, Martins Fontes, 2003.
- GODELIER, M. *Racionalidade e irracionalidade na economia*. Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro, [1966] 1973.
- GOLDMANN, L. *A Criação Cultural na Sociedade Moderna*. Difusão Européia do Livro, São Paulo, 1972.
- GOTTMAN, J. *La Politique des États et leur Géographie*. Paris, Librairie Armand Colin, 1952, p. 160-225.
- GRANGER, G. G. *A Ciência e as Ciências*. São Paulo: Unesp, 1994.
- GRIMM, F.C.A. *Uso do território e coexistências de empresas de refrigerantes no Brasil*. Dissertação de Mestrado em Geografia Humana, FFCH/ USP. São Paulo, 2002
- GUGLIELMO, R. “A Geografia Ativa da Indústria”. In: GEORGE, P; GUGLIELMO, R; LACOSTE, Y; KAYSER, B. *A Geografia Ativa*. Tradução: Gil Toledo, Manuel Seabra, Nelson de La Corte. 3. ed. Difusão Européia do Livro. São Paulo, 1966.
- GUIMARÃES, R. “Bases para uma política nacional de ciência tecnologia e inovação em saúde”. In: *Ciência & Saúde Coletiva*, 9(2):375-387, 2004.
- HABERMAS, J. *Técnica e Ciência como Ideologia*. Edições 70. Lisboa, [1968] 2006.
- HAGERSTRAND, T. *Innovation diffusion as a spacial process*. Tradução: Allan Pred. Chicago, University of Chicago Press, 1967.
- HARVEY, D. “O trabalho, o capital e o conflito de classes em torno do ambiente construído nas sociedades capitalistas avançadas”. In: *Espaço e Debates*, n. 6, p. 7-35, 1982.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Urbanização e regionalização, relações com o desenvolvimento econômico*. Faissol, E. (Org.), Rio de Janeiro, 1975.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Regiões de Influência das Cidades – 2007*. Rio de Janeiro, 2008.
- ISNARD, H. *O espaço geográfico*. Coimbra: Almedina, 1982.

- JAMBEIRO, O. *Canção Popular e Indústria Cultural*. Dissertação de mestrado. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo. Orientadora: Maria Alice Forachi. São Paulo, 1971.
- JARDIM, E. *As Duas Vozes: Hannah Arendt e Octavio Paz*. Ed. Civilização Brasileira. Rio de Janeiro, 2007.
- KELSEN, H. *Teoria Pura do Direito*. Trad. João Batista Machado. 6ª ed – 4ª tiragem. Editora Martins Fontes. São Paulo, 2000.
- _____. *A Ilusão da Justiça*. Trad. Sérgio Tellaroli. 3ª ed. Editora Martins Fontes. São Paulo, 2000a.
- LABASSE, J. “*A Procura de um Quadro Regional*”. In: *Boletim Geográfico*. n. 199, ano: 126 – jul-ago. Rio de Janeiro, 1967.
- _____, J. *La ciudad y el hospital – geografía hospitalaria*. Instituto de Estudios de Administración Local, Madrid, 1982.
- LA BLACHE, P. V. *Princípios de Geografia Humana*. 2. ed. Cosmos, Lisboa, [1918] 1954, p. 1-45.
- LABINI, P. S. *Oligopólio e Progresso Técnico*. Tradução: Vittoria Cerbino Salles. 3. ed. Nova Cultural. São Paulo, 1988.
- LACOSTE, Y. *Geografia do Subdesenvolvimento*. Rio de Janeiro: 1975
- LATOUR, B. *Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica*. Tradução: Carlos Irineu da Costa. 2. ed. Editora 34. Rio de Janeiro, [1994] 2000.
- LIPOVESTKY, G. *A Era do Vazio*. Tradução: Therezinha Monteiro Deustch. Manole. Barueri, [2005] 2009.
- LOJKINE, J. *El Marxismo, el Estado y la cuestión urbana*. Siglo veintiuno editores. S. A. Madri, 1979.
- MABOGUNJE, AKIN L. *Urbanization in Nigeria*. University of London Press, New York, [1969] 1971.
- MAFFESOLI, M. *A República dos Bons Sentimentos*. Iluminas: São Paulo, 2008.
- MARX, K. *O Capital*. v. I. 26ª ed. Civilização Brasileira. Rio de Janeiro, 2008.
- MERLEAU-PONTY, M. *Elogio da Filosofia*. Tradução: António Braz Teixeira. 5.ed. Lisboa, 1998.
- _____. *O Olho e o espírito*. In: Os Pensadores. Coleção Folha de São de Paulo. São Paulo, 1975.
- _____. *Linguagem e Fenomenologia*. In: Os Pensadores. Coleção Folha de São de Paulo. São Paulo, 1975.
- MÉSZÁROS, I. O poder da ideologia; trad. Paulo Cezar Castanheiras. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.
- MORAES, A. C. R de. Ocidentalismo e História da Geografia Brasileira. *Anais do I Colóquio de História do Pensamento Geográfico*. Programa de Pós-graduação em

Geografia Humana, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

MONTENEGRO, M. R. *O circuito inferior da economia urbana na cidade de São Paulo*. Dissertação de Mestrado, Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo, 2006.

MUMFORD, L. *Arte e Técnica*. Martins Fontes. São Paulo, 1952.

ORTEGA Y GASSET, J. *Meditação da Técnica*. Rio de Janeiro: Livro Ibero Americano, Lisboa, [1939] 1963.

PLATÃO. *A República*. Trad. Pietro Nasseti. 2ª ed. Ed. Martin Claret. São Paulo, 2000

POULANTZAS, N. *O Estado, O Poder, O Socialismo*. Trad. Rita Lima. Paz e Terra. São Paulo [1978], 2000.

RAFFESTIN, C. *Por uma geografia do poder*. Ática, São Paulo, [1980] 2011.

RÉMY, J; VOYÉ, L. *A Cidade: rumo a uma nova definição?*. Edições Afrontamento, 1997.

RIBEIRO, A. C. T. “Tecnologias da informação e comunicação, saúde e vida metropolitana”. In: *Revista Interface – Comunicação, Saúde, Educação*, v.2, n.2, 1998.

_____. Território usado e Humanismo concreto: O mercado socialmente necessário, in Ribeiro et al. *Formas em crise: Utopias necessárias*. Rio de Janeiro: editora Arquimedes, 2005, p.93-111.

RUFIN, J-C. *O Império e os Novos Bárbaros*. Tradução: André Amado. 2ª ed., Ed. Record. Rio de Janeiro, 1991.

SANTOS, M. “Sociedade e Espaço: a Formação Social como Teoria e como Método”. In: *Boletim Paulista de Geografia*, n 54, jun., p. 81-100. São Paulo, 1977.

_____, M. *Economia espacial – críticas e alternativas*. São Paulo: Edusp, [1979] 2003.

_____, M. *O Espaço Dividido – os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*. São Paulo: Edusp, [1979] 2004.

_____, M. *Manual de geografia urbana*. São Paulo: Edusp, [1981] 2008.

_____, M. *Espaço e método*. São Paulo: Edusp, [1985] 2008.

_____, M. *O espaço do cidadão*. São Paulo: Nobel, [1987] 1998.

_____, M. “O meio técnico-científico e a urbanização no Brasil”. In: *Espaço & Debates: reestruturação econômica e transformações territoriais*. Ano VIII – n. 25, 1988.

_____, M. “Metrópole: a força dos fracos é seu tempo lento”. *Ciência & Ambiente*, IV (7), jul/dez, 1993.

_____, M. *Por uma economia política da cidade – o caso de São Paulo*. Hucitec-Educ, São Paulo, 1994.

- _____, M. *Técnica, Espaço, Tempo: globalização e meio técnico-científico informacional*. 4. Ed. Editora Hucitec. São Paulo, [1994] 1998.
- _____, M. "O retorno do território". In: Santos, M.; Souza M. A. A. de e Silveira M. L., *Território: Globalização e Fragmentação*, Hucitec-ANPUR, São Paulo, 1994, pp.15-20
- _____, M. *A Natureza do Espaço - técnica e tempo razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- _____, M. "El espacio banal, una epistemologia de la existência". Discurso de aceptación de su investidura como Doctor Honoris Causa da Universitat de Barcelona, 13 novembro de 1996.
- _____, M. "Nação, Estado e Território". In: Mendonça, S; Motta, M. *Nação e Poder: as dimensões da história*. EdUFF, Niterói, 1998.
- _____, M. *Por uma outra globalização. Do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- _____, M. *Testamento Intelectual*. Ed. Unesp, São Paulo, [2002] 2004.
- _____, M. *Saúde e ambiente no processo de desenvolvimento*. In: *Ciência & Saúde Coletiva*, 8 (1): 309-314, 2003.
- _____, M. e RIBEIRO, A. C. T. O conceito de Região Concentrada, Rio de Janeiro, UFRJ, IPPUR e Departamento de Geografia, 1979 (mimeo).
- _____, M. e SILVEIRA, M. L. *O ensino superior público e particular e o território brasileiro*. ABMES, Brasília, DF, 2000.
- _____, M. e SILVEIRA, M. L. *O Brasil – território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- SARTRE, J-P. *A Crítica da Razão Dialética*. Tradução: Guilherme João de Freitas Teixeira. Ed. DP&A, Rio de Janeiro, [1960] 2002.
- _____. *Sartre no Brasil: a conferência de Araraquara*. Tradução: Luiz Roberto Salinas Fortes. 2. ed. Editora Unesp, São Paulo, [1960] 2005.
- _____. *O Existencialismo é um humanismo*. Ed. Vozes, [1970] 2006.
- SEN, A. "Life and Death in China: a Reply". *World Development*, 20 (9): 1305-1312.
- SENNETT, R. *A Cultura do Novo Capitalismo*. Tradução: Clóvis Marques. Rio de Janeiro, Record, 2006.
- _____. *A corrosão do caráter*. Tradução: Marcos Santarrita. 11ª ed. Editora Record. Rio de Janeiro-São Paulo, 2006a
- _____. *Carne e Pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental*. Trad. Marcos Aarão Reis. 2ª ed. Edições Bestbolso. Rio de Janeiro, 2010.
- SERENI, E. *A Categoria de 'Formação Econômico-social'*, 1976.
- SILVA, A.C. *Geografia e Lugar Social*. São Paulo. Ed. Contexto, 1991.

- SILVA, M.L.L. *Trabalho e população em situação de rua no Brasil*. Ed. Cortez. São Paulo, 2009.
- SILVEIRA, M. L. “Concretude territorial, regulação e densidade normativa”. *Experimental*, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 35-45, 1997.
- _____, M. L. “Uma situação geográfica: do método à metodologia”. In: *Território*, ano IV, n 6, jan/jun. São Paulo, 1999.
- _____, M. L. “Indagando as técnicas: um caminho para entender o território”. In: *Os lugares do mundo – globalização dos lugares*, Gonçalves, N. M. S.; Silva, M. A.; Lage, C. S. (Org.), Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, 2000.
- _____, M. L. “Os circuitos da economia urbana nas cidades brasileiras”. In: *VIII Seminário Internacional da Rede Ibero-americana de Investigadores sobre Globalização e Território*. Rio de Janeiro, 2004.
- _____, M. L. “Globalización y circuitos de la economía urbana en ciudades brasileñas”. In: *Cuadernos Del Cendes*, ano 21, n.57, tercera época, septiembre-diciembre, p. 1-21, Caracas, 2004.
- _____, M. L. “São Paulo: os dinamismos da pobreza”. In: CARLOS, A. F. A.; OLIVEIRA, A. U. (Org.). *As geografias de São Paulo*. 1 ed. São Paulo: Contexto, v. 1, p. 59-71, 2004.
- _____, M. L. “Metrópolis brasileñas: um análisis de los circuitos de la economía urbana” em: *Revista Eure*, vol XXXIII, n.100, p. 149-164. Santiago de Chile, diciembre, 2007.
- _____, M. L. “Los Territorios Corporativos de la globalización”. In: *Geograficando – Revista de Estudios Geográficos*, v. 3, n. 3, 13-26, 2007.
- _____, M. L. *Crises e Paradoxos da Cidade Contemporânea: os Circuitos da Economia Urbana*. Texto apresentado no X Simpósio Nacional de Geografia Urbana, CD-R, Florianópolis, 2007.
- _____, M. L. *Globalización y finanzas: circuitos de la economía urbana en la ciudad de San Pablo*. In: *X Seminario de la Red Iberoamericana de Investigadores en Globalización y Territorio*. Memorias del X Seminario Internacional de la RII. Santiago de Querétaro, 2008.
- _____, M. L. “Metrópoles do Terceiro Mundo: da história ao método, do método à história”. In: SILVA, C. A.; CAMPOS, A. (Org.). *Metrópoles em mutação. Dinâmicas territoriais, poder e vida coletiva*. 1 ed. Rio de Janeiro: Revan, v. 1, p. 17-35, 2008.
- _____, M. L. “Ao Território Usado a Palavra: pensando princípios de solidariedade socioespacial”. In: d’Avila Viana, A. L.; Ibañez, N.; Elias, P. E. (Org.) *Saúde Desenvolvimento e Território*, 2009, p.127-150.
- _____, M. L. “Finanças, Consumo e Circuitos da Economia Urbana em Cidades Brasileiras”. IN: *CADERNO CRH*, Salvador, v. 22, n. 55, p. 65-76, Jan./Abr. 2009

- _____, M. L. “Los confines de la racionalidad: el espacio geográfico contemporáneo”. XI Encuentro de Geógrafos de América Latina. Bogotá, março de 2007. *Anais*. 17p. Bogotá, 2007.
- _____, M. L. “Escala Geográfica: da ação ao império?” In: *Terra Livre*, Goiânia, ano 20, v. 2, n. 23, p. 87-96, jul.-dez, 2004.
- _____, M. L. “Por Que Há Tantas Desigualdades Sociais No Brasil”. ALBUQUERQUE, E.S. *Que País é Esse?* 1. ed. Editora Globo, São Paulo, 2006.
- _____, M. L. *Urbanización Latino Americana y Circuitos de la Economía Urbana*. In: Revista Geográfica de América Central, nº especial. II semestre de 2011, Costa Rica, 2011.
- SIMONDON, G. *Du mode d'existence des objets techniques*. Albier, Paris [1958] 1989.
- _____, G. *Sobre a tecno-estética: carta a Jacques Derrida*. In: ARAÚJO, H. R. (org.) *Tecno-ciência e Cultura: ensaios sobre o tempo presente*. Estação Liberdade, São Paulo, 1998.
- SMITH, N. *Desenvolvimento desigual*. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, 1988
- SORRE, M. *A noção de gênero de vida e sua evolução*. In: MEGALE, J. F. (Org.) Max. Sorre: Geografia, Rio de Janeiro: Editora Ática, 1984
- SOUZA, M. A. A. de. “Conexões geográficas: um ensaio metodológico”. *Boletim Paulista de Geografia*, n.17, p.113-127, I sem./1992.
- TARDE, G. *A Opinião e as Massas*. Trad. Eduardo Brandão. 2ª ed – São Paulo. Editora Martins Fontes, [1921] 2005.
- TOURAINÉ, A. *O pós-socialismo*. Trad. Sonia Goldfeder e Ramon Americo Vasques. Editora Brasiliense. São Paulo, 1988.
- TOZI, F. *O território, as técnicas e seus usos: a pirataria nos contextos presentes*. AGB, 2010.
- VALLAUX, C. *El suelo y el Estado*, Madrid: Daniel Jorro Editor, 1914, p. 265-334.
- ZAOUAL, H. *Nova Economia das Iniciativas Locais: uma introdução ao pensamento pós-global*. Tradução: Michel Thiollent. DP&A: Consulado Geral da França: COPPE/UFRJ, 2006.