



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
Núcleo de Pós-Graduação em Administração - NPGA

ARMANDO ALEXANDRE COSTA DE CASTRO

**A música baiana e o mercado:
a gestão da obra como estratégia de negócio**

Salvador – Bahia
2011

ARMANDO ALEXANDRE COSTA DE CASTRO

**A música baiana e o mercado:
a gestão da obra como estratégia de negócio**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Administração.

Orientador: Prof. Dr. José Marcelo Dantas Reis

Salvador – Bahia
2011

Escola de Administração - UFBA

C355 Castro, Armando Alexandre Costa de
A música baiana e o mercado: a gestão da obra como estratégia de
negócio / Armando Alexandre Costa de Castro. – 2011.
264 f. : il.

Orientador: Prof. Dr. José Marcelo Dantas Reis
Tese (doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Escola de
Administração, Salvador, 2011.

1. Empreendedorismo. 2. Música popular – Bahia. 3. Gestão de negócios.
4. Direitos autorais. 5. Indústria do lazer. 6. Carnaval – Salvador (BA).
7. Cultura popular – Bahia. I. Universidade Federal da Bahia. Escola de
Administração. II. Reis, José Marcelo Dantas. III. Título

CDD – 658.022

A música baiana e o mercado: a gestão da obra como estratégia de negócio

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Administração, Universidade Federal da Bahia, pela seguinte banca examinadora:

Banca Examinadora

Prof. Dr. José Marcelo Dantas Reis (Orientador)
Doutor em Sociologia - Université de Paris VII – “Denis Diderot”, (U.P. VII, França)
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Prof. Dr. Eduardo Paes Barreto Davel
Doutor em Management École des Hautes études commerciales de Montréal
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Prof. Dr. Milton Araújo Moura
Doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea (UFBA)
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Prof. Dr. Guilherme Maia de Jesus
Doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea (UFRB)
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFBA)

Prof. Dr. Severino Alves de Lucena Filho
Ph.D. em Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro-Portugal
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

Salvador, junho de 2011.

Para Regina Castro, mãe, amiga, anjo e exemplo.
Mirela Cardoso, amiga e companheira.
Pedro e Lucas, filhos, razão maior.

AGRADECIMENTOS

Ao Professor Marcelo Dantas, orientador, por sua paciência, profissionalismo, conhecimento e disposição em colaborar com esta investigação.

À Regina Castro, Mirela Cardoso, Pedro e Lucas Castro, pelo apoio e indispensável convivência.

Ao amigo e Professor Milton Moura, historiador e eminente intérprete de dramas e alegrias baianos. Grato, também, pela convivência e inúmeras oportunidades profissionais, além da exemplar condução do nosso Grupo de Pesquisa O Som do Lugar e o Mundo (FFCH/UFBA).

Ao Professor Eduardo Davel, pela generosidade, profissionalismo, e incansável apoio quanto ao referencial teórico. Em especial, pelas observações apresentadas no exame de qualificação.

À Professora Maria Teresa Franco Ribeiro, por sua notável sensibilidade e inteligência, além de me oportunizar a escrita conjunta de artigos, palestras e participação em projetos.

Ao Professor José Antonio Gomes de Pinho, pela inteligência, profissionalismo, apoio e orientação dispensada em momentos difíceis.

Ao Professor Genauto Carvalho de França Filho, pelo exemplo docente e orientações na avaliação final da disciplina Seminários de Pesquisa.

Às professoras Elisabeth Loiola e Maria do Carmo Lessa Guimarães pelas observações e encaminhamentos pertinentes durante as disciplinas Metodologia de Pesquisa e Seminários de Pesquisa.

Aos professores e pesquisadores do Núcleo de Pós-Graduação em Administração (NPGA/UFBA), e, em especial, para Reginaldo Souza Santos, Amilcar Baiardi, Tânia Fischer, Sandro Cabral, Rogério Hermida Quintella, Elisabeth Santos e Paula Schommer, que contribuíram de alguma forma para a realização desta pesquisa.

Aos colegas de turma, com destaque para Frederico Burgos, Ivone Paola Requena Guzmán, Carolina Menezes de Almeida Santos, Pérciles Cerqueira Monteiro, Sidnei Silva Suerdieck, Ademário de Jesus, Weslei Piau e Maria Valesca Damásio.

À secretaria do NPGA, em especial, a Dacy e Anaélia, pelo apoio e profissionalismo.

Às Professoras Lêda Margarida Cerqueira Souza (Instituto de Música da UCSAL), e Maria Célia Dantas Araújo (SEC), pela confiança, sensibilidade e apoio profissional.

Pra libertar meu coração
Eu quero muito mais
Que o som da marcha lenta
Eu quero um novo balancê
O bloco do prazer
Que a multidão comenta
Não quero oito nem oitenta
Eu quero o bloco do prazer
E quem não vai querer?
Mamã mamãe eu quero sim
Quero ser mandarim
Cheirando gasolina
Na fina flor do meu jardim
Assim como o carmim
Da boca das meninas
Que a vida arrasa e contamina
O gás que embala o balancê
Vem
Meu amor feito louca
Que a vida tá pouca
E eu quero muito mais...
Mais
Que essa dor que arrebenta
Paixão violenta
Oitenta carnavais.

(Moraes Moreira/Fausto Nilo)

CASTRO, Armando Alexandre. **A música baiana e o mercado: a gestão da obra como estratégia de negócio.** Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal da Bahia, UFBA.

RESUMO

Esta investigação trata da música popular massiva baiana e suas inúmeras articulações na indústria contemporânea do entretenimento, procurando apresentar a gestão da obra como elemento relevante e estratégico no mercado musical. A dinâmica, representativa e reconhecida música baiana atual se constitui como elemento sociocultural relevante junto ao desenvolvimento econômico do Estado, e, com sua rápida associação às diversas indústrias (cultural, turística, etc.), muitos setores da cadeia produtiva musical foram estimulados, criados e aperfeiçoados mediante necessidade e demanda crescente. Em Salvador, por exemplo, nas últimas décadas, surgiram inúmeras empresas produtoras de artistas e eventos, empreendedores culturais, estúdios, compositores e editoras musicais.

A partir da profissionalização e crescente apropriação mercantil do modelo carnavalesco soteropolitano por atores e artistas locais, um dos desdobramentos mais evidentes destes fenômenos é o fortalecimento de uma música baiana de entretenimento, massiva, sobretudo elétrica na disposição do seu instrumental, resistente às mais rigorosas críticas e discursos quanto ao seu fim, não raro, preconceituosos e resultantes de considerável desconhecimento acerca de suas inúmeras articulações organizacionais e mercadológicas. Um dos elementos resultantes do trabalho empírico desta tese é o mapeamento do novo e crescente campo da gestão da obra musical na Bahia, fato que insere o estado e seus gestores culturais, de forma representativa, no relevante debate e mercado da propriedade intelectual e direito autoral contemporâneos.

O institucionalismo e o empreendedorismo institucional são as correntes teóricas principais desta tese, pois se contrapõem ao modelo de interpretação funcionalista e positivista das organizações, centrado nas disposições técnicas das dinâmicas gerenciais, produtivas e exclusivamente utilitaristas. Compreendendo as inúmeras transformações no campo da produção musical soteropolitana nas últimas três décadas, o empreendedorismo institucional, nesta tese, se justifica por seus aspectos conceituais e relacionais que procuram investigar e compreender os modos pelos quais os indivíduos e/ou organizações desenvolvem novas normas e regras institucionais, reconfigurando comportamentos e/ou estruturas vigentes.

Palavras-chave: gestão cultural; música baiana; direito autoral; institucionalismo; empreendedorismo institucional.

CASTRO, Armando Alexandre. **Bahian music and the market: the music business management as a business strategy**. Thesis (PhD in Administration). Federal University of Bahia, UFBA.

ABSTRACT

This study deals with Bahia's popular music and its innumerable influences in the contemporary industry of entertainment, seeking to present the music business management as a relevant and strategical element in the musical market. The dynamics, representative and recognized current Bahian music constitutes a crucial sociocultural element along with the economic development of the state, and, its fast association with the diverse industries (cultural, tourist, etc.), many sectors of the musical productive chain had been stimulated, created and perfected by means of necessity and increasing demand. In Salvador, for example, in the last few decades, innumerable producing companies of artists and events, cultural entrepreneurs, musical studios, composers and musical editors had appeared.

From the standpoint of the professionalization and increasing mercantile appropriation of the soteropolitano carnival model by local actors and artists, one of the most evident unfolds of these phenomena is the reinforcement of a Bahian music of entertainment, in mass, electric in most instruments, resistant to the most rigorous criticism and speeches as to its repercussion, not rare, prejudiced and resultant of considerable unfamiliarity concerning its innumerable organizational and marketing tendencies. One of the resultant elements of the empirical work of this thesis is the mapping of the new and increasing field of the management of the music business in Bahia, fact that positions the cultural state and its managers, of representative form, in the relevant debate and market of the contemporary intellectual property and copyright.

The institutionalization and the institutional entrepreneurship are the theoretical chains of this thesis, as they go beyond the model of functional and positive interpretation of the organizations, merely centered in the tendencies of its managerial, productive and exclusively utilitarian dynamics. Understanding the innumerable transformations in the field of the soteropolitano musical production in the last three decades, the institutional entrepreneurship, in this thesis, is justified for its conceptual and relational aspects that they seek to investigate and to understand the ways for which the individuals and/or organizations develop new norms and institutional rules, reconfiguring effective behaviors and/or structures.

Key-words: cultural management; bahian music; copyright; institutionalism; institutional entrepreneurship.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Análise do Conteúdo e suas características definidoras	59
Figura 2: Distribuição dos Direitos Fonomecânicos	94
Figura 3: Distribuição dos Direitos de Execução Pública	94
Figura 4: Encerramento do Livro 01 de Registros da Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro	96
Figura 5: Direitos Autorais e Conexos	99
Figura 6: Histórico de arrecadação do ECAD (R\$)	103
Figura 7: Histórico de distribuição do ECAD (R\$)	103
Figura 8: Histórico de Distribuição do ECAD (R\$) – Obras Nacionais e Internacionais	104
Figura 9: Demanda nacional na internet por gêneros musicais	200
Figura 10: Teia relacional da Obra Musical	204
Figura 11: Teia relacional da obra musical	205
Figura 12: Cadeia de Valor – Do autor ao Consumidor	205

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Três pilares institucionais	30
Quadro 2: Modelo de Análise	60
Quadro 3: Períodos evolutivos da propriedade intelectual	73
Quadro 4: Seminários integrantes do Fórum Nacional de Direito Autoral	97
Quadro 5: cadeia produtiva da música	121
Quadro 6: Etapas da cadeia produtiva da música	123
Quadro 7: Pré-produção	124
Quadro 8: Produção	125
Quadro 9: Distribuição e comercialização	126
Quadro 10: Consumo	128
Quadro 11: Fatores para a desverticalização produtiva	132
Quadro 12: Major <i>versus</i> Independente	141
Quadro 13: Diversidade da produção musical baiana contemporânea	149
Quadro 14: Atividades e articulação empresarial	151
Quadro 15: Bares, Boates e Casas de Shows/Eventos em Salvador	164
Quadro 16: Carnaval, Festas e Micaretas – Brasil	175
Quadro 17: Evolução do Turismo na Bahia a partir de 1970	183
Quadro 18: Fluxo Turístico – Bahia	186
Quadro 19: Evolução do carnaval baiano em números	192
Quadro 20: ECAD - Ranking dos Autores com maior rendimento em 2010	197
Quadro 21: ECAD - Ranking dos Autores com maior arrecadação em Shows 2010	198
Quadro 22: <i>Ranking</i> das músicas mais executadas em Shows 2010	199
Quadro 23: Mercado de trios elétricos	201
Quadro 24: Editoras musicais na Bahia	212
Quadro 25: Editoras de autores/artistas	214
Quadro 26: Lista de insatisfações dos autores	220
Quadro 27: Lista de insatisfação dos editores musicais	221
Quadro 28: Editoras baianas administradas por <i>majors</i>	231
Quadro 29: Editoras baianas independentes	232
Quadro 30: Administradoras e suas administradas	233

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Artigos brasileiros, da América Latina e do mundo publicados em periódicos científicos indexados (1981-2009)	89
Tabela 2: Pedidos de patentes de invenção solicitados ao escritório de marcas e patentes dos EUA - 1980/2008	90
Tabela 3: Mercado fonográfico mundial (físico e digital – em US\$ milhões)	119
Tabela 4: Evolução das vendas do mercado fonográfico – Brasil	119
Tabela 5: O mercado do CD pirata no Mundo 2006	137
Tabela 6: Bahia: Fluxo e Receita Turística 2008	185

LISTA DE SIGLAS

ABEM	Associação Brasileira de Editoras Musicais
ABPD	Associação Brasileira de Produtores de Discos
APDIF	Associação de Produtores de Discos da Indústria Fonográfica
ECAD	Escritório Central de Arrecadação e Distribuição
IFPI	International Federation of the Phonographic Industry
OMC	Organização Mundial do Comércio
OMPI	Organização Mundial da Propriedade Intelectual
UBC	União Brasileira de Compositores
UBEM	União Brasileira de Editoras Musicais
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	16
2. REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO: INSTITUCIONALISMO E EMPREENDEDORISMO INSTITUCIONAL	22
2.1 A TEORIA INSTITUCIONAL	23
2.1.1 A Institucionalização	24
2.1.2 A legitimidade	26
2.1.3 Isomorfismo	26
2.1.4 Poder e teoria Institucional	30
2.1.5 O campo	32
2.1.5.1 A estruturação do campo	34
2.1.6 O neo-institucionalismo	36
2.1.7 A nova economia institucional – NEI	40
2.1.7.1 Direitos de Propriedade	41
2.1.7.2 Economia dos Custos de Transação	44
2.1.8 O Empreendedorismo Institucional	45
2.1.8.1 A Teoria da Agência e o Empreendedorismo Institucional	47
2.1.8.2 Elementos do Empreendedorismo Institucional	48
2.1.8.3 Recursos e o Empreendedorismo Institucional	50
2.2 SÍNTESE TEÓRICA-METODOLÓGICA	54
2.2.1 Quadro de Análise	60
3. PRIMEIRO MOMENTO DA INSTITUCIONALIZAÇÃO: PROPRIEDADE INTELECTUAL E DESENVOLVIMENTO	61
3.1 A Propriedade Intelectual (PI)	62
3.1.1 Gutenberg e uma breve historicidade da PI	63
3.1.2 Convenções, Organizações e Tratados Internacionais	68
3.1.2.1 A Convenção de Paris (1883)	68
3.1.2.2 A Convenção de Berna (1886)	69
3.1.2.3 A Organização Mundial da Propriedade Intelectual	72
3.1.2.3.1 A Convenção da OMPI	73
3.1.2.3.2 As estratégias de atuação da OMPI	74
3.1.2.4 Acordo TRIPS	75
3.2 Propriedade intelectual e desenvolvimento	76
3.2.1 Propriedade intelectual e direitos humanos	78
3.3 Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Econômico	80
3.3.1 Propriedade Intelectual e Inovação	80
3.3.2 Inovação por Schumpeter	81
3.3.3 Propriedade Industrial	85
3.3.3.1 Breve histórico das Leis de PI no Brasil	86
3.3.3.2 A Propriedade Industrial e o cenário brasileiro	88

3.3.4	Direitos Autorais	91
3.3.4.1	Música e a história do Direito Autoral no Brasil	91
3.3.4.2	A Lei 9.610/98	93
3.3.4.2.1	A atual proposta de Reforma da Lei 9.610/98	96
3.3.4.3	Direitos de Autores e Direitos Conexos	98
3.3.4.4	Obra Musical, Fonograma e Videofonograma	99
3.3.4.5	Direitos das obras musicais, fonogramas e vídeo	100
3.3.4.6	O ECAD	101
3.3.4.6.1	O ECAD e a distribuição dos direitos	102
3.3.4.6.2	Tipos de distribuição	104
3.3.4.6.2.1	Distribuição de rádio	105
3.3.4.6.2.2	Distribuição de Direitos Gerais	105
3.3.4.6.2.3	Distribuição de Televisão	105
3.3.4.6.2.4	Indireta Especial	106
3.4	Cultura e Desenvolvimento	106
3.4.1	A propriedade intelectual e as indústrias criativas	108
4.	SEGUNDO MOMENTO DA INSTITUCIONALIZAÇÃO: A CADEIA PRODUTIVA DA MÚSICA E A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA	114
4.1	Do fonógrafo ao <i>streamming</i> – percursos da fonografia	115
4.2	Cadeia Produtiva da Música – conceito e reestruturação	120
4.2.1	Pré-Produção	124
4.2.2	Produção	125
4.2.3	Distribuição e comercialização	126
4.2.4	Consumo	128
4.3	Evolução da Cadeia Produtiva da Música	129
4.3.1	Integração Vertical - verticalização da indústria fonográfica	129
4.3.2	O “sistema aberto”	131
4.3.3	Acumulação flexível e desverticalização	131
4.4	Breve histórico da Indústria Fonográfica no Brasil	133
4.4.1	Contexto atual – Vendas de CDs e DVDs	139
4.4.2	Os selos independentes e a multimodalidade de negócios	140

5. A FORMAÇÃO DO MERCADO DA MÚSICA POPULAR MASSIVA NA BAHIA CONTEMPORÂNEA	143
5.1 A Bahia contemporânea	144
5.2 A Música Popular Massiva	147
5.2.1 O gênero musical	148
5.2.2 A “música baiana”	148
5.2.2.1 Axé Music	152
5.2.2.2 Pagode	156
5.2.3 A música baiana e o popular massivo na Bahia	162
5.2.4 Mitos existentes na música baiana contemporânea	163
5.2.4.1 Mito I – Monocultura da música baiana	163
5.2.4.2 Mito II – Baixa qualidade técnica dos profissionais	171
5.2.4.3 Mito III - Fim da música baiana	173
5.3 A música baiana massiva e a formação do mercado da música na Bahia contemporânea	179
5.3.1 Música, Turismo e Carnaval na Bahia	179
5.3.1.1 O turismo na Bahia	181
5.3.1.2 Verão: o império do \$ol	187
5.3.1.3 Carnaval: o império da música	188
5.3.2 O mercado da música na Bahia contemporânea	194
5.3.2.1 O mercado de trios elétricos	200
6. O EMPREENDEDORISMO INSTITUCIONAL E A GESTÃO DA OBRA MUSICAL NA BAHIA	202
6.1 A obra musical como ponto de partida	202
6.2 A edição musical	206
6.3 O mapeamento atual do campo da gestão da obra musical na Bahia	210
6.3.1 As editoras musicais na Bahia	210
6.3.2 Editoras de autores/artistas	214
6.3.3 A formação do campo e o empreendedorismo institucional	215
6.3.4 Cantos, encantos e desencantos: os conflitos	220
6.4 A gestão da obra musical como estratégia de negócio e o empreendedorismo institucional	223
6.4.1 Performatividade, profissionalização e legitimidade	223
6.4.2 A Independência artística e o isomorfismo como estratégias	226
6.4.3 Editoras <i>majors</i> administrando editoras baianas	230
6.4.4 Editoras baianas independentes, administradoras e administradas	232
6.4.5 Competitividade e práticas concorrenciais	233
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	236
8. REFERÊNCIAS	242
9. ANEXOS	261

1. INTRODUÇÃO

Esta investigação trata da música popular massiva baiana e suas inúmeras articulações na indústria contemporânea do entretenimento, procurando apresentar a gestão da obra como elemento relevante e estratégico no mercado musical.

A dinâmica, representativa e reconhecida música baiana¹ se constitui como elemento sociocultural relevante junto ao desenvolvimento econômico do Estado, e com sua rápida associação às diversas indústrias (cultural, turística, etc.), muitos setores da cadeia produtiva musical foram estimulados, criados e aperfeiçoados mediante necessidade e demanda crescente. Em Salvador, por exemplo, nas últimas décadas, surgiram inúmeras empresas produtoras de artistas e eventos, empreendedores culturais, estúdios, compositores e editoras musicais.

No *show business* contemporâneo, a diáde “música e mercado” apresenta distintos elementos e exemplos de gêneros e cenas musicais pelo mundo. Encontro e sobreposição de (e entre) elementos estéticos, mas, também, socioeconômicos, fomentando e veiculando discussões sobre os mecanismos, teorias, estratégias, organizações e agentes da indústria cultural.

Esta pesquisa compreende que a gestão da obra musical na Bahia está sob a responsabilidade de autores, editores e artistas/autores/editores que capitalizaram conhecimento, tornando-se editores e empresários de suas próprias carreiras artísticas, obras e repertórios. A obra musical, neste contexto, adquire contornos variados, mas vem se configurando como um elemento estratégico para diversos atores constituintes da cadeia produtiva.

A partir da profissionalização e crescente apropriação mercantil do modelo carnavalesco soteropolitano por atores e artistas locais, um dos desdobramentos mais

¹ Música baiana aqui compreendida enquanto os gêneros musicais populares e massivos produzidos no Estado. Da diversidade musical produzida na Bahia, destacam-se, nesta investigação, sem exclusividade, mas como sinônimo da expressão “música baiana”, o axé music e o pagode. Não faz parte do escopo deste trabalho, discussões acerca dos conceitos e hibridismos existentes nos gêneros e rótulos musicais contemporâneos.

evidentes destes fenômenos é o fortalecimento de uma música baiana de entretenimento, massiva, sobretudo elétrica na disposição do seu instrumental, e que sobrevive às mais rigorosas críticas e inúmeros discursos quanto ao seu fim, não raro, preconceituosos e resultantes de considerável desconhecimento acerca de suas inúmeras articulações organizacionais e mercadológicas.

No último século, a música - enquanto manifestação artística, cultural e linguagem estética - consolidou-se, também, como fenômeno diretamente relacionado à indústria do *show business*. A partir da invenção do fonógrafo por Thomas Edison, em 1877, o processo de edição representava a gestão da obra musical a partir da impressão e comercialização de partituras, que funcionavam como fonte de renda e divulgação para o artista/compositor.

Atualmente, editar música extrapola o comércio de música impressa em papel, alcançando o envolvimento com a administração de relações estratégicas e concorrenciais, ambiente das novas tecnologias, poder, inovação, conflitos, profissionalização, entre outros. O fenômeno objeto desta investigação referencia a Bahia como representante de uma descentralização à medida que seus artistas musicais optam por nela permanecerem, descolando-se do eixo midiático RJ/SP, assumindo, localmente, diversas atividades da produção musical.

Salvador que, até a década de 1980 possuía apenas dois estúdios profissionais e pouco menos de uma dezena de estúdios musicais amadores ou semi-profissionais de ensaio (FREITAS, 2004), configura-se, atualmente, com centralidade no campo da produção musical no país a partir de dezenas de estúdios musicais com tecnologia avançada e corpo técnico qualificado, que atendem diversos artistas nacionais e internacionais.

É o que se pode compreender como nacionalização do processo de produção fonográfica, iniciado na década de 1970, a partir de artistas descontentes com os modelos gerenciais exclusivistas das transnacionais em atividade no Brasil à época (DE MARCHI, 2005; ALMEIDA; PESSOTI, 2000). Dentre eles, destacam-se Chico Buarque, Caetano Veloso, Ivan Lins, Gilberto Gil, Ronaldo Bastos, Djavan e, mais recentemente, artistas e grupos como Roupas Nova, os familiares de Tom Jobim, Milton Nascimento Marisa Monte, Flávio Venturini, Lenine, Zélia Duncan, Marcelo Camelo, Zeca Pagodinho, Tom Zé e Dado Vila Lobos, entre outros.

Tal fenômeno também pode ser analisado a partir da reestruturação pós-fordista do capitalismo, via acumulação flexível (HARVEY, 1992), onde a indústria fonográfica

mundial redirecionou suas atividades, terceirizou etapas e expandiu-se para novos mercados. No Brasil, a aliança com os artistas nacionais favoreceu estes que, em muitos casos, adquiriram conhecimentos e propriedades na gestão. A propriedade dos fonogramas, da gestão das obras, entre outras.

Na cadeia produtiva da música contemporânea, os formatos físicos estão justapostos, e todas as suas etapas – antes diretamente acompanhadas e fomentadas quase que exclusivamente por gravadoras - podem ser produzidas em residências, pequenos estúdios, assim como o eixo de produção musical encontra-se mais pulverizado e menos concentrado.

Na Bahia, por exemplo, a administração do direito autoral já integra um amplo quadro de editores musicais integrantes da cadeia produtiva da música. Os Editores Musicais, maiores responsáveis pela gestão do *copyright*, não só cadastram e administram a obra lítero-musical, como auxiliam e orientam seus autores junto aos seus direitos, intermedeiam contatos e produções fonográficas que envolvem seleção e composição de repertório para o circuito comercial².

O mercado ascendente e legalizado de música digital também integra o *copyright*, em contrapartida ao declínio vertiginoso da comercialização dos formatos físicos – CD e DVD -, aqui traduzidos nos constantes encerramentos das atividades de lojas específicas ao segmento, assim como, setores em lojas de departamentos e supermercados.

O objetivo geral deste trabalho é **investigar o mercado da música baiana a partir da relevância da gestão da obra musical como estratégia de negócio**, procurando demonstrar como a música baiana massiva contemporânea tem fomentado novas atividades de produção musical - antes restritas às gravadoras do eixo RJ/SP - no Estado.

Como objetivos específicos, num primeiro momento, identificar o surgimento da atividade de gestão da obra musical na Bahia, numa perspectiva histórica e circunstanciada; na sequência, analisar o processo de profissionalização das editoras musicais na Bahia; e, por último, conhecer as atividades, estruturas e estratégias relacionadas à gestão da obra musical.

Esta investigação tem duas hipóteses: a primeira é que a gestão da obra musical na Bahia representa lucros, mas, também, aspectos políticos que se justificam como

² A última seção do texto aborda com maior especificidade tal assunto.

estratégicos no cenário musical local e nacional, ou seja, representa, acima de tudo, a descentralização das atividades do eixo RJ/SP; a segunda hipótese é que as transnacionais - *majors* -, da indústria fonográfica em atividade no país, via processos institucionalizados de acumulação flexível (HARVEY, 1992) e desverticalização da indústria fonográfica (NAKANO, 2010), corroboraram com a profissionalização da gestão da obra musical na Bahia, elencando parcela considerável de artistas baianos como empreendedores institucionais, diferentemente de outros cenários nacionais.

A natureza qualitativa desta investigação se justifica a partir das características do campo da produção musical e o objeto aqui aprofundado, a gestão da obra musical como elemento estratégico do negócio, implicando uma “[...] densa partilha entre pessoas, fatos e locais” (CHIZZOTTI, 2003, p.221). A escolha da amostra não-probabilística por julgamento foi de caráter técnico, uma vez que a população investigada também se encontra devidamente demarcada: autores, editores musicais (empresários, apenas) e artistas/autores/editores – vide modelo de análise no capítulo seguinte.

Os indicadores selecionados procuram respeitar os objetivos desta investigação, no tocante à gestão, atentando para aspectos normativos, técnicos e estratégicos/ mercadológicos presentes na atuação dos atores e população investigada. Em se tratando dos aspectos normativos, observou-se a adequação dos autores, editores musicais e artistas/autores/editores às leis, regras e exigências formais existentes e oriundas de organizações como o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição – ECAD -, associações arrecadadoras, quantidade de obras devidamente cadastradas, entre outras.

Para os aspectos técnicos, as questões observadas foram os recursos tecnológicos, habilidade e competência quanto aos trâmites da gestão e acompanhamento da obra, espaço físico das editoras musicais, etc.

Para os aspectos estratégicos e mercadológicos relacionados à gestão da obra musical, as lentes foram direcionadas para a gestão e o agenciamento de obras, as políticas de exclusividade, a legitimidade dos autores e as alianças firmadas com as editoras, etc.

A metodologia selecionada contemplou pesquisa bibliográfica acerca dos temas institucionalismo, empreendedorismo institucional, propriedade intelectual, cadeia produtiva da música, gestão cultural e direitos autorais aplicados ao campo da música. As entrevistas semi-estruturadas foram aplicadas junto a autores, editores/empresários e

artistas/autores/editores em atuação na Bahia, além de atores representativos no campo em questão.

A observação participante também foi um meio de verificação e coleta de informações, e no período de março a agosto de 2010, 30 editoras, entre administradoras e administradas, foram visitadas e entrevistas semi-estruturadas foram produzidas com os seus gestores e editores/proprietários. Ainda no processo de pesquisa de campo, inúmeras visitas a localidades estratégicas no processo de composição e distribuição das obras musicais, tais como estúdios, produtoras, residências de autores, entre outros.

Para as fontes secundárias, foram utilizados livros, documentos e relatórios técnico-normativos. Para este último, também foram analisados os relatórios de vendagem, execução pública, comunicados e informativos de órgãos normativos do campo em questão (ECAD, Associações Arrecadoras, Rádios, ABPD, etc.).

A estruturação do trabalho é feita a partir de seis capítulos, sendo este, o primeiro deles. O segundo capítulo é destinado ao referencial teórico-metodológico, apresentando conceitos estruturantes da tese a partir da corrente teórica institucionalista, e um de seus desdobramentos teóricos mais recentes: o empreendedorismo institucional.

O terceiro capítulo é aquele identificado como o primeiro momento da institucionalização, relevante alicerce dos direitos da criatividade humana, e, neste âmbito, a produção musical: a propriedade intelectual e uma discussão preliminar que realça a importância do assunto para os países e humanidade.

O quarto capítulo é o que chamamos de segundo momento da institucionalização, apresentando a cadeia produtiva da música, seu desenvolvimento histórico e a relação com os principais atores da indústria fonográfica. O quinto capítulo é aquele reservado à formação do mercado da música popular massiva na Bahia contemporânea, apresentando algumas das articulações deste campo com as indústrias turística, cultural e do entretenimento. O sexto e último capítulo, teórico-empírico, apresenta o campo da gestão da obra musical na Bahia, a partir do mapeamento do campo das editoras musicais em atividade, seus proprietários, as articulações, alianças e estratégias mercadológicas a partir da obra musical como ponto de partida para o negócio musical.

O institucionalismo e o empreendedorismo institucional são as correntes teóricas principais desta tese, pois se contrapõem ao modelo de interpretação funcionalista e positivista das organizações, centrado nas disposições técnicas das dinâmicas gerenciais, produtivas e exclusivamente utilitaristas.

Não obstante, o institucionalismo pode agregar em suas análises, distintos elementos da sociologia, da história e da antropologia, entre outros, reconhecendo os processos e aspectos culturais relacionados à ação humana, às organizações e seus impactos socioeconômicos e culturais.

O institucionalismo compreende a organização como fenômeno resultante da construção social e coletiva, fruto das interações e construções socioculturais e políticas, integrando processos simbólicos e cognitivos que se institucionalizam e não se encontram restritos ao universo econômico e, meramente, operacional (SELZNICK, 1966; DIMAGGIO; POWELL, 1983).

Compreendendo as inúmeras transformações no campo da produção musical soteropolitana nas últimas três décadas, o empreendedorismo institucional, nesta tese, se justifica por seus aspectos conceituais e relacionais que procuram investigar e compreender os modos pelos quais os indivíduos e/ou organizações desenvolvem novas normas e regras institucionais, reconfigurando comportamentos ou estruturas vigentes (DACIN *et al.*, 2002; NORTH, 1990; DIMAGGIO, 1988). Nesta direção, esta nova vertente do institucionalismo investiga a criação de novas organizações que empreendem arranjos em campos institucionais existentes ou formulam novos campos organizacionais (AOKI, 2001; DIMAGGIO, 1991).

Para tanto, é necessária a compreensão de campo organizacional enquanto "[...] organizações que, em conjunto, constituem uma reconhecida área da vida institucional" (DIMAGGIO; POWELL, 1983, p. 148). Estudos anteriores observaram que a emergência destes novos campos são processos complexos para os empreendedores institucionais, envolvendo considerável nível de articulação, busca de apoio e recursos, negociação e resolução de conflitos (DIMAGGIO, 1988; GREENWOOD *et al.*, 2002).

As mudanças registradas no mercado a partir da música baiana massiva contemporânea podem ser analisadas a partir do empreendedorismo institucional, regra geral, porque esta abordagem enfatiza, em suas análises, como o processo organizacional e instituições são desenvolvidos a partir de forças criativas e empreendedoras, diferenciando o empreendedor institucional dos outros atores do campo, via abordagem da psicologia cognitiva, mas, também, do empreendedor como ator reflexivo e crítico.

2. REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO: INSTITUCIONALISMO E EMPREENDEDORISMO INSTITUCIONAL

Compreendendo a relevância da música massiva baiana contemporânea no amplo e competitivo mercado musical nacional e internacional, assim como a dinamicidade presente na atual indústria da música, ainda procurando assimilar as mais recentes transformações tecnológicas oportunizadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação – TICs -, buscar-se-à, neste capítulo, a apresentação e discussão do referencial teórico que embasa a análise do objeto de estudo.

A teoria selecionada possibilita a compreensão da relevância da gestão da obra como estratégia de negócio para o mercado da música na Bahia, a partir da base autor, editor (empresário) e artista/autor/editor, evidenciando as estratégias mercadológicas circunscritas a este campo da produção musical. Como objetivos específicos, a identificação do surgimento da atividade de gestão da obra musical no Estado, numa perspectiva histórica e circunstanciada; analisar o processo de profissionalização das editoras musicais na Bahia, assim como conhecer as atividades, estruturas e estratégias relacionadas à administração da obra.

Para esta tese, a corrente teórica selecionada é o institucionalismo e uma de suas vertentes e desdobramentos mais recentes: o empreendedorismo institucional. A escolha desta teoria procurou não seguir parâmetros cronológicos, mas de adequação e aplicabilidade ao objeto de estudo. A teoria institucional, ou institucionalismo, em toda sua diversidade de correntes, é uma evidente contraposição ao modelo de interpretação funcionalista e positivista das organizações, onde o foco centrava-se nas disposições técnicas das dinâmicas gerenciais e produtivas.

No institucionalismo, agregam-se elementos da sociologia, da história e da antropologia, entre outros, de modo a introduzir nos estudos e análises, aspectos culturais e relacionais da ação humana, tais como os valores compartilhados, a legitimidade, comportamentos isomórficos, relações inter e intra-organizacionais, os contextos simbólicos, ambiente organizacional, atores do campo, e o próprio campo, como fenômeno social, em suas diversas fases e dimensões de análise.

Desde já, a presente investigação procura o diálogo entre algumas teorias pertinentes ao objeto, mas concentrando maiores aportes no campo teórico do institucionalismo e do empreendedorismo institucional, uma vez que as lentes estão direcionadas para organizações culturais de uma Bahia contemporânea, que procura dialogar e inscrever seus discursos entre a tradição e a modernidade.

Esta seção procurou ainda operar com teorias pertinentes às recentes transformações no campo da inovação e do desenvolvimento tecnológico que impactaram profunda e diretamente na cadeia produtiva e mercado das artes, em especial, da música.

2.1 A TEORIA INSTITUCIONAL

Até o final da década de 1940, as organizações não eram analisadas como fenômenos sociais isolados e distintos. Historicamente, é a partir do trabalho de Robert Merton e seus discípulos, que as organizações passam a ser reconhecidas pelos sociólogos americanos como objetos de estudo com maior grau de complexidade, realçando a necessidade de diferenciação nas investigações.

Segundo Tolbert e Zucker (1999), ao estudar as organizações, o objetivo inicial de Robert Merton era marcado por uma preocupação com o teste e o empirismo acerca da teoria funcionalista, uma vez que compreendidas como microcosmos, as organizações oportunizavam pesquisas comparativas com a aplicação dos princípios desta corrente teórica. Em linhas gerais, dentre os avanços de Merton e seus discípulos, destaque para a relevância da dinâmica da mudança social, até então, segundo os críticos, pouco atendida pelos funcionalistas.

A Teoria institucional tem como precursor Philip Selznick, um dos discípulos de Robert Merton, e surge no final da primeira metade do século XX, seguido por estudos de Meyer, Meyer e Rowan, DiMaggio e Powell, Scott, Tolbert e Zucker, entre outros (SCOTT, 1987; FACHIN; MENDONÇA, 2003; CARVALHO; VIEIRA, 2003; VIEIRA; PAULA, 2007).

A partir da década de 1950, acrescentaram-se aos estudos empíricos realizados no campo das organizações - lentes direcionadas para os elementos estruturais e comportamentais -, as contribuições da perspectiva institucional, onde Philip Selznick, ao desafiar a concepção tradicional baseada em modelagens racionais e preditivas,

introduz as premissas do institucionalismo, operando as instituições como variáveis independentes e a organização como, também, expressão de valores socioculturais, destacando sua relação com o ambiente.

Não raro, é possível afirmar que a abordagem institucional tem sido eficiente ao ofertar explicações aos processos e relações sociais em que se destacam os valores, ações e padrões construídos e legitimados a partir das relações entre os diversos atores organizacionais. Neste sentido, o institucionalismo tem sido compreendido como “como o processo pelo qual organizações e procedimentos adquirem valor e estabilidade” (HUNTINGTON, 1968, p. 12). Assim, ambientes institucionalizados ofertam comportamentos mais estáveis, consolidados, previsíveis, reduzindo custos e incertezas nas relações entre os atores.

2.1.1 A institucionalização

O conceito de instituição é referencial e fundamental para a compreensão da teoria institucional. Autores como Meyer, Boli e Thomas (1994) compreendem as instituições como regulação ou regras coletivas que passam a dar significado coletivo e valor a determinadas atividades e organizações particulares, referenciando-as junto a esquemas de maior tamanho e complexidade.

Meyer, Boli e Thomas (1994, p. 10) advogam que institucionalização é o “processo pelo qual um dado conjunto de unidades e padrões de atividade vem a ser normativa e cognitivamente possuído num local, e praticamente considerado como legítimo”. Nesta compreensão, a estabilidade se torna uma das questões centrais dos institucionalistas. Sendo assim, a institucionalização é considerada um processo ligado a critérios como necessidade de sobrevivência, reconhecimento e de adaptabilidade aos interesses que existem em seu ambiente (FACHIN; MENDONÇA, 2003; SELZNICK, 1996).

Para Selznick, a institucionalização corresponde à dinâmica em que as estruturas se tornam “impregnadas para além dos requisitos técnicos da tarefa” (1957, p. 71), reforçando, desta forma, a perspectiva institucional que contempla as instituições e processos organizacionais legitimados como exemplos de sistemas e contextos socioambientais reagentes (SCOTT, 1991).

A teoria institucional elenca diversas contribuições aos estudos e teorias organizacionais, com destaque para a influência do ambiente, ao colocar elementos

como legitimidade e isomorfismo como fatores indispensáveis para a sobrevivência da organização. Deste modo, a compreensão do conceito de ambiente organizacional é ampliada, passando a incorporar, também, além do suprimento de recursos, objetivo de produção e rendimento, os elementos simbólicos pertencentes aos integrantes da organização.

Ainda acerca das contribuições, como já foi mencionado, o institucionalismo representa, ainda, visão alternativa à compreensão da ação social formulada apenas por escolhas a partir de critérios racionais, simbolizando a ruptura acerca da compreensão das organizações como organismos técnicos, racionalmente voltados para determinadas e exclusivas finalidades.

Sendo assim, opera com o sentido de organização como fenômeno resultante da construção social e coletiva, onde se conjugam intencionalidades, planejamentos, racionalidades, metas e objetivos, mas, também, é fruto das interações e construções socioculturais e políticas, integrando processos simbólicos e cognitivos que se institucionalizam e não se encontram restritos ao universo econômico, operacional, utilitarista e funcional (SELZNICK, 1996; DIMAGGIO; POWELL, 1983).

A partir de estudos fenomenológicos, é possível compreender a institucionalização como um processo crucial para a sobrevivência e manutenção de organizações. A instituição é “uma tipificação recíproca de atos habitualizados por tipos de atores” (BERGER; LUCKMANN, 1967, p. 54). Ação habitualizada, neste sentido, sugere comportamentos desenvolvidos, e seguidos, a partir do empírico, visando à resolução de problemas e a expansão das atividades. Definições compartilhadas que se habitualizam ou se generalizam. Zucker (1977) identificou este fenômeno como “objetificação”, e o qualifica com imprescindível ao processo de institucionalização.

Berger e Luckmann (*Ibid.*, p. 55) trabalham, ainda, apresentando e inserindo um novo elemento da institucionalização: a exterioridade. Exterioridade seria o grau em que as generalizações são percebidas e vivenciadas a partir de realidades próprias, sendo, ainda, elemento fundamental no processo de difusão e sedimentação das tipificações e institucionalização aos novos indivíduos. Zucker (1977) demonstrou a relação causal existente entre exterioridade e institucionalização, oferecendo argumentos acerca da conformidade de determinados indivíduos em relação ao comportamento de outros.

2.1.2 A legitimidade

Amplamente estudada pelos institucionalistas, a legitimidade é a compreensão de que os ambientes institucionais pressionam as organizações, justificando suas ações, estimulando-as a desenvolver a legitimidade por meio da acomodação com as estruturas institucionais referenciais e preponderantes (SCOTT, 1995). A acomodação das organizações com os critérios socialmente construídos constitui-se, desta forma, uma demanda de sobrevivência para as organizações (MEYER; ROWAN, 1991; MACHADO-DA-SILVA; FONSECA, 1996).

Nesta direção, acerca da legitimidade institucional relacionada ao ambiente, às crenças e valores, a partir dos sociólogos institucionalistas, pode-se afirmar, conforme Machado-da-Silva e Fonseca:

De acordo com os institucionalistas, as organizações estão inseridas em um ambiente constituído de regras, crenças e valores, criados e consolidados por meio da interação social. Nesse sentido, a sua sobrevivência depende da capacidade de atendimento a orientações coletivamente compartilhadas, cuja permanente sustentação contribui para o êxito das estratégias implementadas e, por conseguinte, para o pleno funcionamento interno. Assim, diante das mesmas prescrições ambientais, as organizações também competem pelo alcance da legitimidade institucional, o que torna suas práticas cada vez mais homogêneas, ou isomórficas. (1996, p. 213).

De ordem regulativa, normativa ou cognitiva, as pressões que integram as estruturas institucionais são aceitas no campo organizacional, pois estabelecem os princípios para a legitimidade das ações. Tais pressões, segundo os institucionalistas, são definidas e constantemente (re)elaboradas a partir da ação e interação entre os atores do campo.

Nesta abordagem, ampliar o grau de legitimidade das organizações no campo, aumentando suas perspectivas de sobrevivência e desenvolvimento, estaria diretamente relacionado à incorporação de práticas e procedimentos preponderantes e institucionalizados na sociedade (MEYER; ROWAN, 1977). A evidência empírica aliada aos esforços teóricos empreendidos corrobora no sentido de atribuir à estrutura uma legitimidade cognitiva e normativa.

2.1.3 O Isomorfismo

De acordo com a Abordagem institucional, as organizações são pressionadas pelo ambiente, com o objetivo de se tornarem mais homogêneas. Segundo DiMaggio e

Powell (1983), o conceito mais apropriado a este fenômeno – homogeneização – é denominado isomorfismo, e pode ser compreendido como um processo em que as organizações seriam forçadas a ajustes e adaptações às características e condicionantes do ambiente. Os autores apresentam idéias pertinentes acerca do processo crescente de isomorfismo das organizações, como consequência da racionalidade excessiva empregada na gestão destas.

Numa perspectiva histórica, elaboraram um relevante panorama dos (novos) fatores contributivos para a homogeneização organizacional. Se antes, a burocratização e o espírito positivista/racionalista dominavam, os autores demonstram que a este binômio, logo podem ser acrescentados demais vertentes, como a própria estruturação dos campos organizacionais. Ou seja, à medida que avançam, se desenvolvem, perdem – ou declina-se - a inicial diversidade organizacional. E, ao se estruturarem, os campos organizacionais logo adquirem mutações que desembocam no isomorfismo, onde as organizações assumem características comuns.

As pressões ambientais seriam provenientes de demandas como competitividade técnica e demandas institucionais (DIMAGGIO; POWELL, 1983). A primeira, objetivando eficiência, pressiona as organizações na racionalização das atividades. Ou seja, sustentam como a racionalidade sistêmica que enfatiza o mercado, a competição, os nichos e as medidas de adequação. A segunda demanda, de ordem institucional, exige que as organizações agreguem aspectos institucionalizados na sociedade, resguardando, desta forma, a promoção e a legitimação às suas ações. A racionalidade sistêmica motivada pelas outras próprias organizações e seus comportamentos no mercado.

Estes autores registraram os princípios básicos do isomorfismo, a partir do desenvolvimento de uma tipologia analítica que representa três distintas noções de isomorfismo: coercitivo, mimético e normativo. Para DiMaggio e Powell (1983), o “isomorfismo coercitivo” revela as pressões formais e informais que organizações exercem sobre as que delas dependem, sem excluir, nesta compreensão, as diversas pressões advindas de expectativas e comportamentos culturais, e as outras formas – menos explícitas – do isomorfismo coercitivo, acerca de determinadas práticas organizacionais.

Para os autores, o “isomorfismo coercitivo” é derivado a partir das “influências políticas e do problema da legitimidade”. As pressões podem ser entendidas e explicitadas através da coerção, persuasão ou conluio.

Para “isomorfismo mimético”, os autores entendem que é aquele que, derivando da incerteza, gera a imitação.

Quando as tecnologias organizacionais são insuficientemente compreendidas (March e Olsen, 1976), quando as metas são ambíguas ou o ambiente cria uma incerteza simbólica, as organizações podem vir a tomar outras organizações como modelo. As vantagens do comportamento mimético, em termos de economia de ações humanas, são consideráveis (DIMAGGIO; POWELL, 2005, p.78).

Para os autores, parte considerável das organizações só tende a considerar como modelo aquelas outras organizações que elas percebem legítimas – mais antigas; detentora de sucesso; respaldo. Citam, coerentemente, alguns exemplos e autores que corroboram com tais afirmativas acerca do “isomorfismo mimético”. Dentre os exemplos, destaque para as nações emergentes e seus parâmetros administrativos em nações mais antigas e “consolidadas”.

Neste sentido, o isomorfismo mimético refere-se à imitação comportamental ou estratégias organizacionais, normalmente ocorrendo diante das complexidades e incertezas ambientais.

Para isomorfismo normativo, entendem os autores, aquele derivado da profissionalização e do surgimento das categorias profissionais e suas fontes de legitimação, como as Universidades, centros técnicos, associações corporativistas, entre outras. À medida que se profissionalizam as pessoas, evolui o processo de isomorfismo normativo das instituições, uma vez que, segundo os autores, estes mecanismos possuem convergências nas orientações, homogeneizando ainda mais o mercado e as instituições. Segundo os autores, é possível utilizar os dois quadros abaixo, desde que compreendendo as exceções que as evidências empíricas possam apresentar no campo.

Hipótese	Conteúdo	Isomorfismo
A-1	Quanto maior o grau de dependência de uma organização em relação à outra, mais similar ela se tornará a essa organização em termos de estrutura, ambiente e foco comportamental.	Coercitivo
A-2	Quanto mais centralizado o fornecimento de recursos para a organização A, maior é a possibilidade de a organização A se transformar isomorficamente para se assemelhar às organizações de cujos recursos depende.	Coercitivo
A-3	Quanto mais incerto o relacionamento entre meios e fins, maior a probabilidade de a organização moldar-se em outras organizações que considera bem-sucedidas.	Mimético
A-4	Quanto mais ambíguas as metas de uma organização, maior o grau em que esta se moldará a outras organizações que considera bem-sucedidas.	Mimético
A-5	Quanto maior a confiança em credenciais acadêmicas para a escolha de pessoal gerencial e funcional, maior o grau em que a organização se tornará mais semelhante a outras em seu campo.	Normativos
A-6	Quanto maior a participação de gestores organizacionais em associações de comércio e profissionais, maior a probabilidade de a organização ser, ou se tornar, semelhante a outras organizações em seu campo.	Normativo

Fonte: DIMAGGIO; POWELL (2005, p.81)

A partir das hipóteses apresentadas pelos autores, pode-se produzir o quadro abaixo³:

Hipótese	Conteúdo	Isomorfismo
B-1	Quanto mais um campo organizacional depende de uma única fonte (ou muitas fontes, mas similares) de fornecimento de recursos vitais, maior o nível de isomorfismo.	Coercitivo
B-2	Quanto mais as organizações em um campo interagem com as agências governamentais, maior o grau de isomorfismo no campo como um todo.	Coercitivo
B-3	Quanto menor o número de alternativas visíveis de modelos organizacionais em um campo, maior a taxa de isomorfismo nesse campo.	Mimético
B-4	Quanto mais incertas são as tecnologias ou ambíguas as metas de um campo, maior a taxa de mudança isomórfica.	Mimético
B-5	Quanto maior o grau de profissionalização de um campo, maior a quantidade de mudanças isomórficas institucionais.	Normativo
B-6	Quanto maior o grau de estruturação de um campo, maior o grau de isomorfismo.	Normativo

Fonte: Ibid., p. 82.

A tipologia apresentada por DiMaggio e Powell (1983) registra semelhanças consideráveis com as idéias apresentadas por Scott (2001), também sob três pilares: regulativo, normativo e cultural-cognitivo. No quadro abaixo, tal relação se evidencia, à medida que deixa transparecer as pressões ambientais.

³ DiMaggio e Powell (2005) se limitaram a traçar estes dois quadros, sem maiores e minuciosas explicações acerca de índices de mensuração da homogeneidade institucional e do campo. Entretanto, registraram a necessidade de distinção e semelhanças organizacionais, apesar dos processos de racionalização coletiva.

Quadro 1 – Três pilares institucionais

PILARES	Regulativo	Normativo	Cultural-cognitivo
Base de conformidade	Obdiência	Obrigação social	Dada como certa
Mecanismos	Regras reguladoras	Expectativas esperadas	Esquema constituído
Lógica	Coerção	Normatização	Mimetismo
Indicadores	Regras, leis e sanções.	Certificação e credibilidade	Crenças comuns, lógicas de a�o compartilhadas
Base de legitimidade	Legalmente sancionado	Moralmente governado	Culturalmente sustentado, compreensível e reconhecível

Fonte: SCOTT (2001, p.52)

Ressalta-se, desde já, que apesar da atua o das forças isomórficas que pressionam as organiza es para a homogeneiza o, não significa que elas estejam atadas quanto   sua capacidade de a o. Ou seja, “por mais que forças isomórficas pressionem no sentido da homogeneiza o da estrutura e a o organizacional dentro de um mesmo nicho, sempre haverá diversidade em virtude da especificidade dos esquemas interpretativos” (MACHADO-DA-SILVA; FONSECA; FERNANDES, 1999, p. 111).

2.1.4 Poder e teoria institucional

No campo da investiga o dos fenômenos sociais, a questão do poder   emblemática em diversos estudos. Da sociologia, passando pela psicologia e chegando aos estudos organizacionais, a dimensão do poder se constitui relevante e central (MINTZBERG, 1990).

Na Teoria institucional, o poder vem sendo investigado implícita ou explicitamente. Com os primeiros institucionalistas, o poder aparece explicitamente, entretanto, no neoinstitucionalismo   um dos pontos de menor desenvolvimento. Em se tratando de sua relevância na compreensão dos processos de institucionaliza o em dinâmicas sociais distintas, a investiga o das rela es de poder nos estudos Institucionalistas   necessária, pois reitera a dinamicidade e instabilidade presentes em diferentes esferas - sociedade, ambiente ou campo organizacional.

Nos estudos organizacionais, há uma considerável variação das concepções de poder. Dentre elas, destaque para uma classificação frequente: poder simétrico ou assimétrico, mas, também é possível investigar o poder a partir da ausência e presença de outro relevante elemento: o conflito (VIEIRA; MISOCZKY, 2003). Para estes autores, nos estudos organizacionais, o poder sem conflito contempla abordagens onde o poder é fenômeno resultante do próprio sistema social, onde as necessidades dos indivíduos estariam iguais e equivalentes às de seu grupo social. Nesta direção, o poder encontrar-se-ia num plano de compreensão macro, no campo da sociedade, além do reconhecimento da autoridade para a sociedade.

Para Weber (1979, p. 43), “[...] poder significa a probabilidade de impor a própria vontade, dentro de uma relação social, ainda contra toda a resistência e qualquer que seja o fundamento desta probabilidade”. Nesta concepção weberiana, o ator deve encontrar meios para que o outro seja sensibilizado e induzido a desenvolver o necessário para a consecução do objetivo. Neste processo, estariam implícitos, os sentidos de autoridade e legitimidade. Parsons (1960) acredita que esta visão de poder sobre os outros é reducionista quanto à compreensão dos fenômenos, e defende que o poder também é um elemento capacitador da ação social, construído socialmente, assim como construto disseminado e legitimado por outros atores.

Nesta concepção *parsoniana*, o ator é um produto do sistema social, sendo o poder o elemento que o potencializa e o habilita em sua caracterização como agente das transformações⁴. Ainda nesta visão, o poder deriva da autoridade - esta enquanto aceitação institucionalizada - legitimidade -, onde os líderes passam a ter direitos, e, dentre eles, o apoio dos outros atores sociais. Giddens (1989), seguido de Vieira e Misoczky (2003) operam com o sentido da centralidade do agente e da agência - esta última, diretamente relacionada à capacidade de realização e alcance de objetivos. Para estes autores, a capacidade de ação diferenciada, distinção social, também se configura, não raro, como exercício de poder, mas um poder que não pode ser empreendido como fator restritivo da liberdade e emancipação.

Foucault (1979) amplia as investigações acerca do poder e sua apropriação pelo Estado, originando o poder disciplinar e de padronização das subjetividades com o objetivo do bem comum. Para este autor, há uma onipresença do poder na sociedade,

⁴ Neste estudo, compreende-se agência como protagonismo e capacidade para realização de algo, explicitando a convergência com Giddens (1989), acerca da imbricação inevitável entre o agente e o poder.

um poder não intencional dos atores que ressalta a invisibilidade da disseminação de normas e ditames para o corpo, assegurando a submissão e o controle comportamental. Nesta concepção, os indivíduos “[...] não são apenas seus alvos inertes e consentidos, eles são sempre os elementos de sua articulação. Em outras palavras, os indivíduos são veículos de poder” (FOUCAULT, 1983, p. 308).

Acerca do poder com e como conflito, Viera e Misoczky (2003, p. 53) alertam para a diferenciação “entre poder real e poder potencial”, ressaltando a possibilidade do poder como elemento utilizado de forma relacional, e, portanto, não cabendo descrições ou prescrições. Tal definição faz emergir o conceito de “recursos de poder” e sua aplicabilidade ao próprio exercício deste (VIEIRA; MISOCZKY, 2003, p. 54).

Numa perspectiva contrária à Foucault, Clegg (1989) amplia a discussão compreendendo também a tendência ao desafio às regras por parte dos atores na sociedade, fato que possibilita as transformações sociais. Nesta visão dialética, os mecanismos de controle existem e funcionam, mas também propiciam, através do desafio às regras apresentadas no campo, o conflito e as reconfigurações na sociedade.

Para Bourdieu (1996), o poder se articula a partir da articulação entre as estruturas objetivas e as estruturas incorporadas. A primeira remete aos campos sociais, enquanto a segunda menciona a noção de *habitus*. Em outras palavras, o poder é exercido dialeticamente entre as estruturas mentais e sociais. Segundo Bourdieu (1989), as relações de poder corroboram com a estruturação da sociedade, e embasam a disputa dos atores por capitais que os ajudariam na permanência ou manutenção da sua posição ou estruturação social no campo.

2.1.5 O campo

O campo organizacional é um elemento central para a Teoria institucional. Pode ser compreendido como um grupo de organizações que formam uma determinada área reconhecida de vida institucional, onde são compartilhados os valores, as normas e os demais significados comuns (SCOTT, 1991). Os autores que mais se destacam acerca do campo como unidade de análise, são DiMaggio, Scott e Bourdieu.

Scott (1995) define campo organizacional como o nível de maior significância para o institucionalismo, defendendo que a identificação dos campos organizacionais tem contribuído para a análise das relações organizacionais internas e externas, assim

como corrobora na compreensão dos aspectos culturais, políticos e técnicos inseridos nos processos relacionais destas.

DiMaggio e Powell (2005, p. 76) conceituam campo organizacional como:

“(...) aquelas organizações que, em conjunto, constituem uma área reconhecida da vida institucional: fornecedores-chave, consumidores de recursos e produtos, agências regulatórias e outras organizações que produzam serviços e produtos similares” (2005, p. 76).

A coerência e pertinência das idéias dos autores merecem maior destaque quando se referem ao campo por sua abrangência – conectividade e equivalência estrutural. Para conectividade, entendem os autores como “a existência de transações que vinculam as organizações umas às outras”. Para “equivalência estrutural”, a similaridade de vínculos estruturantes com os “mesmos grupos de outras organizações”.

Para DiMaggio e Powell (1983, p. 148) o campo organizacional só pode ser considerado se houver legitimação empírica e com definições institucionais. Para tal, os autores afirmam que são necessários quatro elementos para a sua estruturação:

- a) um aumento na amplitude da interação entre as organizações no campo;
- b) o surgimento de estruturas de dominação e padrões de coalizões interorganizacionais claramente definidos;
- c) um aumento na carga de informação com a qual as organizações dentro de um campo devem lidar;
- d) o desenvolvimento de uma conscientização mútua entre os participantes de um grupo de organizações de que estão envolvidos em um negócio comum.

Nesta linha de raciocínio, ressaltam a necessidade de estudos pormenorizados do campo, uma vez que nem todo processo é facilmente e totalmente assimilado. Intentam, coerentemente, nos aportes da diversidade institucional. É no campo organizacional - onde estão situadas as organizações, os atores, as relações, entre outros - que também se registrará as disputas e os conflitos, e este não pode ser compreendido apenas por organizações de ordem econômica⁵.

Bourdieu (2003), em seu estruturalismo cognitivo⁶, opera com o conceito de campo a partir da configuração de relações entre atores posicionados com objetividade,

⁵ Atores relevantes do campo podem ter outros interesses que não se restringem ao fator econômico, tais como Igrejas, Sindicatos, ONG's, entre outras.

⁶ Construtivismo estrutural ou estruturalista construtivista é como o próprio Bourdieu define a sua abordagem que, brevemente, poderia ser entendida a partir do objetivo de superar a dicotomia existente

e que procuram impor e influenciar os outros, a partir da sua posição na estrutura social - dominação, subordinação, entre outros. O objetivo, para Bourdieu, está na posse e acesso aos benefícios que estão em jogo no campo, ou seja, este se configura como uma arena de disputa por legitimidade, onde estão os dominadores e os dominados.

Para autores como Everett (2002), a lógica de Bourdieu contém, implicitamente, o determinismo social, e prossegue sua crítica, identificando aproximações e fusões entre a noção bourdiniana de classe com a visão de Marx para classe social, e Weber e seu conceito de *status* de grupo. Para Warde (2004), a noção e *habitus* fornecida por Bourdieu é reducionista, pois não contempla a diversidade das atividades típicas possíveis no campo, e se expressa excessivamente estrutural.

2.1.5.1 A estruturação do campo

Convergentes com DiMaggio e Powell (1983) acerca da estruturação do campo a partir dos quatro elementos apontados acima, Phillips, Lawrence e Hardy (2000) trabalham com a estruturação de um campo a partir da relação direta de dependência do fator colaboração. Ressaltando os campos institucionais como fonte de regras, analisam o papel da colaboração e dos aspectos relacionais neste, propondo um modelo teórico a partir de quatro situações distintas, presentes na estruturação do campo. Para os autores, as regras, as relações de poder e os recursos dos atores em um determinado campo definem os processos de colaboração e, em paralelo, os próprios campos são reconfigurados pelos resultados desses processos. Em outras palavras, quanto maior a interação e colaboração entre os atores do campo, maior a possibilidade de reconfiguração e estruturação deste.

Para Machado-da-Silva *et al.* (2003), Giddens (2003) ainda que não faça menção a campo organizacional como unidade de análise ou mesmo conceito, é possível utilizá-lo em sua abordagem acerca de sistemas sociais e sua multiplicidade a partir da teoria da estruturação e da construção social da realidade de Berger e Luckmann (1967). Machado-da-Silva *et al.* (Ibid.), entretanto, alerta que compreender a estrutura como forma de reprodução de sistemas estruturais a partir dos atores pode ser útil, mas,

entre objetivismo e subjetivismo. Defende a análise sociológica a partir de dois momentos: o primeiro é a análise do espaço social, e a segunda é a própria noção de *habitus* – aqui compreendida, como a internalização ou institucionalização das estruturas e esquemas mentais na compreensão do mundo.

também, deve-se aceitar as inúmeras outras possibilidades de interação no campo que podem alterar, consideravelmente, a estruturação do mesmo.

Para estes autores, a realidade é construída da ação humana, via processo histórico de institucionalização de ações, regras, valores e crenças compartilhadas entre os atores, que passam a orientar os comportamentos individuais ou organizacionais.

De acordo com a teoria da estruturação, os atores sociais criam e seguem regras. A partir desta abordagem, agência é a capacidade do ator de protagonismo no mundo social, alterando regras ou provocando inúmeras e distintas (re)configurações. Para Giddens (1989) e Scott (2001), todos os atores possuem, em diversos níveis de análise, capacidade de agência, mas esta é de alta variabilidade entre os atores e as estruturas sociais.

No Brasil, os registros apontam para uma crescente utilização do campo como unidade de análise nos estudos organizacionais (VIEIRA; CARVALHO, 2003; GOULART *et al.* 2003; SIMÕES; VIEIRA, 2006; GOMES; VIEIRA, 2007).

Para autores como Vieira e Paula (2009), um campo além de possuir características próprias, historicamente, registra fases distintas em seu processo de estruturação. Para tanto compreendem quatro etapas: a) “campo em pré-formação”; b) “campo emergente”; c) “campo em expansão”; d) “campo institucionalizado” (VIEIRA; PAULA, 2009, p. 32).

Campo em pré-formação:

Fase inicial caracterizada pela atuação de um número reduzido de organizações isoladas e independentes.

Campo emergente

Fase marcada por sinais de concentração de organizações e algum inter-relacionamento entre estas.

Campo em expansão

Fase em que são cada vez mais consideráveis os enlaces inter-organizacionais e início da busca por valores convergentes e padronizados.

Campo institucionalizado

Fase marcada pelo alto nível de enlaces inter-organizacionais e valores comuns amplamente disseminados. Neste estágio, já se configura uma rede considerável de organizações e atores mantendo relações de interdependência, onde valores passam a ser compartilhados, assim como surgem disputas e conflitos. Também se registram as relações de poder a partir das organizações já legitimadas, com alto poder econômico e de conhecimento, que podem passar a exercer maior influência sobre outras. Desta forma, estariam influenciando também a própria estruturação do campo, reconhecendo o poder como variável relevante na compreensão deste processo (VIEIRA; PAULA, 2009, p. 32).

2.1.6 O neo-institucionalismo

O neo-institucionalismo, ou novo institucionalismo, já se configura como uma das mais relevantes abordagens teóricas das ciências sociais contemporâneas, seja no campo dos estudos organizacionais, da economia, ou no campo das políticas públicas, etc. Nesta abordagem, assim como no institucionalismo, prevalece a idéia de que as instituições influenciam o comportamento de atores sociais e vice-versa. Sua diferenciação do institucionalismo está na reunião da ampliação e surgimento de novos argumentos.

Sua origem remonta às décadas de 1970 e 1980, surgindo como uma tentativa de resgate do institucionalismo como abordagem teórica e empírica da ação social. Para autores como Hall e Taylor (2003), o neo-institucionalismo é uma tentativa de unificação das ciências sociais em torno do paradigma institucional que, inicialmente, não exclui os paradigmas anteriores, redesenhando-os a partir da concepção mediada entre as principais teorias sociais e a análise empírica. Desde a publicação emblemática de Hall e Taylor (1996), considera-se que o neo-institucionalismo possui pelo menos três abordagens: o institucionalismo histórico, o de escolha racional e o sociológico. Para estes autores, as influências teóricas do neo-institucionalismo podem ser encontradas na nova economia institucional, (WILLIAMSON, 1985; NORTH, 1981) e no behaviorismo⁷.

⁷ Para estes autores, poder-se-ia identificar uma quarta vertente: o neo-institucionalismo em Economia, mas tal possibilidade logo é descartada dada a sua proximidade ao institucionalismo da escolha racional e sua preferência pela estratégia, enquanto o neo-institucionalismo em Economia enfoca mais acentuadamente os direitos de propriedade, as rendas e a competitividade.

No campo das organizações, o institucionalismo e neo-institucionalismo são respostas contra os modelos de organização baseados em concepções utilitárias, positivistas e excessivamente racionais, e destacam as relações entre a organização, valorizando os aspectos culturais na formação dos campos organizacionais (CARVALHO; VIEIRA, 2003).

Para muitos autores, o neo-institucionalismo aponta suas lentes destacando a abordagem sociológica, e, não raro, opta por análises em ambientes mais amplos, onde se dá maior nível de interação, tais como setores industriais, profissões e entidades governamentais (DIMAGGIO; POWELL, 1991). Para Hall e Taylor (2003), o que vem prevalecendo é uma considerável confusão relacionada ao sentido e utilização do termo neo-institucionalismo, mas boa parte logo desaparece, quando se compreende a diversidade de abordagens deste.

O institucionalismo histórico desenvolveu-se como reação à análise da política em termos de grupos e da centralidade do estruturalismo-funcionalismo na ciência política nos anos 60 e 70. Seus adeptos procuram explicar situações políticas nacionais, particularizando o enfoque das discussões para a distribuição desigual do poder e dos recursos.

Para os teóricos do institucionalismo histórico, instituição pode ser compreendida como o conjunto de procedimentos, normas, regras, protocolos e convenções inerentes à estrutura organizacional da vida política ou da economia política (HALL; TAYLOR, 2003). Neste sentido, a instituição pode ser contemplada desde as regras constitucionais ou procedimentos recorrentes e necessários à organização e sua manutenção e funcionamento até às convenções que procuram orientar o comportamento dos diversos organismos da sociedade, tais como as empresas, os sindicatos, igrejas, entre outros.

Os teóricos do institucionalismo histórico são “defensores de uma causalidade social dependente da trajetória percorrida, *path dependent*, ao rejeitarem o postulado tradicional de que as mesmas forças ativas produzem em todo lugar os mesmos resultados” (*idem, ibidem*, 2003, p. 200), defendendo, ainda, a adaptabilidade das forças aos contextos local. As instituições, para esta abordagem, são elementos e registros historiográficos.

Para os teóricos, as quatro principais características do institucionalismo histórico, brevemente, são: a) conceituação pouco específica da relação entre as instituições e o comportamento individual; b) ênfase nas assimetrias de poder

associadas às instituições; c) registro do desenvolvimento institucional privilegiando as trajetórias, as situações críticas e suas imprevisibilidades; d) por fim, ajustam e combinam explicações acerca da contribuição das instituições aos fatos e situações políticas e o campo ideológico.

Acerca do institucionalismo da escolha racional, seu surgimento se dá a partir de estudos do comportamento no Congresso dos Estados Unidos, na tentativa de compreender um paradoxo ali existente e significativo: a existência de maiorias estáveis nas votações, independente dos mandatos, opiniões e diversidade das questões ali discutidas, votadas e aprovadas com notável regularidade.

A partir da década de 1990, os teóricos do institucionalismo da escolha racional passaram a investigar outros fenômenos políticos, como as coalizões entre os países, o desenvolvimento histórico das instituições políticas, ascensão ou decadência dos regimes internacionais, formato institucional dos órgãos internacionais, conflitos étnicos, e alguns processos de transição para a democracia (HALL; TAYLOR, 2003; PRZEWORSKI, 1991; GEDDES, 1994).

O institucionalismo da escolha racional, tal como os outros, abriga uma considerável diversidade de debates internos e variantes nas análises, mas procura manter aspectos convergentes na maioria das análises. Num primeiro momento, em linhas gerais, os seus teóricos abordam a questão comportamental dos atores e seus interesses acentuadamente utilitários, onde procuram maximizar a satisfação de suas escolhas e interesses, agindo estrategicamente a partir de um número considerável de cálculos.

O segundo, para os teóricos desta corrente, se refere à compreensão da vida política como um conjunto de dilemas do coletivo, decorrência da ausência de arranjos institucionais que priorizam o coletivo. Neste sentido, há possibilidade de satisfação para os dois lados, ou seja, para o que se denomina bem comum (HARDY *apud* HALL; TAYLOR, 2003)

Outra convergência é o aporte feito na ênfase acerca da interação estratégica nas situações políticas. Em outras palavras, o comportamento de um ator é determinado por cálculos estratégicos diretamente influenciados pelas expectativas no possível comportamento dos demais atores. Para estes autores, a explicação sobre a influência das instituições na ação individual se dá a partir de relações de troca, quando favorecem arranjos e interação, a partir da troca de informações ou vantagens outras que visam reduzir incertezas.

A última concordância é no que se refere à explicação da origem das instituições, a partir da noção de acordo entre os atores interessados, principalmente quando a existência e sobrevivência da empresa estiverem diretamente vinculadas a fatores como concorrência e competitividade.

Em outras palavras, o modelo organizacional se explica pelo modo como minimiza os seus custos de transação, produção e de influência no campo. Nesta lógica, por exemplo, as trocas são referências emblemáticas entre os membros do Congresso norte-americano, entre outras evidências empíricas assinaladas pelos teóricos desta abordagem (OSTROM, 1990).

O institucionalismo sociológico surgiu no fim dos anos 70, a partir de questionamentos acerca da visão tradicional relacionado ao mundo social e sua racionalidade de fins e meios e as esferas diretamente influenciadas por práticas culturais. Para os teóricos desta corrente, as formas e procedimentos deveriam ser consideradas como práticas culturais, distinguindo-se dos demais pelo veio e “enfoque culturalista” na compreensão das relações entre as instituições e a ação individual (HALL; TAYLOR, 2003).

Para Hall e Taylor (*ibidem*, p. 207):

Desde Max Weber, numerosos sociólogos consideraram as estruturas burocráticas que dominam o mundo moderno, sejam elas ministérios, empresas, escolas, grupos de interesse etc., como produto de um intenso esforço de elaboração de estruturas cada vez mais eficazes, destinadas a cumprir tarefas formais ligadas a essas organizações. [...] A cultura lhes parecia algo inteiramente diverso.

Contrários a esta visão, os teóricos desta abordagem começaram a defender e realçar os aspectos culturais presentes, ampliando a compreensão da análise sobre as formas e procedimentos institucionais utilizados pelas organizações modernas.

O institucionalismo sociológico aborda a legitimidade, entendendo tal processo como inerente à criação e sobrevivência das instituições, dentre suas abordagens, encontram-se a fenomenologia e a concepção epistemológica da sociologia interpretativa, onde

[...] Em muitos casos, as instituições estariam fornecendo os próprios termos por meio dos quais o sentido é atribuído à vida social. Isso significa que instituições não afetam apenas o cálculo estratégico de indivíduos, como os institucionalistas de escolha racional afirmam, mas também influenciam suas preferências mais básicas e mesmo a própria identidade. As auto-imagens e

identidades de atores sociais seriam constituídas de formas institucionais, imagens e sinais fornecidos pela vida social (*idem*, 1996, p. 949).

Nesta visão, os atores sociais interagem com a sociedade a partir de elementos instrumentais, mas também interpretativos. Em outras palavras, é possível afirmar que para os teóricos desta corrente, a definição de instituições deve ser ampliada, agregando às regras, procedimentos e normatizações, os sistemas simbólicos distintos, os esquemas cognitivos e os significados a que acompanham a ação humana. Tal ampliação rompe a dualidade instituições/Cultura, possibilitando relações dialógicas entre estas.

Para Hall e Taylor (2003), no campo sociológico, alguns Institucionalistas enfatizam a expansão do papel regulador do Estado moderno, fato que, passa a impor autoritariamente, inúmeras práticas às organizações. Numa outra perspectiva, DiMaggio e Powell (1983), ressaltam a profissionalização de diversas atividades estimulam grupos profissionais com legitimidade cultural suficiente para impor aos outros, normas e procedimentos.

Há ainda, os processos de institucionalização de ordem interativa e criativa, onde práticas comuns surgem de processos sistematizados de discussão e interpretação entre os atores de uma rede, oportunizada a partir de eventos, escolas e intercâmbios, sem, contudo negligenciarem registros e a possibilidade de existência de relações hierarquizadas existentes nestes.

2.1.7 A nova economia institucional – NEI

A nova economia institucional – NEI - envolve conceitos e investigações teóricas iniciadas em meados da década de 1960, tais como instituições, Direitos de Propriedade, Custos de Transação e Performance Econômica, entre outros. Seus principais expoentes são Ronald Coase, Oliver Williamson e Douglass North. Possui considerável interface com as áreas do Direito, Administração e Economia. Para muitos autores, o seu surgimento se dá a partir do artigo de Ronald Coase, de 1937, *The Nature of the Firm*⁸.

⁸ Para Ronald Coase, neste artigo, as investigações à época existentes sobre as organizações e os mercados eram insatisfatórios do ponto de vista teórico. Neste trabalho, ele aborda dois eixos fundamentais: primeiro, o foco não deveria estar centrado na tecnologia, mas nas transações e seus custos; e, por segundo, a incerteza e a racionalidade limitada são elementos estruturantes nas análises dos custos de transação. A empresa, para Coase, deveria se preocupar com sua função de minimizar os custos de transação através do mecanismo de preços e da aquisição e utilização de contratos completos – na

Em linhas gerais, a nova economia institucional tem sua investigação desenvolvida, principalmente, em aspectos microeconômicos, enfatizando uma abordagem não convencional, em que são centrais a economia dos direitos de propriedade, a história econômica, os sistemas comparativos e a organização industrial.

Os autores desta corrente centram suas análises nas “transações”, redefinindo as noções de mercados e hierarquias (WILLIANSOM, 1995), e ampliando as preocupações com a diversidade estrutural do mercado e das organizações que o constituem. Para os teóricos da NEI, três fatores convergentes devem ser destacados: a) as transações e seus custos definem diferenciadas formas institucionais; b) a tecnologia é relevante, mas não estruturante da mesma; c) as “falhas de mercado” são centrais à análise (WILLIANSOM, 1991a, p. 18), ressaltando a relevância da hierarquia nesta corrente teórica.

Dentre os objetivos da NEI, estão os estudos acerca do custo das transações como potencializador de modelos organizacionais alternativos, sendo a transação - entre instituições formais e informais⁹ - a unidade de análise fundamental, onde se processam as negociações que também envolvem os direitos de propriedade.

2.1.7.1 Direitos de Propriedade

Direitos de propriedade é a parte conceitual da nova economia institucional profundamente influenciada pelo campo jurídico na determinação e garantia da utilização dos recursos. São os direitos e prerrogativas que proprietários de recursos possuem sobre o mesmo, podendo, ainda, a venda do recurso, transferência parcial ou definitiva, concessão de exclusividade, heranças e disposições testamentárias, entre outros.

O Estado possui o papel de assegurar os direitos de propriedade, em três sentidos: a) definição das leis a cargo do poder legislativo; b) o papel de interpretar, a cargo do poder judiciário; c) poder coercivo do Estado visando o cumprimento e

utilização de contratos incompletos, não raro, estariam implícitas a incerteza e a possibilidade de elevação dos custos de negociação.

⁹ Instituições formais seriam as normas e leis da sociedade. As informais seriam aquelas constituídas pelas *tradições* e *costumes* da sociedade, sendo a *religião* uma das mais importantes. Instituições informais influenciam instituições formais, via direito consuetudinário. Numa outra perspectiva, as formais interagem informais, vide as leis que são criadas para impor costumes e comportamentos.

respeito da lei, da ordem e do Estado de direito, a cargo da polícia (ALSTON; MUELLER, 2003).

Deve-se salientar que a defesa dos direitos de propriedade envolve custos, além de não se configurarem como contestável em diversos momentos por profissionais do campo jurídico, principalmente. Neste sentido, os agentes econômicos não possuem garantias de exclusividade no uso de recursos. Some-se a este fato, ainda, o *free-rider*¹⁰.

Neste sentido, os direitos de propriedade fixam os custos de transação e custos de transformação, onde parcela considerável dos economistas investiga formas eficientes de produção de bens e recursos. Como se pode perceber, direitos de propriedade são definidos por instituições (formais e informais), e sua relevância está, principalmente, em sua capacidade de determinação do uso de recursos (ALSTON; MUELLER, 2003).

Para Demsetz (1967), é necessário compreender que a ocorrência de qualquer transação no mercado significa que direitos de propriedade também foram transacionados. Uma das funções dos direitos de propriedade é de instrumentalizar atores e sociedade, colaborando com os indivíduos em suas expectativas de interação com os demais.

Há outra necessidade ainda na definição de direitos de propriedade quanto a alocação de recursos, no sentido de definição de quem deve pagar para quem para a possibilidade de uso de determinado recurso. Segundo Demsetz (*Ibid.*, p.347), “definir quem deve pagar para quem para modificar as ações tomadas pelas pessoas”. Esta questão evoca o conceito de externalidade, uma vez que permite entender os custos de internalização e a responsabilidade dos custos deste processo.

Ainda segundo Demsetz (1967), descartando o acaso, a sistematização da utilização dos direitos em uma dada sociedade é resultante do resultado de um processo que almeja a eficiência. No campo organizacional, a firma é um excelente ambiente para o conceito de direitos de propriedade, principalmente, a partir da abordagem de

¹⁰ O “carona”, como símbolo do comportamento oportunista. Por outro lado, a exclusividade do recurso, não raro, garante investimento sobre o recurso. Exemplo emblemático é o de oferta de serviços públicos essenciais à vida humana – água e energia, como modelo - e suas redes físicas de distribuição de água. A concessão do serviço envolve exclusividade, pois exige investimento na criação, ampliação e manutenção do recurso. Para autores como Alston e Mueller (2003), outros elementos devem estar no jogo, como, por exemplo, uma sistemática consolidada de oferta de crédito que assegure investimento para novos entrantes.

Coase, onde a firma é compreendida um conjunto complexo de contratos que são utilizados para definir regras de trocas de direitos entre determinados agentes.

Neste sentido, as atividades produtivas podem ser consideradas como forças resultantes de um conjunto específico de trocas de bens e serviços que, por sua vez, logo permitem a produção de novos bens, serviços e necessidades. A complexa organização destas atividades num ambiente coordenador – firma -, para Coase se tratava de uma resposta minimizadora dos custos de transação diretamente relacionados aos instrumentos jurídicos normativos - contratos.

Neste capítulo, procurando atender e convergir com o objetivo da investigação, serão apresentadas e discutidas três possibilidades de constituição proprietária das firmas: individual, parcerias ou sociedade de ações¹¹.

A firma individual identifica o proprietário como o responsável pelo acompanhamento dos elementos presentes no processo de produção. Está associada à definição dos direitos de propriedade sobre os resultados da produção, oportunizando salários para os trabalhadores e o excedente ao proprietário. O risco está direcionado, com maior grau de especificidade, ao proprietário. São estruturas de produção de menor complexidade que Williamson (1975) define como unidivisionais. As parcerias como uma solução para o alto risco de perdas.

Parcerias ou sociedades podem ser compreendidas como extensão da firma individual, onde poucos indivíduos dividirão riscos, resíduos e oportunidades associadas à atividade produtiva. Caracteriza, não raro, pela divisão interna de atividades, o que possibilita o surgimento de especialização entre os sócios.

As sociedades por ações, sob a ótica da economia dos custos de transação, são formas mais complexas de associações e parcerias que possibilitam operações também mais complexas, como por exemplo, o acesso ao crédito e financiamentos. Incorpora em suas constituições a responsabilidade limitada, variável ao valor do capital participado de cada acionista, possibilitando a não participação de determinado sócio ou participante na gestão da empresa. Para autores como Jensen e Meckling (1976), é deste fato que surge a distinção conceitual e empírica entre propriedade e controle.

¹¹ Não cabe ao escopo desta investigação e trabalho visibilizar, pormenorizadamente, os aspectos jurídicos deste assunto, mas uma breve análise do assunto e suas possibilidades relacionais com a Nova Economia Institucional.

2.1.7.2 Economia dos Custos de Transação

A Economia dos Custos de Transação (ECT) investiga o custo das transações na abordagem institucionalista, a partir da transação como unidade de análise fundamental. Sob esta análise, os custos são referenciais na sistematização dos preços e nas relações contratuais entre as organizações, assim como as transações ocorrem em um ambiente estruturado institucionalmente, realçando as interferências destas nos custos de transação (FURUBOTN; RICHTER, 1991).

Destacam-se dois pressupostos comportamentais fundamentais para a compreensão da ECT: a racionalidade limitada e oportunismo. Williamson (1993), conceitua racionalidade limitada como atrelada à competência cognitiva limitada na recepção, operacionalização e processamento das informações.

O conceito de racionalidade limitada oportuniza compreender a importância dos aspectos *ex-post*, característicos das relações contratuais, onde se verifica, principalmente para autores como Williamson (1985), a incompletude dos contratos frente aos sistemas complexos. Neste sentido, não negligencia o pressuposto neo-clássico do comportamento racional dos agentes econômicos, e evidencia diferenças e distância entre a intencionalidade e a capacidade de concretização total desta.

O segundo fator relevante é a análise do comportamento oportunístico praticado por alguns agentes econômicos. Considerando o oportunismo como variável existente, e procurando não generalizar este comportamento a todos os agentes, reitera a necessidade de inserção dos custos de acompanhamento e monitoramento dos contratos que, por sua vez, devem conter dispositivos em se tratando de situações de dependência unilateral ou monopólios. Em outras palavras, a impossibilidade de operacionalidade a partir de contratos completos exige a necessidade de contínuas negociações *ex-post*, que envolvem custos. Para Williamson (1985), oportunismo é a busca do auto-interesse com ambição e notável avidez.

Vale ressaltar que, sob esta ótica, que a associação a custos é relevante, mas não é o fator exclusivo. Valores como confiança, tradição, relações familiares, entre outros, podem ser incorporados nas análises como elementos que restringem ações oportunísticas, reduzindo, consideravelmente, o monitoramento de tais comportamentos e contratos.

Para a ECT, os contratos são incompletos por conta da racionalidade limitada dos agentes, e o que potencializa conflitos e problemas é a possibilidade da ação

oportunistica. Além destes fatores, a ocorrência de transações via relações contratuais caracteriza-se por três relevantes variáveis: frequência, risco e especificidade dos ativos.

Para os autores desta corrente, há quatro fases distintas no avanço das análises acerca dos custos de transação. A primeira fase, conhecida como informal, de origem tautológica a partir do trabalho de Coase (1937). A fase seguinte, denominada de pré-formal, a partir de modelos de comparação entre modelos não-convencionais de contratos (WILLIAMSON, 1985). A terceira fase, a semiformal, representada por investigações baseadas na comparação de estruturas de governança, contratos e integração vertical. Por último, a fase plenamente formal (GROSSMAN; HART, 1986; HART; MOORE, 1990).

Furubotn e Richter (1991, p.1) definem

A ECT busca estender o espectro de aplicações da teoria neo-clássica considerando como os direitos de propriedade e os custos de transação afetam os incentivos e o comportamento dos agentes econômicos. [...] A economia convencional falha nas situações onde os custos de transação são positivos e onde os direitos de propriedade dos recursos são estruturados em formatos diferentes daqueles idealizados pelo estudo clássico do capitalismo.

Nesta direção, os autores acima convergem com Coase (1937) acerca da compreensão da Economia dos Custos de Transação como uma continuação e ampliação da teoria neo-clássica, fato que não representaria segregação ou ruptura, mas adição e complementaridade.

2.1.8 O empreendedorismo institucional

Na Teoria institucional, o empreendedorismo institucional está relacionado aos modos pelos quais os indivíduos e/ou organizações desenvolvem novas normas e regras institucionais que reconfiguram socialmente comportamentos (DACIN *et al.*, 2002; NORTH, 1990; DIMAGGIO, 1988). Não raro, estes fenômenos acontecem através da criação de novas instituições e organismos que empreendem arranjos em campos institucionais existentes ou formulam um novo "campo organizacional" (AOKI, 2001; DIMAGGIO, 1991).

Compreendendo campo organizacional enquanto "[...] organizações que, em conjunto, constituem uma reconhecida área da vida institucional" (DIMAGGIO; POWELL, 1983, p. 148), estudos anteriores observaram que a emergência de novos campos organizacionais são processos complexos para os empreendedores

institucionais, envolvendo considerável nível de articulação, busca de apoio e recursos, negociação e resolução de conflitos (DIMAGGIO, 1988; GREENWOOD *et al.*, 2008). Entre os estudos empíricos que têm procurado analisar a formação institucional, principalmente nos Estados Unidos (HOLM, 1995; DIMAGGIO, 1991), a relação cultura e desenvolvimento como um novo campo organizacional tem oferecido uma oportunidade atraente para examinar fatores que moldam e influenciam o processo de empreendedorismo institucional.

A literatura acerca do empreendedorismo institucional, regra geral, enfatiza como o processo organizacional e instituições são desenvolvidas a partir de forças criativas empreendedoras que oportunizam mudanças, produzindo, ainda, estudos e leituras críticas das propriedades que diferenciam o empreendedor dos outros atores do campo, via abordagem da psicologia cognitiva, mas, também do empreendedor como ator reflexivo e crítico.

Numa perspectiva histórica, é crescente a perspectiva institucional de análise no campo dos estudos organizacionais tanto em aspectos quantitativos quanto da ampla diversidade temática abarcada pela teoria institucional. O fato é que a partir do pioneirismo de Phillip Selznick, nas décadas de 40 e 50, até investigações posteriores (MEYER; ROWAN, 1977; ZUCKER, 1977; DIMAGGIO; POWELL, 1983; DIMAGGIO; POWELL, 1991; SCOTT, 1995; 2001;) pode-se perceber a ampliação dos trabalhos dos Institucionalistas que se amparam em abordagens que incorporam em seus trabalhos a vertente sociológica.

Para Greenwood *et al.* (2008), o institucionalismo organizacional preocupa-se, em linhas gerais, com instituições e processos de institucionalização no que se refere às organizações e ao campo organizacional, como já apresentado anteriormente. Posteriormente, esta abordagem foi sendo ampliada, e novos estudos passaram a contemplar temas como teoria da agência, mudança institucional e empreendedorismo institucional. Com a incorporação destes, ressalta-se a relevância central dos atores sobre a origem, manutenção e transformação de estruturas institucionais, argumentando positivamente acerca da protagonismo e proatividade dos atores individuais e organizacionais (SCOTT, 2001).

2.1.8.1 A teoria da agência e o empreendedorismo institucional

O conceito de agência é central na teoria institucional, e, conseqüentemente, no empreendedorismo institucional, entretanto, vale destacar que agente não pode ser compreendido como empreendedor institucional. O conceito de agente está diretamente vinculado ao proprietário e possuidor de agência, enquanto o empreendedor institucional é aquele que exerce atividades de empreendedorismo institucional.

Agência incorpora ações intencionais e não-intencionais na capacidade de ação (MACHADO-DA-SILVA; FONSECA; CRUBELLATE, 2005). Quanto à interferência que resulta em mudança, Giddens informa:

Agência não se refere às intenções que as pessoas têm de fazer as coisas, mas à capacidade delas para realizar essas coisas em primeiro lugar [...] diz respeito a eventos dos quais um indivíduo é o perpetrador, no sentido de que ele poderia em qualquer fase de uma dada sequência de conduta, ter atuado de modo diferente. O que quer que tenha acontecido não o teria se esse indivíduo não tivesse interferido. (2003, p.10-11).

Para autores como Emirbayer e Mische (1998), a capacidade de agência não envolve reflexão como condicionante de ações habituais. Neste sentido, em convergência com o empreendedorismo institucional, a agência pode ser relacionada às ações que criam, inovam e transformam, mas também poderia ser atrelada àquelas que envolvem a manutenção do *status-quo* (ZILBER, 2002).

A diferença entre agência e empreendedorismo institucional está na intencionalidade da ação, pois o empreendedorismo institucional é restrito às ações intencionais, ou seja, “[...] representa as atividades dos atores que têm interesse em certos arranjos institucionais e que investem recursos para criar novas instituições ou transformar as existentes” (MAGUIRE; HARDY; LAWRENCE, 2004, p. 657).

O empreendedor institucional busca seus interesses conscientemente (KOENE, 2006; GREENWOOD; SUDDABY, 2006). Alguns autores operam com a possibilidade destes serem calculadores e possuidores de considerável habilidade analítica (GREENWOOD; SUDDABY, 2006; BATTILANA, 2006; BECKERT, 1999).

Segundo DiMaggio (1988), o empreendedor institucional necessita de recursos e pode ser caracterizado pelos seus interesses próprios ou aqueles da coletividade. Neste sentido, pode-se afirmar que agência é conceito relevante no empreendedorismo

institucional, mas, não pode representar ou ser compreendida como sinônimo do empreendedorismo institucional (BATTILANA, 2006).

Sob esta ótica, o empreendedor institucional caracteriza-se como o agente, individual ou coletivo (BATTILANA, 2006; MUTCH, 2007; FLIGSTEIN, 2001; LAWRENCE; HARDY; PHILLIPS, 2002; DORADO, 2005; WIJEN; LAWRENCE; SUDDABY, 2005; GARUD; JAIN; KUMARASWAMY, 2002), que, intencionalmente, objetiva uma nova instituição, ou permanência e transformação de estruturas existentes, por meio da utilização de recursos (DIMAGGIO, 1988; MAGUIRE; HARDY; LAWRENCE, 2004; KOENE, 2006; GREENWOOD; SUDDABY, 2006).

2.1.8.2 Elementos do empreendedorismo institucional

O desafio, em se tratando do empreendedorismo institucional, é o de promover análises e compreensão do poder de agência dos atores sociais na promoção de transformações estruturais legitimadas (GARUD; HARDY; MAGUIRE, 2007; CLEMENS, 1993), configurando-o como ator e protagonista contextualizado junto às estruturas sociais (SCOTT, 2008; HOLM, 1995).

A mudança institucional é efetivada quando atores inseridos são capazes de promover novos modelos e arranjos institucionais à realidade de outros também envolvidos neste processo (CZARNIAWSKA; SEVON, 1996). Nesta linha de raciocínio, DiMaggio (1997) sugere que os esforços de análise se mantenham nos esquemas interpretativos dos atores e sua capacidade de realizar analogias, aplicando modelos de contextos diferenciados, onde os atores sociais apresentem menor grau de resistência, além de procurar institucionalizar práticas condizentes com a estrutura institucional local (THEVENÓT, 2001).

Nesta direção, a potencialidade do empreendedorismo institucional relaciona-se, não raro, a elementos como maior grau de agência projetiva, reflexividade autônoma, performatividade, habilidades analítica, social, política e cultural. Nas análises, entretanto, estes devem estar conectados a outros, como condições/recursos dos empreendedores.

A agência projetiva possui três elementos, coexistentes e não dissociáveis, que estão diretamente vinculados às dimensões analíticas do passado, presente e futuro. Agência projetiva está ligada ao último destes, o futuro, e representa a capacidade de projeção, imaginando possibilidades de trajetórias das ações (EMIRBAYER; MISCHÉ,

1998). Para muitos autores, é a agência projetiva é a maior responsável pela mudança institucional (CHILES; BLUEDORN; GUPTA, 2007; DORADO, 2005).

A performatividade é o conceito que procura enfatizar o papel de atores e suas inúmeras habilidades para criar, mudar e manter novas atividades que atendem a objetivos específicos e delimitados (LOUNSBURY; CRUMLEY, 2007). As performances individuais são traços relevantes na reprodução e alteração de práticas. Em casos que se configuram a partir da resistência por parte de um campo institucionalizado, a performatividade presente no empreendedorismo institucional surge, e seus empreendedores criam sistemas análogos, fracamente acoplados (*loosely coupled*), de modo que suas ações possam conquistar menor grau de resistência (PADGETT; ANSELL, 1993). Por outro lado, pode-se incluir, ainda, a criação de novas instituições que utilizem elementos pré-existentes, objetivando o aumento da legitimidade destas.

Assim, a partir da performatividade dos empreendedores institucionais, são consideráveis as possibilidades de transformação do sistema (GREENWOOD; SUDDABY, 2006; HARGADON; DOUGLAS, 2001; LAWRENCE; PHILLIPS, 2004).

Quanto às habilidades, os autores do empreendedorismo institucional destacam quatro categorias: analíticas, sociais, políticas e culturais. Para Beckert (1999), a compreensão da habilidade analítica é necessária para que o agente possa exercer a agência estratégica, e pode ser conceituada como a “[...] persuasão planejada de fins (lucro) baseada numa avaliação racional de meios e condições estratégicas disponíveis.” (BECKERT, 1999, p.778).

Além desta, o empreendedor institucional possui habilidades sociais (FLIGSTEIN, 2001), que lhe possibilitam conseguir a cooperação de outros atores em suas iniciativas e projetos. As habilidades sociais se constroem a partir de enquadramentos. Em outras palavras, adaptar diversos modelos interpretativos em apenas um, de forma coerente e convincente (MAGUIRE; LAWRENCE; HARDY, 2004).

Para autores como Koene (2006), o processo de empreendedorismo institucional é formado por um processo de bricolagem, onde empreendedores criam novos arranjos institucionais a partir das relações organizacionais possíveis na ampla diversidade de contextos institucionais (GRANOVETTER, 2000 *apud* OMETTO; LEMOS, 2010).

A habilidade política é o aspecto que está relacionado com a obtenção e manutenção da estabilidade nas relações de cooperação entre as partes, possuindo a

disposição de proteger os interesses, a partir de instrumentos e mecanismos legais, através da formalização da autoridade (GARUD; JAIN; KUMARASWAMY, 2002; PHILLIPS; LAWRENCE; HARDY, 2000). É quando surge a capacidade de negociação, de barganha ou troca, assim como a criação de uma agenda comum de atividades para as diversas organizações e uma aliança estável (GREENWOOD; SUDDABY, 2006; MAGUIRE; HARDY; LAWRENCE, 2004).

A habilidade cultural é relevante, pois facilita a compreensão das crenças, valores e os dispositivos interculturais presentes nas atividades dos grupos - fato que corrobora com as atividades da habilidade política (PERKMANN; SPICER, 2007).

2.1.8.3 Recursos e o empreendedorismo institucional

O empreendedorismo institucional é processo diretamente resultante da disponibilidade e acesso aos recursos. Os autores procuraram caracterizar estes, a partir de três possibilidades: discursivo, técnico-material e estrutural.

O recurso discursivo é aquele operacionalizado a partir da linguagem como elemento central e imprescindível nos processos de institucionalização (BERGER; LUCKMANN, 2008).

A linguagem objetiva as experiências partilhadas e torna-as acessíveis a todos dentro da comunidade linguística, passando a ser, assim, a base e o instrumento do acervo coletivo do conhecimento. Ainda mais, a linguagem fornece os meios para a objetivação de novas experiências, permitindo que sejam incorporadas ao estoque já existente do conhecimento, e é o meio mais importante pelo qual as sedimentações objetivadas são transmitidas na tradição da coletividade em questão (*Idem, Ibidem*, p. 97).

Nesta perspectiva, o discurso produz significados que transcendem espaço-tempo em que foram produzidos, e podendo ser originados de histórias ou narrativas (LOUNSBURY; CRUMLEY, 2007; MAGUIRE; HARDY, 2006; ZILBER, 2002; LOUNSBURY; GLYNN, 2001). Os empreendedores institucionais necessitam que as novas instituições sejam legitimadas, e, neste sentido, as narrativas são relevantes.

[...] Enquanto essas histórias não necessariamente giram em torno da ordem institucional enquanto tal, elas oferecem uma certa construção de eventos passado e elencam os vários atores da rede em seus papéis. Fazendo isto, elas convidam a audiência para visualizar uma trajetória particular para acontecimentos futuros, uma que implica certas ações e nega outras, assim, servindo aos interesses do narrador (ZILBER, 2007, p.1050).

Maguire e Hardy (2006) informam que quando atores precisam institucionalizar os seus discursos, que são opostos, os atores não eliminam ou ignoram o discurso de seu rival, e o incorporam em seus novos discursos, inclusive, promovendo novos textos com estratégias de aproximação e reconciliação destes. Outra estratégia é a utilização de textos já testados e consagrados. Neste sentido, necessitam de histórias e situações consistentes, que corroborem com a legitimação, fazendo as partes interessadas acreditarem no êxito.

Lawrence e Phillips (2004) condicionam a atividade do empreendedor e de seus discursos como dependentes dos atores locais, responsáveis pela legitimação e atribuição de sentido, logo, o recurso discursivo pode transformar instituições, e a interpretação das atividades e práticas.

Para Zilber (2002), as instituições são compostas por ações e significados, e se uma prática possui dois significados diferenciados, logo pode ser conceituada como duas instituições distintas. Nesta direção, uma mesma prática pode co-existir em contextos distintos se possuir significações diferenciadas. Para Selznick (1949), institucionalizar a partir do discurso, ou de qualquer estratégia, é institucionalizar valores, significados, e as necessidades técnicas intrínsecas às atividades. Não obstante, este autor diferenciou o líder institucional, responsável por veicular e institucionalizar valores, do líder organizacional.

Exemplo emblemático é o da empresa Kodak, investigada pelos autores Munir e Phillips (2005), que logo identificaram a “gestão” do significado nesta organização, via utilização do recurso discursivo, atribuindo sentidos e significados. Num primeiro momento, a empresa trabalhou o sentido de férias para a fotografia, utilizando, inclusive, a expressão “um feriado sem Kodak, é um feriado desperdiçado” (MUNIR; PHILLIPS, 2005, p. 1673). No momento seguinte, ampliou para os leigos tal prática, preferencialmente para as mulheres, se valendo dos discursos existentes no nível social, principalmente os discursos modernos. Na sequência, criou e usou o discurso da relevância e necessidade de álbuns de famílias como forma de registro historiográfico, sendo a câmera um aparelho necessário para documentar melhores momentos da vida, da família, entre outros. Por último, o discurso recursivo centrava-se no sucesso da utilização da câmera.

Para o empreendedor institucional, o recurso técnico-material possibilita a mudança, assim como pode ser um elemento legitimador de seu poder, sendo

impossível a oposição dos demais atores contra as transformações. Por meio dos recursos materiais, entendidos, aqui, como recursos financeiros, é possível a conquista por parte das empresas que detenham este recurso (GREENWOOD; SUDDABY, 2006).

É o estudo de caso apresentado por Greenwood e Suddaby (*Ibidem*), acerca da centralidade de um grupo formado pelas cinco maiores empresas americanas de contabilidade, que a partir do conhecimento técnico avançado destas - tanto para o campo, quanto para os órgãos reguladores, via *lobby* -, passaram a impor sua forma de trabalho ao campo, desinstitucionalizando o modelo vigente. Não obstante, como empregavam a maior parcela dos atores do mercado, seus treinamentos se configuravam como modelos normativos para tal transformação.

O recurso estrutural é o que permite ao empreendedor institucional contactar-se com os diferentes atores, possibilitando a disseminação de práticas e atividades. Para os autores desta abordagem (BURT, 2004; MAGUIRE; HARDY; LAWRENCE, 2004; GRANOVETTER, 1983), os empreendedores institucionais necessitam, imprescindivelmente, de uma rede social com laços fracos, pois é esta rede que irá fornecer os recursos indispensáveis para a criação ou inovação na sociedade.

Enquanto membros de um ou dois cluiosii podem ser eficientemente recrutados, o problema é que, sem os laços fracos, nenhum ímpeto criado nesse caminho irá se espalhar além desse subgrupo [...] sistemas sociais com falta de laços fracos serão fragmentados e incoerentes (GRANOVETTER, *Ibidem*, p.202)

Eis que surge, então, para os teóricos do empreendedorismo institucional, a posição denominada de “ponte” (BURT, 2004; MAGUIRE; HARDY; LAWRENCE, 2004), referindo-se ao ator ou organização intermediária responsável por unir dois atores/grupos distintos através de um laço fraco. Na estrutura de relacionamentos, o ator que se encontra na posição de “ponte”, tem acesso a inúmeras lógicas institucionais, diminuindo a sua imersão e resolvendo, de certa forma, o paradoxo da agência imersa, pois segundo Owen-Smith e Powell (2007, p. 603) “posições onde múltiplas lógicas se sobrepõem serão um campo particularmente fértil para o empreendedorismo institucional.”

É a posição intermediária que faz com que o empreendedor institucional, utilizando-se do discurso, dissemine modelos entre os diversos *stakeholders*, que corroborarão na criação e atribuição de sentidos a um mesmo objetivo. Para Maguire,

Hardy e Lawrence (2004, p.658) o empreendedorismo ocorre satisfatoriamente quando “conecta seus projetos de mudança com as atividades e interesses de outros atores no campo, modelando seu projeto às condições do campo habilidosamente.”

Pode-se concluir que o empreendedor institucional, ao participar de redes, necessita dos laços fracos que se configuram um recurso na disseminação dos objetivos e sentidos institucionais, e, sendo a imersão menor, os indivíduos que possuem muitos laços fracos estariam mais aptos para difundir uma inovação, uma vez que os laços fracos seriam como pontes e braços locais da instituição (GRANOVETTER, 1973). Para tanto, o empreendedor institucional precisa ocupar uma posição significativa e legitimada na rede social (MAGUIRE; LAWRENCE; HARDY, 2004), pois são aspectos que lhe garantirão credibilidade e aceitação, uma vez que a rede social e sua estrutura de relacionamentos são constructos socioculturais.

Os atores que estão na posição de “ponte” podem obter ganhos neste modelo estrutural. Uma estrutura oportuniza ganhos de capital social, a partir da existência de lacunas estruturais que, neste estudo, podem ser definidas como a falta do fluxo de informações entre dois indivíduos, que também encontram-se conectados a outro (AHUJA, 2000). Esse terceiro é uma “ponte” que pode se beneficiar da assimetria de informação.

Para Granovetter (2000), o empreendedor institucional depende da estrutura fragmentada, das lacunas, desenvolvendo poder a partir da mobilização de fluxos e recursos sociais. Em outras palavras, são as lacunas e buracos estruturais, como a fonte, o recurso, que potencializam o empreendedorismo institucional. Para Burt (2004), os buracos estruturais potencializam a inovação, mas, para Ahuja (2000), não raro, as lacunas da estrutura se apresentam de forma negativa, quando são relacionados à inovação na colaboração entre organizações ou entre redes de firmas.

O empreendedorismo institucional, por estar imerso em instituições é um processo dialético, polifônico e repleto de contradições (ZILBER, 2007; SEO; CREED, 2002; HOLM, 1995). Em outras palavras, é um processo lento e gradual, caracterizado por sua alta complexidade, onde não cabem reducionismos e manipulações funcionalistas (GARUD; JAIN; KUMARASWAMY, 2002). Não raro, os diversos atores e organizações encontram-se separados por relações distintas de tempo-espço.

Por outro lado, é possível afirmar que os elementos, recursos e condições do campo que potencializam o empreendedorismo institucional podem, numa outra perspectiva, limitá-lo, fato que obriga análises mais sistematizadas dentro da abordagem

institucional, no sentido de que o empreendedorismo institucional sofre diversas influências, tanto por parte dos seus elementos constitutivos, como por parte do contexto institucional de referência (ZILBER, 2002; GREENWOOD; MUTCH, 2007; SUDDABY, 2006; KHAN; MUNIR; ZILBER, 2007).

Nesta direção, na perspectiva da teoria institucional voltada para as organizações, a investigação acerca do empreendedorismo institucional deve procurar evitar os determinismos ou voluntarismos, uma vez que as instituições são produtos resultantes da ação humana. Evitar determinismos no que se refere às instituições determinando a ação humana, e o voluntarismo a partir da compreensão do empreendedor institucional vir a ser entendido mártir.

2.2 SÍNTESE TEÓRICA-METODOLÓGICA

Procurando atender ao objetivo geral desta investigação, ressalta-se que a gestão da obra musical compreende os interesses dos três principais agentes aqui pesquisados:

- autores: buscando autonomia a partir da gestão independente e direta, ou utilizando a cessão da gestão como elemento do negócio. Ou seja, negocia-se a obra e a gestão desta diretamente com o Editor ou artista/autor/editor, e/ou seu representante;
- editores: interessado na gestão da obra por conta do controle, força política e poder, e também pelos dividendos que esta pode gerar, principalmente a partir dos direitos de execução pública. No caso dos artistas baianos, há participação relevante e constante destes no cenário de eventos musicais nacionais e internacionais;
- artistas/autores/editores: interessado na gestão como proteção, controle de suas obras e repertórios e manutenção de critérios como a exclusividade dos registros.

Trata-se, portanto, de uma pesquisa de natureza qualitativa. A escolha da amostra não-probabilística por julgamento foi de caráter técnico, uma vez que a

população investigada também se encontra devidamente demarcada: autores, editores musicais e artistas/autores/editores – vide Modelo de Análise.

O Universo a ser trabalhado é o da Gestão Cultural, e a população escolhida: autores, editores musicais e artistas/autores/editores. Ainda que o método de Análise Conteúdo comporte outros métodos científicos tais como o Método Histórico, a relevância historiográfica, neste tratamento, delimita-se como suporte epistemológico.

Os indicadores selecionados procuram respeitar os objetivos desta investigação, facilitando a compreensão da gestão da obra musical como elemento estratégico do negócio. Para tanto, foram considerados os aspectos normativos, técnicos e aqueles de ordem estratégica e mercadológica.

Aspectos Normativos – Editores Musicais

- Tempo de Atuação da Editora: Identificar o ano de criação e existência da organização;
- Quantidade de Obras Editadas: Identificar número de obras administradas;
- Órgãos: Verificar a filiação da Editora junto aos órgãos normatizadores, tipo ECAD e Associações Arrecadoras.

Aspectos Técnicos – Editores Musicais

- *Monitoramento das Obras Musicais*: Identificar a regularidade e eficiência dos processos de acompanhamento da obra junto ao ECAD, gravadoras, artistas, etc.;
- *Recursos Tecnológicos da Editora*: Identificar existência e utilização de computadores, fax, telefone, etc.;
- *Espaço Físico*: Verificar as condições físicas de boa parte das Editoras baianas.

Aspectos Estratégicos – Editores Musicais

- *Agenciamento de Obras:* Identificar se há e qual a frequência de atividades relacionadas com o envio, apresentação e intermediação de obras musicais;
- *Políticas de Exclusividade:* Verificar a existências de práticas concorrenciais, tais como Contratos de Exclusividade;
- *Produção Fonográfica:* Verificar se a Editora Musical também funciona enquanto produtora fonográfica, como uma estratégia de ampliar e dinamizar seu catálogo.

Para a compreensão da gestão, segmento autores, os indicadores selecionados foram:

Aspectos Normativos – Autores

- *Órgãos Normativos:* Verificar a filiação do Autor junto aos órgãos normatizadores, tipo ECAD e Associações Arrecadoras;

Aspectos Técnicos – Autores

- *Monitoramento das Obras não Editadas:* Identificar a regularidade e eficiência dos processos de acompanhamento da obra junto às Associações Arrecadoras, ECAD, gravadoras, artistas, etc.;
- *Recursos Tecnológicos:* Identificar existência e utilização de computadores, fax, telefone, em seu processo autônomo de administrar a obra musical não editada;

Aspectos Estratégicos – Autores

- *Auto-agenciamento das obras:* Como se dá o processo de apresentação das obras?;
- *Alianças:* Costuma estabelecer alianças com outros autores e intermediários?;

- Competitividade: Como faz para se destacar, sem intermediários, neste mercado de intensa concorrência e constante transformação?

Quanto às fontes primárias, o levantamento foi produzido através de pesquisa de campo, com entrevistas semi-estruturadas. A pesquisa contou ainda com aplicação de entrevistas semi-estruturadas acerca da gestão da obra musical com autores, editores e artistas/autores/editores em atuação na Bahia, além de atores representativos no campo em questão, tais como os gestores Juca Ferreira (ex-ministro da Cultura), Dra. Marisa Gandelman (Diretora Geral da UBC), Dra. Glória Braga (Superintendente Executiva do ECAD), Gabriel Valois (Gerente Regional do ECAD/BA), Márcia Bittencourt (gerente da UBC - filial Bahia), Kuque Malino (ex-gerente da SBACEM – filial Bahia), João Portela (gerente da ABRAMUS – filial Bahia), Manoela Ramos (AMAR – filial Bahia), o músico e produtor musical José Raimundo Rios, o advogado autoralista baiano, Dr. Rodrigo Moraes; além de produtores musicais como Roberto Santana e Raíssa Martins.

Dentre os autores entrevistados, destacam-se na pesquisa os depoimentos de Magno Santanna, Luciano Pinto, André Vadiar, J. Teles, Samir Trindade, Capinan, Nene e Cássio Sampaio. Na categoria editores/empresários foram entrevistados Ricardo Cavalcanti (Stalo), Kel Mascarenhas (Leke), o músico José Raimundo (tecladista da primeira formação da banda Beijo), Marquinhos Trindade (Bichinho Edições, Fábrica da Música e Swingueira). Para artistas/autores/editores¹² os entrevistados foram Ramon Cruz, Luiz Caldas, Edilson Ferreira, Jovita Maria (Duma), Flávio Dultra (Páginas do Mar), Tenisson Del Rey, Carlinhos Brown e Gerônimo.

O mapeamento do campo da gestão da obra musical foi produzido a partir de informações coletadas junto às associações arrecadoras em atuação na Bahia (UBC, ABRAMUS, AMAR, SBACEM, SOCINPRO e ANACIM), e ao Escritório Central de Arrecadação e Distribuição – ECAD -, tanto a sede Rio de Janeiro como sua filial na Bahia, além de consulta aos atores-chave no campo da produção e edição musical.

Para as fontes secundárias, foram utilizados livros, documentos e relatórios técnico-normativos. Para este último, foram, ainda, analisados:

- Relatório Analítico de Titular Autoral e suas Obras (ECAD);

- Comunicados (ECAD, Associações Arrecadoras, Rádios, ABPD, etc.);
- Relatórios de Vendas (ABPD);
- Relatórios de Recebimento de Execução Pública (ECAD) – Nacional e Regional.

A observação participante também foi um meio de verificação e coleta de informações. No período de março a agosto de 2010, 30 editoras foram visitadas com aplicação de entrevistas semi-estruturadas junto aos seus gestores. Em relação aos autores, houve inúmeras visitas a localidades estratégicas no processo de composição e distribuição das obras musicais, tais como estúdios, produtoras, residências, entre outros.

Além do diário de observação produzido a partir de informações captadas junto aos autores, editores e Artistas/autores/editores, via observação participante, como tratamento dos dados se utilizará a Análise de Conteúdo, aplicando-a na audição e transcrição das entrevistas e demais informações coletadas.

¹² Aqui compreendidos como os próprios artistas e/ou seus responsáveis pela gestão das editoras. Dada a agenda intensa de shows e compromissos profissionais, muitos artistas autorizaram seus editores a fornecer informações.

Quadro 2 – Modelo de Análise

Modelo de Análise

Conceito	Campo Teórico	Atores	Dimensão		Indicadores	Fontes	Meios de Verificação	Tratamento dos Dados
G E S T Ã O C U L T U R A L	I N S T I T U C I O N A L I S M O	Editores Musicais	Gestão	Aspectos Normativos	Órgãos Normativos Tempo de Atuação Qtde. Obras Qtde. Autores	Atores-Chave Organizações Fontes Primárias Fontes Secundárias	Pesquisa bibliográfica Entrevista Semi-estruturada Observação Participante Pesquisa Documental Coleta de Dados	Análise de Conteúdo Diário de Observação
				Aspectos Técnicos	Monitoramento das Obras Recursos Tecnológicos Espaço Físico			
				Aspectos Estratégicos e Mercadológicos	Agenciamento de Obras Políticas de Exclusividade Produção Fonográfica Legitimidade			
		Autores	Gestão	Aspectos Normativos	Órgãos Normativos Qtde. obras não editadas Qtde. obras editadas	Atores-Chave Fontes Primárias Fontes Secundárias	Pesquisa bibliográfica Entrevista Semi-estruturada Observação Participante Pesquisa Documental Coleta de Dados	Análise de Conteúdo Diário de Observação
				Aspectos Técnicos	Monitoramento das Obras Recursos Tecnológicos			
				Aspectos Estratégicos e Mercadológicos	Auto-agenciamento Alianças Competitividade Conflitos			
		Artistas/ Autores/ Editores	Gestão	Aspectos Normativos	Órgãos Normativos Qtde. obras	Atores-Chave Organizações Fontes Primárias Fontes Secundárias	Pesquisa bibliográfica Entrevista Semi-estruturada Observação Participante Pesquisa Documental Coleta de Dados	Análise de Conteúdo Diário de Observação
				Aspectos Técnicos	Monitoramento das Obras Recursos Tecnológicos Espaço Físico			
				Aspectos Estratégicos e Mercadológicos	Gestão Agenciamento de Obras Políticas de Exclusividade Alianças			

3. PRIMEIRO MOMENTO DA INSTITUCIONALIZAÇÃO: PROPRIEDADE INTELECTUAL E DESENVOLVIMENTO

Nas últimas décadas, significativas transformações ocorreram na economia mundial: expansão do comércio; os avanços da telemática¹³; a automação dos processos produtivos, assim como a reestruturação das relações internacionais, dos fluxos de capital, e da mão-de-obra. Neste sentido, o conhecimento é aspecto preponderante, uma vez que parte relevante da vida social encontra-se condicionada pelas tecnologias de informação e comunicação (TIC), possibilitando novas e constantes (res)significações na sociedade.

A propriedade intelectual¹⁴ é assunto relevante na contemporaneidade, pois envolve interesses de atores distintos, e não restritos aos autores e suas criações, mas, também, atende aos interesses do governo e da sociedade, pois vem ofertando inúmeras e significativas transformações nas áreas da indústria farmacêutica, engenharia, biotecnologia, informática, entre outras.

Na trama contemporânea engendrada pelos avanços da telemática e da reestruturação pós-industrial, dos avanços das transnacionais nos novos mercados, a administração da carreira musical perpassa o campo do estratégico, onde alguns artistas tem amplas possibilidades de gerir sua própria carreira. Tal reconfiguração vem sendo percebida no mercado musical mundial, onde as etapas da criação e distribuição podem ser de responsabilidade do próprio artista, representando, de certa forma, a tomada do poder de controle do processo de produção e distribuição pelo próprio artista.

Neste sentido, com a diminuição da participação das gravadoras *majors* do mercado, surgem as gravadoras menores, os selos fonográficos, ressaltando, desta forma, que não é a produção musical que está em crise, e sim, o formato físico de suporte de música *compact-disc*, popularmente conhecido como CD. Concomitantemente a este processo, é considerável o aumento dos *downloads* legais e

¹³ Telemática entendida enquanto conjunto resultante da articulação entre os recursos das telecomunicações (telefonía, satélite, fibras óticas, etc) e da informática (computadores, periféricos, softwares e sistemas de redes), que possibilitam o processamento, a compressão, o armazenamento e a comunicação de grandes quantidades de dados (texto, imagem e som), em curto prazo de tempo, entre usuários localizados em qualquer ponto do Planeta.

¹⁴ Embora seu sentido seja antigo, remontando, inclusive à Grécia antiga, a expressão propriedade intelectual ou *Intellectual Property* tem origem recente, e remonta à primeira assembléia da OMPI, em 1967 (SÁDABA, 2008; BURKE, 2002; BERMEJO, 1998; KLEBERG, 1995).

ilegais de música, os programas de compartilhamento de arquivos digitalizados. Aos *downloads* legais, inclui-se nas tabelas de custo o pagamento de *copyright*, ou direito autoral. Aos compartilhamentos ilegais, e sem consulta ao autor, o descompromisso com sua paternidade.

As recentes transformações tecnológicas têm possibilitado a artistas e grupos musicais – emergentes ou não -, novas formas de gestão, execução e publicização de suas obras musicais, abrindo um amplo ciclo de debates acerca da díade música e contemporaneidade. Nesta direção, abrem-se espaços importantes para discussões no campo da gestão da obra musical, em particular no contexto musical baiano.

3.1 A propriedade intelectual

A propriedade intelectual constitui-se como um mecanismo efetivo de proteção às obras intelectuais, sejam elas de natureza técnica, científica e/ou artística-cultural. Di Blasi *et al.* (2002) conceituam a propriedade intelectual como um direito, submetido às regras que disciplinam o exercício desse direito no tempo e no espaço. Para Cardozo (2005, p. 50), é “[...] mecanismo que visa proteger quanto ao uso indevido, o uso não autorizado, as criações do intelecto humano nos campos científico, tecnológico, literário e artístico”.

Sherwood (1992) compreende que o termo é usado para designar vários direitos relacionados aos bens imateriais, e considera a propriedade intelectual como um conjunto de idéias, inventos e expressões criativas que se configuram como ativos intangíveis da atividade privada.

Atualmente, a propriedade intelectual é dividida em dois campos: a propriedade industrial e os direitos autorais (*copyright*). A propriedade industrial é amparada, principalmente, pelo direito comercial, enquanto os direitos autorais pelas normas jurídicas do Direito Civil, além de acordos, tratados e convenções internacionais. Dentre elas, destaque para a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), agência da ONU que tem como objetivo o desenvolvimento e acompanhamento de um mecanismo de propriedade intelectual a partir de alianças entre os países, além de parcerias com os demais organismos internacionais¹⁵.

¹⁵ *World Intellectual Property Organization* (WIPO). Embora se reconheça a extensa agenda atual de eventos internacionais diretamente vinculados à propriedade intelectual - multilaterais ou bilaterais –

De forma geral, procura evitar ou minimizar os efeitos de uma concorrência desleal, instituindo os direitos e parâmetros legais resultantes da criação intelectual, seja no campo industrial, científico, literário e/ou artístico. Visa proteger os criadores e outros produtores de bens e serviços intelectuais por períodos de tempo determinados.

No Brasil, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é o órgão responsável pelo registro e acompanhamento das atividades relacionadas à propriedade intelectual. O INPI é uma autarquia federal vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, em conformidade com a Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96), a Lei de Software (Lei nº 9.609/98) e a Lei nº 11.484/07, responsável pelo registro de marcas, concessão de patentes, averbação de contratos de transferência de tecnologia e de franquia empresarial, além de produzir registros acerca de programas de computador, desenho industrial, indicações geográficas e topografia de circuitos integrados¹⁶.

3.1.1 Johann Gutenberg e uma breve historicidade da propriedade intelectual

Na literatura específica acerca da historicidade da PI (BARBOSA, 1999; BARBOSA, 2003) identifica-se a origem do sistema de propriedade intelectual, principalmente o sistema de patentes, com a própria gênese do modo de produção capitalista. Antes disto, boa parte da produção destinava-se à subsistência, pouco influenciando o conceito de valor de troca. O conhecimento, à época, era protegido via confidencialidade (SÁDABA, 2008).

Para Sádaba (2008, p. 28):

Apesar de que la figura jurídica de la “propiedad intelectual”(PI) no aparece formalmente hasta el siglo XVIII, se podría afirmar que las restricciones de acceso a los bienes inmateriales han existido siempre, y que la PI no es sino la forma moderna o contemporánea de un tipo de regulación sobre dichos bienes u objetos. [...] Sin embargo, es la llegada del mundo moderno la que transforma esta regulación, pasando del mero aprovechamiento ocasional a la normalización jurídica de un derecho económico.

neste trabalho, como forma de facilitar a compreensão do assunto, optou-se pela exclusiva utilização das agendas da Organização Mundial do Comércio e da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).

¹⁶ Criado no dia 11 de dezembro de 1970, pela Lei nº 5.648, o INPI foi uma das iniciativas de uma época marcada pelo esforço de industrialização do país. Atualmente, com a modernização do país, compreende o sistema de propriedade industrial não somente em sua função de proteção intelectual, mas como instrumento de capacitação e competitividade, e ferramenta relevante no processo de desenvolvimento tecnológico e econômico do país.

A proteção ao conhecimento e os direitos advindos deste sempre existiram, potencializando a legitimação e poder de alguns atores da época, principalmente, àqueles vinculados à religiosidade. Para estes, o segredo de suas técnicas adivinhatórias e supostas habilidades proféticas, legitimavam aspectos como poder, monopólio sobre o conhecimento, segredo, ignorância popular e distinção social.

No capitalismo, dissocia-se a produção do consumo, potencializando a troca, geralmente monetária, como finalidade da produção. Nesse contexto, o surgimento de novas tecnologias permitiu a larga reprodutibilidade. Nesta direção, “o trabalho tecnológico, enquanto trabalho intelectual, para desenhar um processo ou um produto de utilidade para a produção capitalista, foi a origem da apropriação imaterial” (BARBOSA, 1999, p. 24).

No século XV, com a criação da imprensa mecânica pelo alemão Johann Gutenberg (1398-1468), novas questões surgiram, tais como a ampliação do acesso ao conhecimento e cultura, e a difusão destes por diversas camadas sociais a partir de textos, panfletos e, principalmente, de livros, que logo se tornaram objeto de consumo produzido em série, sem qualquer controle ou acompanhamento (GOODY, 1990; EISENSTEIN, 1994; SÁDABA, 2008)¹⁷. Para Moraes (2004), é o advento da imprensa mecânica de Gutenberg que desperta para os interesses relacionados aos direitos autorais, onde “[...] a invenção gutenberguiana da imprensa com tipos móveis é considerada o berço, o ponto de partida, o nascedouro da regulamentação autoral” (MORAES, 2004, p. 14).

Para Moraes (2004, p. 15):

Não é exagero afirmar que Gutenberg revolucionou o mundo, tornando possível a reprodução de livros em quantidades, até então, inimagináveis. As idéias e informações, finalmente, puderam atingir divulgação em escala industrial. A disseminação do conhecimento passou a ser o novo paradigma. O livro, que era raro e caro, foi se tornando mais acessível ao público. A tecnologia permitiu a reprodutibilidade e, conseqüentemente, o barateamento na produção das obras.

Os impactos da invenção de Gutenberg seguiram reconfigurando sociabilidades, como se pode perceber a partir de Burke (2000, p. 03):

¹⁷ Até o advento de Gutenberg, a cópia da produção escrita se fazia a partir da imitação manual feita pelos copistas dentro da Igreja, reiterando o mecenato cultural oportunizado pelas instituições religiosas à época.

Após a invenção da tipografia, escribas profissionais e contadores de histórias orais temeram que a prensa lhes fosse tomar o ganha-pão. Para o clero, a tipografia causou problemas porque o novo meio de comunicação permitiu que gente comum estudasse os textos religiosos por sua própria conta e não dependesse daquilo que as autoridades lhes dissessem. Sapateiros, tintureiros, pedreiros e donas-de-casa, todos alegaram o direito de interpretar as escrituras. Soberanos também se preocupavam com o espetáculo da gente comum discutindo e criticando as ações do governo, especialmente depois que os jornais impressos vieram à luz no início do século XVII.

No século XVI, mais precisamente em 1547, procurando iniciar o processo de controle sobre as máquinas tipográficas e os conteúdos advindos destas, que se espalhavam pela Europa com espantosa velocidade, a França, a partir de Henrique II, ensaiou uma primeira lei que não obteve êxito. Com esta lei, exigia-se autorização real para toda publicação, além de proibir produções que apresentassem conteúdos difamatórios ou contestatórios ao sistema. Em 1571, registra-se uma nova tentativa legal de coibir a produção e circulação de textos e livros sem autorização monárquica (WARNIER, 2002; SÁDABA, 2008).

Na Inglaterra, em 1557, com objetivos semelhantes aos dos franceses, a Rainha Maria Tudor concede uma Carta Régia à *Stationers Company*¹⁸, concedendo o direito de monopólio sobre a indústria editorial a esta associação, possibilitando, ainda, poderes para regulamentar e aplicar as primeiras normas de *copyright*. Com tal iniciativa, os livreiros passaram a deter os direitos econômicos e de cópia sobre as obras, facilitando, consideravelmente, a censura e o controle da produção editorial. Tal época foi marcada pela concessão de privilégios, mas, também, pela união entre autores, editores, monarquia e Igreja, na tentativa de evitar as falsificações e fiscalizar os conteúdos.

Décadas depois, a situação inglesa registrava expressiva quantidade de publicações não autorizadas, preponderância da edição de títulos rentáveis, circulação de inúmeros textos clandestinos, entre outros fatos que corroboraram para a criação, em 1709, do *Statute of Anne*¹⁹. Tal estatuto transformou o direito de cópia dos editores e livreiros no primeiro conceito de regulação comercial, a partir de uma lei geral e pública, estabelecendo confisco e multa para a cópia indiscriminada e sem autorização.

¹⁸ Fundada em 1403, a *Stationers Company* era, à época, uma relevante e legitimada associação inglesa de livreiros e editores. Ainda assim, registram-se publicações e impressos clandestinos e ilegais na Inglaterra, demonstrando a historicidade de tentativa de respeito acerca dos direitos autorais, assim como de acompanhamento oficial na publicação de conteúdos. À época, somente as Universidades - controladas diretamente pela Igreja -, poderiam publicar sem ter de submeter o conteúdo à apreciação/fiscalização.

¹⁹ Também conhecido como *Copyright Act*, foi promulgada em 10 de abril de 1710.

Reconhecida como a primeira lei de direito autoral do mundo, não contemplou os direitos morais²⁰ dos autores, mas procurou proteger os criadores intelectuais em seus aspectos patrimoniais, criando a figura do autor e a duração temporal da proteção às obras (SÁDABA, 2008; GUEDON, 2002). Ainda que tenha apresentado avanços e lacunas em se comparando com os sistemas, leis e convenções atuais de direitos autorais, esta lei representa, consideravelmente, um fato histórico quando se trata de regulação e sistematização da propriedade intelectual num contexto histórico marcado pela transição processual e lenta entre o mecenato renascentista e a entrada do mercado no campo cultural.

Era o início de uma fase marcada pela obra de arte gerando riquezas e dividendos aos seus autores, mas também do surgimento da figura do intelectual, e da possibilidade deste viver de suas próprias obras, fatos que impulsionaram debates acerca dos direitos autorais numa sociedade marcada, entre outros aspectos, pelo aumento e disseminação do comércio editorial, e, logo em seguida, do surgimento de associações de autores com o objetivo de garantir coletivamente os direitos e interesses (CHARTIER, 1994; GAILLARD, 1987; GUEDON, 2002).

Em 1791, na França, é votada e aprovada uma lei que amplia os direitos de autores teatrais a todo o território francês, instituindo o prazo de cinco anos após a morte do autor, para o domínio público da obra. Em 1793, outra lei francesa apresentava a figura do autor como trabalhador e produtor de conteúdo, concedendo-lhe poderes, inclusive, para ceder ou vender, a totalidade ou parcialidade de sua obra. Esta fase francesa de discussão e legalização da propriedade intelectual representava elementos que acentuavam a tendência do autor como negociante e gestor de seus direitos, realçando avanços no campo do sentido da propriedade, dos aspectos pecuniários, da arte e sua acentuação mercantil e utilitária. Desta vez, por parte dos próprios autores e intelectuais, enfraquecendo os privilégios de editores e comerciantes da época.

O encadeamento histórico acerca da propriedade intelectual ou dos Direitos da propriedade intelectual apresentado pela Inglaterra e França realça o início da legislação

²⁰Uma vez que este trabalho não se propõe a investigar unicamente a ampla e controversa situação do Direito Autoral, suas leis e convenções, assim como suas discussões no âmbito jurídico, o assunto será abordado de forma breve. Os direitos morais são aqueles referenciados pela disposição de proteção da autoria da obra, sua honra e reputação, entre outras. No campo musical, por exemplo, considerável parcela das rádios nacionais despreza os direitos morais quando, ao final da execução musical, não cita o(s) nome(s) do(s) autor(es). Os direitos patrimoniais procuram proteger a rentabilidade pecuniária que a criação intelectual, sua administração e/ou cessão podem gerar. Mais uma vez, boa parte das rádios nacionais exemplifica a questão, quando renunciam ao pagamento obrigatório pela execução pública das obras.

sobre o tema, e assinalam uma relevante mudança que compreende desde o cerceamento jurídico monárquico inglês até o reconhecimento e conquista dos direitos individuais e coletivos de autores e intelectuais como proprietários de suas criações, advindos com o modelo pós-revolucionário francês. Neste sentido, o campo jurídico passa a incorporar estas discussões e legislações surgem em diversos países. Para autores como Goldstein (1999), o modelo jurídico francês estabelece as bases da PI, influenciando os países vizinhos (GOLDSTEIN, 1999; HESSE, 1990).

Ainda no século XVIII, surge a fase americana, amplamente caracterizada pela herança e influência das versões inglesa e francesa, mas, principalmente, pela incorporação da idéia e possibilidade de suposto equilíbrio entre os direitos individuais e os benefícios sociais, onde a criação intelectual deve ser remunerada, mas, sua criação se configura, acima de tudo, para a apreciação e fruição por parte da sociedade. Em outras palavras, acrescenta-se à discussão o progresso social a partir do estímulo ao consumo de bens e serviços culturais (SÁDABA, 2008; HALBERT, 1996).

Em 31 de maio de 1790 é assinada e promulgada Lei de Direitos Autorais dos EUA²¹, e esta etapa na história da PI também pode ser considerada a que mais avança nos dispositivos legais e contratuais, num período de crescente valorização e legitimação do mercado de bens intangíveis, da criação intelectual e artística.

É nestes primórdios da história da propriedade intelectual nos EUA, que os legisladores americanos reconhecem a relevância da importação e disseminação de obras artísticas e científicas de autores e intelectuais estrangeiros para o desenvolvimento sociocultural dos EUA, e procuram limitar legalmente os direitos privados em seu território, sob o argumento do interesse público e do Estado, fortalecendo a soberania americana sobre as reivindicações de propriedade de criadores estrangeiros. Neste contexto, a apropriação de obras de autores estrangeiros encontrava argumento e justificativa no fato de que suscitaria o crescimento de uma literatura eminentemente nacional, assim como fomentaria o surgimento e fortalecimento do setor editorial. Tais fatos suscitaram extensos debates acerca da importação de obras e sua reprodução não autorizada em países cuja legislação não contemplava plenamente os direitos autorais de estrangeiros.

Tal posicionamento americano divergia de países como a França, por exemplo, onde em 1852, via Deceto, Luís Napoleão proibiu a cópia não autorizada de obras,

²¹ *Federal Copyright Act.*

fossem elas nacionais ou estrangeiras. Esta “permissividade”norte-americana resultou numa retaliação de alguns países que se recusaram a reconhecer os direitos autorais dos autores e intelectuais dos EUA (KHAN, 2002). Este comportamento pós-independência refletia a predominância da racionalidade econômica dos inciantes estados confederados americanos “sobre a moralidade do velho continente” (SÁDABA, 2008, p. 36).

Após a prensa tipográfica gutenberguiana, outros inventos surgiram acentuando as discussões acerca da propriedade intelectual, mas, também, registrando a conformação perante as características socioculturais de cada país e seus diferentes sistemas e esquemas de proteção. À época, dentre as novas criações e patentes concedidas, destaque para a fotografia (1825), o fonógrafo (1878), cinema (1890), rádio (1916) e televisão (1923)²².

Para cada novo invento, novos métodos de replicação e difusão, acelerando e ampliando a participação da produção cultural e artística no cotidiano da sociedade. É o surgimento da cultura de massas, realçando a necessidade de reconfigurações na própria relação com os autores, mediante as tecnologias de reprodução, inaugurando a fase de alta “reprodutibilidade técnica” da obra de arte, da Escola de Frankfurt e seus estudos acerca da indústria cultural.

3.1.2 Convenções, Organizações e Tratados Internacionais

3.1.2.1 A Convenção de Paris

Em 1883, a partir do encontro de diversos países interessados num acordo que procurasse assegurar a legitimidade e uniformidade no tratamento da propriedade intelectual no mundo, se produziu o Tratado da Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial, comumente conhecida como Convenção de Paris. Procurava uniformizar e, em concomitância, garantir relativa liberdade aos países signatários. Sua

²² A definição de datas para os marcos históricos é, não raro, arbitrário, particularmente, no campo das invenções aqui apresentadas, pois são resultantes de longo processo de estudo e de testes, além de outros fatores relacionados aos períodos históricos em que estas foram concebidas ou disseminadas na sociedade. Não faz parte do escopo deste trabalho, investigar a origem destas invenções, nem de suas patentes. A breve apresentação aqui exposta é justificada a partir da necessidade de contextualização histórica da propriedade intelectual.

última revisão foi feita em 1967, sendo a que vigora até os dias atuais²³, e foi a partir da Convenção de Paris, que os países iniciaram o processo de discussão e elaboração de suas próprias legislações acerca da proteção da Propriedade Industrial.

O pacto internacional firmado nesta Convenção compreende como objetos da proteção da propriedade industrial, as patentes de invenção, os desenhos ou modelos industriais, as marcas de fábrica, comércio ou de serviços, assim como reivindicavam a repressão à concorrência desleal. A necessidade de atualização e ajuste dos princípios e normas desta ao surgimento e utilização de novas tecnologias oportunizou inúmeras revisões: Bruxelas (1900), Washington (1911), Haia (1925), Londres (1934), Lisboa (1958) e Estocolmo (1967).

Acerca do cenário da Convenção de Paris, Sádaba afirma:

El Convenio de París se firmó por catorce países respondiendo a la necesidad de proteger una industria em auge (patentes y propiedad industrial). Fueran los fulgurantes descubrimientos técnicos des finales del XIX los que generaron um “clima de necesidad” para estos acuerdos (SÁDABA, 2008, p. 55).

Dentre as invenções e fatos relevantes desta época, o que Sádaba menciona é o início das gravações analógicas em 1885, a primeira projeção cinematográfica em 1895, realizada pelos irmãos *Lumière* em Paris, e, em 1899, o início das mensagens por ondas preconizando o surgimento do rádio, entre outros.

No campo da Propriedade Industrial, é possível compreender os avanços históricos do conceito de patentes desde a monarquia inglesa e suas concessões e privilégios, até os dias atuais, onde impera a internacionalização das invenções, e dos tratados supranacionais de reconhecimento, entre outros.

3.1.2.2 A Convenção de Berna

Num contexto marcado por países com sistemas diferenciados de proteção à produção e propriedade intelectual, surgimento de inúmeras associações profissionais e sociedades coletivas de autores e de proteção de patentes, e, como consequência,

²³ No Brasil, o acordo resultante da Convenção de Paris se configurou em ordenamento jurídico através do Decreto Nº 75.572/75, durante o governo de Ernesto Geisel. É a partir deste decreto que, a partir da década de 1970, se promulgam as demais leis brasileiras de proteção à propriedade intelectual.

crecente pressão junto aos governos no tocante aos sistemas de PI, é realizada em 1886, a Convenção de Berna.

É considerada como o primeiro movimento reivindicatório de harmonização dos sistemas de patentes e de direitos autorais em escala mundial, congregando países em torno da União Internacional para as Obras Literárias e Artísticas. Ainda que não tivesse contemplado mecanismos de sanções para os infratores, assim como, em sua versão inicial, não teve a participação de países como os EUA, é, ainda hoje, um passo relevante no assunto PI.

Com o intuito de modernizar e avaliar as normativas, além de ampliar o conjunto de países signatário, foram produzidos novos encontros internacionais acerca da Convenção de Berna. Num breve histórico de suas revisões, Paris (1896), Berlim (1908), Berna (1914), Roma (1928), Bruxelas (1948), Estocolmo (1967), e novamente Paris (1971). A partir de 1967, a Convenção de Berna passou a estar sob a responsabilidade da *World Intellectual Property Organization* (WIPO), que foi incorporada nas Nações Unidas, em 1974.

Acerca da relevância da Convenção de Berna²⁴, e a participação do Brasil, Bandelli et al. (2010, p. 04) afirmam:

Os primeiros instrumentos internacionais relevantes sobre a proteção da propriedade intelectual foram a Convenção de Paris, de 1883, para a proteção da propriedade industrial, e a Convenção de Berna, de 1886, para a proteção das obras literárias e artísticas. Essas duas convenções são os fundamentos do sistema internacional de proteção à propriedade intelectual, e o Brasil se inclui entre os primeiros signatários das Convenções de Paris e de Berna (1884 e 1922, respectivamente), já tendo, porém, leis internas sobre o assunto desde meados do século XIX, o que dá a justa medida do antigo comprometimento do País com a proteção da criação humana. Nas décadas seguintes, diversos outros instrumentos foram sendo firmados, detalhando os objetos das Convenções de Paris e Berna, como é o caso do Acordo e do Protocolo de Madrid, sobre o registro de marcas, da Convenção de Roma, sobre a proteção de fonogramas, e do Tratado sobre Cooperação em Matéria de Patentes (PCT).

Outro fato marcante acerca da Convenção de Berna é que, frequentemente, os países signatários não implementam ou simplesmente retardam a consecução prática das orientações desta. E, quando as fazem, atentam para os seus interesses. É o caso da Inglaterra que assinou a Convenção em 1887, mas não aplicou boa parte das disposições até 1988. Os EUA, por sua vez, recusaram a Convenção porque implicaria numa

alteração de sua Lei de Copyright, mas em 1989 adota a Convenção Berna em sua integralidade.

Atualmente, 184 nações assinam a Convenção de Berna²⁵, onde boa parte dos países também são membros da Organização Mundial do Comércio (OMC), pelo que o acordo nos aspectos comerciais da propriedade intelectual requer que os não-membros aceitem quase todas as condições da Convenção de Berna (WIPO, 2010).

Os limites e alcance da Convenção de Berna são as obras literárias e artísticas, incluindo aquelas de carácter científico, e proteção inclui tanto as obras originais como as obras derivadas, como as traduções e adaptações literárias e musicais. A premissa para a proteção é a formalização da expressão artística, ou seja, as ideias necessitam ser expressadas formalmente independente do meio utilizado: oralidade, letras, performance, audiovisual, entre outros. Neste sentido, é a expressão formal das ideias que constitui o objeto de proteção do direito autoral registrado na Convenção.

Acerca dos direitos suscetíveis de proteção, um dos destaques da Convenção de Berna é o que se refere à inexigência de qualquer formalidade para a obtenção da proteção. Em outras palavras, o resultado é que o direito nasce junto com a criação da obra e não a partir da declaração estatal ou organizacional. No caso do Brasil, a indicação de registro da obra artística, se faz apenas *ad probandum tantum*²⁶, e se configura como opcional.

A Convenção de Berna, cumprindo seu objetivo inicial, proporcionou aos países signatários o reconhecimento da proteção pelo direito de autor, de obras criadas por artistas e intelectuais dos outros países signatários. A publicação, neste sentido, é compreendida a partir da natureza da obra, mas é unificada a partir da disposição desta ao público. Ou seja, publicar é tornar acessível ao público, e, cria condições especiais para os países em desenvolvimento, principalmente, em aspectos como licença obrigatória, não exclusiva e remunerada, além de traduções para uso escolar, universitário e de pesquisa, entre outras.

A Convenção de Berna representa a universalização da propriedade intelectual e dos direitos sobre as invenções e patentes, reduzindo a instabilidade e incerteza no campo internacional dos negócios para os artistas, intelectuais, empresários e investidores (SÁDABA, 2008).

²⁴ No Brasil, a Convenção de Berna é adotada a partir do Decreto 75.699, de 1975.

²⁵ www.wipo.org

²⁶ No latim forense, “apenas para provar”.

3.1.2.3 A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI)

A Organização Mundial da Propriedade Intelectual é uma agência das Nações Unidas especializada no desenvolvimento de um sistema internacional de propriedade intelectual, remunerando a criatividade, estimulando a inovação e contribuindo para o desenvolvimento econômico, a partir da defesa do interesse público. Foi criada em 1967, a partir de um mandato de seus países membros para promover a proteção da propriedade intelectual através da cooperação entre os Estados e em colaboração com outras organizações internacionais (OMPI, 2010).

Em seu sítio eletrônico, a OMPI considera a sua origem diretamente atrelada à historicidade da propriedade intelectual, citando, inclusive, o ano de 1883, como contexto histórico em que ocorreram exemplos de criações relevantes para a humanidade, a partir do compositor Johannes Brahms (Terceira Sinfonia), do escritor Louis Stevenson (Treasure Island) e do arquiteto Emily Roebling.

Atualmente a OMPI conta com 184 países signatários, e expandiu consideravelmente o seu campo de atuação, demonstrando a relevância dos direitos de propriedade intelectual na gestão do comércio internacional e globalizado. Em 1996, asina um acordo de cooperação com a Organização Mundial do Comércio (OMC), e direciona sua atuação para cinco eixos básicos (OMPI, 2010):

- 1) harmonizar a legislação nacional de propriedade intelectual e procedimentos;
- 2) prestação de serviços para os pedidos internacionais para os direitos de propriedade industrial;
- 3) troca de informações de propriedade intelectual;
- 4) prestar assistência jurídica e técnica para o desenvolvimento e outros países;
- 5) facilitar a resolução de litígios privados de propriedade intelectual, e tecnologia da informação.

A partir da década de 1970, a OMPI como organização internacional resultante da transformação do Escritório Permanente das Convenções de Paris e de Berna (BIRPI), passou a administrar os Tratados internacionais sobre o tema. Em 1974, a OMPI firmou acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), tornando-se uma

organização especializada do sistema junto à ONU. Dentre os objetivos, destaque para o compromisso de “promover a atividade intelectual criativa e facilitar a transferência de tecnologia relacionada à propriedade industrial para países em desenvolvimento, com vistas a acelerar o desenvolvimento econômico, social e cultural, [...]” (OMPI, Artigo 1º).

Quadro 3 - Períodos evolutivos da propriedade intelectual

	1. Fase Inicial: Séculos XV à XIX	2. Fase de Consolidação: Séculos XIX à XX	3. Fase Global: 1970 aos dias atuais
Plano Nacional	Início das legislações nos países (fases inglesa, francesa e norte-americana)	Surgimento de novas tecnologias de reprodução da obra de arte; Extensão aos produtos derivados da obra artística original.	Ampliação da PI a campos como biotecnologia, novas tecnologias, entre outros; Fortalecimento dos dispositivos jurídicos.
Plano Internacional		Primeiros Acordos Bilaterais e Internacionais (Convenções de Berna e Paris).	Multiplicidade de Acordos e Convenções; Criação de organismos supranacionais especializados em PI (OMPI) e a internacionalização da legislação.

Fonte: SÁDABA (2008).

A tabela acima evidencia o crescimento da propriedade intelectual no plano internacional, diretamente justificada pelo aumento expressivo do volume de transações entre países, fortalecendo o comércio internacional e a mundialização da economia.

3.1.2.3.1 A Convenção da OMPI

A Convenção para o Estabelecimento da Organização Mundial da Propriedade Intelectual é um tratado internacional que rege o funcionamento da Organização

Mundial da Propriedade Intelectual. Apesar de assinado em 1967, só passa a vigorar efetivamente em 1970.

A Convenção da OMPI define como propriedade intelectual a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.

Antes da definição convencional, a expressão "propriedade intelectual" aplicava-se, mais restritamente, aos direitos autorais (SÁDABA, 2008; WIPO, 2010). Com o advento da Convenção da OMPI, passa-se a utilizar a noção de propriedade intelectual como um capítulo do Direito, altíssimamente internacionalizado, compreendendo o campo da Propriedade Industrial, os Direitos Autorais, e demais direitos acerca da diversidade de bens imateriais existentes.

3.1.2.3.2 As estratégias de atuação da OMPI

As estratégias da OMPI realçam a necessidade da ampliação do tema propriedade intelectual junto aos países, sociedades e culturas, e dentre as estratégias delineadas, destacam-se: a) a ampliação da cooperação junto a governos, organismos intergovernamentais e setor privado para estabelecer uma cultura de PI; b) a criação e promoção de políticas de PI específicas para as necessidades, recursos e condições do país; c) desenvolvimento de leis internacionais de que contemplem as necessidades de países emergentes, além de procurar equilibrar interesses de detentores de direitos de propriedade intelectual e objetivos de políticas públicas de certos países; e, por último, garantir o fornecimento de serviços de proteção de PI de qualidade, além de focar na implementação de programas de atividades por meio da administração responsável e eficiente (OMPI, 2010).

Outras estratégias de ação da OMPI visam a ampliação da divulgação de sua imagem em meios de comunicação de massa, aumento da disponibilização de dados eletrônicos para estimular um melhor entendimento sobre a PI e o trabalho da OMPI, assim como procurar dialogar mais com o público. A expansão internacional da OMPI, a partir da abertura de novos escritórios na qual a OMPI estabelece novos escritórios

para facilitar o relacionamento com os agentes do mercado e a sociedade. Os últimos foram abertos em Nova Iorque, Washington, Bruxelas e Cingapura.

3.1.2.4 Acordo TRIPS

TRIPS é a sigla para o Acordo sobre Aspectos de Direito de propriedade intelectual Relacionados ao Comércio²⁷. É o mais atual pacto internacional sobre o assunto, além de ser o primeiro acordo da Organização Mundial do Comércio (OMC) que exige a implementação, nos sistemas legais nacionais dos países signatários, de um conjunto minucioso de normas substantivas, assim como o estabelecimento de medidas e procedimentos de execução que atendam a padrões mínimos (ONU, 2003; SÁDABA, 2008).

O Acordo TRIPS no comércio de bens e serviços internacionais é específico para áreas da propriedade intelectual, tais como direitos autorais, marcas, patentes, entre outras, abarcando ainda os mercados competitivos, a solução de controvérsias e os acordos de transição, além das medidas de execução. Ele surge a partir de uma história marcada por negociações e contenciosos entre países desenvolvidos e em desenvolvimento.

Na Introdução, o TRIPS informa a sua natureza:

Desejando reduzir distorções e barreiras ao comércio internacional, e tendo em conta a necessidade de promover uma protecção eficaz e adequada dos direitos de propriedade intelectual e assegurar que as medidas e procedimentos a respeitar os direitos de propriedade intelectual não se convertam em barreiras ao comércio legítimo [...] (WTO, 1994).

Como a demanda de solução de controvérsia – que pode se configurar como barreiras ao comércio - sob o Acordo TRIPS tem como aspecto basilar, não raro, as obrigações que o país membro está renunciando ou deixando de cumprir. Em outras palavras, aos países membros da OMC, o Acordo TRIPS não apenas institui obrigações ou deveres, mas representa a concessão de um conjunto relevante de direitos e oportunidades no âmbito do mercado e economia internacional (WTO, 2003).

O Acordo TRIPS e as Convenções da OMPI nele contidas são, não raro, redigidos de modo genérico, fato que não obriga o cumprimento rígido de regras por

²⁷ Em Inglês *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*. Foi aprovado em Marrakesh, no ano de 1994, e integra o grupo de acordos conhecidos como Tratados da OMC.

parte dos seus signatários. Tal como nas outras fases da propriedade intelectual aqui já apresentadas, a flexibilidade, neste sentido, também é uma marca do Acordo TRIPS, pois sua implementação pode acontecer respeitando o que cada país considerar mais pertinente à sua realidade. Mas nem tudo é flexibilidade, pois os países membros tem a “obrigação” de cumprir seus requisitos mínimos.

Quanto à sua estrutura, o Acordo TRIPS possui sete partes. A primeira parte refere-se aos dispositivos gerais, princípios básicos e regras que os membros da OMC devem implementar em seus sistemas legais nacionais. A segunda conceitua e disponibiliza normas relativas à existência, âmbito e dos direitos de propriedade intelectual, tais como os direitos de autor e direitos conexos, marcas, indicações geográficas, desenhos industriais, patentes, *layout* de circuitos integrados, proteção de informações confidenciais, e, por último o controle das práticas anticoncorrenciais em licenças contratuais.

A parte III é destinada à aplicação dos Direitos de propriedade intelectual, estabelecendo obrigações de execução, e a IV dispõe sobre os meios para a obtenção e manutenção de direitos de propriedade intelectual. A parte V aborda os processos de solução de controvérsia, como a prevenção de litígios e de liquidação. A parte VI menciona os acordos de transição, e a última parte aborda questões acerca dos arranjos institucionais e as disposições finais.

Reconhecendo os direitos de propriedade intelectual como direitos privados e de grande relevância para a sociedade contemporânea, em outras palavras, o Acordo TRIPS procura fornecer meios adequados para as relações internacionais com o comércio de direitos de propriedade intelectual, compreendendo a ampla diversidade dos sistemas jurídicos nacionais.

3.2 Propriedade intelectual e desenvolvimento

O que é, afinal, desenvolvimento²⁸? Embora este trabalho seja de cunho teórico-empírico acerca de uma das musicalidades mais rentáveis do mercado musical do Brasil, compreende-se, para fins deste estudo, o conceito apresentado por Amartya Sen,

²⁸ Não se pode compreender desenvolvimento apenas a partir dos aspectos econômicos a ele relacionáveis, tais como variações de PIB e/ou das rendas individuais, etc. Neste trabalho, o conceito

onde o desenvolvimento é “um processo de expansão das liberdades reais que as pessoas desfrutam” (SEN, 2000, p.17). Em outras palavras, descartam-se conceitos reducionistas de desenvolvimento que só compreendem variáveis econômicas, financeiras e utilitárias.

Neste sentido, cabe ressaltar que se compreende a relevância dos fatores econômicos para o desenvolvimento das sociedades e dos povos, mas é necessário salientar que os aspectos econômicos devem ser compreendidos como um dos elementos potencializadores da expansão das liberdades humanas, e não o único. Para Sen (2000), os indivíduos são os principais agentes do desenvolvimento e, portanto, as diversas formas de cerceamento da liberdade humana impactam diretamente nas reais possibilidades de desenvolvimento da sociedade.

Dentre os tipos de liberdade analisados por Sen (*Ibidem*, p.84), estão: 1) liberdades políticas; 2) facilidades econômicas; 3) oportunidades sociais; 4) garantias de transparência e 5) segurança protetora. Mas qual a relação entre propriedade intelectual e o Desenvolvimento? É possível conciliar PI, desenvolvimento econômico e social de forma que haja a expansão das liberdades citadas por Sen?

Dois aspectos justificam a presença deste tópico no presente trabalho. O primeiro é a relação estreita entre a propriedade intelectual e a disseminação do conhecimento científico e da cultura, e o segundo, compreende a relevância de questões morais acerca dos autores e compositores musicais populares massivos, para os quais, não raro, a própria remuneração pecuniária é elemento secundário.

A propriedade intelectual na contemporaneidade envolve aspectos financeiros, mas, também representa possibilidades de inclusão sociocultural da sociedade. Um dos dilemas contemporâneos acerca do assunto é apresentado por Moraes (2004. p. 06):

No século XXI, o Direito Autoral tem o grande desafio de compor, equitativamente, dois interesses colidentes, o privado e o público, evitando tendências extremistas, exacerbações no exercício dos respectivos titulares. Como harmonizar, na era das novas tecnologias, a lógica privatística, organizada principalmente para a lucratividade, com a publicística, orientada pelo interesse público de participação de todos na vida cultural?

Em linhas gerais, a produção cultural é dinâmica e apresenta uma infinidade de atores onde, cada qual, busca a satisfação dos seus interesses. Produtores, reguladores e apreciadores e a lógica de produção que nem sempre advoga questões como ampliação

do acesso aos bens e serviços culturais, oportunizando significativa fruição e cultura artística (BOURDIEU, 1993; YÚDICE, 2004).

No contexto atual, altamente tecnológico para boa parte da população mundial, o desenvolvimento social ou econômico está relacionado à capacidade das empresas na produção e gestão do conhecimento, do capital intelectual, criando e gerindo ativos intangíveis, aproveitando oportunidades no mercado.

Não obstante, a inclusão sociocultural também oportuniza consumo, e as últimas transformações da telemática, por exemplo, reconfiguraram consideravelmente a relação produção, distribuição e consumo no campo da música, principalmente. A mudança no campo musical - campo diretamente vinculado à PI – não se refere unicamente ao barateamento de tecnologias e máquinas e aos novos suportes e meios para a música, mas a real inserção de artistas e suas produções. Representa a possibilidade do sonho e materialidade da liberdade e criatividade humana (CASTRO, 2007; CASTRO; FRANCO RIBEIRO, 2009).

3.2.1 Propriedade intelectual e direitos humanos

Os direitos humanos, em sua relevante historicidade, reiteram processos e espaços de luta pela dignidade da condição humana. A Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) apresenta dois incisos contrastantes, mas que são basilares para a compreensão da PI e sua relação com o desenvolvimento humano.

1. Todo homem tem direito a participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar do progresso científico e de seus benefícios.
2. Todo homem tem direito à proteção dos interesses morais e materiais decorrentes de qualquer produção científica, literária ou artística, da qual seja autor.

A disseminação da educação e cultura e o amplo acesso aos bens e serviços advindos deste estão dispostos no primeiro. Aspectos implícitos estão contemplados, como o acesso coletivo, consumo, fruição, apreciação. O segundo dispõe acerca dos direitos do autor, da autoria, dos direitos morais e patrimoniais do autor (MORAES, 2004; PIOVESAN, 2007).

as pessoas desfrutam” (SEN, 2000, p. 17).

A Declaração Universal dos Direitos Humanos é o início do próprio desenvolvimento do Direito Internacional dos Direitos Humanos, assim como da discussão e aplicação dos instrumentos internacionais de proteção. Nesta direção, a concepção contemporânea de direitos humanos apresentada num contexto pós-guerra garante os direitos políticos, econômicos, sociais e culturais²⁹.

As obras artísticas e intelectuais tangíveis e/ou intangíveis, independentemente da forma, linguagem, estilo ou meio de suporte, são criações do espírito humano, que envolve a possibilidade de poder criar, apreciar e manifestar seus sentimentos e interesses. Tais fatores reiteram a pertinência, mais uma vez, do conceito de desenvolvimento criado por Amartya Sen, que dialoga com a Declaração de 1948, quando afirma o direito ao desenvolvimento um direito universal e inalienável, e parte integrante dos direitos humanos fundamentais.

A OMPI, em conformidade com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, vem desenvolvendo um programa estratégico de ampliação da propriedade intelectual para os países em desenvolvimento. O referido programa possui atividades e pesquisas em parceria com os países –membros, a partir de universidades, instituições públicas de pesquisa, agências intergovernamentais, organizações empresariais, além do fomento de estudos de caso em países emergentes, visando o registro das experiências e identificação de problemas e suas possibilidades de resolução.

A economia do conhecimento depende do bem-estar e riqueza material da sociedade, das organizações e das nações. Na economia em questão, a base estaria na criatividade; na inovação, sua disseminação, legitimação e aplicabilidade. Nesta direção, não há espanto se os países considerados desenvolvidos direcionem mais recursos para a ciência, tecnologia, educação e cultura.

Por outro lado, a ciência e a tecnologia impactaram, significativamente, na produção de bens e serviços, no comércio internacional, no desenvolvimento econômico, mas, sobretudo, no desenvolvimento social, enfatizando o aspecto humano como finalidade do desenvolvimento. Neste contexto, procurando reduzir distorções e assimetrias de diversas ordens, atuam alguns organismos nacionais e internacionais, evidenciando o desenvolvimento humano como elemento estratégico para a consecução da competitividade na economia mundial.

²⁹ Numa perspectiva histórica, é a Revolução Francesa que inclui os direitos autorais como um dos elementos representativos dos direitos humanos (JAGUARIBE e BRANDELLI, 2007).

3.3 Propriedade intelectual e desenvolvimento econômico

A propriedade intelectual (PI) e sua relação com o desenvolvimento econômico está lastreada na capacidade dos países em aplicar e transformar o conhecimento em geração e distribuição de riquezas, a partir de elementos como criação e, principalmente, na inovação. Nesta direção, a propriedade intelectual surge como elemento relevante junto à proteção e valorização dos produtos, processos ou demais bens intangíveis.

As recentes transformações e avanços tecnológicos, calcados em expressivos investimentos na área de ciência e tecnologia, apontam para expressões como “era informacional”, “era do conhecimento”, “capitalismo cognitivo”, “capital intelectual”, e o processo diferenciado de produção da ciência e tecnologia tem gerado distorções e assimetrias de desempenho entre os países, com vantagem para os líderes da economia mundial. Como consequência, disparidades *per capita* de produtividade e competitividade.

A ciência e tecnologia impactaram, significativamente, a produção de bens e serviços, o comércio e economia internacional, o desenvolvimento social, mas, também, o desenvolvimento econômico. Economias de escala logo sucumbiram às economias de escopo, aumentando a variedade de produtos, mas, também, de fornecedores (ANDERSON, 2006).

Se a relação entre propriedade intelectual e Desenvolvimento evoca mais questões relacionadas aos direitos autorais pertinentes às criações e performances artísticas, ampliação do acesso à cultura e educação, disseminação da cultura artística, direitos humanos e garantia da dignidade humana, entre outros, ao Desenvolvimento Econômico discute-se, principalmente, aspectos vinculados à Propriedade Industrial e à Inovação.

3.3.1 Propriedade intelectual e inovação

Inovação aqui compreendida como a forma mais eficaz de concorrência, destacando o seu caráter ativo e desequilibrador, na medida em que a continuidade das vantagens obtidas por meio destas inovações são, necessariamente, temporárias, sujeitas

à obsolescência do fluxo natural da “destruição criadora” (SCHUMPETER, 1982). Ou Inovação como fator resultante da aplicabilidade do conhecimento no processo produtivo, com o objetivo de criar produto e/ou processo que eleve ou amplie os níveis de lucro das empresas ou organizações.

Para Elster (2000, p. 86), há uma diferenciação entre Inovação e Invenção que é marcada, principalmente, pela tecnologia. A primeira se destaca como “[...] la producción de nuevo conocimiento tecnológico”, e a segunda é conceituada como “[...] la creación de alguna idea científica, teoría o concepto que pueda conducir a la innovación”.

O panorama mundial atual, pós-crise, acerca da Inovação é dinâmico, e ressalta aspectos de recuperação econômica e tendência de maior colaboração entre empresas e países no assunto propriedade intelectual e Inovação. Novas tecnologias e modelos de negócios estão aparecendo como desafio para as relações políticas internacionais. Em linhas gerais, segundo a OMPI (2010), é necessário ampliar a compreensão e olhar acerca do comportamento inovador, pois há sinais evidentes de que a ciência e a tecnologia, a pesquisa e o desenvolvimento tem sido a estratégia de algumas das maiores organizações empresariais durante a crise.

3.3.2 Inovação por *Schumpeter*

Considerado um dos maiores economistas da primeira metade do século XX, o austríaco Joseph Schumpeter (1883-1950) analisou a dinâmica do desenvolvimento econômico no sistema capitalista. Diferindo dos economistas clássicos e se aproximando, por outro lado, de Karl Marx, considerava o progresso técnico o fator determinante da dinâmica capitalista, e não o crescimento da população, o aumento da produção e o acúmulo de recursos.

Para este autor, o desenvolvimento econômico está fundamentado em três fatores principais: as inovações tecnológicas, o crédito bancário e o empresário inovador. Durante os anos 1950 e 1960, sua obra passou por um momento de esquecimento, tendo vivido um novo período de popularidade a partir da década de 1970, com a crise econômica mundial e a emergência das novas tecnologias (informática, engenharia biológica, etc.).

A inovação por ele enfatizada é aquela que representa uma ruptura com o padrão anterior, originária da percepção de oportunidades de mercado, mais especificamente

das possibilidades de ganho pelos agentes econômicos, dotados de visão, capacidade de planejar, conceber e implementar estratégias. Ao identificar as inovações como a forma mais eficaz de concorrência, Schumpeter (1982) destaca o seu caráter ativo e desequilibrador, na medida em que a continuidade das vantagens obtidas por meio destas inovações são, necessariamente, temporárias, sujeitas à obsolescência do fluxo natural da “destruição criadora” – a essência da dinâmica capitalista.

Neste sentido, “destruição criadora” é compreendida como a dinâmica a partir da qual cada nova tecnologia destrói, ou pelo menos diminui o valor de antigas técnicas e posições mercadológicas. O novo produto passa a ocupar o espaço do velho produto e novas estruturas de produção destroem antigas estruturas.

Para Schumpeter (1984), o capitalismo não é e nem pode ser estacionário. Em outras palavras, contrariamente ao pensamento neoclássico de equilíbrio estático, o trabalho de Schumpeter permite uma análise dinâmica da realidade econômica.

O capitalismo é, por natureza, uma forma ou método de transformação econômica e não, apenas, reveste o caráter estacionário, pois jamais poderia tê-lo. Não se deve esse caráter evolutivo do processo capitalista apenas ao fato de que a vida econômica transcorre em um meio natural e social que se modifica e que, em virtude dessa mesma transformação, altera a situação econômica. Esse fato é importante e essas transformações (guerras, revoluções e assim por diante) produzem freqüentemente transformações industriais, embora não constituam seu móvel principal. Tampouco esse caráter evolutivo se deve a um aumento quase automático da população e do capital, nem às variações do sistema monetário, do qual se pode dizer exatamente o mesmo que se aplica ao processo capitalista. O impulso fundamental que põe e mantém em funcionamento a máquina capitalista procede dos novos bens de consumo, dos novos métodos de produção ou transporte, dos novos mercados e das novas formas de organização industrial criadas pela empresa capitalista (SCHUMPETER, 1984, p. 110).

Este impulso, também conhecido como “destruição criativa” promove as empresas inovadoras, que respondem às novas solicitações do mercado, e fecha as empresas sem agilidade para acompanhar as mudanças. Ao mesmo tempo, orienta os agentes econômicos para as novas tecnologias e novas preferências dos clientes. Elimina postos de trabalho ao mesmo tempo em que cria novas oportunidades de trabalho e possibilita a criação de novos negócios.

No capitalismo, segundo Schumpeter, o conhecimento aplicado da sociedade e o meio ambiente sociocultural são considerados elementos relevantes quanto aos “saltos” e “repentes” que se verificam no sistema econômico. Nesta perspectiva, o desenvolvimento se processa de forma desarmoniosa, com a prevalência de um elevado grau de riscos de incertezas. Neste ambiente, não cabe ao homem comum, mas sim a um sujeito especial, talentoso e motivado, a ação de investir e promover negócios rentáveis. Este indivíduo, o empresário inovador, é diferente do capitalista, simples detentor ou gestor dos meios de produção. O empresário inova e é movido por uma pluralidade de motivos que transcendem a racionalidade.

Como destaca o autor, o processo de inovação a partir de novas combinações é endógeno a estrutura do sistema econômico e o empresário inovador desempenha papel fundamental para propor e tornar economicamente relevantes tais iniciativas. Em outras palavras o inovador é responsável pela introdução de uma inovação e sua “aceitação” pelo mercado, condição necessária para proporcionar um novo dinamismo da economia.

(...) a função do empresário é reformar ou revolucionar o sistema de produção através do uso de uma invenção ou, de maneira mais geral, de uma nova possibilidade tecnológica para a produção de uma nova mercadoria ou fabricação de uma antiga em forma moderna, através da abertura de novas fontes de suprimento de materiais, novos canais de distribuição, reorganização da indústria, e assim por diante (SCHUMPETER, 1984, p. 166).

Dada as limitações do conhecimento e de uma racionalidade previsível, o sistema só será eficiente, na compreensão de Schumpeter, se os empresários não se restringirem a administrar as estruturas existentes, mas o fizerem gerando inovação. Sobre os limites da racionalidade, o autor salienta que o conhecimento não suprime o acaso e, portanto, nunca há receita ou precedente para orientar as escolhas com absoluta certeza.

O empresário inovador descrito por Schumpeter tem uma estreita relação com o líder carismático descrito por Weber, mas situa-se em uma posição de antítese de um tipo de administração burocrática, também descrita pelo pensador alemão. Na visão schumpeteriana, o empresário inovador é tido como sujeito do processo de “destruição criadora”, sendo, portanto, figura central da dinâmica capitalista (PEREIRA, 2003).

Considerando que o diferencial do capitalismo de outros sistemas é a existência do crédito, ele acreditava que a grande qualidade do empresário não será o capital que

possui, mas as sua capacidade de liderança (intuição, visão, competência e determinação) – qualidades que não se reduzem ao cálculo racional, mas que mantêm uma relação estreita com fatores psicológicos e sociais.

Assim, o desenvolvimento econômico na visão de Schumpeter está fundamentado em três fatores principais: as inovações tecnológicas, o crédito bancário e o empresário inovador. Tal como descrito pelo autor, a presença do empresário na sociedade capitalista é fundamental ao desenvolvimento econômico. O desenvolvimento ocorre a partir de uma profunda transformação da economia, mais especificamente, a partir de "uma nova combinação dos meios produtivos" e a existência de crédito para financiá-lo.

Em linhas gerais, as inovações são o elemento motriz da evolução do capitalismo, ao passo que a busca pelo lucro (resultado das novas combinações) constitui o fator promotor da dinâmica econômica. Os lucros advindos do processo de inovação colaboram para o acirramento da competição capitalista: as inovações tenderiam apresentar um processo de difusão desigual e se concentrar em alguns setores da economia que procurariam manter-se na dianteira do progresso técnico.

Diante deste cenário, Schumpeter questiona a idéia comum, segundo a qual a “concorrência perfeita” seria a forma de maximizar o bem-estar econômico. Sob essa competição perfeita, todas as indústrias produziriam os mesmos produtos, os venderiam pelo mesmo preço e teriam acesso à mesma tecnologia.

Neste contexto, negligenciando a noção de equilíbrio estático dos autores clássicos, as inovações surgiriam em ondas ou aglomerados concentrados no tempo, e constituiriam a explicação dos ciclos pelos quais passa a economia. Ciclos diretamente relacionados às tendências de queda e retomada de investimentos, advindos do processo de incorporação do processo de inovação. Para Schumpeter os ciclos na economia possuem quatro fases: prosperidade, recessão, depressão e recuperação (SCHUMPETER, 1982).

Para Schumpeter (1985), a Inovação destaca-se na economia capitalista, pois é o elemento dinâmico da economia, e o empresário inovador é um tipo de agente que age racionalmente com base em valores (inovação), mas, também, a partir da paixão despertada por seus desejos e conquistas.

3.3.3 Propriedade Industrial

A Propriedade Industrial é a sub-divisão da PI responsável pelo registro das patentes, marcas, desenho industrial, indicações geográficas e topografia de circuitos integrados (PIMENTEL e BARRAL, 2007). Sua evolução acompanha a própria historicidade da evolução do sistema de produção capitalista, a partir das inovações tecnológicas, geração de riqueza, aumento de demanda e produção, entre outros (VILLARES, 2007).

Neste contexto, a proteção da propriedade industrial, a partir da concessão de privilégios e concessões de monopólios, é um sistema que favorece o desenvolvimento econômico e tecnológico, fomentando a inventividade, concorrência e pesquisa e a disseminação de conhecimentos. O privilégio de exploração do invento é temporal, e, com o fim deste, é possível a exploração pela sociedade.

Para Villares (2007), a crescente relevância de um sistema legitimado de PI se justifica não somente pela esfera das transações comerciais entre países (Propriedade Industrial), mas, também, entre os próprios grupos capitalistas, sejam estes ou não, do mesmo ramo de atividade industrial. Estabelecida historicamente a partir das revoluções tecnológicas e seus modos de produção, a Propriedade Industrial é relevante no atual estágio do capitalismo global, por conta de aspectos como o aumento considerável da concorrência comercial entre os países, a terceirização e o seu necessário desvelamento das etapas produtivas.

Em se tratando dos fatores concorrenciais e mercadológicos, a Propriedade Industrial conserva paradoxos e contradições. Se de um lado procura salvaguardar e proteger o direito ao monopólio temporário da produção, os altos custos processuais de registro e/ou de eventuais disputas das patentes são barreiras à entrada, e são constantes os casos de quebras de patentes que, não raro, vêm acompanhados do impedimento da comercialização e do pagamento de multas (SÁDABA, 2008; VILLARES, 2007; GANDELMAN, 2004; SHERWOOD, 1992).

O fato mencionado acima pode ser exemplificado com a própria história de Thomas Edison (1847–1931), considerado o maior inventor de todos os tempos. Dentre as suas contribuições para o desenvolvimento tecnológico e científico, destacam-se a lâmpada elétrica incandescente, fonógrafo, cinematógrafo, entre outras, que atestam a sua relevância na revolução tecnológica do século XX. Ao morrer, deixa para seus

herdeiros uma fortuna de 25 milhões de dólares e cerca de 1.200 patentes nacionais e 1.400 estrangeiras. Especula-se que teria gasto valor semelhante, entre registros e disputas de patentes em tribunais nacionais e internacionais (SÁDABA, 2008; NOBLE, 1987; HUGHES, 1989)³⁰. Segundo Villares, “[...] a percepção geral da indústria é que cada processo nessa área custa, no mínimo, US\$ 1,5 milhão” (2008, p. 11).

Com países excluídos tecnologicamente de um lado, países adaptadores de tecnologia no meio, e, na outra ponta, os poucos que dominam a produção mundial de tecnologia (SACHS, 2005), o cenário internacional atual apresenta evolução considerável quando se trata do pedido e registro de patentes, com aumento do pedido de patentes por parte dos países em desenvolvimento (OMPI, 2010).

3.3.3.1 Breve histórico da propriedade industrial no Brasil

Com o objetivo de estimular o desenvolvimento e facilitar a introdução da manufatura e indústria no Brasil, D. João VI, em 1809, inaugura a propriedade intelectual na Colônia, estabelecendo proteção às invenções, além da concessão de privilégios monopolísticos³¹. Mas a iniciativa não pode ser considerada exitosa, pois o contexto histórico era de uma estrutura produtiva arcaica numa sociedade escravocrata (JAGUARIBE; BRANDELLI, 2007).

Anos mais tarde, com o objetivo de acompanhar a Europa no assunto propriedade intelectual, e sendo o desenvolvimento científico um de seus temas prediletos, D. Pedro II registra a participação oficial do Brasil no assunto, assinando as Convenções de Paris e Berna. Estas inscrições, contudo, inaugura o sistema de Propriedade Industrial nacional, mas, outra vez, não foi suficiente para alavancar uma cultura de inovação e desenvolvimento tecnológico.

Em 1824, com o Brasil já independente, promulga-se a Constituição do Império, que acerca das garantias individuais relativas à propriedade, procurou garantir aos inventores o direito sobre as suas criações. Em 28 de agosto de 1830, promulgou-se

³⁰ Thomas Edison também participava de pesquisas e atividades que procuravam adaptar e aperfeiçoar os inventos existentes.

³¹ *Alvará de 28/01/1809*. O período histórico precedente foi marcado por medidas da Coroa Portuguesa no sentido de inibir o incipiente desenvolvimento industrial da Colônia. A Carta Régia, datada de 30/7/1766, sob o pretexto de descaminho do ouro, proibiu o ofício de ourives. O *Alvará de 5/1/1785* determinava a extinção de todas as fábricas e manufaturas, sob o argumento de que a agricultura e a mineração locais encontravam-se prejudicadas. O real interesse, entretanto, estava pautado na permanência da dependência colonial para com sua metrópole. A partir da assinatura da *Carta Régia de 28.1.1808*, e da transferência do trono português para a Colônia, o Príncipe Regente, ordena a abertura dos portos brasileiros para as nações amigas.

uma Lei s/nº, que procurava proteger os inventores e regular a concessão dos privilégios. Esta lei, entretanto, vigorou por quase 50 anos, mas com pouca aplicabilidade, vindo a ser substituída pela Lei 3.129/1882³².

Entre inúmeros Alvarás, Decretos e Leis, somente em 1875 houve a promulgação da primeira lei brasileira sobre marcas industriais. Em 1891, já num contexto republicano, a Constituição deste ano assegurou a propriedade dos inventores, assim como a propriedade das marcas de fábrica. Após quatro décadas de vigor desta lei, surgiram inúmeras discussões acerca da necessidade de sua modernização, e da centralização dos serviços de registro patentes, entre outros. Logo, em 1923, foi criada a Diretoria Geral da Propriedade Industrial, através do Decreto 16.264/23.

Em 1934, através do Decreto 24.507, foram promulgados os capítulos referentes aos desenhos e modelos industriais, ao nome comercial e à concorrência desleal, ampliando a legislação sobre a propriedade industrial. Em 1945, foi promulgado pelo Decreto-Lei 7903, o Código da Propriedade Industrial, vigente até 1967. Neste ano, o Governo Militar, através do Decreto-Lei 254, instituiu o novo Código da Propriedade Industrial, que vigorou até outubro de 1969.

Com o declínio do regime militar, e a necessidade de inserção do Brasil no cenário e comércio internacional, é aprovada a Lei 5772/71, que institui o Código de propriedade intelectual, definindo como marcas registráveis, por exemplo, quaisquer signos distintivos que não estivessem compreendidos nas proibições legais, sem qualquer linguagem ou abordagem mais restritiva para formas de utilização destas³³.

A Lei atual que trata da Propriedade Industrial é a 9.279/96, resultado de diversos encontros, debates e da participação efetiva de boa parte dos setores interessados da sociedade. As principais modificações e avanços desta nova Lei, em termos gerais, se apresentam como: a) Redução na burocracia para depósitos de pedidos de patente, marcas e desenhos industriais; b) simplificação da documentação necessária para instrução dos pedidos de patente, e, como consequência, a redução dos custos; c) maior proteção aos direitos de propriedade industrial, a partir de diretrizes mais

³² Lei foi complementada pelo Decreto 8820, de 20/12/1882.

³³ Para a Lei 9279/96, sinal distintivo é o sinal apto a distinguir, diferenciar, separar produto ou serviço de outros iguais ou similares, de procedência diversa. Sinal visualmente perceptível é o sinal percebido pela visão, não se admitindo, portanto registro de marca sonora, olfativa ou gustativa. Sinal proibido em lei é, a partir desta Lei, aquele que não apresenta os requisitos de licitude, disponibilidade e veracidade, que, ao lado da distintividade, completam as condições necessárias para constituir uma marca suscetível de registro.

objetivas e abrangentes dos direitos acerca das patentes e registros de marcas; d) Maior liberdade e menor burocracia também na área de contratos de transferência de tecnologia, licenciamento de patentes e marcas, franquia e custos partilhados.

A partir da Lei 9279/96, inúmeras modificações foram introduzidas no sistema brasileiro de registro e proteção de sinais distintivos, representando, para muitos autores, um importante e indispensável avanço num contexto marcado pela intensa competitividade vinculada ao comércio internacional.

3.3.3.2 A Propriedade industrial e o cenário brasileiro

A Propriedade Industrial no Brasil, diretamente vinculada ao Direito de propriedade intelectual, não raro, foi tratada como questão secundária, e pouco atrelada ao desenvolvimento socioeconômico do país, enquanto os chamados “países desenvolvidos” ampliavam, consideravelmente, os seus índices de desenvolvimento tecnológico e científico.

Neste contexto, com modelos de desenvolvimento que procuram valorizar os bens intangíveis, a biotecnologia, e a tecnologia da informação, o Brasil passa a reconhecer como legítimas e pertinentes as questões referentes à propriedade intelectual, e, em especial, à sua vertente Industrial. Para Jaguaribe e Brandelli, é possível constatar que:

[...] enquanto já nos situamos em um patamar de produção científica proporcional a nossa dimensão e nosso PIB, nossa produção tecnológica é muito reduzida. Esse fato reflete características comuns a toda a América Latina e um processo de industrialização que aportou reduzida demanda de competitividade e de inserção externa, além de um ambiente de pesquisa dissociado da indústria (2007, p. 279).

O investimento nas Instituições de Ciência e Tecnologia, e a criação e disseminação de uma cultura de propriedade intelectual é indispensável a qualquer país. Neste sentido, a pesquisa tecnológica pode ser compreendida como um bem público, adquirindo valor estratégico para o Estado, Universidade, e para as empresas que, não raro, aplicam os princípios sistematizados da pesquisa científica no processo de inovação tecnológica.

O Brasil é o 13º maior produtor de artigos científicos do mundo. Essa posição é justificada pela ampliação e estruturação da rede de pesquisa e pós-graduação do País

(INPI, 2010). A mesma expressividade, no entanto, ainda não é percebida no desenvolvimento tecnológico, o que é observado em seus números de pedidos de patentes nos EUA, em comparação a outros países, vide tabelas abaixo.

Tabela 1: Artigos brasileiros, da América Latina e do mundo publicados em periódicos científicos indexados (1981-2009)

Ano	Brasil	América Latina	Mundo	% do Brasil em relação à América Latina	% do Brasil em relação ao Mundo
1981	1.949	5.687	456.289	34,27	0,43
1982	2.257	6.360	473.650	35,49	0,48
1983	2.325	6.671	484.736	34,85	0,48
1984	2.439	6.768	484.991	36,04	0,50
1985	2.409	7.119	516.918	33,84	0,47
1986	2.575	7.673	531.890	33,56	0,48
1987	2.624	8.037	528.134	32,65	0,50
1988	2.844	8.294	549.760	34,29	0,52
1989	3.163	9.028	570.841	35,04	0,55
1990	3.640	9.910	588.328	36,73	0,62
1991	4.009	10.479	605.248	38,26	0,66
1992	4.737	11.896	642.974	39,82	0,74
1993	4.669	12.210	644.877	38,24	0,72
1994	5.210	13.571	682.832	38,39	0,76
1995	6.038	15.437	716.142	39,11	0,84
1996	6.626	16.878	730.143	39,26	0,91
1997	7.331	18.678	730.793	39,25	1,00
1998	8.858	21.157	763.772	41,87	1,16
1999	10.073	23.505	778.478	42,85	1,29
2000	10.521	24.529	777.827	42,89	1,35
2001	11.581	26.478	796.862	43,74	1,45
2002	12.929	28.620	797.668	45,17	1,62
2003	14.288	31.591	875.756	45,23	1,63
2004	14.995	31.655	854.703	47,37	1,75
2005	17.714	37.250	982.533	47,55	1,80
2006	19.294	38.743	983.424	49,80	1,96
2007	19.510	39.367	981.932	49,56	1,99
2008	30.422	55.757	1.158.057	54,56	2,63
2009	32.100	58.985	1.191.707	54,42	2,69

Fonte: Ministério da Ciência e Tecnologia do Brasil (2010)

Tabela 2: Pedidos de patentes de invenção solicitados ao escritório de marcas e patentes dos EUA - 1980/2008

Países	1980	1990	2000	2008	Variação 1980/1990 (%)	Variação 1990/2000 (%)	Variação 2000/2008 (%)
EUA	62.098	90.643	175.705	257.818	46,0	93,8	46,7
Japão	12.951	34.113	54.365	84.473	163,4	59,4	55,4
Alemanha	9.669	11.261	17.858	26.331	16,5	58,6	47,4
Coréia	33	775	5.882	25.507	2.248,5	659,0	333,6
Canadá	1.969	3.511	7.146	11.436	78,3	103,5	60,0
Reino Unido	4.178	4.959	7.613	10.795	18,7	53,5	41,8
França	3.331	4.771	6.859	9.281	43,2	43,8	35,3
China	7	111	437	5.148	1.485,7	293,7	1.078,0
Israel	253	608	2.477	4.916	140,3	307,4	98,5
Itália	1.501	2.093	3.031	4.273	39,4	44,8	41,0
Austrália	517	811	1.887	4.194	56,9	132,7	122,3
Cingapura	6	36	680	1.376	500,0	1.788,9	102,4
Espanha	142	289	595	1.294	103,5	105,9	117,5
Rússia	384	531	38,3
Brasil	53	88	240	499	66,0	172,7	107,9
México	77	76	180	269	(1,3)	136,8	49,4
Argentina	56	56	138	139	-	146,4	0,7
Chile	8	13	28	63	62,5	115,4	125,0

Fonte: Ministério da Ciência e Tecnologia do Brasil (2010)

Além de avanços nas estatísticas do campo educacional no Brasil, segundo Jaguaribe e Brandelli (2007), o Brasil possui quatro grandes desafios internos na área da Propriedade Industrial. O primeiro deles é a integração da política de Propriedade Industrial à política industrial; a inserção efetiva das instituições pela Propriedade Industrial no Sistema Nacional de Inovação; o terceiro evoca a geração e criação, no âmbito do Executivo e Judiciário, de uma cultura da Propriedade Industrial; por último, os autores ressaltam a necessidade de modernização e aumento do desempenho por parte das instituições responsáveis pela PI. Dentre elas, o INPI, as Universidades, entre outras.

Os desafios externos para a Propriedade Industrial no Brasil contemporâneo são a compatibilização das demandas internas e próprias da PI com as demandas externas vinculadas ao comércio internacional; atração de investimentos em setores de ponta; evitar concessões pouco flexíveis; e, por último, a necessidade de desenvolvimento de

um plano estratégico, de uma “agenda para o desenvolvimento” (JAGUARIBE; BRANDELLI, 2007, p. 304).

3.3.4 Direitos Autorais

Os Direitos Autorais, ou Direito do Autor - *Copyright* em inglês – é uma vertente da propriedade intelectual e da ciência jurídica. Tema que teve sua complexidade potencializada a partir das novas tecnologias e sociabilidades contemporâneas. Pode ser compreendido como um conjunto de prerrogativas legais conferidas aos criadores - pessoa física ou jurídica -, objetivando a garantia de benefícios morais e financeiros que resultem da exploração de suas criações, sejam elas artísticas, literárias ou científicas.

Os Direitos Autorais são divididos, para efeitos legais, em direitos morais e patrimoniais. Os direitos morais são aqueles referenciados pela disposição de proteção da autoria da obra, sua honra e reputação, ou seja, aqueles que relacionam continuamente o autor à sua criação intelectual. Os direitos morais de autor são personalíssimos, portanto inalienáveis e irrenunciáveis. Consiste basicamente, dentre outros direitos, no poder de reivindicar, a qualquer tempo, a autoria da criação intelectual; em ter o nome, pseudônimo ou sinal convencional, identificadores da autoria, anunciados sempre que se utilize a obra; no direito de conservar inédita a criação; no direito de conservar íntegra a obra; no direito de retirar de circulação a obra ou suspender qualquer forma de utilização já autorizada.

O direito patrimonial do autor refere-se basicamente ao direito de utilização econômica da obra musical e, ao contrário dos direitos morais que não se transferem, a titularidade dos direitos patrimoniais pode ser transferida por licença, cessão, concessão, legado, doação, dação, ou por outros meios admitidos em Direito.

3.3.4.1 Música e a história do Direito Autoral no Brasil

Na época colonial, o Brasil estava subordinado às leis portuguesas, cuja Constituição de 1838 garantia aos inventores e criadores a propriedade das suas descobertas e criações. Com a Independência, o país passou a reconhecer o direito autoral a partir das Constituições de 1891, 1934, 1946, 1967 e da Emenda Constitucional de 1969.

No caso da música, os próprios autores iniciaram a movimentação reivindicando a sistematização dos trabalhos acerca da utilização e arrecadação de direitos autorais relativos às obras musicais e sua execução pública. A partir de então, no início do século XX, começam a surgir sociedades de defesa de direitos autorais. Caracterizavam-se pela natureza de associações civis, sem fins lucrativos, onde, contavam com músicos e autores na fundação e composição de seus quadros gestores.

Em 1917, foi fundada a Sociedade Brasileira de Autores Teatrais – SBAT -, que além de autores de teatro, passou a atender os compositores musicais³⁴. A história demonstra que movimento coletivo ampliou-se, surgindo novas entidades com o mesmo propósito (MORELLI, 1991; 2000; NAPOLITANO, 2000). São elas:

- 1934 – Associação Brasileira de Compositores e Autores – ABCA³⁵;
- 1942 - União Brasileira de Compositores – UBC;
- 1946 - Sociedade Brasileira de Autores, Compositores e Editores – SBACEM;
- 1956 - Sociedade Arrecadadora de Direitos de Execuções Musicais no Brasil – SADEMBRA;
- 1960 - Sociedade Independente de Compositores e Autores Musicais – SICAM;
- 1962 - Sociedade Brasileira de Administração e Proteção de Direitos Intelectuais – SOCINPRO;
- 1980 - Associação Nacional de Autores , Compositores e Intérpretes de Música – ANACIM;
- 1980 – Associação dos Músicos, Arranjadores e Regentes – AMAR;
- 1982 - Associação Brasileira de Música e Artes - ABRAMUS;
- 2002 - Associação Brasileira dos Direitos de Autores Visuais - AUTVIS;
- 2004 - ABRAMUS – Teatro & Dança.
- 2007 - Associação Brasileira de Codificação de Obras Audiovisuais – ABRISAN.

A sequência cronológica acima é um breve registro circunstanciado da organização e luta dos artistas, autores e intelectuais brasileiros acerca dos direitos autorais, em especial àqueles referentes aos direitos de execução pública. Na seara

³⁴ Chiquinha Gonzaga foi uma das fundadoras da SBAT, e é considerada uma das responsáveis no Brasil pelo movimento de defesa dos direitos autorais. A academia e a historiografia cultural brasileira apresentam considerável lacuna a respeito desta artista, autora e empresária.

musical, Morelli (2000) divide a luta e organização dos autores em três momentos distintos: o período pioneiro (1934-1960), caracterizado, segundo a autora, pela representatividade dos maiores nomes da MPB à época e pelo discurso arrogante dos dirigentes autorais; o período intermediário (1960-1980), configurado pelo discurso ‘anônimo’ e ‘humilde’ dos compositores paulistanos; e, por último, o período de (1980-1998), caracterizado pelo discurso subversivo e politizado.

3.3.4.2 A Lei 9.610/98

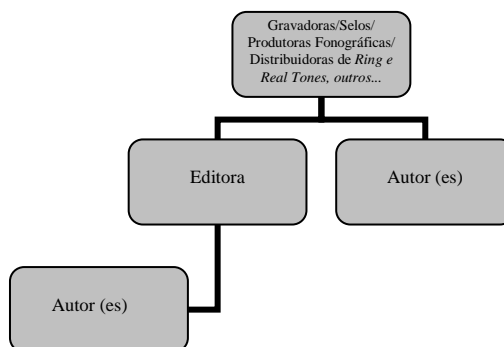
No Brasil, a relação produção musical e Direitos Autorais é amparada pela Lei 9.610/98, que reconhece a relação obra e propriedade intelectual, a partir da sua autoria (individual, coletiva, inédita, póstuma, outras), publicação, transmissão, emissão, retransmissão, distribuição, comunicação ao público, reprodução, contrafação³⁶, fonograma³⁷, edição, produção, radiodifusão, intérpretes e executantes.

Da diversidade relacionada aos direitos autorais/*copyright*, regra geral, destaque para os Direitos Fonomecânicos e os Direitos de Execução Pública. Os Direitos de Execução Pública são aqueles percebidos pelo Escritório Central de Arrecadação e Distribuição – ECAD –, em shows, televisão, rádios, consultórios, academias, bares, entre outros. Ambos são autorais, e o segundo pode ser ampliado aos denominados Conexos – denominação categorial aplicada aos músicos que participaram da gravação e/ou participam do grupo musical.

³⁵ Atividades encerradas em 1938.

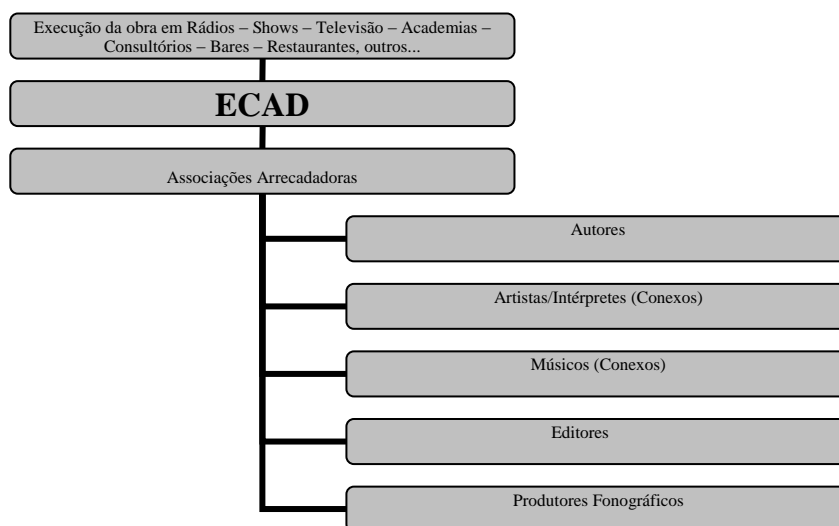
³⁶ Reprodução não autorizada.

³⁷ A Lei 9.610/98 define como “toda fixação de sons de uma execução ou interpretação ou de outros sons, ou de uma representação de sons que não seja uma fixação incluída em uma obra audiovisual”.

Figura 2: Distribuição dos Direitos Fonomecânicos

Fonte: Elaboração do autor.

Explícito no tocante à utilização da obra musical, o quadro acima, apresenta duas possibilidades envolvendo o *copyright*. Se se trata de uma obra editada, a gravadora/selo/produtora fonográfica/distribuidora de *ring e real tones* deve solicitar à editora musical a liberação/autorização de utilização comercial da obra. Por outro lado, se a obra não está sob os domínios administrativos de uma editora, a solicitação deve ser feita ao autor – amplamente conhecida como “liberação direta”. Nos dois casos acima, incidem ônus que se destinam ao pagamento dos direitos autorais³⁸.

Figura 3: Distribuição dos Direitos de Execução Pública

Fonte: Elaboração do autor.

³⁸ No circuito comercial, os exemplos de liberação autoral sem ônus - tanto por parte de editora ou diretamente pelo autor - não são raros. Assunto controverso e amplo que, por si só, será abordado em momento mais adequado, uma vez que não é o objetivo deste breve trabalho.

O pagamento dos Direitos advindos da Execução Pública, autorais e conexos, é arrecadado e pago pelo ECAD a Associações Arrecadoras³⁹ encarregadas do repasse aos Autores, artistas e músicos, assim como, às editoras e produtoras fonográficas responsáveis pelas obras e produções.

É possível constatar que na lógica comercial, o *copyright* é um dos itens na planilha de custos a incidir no preço final do produto, mas, também representa a preservação do direito autoral em trâmites burocráticos. Estabelecem-se aí relações mercadológicas nem sempre simétricas e satisfatórias que estimulam autores e artistas a apostar em outras direções e tessituras. Neste sentido, o *copyright* é mais um elemento compositivo das planilhas de produção musical, não o maior. Entretanto, em boa parte dos casos, é o que mais entrava os trâmites administrativos. O pagamento do *copyright* é feito pela gravadora/selo/produtor fonográfico ao autor ou editora responsável, considerando um percentual incidente no valor da venda ao lojista/atacado⁴⁰.

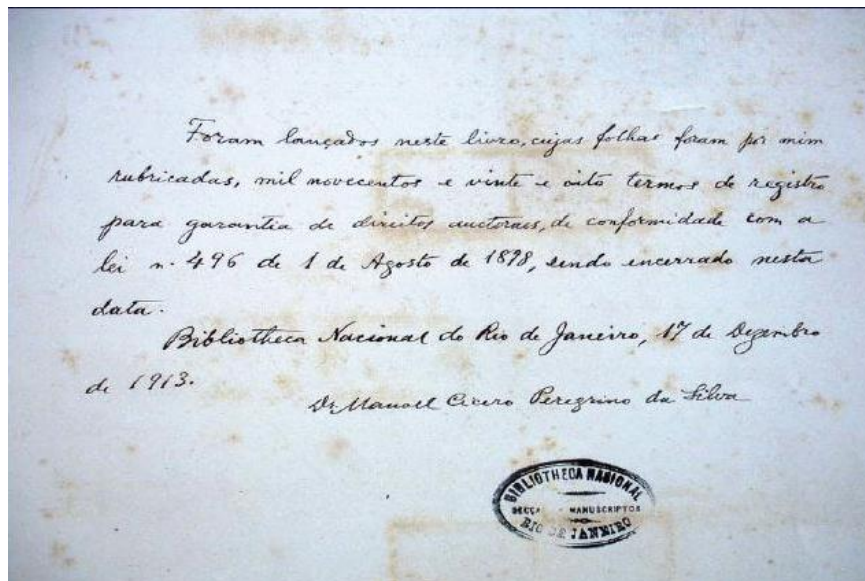
No Brasil, procurando complementar a Lei de Direitos Autorais, destacam-se o Decreto 2.894/98, que regulamenta a emissão e o fornecimento de selo ou sinal de identificação dos fonogramas e das obras audiovisuais; o Decreto de 13/03/2001 que institui o Comitê Interministerial de Combate à Pirataria, entendendo por pirataria a violação ao direito autoral de que trata a Lei no 9.610/98; a Medida Provisória 2.228-1/2001 que estabelece princípios gerais da Política Nacional de Cinema; o Decreto de 17/07/2002 que dispõe sobre a criação de Grupo de Trabalho para analisar e propor alternativas para a numeração e identificação de fonogramas e obras literárias, artísticas ou científicas; e o Decreto 4.533/2002 que regulamenta o art.113 da Lei 9.610/1998, no que se refere aos sinais de identificação de fonogramas.

Quanto ao registro das obras intelectuais junto à Fundação Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, é uma prática iniciada em 1898, e, legalmente compreendida como instrumento declaratório ou preventivo. A dispensa do registro das obras é, sobretudo, para aquelas já exteriorizadas ou que venham sendo utilizadas comercialmente.

³⁹ Órgãos não-governamentais sem fins lucrativos que intermedeiam a relação de seus afiliados com o ECAD. Informam ao ECAD os dados cadastrais de cada filiado/sócio e suas obras/repertórios, possibilitando a distribuição dos valores arrecadados. No Brasil, em atividade, são dez Associações Arrecadoras: Abramus, Amar, Sbacem, Sicam, Socinpro, UBC, Abrac, Anacim, Assim e Sadembra. Fonte: www.ecad.org.br

⁴⁰ Em se tratando de selos/gravadoras/produtoras fonográficas não associadas à Associação Brasileira de Música Independente – ABMI -, ou Associação Brasileira de Editoras Musicais – ABEM -, ou Associação Brasileira de Produtores de Discos – ABPD -, o pagamento é feito antecipadamente. Descarta-se, nesta situação, a possibilidade de pagamento em trimestres civis.

Figura 4: Encerramento do Livro 01 de Registros da Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro⁴¹



Fonte: Biblioteca Nacional

3.3.4.2.1 A atual proposta de Reforma da Lei 9.610/98

Com o decênio desta Lei em 2008, num contexto tecnológico profundamente modificado, inúmeras discussões e debates foram registrados no Brasil acerca da necessidade de atualização da Lei 9.610/98. Os argumentos principais estavam centrados no descompasso da Lei atual perante as novas formas de disponibilização de obras culturais possibilitada pelo avanço das novas tecnologias e da relevância do ambiente digital nas sociabilidades.

Neste contexto, o então ministro da Cultura Gilberto Gil, cria o Fórum Nacional de Direito Autoral, com o objetivo de consultar a sociedade sobre o assunto. Dentre os temas do Fórum, destaque para “A Defesa do Direito Autoral: Gestão Coletiva e Papel do Estado” (GIL, 2008). As mudanças na Lei se justificam, segundo Gil, para harmonizar a proteção dos direitos dos autores e artistas com o acesso do cidadão ao conhecimento e à cultura e a segurança jurídica dos investidores da área cultural. Ainda, segundo Gil:

Tal consulta não significa que não tenhamos um mapeamento prévio das imperfeições da lei. Minha concepção inicial é de que precisamos alterar a lei

⁴¹ Da lavratura do primeiro registro datado de 16.12.1899 ao encerramento do Livro nº 01, em 17.12.1913, foram registradas 1.928 obras publicadas (livros, músicas gravadas, entre outros).

para que ela seja um instrumento efetivo de incentivo à criação, ao mesmo tempo em que permita à sociedade usufruir dessas criações sem deixar de dar o devido reconhecimento ao autor e o retorno a quem nele investe. Buscamos o restabelecimento de equilíbrios ausentes em nosso quadro atual: de um lado, equilíbrio entre o autor, que é, em última instância, o motivo da lei, e o investidor, que promove e divulga a obra. De outro, equilíbrio entre quem consome obras protegidas e o titular dos direitos.

Temos algumas idéias prévias a respeito de como restabelecer tais equilíbrios, que são fruto da série de reclamações que o ministério recebe a respeito do formato atual da lei e de estudos comparativos com legislações de outros países. Elas passam por três pontos principais: 1) redefinir o papel do Estado na área autoral: o Brasil é um dos raríssimos casos no mundo em que o Estado não possui qualquer papel na seara autoral, e nem há, dentro do Estado, por exemplo, qualquer instância de mediação e arbitragem para resolver conflitos de interesses na área, aliviando a sobrecarga do poder Judiciário; 2) repensar o capítulo de limitações de nossa lei, no qual o desequilíbrio é marcante, não prevendo, entre outros, o acesso de várias categorias de deficientes às obras protegidas, ou a cópia para uso privado, caso que atinge principalmente os cursos universitários; 3) fazer com que os autores retomem o controle sobre as utilizações de suas obras, pois na legislação atual é permitida a celebração de contratos com cláusulas de cessão e transferência total e definitiva de direitos, prática imposta pelo mercado e que prejudica os autores quanto à gestão na utilização futura de suas criações (2008, p. 05).

No texto de Gilberto Gil, que reflete a postura de seu sucessor, o Ministro Juca Ferreira, o primeiro ponto abordado é sobre a redefinição do papel do Estado no campo autoral, e a maior discussão é sobre a possibilidade criação de uma agência nacional reguladora do Direito Autoral, para atuar ou regular, principalmente, a gestão coletiva dos direitos de execução pública, atualmente sob responsabilidade do ECAD.

Após os seminários integrantes do Fórum Nacional de Direito Autoral – vide abaixo -, e de uma consulta pública disponível para qualquer cidadão no sítio eletrônico do Ministério da Cultura até 31 de agosto de 2010, que, segundo informam, apontaram a necessidade de transparência no sistema de arrecadação e a criação de uma unidade administrativa para mediação de conflitos, como sendo as principais modificações aprovadas pela sociedade civil. Na referida consulta, também se destacaram as solicitações de aperfeiçoamento nos itens que acerca da utilização das obras intelectuais para fins educacionais e como recurso criativo, além da necessidade de modernização da lei atual para a área da rede mundial de computadores⁴².

⁴² Segundo o MinC, foram recebidas 8.431 manifestações durante a Consulta Pública, onde sendo que 7 mil 863 via Internet e outras 568 por meio de documentos impressos ou emails. Deste montante, 58% foram de contribuições para o aperfeiçoamento do texto e 42% apenas de posicionamentos sobre dispositivos apresentados no anteprojeto, sem propostas concretas.

Quadro 4: Seminários integrantes do Fórum Nacional de Direito Autoral

Seminário	Cidade	Período
Os direitos autorais no século XXI	Rio de Janeiro – RJ	Dez/07
A Defesa do Direito Autoral: Gestão Coletiva e Papel do Estado	Rio de Janeiro – RJ	Jul/08
Direitos Autorais e Acesso à Cultura	São Paulo – SP	Ago/08
Autores, Artistas e seus Direitos	Rio de Janeiro – RJ	Out/08
Seminário Internacional sobre Direito Autoral	Fortaleza – CE	Nov/08
Congresso de Direito de Autor e Interesse Público	Florianópolis – SC	Mai/08
Fórum Livre do Direito Autoral: o domínio do comum	Rio de Janeiro – RJ	Dez/08
Congresso de Direito de Autor e Interesse Público	São Paulo – SP	Nov/09

Fonte: Elaboração do autor (2010).

Como se pode perceber na tabela acima, os seminários se concentraram no eixo sudeste do país, mais especificamente, nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Do Nordeste, apenas Fortaleza sediou uma das etapas do Fórum Nacional de Direito Autoral.

3.3.4.3 Direitos de Autores e Direitos Conexos

Os direitos autorais compreendem os direitos de autor e os direitos conexos, e os titulares de direitos são aquelas pessoas físicas ou jurídicas às quais a legislação autoral confere direitos de autor ou conexos. Neste sentido, podem ser configurados como titulares de natureza autoral ou conexa (GANDELMAN, 2001; MORAES, 2004).

Na Lei dos Direitos Autorais atual - Lei 9.610/98 -, são consideradas autores a(s) pessoa física criadora, o autor-versionista⁴³, o autor-adaptador⁴⁴, as editores musicais⁴⁵, sub-editores⁴⁶.

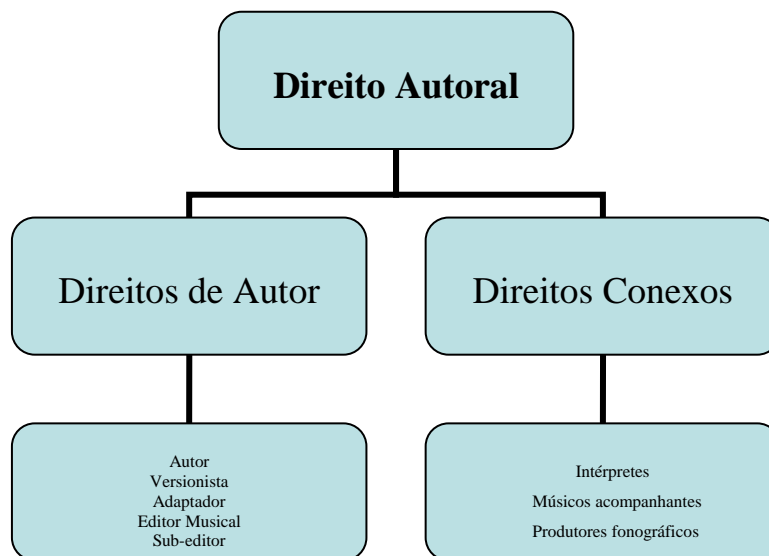
Os direitos conexos são os direitos reconhecidos e assegurados a determinadas categorias profissionais que auxiliam na criação, produção ou difusão da obra intelectual. No campo musical, os titulares conexos são os intérpretes, músicos acompanhantes e os produtores fonográficos.

⁴³ Aquele que faz a versão da música para idioma distinto do original. Derivada de uma obra original existente, a versão é considerada uma nova obra. No momento da distribuição de valores, o autor original também deve receber um percentual.

⁴⁴ Aquele que faz adaptação sobre obra em domínio público. No momento da distribuição, este autor-adaptador deve receber os valores distribuídos e relativos à adaptação de sua responsabilidade.

⁴⁵ Editoras Musicais são empresas formalmente constituídas junto ao Ministério da Fazenda, e têm como objetivo principal a gestão das obras musicais de determinados compositores (pessoa física). Não se configuram como autores, mas exercem a titularidade dos direitos dos autores que lhes conferem tais direitos em razão de contratos de edição ou cessão de direitos firmados.

⁴⁶ Editores nacionais que representam obras estrangeiras no Brasil sob a forma de sub-edição.

Figura 5: Direitos Autorais e Conexos

Fonte: Elaboração do autor.

3.3.4.4 Obra Musical, Fonograma e Videofonograma

Dois conceitos fundamentais para a compreensão dos direitos autorais musicais, pois os chamados titulares de direito de autor estão vinculados à obra musical e ao fonograma, enquanto os titulares de direitos conexos estão ligados ao fonograma. A obra musical é o fruto de criação humana que possui letra e música, ou simplesmente música. Fonograma é a expressão acerca da fixação de sons de uma interpretação de obra musical ou de outros sons em um determinado suporte. Em outras palavras, cada faixa do CD, LP, K7 é um fonograma. No DVD, pode ser considerado videofonograma.

O art. 7º da Lei 9.610/98 indica quais obras são protegidas pelos direitos autorais. A terminologia apresentada nesta Lei é a seguinte:

Art. 7º São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:

- I – os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;
- II – as conferências, alocações, sermões e outras obras da mesma natureza;
- III – as obras dramáticas e dramático-musicais;
- IV – as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;
- V – as composições musicais, tenham ou não letra;

- VI – as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;
- VII – as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;
- VIII – as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;
- IX – as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;
- X – os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;
- XI – as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;
- XII – os programas de computador;
- XIII – as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual. (BRASIL, 2006, p. 65)

Neste sentido, a partir do fragmento da Lei 9.610/98, é possível ressaltar a acentuação dada à necessidade da obra ter sido exteriorizada, minimizando a relevância do suporte (GANDELMAN, 2001; MORAES, 2004). Sendo assim, serão protegidas apenas as obras que tenham sido exteriorizadas⁴⁷.

3.3.4.5 Direitos das obras musicais, fonogramas e videofonogramas

A utilização e exploração das obras musicais e/ou fonogramas, evoca uma série de direitos. De forma breve, são eles:

- Direito de edição gráfica – relativo à exploração comercial de partituras musicais impressas. Geralmente exercido pelos autores diretamente ou por suas editoras musicais;
- Direito fonomecânico – referente à exploração comercial de músicas gravadas em suporte material;
- Direito de inclusão ou de sincronização – relativo à autorização para que determinada obra musical ou fonograma façam parte da trilha sonora de uma produção audiovisual (filmes, novelas, peças publicitárias, programação de emissoras de televisão) ou de uma peça teatral;
- Direito de execução pública – referente à execução de obras musicais em locais de frequência coletiva, por qualquer meio ou processo, inclusive, pela transmissão,

⁴⁷ O suporte da obra possui pouca ou nenhuma relevância, exceto para se complementar um conjunto de provas de sua criação ou anterioridade. O direito de propriedade intelectual do autor existe desde que a obra tenha sido exteriorizada.

radiodifusão e exibição cinematográfica. Esse direito, em geral, é exercido coletivamente pelas sociedades de titulares representadas pelo ECAD;

- Direito de representação pública – relaciona-se à exploração comercial de obras teatrais em locais de frequência coletiva.

3.3.4.6 O ECAD

O Escritório Central de Arrecadação e Distribuição – ECAD -, responsável pela centralização da arrecadação e distribuição dos direitos autorais de execução pública musical. É uma sociedade civil, de natureza privada, instituída pela Lei Federal nº 5.988/73, e mantida pela atual Lei de Direitos Autorais. Sua administração é feita pelas associações de titulares que, conjuntamente dirigem o ECAD, fixando preços e regras de cobrança e distribuição dos valores arrecadados, e controlam todas as informações cadastrais pertinentes aos titulares, às suas obras musicais e aos seus fonogramas.

Sediado no Rio de Janeiro, sua estrutura possui 25 unidades arrecadoras, 700 funcionários, 60 advogados prestadores de serviço e 131 agências autônomas instaladas em todos os Estados da Federação.

Em seus cadastros, estão os registros de 1,75 milhão de obras, além de 760 mil fonogramas, e com números que revelam a produção e envio de 72 mil boletos bancários por mês (ECAD, 2010), cobrando os direitos autorais daqueles que utilizam publicamente obras musicais⁴⁸. Em sua estrutura operacional o ECAD conta com as áreas:

- Superintendência;
- Administrativa/Financeira;
- Arrecadação;
- Distribuição;
- Jurídica;
- Marketing;
- Operações;
- Recursos Humanos;
- Tecnologia da Informação.

⁴⁸ No cadastro do ECAD, contam 399 mil “usuários de música”.

3.3.4.6.1 O ECAD e a distribuição dos direitos

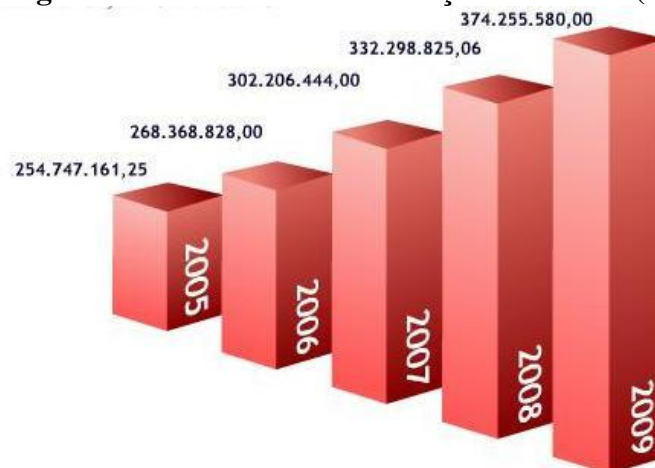
Os índices de arrecadação e distribuição apresentados pelo ECAD registram expressivos crescimentos desde 2005, justificados pelos investimentos contínuos em tecnologia e qualificação das equipes para melhorar os processos de distribuição dos direitos autorais, traduzidos no avanço da qualidade da informação, caracterizado pelos procedimentos eletrônicos de captação e identificação das execuções musicais e constante atualização do banco de dados do ECAD. Do total arrecadado, 17% é destinado ao ECAD e 7,5% às associações, para administração de suas despesas operacionais. Os 75,5% restantes são repassados aos titulares filiados. A partir daí, é realizada a distribuição dos valores arrecadados de acordo com os diversos segmentos em que as músicas foram executadas⁴⁹.

Após a arrecadação, a distribuição da parte autoral é efetuada a partir dos percentuais pactuados entre os compositores e suas respectivas editoras, caso sejam firmados contratos de edição ou cessão de direitos⁵⁰. Os percentuais aplicáveis à parte conexa são fixos e decorrem de decisão da Assembléia Geral do ECAD, onde, atualmente estão dispostos 41,7% para os Intérpretes; 41,7% para os Produtores Fonográficos; e 16,6% para os Músicos Acompanhantes⁵¹.

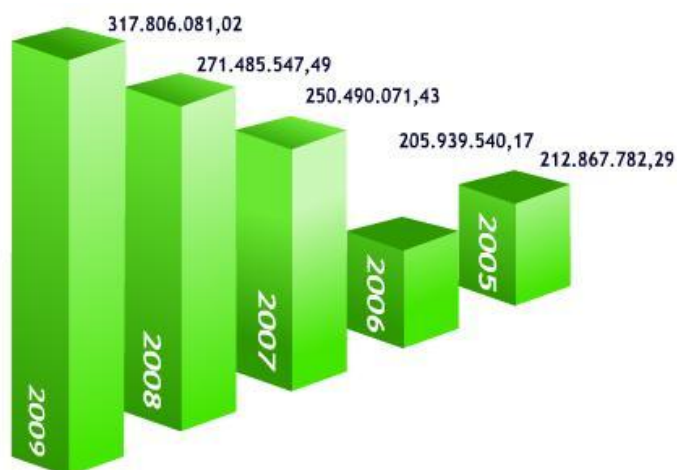
⁴⁹ É importante considerar que os valores a distribuir são diferenciados de acordo com os tipos de utilização. No caso de música mecânica (com DJ, por exemplo), tanto os titulares de direito de autor quanto os conexos recebem suas devidas retribuições, mas em se tratando de música ao vivo, somente o titular autoral recebe, pois não há utilização de fonograma, logo não há direito conexo.

⁵⁰ Não raro, percentuais que variam de 70 a 80% para os compositores/autores e 20 à 30% para as editoras.

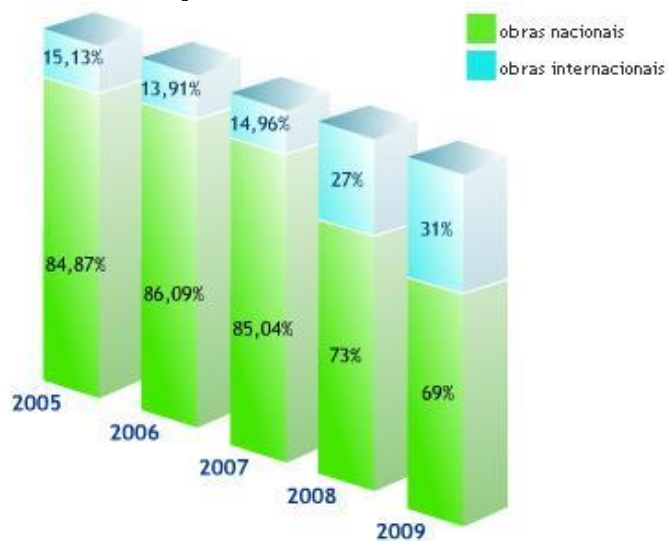
⁵¹ Neste quesito, vale ressaltar que o Brasil é um dos poucos países no mundo que pagam os direitos conexos.

Figura 6: Histórico de arrecadação do ECAD (R\$)

Fonte: ECAD

Figura 7: Histórico de distribuição do ECAD (R\$)

Fonte: ECAD

Figura 8: Histórico de Distribuição do ECAD (R\$) – Obras Nacionais e Internacionais

Fonte: ECAD

Os dois primeiros quadros apresentam a evolução da arrecadação e distribuição dos Direitos de Execução Pública, num cenário de inadimplência de 52% das rádios nacionais registradas e habilitadas pelo Ministério das Comunicações (ECAD, 2010), obrigando o ECAD a ajuizar milhares de processos no Brasil contra estas, e também contra televisões, empresários e promotores de shows e eventos.

3.3.4.6.2 Tipos de distribuição

O sistema do ECAD oportuniza três tipos de distribuição. São elas: Direta, Indireta e Indireta Especial. A distribuição Direta é aquela que provém dos valores arrecadados de shows, atividades circenses, micaretas⁵², festejos populares, cinema e televisão. Os valores arrecadados de shows, por exemplo, são distribuídos para os autores das músicas executadas no mesmo, a partir da análise dos repertórios musicais fornecidos pelo promotor ou resultante de gravação efetuada pelo próprio ECAD⁵³.

Indireta é o segundo tipo, e refere-se à distribuição, via amostragem, dos valores advindos do que o ECAD considera como Direitos Gerais - usuários de sonorização ambiental e música ao vivo; Rádio; Televisão (em especial, os programas de auditório e as emissoras desvinculadas de redes). Indireta Especial contempla a distribuição de

⁵² Carnavais fora de época.

⁵³ Para shows, a distribuição é exclusiva aos autores dos direitos autorais. Os intérpretes e os músicos acompanhantes destes já foram recompensados por seus cachês. Sendo assim, não há amostragem, distribui-se diretamente os valores arrecadados.

valores arrecadados do Carnaval, Festas Juninas, e àquelas que se destinam exclusivamente ao Músico Acompanhante.

O critério amostral utilizado pelo ECAD considera a relação entre os valores pagos pelos usuários em cada Estado e o número de amostras definidas para a coleta. Vale compreender ainda:

3.3.4.6.2.1 Distribuição de rádio

A distribuição de direitos autorais provenientes da execução nas rádios é feita por amostragem, conforme critérios adotados no mundo. É regionalizada, possibilitando que os valores arrecadados numa determinada região sejam distribuídos apenas aos titulares de músicas executadas e captadas nas rádios daquela região⁵⁴.

3.3.4.6.2.2 Distribuição de Direitos Gerais

É aquela distribuição de direitos autorais provenientes da execução musical em estabelecimentos como bares, restaurantes, casas de diversões, hotéis, motéis, lojas comerciais, entre outros, onde as músicas são provenientes da sintonização de aparelhos de rádio e televisão, assim como as casas noturnas onde são executadas músicas ao vivo⁵⁵.

3.3.4.6.2.3 Distribuição de Televisão

É a distribuição de valores arrecadados das emissoras de televisão de sinal aberto. São distribuídos a partir das planilhas recebidas das emissoras (50%), e das fichas técnicas dos filmes nacionais e estrangeiros exibidos, além das gravações de novelas e seriados nacionais realizados pelo ECAD, onde se dá a distribuição Direta baseada na minutagem⁵⁶.

⁵⁴ A divisão das regiões segue o critério geográfico brasileiro: Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Nordeste e Norte, sendo gravadas e recolhidas as planilhas musicais somente das rádios adimplentes. Para a amostragem, o ECAD tanto recebe as planilhas dos repertórios, como contrata empresas especializadas para a gravação e identificação das obras integrantes das programações das rádios.

⁵⁵ Nestes casos, funcionários especializados gravam o repertório musical nos próprios estabelecimentos, objetivando compor a amostragem específica de música ao vivo. Os valores arrecadados são distribuídos com base nas amostras coletadas.

⁵⁶ Para o ECAD, quando as planilhas de programação seguem padrões mundiais e são inteiramente minutadas, a totalidade da verba arrecadada é dividida pela totalidade do tempo de execuções musicais, sendo feita a distribuição apenas para as obras musicais/fonogramas executados, de acordo com o seu respectivo tempo.

Quando se trata de TVs por assinatura, a distribuição é distinta, e considera-se a inúmera quantidade de canais e suas grades. Neste sentido, o ECAD criou grupos de canais a partir da programação exibida - variedades, audiovisual, esporte/jornalismo, alternativo e música. Após a classificação dos canais, os valores são distribuídos com base nas planilhas enviadas pelas emissoras, nas revistas de programação e nas informações enviadas pelas associações.

3.3.4.6.2.4 Indireta Especial

Compreendendo o regionalismo e a diversidade cultural brasileira, objetivando remunerar de forma mais justa os titulares regionais que tem suas obras executadas apenas em eventos específicos, foram criadas formas de distribuição específica para festas como Carnaval e Festa Junina. Os valores arrecadados destes eventos são distribuídos a partir das gravações nos locais, compondo, assim, uma amostragem especial.

O outro tipo de distribuição indireta especial é aquela destinada aos músicos acompanhantes, a partir de titulares dos 650 fonogramas mais executados no trimestre, obtidos pelas amostras de rádio, assim como dos 300 fonogramas mais executados no trimestre, via análise da amostragem das planilhas das televisões.

3.4 Cultura e Desenvolvimento

Considerando que o comércio internacional de bens e serviços culturais entre o período de 1994 e 2003, saltou de US\$ 39,3 bilhões para US\$ 59,2 bilhões (UNESCO, 2006), e que tais cifras indicam a relevância da produção cultural para a criação de emprego, desenvolvimento econômico e a competitividade no mundo atual, o surgimento de organizações soteropolitanas imbuídas da administração da obra musical produzida por Autores - também locais, em sua maioria -, (res)significa um campo, que em outros Estados, é marcado pela liderança de instituições transnacionais.

Em paralelo ao elemento político aí implícito, ressalta-se a necessidade de uma ampla compreensão da produção cultural na contemporaneidade (FEATHERSTONE, 1999), onde, segundo Yúdice (2004, p.11), a cultura no mundo contemporâneo deve ser considerada como “[...] algo em que se deve investir, distribuída nas mais diversas

formas, utilizada como atração para o desenvolvimento econômico e turístico. [...] fonte inesgotável para novas indústrias que dependem da propriedade intelectual”.

Por outra perspectiva, a relação cultura e desenvolvimento foi diretamente afetada pelos avanços tecnológicos contemporâneos, pela estruturação pós-fordista e, também, pela adoção do modelo neoliberal. Garnham (1991, p.134) opera caracterizando este modelo pela “competição mundial dos mercados de consumo, cada vez mais saturados, e pelo impulso associado para reduzir o tempo de rotação do capital, junto com a crescente segmentação do mercado”. A impulsão proporcionada pelos avanços tecnológicos permitiu a vertiginosa e veloz globalização também das indústrias culturais, e, dentre elas, a fonográfica talvez tenha sofrido reconfigurações ainda maiores (YÚDICE, 2004; DE MARCHI, 2005; FREIRE FILHO; JANOTTI, 2006; CASTRO; FRANCO RIBEIRO, 2009).

Segundo Loiola e Miguez (2007), na contemporaneidade, a centralidade da relação cultura e desenvolvimento econômico deve alertar os atores sociais para as potencialidades advindas desta díade. Segundo estes autores, acerca do papel da cultura:

(...) cada vez mais central que assume a cultura como um recurso – seja na sua dimensão simbólico-identitária agregada a negócios de toda ordem e em variados setores da produção, processo que pode ser nomeado como “culturalização da economia”, seja na sua forma de bens e serviços simbólico-culturais que dão corpo a um potente e diversificado mercado, uma e outra somadas na direção da constituição do que é reconhecido como economia da cultura – capaz de criar riqueza na sociedade contemporânea (2007, p. 11).

Entretanto, para os analistas e críticos do desenvolvimento, a compreensão da cultura como um sistema de signos e significados compartilhados por integrantes de um determinado grupo social, que os utiliza em suas diversas teias relacionais (GEERTZ, 1998), a relação cultura e desenvolvimento econômico é mais complexa, pois a cultura é um elemento dinâmico que apresenta variações consideráveis. Assim, neste contexto, não se pode aplicar regras, modelos e fórmulas únicas de desenvolvimento, pois ao postular seu caráter universal e universalizante, o desenvolvimento econômico, não raro, desconsidera os contextos geográfico, históricos, assim como a própria diversidade cultural (AMIN, 1970; BARTOLI, 1999; ESCOBAR, 1995; PERROUX, 1961; RIST, 1996; SACHS, 1993).

Rist (1996) adverte para o fato de subalternização da cultura ao desenvolvimento, se esta for cerceada de suas peculiaridades. Por outro lado, as

diferenças podem ser realçadas sem universos dicotômicos e competitivos às comunidades. Para Kottak (2000), não é viável a dualidade - metas econômicas e plenitude no campo da cultura -, uma vez que a atenção à cultura também é aspecto de rentabilidade econômica.

Divergências à parte, o desenvolvimento como reflexo causal do progresso econômico, tecnológico, conquistas políticas e democráticas, é, inegavelmente, uma compreensão da modernidade e da racionalidade, evocando novos conceitos e expressões como cidadania cultural, indústrias criativas, inclusão cultural, entre outras. Em nações como os EUA, por exemplo, as indústrias do *copyright* contabilizaram, em 2002, “o montante de 535,1 bilhões de dólares” (YÚDICE, 2004, p. 297), valores que representavam 5,24% do PIB daquele país⁵⁷.

A produção, distribuição e consumo da cultura como recurso, já é perceptível na esfera global, em índices cada vez mais ascendentes, realçando a premente necessidade de seu maior e melhor gerenciamento. Se, no passado, a gestão da cultura era local, nacional, atualmente se faz a partir de organismos supranacionais, governamentais ou não.

Países como o Brasil, por exemplo, onde parte considerável de sua economia está relacionada aos setores produtivos agrícolas e minerais, pode conciliar estes setores com o campo da produção intangível, dos produtos culturais e das referências imateriais, ampliando o desenvolvimento de sua população.

3.4.1 A propriedade intelectual e as indústrias criativas

Na contemporaneidade, a partir de um contexto pós-industrial e globalizado, onde predominam elementos como a informação, a tecnologia, o conhecimento, a indústria do lazer, do entretenimento, da cultura, entre outros, a saturação evidenciada nos setores e modelos econômicos tradicionais vem estimulando o florescimento de empreendedores e inovadores atentos a novos modelos de negócios e novas realidades sócio-econômicas.

No mercado de bens simbólicos, percebe-se o encontro entre as artes tradicionais e os produtos advindos da indústria cultural de massa, logo associada aos avanços tecnológicos. A pulsante economia advinda da produção cultural e artística tem

⁵⁷ Yúdice chega a estes valores a partir do relatório da *Motion Pictures Association of America* - 2002.

impulsionado o florescimento das denominadas indústrias criativas, onde os novos empreendimentos são caracterizados pela propriedade intelectual, pelo fluxo de idéias, bens simbólicos, entre outros.

A Economia Criativa e/ou Indústrias Criativas pode ser conceituada, principalmente, a partir do fluxo de criação, produção e distribuição de bens e serviços calcados no talento e na criatividade como ativos intelectuais, associando objetivos econômicos e não-econômicos, assim como, os novos modelos de negócios a partir de elementos tangíveis e intangíveis (MIGUEZ, 2007). No Brasil, há estimativas de que as Indústrias Criativas representem cerca de 5% do PIB nacional, conforme dados do relatório elaborado pela *Price Waterhouse Coopers* (2006).

O conceito de Indústrias Criativas tem origem na Austrália, em 1994, no projeto *Creative Nation*, que advogava acerca da relevância do trabalho criativo e sua contribuição para o desenvolvimento da economia do país, também abordando o papel das tecnologias, favorecendo a inserção de setores altamente tecnológicos nas indústrias criativas.

A Austrália, vale lembrar, pode ser considerada como uma espécie de *founding father* da temática das indústrias criativas, pois foi o Governo Australiano que, em 1994, desenvolveu o conceito de *Creative Nation* como base de uma política cultural voltada para a requalificação do papel do Estado no desenvolvimento cultural do país, conceito que acabou rapidamente alcançando o Reino Unido e levou o *New Labour*, o assim chamado novo Partido Trabalhista inglês, no seu manifesto pré-eleitoral de 1997, a identificar as *indústrias criativas* como um setor particular da economia e a reconhecer a necessidade de políticas públicas específicas que potencializassem o seu expressivo ritmo de crescimento (MIGUEZ, 2010, p.05).

No campo acadêmico acerca do tema, a Austrália também se destaca, oportunizando um primeiro olhar mais sistematizado acerca do tema da economia criativa e das indústrias criativas.

Para Miguez (2007), as Indústrias Criativas se configuram como um campo de conhecimento pré-paradigmático, ainda que seus números apresentem contínua evolução, e sua estruturação seja uma questão de tempo.

As expressões indústrias criativas e economia criativa são novas. Ainda que ambos os termos possam ser alcançados pelo expressivo debate que as várias disciplinas científicas travam à volta do que é chamado de “terceira revolução industrial” e, por extensão, estejam conectados com a variada gama de denominações que tentam capturar o paradigma de produção da sociedade contemporânea - sociedade pós-industrial, pós-fordista, do

conhecimento, da informação ou do aprendizado – o certo é que, querendo significar um setor da economia ou almejando tornar-se um campo específico do conhecimento, não deixam de constituir-se em uma novidade bastante recente. Na linguagem da academia, pode ser dito, então, que indústrias criativas e economia criativa configuram um campo de conhecimento pré-paradigmático, ainda que em rota ascendente e ritmo crescente de constituição (MIGUEZ, 2007, p. 96-97)

Segundo a Organização das Nações Unidas, as Indústrias Criativas constituem um relevante setor, responsável por, aproximadamente, 10% do PIB mundial e com estimativas de crescimento de 7% ao ano - desempenho que as configuram como assunto estratégico para a promoção da sustentabilidade, do desenvolvimento econômico e da inclusão social.

No Brasil, atuam cerca de 290 mil empresas nas Indústrias Criativas, e, em 2005, foram responsáveis pela marca de US\$ 14 bilhões do Produto Interno Bruto, ou seja, 5% no PIB brasileiro. Essas atividades apresentaram uma taxa de crescimento anual estimada em 8,4%, e registram estimativas de alcançar US\$ 21 bilhões de PIB, em 2010 (PRICE WATERHOUSE COOPERS, 2006).

Atualmente, é considerada um dos principais segmentos da atividade econômica, e, para autores como Caves (2000), Throsby (2001), Hesmondhalgh (2002), Florida (2004), Borges (2005), Lima (2006), Batista *et al* (2006), Golgher (2006), Reis (2007), Miguez (2007) e Gomes (2008), as Indústrias Criativas têm potencial para movimentar a economia consideravelmente, a partir da geração de uma cadeia produtiva favorável à criação de empregos e redistribuição de renda. Neste sentido, a criatividade atua como fator estratégico de desenvolvimento.

Caves (2000; 2003) oferece uma relevante contribuição acerca da delimitação das Indústrias Criativas, afirmando que estas se responsabilizam pelo fornecimento de bens e serviços artísticos e culturais e de entretenimento. Dentre elas, destaque para as atividades relacionadas às áreas da publicidade, arquitetura, antiguidades, artesanato, *design*, alta costura, cinema, vídeos, música, artes cênicas, editoras, serviços de *software* e computadores, rádio, televisão, internet, gastronomia, entretenimento, dentre outros.

As Indústrias Criativas, como fator econômico potencial, deve, então, ser considerado nas políticas públicas e discussões acerca do desenvolvimento econômico das cidades (CAVES, 2000). Para Florida (2002;2004), para participarem desta tendência apontada pelas Indústrias Criativas, os países necessitam criar mecanismos de

atração, retenção e desenvolvimento de pessoas criativas, e conceitua de classe criativa o grupo formado por cientistas, engenheiros, arquitetos, músicos, artistas, gestores e trabalhadores que lidam com tarefas essencialmente criativas, onde o talento humano é indispensável.

A atração, a retenção e o desenvolvimento de pessoas para a formação de uma Classe Criativa dependem dos componentes do Modelo de 3Ts formulado por Florida (2002;2005), entendendo por 3Ts a existência simultânea de Tecnologia, Talento e Tolerância. Florida (2005) caracteriza a Tolerância como a convivência com a diversidade de idéias, culturas e crenças, fato que fomenta ambientes favoráveis ao trabalho das pessoas criativas e empreendedoras. A tecnologia é o elemento central do modelo, e tem a função de concentrar a inovação com geração de progresso tecnológico. O talento é distribuído homoganeamente na humanidade, mas a sua utilização depende do desenvolvimento de condições específicas das cidades, organizações, entre outras.

Para Miguez (2007), a temática das Indústrias Criativas no Brasil, surge a partir de 2004, com a realização em São Paulo da XI Conferência da UNCTAD, onde dedicou-se um painel exclusivo para o assunto sob a perspectiva dos países em desenvolvimento.

Para Benhamou (1997), a relação entre economia e cultura, na perspectiva da produção cultural e artística como fenômeno econômico acontece a partir da metade dos anos 1960, considerando três fatores:

[...] el aumento de una propensión a generar flujos de remuneración y de empleo, la necesidad de evaluación de las decisiones culturales y, en el plano teórico, el desarrollo de la economía política hacia nuevos campos (economía de actividades no comerciales, revisión del supuesto de racionalidad, economía de las organizaciones, economía de la información y de la incertidumbre). (1997, p. 21).

Reis (2008) compreende que, entre tantas tentativas de conceituação, por modismo, ingenuidade ou desespero, as Indústrias Criativas e a Economia Criativa estão entre os conceitos mais debatidos e menos definidos, apresentando uma considerável lista de vertentes: cidades criativas, indústrias criativas, economia criativa, *clusters* criativos, classe criativa, ativos criativos. Para a autora:

Em termos econômicos, a criatividade é um combustível renovável e cujo estoque aumenta com o uso. Além disso, a “concorrência” entre agentes criativos, em vez de saturar o mercado, atrai e estimula a atuação de novos produtores. Essas e outras características fazem da economia criativa uma

oportunidade de resgatar o cidadão (inserindo-o socialmente) e o consumidor (incluindo-o economicamente), através de um ativo que emana de sua própria formação, cultura e raízes (REIS, 2008, p. 15).

A arte como universo do simbólico, das raízes culturais, das tradições, das manifestações culturais e artísticas, de um lado, e, do outro, o mercado, a concorrência, a competitividade como referências do mundo globalizado, que logo aprendeu a transformar a criatividade em valor econômico.

Com relação aos números oportunizados pelas Indústrias Culturais, e, conseqüentemente, sobre os benefícios socioeconômicos que estes podem despertar, Reis (2008) ressalta a necessidade de uma análise mais sistemática acerca do que medir, com o objetivo de encontrar as características de Economia Criativa ou Indústrias Criativas adequadas a cada país ou região. Para a autora:

- 1) estatísticas gerais não revelam as particularidades setoriais – o que é fundamental para o desenvolvimento de políticas públicas, inclusive para possibilitar a análise do grau de concentração da indústria e seus gargalos;
- 2) os dados raramente são comparáveis entre países, tendo em vista o uso de definições, metodologias, fontes e bases históricas distintas;
- 3) mesmo quando se trata de estatísticas nacionais, o montante relativo a direitos autorais e serviços criativos (estúdios, marketing, distribuidoras) pode ser apropriado por outro país (REIS, 2008, p. 20).

Quanto ao campo teórico, é possível afirmar que há diversidade acerca das interpretações conceituais. Caves (2000), entende por indústrias criativas, em linhas gerais, aquelas atividades relacionadas a artes, cultura e entretenimento. Howkins (2001) considera que o divisor de águas das Indústrias Criativas é o potencial agregado de geração de direitos de propriedade intelectual.

Throsby (2001) ampliou os debates acerca das Indústrias Criativas, referindo-se a bens e serviços culturais de base criativa, e que englobam tanto a propriedade intelectual quanto a disseminação de sentidos e pertencimentos simbólicos. Hartley (2005) contempla as novas tecnologias em sua definição:

a idéia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com indústrias culturais (escala de massa), no contexto das novas tecnologias de mídia (TICs) em uma nova economia do conhecimento, para o uso dos novos consumidores-cidadãos interativos (2005, p. 05)

O relatório da UNCTAD IX (2004), por sua vez, entende que o conceito de Indústrias Criativas “[...] é usado para representar um cluster de atividades que têm criatividade como um componente essencial, estão diretamente inseridas no processo industrial e sujeitas à proteção de direitos autorais”. Neste contexto, após críticas e observações acerca da possibilidade de exclusão da atividade artesanal ou de saber comunitário não explorado industrialmente, o conceito evoluiu para “[...] abordagem holística e multidisciplinar, lidando com a interface entre economia, cultura e tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado”(UNCTAD, 2004).

Ainda no campo conceitual, a convergência assenta sob o fato de que as novas tecnologias e a globalização promoveram o reencontro entre ciência e artes, representando alternativas junto aos mercados oligopolizados de bens e serviços. À globalização, o papel de ampliação dos mercados, reconhecendo a tensão existente entre os valores social e econômico da cultura, entre outros aspectos, sem, contudo, deixar de reconhecer a criatividade, a inovação, o conhecimento e o acesso à informação como representantes emblemáticos do desenvolvimento na contemporaneidade.

4. SEGUNDO MOMENTO DA INSTITUCIONALIZAÇÃO: A CADEIA PRODUTIVA DA MÚSICA E A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA

No contexto mundial da bilionária indústria do entretenimento, a produção musical é referencial por questões estéticas que reiteram questões como diversidade cultural, mas, também, por questões econômicas, onde a cadeia produtiva da música se constitui emblemática a partir das cifras e redes de articulação oportunizadas, principalmente, pela indústria fonográfica e do audiovisual (VOGEL, 2004; BERGER, 1975; JAMBEIRO, 1975).

Em conformidade com os objetivos desta investigação, e, para melhor compreender a relevância da gestão da obra musical como estratégia de negócio, é indispensável o estudo dos elementos constitutivos da cadeia produtiva da música, pois sinalizam os atores, as etapas produtivas, suas nomenclaturas e fatos relacionais. Considerando os impactos dos avanços tecnológicos mais recentes neste campo, o estudo das atividades de produção musical deve contemplar uma perspectiva circunstanciada, onde a obra musical seja compreendida como a gênese de todo processo de produção musical – vide quadro 1. Neste sentido, a cadeia produtiva da música é uma ampla articulação fractal de conhecimentos (PRESTES FILHO, 2005), de atribuição de sentidos à obra, seu fonograma e demais produtos resultantes.

A compreensão da cadeia produtiva musical redimensiona, consideravelmente, a relação investigativa com a música, ampliando o escopo deste trabalho ao considerar a produção musical para além da compreensão previsível e reducionista da música somente a partir da díade estética e mercado. Neste sentido, cada etapa tem suas particularidades, atores, jogos, estratégias, sentidos, e profissões distintas atreladas em redes e objetivos ora distintos, ora comuns.

No campo musical, a cadeia produtiva agrega diversos segmentos relacionados aos direitos autorais, promoção e agenciamento de shows, radiodifusão, televisão, tecnologia digital, mídias, formação e atualização profissional, políticas públicas, indústria de instrumentos musicais e equipamentos, entre outros.

Da relação compositor/intérprete até intérprete/público, inúmeras etapas, profissionais e conhecimentos foram agregados ao processo formativo da obra musical como objeto e produto simbólico. Um breve exemplo é o histórico Projeto

Pixinguinha⁵⁸, que percorre o país com apresentações musicais, gerando milhares de empregos diretos e indiretos, e potencializando a cadeia produtiva musical nacional e local. A edição 2005 deste projeto viabilizou 162 apresentações musicais, a partir de 20 caravanas musicais, gerando 21.580 postos de trabalho - entre diretos e indiretos -, contratação de 60 artistas principais e 128 músicos acompanhantes (ALMEIDA, 2009).

Compreender a atual cadeia produtiva da música remete ao entendimento que esta vem sofrendo profundas reconfigurações em sua dinâmica de produção, distribuição e consumo, por conta das novas tecnologias digitais que alteraram os modelos de negócio vigentes desde o século XX. Como consequência, a indústria fonográfica representada atualmente por quatro grandes organizações (Universal Music, Sony, EMI e Warner) vem registrando acentuado declínio na comercialização dos seus produtos, encerramento de filiais, corte de funcionários, fusões e aquisições.

4.1 Do fonógrafo ao *streaming* – percursos da fonografia

Historicamente, os avanços tecnológicos acompanham a produção musical que deixou de ser apenas do setor de serviços, a partir das apresentações ao vivo, agregando características de manufatura, a partir das possibilidades técnicas de registro do som e suas performances artísticas interpretativas. Até o final do século XIX, na América do Norte, produção e consumo de música estavam vinculadas às editoras musicais responsáveis pela publicação e comercialização de partituras, das apresentações ao vivo e das casas de espetáculos. O crescimento do consumo de música, à época, foi oportunizado pela evolução dos meios de transportes, que favoreceram a ampliação das partituras nos EUA (NAKANO, 2010; ANAND; PETERSON, 2000).

O desenvolvimento tecnológico, a partir da invenção do fonógrafo, possibilitou o surgimento da indústria de produção musical. Nas primeiras décadas do século XX, surgem diversas empresas responsáveis pela produção e comercialização de equipamentos que reproduziam o som, tais como *Gramophone* e *Victrola*. Os registros

⁵⁸ Concebido pelo músico e compositor Hermínio Bello de Carvalho, o Projeto Pixinguinha foi criado em 1977, com os objetivos de difusão da música popular brasileira e formação de platéia, a partir da circulação de espetáculos musicais pelo país.

musicais eram realizados pelas próprias empresas como estratégia de potencializar as vendas dos produtos⁵⁹.

A desaceleração da indústria fonográfica nascente marcou as décadas de 1930 e 1940, por conta de fatores como recessão mundial, II Guerra Mundial e os altos custos de produção. O processo inicial de gravação, por exemplo, obrigava os músicos a executarem repetidas vezes as obras, por conta da inexistência de máquinas e sistemas de reprodução em larga escala (McCOURT; BURKART, 2003). Outros fatores impeditivos eram a escassez e o alto valor da matéria-prima da produção do suporte físico (NAKANO, 2010).

Na década de 1940, entretanto, o setor passou a ser dominado por um poderoso oligopólio, fato que marca o início da utilização da expressão *majors*, ainda evidente nos dias atuais. À época, a vantagem das patentes, o controle e propriedade dos estúdios de gravação, e, na distribuição, por meio da influência sobre os pontos de venda, e acesso privilegiado aos meios de promoção e divulgação, conferiram considerável poder às empresas fonográficas (PETERSON; BERGER, 1975)⁶⁰.

Na década de 1950, destaque para a ascensão da indústria fonográfica, oportunizada pelo fim da II Guerra, e conseqüente melhoria do cenário macroeconômico mundial, redução nos custos de produção, resultante do desenvolvimento de tecnologias complementares de gravação e produção (PETERSON; BERGER, 1975; ALEXANDER, 1994; STROLB; TUCKER, 2000). No plano da produção, para os suportes físicos, a descoberta e utilização de matérias-primas sintéticas mais abundantes, resistentes e acessíveis financeiramente, permitiram menores custos, maior distribuição, além de significativa melhoria na qualidade sonora final. Ainda nesta década, desenvolveu-se a gravação em fitas magnéticas que, permitindo a regravação, edição e montagem, também colaborou com a redução dos custos de produção (ALEXANDER, 1994). É desta época, que se consolida a padronização do LP - *long playing record* - como suporte físico, permitindo, desta forma, a padronização dos aparelhos reprodutores (STROLB; TUCKER, 2000).

Tal como acontece atualmente, da década de 1950, a constante e considerável queda nos custos de produção foi acompanhada, diretamente, pela expansão dos atores

⁵⁹ Parte considerável dos primeiros registros musicais comercializados objetivava o uso do aparelho sonoro, e não a divulgação de obras artísticas.

⁶⁰ Para estes autores, o alto risco e a irrecuperabilidade de grande parte dos custos da exploração da atividade musical funcionavam como barreiras à entrada, fato que potencializava o sucesso e poder das primeiras empresas.

no mercado, a partir do surgimento de pequenos selos e gravadoras independentes que, a partir da facilidade de entrada, começaram a explorar gêneros musicais não atendidos pelas *majors*, consolidando-se fortemente com imagem atrelada aos nichos de mercado existentes e novos gêneros musicais, como o rock e o blues.

A partir da década de 1950, a indústria fonográfica e a música gravada que era comercializada através de discos, execução pública em rádios, nas máquinas (*jukeboxes*) e no cinema, superaram a receita advinda das partituras e apresentações ao vivo (ANAND; PETERSON, 2000). Para Nakano,

Com a produção de suportes físicos duráveis, baixos custos de produção, a expansão do número de reprodutores e o contínuo crescimento da demanda, a indústria se fortaleceu e experimentou três décadas de crescimento contínuo, interrompida somente no início da década de 1980 (2010, p. 631).

O declínio das vendas registrado na década de 1980 foi superado pela indústria fonográfica, por dois motivos: fim da recessão mundial e introdução da tecnologia digital e do novo padrão de suporte físico: o CD - *Compact Disk*. Esta etapa foi marcada pela popularização dos reprodutores de CDs, que tiveram modelos adaptados a aparelhos domésticos, da indústria automobilística, portáteis individuais (HANSMAN et al., 1999), representando nova fase de crescimento das vendas, mais uma vez a partir da tecnologia, que só foi interrompida no início do século XXI.

Entretanto, também como consequência da tecnologia digital aplicada à indústria fonográfica, que redimensionou o suporte físico e os reprodutores de música, houve avanços representativos na tecnologia e técnicas digitais de gravação, reduzindo investimentos e custos. A restrição ao mercado era oportunizada pelos altos custos dos processos de gravação de matrizes em fita magnética, uma vez que envolvia investimentos em equipamentos especializados e sofisticados.

Para a indústria fonográfica, a tecnologia digital reduziu a produção em escala, reduzindo custos, apresentando técnicas e programas de baixo custo e alta qualidade (ALEXANDER, 1994). Daí para o surgimento de centenas de estúdios e gravadoras independentes, diversificando a oferta de produtos, artistas e empreendedores.

Janotti e Freire Filho (2006, p.18) operam com a idéia de que estes produtos “subterrâneos” possuem organizações particulares de produção e circulação, onde se percebe posições de negação do circuito hegemônico (*mainstream*) de produção-circulação-consumo normalmente administrados por oligopólios pertencentes a transnacionais exclusivamente preocupadas com altos lucros e faturamento.

Na cadeia produtiva da música, as décadas de 1980 e 1990 representam a inserção da tecnologia digital que reestruturou os processos de produção, atualmente, a internet vem modificando acentuadamente as atividades de distribuição⁶¹.

O surgimento de técnicas de compactação de arquivos sonoros digitais, MP3⁶² por exemplo, aliado à disponibilidade e popularização dos acessos à internet de alta velocidade tornaram possíveis a distribuição de conteúdos musicais e audiovisuais pela rede mundial, onde a troca de arquivos digitais dispensa a utilização dos tradicionais suportes físicos, principal atividade e fonte de receitas da indústria fonográfica nos últimos 50 anos (NAKANO, 2010).

Na atualidade, o cenário remete à queda das vendas de suportes físicos, atribuída à pirataria tanto física e virtual, principalmente por meio das chamadas redes P2P (*peer to peer*). Sem consenso até o momento, enquanto a indústria credita a queda de vendas à pirataria, outros consideram-na como reflexo da mudança no perfil de consumo dos jovens, entre outros (LEYSHON et al., 2005).

O decaimento das vendas de produtos fonográficos não condiz com o aumento do consumo de música no mundo, paradoxalmente. A explicação são os novos modelos de negócio de música voltados para as novas tecnologias digitais reprodutoras de arquivos MP3, tais como os computadores portáteis, *iPods*, *streamming*, entre outros. No campo da distribuição e divulgação, a internet assumiu sua centralidade, a partir de plataformas sociais *online* de música, vide MySpace, YouTube, entre outros. Ainda neste sentido, limitar a compreensão desta cadeia aos índices de vendas, cifras e estatísticas da indústria fonográfica relacionada aos produtos físicos soa como acentuada redução da música enquanto fenômeno econômico, mercadológico e antropológico (MORELLI, 2009).

⁶¹ O sinal sonoro digital foi utilizado comercialmente nos CDs desde a década de 1980, mas a sua transmissão pela internet foi inviabilizada, nos primeiros anos, por conta do tamanho dos arquivos e das velocidades de transmissão disponíveis.

⁶² O formato MP3 é o processo de compressão de áudio com perdas quase imperceptíveis ao ouvido humano. A taxa de compressão do arquivo de áudio pode chegar a cerca de 90%, e o sistema utilizado também possibilita transmissões por *streamming*, no qual o arquivo pode ser interpretado paralelamente ao seu *download*. Foi criado a partir das investigações acadêmicas advindas da parceria entre a Universidade Erlangen-Nuremberg e o Instituto *Fraunhofer*. Ver: <http://www.iis.fraunhofer.de/bf/amm/>

Tabela 3: Mercado fonográfico mundial (físico e digital – em US\$ milhões)

Ano	Mercado global	Variação (%)	EUA	Variação (%)	Europa	Ásia
1999	38.671,2		14.251,4	8,0	12.442,2	7.824,2
2000	36.936,6	-4,5	14.042,0	-1,5	11.293,1	7.806,0
2001	34.492,1	-6,6	13.739,1	-2,2	10.936,0	6.788,0
2002	32.281,2	-6,4	12.609,3	-8,2	11.126,2	5.964,5
2003	32.012,2	-0,8	11.847,9	-6,0	11.785,1	5.791,1
2004	33.613,6	5,0	12.847,2	8,4	12.346,0	6.240,9
2005	33.456,0	-0,5	12.269,0	-4,5	nd	nd
2006	31.813,0	-4,9	11.501,0	-6,3	nd	nd

Fonte: IFPI.

Tabela 4: Evolução das vendas do mercado fonográfico – Brasil

Ano	Vendas Totais (milhões de R\$)	Vendas Totais (milhões de unidades)
2000	891	94
2001	677	72
2002	726	75
2003	601	56
2004	706	66
2005	615,2	52,9
2006	454,2	37,7
2007	312,5	31,3
Variação (2000/2006)	-64,9%	-66,7%

Fonte: Côrtes *et al.*, 2008.

Numa outra esfera, discussão distante do fim é aquela reservada às novas tecnologias como forma de divulgação e acessibilidade de artistas aos elos da cadeia produtiva. Etapas e processos que antes eram exclusivos das grandes transnacionais do disco, atualmente são facilmente ofertadas, via rede mundial de computadores. Neste sentido, novos artistas, novas plataformas e modelos de negócios (ANDERSON, 2006), mas, também, acima de qualquer transformação e/ou reconfiguração da cadeia

produtiva, dois elementos se mantiveram intangíveis: a obra musical e a *performance* artística, mas trataremos destas questões adiante.

4.2 Cadeia produtiva da música – conceito e reestruturação

Na indústria fonográfica, os avanços tecnológicos contribuíram para a diminuição e queda de barreiras de entrada em inúmeros estágios de sua cadeia produtiva (LEÃO; NAKANO, 2009), oportunizando a entrada considerável de novos agentes, alterando, entre outros aspectos, a noção de valor deste segmento industrial. Peterson e Berger (1975) compreendem a “indústria fonográfica” como segmento responsável pelos processos de produção e comercialização da música em suportes físicos (LP, K7, CD, DVD, outros) ou em formato digital. Sob a perspectiva desses autores, as quatro etapas fundamentais são criação, produção, distribuição e divulgação.

A cadeia produtiva pode ser compreendida como o conjunto de atividades articuladas desde a pré-produção até o consumo final de um produto ou serviço. Para Fensterseifer e Gomes (1995, p.23) é

[...] uma rede de inter-relações entre vários atores de um sistema industrial, que permite a identificação do fluxo de bens e serviços através dos setores diretamente envolvidos, desde as fontes de matérias-primas até o consumidor final do produto do objeto em análise.

No campo musical, para Prestes Filho (2005, p.29) o conceito de cadeia produtiva da música é

[...] um complexo híbrido, constituído pelo conjunto de atividades industriais e serviços especializados que se relacionam em rede, complementando-se num sistema de interdependência para a consecução de objetivos comuns nos âmbitos artístico, econômico e empresarial.

A conceituação e análise deste autor sobre os elementos que compõem a cadeia produtiva da música, dentre as tantas outras existentes, apresenta evidências de ampliação do quadro em questão, agregando indústrias, atividades, atores e insumos presentes desde a pré-produção até a fase final - o consumo. Prestes Filho (2005, p. 16) compreende a cadeia como sendo formada pelas etapas da pré-produção, produção, distribuição, comercialização, consumo e políticas públicas.

Quadro 5: Cadeia produtiva da música



Fonte: Prestes Filho (2005)

Para Jambeiro (1975, p.45), a análise dos processos produtivos musicais pode ser compreendida a partir das fases “artística, técnica, industrial e comercial”. Questões estruturais e suas divergências à parte, posto que a cada momento observam-se reconfigurações e ajustes em tal cadeia, reorganizando, também, à reestruturação das relações de poder em que se consolidam novas práticas e costumes de consumo musical fomentadas por setores industriais interessados na música como elemento potencializador de consumo na contemporaneidade.

Para De Marchi (2006, p. 173), o acesso aos conteúdos musicais como “um mecanismo central de ativação do processo de consumo tecnológico”, onde a constante oferta de acesso a músicas, jogos, vídeos, e outras modalidades de conteúdo musical e entretenimento, permitem a contínua atualização e oferta de telefones celulares, carros, computadores, portais de acesso eletrônico, assim como a participação em plataformas sociais online de música e audiovisual.

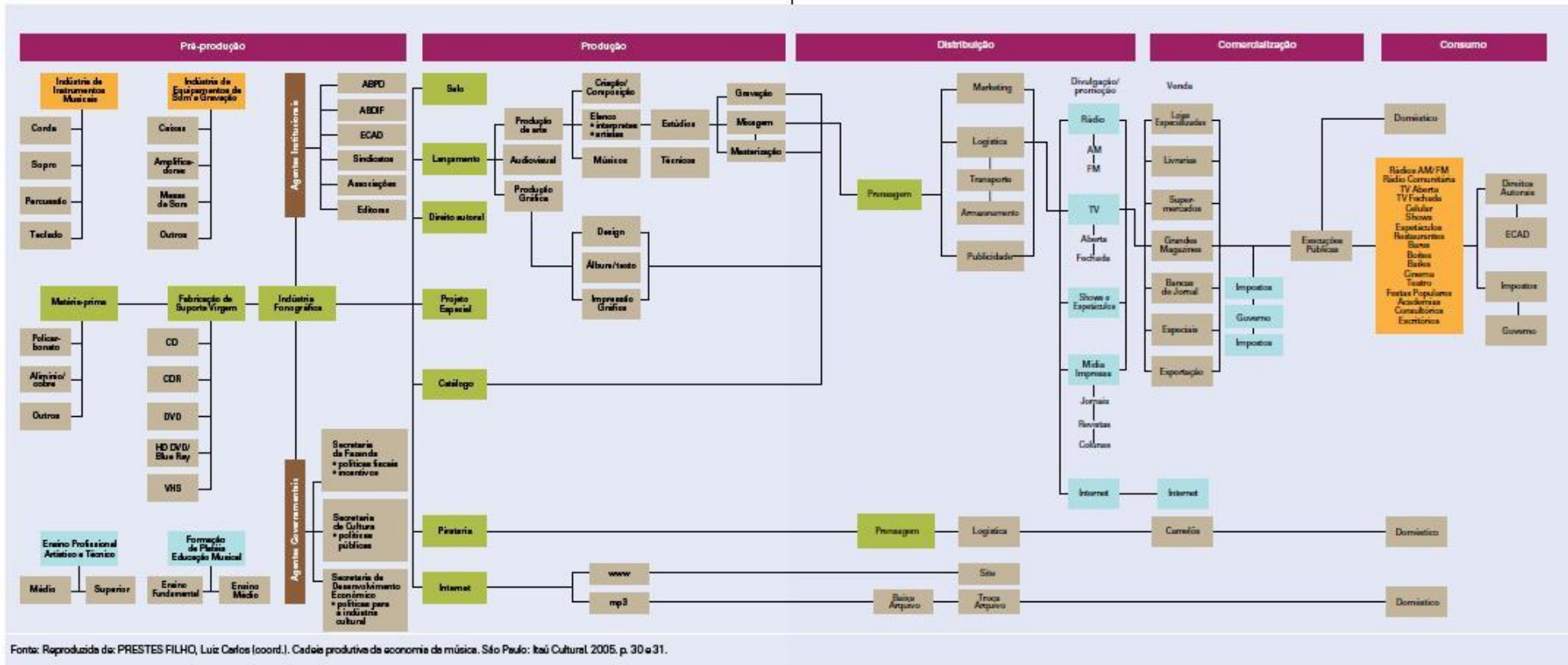
Por outro lado, a partir das novas tecnologias e novas indústrias, a reestruturação da cadeia produtiva da música também registra o aumento considerável de selos fonográficos independentes⁶³, respaldados diretamente em processos de flexibilização das maiores gravadoras. (De Marchi, 2005b), significando ampliação da produção

⁶³ Gravadoras de menor porte.

musical, reposicionando as gravadoras *majores*, e, principalmente, o acesso ao mercado musical.

Para esta investigação, a caracterização da cadeia produtiva agregará as análises de Prestes Filho (2005) e Peterson e Berger (1975), pois há aspectos consideráveis de complementaridade entre estas visões.

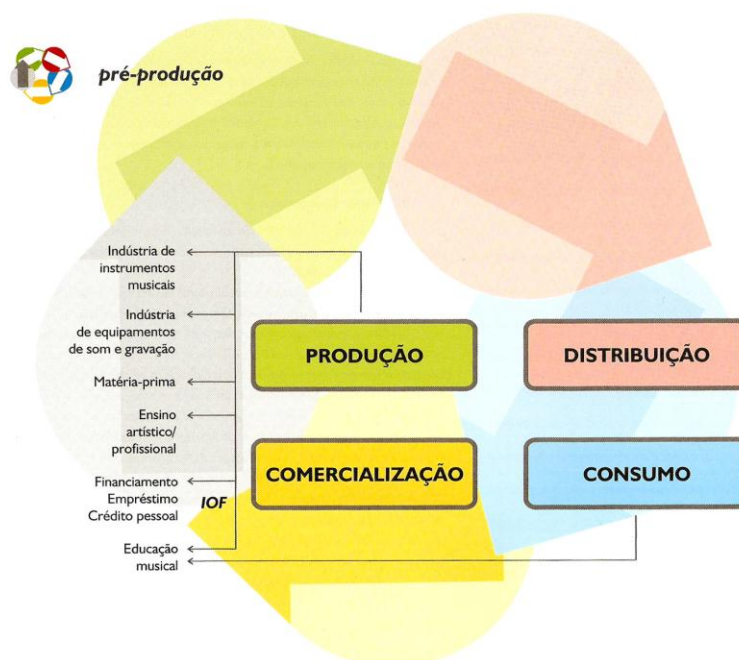
Quadro 6: Etapas da cadeia produtiva da música



4.2.1 Pré-Produção

Envolve as atividades relacionadas aos segmentos industriais complementares como de instrumentos musicais, indústria de equipamentos de som e gravação, matérias-primas (CD/DVD virgens, papel, etc...), ensino artístico e profissional, educação musical, e linhas de financiamento exclusivas à atividade artística (PRESTES FILHO, 2005).

Quadro 7: Pré-produção



Fonte: Prestes Filho (2005, p. 72)

Dentre os aspectos apresentados nesta etapa, Prestes Filho (2005) destaca ainda a relevância das atividades educacionais vinculadas à música, reiterando os fatores estratégicos destas para a cadeia produtiva, a partir, principalmente, de três tipos de formação: acadêmica, técnica e escolar.

A formação acadêmica serviria para a melhor qualificação do profissional da música, e, em especial, para os compositores e intérpretes, criadores e executantes, respectivamente. A técnica reserva-se ao ensino sistematizado oportunizado aos profissionais de som, eletrônica, iluminação, manutenção de equipamentos e instrumentos musicais, além de uma formação específica de executivos para a gestão dos distintos processos produtivos culturais e artísticos. A formação escolar, através de

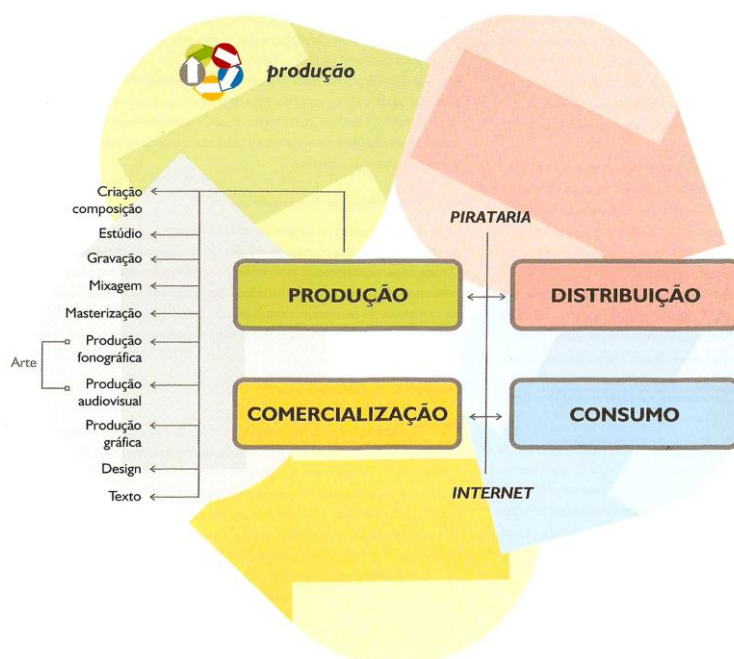
instituições regulares de ensino, objetiva a formação de platéias e “mercado consumidor de maior exigência, compatível com a qualidade da produção” (PRESTES FILHO, 2005, p.71).

No Brasil, outro aspecto apontado como gargalo da pré-produção é a incipiência da estrutura industrial na fabricação de instrumentos musicais, obrigando a aquisição, por parte dos músicos, de instrumentos de outras nacionalidades por conta de sua tradicional qualidade e reputação no mercado. Por outro lado, deve-se salientar que o alto ônus de tal escolha e condição, limita consideravelmente o acesso aos estudos (Op. cit., 2005).

4.2.2 Produção

A produção envolve as atividades de criação/composição e gravação da música em algum suporte físico ou digital, estúdio, processos de mixagem, masterização e prensagem, arte gráfica do encarte, conceitual da produção fonográfica, textos jornalísticos, *design*, figurino, fotografia para encarte, e desenvolvimento ou atualização de sítios eletrônicos vinculados ao produto e artista, entre outros.

Quadro 8: Produção



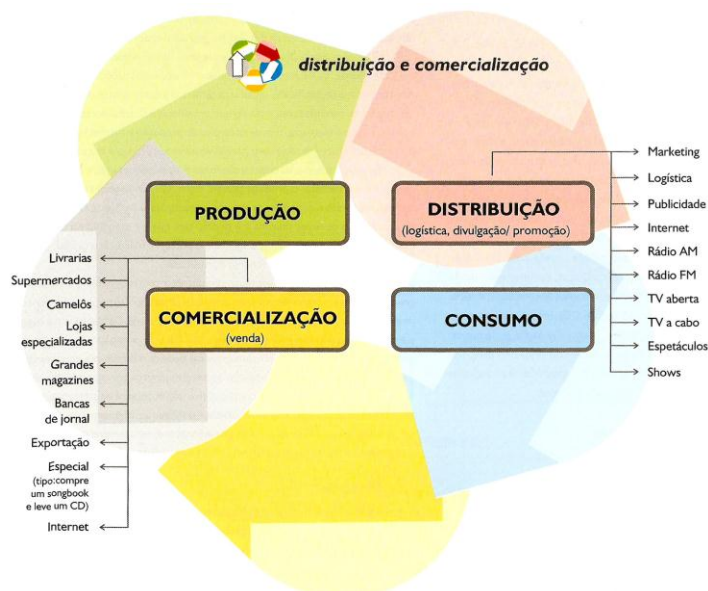
Fonte: Prestes Filho (2005, p. 74)

As atividades relacionadas à produção são aquelas responsáveis pela composição, arranjos, busca de novos artistas, caracterização dos gêneros e estilos musicais, além de etapas burocráticas anteriores, tais como registro nos órgãos competentes, e as devidas ações de proteção aos direitos autorais. É nesta etapa que se finaliza o “guia de rótulo”⁶⁴, de modo a iniciar o processo de solicitação das autorizações de direitos autorais - diretamente aos autores, ou às editoras, em se tratando de obras administradas por empresas. As demais atividades compreendem ensaios e elaboração as informações complementares do produto, como criação do conceito gráfico e elaboração do encarte, seleção de fotografias, contatos e orçamentos com empresas de prensagem (CD/DVD)⁶⁵.

4.2.3 Distribuição e comercialização

A distribuição é a etapa atualmente composta por duas possibilidades: a física e virtual. A distribuição física é aquela direcionada para as lojas e revendedores, e a virtual é a que contempla lojas eletrônicas e distribuidores que ofertam música digital em sítios na rede.

Quadro 9: Distribuição e comercialização



Fonte: Prestes Filho (2005, p. 76)

⁶⁴ Relação minuciosa do repertório musical que comporá o produto musical (CD ou DVD), ordem e tempo de cada faixa, seus compositores, editora(s), número de registro (ISRC) de cada fonograma, previsão de lançamento, classificação e preço do produto, produtor fonográfico responsável, entre outros.

⁶⁵ Indústrias geralmente sediadas na Zona Franca de Manaus, mas com escritórios de atendimento em boa parte do Brasil. A exceção é a empresa cearense CD+, localizada em Caucaia/CE.

A distribuição é a etapa e motivo que, não raro, une as *majors* e os selos independentes, numa relação comercial em que as maiores gravadoras já contam com uma rede cadastrada de lojas, pequenos distribuidores, além de poder e articulação considerável com os grandes meios de comunicação – *mass media* –, imprescindíveis à divulgação dos produtos e artistas. Atualmente, com os altos índices da pirataria e informalidade no Brasil, as gravadoras – *majors* ou independentes – ampliam suas parcerias comerciais inserindo nas negociações percentuais em vendas de shows.

Ainda que as novas tecnologias tenham reestruturado etapas como distribuição e divulgação, fomentando o surgimento e desenvolvimento do segmento das independentes, o domínio do mercado ainda se encontra com as *majors*.

A divulgação é a sub-etapa da distribuição que envolve atividades de publicização, veiculação das músicas e artistas nos meios de comunicação (LEÃO; NAKANO, 2009). Nesta etapa, apesar do crescimento das independentes, “as *majors* ainda detêm controle significativo sobre os canais de divulgação na cadeia da música pelo seu elevado poder econômico, e visto que integram grandes conglomerados multimídia” (Op. Cit., p.20), onde estão articuladas com distintos e numerosos mecanismos midiáticos de divulgação direta e indireta, tais como cinema, meios de comunicação, peças publicitárias, etc.

Numa outra esfera, o surgimento de comunidades de relacionamento e plataformas sociais eletrônicas de música, como o *MySpace*, o *Last.fm* e o *YouTube*, tem servido como alternativa de divulgação das obras musicais e seus artistas, acentuando a interação destes com o público. Desta rede colaborativa impulsionada pela *internet* e seus “ciber-ativistas” (SANTINI, 2006), em terras brasileiras, um dos maiores exemplos é o músico e cantor Bnegão que, tendo suas obras disponibilizadas na rede mundial, conseguiu dinamizar sua jovem carreira por países da Europa sem ter um único CD legalmente distribuído por estas plagas.

Neste ambiente complexo e diverso da divulgação, a disponibilidade excessiva de informação na *internet*, desenvolve formas competitivas pela atenção do público (BERMAN; McCLELLAN, 2002; HANSEN; HAAS, 2001). Ou seja, a questão central no ambiente virtual é conseguir a atenção daqueles navegadores/consumidores do ciberespaço. Em poucas palavras, se a distribuição é imensamente facilitada a partir da tecnologia contemporânea, a divulgação ainda representa barreiras na cadeia produtiva musical. Este mesmo ambiente configura-se, ainda, não raro, como uma espécie de filtro

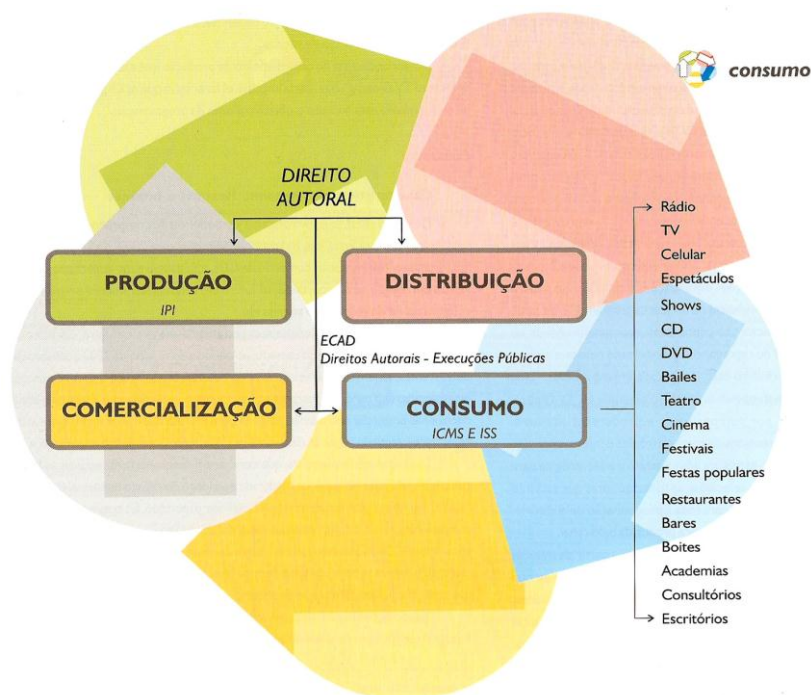
para as *majors* e indústria do entretenimento global (LEYSHON et al., 2005 apud LEÃO; NAKANO, 2009).

4.2.4 Consumo

A mudança no modelo de consumo – suporte físico para o digital/virtual - reconfigurou significativamente a relação entre boa parte dos agentes da cadeia produtiva da música, com destaque para as novas gerações que não tem o hábito de adquirir música em suportes físicos legais que respeitem os direitos autorais e artísticos ali também registrados.

No Brasil, a etapa relacionada ao Consumo evidencia aportes analíticos em dois sentidos: a pouca compreensão de boa parte da sociedade para temas como propriedade intelectual e o direito autoral aplicado à música, assim como o baixo poder aquisitivo das classes com maiores contingentes populacionais, que terminam por consumir os produtos informais com maior fidelidade e assiduidade⁶⁶.

Quadro 10: Consumo



Fonte: Prestes Filho (2005, p. 78)

⁶⁶ Não se pode afirmar que somente estas classes consomem os produtos piratas, pois sua aceitação e consumo se estendem às mais diversas classes e estratificações sociais.

O consumo da obra musical pode ser compreendido a partir de sua própria veiculação em rádios, TV, aparelhos eletrônicos, shows e apresentações musicais ao vivo, CD, DVD, teatro, cinema, festivais populares massivos ou segmentados, restaurantes, bares, academias, boates, consultórios, escritórios, universidades, desfiles, aniversários, entre outros.

4.3 Evolução da Cadeia Produtiva da Música

A dinamicidade apresentada pela evolução da cadeia produtiva da música simboliza, entre outros aspectos, a diversificação do mercado de entretenimento na vida contemporânea, assim como realça os impactos da evolução tecnológica criação e campo artístico. Como afirma Nakano (2010, p. 637)

Da invenção do suporte físico, que possibilitou a comercialização de fonogramas, sua evolução pelos diferentes formatos, até a tecnologia digital, cada fase do desenvolvimento tecnológico acarretou modificações na atuação e estrutura do setor.

A evolução tecnológica aplicada à produção e distribuição do conteúdo musical oportunizou a desverticalização das grandes empresas, reduzindo as barreiras à entrada, significando possibilidades comerciais para as pequenas gravadoras e seus conteúdos de qualidade e com baixo custo. Tais avanços ainda significaram a ruptura entre conteúdo e suporte no produto fonográfico, sem isto signifique ausência dos modelos antigos, como o vinil, por exemplo.

A cadeia produtiva da música está distante de uma configuração estável. Que tipo de produção artística não estaria, na verdade, no contexto tecnológico contemporâneo? O fato é que a cada reconfiguração desta cadeia, surgem novos papéis e agentes que alteram as relações de força e poder no campo da produção musical.

4.3.1 Integração vertical ou verticalização da indústria fonográfica

Integração vertical ou verticalização é um modelo organizacional que vigorou entre as grandes empresas até as últimas do século XX. As organizações da indústria fonográfica iniciaram suas atividades com estruturas e modelos produtivos verticalmente integrados, ou seja, sendo responsáveis pelas diversas etapas da cadeia

produtiva da música. Parte considerável das primeiras fabricantes de reprodutores fonográficos no início do século XX se configurariam *majors* na década de 1950⁶⁷, possuindo, além da produção dos fonógrafos, catálogo de artistas e instrumentistas, estúdios, fabricação de suportes, e estruturas de divulgação.

A complexidade da produção fonográfica, a partir de um conjunto de atividades sob responsabilidade de um número reduzido de empresas, representou poder, assimetria de informações, barreiras à entrada e acumulação de capital e influência. Contudo, o desenvolvimento da indústria fonográfica registrou processos progressivos de desverticalização, limitando-se à produção e divulgação de conteúdo. Dentre os fatores que, conjugados, apontaram para esta situação, a expansão do mercado, os avanços tecnológicos que baratearam o processo produtivo em si, e a disseminação de competências e informações. Neste processo, o desenvolvimento tecnológico se destaca como fator de maior influência isolada (NAKANO, 2010).

A dinamicidade do campo tecnológico, vide exemplo, aponta a década de 1950 como temporalidade significativa na produção de fonogramas, com o desenvolvimento da fita magnética, que reduziu os investimentos e os custos de produção. Uma das conseqüências foi o surgimento das primeiras companhias discográficas independentes que souberam, a partir do comportamento oportunista e isomórfico, estabelecer selos que logo se tornariam representativos, com destaque para Motown e Electra, Savoy, Chess, Modern, Imperial e Specialty (NAKANO, 2010; ALEXANDER, 1994; PETERSON; BERGER, 1975).

Percebendo o sucesso das independentes, seus artistas e novos gêneros, as *majors* se comportaram de forma estratégica, utilizando seus recursos financeiros e o poder na cadeia, para estabelecer contratos e parcerias visando à distribuição e divulgação dos produtos concorrentes. Ainda estrategistas, procuravam controlar ou manter influência sobre as gravadoras independentes, adquirindo, parcial ou integralmente, as mesmas.

⁶⁷ EMI, Columbia e RCA-Victor, entre outras, tem suas origens ligadas à produção dos fonógrafos.

4.3.2 O “sistema aberto”

O “sistema aberto” (LOPES, 1992) foi o modelo dominante, onde as *majors* controlavam etapas como as de prensagem, distribuição e divulgação, beneficiando-se da exploração de economias de escala, diversificando gêneros musicais, facilitando a sua incursão em novos segmentos do mercado. Em outras palavras, a parceria com as independentes, não raro, também funcionava para a “prospecção de novas tendências e artistas”, fortalecendo, consideravelmente, a atuação das maiores empresas (NAKANO, 2010, p. 632).

O cenário de grandes empresas e conglomerados dominando o mercado permaneceu até o final da década de 1980, quando a redução dos custos de produção oportunizada pela tecnologia digital redimensionou mercado, a partir do novo surgimento de gravadoras independentes e de novos modelos de distribuição (HESMONDHALGH, 1998; De MARCHI, 2006; CASTRO, 2009). A distribuição virtual, entretanto, só se tornou viável economicamente com o surgimento da internet e do MP3.

Música digital que logo impulsionaria as redes P2P, e uma reação sem sucesso das *majors* em estabelecer lojas virtuais próprias. O surgimento de inúmeras empresas com atuação em segmentos específicos conferiu à cadeia produtiva da música uma caracterização de rede, na qual interagem e se complementam organizações distintas em seus objetivos e tamanhos (LEYSHON et al., 2005; GRAHAM et al. 2004). Para Leyshon et al. (2005), há diferentes redes em cada etapa ou processo da cadeia, onde a centralidade das gravadoras é relativa. Para outros autores (ALKMIM et al., 2005; PRESTES FILHO, 2005), a cadeia produtiva da música, em seu processo de desverticalização, a partir de seu caráter repetitivo em escalas distintas, pode ser compreendida como um fractal⁶⁸.

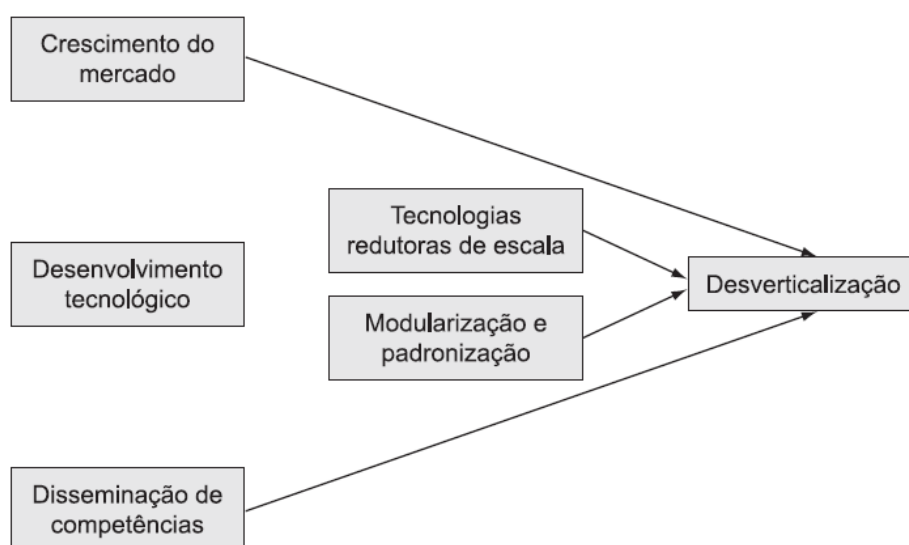
4.3.3 Acumulação flexível e desverticalização

A partir das últimas décadas do século XX, as grandes empresas iniciaram o processo de desverticalização de seus modelos produtivos, a partir de apoio e

⁶⁸ De aspecto irregular ou fragmentado, forma geométrica que pode ser subdividida indefinidamente em partes, que, por sua vez, podem ser entendidas como cópias reduzidas do todo.

investimentos em desenvolvimento colaborativo de produtos. Os fatores responsáveis por estas transformações são a necessidade de redução dos custos e o escopo de suas atividades. O desenvolvimento tecnológico oportunizou redução dos custos de produção, eliminando os ganhos de escala das plantas com elevada capacidade (NAKANO, 2010). Escalas produtivas de menor porte representavam redução de custos e investimentos para a produção, redução às barreiras de entrada financeiras (LANGLOIS, 2003).

Quadro 11: Fatores para a desverticalização produtiva.



Fonte: NAKANO, 2010, p. 630.

Como consequência, o mercado passou a contar com fornecedores menores, mas de alta dinamicidade e flexibilidade. O desenvolvimento empresarial criou e fortaleceu atividades, competências e necessidades. A disseminação do conhecimento entre fornecedores e clientes representava maior nível de simetria de informações, e menor distanciamento entre os atores.

Não diferente de outros setores, a indústria fonográfica e a reestruturação de suas maiores representantes também pode ser relacionada ao tamanho e crescimento de um mercado que ainda tem volume suficiente de transações comerciais, garantindo receitas para os seus diversos agentes, reduzindo os custos fixos e os riscos. Em paralelo, a expansão do mercado atrai novas empresas, e, entre elas, agentes e fornecedores

especializados, que externalizam suas atividades (NAKANO, 2010; MALERBA et al., 2008).

À guisa de conclusão, os fatores que oportunizaram comportamentos de desverticalização das organizações da indústria fonográfica, foram o desenvolvimento tecnológico, e o crescimento dos mercados e de suas instituições. Se em outros momentos aqui já descritos, investimentos e riscos altos, assimetria de informações e competências, as gravadoras se verticalizaram e fortaleceram relações de oligopólio. Numa outra perspectiva, a redução dos investimentos e custos oportunizados pelo desenvolvimento tecnológico, o crescimento do mercado, a diminuição dos riscos, a simetria de informações e a disseminação das competências técnicas, houve a externalização das atividades e a desverticalização. A análise da indústria fonográfica deve analisar esses fatores conjuntamente, e, como não há evolução sincronizada e equilibrada dos mesmos, a cada novo desenho, uma nova configuração pode se concretizar.

4.4 Breve histórico da indústria fonográfica no Brasil

A indústria fonográfica no Brasil se desenvolve a partir do início do século XX, com a instalação da Casa Edison, na cidade do Rio de Janeiro (FRANCESCHI, 2002). Fundada por Fred Figner⁶⁹ em 1900, situada à Rua do Ouvidor nº 107, a Casa Edison, inicialmente destinou-se à venda de eletrodomésticos, e foi em 1902 que se tornou a primeira firma de gravação de discos no Brasil.

A primeira canção gravada no país, na Casa Edison, foi o lundu “Isto é Bom” (Xisto Bahia), interpretado por Bahiano, e lançada em 1902. Este registro marcou a fonografia mundial, pois além de inserir o Brasil na atividade discográfica, o caracterizou como o primeiro país do mundo responsável pela produção de um disco com gravações de ambos os lados.

Figner oportunizou o registro de compositores como Chiquinha Gonzaga, Francisco Alves, Ernesto Nazareth, Donga, Sinhô, João da Baiana, Anacleto de

⁶⁹ Empresário tcheco, responsável pelo pioneirismo na história da música popular brasileira gravada. No ano de fundação da Casa Edison Fred Figner solicitou à companhia inglesa Gramophone, o envio de técnicos ao Brasil para gravar a música brasileira. Solicitação atendida, Figner instalou uma sala de gravação ao lado da Casa Edison, na Rua do Ouvidor nº 105, de onde as matrizes saíam para prensagem na Europa.

Medeiros e Noel Rosa, a partir da interpretação de sua própria banda - Banda da Casa Edison -, Grupo Pixinguinha, Grupo Chiquinha Gonzaga, Baiano, Pixinguinha e Oito Batutas, entre outros.

A primeira fase da produção fonográfica no Brasil, aquela compreendida entre 1902 à 1927, é caracterizada pela gravação mecânica. Neste período, foram lançados, aproximadamente, sete mil discos, sendo a Casa Edison a responsável por mais da metade destes registros (FRANCESCHI, 2002), por uma quantidade considerável de registros fonográficos por ano, o que chegou a inscrever o país no terceiro lugar no quadro mundial⁷⁰.

O empresário Fred Figner enriqueceu com os registros da música brasileira e comercialização dos aparelhos reprodutores, tornando-se proprietário de tudo o que se produzia em música brasileira (ALBIN, 2006).

Em 1912, instala-se no Brasil a *Odeon Talking Machine*, primeira fábrica de prensagem de discos, tendo Figner como seu representante comercial exclusivo. Em 1913, a fábrica Odeon já produzia 1,5 milhão de discos por ano, inscrevendo o Brasil como quarto mercado de discos.

Em 1925, a empresa holandesa *Transoceanic* é comprada pela Columbia Gramophone de Londres, responsável pelo desenvolvimento e aplicação do sistema de gravação elétrica, recentemente inventado pela Western Electric. No ano seguinte, após a fusão Transoceanic - Odeon, Figner é afastado das atividades de distribuição. No ano seguinte, passa a gravar pelo selo Parlophon. A década de 1930 é marcada pela inserção da gravação elétrica, do microfone, fatos que reduziram os custos de produção, permitindo a expansão do mercado brasileiro que já registrava atividades de importantes gravadoras internacionais, vide Columbia e RCA-Victor. Neste período, ainda, destaque para o surgimento de novos artistas, intérpretes e gêneros musicais, e, dentre eles, o samba (SÁ 2002; VIANNA, 1999).

A partir de 1932, Figner se afasta do negócio de discos, e a Casa Edison retoma as atividades comerciais envolvendo máquinas de escrever, geladeiras e mimeógrafos. O término das atividades comerciais da Casa Edison foi registrado em 1960.

As décadas de 1960 e 1970 são marcos na história da indústria fonográfica brasileira, apesar do regime ditatorial e da intervenção estatal na economia e produção cultural nacional (ORTIZ, 1994). Neste período, a indústria fonográfica registrou sua

⁷⁰ Em seu primeiro ano de funcionamento como produtora fonográfica, a Casa Edison chegou a registrar três mil gravações. Os dois países líderes, à época eram Estados Unidos e Alemanha.

expansão justificada por políticas públicas de incentivo à produção nacional⁷¹ e às indústrias de bens duráveis, criação do Escritório de Arrecadação dos Direitos Autorais (ECAD), aumento da renda *per capita* da classe média, surgimento de novos suportes, e, dentre eles, destaque para o long-play (LP) estereofônico e as fitas cassete (ORTIZ 1994; DIAS, 2000; De MARCHI, 2006).

A década de 1970 também pode ser caracterizada pelo crescimento do número de empresas discográficas transnacionais em atuação no Brasil, como pode ser confirmado a partir de De Marchi (2006, p.170)

Conforme se notou, a presença de companhias estrangeiras no Brasil data de fins da década de 1920. Porém, na de 1970, houve um rápido e significativo aumento dos investimentos diretos dessas empresas no mercado nacional, em boa medida, aproveitando-se do crescimento econômico e da abertura da economia. Assim, seguiram-se à WEA, em 1976, a Polygram e a Capitol, em 1978, a alemã Ariola, em 1979, entre outras, que, ávidas por catálogos e elencos nacionais, iniciaram uma acirrada competição no mercado. Ainda que as empresas brasileiras tenham buscado se adaptar à concorrência, a produção fonográfica do Brasil caminhou no sentido da concentração.

Neste sentido, o domínio do mercado pelas transnacionais foi inevitável, forçando a redução significativa do número de empresas discográficas nacionais, que se seguiram em processos de aquisição, parcerias ou falência. Na década de 1980, dentre as seis companhias líderes do mercado, apenas uma detinha capital nacional. Ainda neste período, a partir do aumento da renda dos consumidores, das novas tecnologias de gravação, da crescente modernização da indústria, da incursão no país das empresas estrangeiras, o mercado fonográfico brasileiro registrou 64 milhões de unidades vendidas, tornando-se em 1979, o quinto maior mercado do mundo (DIAS, 2000).

A nacionalização do processo de produção fonográfico tem início na década de 1970, a partir da iniciativa de artistas musicais descontentes com os modelos gerenciais exclusivistas das transnacionais em atividade no Brasil à época. Dentre eles, destacam-se Chico Buarque, Caetano Veloso, Ivan Lins, Gilberto Gil, Ronaldo Bastos, Tom Jobim, Djavan e, mais recentemente, artistas e grupos como Marisa Monte, Daniela Mercury, Olivia Hime, Flávio Venturini, Zeca Pagodinho, Tom Zé, Dado Villa Lobos e Milton Nascimento, entre outros.

Nas décadas de 1980 e 1990, a indústria fonográfica no Brasil acompanhou as inúmeras reconfigurações nos campos econômico e político, como o fim do regime

⁷¹ Em 1967, houve a criação da Lei de Benefício Fiscal da Música Brasileira.

ditatorial e a redemocratização do país, além de acentuados e irrefreáveis índices inflacionários. É a partir deste período que, procurando a ampliação dos lucros, as empresas transnacionais desta indústria passam a adotar um modelo de gerenciamento da produção industrial conhecido como acumulação flexível (HARVEY, 1992), substituindo a estrutura verticalmente centralizada de gestão, altos investimentos em tecnologia, terceirização de algumas etapas da produção musical para os próprios artistas e seus produtores, como as etapas de gravação, edição, prensagem, entre outros.

Em 1996, a partir de políticas econômicas ajustadas aos organismos internacionais, e, dentre eles, das ações de estabilização econômica iniciadas no Plano Real (1994), o mercado fonográfico nacional apresentou recuperação, com a sexta posição no ranking mundial (PRESTES FILHO, 2005; De MARCHI, 2006; CASTRO, 2007).

Na trama contemporânea engendrada pelos avanços da telemática⁷² e da reestruturação pós-industrial, dos avanços das transnacionais nos novos mercados, a administração da carreira musical perpassa o campo do estratégico, representando para os artistas, possibilidades de auto-gestão. Tal reconfiguração vem sendo percebida no mercado musical mundial, onde as etapas da criação e distribuição podem ser de responsabilidade do próprio artista, representando, de certa forma, a tomada do poder, e de controle do processo de produção e distribuição de suas obras e produtos artísticos.

Atualmente, com a diminuição da participação das gravadoras *majors* do mercado, surgem os selos fonográficos, ressaltando, como já foi dito, que não é a produção musical que está em crise, e, sim, o formato físico de suporte de música *compact disc*, popularmente conhecido como CD. Concomitantemente a este processo, é considerável o aumento dos *downloads* legais e ilegais de música, os programas de compartilhamento de arquivos digitalizados.

Neste período, outro aspecto a ser destacado é o crescimento da economia informal ou pirataria. A controvérsia acerca da pirataria⁷³ no mercado musical é

⁷² Telemática entendida enquanto conjunto resultante da articulação entre os recursos das telecomunicações (telefonias, satélite, fibras óticas, etc) e da informática (computadores, periféricos, softwares e sistemas de redes), que possibilitam o processamento, a compressão, o armazenamento e a comunicação de grandes quantidades de dados (texto, imagem e som), em curto prazo de tempo, entre usuários localizados em qualquer ponto do Planeta.

⁷³ A Pirataria aqui referida, virtual ou física, está relacionada àquela que impulsiona o mundial mercado informal de música. Ao popular massivo, neste caso, pouco importa se é conceituada como a reprodução de produtos de maneira geral com qualidade inferior, e/ou em desacordo com as leis e tributos incidentes sob a produção e comercialização.

constituída por discursos e inscrições históricas que apontam para, muitas vezes, práticas anti-competitivas e criminosas de um lado e, do outro, acentua a entrada de novos atores sociais na disputa concorrencial, vide, por exemplo, as inúmeras bandas que saem multiplicando caseiramente seus registros fonográficos na busca da auto-divulgação e inserção no mercado musical.

O desenvolvimento da telemática, o acesso às novas tecnologias, o alto custo de um CD original, a facilidade de encontrar o produto pirata, são, apenas, algumas das justificativas para a ampliação da pirataria musical. O problema reside em que, inúmeras vezes, o “CD pirata” pode ser considerado mais interessante que o próprio CD original. Interessante em que sentido? Da atualização das músicas; da possibilidade de conhecer novas interpretações do artista preferido para músicas de outros; do acesso fácil e barato a coletâneas integrais, formato MP3, em CDs com até 600 obras.

O quadro abaixo apresenta o *ranking* da comercialização e consumo do produto CD pirata no mundo. Ocupando a 9ª posição, o Brasil aparece com 52%, o que equivale que já ultrapassamos a relação 1/1, onde para cada CD original comercializado, outro pirata era vendido. A fragilidade institucional de países como o Brasil, e que desemprego, corrupção e impunidade são constantes acelera esta situação.

TABELA 5: O MERCADO DO CD PIRATA NO MUNDO 2006

1º	PARAGUAI	99%
2º	CHINA	85%
3º	INDONÉSIA	80%
4º	UCRÂNIA	68%
5º	RÚSSIA	66%
6º	MÉXICO	60%
7º	PAQUISTÃO	59%
8º	ÍNDIA	56%
9º	BRASIL	52%
10º	ESPAÑHA	24%

FONTE: IFPI

Considerando as diversas estratégias de captação do público, a pirataria vem se constituindo como dinâmica favorável de disseminação de repertório e bandas pelo país. Parcela relevante das bandas constituintes do pagode baiano, por exemplo, assume a pirataria como elemento prioritário em sua rede de distribuição de CDs e DVDs. Poderíamos, inclusive, afirmar que para qualquer que seja o grupo musical, estar na

listagem de “mais vendidos” dos jovens pirateiros que percorrem as cidades brasileiras, é indicativo de aceitação. O “mercado” pirata se apresenta, desde então, para estes grupos, como termômetro de referencialidade de aceitação do público, ou melhor, como novos espaços de legitimação. Há registros de auto-piratária, onde os próprios artistas e bandas financiam determinadas tiragens para “doação” entre as redes distribuidoras de piratas, rádios, agenciadores artísticos e contratantes.

Ao entrevistar vendedores ambulantes de CD pirata que atuam em Salvador, Bahia, para a pesquisa *Criatividade e trabalho no cenário musical da Bahia*⁷⁴, não foi difícil perceber que existem agenciadores de rapazes de outras cidades nordestinas para esta prática na capital baiana. Para estes jovens, são disponibilizados os CD's e DVD's, moradia, e pequeno percentual; em contrapartida, devem sair pelas ruas e praias comercializando os produtos.

A ação oportunista dos chamados “pirateiros”, amplamente estimulados pela fragilidade institucional e pela alta lucratividade da atividade⁷⁵, elenca situações em que poucas horas após o *show*, o CD e DVD já podem ser encontrados nas ruas e passarelas de Salvador. Daniela Mercury salientou, inclusive, esta possibilidade ao se apresentar no Festival de Verão Salvador (2005), quando em um dos momentos do *show*, defendeu o mercado musical legalizado.

Os impactos e conseqüências são imediatos, como se pode verificar nas palavras de Herschmann e Kischinhevsky:

Sob a alegação de que o mercado clandestino reduz sua capacidade de investimento em novos produtos, as grandes gravadoras vêm alterando dramaticamente o perfil de seus elencos, privilegiando a importação de artistas lançados em suas matrizes, numa estratégia de diluição de custos. Com isso, embora as vendas de CDs de repertório nacional totalizem 77% do mercado brasileiro, o elenco das grandes gravadoras passou a ser sistematicamente enxugado (2006, p.96)

A pirataria também afetou os postos de trabalho das gravadoras, lojas de CDs, estúdios. Virtual ou física, a reprodução indiscriminada de CDs e DVDs remodelou consideravelmente o mercado musical. Por outro lado, pergunta-se: É justo pagar em média R\$ 35,00 por um CD em fase de lançamento? Na pirataria, o “genérico” –

⁷⁴ Sob a responsabilidade dos Professores Milton Moura (FFCH/UFBA) e Goli Guerreiro (FJA), a pesquisa foi financiada pela Organização Internacional do Trabalho – OIT -, e organizada pelo Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura – CULT/UFBA, no período 2003/2004.

⁷⁵ A média de preço de um CD pirata nas ruas de Salvador é R\$ 5,00. Com um preço de custo variável entre R\$ 0,70 e R\$ 1,10, segundo pesquisa em andamento, o lucro pode chegar acima de 400%, agregando ainda, não raro, o imediato retorno do valor investido.

apelido carinhoso dado pelos seus vendedores - pode chegar ao fim de uma sexta-feira por R\$ 2,50. No plano da pirataria virtual, as obras deste CD rapidamente poderão estar sendo disponibilizadas em MP3, com custos ainda menores.

Para alguns radicais açodados, os avanços tecnológicos e a pirataria aparecem para “sepultar” o *copyright*. Não raro, pode-se achar expressões do tipo “(...) o CD acabou. Viva a música!”; “Abaixo a lógica mercantil! Viva o download”. Nesta direção, *sites*, *blogs* e comunidades proliferam na grande rede, orientando e proporcionando *downloads* isentos de qualquer tarifação.

A consolidação do CD como suporte físico e os altos índices de informalidade no mundo contemporâneo redirecionaram as lentes para o Sudeste asiático e sua larga representatividade na cadeia produtiva existente e relacionada aos próprios produtos piratas.

4.4.1 Contexto atual – Vendas de CDs e DVDs

O cenário mundial ⁷⁶do mercado fonográfico, compreendendo a produção e comercialização de suportes físicos (CDs, DVDs, VHS, *singles* e K7s) e música digital contabilizou US\$33,5 bilhões em 2005 (IFPI, 2006).

No contexto restrito à música digital, o relatório de Música Digital de 2008, produzido pela IFPI (International Federation of the Phonographic Industry), as vendas de música digital em 2007 registraram o montante de US\$2,9 bilhões, representando um crescimento de 40% em relação ao ano anterior, onde a música digital passou a ser responsável por 15% da receita total da indústria fonográfica mundial.

No mercado nacional, os integrantes da Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD) registraram R\$615,2 milhões em vendas de suportes físicos durante o mesmo ano (ABPD, 2006).

Depois de alguns anos de retração, o mercado brasileiro de música obteve um crescimento de 6,5% entre 2007 e 2008 (ABPD, 2010). O número engloba receitas de vendas de CDs e DVDs, além da comercialização de produtos musicais no mercado digital (telefonia móvel e internet). Foram contempladas nos dados apenas as dez gravadoras associadas à ABPD, que são cinco companhias multinacionais e cinco

⁷⁶ As receitas de apresentações ao vivo e direitos autorais não estão sendo consideradas nestes cálculos.

gravadoras independentes de grande porte. No total, o segmento musical movimentou R\$ 359,9 milhões.

No Brasil, as vendas de produtos físicos (CDs e DVDs musicais) apresentaram um crescimento de 4,9%, enquanto as vendas no mercado digital subiram 79,1% em 2008, na comparação com 2007.

4.4.2 Os selos independentes e a multimodalidade de negócios

O contexto atual da indústria fonográfica no Brasil não é distinto do que vem ocorrendo em outras partes do mundo: a redução oligopólica das gravadoras *majors* e o surgimento e fortalecimento de selos fonográficos independentes. Esta reorganização da cadeia produtiva da música supera o próprio conceito de “crise” (DeMarchi, 2006; CASTRO, 2009; NAKANO, 2010).

Apesar das transformações até aqui mencionadas, vale ressaltar a permanência da centralidade das grandes empresas fonográficas na economia da música, pois respondem por catálogos altamente valorizados, participação em empresas de tecnologia e em outras atividades da indústria do entretenimento. Numa outra perspectiva, a dos independentes, o crescimento reflete parte das transformações na gestão da produção fonográfica contemporânea, não raro, pelos processos de flexibilização das grandes gravadoras e autogestão da carreira artística.

O cenário atual aponta suas lentes para as conseqüências do desenvolvimento das novas tecnologias da informação: crescimento da produção musical independente brasileira, representando aumento da quantidade de música gravada e dos produtores fonográficos. Em outras palavras, as *majors* não se configuram mais como a única via de acesso ao mercado musical.

Independentes que logo se tornaram poderosos atores no mercado fonográfico⁷⁷, com catálogos diversificados e valorizados, custos de produção reduzidos, distribuição própria ou terceirizada, além de licenciamentos digitais e de imagem do próprio artista. A reconfiguração é do modelo de negócio único de comercialização de suportes físicos (CD/DVD) para a multimodalidade, que representa a integração da indústria fonográfica

⁷⁷ Destaque para selos como Biscoito Fino, Trama, Atração Fonográfica, entre outros.

com os setores industriais da área digital, tais como internet e telefonia móvel, por exemplo.

Segundo a Associação Brasileira de Música Independente – ABMI -, que tem 120 gravadoras associadas, há cerca de 200 gravadoras independentes em atividade regular no mercado. As independentes são responsáveis por 80% da música gravada no país. Entretanto, quando o assunto é o consumo, os números se invertem: 80% dos produtos comercializados são das *majors*, e as demais representam 20% das vendas no país (BERGEL, 2009). Abaixo, elementos característicos dos modelos de negócios registrados.

Quadro 12: Major versus Independente

Modelo <i>major</i> de negócios	Modelo independente de negócios
Conglomerado multimídia diversificado.	Empresa com pouca ou nenhuma diversificação, com interesses no ramo fonográfico.
Grande empresa com importante número de filiais.	Empresário individual. Empresa predominantemente nacional com nenhuma ou poucas filiais.
Importante participação no mercado mundial.	Insignificante participação no mercado mundial.
Empresa líder nos principais mercados regionais.	Participação pequena ou importante no mercado nacional, mas raramente líder.
Produtos homogêneos, previstos para comercialização no mercado internacional.	Produtos concebidos em função do mercado nacional, eventualmente exportados.
Importante participação de produtos internacionais no volume global de negócios.	Pequena participação das exportações no volume de negócios.
Geralmente distribuidor. Grandes estrelas.	Raramente distribuidor. Gêneros especializados.
Segmento produto-mercado bem estruturado e independente do segmento finanças/estratégias.	Segmento produto-mercado mais ou menos independente; segmento finanças/estratégias pouco constituído.
Predomínio de critérios comerciais.	Predomínio de critérios estéticos
Grandes verbas para a promoção. Divulgação global e multimídia de seus produtos.	Poucas verbas de promoção, baseada principalmente em contatos pessoais.
Estratégias tipo <i>blockbuster</i> .	Estratégias de vendas regulares.

Fonte: Observatório da Indústria Cultural (2005)

Dentro das possibilidades estratégicas de atuação destes selos, destacam-se as parcerias e os licenciamentos. A partir de contratos, associam-se às grandes gravadoras e distribuidoras que se encarregam de prensar, distribuir e divulgar os produtos em suas redes de alta capilaridade. Chico César é um dos mais recentes exemplos de artista/empresário/produtor fonográfico que se une à uma gravadora maior, procurando evitar o gargalo da distribuição.

A outra possibilidade é a de licenciamento dos fonogramas para as empresas de telefonia móvel e sítios eletrônicos de comercialização de música. Este segmento, música digital, representou 12% do mercado fonográfico em 2008, onde 78%

(aproximadamente R\$ 33 milhões) vieram da telefonia móvel, e 22% (R\$ 9,68 milhões), via internet (BERGEL, 2009; ABPD, 2010).

A *Takenet*, empresa de conteúdo digital que licencia e disponibiliza músicas para celulares, é uma das principais operadoras do país. Atualmente mantém aproximadamente 200 contratos com gravadoras independentes do país. O iMusica, outra empresa de gerenciamento de música digital, possui um acervo de 3 milhões de faixas digitalizadas, das quais 2 milhões são produtos gerados pelas gravadoras independentes.

O *MySpace*, plataforma social e eletrônica de música, é um sítio eletrônico que congrega 170 mil artistas brasileiros, já informou que já iniciou estudos e trabalhos no sentido da criação de um mecanismo de venda de faixas musicais (BERGEL, 2009).

Emblemático exemplo de empreendedorismo no campo musical e fonográfico, a Trama criou sua fórmula para ampliar e diversificar as fontes de receita. Além de fazer produção de shows, programas de rádio e de televisão, música para videogame, álbuns virtuais e CDs, a gravadora independente conta com estúdio, editora e agenciadores artísticos⁷⁸. Artistas como Tom Zé, Luciana Mello, Jair de Oliveira, Wilson Simoninha, Cansei de ser Sex, Nação Zumbi, Otto, entre outros, integram ou integraram o catálogo da Trama.

A gravadora Biscoito Fino, fundada em 2001 pelas sócias Kati Almeida Braga e Olívia Hime, possui estúdio próprio e equipamentos à disposição dos artistas. Em 10 anos de estrada, com uma gestão que envolve dinamicidade, flexibilidade e sensibilidade, a Biscoito Fino responde por mais de 500 lançamentos que privilegiam a música popular brasileira. Para exemplificar a dinamicidade da maior gravadora independente brasileira, em 2009, foram lançados 98 títulos, um número superior ao que as *majors* – EMI, Sony, Universal e Warner - lançaram juntas no mesmo período no Brasil.

A gestão estratégica da gravadora concilia dinamicidade e sensibilidade. Dinâmica no sentido de conciliar lançamentos próprios e de parcerias, investimento em implantação de quiosques da gravadora em centros comerciais de grande circulação, encartes que aliam sensibilidade e informação, estúdio próprio que reduz custos de produção, além de possibilitar uma apuração mais refinada do som em relação ao artista e seu produto final.

⁷⁸ Fundada em 1998, por João Marcello Bôscoli e pelos irmãos Cláudio e André Sjazman.

5. A FORMAÇÃO DO MERCADO DA MÚSICA POPULAR MASSIVA NA BAHIA CONTEMPORÂNEA

Manifesta

Autor: Osmar Macedo
Intérprete: Moraes Moreira e Trio Elétrico Dodô e Osmar
Álbum: Viva Dodô e Osmar (Continental) – 1979.
Editora: Luz da Cidade / Warner Chappell (RJ) - 1979.

O som do Hawái já era...
Mexicano quimera
O fado de cristal nunca fez mal
Também o *pasodoble* já passaram para trás
E até o tango, não se ouve mais

Som do trio, guitarra baiana no ar
Frevo quente da Bahia
Não preciso do Rock
Só preciso do toque envolvente e legal para o meu carnaval

Vamos dançar, vamos cantar
Nossa música
Vamos dançar, vamos cantar
Nossa música popular!

Trio Metal

Autores: Alfredo Moura, Daniela Mercury, Marcelo Porciúncula e Renan Ribeiro
Intérprete: Daniela Mercury
Álbum: Elétrica (Sony BMG) – 1998.
Editora: Páginas do Mar (BA)

A massa em lata invadia, metida a heavy metal
Eletricidade via, nua nação tropical
Um passo plugado no mundo inteiro
Um rock prensado pro carnaval
É o tempo no espaço, é um povo em peso
Balançando na voltagem do farol
Ter um futuro aquecido num gerador de estrelas
Pro meu bloco Crocodilo, um choque de beijos pra ver tremer o céude fevereiro

Quero ver, quero ver, quero ver
Quero ter, quero ter, quero ter, ô
O som do trio elétrico de Osmar e de Dodô

Quero ver, quero ver, quero ver
Quero ter, quero ter, quero ter, ô
O som da guitarra elétrica de Armandinho

5.1 A Bahia Contemporânea

O objetivo deste capítulo, já se aproximando mais objetivamente do objeto de estudo, é apresentar, numa perspectiva brevemente historicizada, os elementos contributivos para a formação do mercado da música popular massiva na Bahia contemporânea, onde parte considerável de artistas, empresários e compositores se notabilizam pela criatividade, dinamismo e empreendedorismo. Nesta investigação, se compreende o carnaval e a indústria turística como dois elementos centrais de análise na expansão deste mercado, uma vez que aglutinam interesses e agentes muito próximos e conectados aos dos artistas e empresários musicais e carnavalescos.

Mas nem sempre foi assim... Numa perspectiva historiográfica, para folcloristas e historiadores que se reportaram a investigações e registros sobre a música na Bahia dos dois últimos séculos, a modinha⁷⁹ e o “cantador de modinha” referenciavam a sociabilidade musical destes períodos (VIANNA, 1973; LISBOA JÚNIOR, 1990).

[...] Havia o cantador de modinha, moleque malandeu, tocador de violão, sem ofício nem benefício, morador de beco ou lojinho, roupa no fio, polegares e mínimos com unha enorme. Este tipo nada tinha além da voz. Ao lado dele, avultava o mais comum que era o do cantado semiprofissional, sem ocupação definida, vivendo do interesse que sua bela voz provocasse em qualquer parte em que se encontrasse. Ajudava novenas, trezenas e missas por qualquer dez réis de mel coado ou comida certa por uns dias. Vestia roupas herdadas de algum amigo prestimoso, alimentando a ilusão de alcançar um modesto emprego público por intermédio de um parente qualquer. Era este o legítimo cantador de modinha, responsável pela animação da maioria das festas de classe média ou pobre. [...] Chegaram até nós alguns cantadores, já velhos, a maioria sem voz, vivendo do passado distante, alimentados pela piedade dos que tinham conhecido seus momentos de triunfo. Gostavam de lembrar as velhas festas profanas do Bonfim, com seus sambinhas despreziosos, enchendo de risos os dias famosos da segunda-feira. Os poucos que ainda tinham voz, solicitados pela guarda velha para um biscate pelo Bonfim, Rio Vermelho, Pituba ou Itapuã, não se faziam de rogados, desenterrando, pouco a pouco, as saudosas modinhas de ritmo muito pouco atraente para quem estivesse com os ouvidos cheios de *foxes* e sambas em voga (VIANNA, 1973, p.111-112).

Outro destaque é o protagonismo de autores e intérpretes baianos no surgimento e consolidação da indústria fonográfica nacional instalada no Rio de Janeiro no início do século XX (ALBIN, 2006; 2003; LISBOA JÚNIOR, 1990). Entretanto, estes

momentos que apontam para uma posição de especial relevância da Bahia na produção e consumo de música no país também são indícios historiográficos que ressaltam aspectos como a informalidade presente no mercado musical da época. Por sua vez, a centralidade na criação era acompanhada por uma dependência dos recursos produtivos instalados na capital carioca.

Das surpresas e entusiasmo dos primeiros viajantes estrangeiros, passando pelas cantigas de capoeira e requebros da portuguesa/brasileira/hollywoodiana Carmem Miranda e chegando aos refrões *pop* da *Axé music*, a Bahia (re)afirma sua inscrição e presença em parte considerável do cenário cultural internacional. Na MPB, sua presença é central, podendo ser percebida enquanto temática e inscrição vultosa de artistas e autores que a ela se reportaram (BARROS, 2005; LISBOA JÚNIOR, 1990). Numa perspectiva histórica, cantaram, compuseram e corroboraram com tal participação nomes como Tia Ciata, Donga, Xisto Bahia, Dorival Caymmi, Assis Valente, Carmem Miranda, Ary Barroso, João Gilberto, Vinícius de Moraes, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Gal Costa, Tom Zé, Raul Seixas, Moraes Moreira, Maria Betânia, Roberto Mendes, entre outros.

O fato é que estes episódios não foram suficientes para instalar e formatar no estado um mercado de música e produção cultural significativo. Somente na segunda metade do século XX é que a contemporaneidade começa a se instalar na Bahia, a partir da efervescência sociocultural oportunizada, dentre outros fatores, pela implantação das escolas de música, teatro e dança da Universidade Federal da Bahia⁸⁰, bem como, no campo econômico, pelo processo de modernização e industrialização da cidade de Salvador e sua região metropolitana⁸¹ (MOURA, 2001; SINGER, 1980).

A década de 1980, em especial, representa o início de um conjunto de transformações socioeconômicas e culturais no Estado, tais como os primeiros anos de atividade do Complexo Petroquímico de Camaçari; da criação do Centro Administrativo da Bahia; da implantação de *shoppings centers*; do maior complexo de comunicação do estado (Rede Bahia); ampliação, na capital, da oferta de acesso ao ensino superior; da aparição e fortalecimento de grandes organismos empresariais carnavalescos, chamados

⁷⁹ De origem européia, no Brasil do século XIX, transformou-se no primeiro gênero musical urbano nacional.

⁸⁰ A reitoria do Dr. Edgar Santos viabilizou a UFBA como pólo de produção e cultura artística, a partir, principalmente, da permanência de professores estrangeiros experimentalistas como Walter Smétak, Hans Koelreuter, Ernest Widmer, entre outros.

⁸¹ A primeira metade do século XX é caracterizada pela alta concentração da estrutura industrial no centro-sul do país, fragilizando a atividade industrial baiana.

blocos de trio (MIGUEZ, 2002); do surgimento dos blocos afro e ampliação de suas atividades, contando, inclusive, com registros fonográficos; de encontros musicais inusitados até então, como o concerto da Orquestra Sinfônica da Bahia com o Afoxé Filhos de Gandhi - fruto de provocações e reivindicações de artistas e compositores baianos; de Carlinhos Brown e seu *Vai quem Vem*, grupo que se desdobraria posteriormente, em sua perspectiva musical e multi-étnica intitulada *Timbalada*.

MOURA (2001) sinaliza parte destas transformações enquanto modernização da cidade de Salvador, sendo inclusive motivo e tema para outras formas de visibilidade e inscrição no/do carnaval soteropolitano, assinalando a força relacional deste enquanto experiência social comunitária que se estende aos novos modelos de convivência urbana contemporânea.

Para MIGUEZ (ibid., p.265), a década de 1980 consolida o mercado de bens simbólico-culturais no Brasil, iniciado nas duas décadas anteriores e, no caso Bahia, duas dinâmicas se consolidam, prioritariamente, na formatação e legitimação da *Axé music*: os blocos afro (estética e temáticas) e os blocos de trio alinhados à lógica mercantil. Vejamos.

No campo da música, assim como em outras territorialidades, o surgimento e desenvolvimento de novas atividades requerem novas necessidades. Neste estudo, uma das perspectivas centrais de análise é a compreensão da expansão do mercado de música popular massiva na Bahia contemporânea a partir da interseção dos elementos da tríade música, carnaval e turismo.

Desta fonte diversa e multicultural, o surgimento de uma Bahia plural em sua produção musical contemporânea, com trânsito entre o samba-chula do Recôncavo ao *rock and Roll*, de onde ainda se faz ouvir nas inúmeras cenas musicais soteropolitanas o grito *Viva Raul! Bahia do século XXI*, naturalmente plural e plugada em *links* e *wireless*, consensos, conflitos, timbaus e guitarras.

Entretanto, é aí que se percebe o maior desafio da produção musical baiana contemporânea, sendo que poucos olhares midiáticos têm conseguido perceber tal diversidade. Não raro, essa escassa visibilidade midiática destes diversos fazeres musicais locais e suas complexas redes de pertencimento e conectividade tem corroborado com o desconhecimento ou a disseminação de discursos e textos que omitem – alguns casos – e/ou distorcem as cenas musicais soteropolitanas, reiterando a necessidade de não somente produzir canções, grupos e elaborações estéticas, mas executá-las e publicizá-las diante de um maior número possível de pessoas, tal como

afirma Nando Reis na obra *Itaim para o Candéal* – faixa que encerra *Timbalada* – primeiro disco do grupo homônimo, lançado em 1993: “Gosto de tocar no rádio, o que parece óbvio, é fundamental”.

5.2 A música popular massiva

O conceito de música popular massiva, ou música *pop*, está relacionado às expressões e gêneros musicais originados na segunda metade do século XX, referindo-se às transformações na compreensão da própria idéia de música popular. A terminologia *massiva* sugere condições de produção, reprodução e apreciação em larga escala, fato comum em boa parte das sociabilidades contemporâneas (JANOTTI, 2005).

Na música popular massiva contemporânea, apreciação em larga escala transcende a presença física em apresentações musicais ao vivo ou meios de comunicação tradicionais, inscrevendo novos comportamentos de audiência mediados pela tecnologia.

Quanto à produção, a música popular massiva também se apropria das tecnologias a partir dos instrumentos elétricos, técnicas e programas de gravação digital, arranjos comerciais que valorizam o refrão como o ápice da canção, formas baseadas na repetição, tempo de cada música como aspecto relevante, andamento, acentuações e convenções instrumentais. No campo subjetivo, aspectos como o conceitual da obra, do álbum, da performance e desempenho individual ou coletiva que corrobora com o reconhecimento do “produto” na sociedade, entre outras.

Outro aspecto relevante no cenário da música popular massiva é sua relação direta e constante com o universo cultural das grandes cidades brasileiras, e pelo modo como o público se apropria da cidade, criando e recriando espaços e territórios incentivados ou não pelos meios de comunicação. Para Janotti (2005, p. 59):

Compreender a música popular massiva também significa ligá-la ao tecido coletivo, à reorganização das formas do habitar, do trabalhar e do brincar presente nos imaginários que cercam as cidades contemporâneas. Uma parte do consumo musical pressupõe certas experiências diante do espaço urbano. Muitas vezes, as próprias denominações, por exemplo, música caipira de raiz ou música sertaneja, carregam traços que envolvem imaginários espaciais presentes nas performances das canções. No caso da música caipira, há uma valorização de uma certa quietude, de um mundo desarticulado das novas tecnologias e das “modernidades”. Já a nomenclatura música sertaneja remete, hoje, ao *agrobusiness*, aos rodeios, ao “mundo conectado” e *pop* dos

grandes produtores de grãos. Enquanto a primeira se refere ao regional e suas especificidades, ao “sertão brasileiro”, o segundo remete a paisagens globais dos campos de sojas e das máquinas agrícolas. É possível aferir então, pelo menos quando se trata de uma compreensão da música contemporânea, que mesmo quando tratam de um espaço geográfico comum, (como no exemplo citado acima, o Brasil agrícola), as manifestações culturais compreendem disputas, embates, distinções, hegemonias, deslocamentos, semelhanças e rupturas.

Nesta direção, a música popular massiva também confere elementos relacionados aos cenários musicais presentes nas canções e/ou que, implicitamente, evoque a origem destas. Para cada cenário, registros de gêneros musicais, performances e produções de sentido que (re)elaboram a música popular como produto midiático, *pop*, massivo e contemporâneo.

5.2.1 O gênero musical

O gênero musical é uma categorização constante na música popular massiva e pode ser compreendido como agrupamento e classificação segundo o estilo, sentidos, técnicas, temática, instrumentos musicais, células rítmicas, performance, carisma, entre outras.

O gênero musical é uma resultante de sentidos produzidos para o consumo, mas, também, para o próprio uso pragmático da categorização a partir de possibilidades de inscrição e reconhecimento identitário dos grupos e artistas, para muito além das questões sonoras ali registradas. A produção musical popular massiva promove sensações no público que estão conectadas “imaginariamente a determinadas atmosferas” (JANOTTI, 2005, p. 58). Neste sentido, a música baiana massiva contemporânea não é subgrupo de um modelo de configuração da canção popular, mas uma inscrição específica relacionada a algumas experiências culturais, sensoriais e relacionadas a determinados contextos físicos e metafísicos.

5.2.2 A “música baiana”

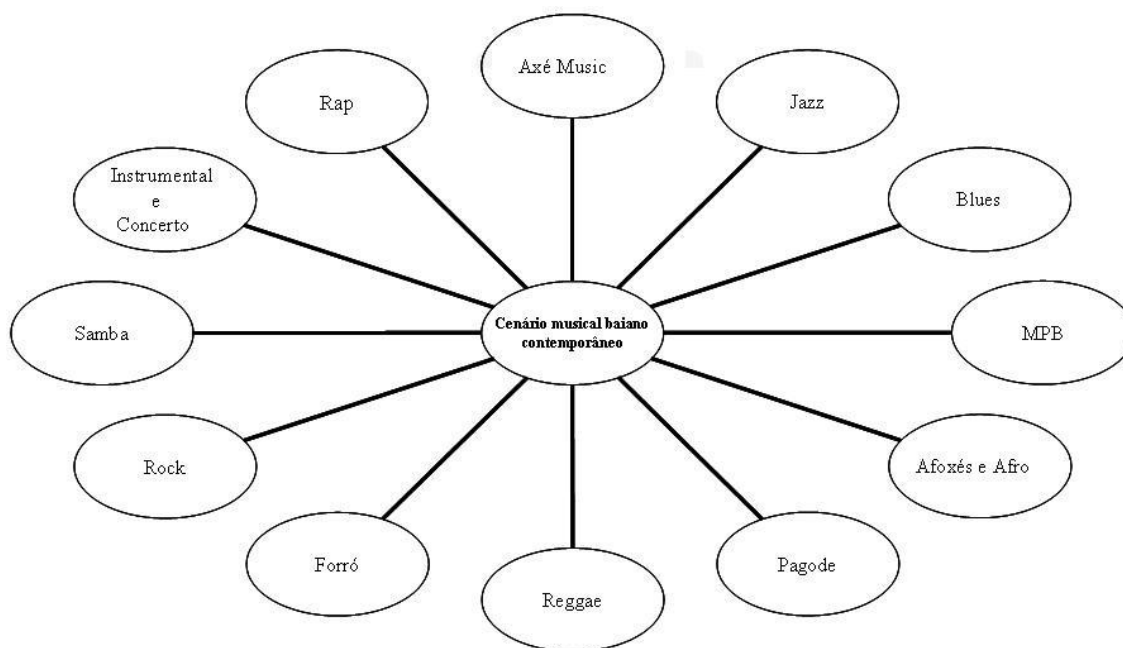
A inscrição da narrativa Bahia no imaginário nacional e internacional, a partir da relação entre arte, cultura e sociedade, ganha contornos cada vez mais pulsantes, com destaque para fenômenos como a Bossa Nova, Tropicália, Cinema Novo, Carnaval e Axé music. Ainda assim, a produção musical baiana massiva atual é representada por estéticas diversas e construtos históricos repletos de (re)significações, conjugando registros ora consensuais, ora conflituosos, acerca de sua relevância e legitimação.

Não raro, novos textos e tessituras procuram disseminar a fixidez conceitual de algumas destas dinâmicas, empobrecendo-as com demasiado senso comum, num sentido político centrado na estereotipização e distinção como “série de diferenças e discriminações que embasam as práticas discursivas e políticas da hierarquização racial e cultural” (BHABHA, 1998, p. 133).

Nesta direção, a “música baiana” é quase sempre compreendida e registrada a partir de alguns poucos elementos e intérpretes, ocultando diversidades e novas possibilidades de existência. Parte considerável dos registros aponta para o seu caráter homogêneo e massivo, corroborando, desta forma, para a não revelação de outros atores e fatores instauradores de multiplicidades de sentidos, sons, timbres e formas também existentes no Estado.

Num primeiro momento, música baiana é aquela produzida por artistas baianos em sua territorialidade original. O equívoco, reiterado por diversos atores e agentes, é ignorar a diversidade existente na atual produção musical baiana.

Quadro 13: Diversidade da produção musical baiana contemporânea



Fonte: Elaboração do autor.

A expressão “música baiana”, ou mesmo “axé” – não raro -, acaba por representar, para boa parte da sociedade, a música popular massiva produzida na Bahia, desconsiderando os ritmos e gêneros que não são resultantes da mescla do som

percussivo dos blocos afros com os instrumentos eletrônicos. Nestes exemplos, para efeitos comerciais e de divulgação, “música baiana” ou “axé” abrangem diversos estilos e variações musicais como o samba-reggae, o pagode, o ijexá, entre outros.

Mas o que seria a “música baiana” contemporânea neste contexto da música popular massiva? Somente aquelas musicalidades relacionadas ao Carnaval, vide axé music e pagode? Nestes dois exemplos, é evidente que a relação entre música e Carnaval é mais acentuada, resultando em uma considerável execução pública em dezenas de micaretas, shows pelo país, e um acompanhamento radiofônico mais dinâmico diluída ao longo do ano. O fato é que a expressão “música baiana” remete, não raro, a estes dois gêneros musicais massivos e populares.

Quatro aspectos nesta análise poderiam justificar tal centralidade: sua configuração enquanto música *pop*, uma considerável relação identitária com a musicalidade e territorialidade referida à – e conhecida como – Bahia, articulação entre etapas distintas da produção, assegurando sustentabilidade aos artistas e empresários, e vínculo ao Carnaval soteropolitano e circuito das micaretas.

Enquanto *pop*, axé music e pagode obedecem às regras mercadológicas de refrões fáceis, previsíveis e repetitivos; tempos de canção que não exauzem a audição; arregimentação experimentada entre ritmo, harmonia e melodia, em que as sonoridades percussivas se aliam ao instrumental responsável pelo campo harmônico e melódico; e a própria diversidade de conjuntos, estilos e performances (CASTRO, 2010).

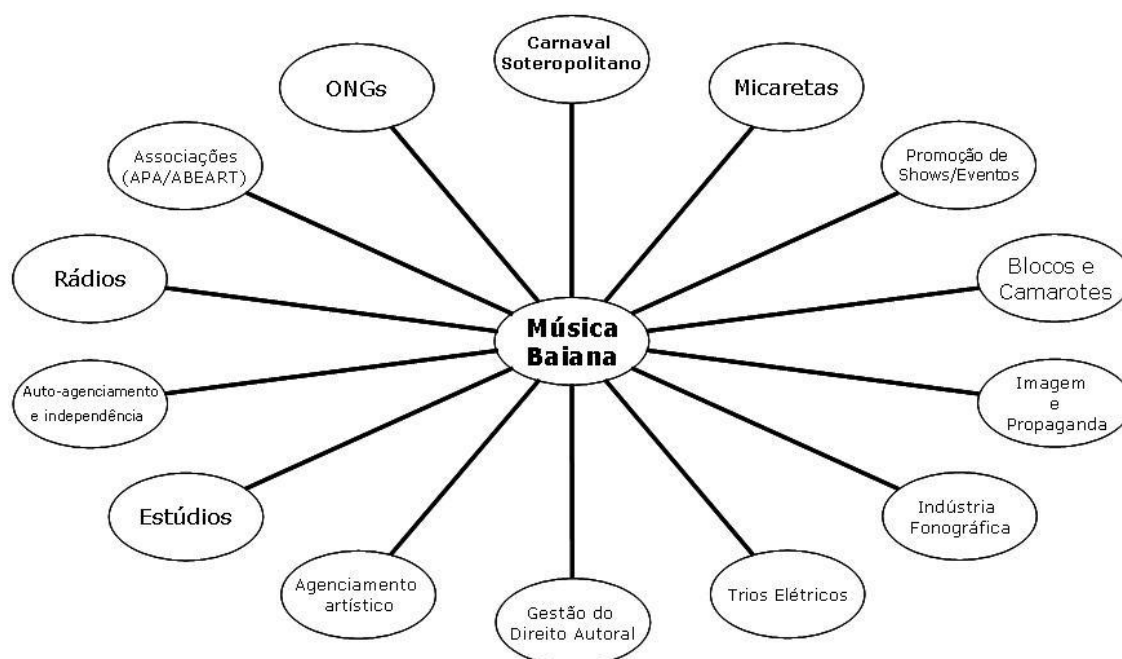
O segundo aspecto é a relação identitária experimentada por boa parte da população local com os artistas e bandas, potencializando-os no mercado de bens simbólicos local e nacional, onde a produção musical baiana é referência no amplo calendário e circuito de shows, vaquejadas, feiras, micaretas, festivais, formaturas, entre outros. Para Nova:

A chamada *música baiana*, especificamente a denominada *Axé music*, afirmou-se como representação do carnaval soteropolitano. Festa de rua comandada pelo palco móvel, o *Trio Elétrico*. A discussão do possível esgotamento modístico, não nega ao estilo ser a referência de um mercado cultural periférico, que se firmou nacionalmente. Junto com a referência da cultura afrodescendente - representada na festa pelos blocos afro e afoxés - consolidam a identidade cultural soteropolitana, representando toda a Bahia. O carnaval e sua música é a expressão econômica mais visível do *pacote da baianidade*, sempre cantada em versos e prosas, chega ao século XXI como identidade local consolidada (NOVA, 2010, p.01)

O terceiro argumento é o envolvimento de boa parte destes artistas baianos com as etapas e responsabilidades distintas da produção musical, fato que assegura

sustentabilidade aos artistas e empresários, que logo se configuram como sócios na promoção de eventos e carnavais Brasil afora, assim como respondem por um autogerenciamento artístico que confere mais dinamicidade, poder econômico e liberdade à carreira. Ainda neste quesito, outro aspecto é a articulação e habilidade no tratamento com os meios de comunicação.

Quadro 14: Atividades e articulação empresarial



Fonte: Elaboração do autor.

O último argumento é a relação das principais estrelas e intérpretes destes dois gêneros musicais com os blocos de trio do Carnaval de Salvador e suas filiais/franquias/parcerias no circuito nacional das micaretas. Ambos, Carnaval soteropolitano e micaretas, potencializam repertórios em rádio, aparição midiática, estrelato, poder político/econômico e articulação empresarial que, constantemente, se retroalimentam.

Esta articulação favorece a compreensão do Carnaval como fator econômico, dinâmico, pop, fluído, adquirindo sentidos de grande festival, como afirma Moura (2010, p. 337):

Esta renovação permite compreender o Carnaval como um campo em que diversos vetores culturais se fazem presentes, sejam ou não chamados carnavalescos. A própria presunção de fixar os aspectos “autênticos” ou “inautênticos” no âmbito da cultura, que com frequência coincide com a suspeição relacionada a tudo que é veiculado pela grande mídia, especialmente a cultura pop, vem se constituir, assim, como um entrave à compreensão do mundo do Carnaval na sua inteireza, fluidez e dinâmica.

Nesta direção, é possível afirmar a centralidade da música baiana no mundo do carnaval, da música e dos negócios, onde parcela considerável da programação de shows e eventos musicais no país registra a contratação de seus artistas e grupos musicais ligados ao mundo carnavalesco soteropolitano. Um dos exemplos é Ivete Sangalo, que, juntamente com Roberto Carlos e Luan Santana, corresponde aos três cachês artísticos mais altos do Brasil atualmente. No campo dos direitos autorais, compositores como Carlinhos Brown, Gigi, Manno Góes, Ramon Cruz e Durval Léllys lideram as listas de autores mais tocados do Brasil e América Latina (ECAD, 2010).

Por outro lado, a identidade cultural baiana, campo de reconhecido destaque da música e de outras artes, é emblemática acerca da relevância dos estudos culturais contemporâneos, conjugando sua inscrição no acirrado cenário nacional, como produto dinâmico das indústria cultural e turística.

5.2.2.1 Axé music

A axé music, enquanto gênero musical e produto da indústria cultural, é mais uma evidência da força do Carnaval soteropolitano e das inúmeras articulações empresariais iniciadas na década de 1980, que objetivavam sua mercantilização e profissionalização. É nesta década, ainda, que ocorre a legitimação dos chamados *blocos de trio* no carnaval soteropolitano – ampliando consideravelmente o alcance comercial e mercadológico deste –, fato que possibilitou o surgimento de novos grupos, bandas e estilos musicais.

Miguez (1996) sinaliza que os primeiros blocos de trio no Carnaval de Salvador surgem na primeira metade da década de 1970, a partir da iniciativa de jovens de classe média-alta da cidade. A expressão remete à substituição das atrações musicais tradicionais, tais como charangas e orquestras carnavalescas, pelo trio-elétrico, enquanto palco móvel para apresentação de bandas e artistas locais emergentes.

Estimulada e contratada por empresários destes blocos carnavalescos e seguindo parâmetros estético-musicais apontados pelos Novos Baianos, Dodô e Osmar, Moraes

Moreira, Pepeu Gomes, Armandinho, e a religiosidade e força percussiva apontada por blocos afro como Filhos de Gandhi, Muzenza, Badauê, Ilê Aiyê e Olodum, iniciou-se a formação de um relevante conjunto de novos artistas e estrelas de trio em Salvador, tais como Luiz Caldas, Sarajane, Ademar e Banda Furtacor, Virgílio, Jota Morbeck, Djalma Oliveira, Lui Muritiba, Daniela Mercury, Zé Paulo, Marcionílio e Banda Pínel, entre outros.

A estética musical herdada pela *Axé music* é composta por diversos estilos e gêneros musicais locais e globais, como o frevo, o ijexá, o samba, o reggae, a salsa, o rock e lambada, entre outros. Percussão e guitarras – baianas, preferencialmente – temperavam o “caldeirão” de uma cidade que reverbera música e etnicidade. Moura (2001, p.221) conceitua axé music a partir desta pluralidade em sua gênese, como não sendo um gênero musical, mas “interface de estilos e repertórios”.

Trataremos desta questão mais adiante, mas cabe salientar que, em meio a esta diversidade, havia duas predominâncias no carnaval soteropolitano até a primeira metade da década de 1980: Dodô e Osmar no quesito trio-elétrico; e o Frevo, enquanto gênero musical massivo. É Luiz Caldas quem desloca consideravelmente estas referências, inscrevendo não somente o trio-elétrico Tapajós, como também o ijexá nas rádios comerciais da cidade. O Tapajós – propriedade de Orlando Tapajós – foi palco da banda Acordes Verdes, que tinha Luiz Caldas como seu cantor e idealizador.

Em 1985, Luiz Caldas lança o LP *Magia*, registro comercial de um artista que logo alcançaria as paradas de sucesso de boa parte do Brasil com a faixa *Fricote (Nêga do cabelo duro)*. Tendo como autores o próprio Luiz Caldas e Paulinho Camafeu, *Fricote* representava uma musicalidade baiana de entretenimento. A ampla receptividade da obra e deste artista com visual exótico reforçava as dinâmicas musicais locais já existentes em Salvador, tais como a musicalidade e a territorialidade dos blocos-afro – relevantes enquanto referência estética para autores, artistas e sociedade.

A intensa presença midiática de Luiz Caldas no cenário musical e sua associação, à época, com o jovem e promissor Bloco Camaleão; a ascensão dos blocos-afro espalhados pela cidade; o interesse e incursão das gravadoras no campo artístico local; o apoio de empresários e radialistas também locais, com destaque para o proprietário de estúdio Wesley Rangel e o radialista Cristóvão Rodrigues, respectivamente; o início de uma aliança entre artistas e forças políticas, são apenas alguns elementos e indícios que corroboram, à época, com a situação privilegiada da Bahia no campo cultural e artístico nacional.

O novo cenário musical baiano de meados da década de 1980 necessitava de nome, paternidade e referências para registro. Convencionou-se, então, a partir de inscrições e iniciativas jornalísticas: Luiz Caldas, o pai; o LP *Magia* e a música *Fricote*, marcos iniciais. Vamos a eles: a expressão axé music é reforçada coletivamente a partir de textos e críticas do jornalista Hagamenon Brito que procurava negatizar tal produção musical. Na relação inicial de seus primeiros artistas e a imprensa, a modesta compreensão acerca do gênero contemplava a dependência desta com o setor fonográfico nacional quase sempre orientava para a suposta ausência de criatividade e baixa qualidade técnica de seus músicos e intérpretes.

A correlação de forças midiáticas e musicais, à época, procurou, sem sucesso, ofuscar que na nomenclatura axé music, para além dos preconceitos e estereótipos, continha a possibilidade de fusão, do encontro entre estéticas e instrumentos musicais distintos: axé representava o afro, o tribal, o negro, o candomblé; por sua vez, music contemplava o *pop*, conotava a *world music*, neste caso, estilizada pelo encontro de guitarra e timbau, além da mediação pela voz em refrões fáceis e repetitivos.

No que concerne à necessidade de instituir paternidade e referências, há controvérsias. Luiz Caldas, o álbum *Magia* e a obra *Fricote* não podem ser considerados marcos iniciais, mas indícios relevantes na historiografia da axé music, enquanto suas primeiras referências mercadológicas. Deve-se considerar o caráter processual deste fenômeno, tal como Norbert Elias sugere: “(...) nada mais inútil quando lidamos com processos sociais de longa duração, do que a tentativa de determinar um começo absoluto” (ELIAS, 2001, p.234). Artistas atuais, à época, já se apresentavam e registravam lançamento de discos antes mesmo de Luiz Caldas – Chiclete com Banana, por exemplo, lançou em 1983 dois álbuns: Traz os Montes e Estação das Cores.

O fato mais marcante é que em 1986, o álbum *Magia* atinge a marca de 120 mil cópias vendidas. A exposição midiática e musical de Luiz Caldas, à época, representava novas possibilidades para a indústria fonográfica nacional que, prontamente, se voltaria para a mais nova produção musical soteropolitana. É neste contexto que surge e se substancializa no cotidiano da cidade, mais tarde Brasil, a composição *Faraó*, da autoria de Luciano Gomes, elencando o Olodum e seus ensaios no Pelourinho, como vitrine de composições, estilos, artistas e compositores emergentes. Nestes ensaios, artistas e autores, apresentavam e experimentavam suas músicas, em busca de legitimação popular. A ocorrência de tal aceitação representava alcançar outras etapas da produção

musical que desembocaria em profissionais como Wesley Rangel e Cristóvão Rodrigues.

Neste breve relato, vale o registro de que o Olodum, mediante a pronta aceitação popular de suas obras, cantores e de seu ensaio na famosa “Terça da Bênção”, passou a promover duas modalidades deste: aberto e fechado. O “ensaio aberto” era realizado nas noites de domingo, no Largo do Pelourinho; o “fechado”, nas noites de terça-feira, na quadra do Teatro Miguel Santana, sendo necessária a aquisição comercial de ingressos.

Neguinho do Samba, percussionista experiente e responsável pelos arranjos percussivos da banda Olodum, apresentava boa parte de suas “experimentações” sonoras, fundindo o samba-duro baiano e o reggae jamaicano, chegando às células rítmicas do samba-reggae – base rítmica predominante e característica da axé music.

É oportuno trazer aqui o que Gilroy (2001) reflete acerca da modernidade a partir das culturas do Atlântico Negro, caracterizada pelo seu aspecto híbrido, e não restrito a etnicidade e nacionalismo. A axé music pode, também, ser incorporada às reflexões deste autor, assim como, alguns elementos de sua gênese – por exemplo, o fenômeno disseminador dos blocos afros soteropolitanos. Parte considerável de artistas da *Axé music* procurou se desvincular desta temática, enquanto outros a tomaram como central em seu repertório.

Lima (2002) corrobora com esta discussão, a partir de três exemplos soteropolitanos emblemáticos - Ilê Aiyê, Olodum e Timbalada -, afirmando existir entre estes, trajetórias discursivas distintas envolvendo música e etnicidade. A ampla atuação nacional e internacional do Grupo Cultural Olodum realçou e impulsionou sua dinamicidade e complexidade organizacional, dialogando tradição e modernidade a partir de ideais vinculados à etnicidade, e, em especial, aos dilemas e dramas do afrodescendente baiano e brasileiro, como observou Dantas (1994).

Acerca da percussão enquanto elemento da axé music, ainda hoje se pode perceber a predominância desta nos blocos afro, blocos de trio, artistas e bandas responsáveis pela música dos blocos de corda – ainda que alguns blocos afro tenham aventurado e solidificado experiências percussivas a instrumentos harmônicos e melódicos. Um dos principais precursores desta transformação, o bloco afro Ara Ketu, chegou a ser acusado e criticado por se distanciar dos seus elementos e objetivos iniciais, como num processo acentuado de descaracterização registrado por Guerreiro (2000).

Na década de 1990, é este mercado que ativa seus mecanismos, personagens e teias midiáticas, e eleva a axé music, e seus principais interlocutores, ao topo das paradas musicais nacionais, reposicionando no tabuleiro competitivo da indústria fonográfica o gênero sertanejo. Aliando a percussividade dos blocos afro aos acordes e harmonias de bandas e artistas como Luiz Caldas, Sarajane, Reflexu's, Daniela Mercury, Banda Eva, Banda Beijo (Netinho), Chiclete com Banana, Asa de Águia, entre outros, consolidou-se na agenda dos programas televisivos e radiofônicos associados ao mercado fonográfico nacional, sendo alvo dos interesses das gravadoras *majors* em atividade no país.

O repentino sucesso comercial e midiático da axé music também oportunizou comportamentos isomórficos no mercado, além de inúmeros registros negativos. Um deles consiste na proliferação de considerável contingente de bandas, intérpretes e empresários que não privilegiaram o lado artístico de suas produções, deixando na história fonográfica deste gênero álbuns e gravações de questionável qualidade.

Numa outra perspectiva, sua extensão efetiva aos dias atuais encontra-se diretamente relacionada ao próprio desenvolvimento do carnaval soteropolitano, bem como suas múltiplas atividades inter-relacionadas. Dentre elas, destaque para os blocos de cordas, e o conjunto de organizações empresariais advindos das estrelas e artistas deste segmento musical, motivando discussões e embates ideológicos acerca de elementos presentes e constituintes de aspectos circunscritos a tradição e modernidade.

Entretanto, ainda hoje, não raro, a constante presença e legitimação da axé music no cenário musical local e nacional é marcado por dissensões e mitos – estes, compreendidos enquanto idéias não correspondentes à verificabilidade do fato social. Dentre os mitos, neste trabalho, destaque para o da monocultura, da suposta baixa qualidade técnica e de sua tão propagada crise/decadência/desaparecimento.

5.2.2.2 Pagode

Se a década de 1980 contemplou altas vendas dos gêneros rock progressivo (Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo), sertanejo (Goiás e São Paulo) e axé music (Bahia), a década de 1990 registrava altos índices de vendas para a axé music, o pagode romântico (Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais) e o pagode baiano, também conhecido atualmente, no meio musical baiano, como “quebradeira”, principalmente, da

legitimação massiva e nacional do grupo Gera Samba, mais tarde denominado “É o Tchan!”.

Entre 1995 e 1998, “É o Tchan!”, a partir da articulação empresarial de Cal Adan, e das gravações produzidas nos estúdios WR, centralizou mídia e extensa agenda nacional e internacional de shows, dinamizando ainda mais o mercado da música baiana contemporânea, onde a conjugação de elementos musicais tradicionais (samba-de-roda, por exemplo) e modernos (música *pop* internacional) se tornaram cada vez mais constantes como estratégias da indústria fonográfica internacional que, à esta altura, já apresentava tentáculos em terras baianas.

Para Mônica Neves Leme (2001, p.51), que investigou os elementos identitários existentes na produção musical baiana das décadas de 1980 e 1990:

“É o Tchan!” está inundado da força do carnaval de rua soteropolitano, no qual o escracho, a liberação dos gestos e do corpo através da dança (das coreografias coletivas) fazem parte da memória popular. Em contraponto com toda essa “tradição”, a música do “Tchan” se hibridiza com matrizes modernas do pop internacional, expresso no formato dos espetáculos (os shows, os clips, as apresentações na TV) e do uso de citações musicais (do rock, do twist, da “música árabe”, da “música oriental”) e de instrumentos como o sintetizador e saxofones.

Moura (2002), a partir de Stuart Hall, ressalta a constante presença e valorização da corporeidade e gestualidade na tradição cultural de Salvador e nacional, destacando as estratégias de utilização do corpo por integrantes das culturas afro-americanas. Para Leme (2003), a supervalorização do corpo pode ser compreendida como um relevante meio de ascensão social, onde, no caso musical baiano, os grupos de pagode se destacam, consideravelmente, a partir desta prática.

Para Lima (2002), a corporeidade do pagode baiano atual complementa de sentidos a música produzida, sendo o corpo um elemento de comunicação e sensualidade que independem e rompem os limites de construção de gênero. Homens e mulheres “quebram” igualmente. Outra discussão relevante acerca do pagode baiano é a sua origem e inscrição a partir de agentes das camadas mais populares o que corrobora com sua exclusão dos processos compositivos de discursos identitários sobre a Bahia contemporânea, uma vez que, não raro, a idealização da identidade é uma

institucionalização engendrada pelas elites, segregando, excluindo ou estereotipizando as camadas populares e suas dinâmicas. Em alguns casos, inclusive, “civilizando-as”⁸².

Numa perspectiva histórica acerca dos maiores nomes do pagode baiano contemporâneo, após o *É o Tchan!*, diversos grupos e artistas incorporaram a estética sonora e sensual do pagode, e, dentre eles, destaque para a banda Terra Samba liderada pelo performático cantor e capoeirista Reinaldo Nascimento. Este grupo, seguindo a proposta do *É o Tchan!*, valorizava nas apresentações a participação de dançarinos/as, além de danças próprias para cada uma de suas músicas de trabalho⁸³. O Ladeando o cantor, duas dançarinas louras com figurinos curtos, simpatia, e alternância de coreografias com forte apelo sensual e erótico.

Na sequência, destaque para o estrondoso sucesso nacional da banda Harmonia do Samba, liderado pelo musculoso misto de cantor e dançarino Xanddy, dispensando a participação de dançarinas, e acentuando, entre os elementos de sedução, o corpo atlético de seu cantor, sua “capacidade reboiativa”, e entrosamento da banda na interpretação de seus sucessos.

O terceiro destaque é a banda Psirico, criada nos últimos anos da década de 1990, e liderada pelo percussionista Márcio Victor, que, após anos de atividades profissionais como músico de artistas como Caetano Veloso, Marisa Monte, João Bosco, Carlinhos Brown, Timbalada, entre outros, resolveu iniciar suas atividades como cantor.

Com um estilo diferenciado, procura fazer uma releitura do pagode tradicional, a partir do hibridismo entre o samba, o pop e as levadas percussivas presentes nos arrastões juninos do bairro do Engenho Velho de Brotas e dos blocos-afro soteropolitanos. Em 2004, após participar de algumas coletâneas nacionais, lançou seu primeiro CD - “Psirico - o Furacão da Bahia”, álbum de origem da obra *Sambadinha*, dos autores Márcio Victor e Serginho, e maior sucesso do Carnaval deste ano, sendo premiada, também, em seguida, como a banda *Revelação do Carnaval*, pelo Troféu Dodô e Osmar, e melhor cantor pelo Troféu Band Folia 2004. Neste mesmo ano, ainda venceu na categoria Melhor CD Samba/Pagode, no Troféu Caymmi.

⁸² Tinhorão (1991), sobre a apropriação da música popular pelas elites cariocas nos séculos XVIII e XIX, informa como várias danças e ritmos, como o lundu, o maxixe, a modinha, entre outras, ao serem assimilados nos salões aristocráticos, tinham privados ou amenizados os seus característicos apelos de sensualidade.

⁸³ No campo da produção musical e fonográfica, música de trabalho é a canção escolhida para ser disponibilizada em rádios, televisões e demais meios de comunicação, atuando, desta forma, como elemento imprescindível de divulgação da banda, álbum, entre outros.

Outros prêmios à parte, no carnaval de 2008 o Psirico obteve maior destaque midiático a partir da canção *Mulher Brasileira* (Toda boa), dos autores J. Teles, Márcio Victor e Pepe. A canção foi o maior sucesso do carnaval de 2008, conquistando os Troféus Bahia Folia e Dodô e Osmar, como Música do Carnaval, e fortalecendo a presença do grupo nos programas televisivos nacionais.

Não raro, Márcio Victor defende nas letras o lado social das comunidades periféricas, como em 2010, com a obra “Firme e Forte”, de autoria de Fagner Ferreira, Magno Santanna, Ed Nobre e Márcio Victor:

Na encosta da favela tá difícil de viver, além de ter o drama de não ter o que comer... Com a força da natureza, a gente não pode brigar, o que resta pra esse povo é somente ajoelhar. E na volta do trabalho a gente pode assistir, em segundos fracionados a nossa casa sumir... Tantos anos de batalha junto com o barro descendo, e ali quase morrer é continuar vivendo, ê chuá chuá, ê chuá chuá, temporal que leva tudo, mas minha fé não vai levar, ê chuá chuá, ê chuá chuá, meu deus daí-me força pra outra casa levantar, eu to firme forte nessa batalha, eu to firme e forte não fujo da raia.

A banda Parangolé representa o que há de mais recente do atual pagode baiano em evidência no mercado musical nacional, integrando o catálogo da gravadora transnacional Universal Music, e com intensa agenda de apresentações musicais e de divulgação da banda e seus produtos. A banda vem se destacando no cenário musical a partir de um repertório variado entre obras de autores da própria banda e compositores externos.

O cantor, e também compositor da banda, Léo Santana destaca-se pelo conjunto deste repertório, de sua performance individual e coletiva, mas, também, invariavelmente, por sua destacada musculatura, seguindo a linha apresentada pelo Harmonia do Samba. O grupo alterna seu repertório entre canções com temas reflexivos e canções de ordem do entretenimento, da corporalidade e gestual comuns ao pagode “quebradeira”. Dentre os sucessos mais recentes do grupo, destaque para *Rebolation*, dos autores Nenel e Léo Santana; e *Tchubirabiron*, composição de Osmar Cardoso, Nenel, Saulinho e Léo Santana; e *Sou Favela*, dos autores Nenel, Dig Dig, Jadson, Alisson, Samir Trindade, Fabinho O’brian e Rubem Tavares.

Favela, ê, favela... Favela, eu sou favela
Favela, ê, favela. Respeite o povo que vem dela
Ô, já tá quase na hora do nosso bonde passar
Levando a galera que faz as loucuras
Pega no batente nessa vida dura
Que acorda bem cedo para ir trabalhar
Ô, mas que nunca perde sua fé

Que samba na ponta do pé
O alimento da alma é sonhar, ê, ê

Favela, ê, favela... Favela, eu sou favela
Favela, ê, favela. Respeite o povo que vem dela

Não tem “leotria”, ideia de preto
Que sobe as escadas, que passa por becos
Conhece a noite, ele mora no gueto

Favela, ê, favela... Favela, eu sou favela
Favela, ê, favela. Respeite o povo que vem dela

O compositor Nenel, que já foi cantor da banda Parangolé, é presença constante no repertório dos últimos CDs. Atualmente, além de ser um dos sócios da banda, se dedica a outro projeto musical: a banda Shake Style. O nome de batismo de Nenel é Emanuel Capinan, referência direta ao pai, o poeta e compositor José Carlos Capinan. Nenel é uma referência no pagode baiano por suas composições, seus empreendimentos artístico-musicais, mas, também, pela inserção de elementos musicais e comportamentais do Hip-Hop no pagode, tais como o vestuário, presença concomitante de dois cantores discursando, bases de rap, e performances que reivindicam outras possibilidades identitárias ao pagode como movimento sócio-cultural. A letra da obra *Pagodão*, do autor Nenel, apresenta esta compreensão do autor:

Minha aldeia, minha tribo, minha cultura, minha raiz
Cultura de um povo baiano, herança do povo africano
O balanço tem sotaque de negão, samba duro e pagodão
Tá na pele, tá no sangue, tá correndo pelas veias
No tabuleiro da baiana, tá na pedra do Pelô
Ritmo da gente, pagodão que balança Salvador

Bota, bota, bota, bota pagodão que ela gosta
Bota, bota, bota, bota pagodão que ela gosta

Deixa de lado esse preconceito
Veja como é lindo esse ritmo negro
Pagode é samba, samba é semba
Bota pagodão que ela vai gostar

Bota, bota, bota, bota pagodão que ela gosta
Bota, bota, bota, bota pagodão que ela gosta

Tome, tome, tome pagodão que é bom
Receba, receba, receba o pagodão que é bom
Tome, tome, tome pagodão que é bom
Receba, receba, receba o pagodão que é bom
O hip-hop tá na moda, mas pagodão é f...
O rap tá na moda, mas pagodão é f...

Bota, bota, bota, bota pagodão que ela gosta
Bota, bota, bota, bota pagodão que ela gosta

No atual do neo-pagode⁸⁴, destacam-se a percussão e o movimento sincronizado dos instrumentos de cordas, como a guitarra, cavaco e contrabaixo elétrico. *Riffs*⁸⁵ de guitarra e baixo, com acentuadas bases percussivas, também registrando a presença dos *samplers drums*⁸⁶. Na chamada “swingueira”⁸⁷ de *riff*, além de aparecer com violeiras⁸⁸, o cavaco também pode aparecer como base para a guitarra e o contrabaixo. Com usos de sintetizadores e samplers, o teclado se destaca com bases de órgão *hammond* ou *rhodes* sendo executadas na batida do *reggae roots* jamaicano.

A guitarra na grande maioria usa os *riffs* com *drive* ou distorção, fazendo alternâncias com base rítmica do samba, *reggae roots* e violeiras. O baixo é essencial nesse estilo, dobrando os *riffs*, ou acompanhando os hibridismos produzidos a partir de pesquisas de alguns percussionistas acerca da musicalidade africana ocidental que conjuga influências tradicionais e modernas, vide os *djembefolás*⁸⁹, Mamady Keita, Adama Dramé e Famoudou Konaté, entre outros.

Atualmente, o cenário do pagode baiano é formado por dezenas de bandas, geralmente sediadas em Salvador, agenciadas por produtores locais vinculados ou não aos da axé music, que também se articulam nacionalmente, garantindo apresentações para seus grupos, fortalecendo o “movimento”. Destaque para grupos como o Black Style, Pagod’Art, Oz Bambaz, Edcity, É Xeke!, OBáck, Shake Style, Saiddy Bamba, Raghatoñi, Beat Beleza, Raro Swing, Swing do P, A Bronka, No Styllo, Guig Gueto, Levanóiz, Flavinho e os Barões, Marreta you Planeta, Seu Pantera, O Troco, Na pegada, Swinguetto, Novo Som, Dignow, Rapina, Caldeirão, Sam Hop (Bam Bam), entre outros.

Em muitos dos discursos e entrevistas dos principais cantores e intérpretes do pagode baiano, a certeza de que o gênero é dinâmico a partir de sua diversidade, e representa o gosto popular de camadas sociais economicamente periféricas, mas sem restrição às demais, reforçando o apelo identitário presente no movimento musical.

⁸⁴ Denominação popularizada por Caetano Veloso, para o novo gênero musical do pagode.

⁸⁵ Frases melódicas curtas que oportunizam, com acentuada brevidade, a caracterização e identificação de um estilo pessoal, de gênero ou de arranjo.

⁸⁶ Estilo de efeito eletrônico.

⁸⁷ Nome popularmente usado por pagodeiros denominando uma batida peculiar caracterizando o ritmo.

⁸⁸ Seqüências de solos aplicados nos instrumentos de cordas, principalmente por guitarras e baixo.

⁸⁹ Tocadores de djembê.

Moura incorpora e amplia esta discussão, realçando os preconceitos nela existentes, quando:

Sentimo-nos, em parte, embaraçados e irritados com o sucesso do que seria menos “politicamente correto”. O pagode também nos retorna quem somos. Pode estar muito mais próximo das festas de aniversário do Imperador ou dos batuques de Paracatu e Vila Rica do que pensamos. O Brasil é que talvez não tenha mudado tanto assim como se presume. Ou, em mudando, talvez não tenha exatamente substituído elementos por outros, mais sim acoplado mundos, tempos e espaços diferentes – num outro nível de vínculo. (MOURA, 1996, p.59).

5.2.3 A música baiana e o popular massivo na Bahia contemporânea

A popularidade e legitimidade alcançada pelos músicos, intérpretes e compositores da “música baiana” massiva contemporânea é, indiscutivelmente, um destacado elemento que aponta para o desenvolvimento de competências no campo da gestão, do auto-agenciamento artístico, da inserção e profissionalização de etapas e atividades da indústria fonográfica no Estado.

O popular massivo na Bahia contemporânea, principalmente a partir das novas tecnologias, vai além da conhecida, criticada e ainda pouco discutida “música baiana”. Aos demais gêneros também presentes na Bahia atual, e que sistematicamente são acompanhados pelos meios de comunicação locais e nacionais, como o *reggae*, *arrocha*, *forró* e o *pop rock*, ainda não configuraram espaços próprios e autonomizados de gestão e articulação empresarial.

Ainda três aspectos poderiam ser considerados na configuração da “música baiana” no cenário musical nacional e internacional: diversidade, percussão e etnicidade. Diversidade de artistas e estilos que garantem opções ao cidadão consumidor contemporâneo; acentuação e presença da percussão como estética e discurso potencializador de identidades e movimentos sócio-culturais; além da diminuição e reposicionamento da etnicidade como discurso e textualidade para alguns poucos grupos, artistas e intérpretes de uma Bahia intensamente presente no imaginário de boa parte dos brasileiros e estrangeiros.

5.2.4 Mitos existentes na “música baiana” contemporânea

5.2.4.1 Mito I – Monocultura da “música baiana”

A compreensão de que a produção musical baiana atual é restrita à “música baiana”, representada pelo axé music e pagode, é equivocada, e, não raro, amparada no desconhecimento da relevante diversidade presente no campo musical baiano. Ora silenciosa, ora invocando os meios de comunicação, parte considerável da diversa produção musical baiana é exportada diariamente, seja na virtualidade, seja nas remanescentes lojas tradicionais de CD’s e DVD’s, ou nos inúmeros shows e participações de artistas baianos que se apresentam fora e dentro da Bahia.

Composta por inúmeros artistas esteticamente vinculados ao mundo do Rock, Reggae, Forró, Samba, Samba Junino (semelhanças rítmicas ao Samba Duro de bairros como o Engenho Velho de Brotas), Pagode, Partido Alto, MPB, Salsa/Merengue, *Jazz*, Erudito e *pop*, a Bahia dialoga sua textualidade e inscrição no competitivo campo das marcas, a partir da relação tradição e modernidade. É bem verdade que, dentre inúmeros gêneros e estilos musicais, é a axé music o maior exemplo de estruturação e organização empresarial, mas não o único. Monocultura pressupõe unidade e ausência de outros discursos e elementos estéticos – não sendo este, o caso da Bahia. A Bahia, e em especial Salvador, congrega produção e fruição de inúmeros gêneros musicais.

Quadro 15: Bares, Boates e Casas de Shows/Eventos em Salvador

Bairro	Espaço/Casa de Show	Gêneros Musicais
Rio Vermelho	Boomerangue Casa da Mãe Tom do Sabor Espaço Jequitibar/Varanda do SESI Borracharia All Music Bar The Twist Pub	MPB, Salsa, Forró, Pop, Rock, Reggae, Eletrônico, outros.
Paralela	Bahia Café Hall Wet'n Wild Parque de Exposições	<i>Axé music</i> , Pagode, Sertanejo, Salsa, Forró, Pop, Rock, Reggae, Eletrônico, Gospel, outros.
Comércio	Museu do Ritmo Cais Dourado	<i>Axé music</i> , Pop Rock, MPB.
Orla	Mamagaya Beach Beer Oba Oba Music Hall	Pagode, <i>Axé music</i> , outros.
Avenida Contorno	Bahia Marina	<i>Axé music</i> , Pop Rock, MPB.
Ribeira	Marina da Penha	Pagode e Arrocha.
Barris	Beco de Rosália	MPB.
Pituba	What's Up Rock It Pra Começar Hit Music Bar Trindade Music bar	Pop Rock, Forró, <i>Axé music</i> , Funk, e Reggae.
Barra	Club Lotus Bohemia	Eletrônico, Forró, Pop Rock, <i>Axé music</i> .
Jardim dos Namorados	Madre	Forró, <i>Axé music</i> , Pop, Funk, Pagode, Eletrônico, MPB.
Boca do Rio	Empório	Forró, Pagode e <i>Axé music</i> .
Garibaldi	Estação Ed Dez	Pagode, Forró, <i>Axé music</i> , Pop Rock e Gospel.
Campo Grande	Concha Acústica do TCA	MPB, Reggae, <i>Axé music</i> , Forró, Rock, outros.
Itaigara	Parque da Cidade B-23	MPB, Reggae, Rock, Forró, outros.

Fonte: Pesquisa de campo do autor realizada entre os meses de novembro e março/2010.

Os elementos simbólicos podem conferir à Bahia sentidos do pop – de popular -, massiva e carismática, onde os registros do percussionista do Olodum erguendo o instrumento de percussão com as cores da África já não mais lhe pertencem... Configura-se enquanto arquivo sempre disponível a *downloads*, evidenciando e disseminando a marca de um Estado com produção musical diversificada que, não raro, agrega e agrada, fixa e desloca constantemente sentidos identitários, (re)orientando

olhares, sensações, experiências e as próprias (re)significações identitárias (HALL, 1999; CANCLINI, 2003).

A axé music, assim como os demais gêneros musicais produzidos na Bahia contemporânea, constitui-se enquanto marca distintiva e agregadora de significantes, relações físicas/metafísicas e potencialidades, tal como qualquer outro gênero musical. Para Elaine Norberto Silva (2003), as significações sociais são estruturantes, constituindo utilidade e tessituras identitárias diversas que favorecem consumo e distinção. Não obstante, a autora aprofunda as discussões acerca da criação, utilização e funcionalidade das marcas na contemporaneidade, identificando, distinguindo, localizando, enquadrando e incorporando sentidos diversos em seu processo de existência, sendo a marca, um campo simbólico que se alimenta do real (o histórico de seus produtos e obras) e do imaginário (através da comunicação). Ou seja, as estratégias corporativas pertencentes à gestão de marcas englobam bens tangíveis e intangíveis que se locupletam e se (re)significam socialmente.

Esta relação – consumo e lógica social – também é analisada por Bourdieu (1989) em considerações acerca do fenômeno da distinção social e da sociedade de consumo. Sahlins amplia esta discussão evocando conceitos estruturantes do capitalismo industrial e pós-industrial, onde pessoas e objetos estariam “unidos em um sistema de avaliações simbólicas, sendo o próprio capitalismo um processo simbólico” (2003, p. 209). Castoriadis (2000, p.142), ao descrever as ordens racionais existentes nos campos simbólicos específicos, adota a expressão “universo significativo” para tal assunto.

Neste sentido, a lógica social do consumo enquanto elemento distintivo e possuidor de significações sociais e sentidos, pode ser incorporada ao configurar a axé music enquanto marca impulsionadora de novas lógicas e atores sociais. Elias (1995, p.50) advoga que a condição humana é desejosa de diferenciação e *status*, a partir de regras socialmente instituídas e legitimadas de valores e hierarquizações distintas mediante o consumo. Para o autor, tais valores “são sempre determinados também pela nossa esperança de ver que os outros têm consciência do nosso mérito, ou pelo aumento do nosso prestígio pessoal” (ELIAS, *ibid.* p. 50-51). A produção cultural, neste sentido, se constitui como elemento distintivo, tipificando sujeitos e suas representações sociais desejadas a partir deste com o outro.

Compreendendo o campo simbólico como a territorialidade mediada pelos signos e símbolos, enquanto elementos “por excelência da integração social” que

possibilitam o consenso acerca do sentido do social (BOURDIEU, 1989), o próprio sentido de contemporâneo é constantemente ressignificado mediante as transformações econômicas, tecnológicas e sociais também constantes. Não obstante, a espetacularização (DEBORD, 1997) é um dos sinais contemporâneos mais incisivos, e, sendo assim, a produção musical baiana contemporânea aqui apresentada se locupleta desta estrutura que mundializa cultura(s), atribuindo novos sentidos à contemporaneidade, ao espetáculo.

Sendo assim, a axé music, enquanto produção simbólica, corrobora com a inscrição do produto Bahia mundo afora, como é comum em outras territorialidades que articulam elementos e feixes constitutivos de seu patrimônio cultural como estratégia de atratividade e mercantilização de produtos turísticos formatados, dinâmicos e globalizados. Para Ianni (1999, p. 124), a obtenção de renda mediante negociação do seu espaço, das suas culturas e produções simbólicas, além de provocar deslocamentos, integra-se ao contemporâneo, onde:

Em todas as esferas da vida social, compreendendo as empresas transnacionais e as organizações multilaterais, os meios de comunicação de massa e as igrejas, as bolsas de valores e os festivais de música popular, as corridas automobilísticas, as guerras, tudo se tecnifica, organiza-se eletronicamente, adquire as características do espetáculo produzido com base nas redes eletrônicas, informáticas, automáticas, instantâneas e universais.

Eis, então, que a telemática e as convergências em redes eletrônicas realçam o poder do simbólico contemporâneo, contribuindo para configurar o âmbito das políticas neoliberais. Nesta lógica, no campo baiano, são inúmeras as iniciativas governamentais não somente relacionadas à axé music, mas a outros gêneros. Da extinta Secretaria de Cultura e Turismo do Governo do Estado da Bahia, até 2006, projetos como o Emergentes da Madrugada, Bahia Singular e Plural, Sons da Bahia, permitiram o registro fonográfico de boa parte desta diversidade cultural do Estado.

A visibilidade, mais uma vez, no caso Bahia, ressalta apoios do Estado aos seus artistas, uma vez que, não raro, dada à força midiática e massiva de seus repertórios e incursões, estrelam campanhas publicitárias estratégicas que destacam as potencialidades culturais e naturais do Estado para seus principais centros emissores de turistas. É a música e a etnicidade como elementos simbólico-culturais, e fatores motivacionais de deslocamento turístico.

O simbólico, neste caso, produzindo reconhecimento, afetividade, representatividade – política, inclusive – e ignora o arbitrário, o descrédito e o ilegítimo.

Ainda assim, compreendendo desta forma o campo simbólico, não se pode excluir as outras forças e poderes nele inscritas, dentre estes, a produção artística e as relações e conflitos daí advindos. Uma delas é a competitividade – a guerra fiscal é apenas uma delas - entre os próprios estados brasileiros, tendo como suporte, as suas produções artísticas e culturais de um lado, e, do outro, a força dos meios de comunicação aí instalados enquanto atores relevantes nas tramas da Indústria Cultural. Moura (1996, p.07), no caso Bahia, observa que descartar ou não procurar evidenciar suas potencialidades, seria equívoco:

O produtor, o mercador e a mercadoria são um mesmo todo, contraditório e desigual. Em descartando a participação desse todo na sua diversidade, que significa inclusive potencialidades ainda não cogitadas e exploradas, estaríamos arriscando um capital humano fantástico, o que poderia adquirir cores sombrias em tempos de vacas tão magras.

Em outras palavras, envolve outras possibilidades de benefícios não restritos ao Carnaval – enquanto dinâmica e temporalidade. Enquanto dinâmica, a *Axé music* se substancializa em artistas/empresários locais consagrados nacionalmente, suscitando novas atividades, necessidades, profissionais, consensos e conflitos... Enquanto temporalidade, a *Axé music* extrapola o circuito do carnaval soteropolitano, numa extensa programação de shows e micaretas que se inter-relacionam com o carnaval de Salvador, numa espécie de retro-alimentação não restrita às sonoridades, mas às corporações locais – produtoras, agenciadores, editores musicais, etc.

É o mercado do entretenimento, da indústria cultural centrada especialmente em Salvador e seu Recôncavo, que amarra os alinhaves identitários, tanto no sentido dos arcabouços sociológicos quanto naquele dos temas econômicos. Em outras palavras, que Bahia é esta, capaz de competir com transnacionais da indústria fonográfica, por exemplo, tensionando a partir de uma produção musical e fruição estética próprias? Novos e velhos *vetores de sentido* (NORBERTO SILVA, 2003) se inscrevem, e são estimulados, junto ao imaginário nacional e internacional acerca do *lócus* e *ethos* Bahia.

Por outro lado, houve críticas à participação estratégica da BAHIATURSA nos últimos anos, quando de seu apoio a alguns artistas da *axé musicem* shows por outros países, tendo como contrapartida, a divulgação da marca Bahia e de suas ferramentas publicitárias, tais como portais eletrônicos de divulgação turística. O fato é que a mesma BAHIATURSA também proporcionou a viagem internacional do grupo folclórico baiano Zambiapunga, entre outras iniciativas governamentais de apoio e fomento às produções artísticas e culturais.

O mito da monocultura pode estar atrelado à força política, econômica e empresarial dos principais artistas deste gênero baiano. No aspecto político, se articulou relações, benefícios e interesses com governantes e meios de comunicação. O carnaval soteropolitano, por exemplo, vem passando por complexas modificações de modo a atender interesses dos gestores culturais vinculados à iniciativa privada, no campo música. O tradicional e gratuito encontro de trios da Praça Castro Alves não mais existe, e o tradicional circuito do Campo Grande apresenta sinais de decadência e de pouco interesse dos principais artistas.

A concentração econômica dos principais artistas da axé music no carnaval soteropolitano é considerável. Bandas e artistas como Ivete Sangalo, Asa de Águia e Chiclete com Banana, individualmente, são representantes empresariais de inúmeros blocos e camarotes.

Passando ao campo simbólico, axé music pressupõe diversidade, e dela se (retro)alimenta, onde é comum seus artistas experimentarem em seus repertórios músicas inteiras, fragmentos, ou combinações entre gêneros presentes na produção musical baiana. Nada extraordinário, até então, uma vez que a polissemia conceitual das experimentações e encontros dos gêneros musicais é inerente ao próprio conceito de gênero, numa perspectiva de que suas fronteiras estéticas do gênero musical enquanto apropriação e categoria são tênues, distintivas e subjetivas.

Nesta direção, a confluência das formas rítmicas e melódicas de uma musicalidade das ruas de Salvador, Recôncavo e demais regiões se interfaziam com elementos da cultura mundial pop, multiétnica, multicultural e *world music*, representando a própria “interface de estilos” sugerida por Moura (2001, p.220). Para GUERREIRO (2000) a centralidade da produção musical baiana contemporânea assentada na percussividade é que garante sua inscrição ao universo da *world music*, onde funcionam mais facilmente as fusões entre células rítmicas, entre timbres sonoros, performances, corporalidades e novos sentidos de pertença.

As origens embrionárias desta música baiana são distintas, e, quase numa rítmica antropofágica/tropicalista, consegue unir, fundir células rítmicas e melodias, popularizando e entretendo sem maiores reflexões ou preocupações – fato que acentua seu caráter massivo e de entretenimento. Ainda segundo MOURA (ibid., p.221):

A axé music apresenta-se como texto identitário difuso e aparentemente aproblemático e consensual, referindo-se à Bahia como um todo, já desde o início contando com a participação de músicos de várias origens e estilos.

Passando ao campo organizacional, boa parte dos artistas da axé music se articulou, empreendendo suas próprias empresas relacionadas à gestão cultural – administração das carreiras artísticas e atividades a estas relacionadas, tais como, selos fonográficos, editoras musicais, agências de publicidade, estúdios de gravação, produtora de shows e eventos, entre outras.

A monocultura em Salvador não procede, mas apresenta evidências de profissionalização, tendo, ainda, objetivos definidos e articulação social entre os atores, fortalecendo o campo. DiMaggio e Powell (1983, p. 148) afirmam que o campo organizacional só pode ser considerado se houver legitimação empírica e com definições institucionais. Para tal, os autores afirmam que são necessários quatro elementos:

- a) um aumento na amplitude da interação entre as organizações no campo;
- b) o surgimento de estruturas de dominação e padrões de coalizões interorganizacionais claramente definidos;
- c) um aumento na carga de informação com a qual as organizações dentro de um campo devem lidar;
- d) o desenvolvimento de uma conscientização mútua entre os participantes de um grupo de organizações de que estão envolvidos em um negócio comum.

Em 1999, visando o maior grau de profissionalismo, solução de problemas coletivos do setor e ampliação dos destinos e públicos da axé music, surge a APABahia – Associação dos Produtores de Axé para o Desenvolvimento da Música da Bahia -, comumente chamada de APA.

O surgimento e desenvolvimento da axé music e de organismos coletivos como a APA Bahia, tanto nos aspectos estéticos quanto organizacionais, remete, em boa parte, à profissionalização e dinamismo da produção artística e musical no Estado da Bahia. Dentre as atividades da APA, o monitoramento da execução de seus repertórios em localidades estratégicas, assim como, a própria empresarização de horários nas rádios comerciais de outros estados, visando a exposição e execução musical dos seus associados. Não obstante, atua no campo político, tendo representação no Cluster de Cultura e Entretenimento do Estado da Bahia.

Para J.R., produtor musical baiano, sobre a diversidade musical soteropolitana e organização empresarial, comenta:

[...] o axé é a grande referência musical atual da Bahia, mas sabemos que existem outros ritmos acontecendo na cidade. Viajamos toda semana, mas, em Salvador, frequentamos eventos de outros gêneros, e sempre divulgamos isso nas entrevistas. (...) A produção de uma banda de Axé music é muito organizada. Mais até que o Pagode, por exemplo. Posso falar porque trabalhei como produtor de pagode por dez anos.

Não obstante, Salvador, a partir de iniciativas de artistas e da própria sociedade civil, vem apresentando inúmeros eventos relacionados a outras musicalidades. Tanto quanto o axé music, o Rock é merecedor de destaque frente a sua estética e organização. Dedicção, profissionalismo e amor ao Rock, fizeram surgir na cena soteropolitana a Associação Cultural Clube do Rock da Bahia – ACCRBA -, em 1991. Exemplo emblemático no Brasil, esta associação sem fins lucrativos atua incisivamente na produção e organização de eventos culturais, prestação de serviços em forma de cooperativa, captação de convênios e assessoria junto às bandas de rock. Pioneira dentre as associações de Rock no Brasil, é de sua responsabilidade ações que se solidificam na realização do Primeiro Festival de Rock do Carnaval do Brasil (1994); Primeiro Dia Municipal do Rock do Brasil – 28 de junho, em homenagem a Raul Seixas -, através da Lei 5404/98.

Caracteriza-se, ainda, pela articulação e intransigência quando o assunto é desrespeito ao Rock no Estado, assim como, quando se trata de reivindicar maiores espaços para este segmento. A ACCRBA possui site, rádio/podcast, comunidade virtual de relacionamento, *msn*, *fotolog*, vídeos no *youtube*, grupos de discussão na rede, entre outros. Dentre suas realizações, destaque para o Palco do Rock - realizado no Carnaval de Salvador, bairro de Piatã, onde frequência superior a oito mil pessoas por ano.

A receptividade do Reggae e do Forró na Bahia, por exemplo, despertou o surgimento de eventos específicos e inúmeras bandas destes gêneros com relevante diversidade, inclusive. Bandas e artistas com repertórios que transitam entre o tradicional reggae - raiz, ou *reggae roots* -, aos mais híbridos, com destaque para Edson Gomes, Sine Calmon, Diamba, Adão Negro, Massai, Palmares, Mosiah, entre outros.

O Forró também soube consolidar seu *cast* de artistas e agenda de contratantes. Dentre as bandas baianas, destaque para Estakazero, Colher de Pau, Adelmário Coelho, Flor Serena, Virado no Mói de Coentro, A Volante do Sargento Bezerra, Cangaia de Jegue, Sobe Poeira, Acarajé com Camarão, Tio Barnabé, são exemplos verossímeis de que outros gêneros musicais se estruturaram, estética e mercadologicamente, em paralelo à *Axé music*, e se fazem presentes na mídia.

5.2.4.2 Mito II – Baixa qualidade técnica dos profissionais

O segundo grande mito relacionado a axé music é estabelecido a partir de sua suposta “baixa qualidade técnica”. Mas o que caracterizaria e fundamentaria esta expressão? Arranjos mal elaborados? Canções repetitivas? Músicos tecnicamente pouco habilitados? Excesso de unidade temática composicional? A participação no campo permite afirmar que tais críticas estão alicerçadas a partir da disseminação do senso comum plugado em desconhecimento e preconceito.

A sensibilidade e qualidade técnica dos músicos, arranjadores e diretores musicais em atividade nas bandas de axé music são relevantes no processo de legitimação desta, ainda que tais informações sejam restritas ao meio musical. Assim, como em qualquer outro gênero musical popular massivo, o virtuosismo não é regra fundante para alcance do sucesso, necessitando, ainda, de elementos outros - rede de relacionamentos, carisma, oportunismo, sorte, inteligência, habilidade e senso estético.

No gênero em questão, autodidatas e doutores atuam intensamente numa rotina nacional e internacional de ensaios, shows, viagens, gravações, estúdios, etc. O ecletismo na formação destes profissionais só corrobora com a requisitada diversidade constituinte da *Axé music*, potencializando, inclusive, oportunidades. Músicos vinculados ao universo *Axé*, não raro, também acumulam experiências profissionais em outros estilos e gêneros musicais em Salvador, tais como o choro, jazz, samba, rock, funk, forró, eletrônico, entre outros.

O *rock*, por exemplo, estabelece diálogo constante com a axé music, proporcionando informações relevantes a bandas como Asa de Águia, Netinho, Ivete Sangalo e Jammil e uma Noites. Estas influências são percebidas nos arranjos, nos fraseados, timbres e agressividade de alguns efeitos, distorções e *riffs* de guitarra. Adail Scarpelini, natural de Aracajú/SE, guitarrista e diretor musical da banda Voa Dois – banda Revelação do Carnaval de Salvador 2008 -, informa que a centralidade da produção musical para Sergipe era – para muitos, segundo ele, ainda é - a Bahia. Visibilidade e retorno financeiro, mas, acima de tudo, pela experiência de estar ao lado de músicos que sempre respeitou e admirou.

Por muito tempo toquei e dirigi musicalmente bandas e cds de forró. Calcinha Preta (SE), Caviar com Rapadura (CE), Colher de Pau (BA), mas sempre quis ter a experiência da Axé music, da união entre

percussão/harmonia. Toquei com Netinho, e agora estou com a Voa Dois, além de sempre estar produzindo e gravando com outros artistas. Quando as bandas de Axé iam a Aracajú, a gente ia aos shows, procurava conversar com os músicos, lia os encartes. A Bahia era nossa maior referência musical.

Em 2008, o Prêmio Multishow de Música Brasileira premiou um destes renomados músicos, Radamés Venâncio, na categoria Melhor Instrumentista, enquanto Ivete, representante de uma vertente acentuadamente *pop* da axé music, foi agraciada nas categorias de Melhor Cantora e Melhor DVD (Multishow ao Vivo – Ivete Sangalo no Maracanã).

Detentor de inúmeros prêmios nacionais e internacionais, Carlinhos Brown consegue aproveitar estas situações para discursar sobre uma Bahia sempre planetária e referencial na música nacional, exaltando a capacidade de diálogo estético da produção musical baiana contemporânea.

Sua ampla concepção musical não dispensa os ensinamentos e provocações herdadas de músicos contemporâneos - baianos ou radicados na Bahia -, como Ernest Widmer, Walter Smétak e Lindemberg Cardoso, assim como, numa escala internacional, negocia espaços mediante novos encontros musicais. De sua parceria com o DJ Dero, em 2004, resulta o disco com forte influência eletrônica *Candyall Beat*, que tem como principal *hit* a obra “Mariacaipirinha”. Lançados inicialmente na Espanha, disco e obra alcançam sucesso, remetendo, neste mesmo ano, Carlinhos Brown - naquelas plagas conhecido por Carlito Marron -, à condição de convidado musical do Fórum Universal das Culturas, realizado em Barcelona.

Da parceria feita com Sérgio Mendes, em 1985, conseguiu emplacar cinco composições no álbum "Brasileiro" – ganhador do *Grammy* de melhor disco de *World Music*. Em Salvador, neste mesmo ano, recebe também o Troféu Caymmi. Inúmeros outros prêmios vieram nos anos seguintes, coroando Brown como um dos maiores nomes da axé music, ora como músico, produtor ou compositor.

A preocupação com a qualidade profissional dos músicos acompanhantes também se constitui verossímil no momento da formação das bandas. José Raimundo, tecladista, arranjador e diretor musical que acompanhou Netinho de 1989 a 1998, declara:

Jomar entrou no grupo em 1996... A decisão de termos dois tecladistas foi uma sugestão minha, pois usávamos muito *sequencer* (programação), e sempre quis muito ter outro tecladista tocando comigo, por conta dos muitos detalhes de teclados que minhas duas únicas mãos não conseguiam executar. O primeiro tecladista que tocou com a gente foi Glauton Campelo - um

excelente pianista jazzista carioca que morou 8 anos nos EUA e que tocava com Djavan ao lado de Paulo Calazans.

Arranjos, neste sentido, corroboram com a lógica de identificação e diferenciação do artista, e são inúmeros os exemplos de arranjos que se tornaram referências, remetendo, diretamente, músico/arranjador a artista, e vice-versa.

A estética musical do axé encontra-se nos referenciais de timbragem e sonoridade contidos nos arranjos, mas, também, a partir do entrosamento musical das bandas e artistas que souberam aliar a força da sonoridade percussiva à variedade de timbres e recursos tecnológicos contidas na organologia ocidental tradicional, como guitarra, bateria, contrabaixo, saxofone, etc. Em outras palavras, o encanto se dá pela magia e carisma do artista, seu entrosamento com seus pares, repertórios selecionados e previamente testados nas dezenas de shows e micaretas realizadas durante o ano, dentro e fora do Brasil.

Entrosamento, carisma, virtuosismo e sensibilidade são elementos referenciais nas justificativas de obtenção do sucesso por parte dos artistas e bandas de axé music. O virtuosismo, na contemporaneidade, nem sempre é garantia de êxito – reconhecimento pessoal e comercial. As musicalidades desta são frutos do encontro entre músicos formados nos conservatórios e academia, nas igrejas e terreiros de candomblé, na generosidade presente nos conselhos informais, e, principalmente, nas dinâmicas das ruas da cidade que se pretende mundial a partir de seus fazeres e saberes artísticos, em especial, a música.

5.2.4.3 Mito III – Fim da “música baiana”

A relação arte/espço, nesta discussão, a partir da percepção imponente da produção musical baiana contemporânea no certame das condições geográficas nacionais, evidencia uma territorialidade resoluta em suas convicções de afirmação artística perante o outro - nacional ou estrangeiro; local ou global.

A especulação, neste sentido, acerca da decadência, ou fim da música baiana, em especial a axé music, é antiga e pode ser melhor percebida a partir do início do século XXI, período marcado por argumentos centrados no declínio de vendas dos produtos fonográficos, e na escassez e ausência de renovação de seus quadros artísticos. Seus principais defensores parecem ignorar que a crise é do setor fonográfico mundial - mais

acentuadamente, do formato CD -, irrompendo-se em inúmeras fusões e desaparecimentos de gravadoras transnacionais, além da migração dos artistas para as plataformas de música *online*.

Sendo a crise do setor fonográfico mundial, evidente que haveria repercussão na produção musical baiana contemporânea, promovendo quebras de contrato e desligamentos de artistas dos *casts* das gravadoras – fato que impulsionou o surgimento e fortalecimento da produção fonográfica local, com inúmeros selos, editoras, produtores e distribuidores de menor porte.

As agendas de shows, as estratégias de diferenciação e inscrição estética e mercadológica são elementos relevantes e não podem ser desconsiderados em tais reflexões. Não obstante, inúmeros artistas e bandas musicais vêm sendo incorporadas ao texto da axé music, o que demonstra sua capacidade de renovação estética junto às suas células matrizes advindas do samba-reggae, enquanto marca e território simbólico em processo afirmação, expansão e internacionalização.

A axé music transcendeu, rompendo fronteiras e barreiras mercadológicas e territoriais. Por outro lado, impulsionou o surgimento de setores e atividades que corroboram com o desenvolvimento da música no Estado, além de disseminar a marca Bahia nos quatro cantos do mundo. Nos campos estéticos ou organizacionais, inovou, criando novos mercados e possibilidades de experiências. Novas redes de profissionalidade foram, e continuam sendo implementadas na Bahia, assim como a tessitura de uma ampla teia de relações a partir da legitimação deste gênero em outras localidades.

Por outro lado, dinamizou o surgimento e desenvolvimento de carnavais extemporâneos pelo Brasil - mais conhecidos como micaretas -, o mercado de trios elétricos e carros de apoio, a promoção de eventos, produção fonográfica, tecnologia aplicada à música, entre outros.

Quadro 16: Carnaval, Festas e Micaretas – Brasil⁹⁰

Mês	Cidade	Micaretas
Janeiro	Aracaju - SE	Precajú
Janeiro	Vitória - ES	Evanave
Janeiro	Guarapari - ES	Evanave
Janeiro	São Bernardo do Campo - SP	Evanave
Janeiro	Bom Jesus da Lapa - BA	Lapa Folia
Janeiro	Ilhéus - BA	Verão Vip
Janeiro	Cabo Frio - RJ	Cabo Folia
Janeiro	João Pessoa - PB	Fest Verão
Fevereiro	Santos/Rio de Janeiro/Salvador/Búzios	Cruzeiro Elétrico
Fevereiro	Praia do Forte - BA	Ensaio Geral
Fevereiro	Olinda - PE	Olinda Beer
Fevereiro	Salvador-BA	Festival de Verão
Fevereiro/Março	Salvador-BA	Carnaval
Fevereiro/Março	Porto Seguro - BA	Carnaporto
Março	Florianópolis - SC	Evanave
Março	Arembepe - BA	Lavagem de Arembepe
Abril	Brasília - DF	Micarê
Abril	Aracaju - SE	Com Amor Fest
Abril	São José do Rio Preto - SP	Rio Preto Rodeio Show
Abril	Caldas - GO	Caldas Elétrico
Abril	Salvador - BA	Forró do Reino
Abril	Salvador - BA	Forró Evalada
Abril	Ribeirão Preto - SP	Carnabeirão
Abril (Semana 1)	Belo Horizonte - MG	Axé Brasil
Abril (Semana 2)	Belo Horizonte - MG	Axé Brasil
Abril	Feira-de-Santana - BA	Micaretas de Feira
Abril	Feira-de-Santana - BA	Circuito Elétrico
Abril	Governador Valadares - MG	Gevê Folia
Maio	Souza - PB	Souza Folia
Maio	Recife - PE	Maluco Beleza
Maio	Natal - RN	Arraias
Maio	Rio de Janeiro - RJ	Trinave
Maio	Alagoinhas - BA	Alafolia
Maio	Montes Claros - MG	Axé Montes
Maio	São José do Rio Preto - SP	Rio Preto Fest Folia
Maio	Maceió - AL	Forró do Nana
Maio	Nova Iguaçu - RJ	Iguassu Axé
Maio	Vitória - ES	NanaFest ES
Maio	Aracaju - SE	Luau do Nana
Maio	Belo Horizonte - MG	NanaFest MG
Junho	São Luís - MA	Coco Bambu Folia
Junho	Alagoinhas - BA	Josefina Fest
Junho	Senhor do Bonfim - BA	Forró do Sfraga
Junho	Itapetinga - BA	Forró da Vaca Louca
Junho	Iracema - CE	Irafolia
Junho	Castelo - ES	Micastelo
Junho	Belo Horizonte - MG	Evanave
Junho	São Gonçalo dos Campos - BA	Forró Maria Bunita
Junho	Amargosa - BA	Forró do Piu Piu
Junho	Cruz das Almas - BA	Forró do Bosque

Mês	Cidade	Micaretas
Julho	Linhares - ES	Carnalinhares
Julho	Fortaleza - CE	Fortal
Julho	Januária - MG	Axé Januária
Agosto	Aracaju - SE	Evanave
Agosto	Recife - PE	Chevrolet Hall Indoor
Agosto	Salvador-BA	Circuito Voa Voa
Setembro	Costa do Saúpe - BA	Saúpe Folia
Setembro	São José do Rio Preto - SP	Carnariopreto
Setembro	Goiânia - GO	Camagoiânia
Setembro	Fortaleza - CE	Evanave
Setembro	Rio de Janeiro - RJ	Rock in Rio
Outubro	São Luís - MA	Marafolia
Outubro	Juiz de Fora - MG	JF Folia
Outubro	Uberaba - MG	Axé Uberaba
Outubro	Rio de Janeiro - RJ	Evanave
Outubro	Alfenas - MG	Carnalifenas
Outubro	Vitória - ES	Espírito Elétrico
Outubro	São Bernardo do Campo - SP	Camaleão Fest SP
Outubro	Teresina - PI	Piauí Fest Music
Outubro	Petrolina - PE	Arena Schin
Novembro	Costa do Saúpe - BA	Saúpe Fest
Novembro	Yotuporanga - SP	Carnavotu
Novembro	Florianópolis - SC	Florianópolis
Novembro	São Jose dos Campos - SP	São José Folia
Novembro	Belém - PA	Parafolia
Novembro	Natal - RN	Evanave
Novembro	Brasília - DF	Brasília Elétrica
Novembro	Recife - PE	Voa Voa Recife
Novembro	Campina Grande - PB	Balanga Campina
Novembro	Florianópolis - SC	Folianópolis
Novembro	Divinópolis - MG	Divina Folia
Novembro	Salinas da Margarida - BA	Festival de Marisco
Novembro	Feira-de-Santana - BA	Flexada Indoor
Novembro	Vitória da Conquista - BA	Micaretas Massicas
Dezembro	Natal - RN	Carnatal
Dezembro	Praia do Forte - Ba	Evanave
Dezembro	Vitória - ES	Evanave
Dezembro	Recife - PE	Evanave
Dezembro	Aracaju - SE	Ensaio Geral do Precajú
Dezembro	Manaus - AM	Planeta Música
Dezembro	Rio de Janeiro - RJ	Camaleão Fest RJ
Dezembro	Vários locais	Reveillon

Fonte: Elaboração do autor, 2011.

⁹⁰ Tabela elaborada a partir de consulta aos sítios eletrônicos centralmix.net, axedorio.com, tudodeaxe.com.br, danielamercury.art.br, ivetesangalo.com.br, chicletecombanana.com.br, asadeaguia.net, axezeiro.com, carnasite.com.br, abadalacao.com.br, grupoeva.com.br, trivela.com.br, soasa.blogspot.com, micareteiros.com.br, circuitodasmicaretas.com.br, sampafolia.com.br, trinave.com.br, axemix.com.br e penteventos.com.br. Foram considerados eventos do período de 2010/2011. Eventos renomados e vinculados à axé music como a Micarecandanga, a Micarande e o Recifolia não mais existem ou ganharam nova versão, como é o caso da Micarê, que substitui a Micarecandanga.

Nacionais ou internacionais a *Axé music* está presente em eventos relevantes no *showbusiness* musical contemporâneo, comprovando sua vertente pop repleta de influências e informações. Em eventos como o Axé Brasil (BH) – exclusivo do gênero-, *Brazilian Day*, Festival de *Montreux*, *Rock in Rio*, a *Axé music* conquista espaços. Nas edições 2008 do Rock in Rio Lisboa e Madrid, artistas como Carlinhos Brown e Ivete Sangalo foram recebidos por um público que, em sua maioria, conhecia e cantava seus principais sucessos.

Dentre as primeiras iniciativas de internacionalização do gênero baiano, está a Copa do Mundo de 1990, na Itália, como assinala o tecladista José Raimundo:

Fomos para Copa do Mundo, na Itália, em 1990. Foi uma grande estratégia comercial da Perdigão que levou o Trio-elétrico para Torino. Foi o primeiro trio-elétrico que chegou na Europa de navio e montado. Na época em que estivemos na Itália, a lambada estava no auge por lá com o grupo Kaoma. Música brasileira eles só conheciam Caetano, Gil, Benjor, Djavan, etc. Enfim, MPB. O Axé era conhecido por uma minoria de italianos que frequentavam o carnaval da Bahia. Quando começamos a tocar ninguém dançava, pois eles têm uma cultura de assistir ao espetáculo e nunca tinham visto um caminhão com um som daquele tamanho. Há um ponto interessante nisso, pois tinha gente lá de todas as culturas, pois era uma Copa do Mundo. Eles começaram a ficar fascinados com o ritmo da música e, meio desajeitados, imitaram muitos brasileiros que estavam lá dançando, e começaram a entrar no clima de festa que a Axé proporciona.

Desde a segunda metade da década de 1990, os responsáveis pelo Festival de *Montreux*, Suíça, agendam apresentações de artistas baianos, corroborando com o processo de expansão e internacionalização da carreira de seus artistas. Margareth Menezes, Olodum, Araketu, Ilê Aiyê, entre outros.

Também o *Brazilian Day* – Rede Globo como uma de suas maiores empresas articuladoras – reserva a participação de artistas da *axé music* como protagonistas. A atuação da maior empresa de comunicação e entretenimento da América Latina junto à *Axé music* tem sido crescente nos últimos anos, principalmente a partir da parceria com a Rede Bahia – organização e registro de boa parte dos shows no Festival de Verão, cabendo à Rede Globo a divulgação e distribuição comercial através de sua gravadora, a Som Livre.

Outro vetor relevante na expansão deste mercado é o próprio Carnaval soteropolitano que - apesar das recentes controvérsias acerca de seus custos e acentuação de seu viés comercial -, ao se profissionalizar e internacionalizar, corrobora e termina por disseminar, à reboque, as musicalidades e artistas presentes no evento. A

lista internacional de convidados famosos é extensa, mas só para citar os anos de 2007 e 2008: a banda irlandesa U2, o produtor musical Quincy Jones, Naomi Campbell, Arto Lindsay, e tantos outros que ou não foram captados pelas câmeras ou preferiram o anonimato, se é que é possível, mas que representam a possibilidade de maior publicização, nível internacional, de uma dinâmica centrada, mas não exclusiva à *axé music*.

Não obstante, a presença de celebridades nacionais também corrobora neste processo, pois revela a também extensa programação de shows, lavagens, festas populares, feijoadas e ensaios, reforçando, em grande medida, a idéia mítica de existencialidade exclusivamente festiva do território baiano e sua gente. Nesta lógica de retro-alimentação das marcas – *axé music* e Carnaval –, como que numa espécie de *feedback*, também é apontada por Dantas (2005, p.20), quando afirma a disposição da nova geração de artistas da música baiana em ampliar suas fronteiras profissionais, corroborando no processo de legitimação e ampliação do receptivo turístico no carnaval:

O carnaval baiano dobrou de tamanho nos anos 90: de um para dois milhões de foliões por dia participando da festa. Isso se deveu a políticas públicas de atração de turistas? Não. Ainda que, efetivamente, as políticas públicas tenham sido fundamentais para viabilizar infra-estrutura, equipamentos e capacitação de pessoal para receber turistas, o que duplicou a presença desses turistas foi a música baiana. Foi Daniela Mercury, que se tornou a maior vendedora de discos do Brasil no início da década de 1990, levando todo o país a se apaixonar pelo samba reggae “O canto da Cidade”; foi o Olodum, que levou a um patamar de prestígio internacional essa sonoridade rítmica, que conquistou ícones do pop internacional, como Paul Simon e Michael Jackson; foi o Chiclete com Banana, a Banda Cheiro de Amor, a Banda Eva, que ajudaram a “nacionalizar” o carnaval baiano.

A etnicidade é elemento pujante neste processo, onde não somente os blocos afro são seus representantes, mas artistas como Daniela Mercury, Margareth Menezes, Timbalada, Motumbá, Ara Ketu, entre outros, se apropriam mais incisivamente de seus discursos, símbolos e temáticas musicais.

Sobre a receptividade de turistas nacionais e internacionais com a *Axé music*, e demais artistas soteropolitanos com relevante participação no carnaval soteropolitano o empresário Paulo Roberto, ex-proprietário da Aky Discos, que até o ano de 2001 se constituía a maior rede de lojas de discos da Bahia, confirma o interesse dos turistas pela *axé music*:

Uma espécie de encanto... Os gringos e turistas nacionais chegavam na loja procurando por Olodum, Daniela Mercury, Chiclete com Banana, e quem mais da Axé music a gente oferecesse eles compravam. O fornecimento de CDs do Olodum para as lojas do Centro Histórico, por exemplo, tinha de ser semanal. Era de 300/400 unidades para as maiores lojas, e volumes menores para as lojas pequenas, toda semana.

Outro aspecto relevante na argumentação contrária ao seu fim é a cobertura midiática internacional do Carnaval de Salvador, que registra números ascendentes de profissionais cadastrados - fato incontestável de que boa parte do mundo já manifesta interesse no maior evento de rua do mundo e sua musicalidade maior. Não raro, seus artistas excursionam por diversos países, configurando Espanha e Portugal como líderes neste receptivo.

Sua inscrição no mercado de bens simbólicos também contempla registros de não aceitação, aversão e restrição de sua execução pública, inclusive com leis, como nos casos dos carnavais de Recife e Olinda, que proibiram artistas e repertórios vinculados ao gênero com argumentos que contemplam o respeito e valorização aos costumes locais. A medida visa salvaguardar laços identitários com o frevo, e as danças deste, enquanto dinâmicas culturais. Contudo, não se pode argumentar que Pernambuco não contribua para a disseminação e legitimação da axé music pelo Brasil, ao contrário. O *Recifolia*, carnaval fora de época, encontra nos artistas baianos, seus trios elétricos, performances, refrões e repertórios, os moldes do carnaval soteropolitano.

Relevante exemplo de carisma, e ambientada em apresentações nacionais e internacionais, a Chiclete com Banana recebeu o Prêmio *Press Award* 2007, na categoria de Show Brasileiro, pelo seu destaque nos EUA, e, em julho de 2008 apresentou-se nas cidades de Roma, Milão, Porto e Lisboa, em eventos de grande porte e com ingressos esgotados antecipadamente.

Artistas, mas também empresários e estrategistas, é o caso da banda Chiclete com Banana. Apresentam um histórico de diálogo com obras de antigos e novos compositores. Dentre eles, e em épocas distintas, destaque para Val Macambira, Carlinhos Brown, e, mais recentemente, a dupla Alexandre Peixe e Beto Garrido têm fornecido à banda inúmeros canções que são “experimentadas” em micaretas e shows, antes do registro fonográfico. Em paralelo, passam a integrar rapidamente o acervo de *sites* e programas que distribuem arquivos de música *peer to peer*, vide *Youtube*, *e-mule*, entre outros.

Ainda que não se constituam referências em técnica e virtuosismo musical, a banda estruturou sua carreira calcada no entrosamento do grupo, no carisma de seu líder e na escolha de um repertório sempre atualizado com o seu público. A capacidade de performance, diálogo e construção de repertório, neste sentido, apresenta a Chiclete com Banana como das mais relevantes bandas da *Axé music*, em se tratando de regularidade na produção fonográfica, inclusive.

Em contrapartida ao fato de, historicamente, não ter apresentado altos índices de vendas no quesito fonográfico como Ivete Sangalo, Netinho e Banda Eva, por exemplo, a banda mantém uma sequência regular de registros que atende seu público mais fiel, apelidado de *Nação Chicleteira*, *Chicleteiro*, *Maluquetes do Chiclete*, etc.

Artista e defensora da música baiana em suas inúmeras entrevistas, Ivete Sangalo pode ser considerada a protagonista de maior sucesso mercadológico do gênero. Mesclando elementos da música *pop* internacional, como efeitos de guitarra e teclados, à percussividade local, também se apresenta como relevante empresária articulada entre shows, publicidade, prêmios, discos de ouro, platina, platina duplo, platina triplo, e sua presença na mídia televisiva é certeza de audiência para uma artista que já supera a marca de oito milhões de unidades fonográficas comercializadas (ABPD, 2008).

5.3 A música baiana massiva e a formação do mercado da música na Bahia contemporânea

5.3.1 Música, Turismo e Carnaval na Bahia

O turismo pode ser compreendido como uma atividade sócio-econômico-cultural complexa, que envolve aspectos naturais e culturais de uma localidade. Neste início de século, constitui-se como dinâmica promissora e, aliado à lógica capitalista ocidental, tem acelerado as mudanças em alguns processos sócio-culturais, além de reforçar a estereotipia como forma de padronização para auferir lucro e compreensão imediata. Não bastasse, em muitos casos, ainda tende a subjugar aspectos como a diversidade cultural e as redes de sociabilidade popular com suas múltiplas e fragmentárias potencialidades.

Neste sentido, esta análise apresenta o Carnaval soteropolitano como um dos mais relevantes vetores do turismo no estado, onde a indústria turística tem se apresentado como notável força locomotriz do crescimento econômico realçando aspectos históricos, culturais e naturais. As potencialidades correspondentes à atratividade, aliadas a uma série de políticas governamentais ligadas ao desenvolvimento local – muitas delas com grande aparato de marketing e planejamento estratégico – proporcionaram à “boa terra” respeitável posição quanto ao turismo receptivo nacional e internacional.

O carnaval baiano, nesta direção, dada a expansão desordenada dos moldes utilitários desta festa, pode exemplificar a fragilidade institucional dos agentes públicos que a organizam versus o poder organizacional da música baiana massiva, realçando modelos de aliança entre os campos político e estético. Para Dantas (2005, p. 20), a música baiana e o carnaval são elementos estruturantes na construção da imagem do Estado. A produção musical baiana massiva contemporânea divulga a Bahia, reforçando ícones identitários ativos e criando novas necessidades e desejos através destes artistas (potenciais propagandistas), seus signos, performances e repertórios.

Além destes, a indústria local do turismo tem se beneficiado das narrativas fomentadoras da construção e difusão da marca “Bahia” como localidade nacional do prazer, da felicidade, liberdade, da música ligeira e de refrão fácil, das vanguardas artísticas, de seus personagens, mitos, estereótipos e localidade exótica e paradisíaca. A música, então, emerge como elemento permanentemente estimulante.

A (con)sagração da espacialidade “Bahia” como porto máximo do lúdico, das festas, do bem viver, da satisfação, da negritude, tem alavancado os índices referentes à visitação de seus destinos, principalmente na estação do sol. O imaginário associado ao locus Bahia integra a virilidade e feminilidade associadas a um determinado padrão de lascívia afrodescendente, a disposição para a festa, a dupla vinculação religiosa, a hospitalidade, o aspecto tribal e exótico de uma civilização que incessantemente se autocultua.

Assim, é como se se difundisse o slogan “todo brasileiro é baiano também”, e se não o é, bem que gostaria de sê-lo; afinal de contas, a “Bahia é a terra da felicidade”, ou o slogan da BAHIATURSA mais recente: “Bahia: Melhor para trabalhar. Melhor para viver”. É nesta ambiência que o Carnaval – com moldes e sonoridades soteropolitanas –

vem despontando como produto turístico prontamente formatado; momento máximo do espetáculo e do encontro, das trocas e das várias afluências culturais.

5.3.1.1 O turismo na Bahia

Os primeiros registros oficiais do turismo na Bahia datam de 1932, com a criação do primeiro organismo municipal de turismo da Bahia: Seção de Turismo da Diretoria do Arquivo e Divulgação (DAD). À época, o estado passava por grandes dificuldades econômicas e decadência, que foram equacionadas no chamado “enigma baiano”.

De 1930 até 1970, a atividade turística permaneceu incipiente e sem relevantes contribuições na economia estadual e municipal. Pequenas ações de apoio ao carnaval, à implantação de hotéis, publicização em panfletos, etc. O turismo como uma das prioridades governamentais só acontece a partir da década de 1970. Foi então que se passou a defender a atividade como essencial para o desenvolvimento sócio-econômico baiano.

A partir daí, foram criados e unificados órgãos e empresas estaduais de turismo, instituiu linhas de financiamento bancário (DESENBANCO/BNDES/BNB) específicas às atividades hoteleiras, implantou o primeiro plano de turismo do estado, em 1971, e possibilitou à BAHIATURSA assumir a responsabilidade de implementar a política de turismo, executando programas de treinamento de mão-de-obra e ações promocionais em outras regiões do país, além do trabalho de captação de investidores para o turismo do Estado. Trabalhou, ainda, na execução de obras infra-estruturais, como estradas, aeroportos, comunicações, serviços, segurança, saneamento, sinalização, entre outras.

A configuração da Bahia como referência para a atividade turística nacional se deu não somente em decorrência de suas condições naturais, culturais e históricas, mas também pela visão estratégica e moderna de apoio e fomento à atividade turística por parte dos órgãos e gestores governamentais.

A história do turismo baiano, pós 1970, envolve quatro etapas muito distintas. A fase atual do turismo baiano, denominada de “*Cluster* de Entretenimento”, é fruto de uma parceria entre a iniciativa governamental e privada como o intuito de transformar o Estado da Bahia num respeitável ponto de encontro com a alegria, a segurança, o bem estar e a tão propagada felicidade.

Em 22 de dezembro de 2004, foi lançada em Salvador, fruto de uma parceria entre a BAHIATURSA e a Associação dos Produtores de axé music (APA-Bahia), a

campanha de divulgação publicitária da Bahia enquanto destino turístico. A campanha, que tem o refrão “Nesse verão, não quero ver você à toa, vem pra Bahia, que a Bahia é uma boa...”, é nacional e foi divulgada na TV aberta.

O gênero musical escolhido – axé music – já está consolidado como fator de atratividade turística estadual, além de seus artistas – todos baianos – como cartões de visita e potenciais divulgadores da “boa terra”. Dentre as estrelas que não cobraram cachê para a referida campanha, Ivete Sangalo, Ara Ketu, Asa de Águia, Margareth Menezes, Terra Samba e Daniela Mercury. Como contrapartida, os artistas lucram com as bilheterias de suas festas e ensaios que se multiplicam pela cidade de Salvador.

Quadro 17: Evolução do Turismo na Bahia a partir de 1970⁹¹

Etapa	Ano	Objetivo	Ações	Gestor Estadual
Primeira – Plano de Turismo do Recôncavo	1971	Dotar a capital e o Recôncavo de condições necessárias para o aumento e expansão da atividade turística, através de investimentos em infraestrutura, preservação e valorização das potencialidades e dinâmicas histórico-culturais, promoções de <i>marketing</i> e ampliação do parque hoteleiro, entre outros.	<ul style="list-style-type: none"> - Publicização e apoio a algumas dinâmicas culturais locais, como o São João de Cachoeira, Irmandade da Boa Morte; - linhas de financiamento para aumentar a rede hoteleira; - encomendas de campanhas de <i>marketing</i> junto a empresas do RJ e SP para alguns destinos turísticos; - construção de um aeroporto internacional; - elaboração de normas para o setor hoteleiro e serviços turísticos complementares; - outras... 	Antônio Carlos Magalhães
Segunda – Caminhos da Bahia	1979	Interiorizar a atividade turística como forma de revitalizar as economias locais e o desenvolvimento do Estado.	<ul style="list-style-type: none"> - Construção e administração de hotéis e pousadas; - ações de marketing e capacitação de recursos humanos nos municípios e localidades integrantes do Programa: Cipó, Cachoeira, Caldas do Jorro, Ibotirama, Ilhéus, Itaparica, Jacobina, Juazeiro, Lençóis, Paulo Afonso, Porto Seguro e Valença; - política de promoção e captação de vôos internacionais; - criação e divulgação nacional e internacional do slogan “Bahia - Terra da Felicidade”; - treinamento, aperfeiçoamento, qualificação e reciclagem de profissionais; - outras... 	Antônio Carlos Magalhães
Terceira - Plano de Desenvolvimento Turístico da Bahia	1991	Retomar o crescimento do turismo que, nos últimos quatro anos – gestão de Waldir Pires e Nilo Coelho -, havia perdido posição relativa no ranking nacional. Para tanto, as ações estratégicas basilares estavam na infra-estrutura turística, <i>marketing</i> turístico e educação para o turismo.	<ul style="list-style-type: none"> - Implementação da nova geografia turística do estado (Costa dos Coqueiros, Costa do Dendê, Costa do Cacau, Costa do Descobrimento, Costa das Baleias e Chapada Diamantina); - definição de um planejamento global de marketing e recursos humanos; - captação de recursos para investimentos em infra-estrutura nas áreas turísticas; - construção de aeroportos internacionais; - reforma do Pelourinho; - outras... 	Antônio Carlos Magalhães
Quarta - Cluster de Entretenimento	2001	Desenvolver e fomentar a atividade turística do estado pelo viés do entretenimento.	<ul style="list-style-type: none"> - popularização do carnaval, da música baiana, festivais de música e exposições de arte; - Criação de novos pólos e destinos turísticos; - Criação do Fazcultura, através da Lei que determina a renúncia fiscal por parte do Governo em benefício das linguagens culturais, como forma de estimular a produção cultural e também a sua profissionalização; - Reforma e ampliação de teatros; - Investimentos em infra-estrutura; - Implantação de novas escolas de turismo e hotelaria, assim como o Instituto de Hospitalidade; - construção dos centros de convenções de Porto Seguro e Ilhéus, além da ampliação do de Salvador; - campanhas de marketing no Brasil e workshop e feiras no exterior; - atração de grupos investidores e hoteleiros estrangeiros; - outras... 	César Borges

Fonte: Plano de Turismo do Recôncavo e BAHIATURSA.

As atividades governamentais de apoio e estímulo à atividade turística baiana não se restringem apenas à produção e promoção cultural. Também são ofertados prêmios para as empresas e operadores de turismo, como o Troféu Opaxorô. Implantação de *stands* da BAHIATURSA em feiras e eventos nacionais e internacionais

⁹¹ Este quadro configura-se como uma breve proposta de compreensão da evolução do turismo baiano. Para melhor e mais apurado conhecimento, ver a tese de doutoramento da Professora Lúcia Aquino de Queiroz, citado nas referências, assim como o próprio Plano de Turismo do Recôncavo.

não restritos ao turismo. Divulgação dos vários destinos do Estado através da imprensa local, nacional e estrangeira.

O estudo do desenvolvimento do turismo no Estado da Bahia atualmente, a partir da primeira gestão do governador Jaques Wagner, está estruturado em três momentos distintos, compreendidos e apresentados como “saltos”. O primeiro salto compreende o período dos anos 1930 aos anos 1960, em que se construiu a imagem turística e cultural da Bahia, sua história e contornos identitários mais pujantes, como a literatura, a música, a etnicidade, reconfiguração do carnaval soteropolitano a partir do trio-elétrico, da exportação do cacau, descoberta e exploração do petróleo, entre outros.

O segundo salto do turismo ocorreu a partir dos anos 60 do século XX até o início do século XXI, influenciado pela intervenção mais direta do Estado, principalmente, a partir do primeiro planejamento turístico para o Recôncavo Baiano elaborado sob a direção de Rômulo Almeida. Destacam-se neste período a implementação e desenvolvimento de ações estratégicas e estruturais para o turismo, tais como a construção de estradas, aeroportos, Centro de Convenções, recuperação de sítios históricos, promoção profissional do destino, além de captação de recursos internacionais para a Bahia e para o Nordeste, vide o próprio PRODETUR.

O terceiro salto do turismo é a fase atual, e caracteriza-se pela promoção do desenvolvimento social a partir da inovação e qualidade, com ações sistemáticas de planejamento e lançamento de novos produtos turísticos, novos segmentos, estruturas e destinos.

Em se tratando dos dados e estatísticas atuais do turismo baiano, recente pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo/Vox Populi, com resultados prontamente disseminados pela Secretaria de Turismo do estado, a Bahia é apresentada como o destino turístico preferencial dos brasileiros. Destino mais comercializado pela maior operadora do país, a CVC, a Bahia tem um fluxo anual de aproximadamente 9 milhões de turistas, segundo a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (2008), onde 94,3 % são de turistas nacionais e 5,7 % de estrangeiros.

Quanto ao fluxo turístico, os principais emissores de turistas para a Bahia são o próprio estado (52%), seguidos de Minas Gerais e São Paulo que, juntos, representam os principais mercados da Bahia. No campo emissor internacional, os principais emissores são os EUA, França, Itália, Portugal, Alemanha, Espanha e Argentina.

Em 2008, a receita turística do estado foi de R\$ 5 bilhões. São Paulo é responsável por 24,8 % desta receita, e os baianos que viajam pelo estado representam 23%.

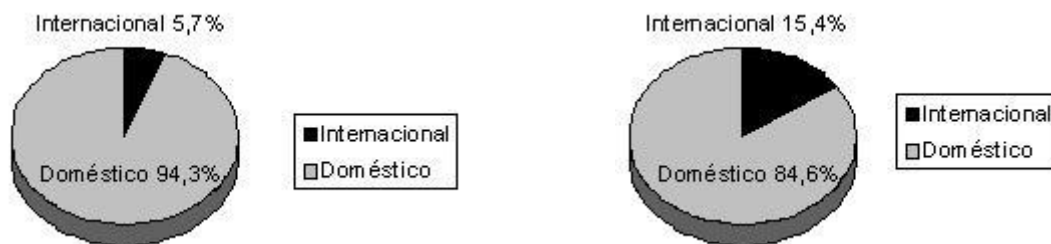
Tabela 6: Bahia: Fluxo e Receita Turística 2008

Estado	Fluxo (%)	Receita (%)
Bahia	52,2	24
Minas Gerais	14,8	20
São Paulo	14,3	24,8
Distrito Federal	3,2	5,9
Rio de Janeiro	2,9	6,9
Sergipe	3,9	2,2
Pernambuco	1,5	0,7
Goiás	1,6	4
Espírito Santo	1,5	1,7
Paraná	0,7	2,4
Rio Grande do Sul	0,7	2
Alagoas	0,7	0,8
Santa Catarina	0,5	1,3
Rio Grande do Norte	0,3	n/i
Outros	1,37	1,1

Fonte: FIPE, 2008; BAHIATURSA, 2011.

No período de janeiro/setembro de 2010, 2,3 milhões de turistas desembarcaram em Salvador pelo aeroporto. Em 2009, o mesmo período registrou 2 milhões de desembarques, representando um aumento de 15%. Outro item positivo é a alta ocupação hoteleira, que registra média acima de 67% - número superior à média considerada ideal pela indústria hoteleira. Em setembro de 2010, o estado obteve o melhor índice dos últimos dez anos para este mês com uma taxa acima de 85%. Para outubro, mês considerado de baixa estação, registro de 71% dos leitos ocupados, seguidos de uma projeção de 85% de ocupação para os demais meses. No Carnaval, a ocupação é de 100% (SETUR, 2011).

Quadro 18: Fluxo Turístico – Bahia



Fonte: SETUR, 2011.

No âmbito da ampla oferta de possibilidades do destino Bahia, os “produtos” Verão e Carnaval estão entre os mais relevantes captadores do montante financeiro deixado pelos turistas anualmente no Estado. Conseguem angariar não só recursos, como também vasto material publicitário e jornalístico acerca de suas variadas “engrenagens” de aparição, tendo a indústria do entretenimento como estratégia principal de atratividade.

Apesar das estatísticas e números favoráveis, é no ambiente acadêmico soteropolitano que a turistização da cidade, do verão e do carnaval de Salvador ganha suas críticas e ponderações mais severas. Dias é defensor da idéia de que Salvador vem sofrendo um processo de “venda” de seus espaços e festas públicas – como o carnaval – para a indústria do turismo, sem contudo efetivar reais melhorias para a maioria da população. Em determinado momento, afirma:

A mundialização soteropolitana, implementada em marcha forçada nos últimos anos, é um jarro quebrado, pois além de não conseguir cumprir as suas promessas de transformações das condições de vida e dignidade da maior parte da população, segmentou, fragmentou e segregou o espaço de tal maneira, que a cada dia fica mais difícil a mediação entre os seus pedaços. (2001, p. 92)

Na polifonia discursiva acerca das transformações ocorridas com a capital baiana e seu carnaval, via turismo, soma-se ainda a estes fatores a mercantilização da cultura local e do próprio *modus vivendi* baiano como emblemático, folclórico e mitificado. Nesta direção, aponta os pensamentos e reflexões de Milton Moura:

Essa formatação mais recente contém o que chamamos de axé music, cultura de carnaval, governantes como ACM, Paulo Souto, César Borges e Imbassahy abraçados com as baianas de acarajé e os capoeiristas, os grandes

intérpretes da música de carnaval, incluindo o Ilê Aiyê, Filhos de Gandhi e outros ícones da nossa cultura musical. (2001, p. 56)

Sendo assim, a Bahia – como destino turístico – tem proporcionado a exaltação da imagem de um Estado moderno, seguro, equilibrado financeiramente, familiar, capaz de bem receber e generoso em belezas naturais e culturais. Esse “progresso” traz turistas, gera empregos, aquece a economia e, assim, melhora as condições de vida da população local. Na contramão, o turismo diminui o orçamento de obras estruturais da cidade, promove melhorias somente em localidades turísticas, concentra o lucro desta atividade nas mãos de uma elite financeira internacional, etc.

5.3.1.2 Verão: o império do \$ol

O extenso litoral – 1100 Km de praias -, a imagem de praias balneáveis durante o ano todo, a divulgação nacional e internacional dos vários destinos turísticos baianos, a marca “Bahia” como sinônimo de alegria e bem viver têm proporcionado índices elevados - e em constante ascendência – de visitação e ocupação da rede hoteleira na alta temporada baiana.

Na cidade de Salvador, o verão é normalmente associado a praias cheias, considerável quantidade de eventos culturais – shows de vários gêneros musicais, peças teatrais, exposições, lançamentos e festivais, entre outros. Com a “eleição” de Salvador como uma das cidades-veraneio do país, parte da população comemora a possibilidade do emprego – temporário ou não.

A configuração do produto “Verão Bahia” une o moderno e o tradicional, o profano e o religioso como elementos que reforçam a estereotipização e apresentam um ethos baiano tradicional, detentor e novíssimo produtor de um extenso calendário festivo sagrado-profano e, também, criativo e hábil negociador de espaços, como a recente indústria do entretenimento, cultura e turismo.

Desta forma, festas centenárias como a Lavagem do Bonfim, Nossa Senhora da Conceição, Rio Vermelho (Dois de Fevereiro/Iemanjá) e Santa Bárbara, entre outras, se misturam ao repertório de novas festas e festivais promovidos pela iniciativa privada e acompanhados pelos órgãos governamentais. Destas últimas, destaque para Bonfim Light, Conceição Light, Festival de Verão e um carnaval cada vez mais mundializado e elétrico.

O carnaval, neste caleidoscópio de veraneio, aparece como o ápice, e as festas que o antecedem, como ensaios que “esquentam as turbinas” e preparam os súditos para a folia momesca.

No verão baiano, outro segmento do mercado turístico que vem apresentando índices crescentes é o de cruzeiros marítimos, que têm nos portos de Salvador, Morro de São Paulo e Ilhéus atracação segura e estratégica para pontos turísticos baianos mundialmente conhecidos. A temporada 2010/2011, segundo a Bahiatura (2011), registra uma expectativa de 135 cruzeiros, que representam o desembarque de 293 mil turistas e excursionistas no estado.

Pode-se dizer, assim que por ar, terra e mar, o Verão Bahia vê chegar turistas. Por satélite, conquista outros – futuros visitantes e residentes – em programas televisivos nacionais transmitidos diretamente de Salvador ou localidades próximas como Costa do Sauípe, Praia do Forte, Vilas do Atlântico, etc.

5.3.1.3 Carnaval: o império da música

A história e desenvolvimento da música nacional está carregada de sonoridade e artistas baianos. Cidade e música vibram em um só acorde. Entrelace e armadilha perfeita para seduzir o outro que, presume-se, sempre ávido por descobertas e experiências. A emancipação (KRIPPENDORF, 1996) também perpassa a curiosidade e necessidade de conhecer e respeitar a cultura do outro.

A expansão da música e do carnaval soteropolitano já alcançou o Brasil e conseguiu romper as fronteiras internacionais. Micaretas – carnavais fora de época –, ensaios de blocos e artistas baianos foram criados pelos quatro cantos do Brasil, enquanto, no Carnaval de Salvador, a presença de artistas e personalidades – nacionais e estrangeiras - é crescente, dada a considerável exposição midiática do evento, que entrou para o *Guinness Book* 2005 como a maior festa de rua do Planeta.

No que se refere à sua mundialização, o Jornal Folha de S. Paulo, em 14/05/2004, tituló uma de suas matérias: “Gilberto Gil e Carlinhos Brown levam Salvador a Barcelona”. Os shows destes dois artistas baianos correspondiam apenas a duas das inúmeras atividades relacionadas à cidade de Salvador, no Fórum Universal das Culturas, realizado naquele país – na mesma semana. Ainda neste evento, foi assinado um convênio de intercâmbio cultural e turístico entre a cidade espanhola e a

baiana. O acordo tem vigência de cinco anos e visa a exportação e implantação do carnaval, com trios elétricos e atrações baianas, em Barcelona. Em contrapartida, a Prefeitura de Barcelona se compromete a “repassar para Salvador os seus conhecimentos nas áreas de planejamento urbano, turismo e biomedicina”.

Segundo o mesmo jornal, a apresentação do então Ministro da Cultura, Gilberto Gil, foi “bastante empolgante, simpática e marcou a abertura do Fórum”. Quanto à apresentação de Carlinhos Brown, lá estavam 54 músicos acompanhantes e um trio elétrico que desfilou pelo Paseo de Gràcia, famosa via da cidade catalã. Antes do “arrastão”, o público aguardado pela organização era de 200 mil pessoas. Findo o desfile, os números oficiais contabilizavam 400 mil participantes... É neste evento que Brown aproveita para registrar as imagens de seu mais recente videoclipe, “Maria Caipirinha”.

No dia 21 de julho do mesmo ano, o mesmo periódico publica: “Salvador exporta tecnologia do Carnaval para Barcelona”:

A presidente da EMTURSA (Empresa de Turismo de Salvador), Eliana Dumêt, disse que o convênio assinado entre as duas prefeituras não está restrito apenas à apresentação dos artistas baianos. Segundo ela, “... Eles querem todo o nosso conhecimento para organizar uma grande festa de rua, como trabalhar com o trânsito, segurança, iluminação, limpeza e atendimento de saúde.

Negociações sendo tramadas entre a EMTURSA e governos de outros países, como Angola e Portugal, no sentido da exportação deste modelo de festa.

Na década de 1990, alguns artistas baianos levaram o carnaval baiano à Flórida, numa parceria entre artistas, governo, empresários e os governantes locais. A idéia, à época bastante arriscada, não se constituiu realidade nos anos seguintes, por conta da necessidade de altos investimentos.

O sucesso da folia carnavalesca soteropolitana confere à cidade de Salvador, ao mesmo tempo, certo ar cosmopolita e de Torre de Babel. Percebe-se, entre seus cantores, músicos e celebridades, um número considerável de artistas do eixo sudeste. Este episódio é percebido no verão, e visivelmente acentuado no Carnaval. Eis que se completa, então, a torre intermediária: artistas, celebridades, jornalistas, turistas, estudiosos, prestadores de serviços e, evidentemente, a população local e sua produção musical massiva comumente veiculada como “música baiana”. Para os súditos da folia e

de Momo, a tranquilidade, pois o “Rei” já solicitou aos artistas da boa terra, a axé music, o samba-de-roda, o pagode, o frevo, o reggae, marchinhas, etc. A Torre de Babel também é sonora...

A espetacularização do carnaval soteropolitano é um dos sinais da modernidade. Emancipou-se. Mundializou-se. É produto turístico formatado, dinâmico e globalizado. Obteve renda mediante negociação do seu espaço e produções simbólicas, além de ter provocado deslocamentos. E, como afirma Ianni:

Em todas as esferas da vida social, compreendendo as empresas transnacionais e as organizações multilaterais, os meios de comunicação de massa e as igrejas, as bolsas de valores e os festivais de música popular, as corridas automobilísticas e as guerras, tudo se tecnifica, organiza-se eletronicamente, adquire as características do espetáculo produzido com base nas redes eletrônicas informáticas automáticas instantâneas universais (1999, p.124).

A legitimação do novo gênero axé music é fato, apesar das sérias críticas que recebeu – e ainda recebe – de músicos, jornalistas, estudiosos da área e parte da população. Odiada e desqualificada por muitos, é também amada por muitos outros residentes, turistas e artistas baianos e brasileiros que se deslocam para Salvador, oriundos de diversas partes do mundo.

O modernismo, a ocidentalização, o pop, o popularizar, a industrialização e a tecnologia aliaram-se à maneira afro-brasileira de ver e tocar o mundo. O sucesso da música produzida para o carnaval de Salvador está, também, na sua multiplicidade. Multiplicidade esta que também encontra inspiração e poesia nos *gringos* que, desengonçados ou não, já fazem parte do cotidiano da cidade, principalmente quando é carnaval. Já participam do ser e estar “baiano” – a conhecida “baianidade” -, que se encontra na procura do olhar do outro que, neste caso, é o simpático e agradável turista - hóspede que chega a conhecer e reconhecer a cidade com mais propriedade e curiosidade que muitos filhos dela.

Um dos maiores hinos do Carnaval baiano evidencia esta multiplicidade, mistura, encontro de raças e crenças. Intitulada *Chame Gente*, dos autores Moraes Moreira e Armandinho, interpretada pelo grupo musical *Armandinho, Dodô e Osmar*, assim relata a folia carnavalesca:

Ah! Imagina só/Que loucura é essa mistura.../Alegria, alegria é um Estado/Que chamamos Bahia/De todos os Santos, encantos e Axé/Sagrado e profano/O baiano é... Carnaval/No corredor da história/Vitória, Lapinha, Caminho de areia/Pelas vias, pelas veias escorre o sangue, o vinho/Pelo

mangue, Pelourinho/A pé ou de caminhão/Não pode faltar a fé/O Carnaval vai passar/Na Sé, ou no Campo Grande/Somos os Filhos de Gandhi, de Dodô e Osmar/Por isso, Chame Chame Chame Chame gente/Que a gente se completa/Enchendo de alegria/A praça e o poeta...É um verdadeiro enxame, chame, chame gente...

É a consolidação da cultura, do espetáculo, da busca da originalidade, em que os próprios autores apresentam a sua felicitação e perplexidade seguida de êxtase perante a mistura e faces múltiplas do carnaval. Parabéns aos residentes e ao turista também, pois da festa participa desde longuíssimas datas.

A presença constante do turista, sua participação entusiasmada e sua figura já incorporada ao cotidiano cidadão chega a ser percebida e exaltada nas letras de artistas locais. Um dos maiores sucessos da década de 90, *We are the world of carnival*, do renomado publicitário baiano Nizan Guanaes, reflete esta relação de já concordada dependência:

Ah! Que bom você chegou/Bem vindo a Salvador.../Coração do Brasil/Vem, você vai conhecer/A cidade de luz e prazer/Correndo atrás do trio/Vai compreender que o baiano é um povo a mais de mil/Que ele tem Deus no seu coração/E o Diabo no quadril/We are Carnival/We are folia/We are the World of Carnival/We are Bahia.

A canção foi composta para ele: o turista. Letra estratégica de aproximação, onde o *ethos* baiano é exaltado. Festa da cordialidade e hospitalidade que tanto marcam a propaganda boca-a-boca e inconsciente dos turistas que já foram e pensam retornar. É a teia de Geertz (1989), em sua acertada definição de cultura, que se começa a formar; o campo cultural como referencial simbólico produzido por homem e para o seu semelhante que traz divisas necessárias. O carnaval, como festa e epifenômeno dos sentidos, ganha mais um personagem: o visitante. É a dinamicidade cultural, a festa, o intercâmbio cultural entre os povos, a contabilidade dos órgãos públicos nos acordos advindos dos trios-elétricos.

A música é baiana, e o que atrai não é somente o som, mas, também, o que este proporciona. Sendo uma música em que a percussividade é relevante, resulta que a corporeidade é automaticamente estimulada. Tal como em *Matrix II*, na festa tribal de *Zion*, a música é som que perpassa com muita facilidade e naturalidade o corpo e a alma.

O turismo cultural de que participa os visitantes nos dias de Momo proporciona uma experiência única de sociabilidade embalada por uma diversidade musical local.

Neste sentido, participar é experimentar – por pouco que seja – do modus vivendi de um povo que tem uma Bahia “mágica” e musical...

A análise dos números referentes ao último quinquênio do Carnaval soteropolitano permite concluir que produção simbólica, configuração e (re) configuração da espacialidade e locus simbólico, podem atrair grande quantidade de cifras aos cofres públicos, além de aquecer a economia local.

Quadro 19: Evolução do carnaval baiano em números

Ano	Tema/Homenagem/Título	Fluxo Turístico (Estadual/Nacional/Internacional)	Empregos gerados	Movimento
2000	500 anos do descobrimento do Brasil 50 anos do trio elétrico 15 anos de axé music.	800 mil	122,9 mil	R\$ 495 milhões
2001	Dorival Caymmi	952 mil	125,2 mil	R\$ 537 milhões
2002	Carnaváfria	993 mil	142 mil	R\$ 602, 35 milhões
2003	Alegria: O tempero da Bahia (Homenagem às baianas de acarajé)	950 mil	184 mil	R\$ 625 milhões
2004	Viva o povo brasileiro	1 milhão	209.692 mil	R\$ 900 milhões
2005	Carnaval na Bahia, a cada ano mais alegria	Não informado	220.087 mil	US\$ 87 milhões
2006	O coração do mundo bate aqui	1 milhão	233.789 mil	US\$ 94 milhões
2007	O coração do mundo bate aqui – Homenagem ao Samba	1 milhão	241,5 mil	R\$59, 8 milhões
2008	Capoeira	n/i	n/i	n/i
2009	Afoxés	1 milhão	219,3 mil	R\$ 1,07 bilhão ⁹²
2010	60 anos do trio elétrico	n/i	n/i	n/i
2011	Percussão	n/i	n/i	n/i

Fonte: SALTUR.

⁹² O modelo de cálculo da movimentação econômica do carnaval soteropolitano foi modificado a partir de 2009, resultando num aumento significativo destes indicadores. Para os órgãos governamentais relacionados à organização e fruição da referida festa, passou-se a considerar que o carnaval atinge todo o verão, iniciando suas atividades econômicas a partir de outubro. A pergunta utilizada para indicar recurso proveniente do carnaval é: “Se não houvesse o carnaval, este recurso seria gerado?”. Os números registrados estão restritos às transações comerciais que geraram notas fiscais. Há um equívoco nesta compreensão, pois o Carnaval, enquanto dinâmica econômica, movimenta recursos nos doze meses, a partir da venda de abadás, camarotes, reserva de hotéis, vestuário, entre outros. Os estudos anteriores contemplavam a relação entre fluxo turístico e geração de receita, a partir do espaço compreendido por cinco dias antes, durante e cinco dias depois da folia.

Com base nos dados e indicadores oficiais⁹³, a folia soteropolitana tem razões de sobra para a alegria. Para os gestores governamentais, os números apresentam o sucesso da dinâmica cultural de uma cidade que se apresenta com ares modernos e que proporciona aos seus residentes, turistas e excursionistas produtos altamente diversificados, qualificados, competitivos e adaptados às leis do mercado.

Apenas para citar alguns números acerca do Carnaval de 2009, a presença de um milhão de visitantes foi percebida pelos órgãos públicos com a seguinte divisão: 400 mil de fora do Estado ou do país e 600 mil oriundos de municípios baianos.

Dentre as atrações oferecidas em 2009, destaca-se, oficialmente, a participação de 241 entidades carnavalescas, divididas em 17 afoxés, 64 blocos-afro, 20 blocos alternativos, 33 blocos de trio, 02 blocos de índios, 05 infantis, 17 de percussão, 10 de percussão e sopro, 12 de travestidos, uma orquestra, 19 de samba, 05 especiais, 06 pequenos grupos, 22 trios independentes, 09 orquestras. Acrescenta-se, ainda, a contratação de mais 130 grupos musicais para apresentações em pontos estratégicos do evento, além de *shows* em bairros distantes dos três grandes circuitos.

A interdição de 26 Km de ruas, avenidas e praças tem o necessário objetivo de acomodar e facilitar a participação diária de dois milhões e 200 mil foliões e brincantes.⁹⁴ Vêm sendo utilizadas 950 placas numeradas em postes, visando facilitar a localização e encontro dos partícipes. A Prefeitura ainda disponibilizou, em bairros consideravelmente populosos como Itapuã, Liberdade, Cajazeiras e Periperi, uma extensa lista de apresentações musicais, com o claro intuito de reter a população destes, evitando um inchaço ainda maior nas vias de fato e festa.

Quanto à imprensa, o Carnaval de Salvador de 2009 registrou um credenciamento de 2.198 profissionais, sendo 1.766 da imprensa local, 372 da imprensa nacional e 60 da imprensa internacional. Tal participação e cobertura proporcionaram ao evento uma transmissão de 161 horas em rede local, 66 horas em rede nacional e mais

⁹³ Foram utilizados os dados fornecidos pela Empresa de Turismo de Salvador – SALTUR, órgão oficial responsável pela organização do Carnaval de Salvador. Para estes indicadores, a organização se municia, em especial, de pesquisas e números da BAHIA TURSA – órgão estadual de turismo –, além das secretarias estaduais de cultura e de turismo, IBGE, Ministério do Turismo, Infraero, Secretaria de Planejamento, Polícia Militar, Limpurb, Conselho do Carnaval, Indústrias de Bebidas, Trade Turístico representado pela ABIH-Ba, Associação dos Taxistas de Apoio a Hotéis e Turismo, Terminal Rodoviário de Salvador – Sinart, Porto de Salvador – CODEBA, Associação dos Blocos de Trio – ABT, Associação dos Blocos Afros e Sindicato dos Barraqueiros. Uma questão preocupante é a não padronização dos relatórios que apresentam os indicadores da festa, com alta variação das informações apresentadas, tais como fluxo de turistas e visitantes do estado; movimentação econômica ora apresentada em real, ora em dólar; atualização irregular, onde em março de 2011, ainda não havia sido disponibilizada os indicadores do Carnaval de 2010.

de 100 horas em rede internacional – cerca de 180 países. Ainda com base em dados oficiais, foi registrado o consumo de 10 milhões de litros de cervejas, 08 milhões de litros de refrigerante e 05 milhões de litros de água mineral.

O envolvimento e a participação de patrocinadores também têm apresentado evolução, mas valores que ainda não sinalizam uma considerável diminuição dos recursos governamentais na festa. Além das cotas de patrocínio de maior volume financeiro que, invariavelmente, ficam com as cervejarias e instituições financeiras, em 2009 também foram expostas 228 marcas nos circuitos carnavalescos, ruas e avenidas soteropolitanas.

5.3.2 O mercado da música na Bahia contemporânea

A repercussão e o sucesso massivo conferido à “música baiana” no início da década de 1980, logo convertida em intensas e disputadas agendas de shows pelo Brasil – principalmente -, também se configurou em poderio econômico para um grupo reduzido de artistas e empresários musicais que continuaram residindo, e, não raro, (re)investindo parte do capital no mercado da música em Salvador.

Neste sentido, investimentos foram realizados em novos estúdios, tecnologia de gravação, trios-elétricos, agenciamento e promoção de shows e micaretas, editoras musicais e gestão do direito autoral, auto-agenciamento artístico, além de agenciamento de artistas de outras cidades e capitais, blocos e camarotes no carnaval de Salvador e demais eventos carnavalescos. Os artistas, devidamente enriquecidos por seus sentidos e performances, carismas e repertórios, também se locupletaram de outras capacidades e atividades, tais como se notabilizaram como eminentes agentes de propaganda para marcas e empresas, nacionais e transnacionais, com atividades não restritas ao período e dinâmica do carnaval.

O mercado da música na Bahia contemporânea é amplo e promissor para artistas, autores, empresários, técnicos e demais profissionais do setor, e a aceitabilidade dos gêneros, massivos ou não, se configura realidade a partir de execuções públicas radiofônicas, mas, também, de circuitos independentes de rádios populares e comerciais, um reflexo e consequência do impacto das novas tecnologias no consumo cultural mundial.

⁹⁴ Fonte: Polícia Militar do Estado da Bahia.

Para muitos autores (MIGUEZ, 2002; ALMEIDA; PESSOTI, 2000), o sucesso da música baiana atraiu para o estado, etapas secundárias da produção musical, em forma de terceirização, a partir de atividades como a seleção do repertório, arranjos e gravação, restando às maiores corporações da indústria fonográfica a responsabilidade sob as etapas mais lucrativas: prensagem e distribuição.

Todas as etapas da produção musical de um disco podem ser feitas na Bahia: criação e escolha do repertório, seleção de músicos e arranjadores profissionais, definição da forma que tomará a música gravada, gravação e mixagem do CD (ALMEIDA; PESSOTI, 2000, p. 101).

A idéia central destes autores é da viabilidade econômica do disco e da indústria fonográfica assentada na distribuição do álbum finalizado, apesar dos altos custos das campanhas promocionais dos produtos, especialmente em rádio e televisão. A manutenção de uma banda no eixo Rio-São Paulo para divulgação é dispendiosa economicamente, além de implicar, invariavelmente, na reserva ou “bloqueio” de agenda para esta divulgação.

No surgimento e fortalecimento do campo dos estúdios de gravação em Salvador⁹⁵, aspecto que, neste assunto, Wesley Rangel e a WR Discos são emblemáticos, os autores reiteram a necessidade de altos investimentos em instalações, tecnologia e formação técnica. Para Miguez (2002, p. 309),

Especializada na etapa menos rentável do mercado fonográfico, isto é, a produção e gravação de discos, a indústria da música na Bahia, quando considerada isoladamente, não chega a produzir grande impacto na economia do Estado.

Para Guimarães (1996), o surgimento da axé music, e, conseqüentemente, do campo de estúdios musicais de gravação em Salvador, potencializou o mercado musical local, ampliando as oportunidades de registro fonográficos para outros estilos e gêneros musicais presentes no estado. Para Miguez (2002) são diversos os aspectos positivos deste mercado musical massivo baiano contemporâneo, onde a indústria da música engloba inúmeras outras atividades relevantes e indissociáveis da produção, com destaque, no caso Bahia, para a franquia de blocos carnavalescos e a agenda anual de shows e micaretas, entre outros.

⁹⁵ Destaque para Alcyvando Luz, Jorge Santos e Wesley Rangel.

Moura (2001) transcende estas questões para aspectos subjacentes ao processo aqui abordado, tais como a legitimação e distinção social daqueles que tinham suas composições registradas em fonogramas ou conseguia frequentar o estreito ambiente de estúdios da época, realçando, principalmente, questões pertinentes ao aumento da auto-estima que a produção musical local oportunizava.

O Ilê Aiyê havia gravado seu primeiro disco em 1983. O Olodum lançou o seu em plena era *Faraó*, quando já explorava o tema Madagascar. Ainda em 1987, diversas bandas arregimentadas de forma artesanal gravavam discos. Um único empresário montou a Raízes do Pelô, a Terceiro Mundo e a Reflexu's. Esta demanda excitou sobremaneira os pequenos compositores dos bairros populares, que freqüentavam diariamente o Centro Histórico em busca de canais de sucesso. No mesmo ano, o Araketu também lançou seu primeiro disco. Para os artistas e demais componentes desses blocos e bandas, isto significava uma extraordinária legitimação; um reconhecimento que, mesmo parcial, representa como que uma certa *oficialidade* alcançada. Era um crescendo de shows, campanhas políticas, ensaios e entrevistas no rádio. Ver-se na tela e ouvir-se no rádio, saber-se visto, ouvido e admirado por um público amplo era a consagração do desempenho desses profissionais e militantes do afro (MOURA, 2001, p. 220).

O samba reggae como música popular e elemento relevante na construção de identidades, de auto-afirmação, legitimação, distinção e pertença, tal como destaca Frith (1996) em suas análises sobre música e identidade.

Ainda quanto ao surgimento da figura do agente empresarial no mercado musical baiano, destaca:

Seja no âmbito do rádio e da televisão, seja no dos estúdios, seja ainda naquele da montagem de bandas, desponta aí nitidamente a figura do empresário musical na cena do Carnaval. A articulação entre cada setor deste conglomerado e entre estes setores e um bloco de parlamentares vai corresponder a uma teia firmemente armada que passa a gerir, então, o grande negócio da música carnavalesca baiana, já chamada, tanto em Salvador como em outros estados, de *axé music*. (Ibid., p. 221)

A legitimação e a acentuada empresarização da atual música baiana tornaram artistas em empresários, onde as novas tecnologias se configuram, até então, como ferramenta de divulgação de seus inúmeros negócios, em especial o segmento show. Os quadros abaixo, referentes ao ano de 2010, comprovam a legitimação da música baiana,

a partir da axé music ou pagode, evidenciando a referencialidade dos autores baianos e suas músicas no *ranking* do ECAD⁹⁶.

Quadro 20: ECAD - Ranking dos Autores com maior rendimento em 2010

1	Victor Chaves
2	Sorocaba
3	Nando Reis
4	Roberto Carlos
5	Dorgival Dantas
6	Euler Coelho
7	Paul Mc Cartney
8	Lulu Santos
9	Erasmio Carlos
10	Djavan
11	Jorge Ben Jor
12	Rick
13	Herbert Vianna
14	Caetano Veloso
15	Carlinhos Brown
16	Gilberto Gil
17	Durval Léllys
18	Manno Góes
19	Cesar Augusto
20	John Lennon

Fonte: ECAD, 2011.

O compositor Victor Chaves, da dupla Victor e Léo, ocupa o primeiro lugar há três anos, o que acaba demonstrando a representatividade do gênero sertanejo/pop/romântico. Neste *ranking*, dentre os autores baianos, destacam-se Carlinhos Brown, Durval Léllys e Manno Góes, assim como Roberto Carlos, participam deste seletor grupo, com regularidade, há quase duas décadas.

O compositor Sorocaba - da dupla sertaneja Fernando e Sorocaba -, é o responsável pelas principais obras de trabalho da dupla e, também, do cantor Luan Santana. Entre suas obras, destacam-se Meteoro, Tô de cara, e Adrenalina.

O quadro acima é produzido a partir de todos os segmentos de execução pública mensal como shows, eventos, rádio, TV, música ao vivo, sonorização ambiental, e apresenta, ainda, de forma implícita, a relevância da articulação dos agentes da indústria cultural, campo música, com a engrenagem de divulgação e publicização oportunizada

⁹⁶ Os autores baianos considerados nesta pesquisa são aqueles que participam ativamente da música baiana massiva e residem em Salvador. Neste sentido, a pesquisa não contempla compositores como Caetano Veloso e Gilberto Gil, que, esporadicamente, têm inúmeras participações na cena musical baiana massiva contemporânea, mas residem no Rio de Janeiro, onde estão sediadas suas editoras.

pelos meios de comunicação. Em outras palavras, um conjunto considerável de rádios potencializando as apresentações musicais.

Quadro 21: ECAD - Ranking dos Autores com maior arrecadação em Shows 2010

1	Victor Chaves
2	Paul Mc Cartney
3	3 - Sorocaba
4	Durval Lelys
5	John Lennon
6	Carlinhos Brown
7	Manno Góes
8	Jorge Ben Jor
9	Dorgival Dantas
10	Alexandre Peixe
11	Nando Reis
12	Euler Coelho
13	Herbert Vianna
14	Beto Garrido
15	Lulu Santos
16	Alaim Tavares
17	Rick
18	Bell Marques
19	Pinochio
20	Thiaguinho

Fonte: ECAD, 2011.

No segmento *show*, amplia-se, consideravelmente, a representatividade da música baiana⁹⁷ no mercado musical nacional e internacional, destacando o protagonismo de sete compositores baianos – Durval Lélyls, Carlinhos Brown, Manno Góes, Alexandre Peixe, Beto Garrido, Alaim Tavares e Bell Marques – na listagem dos 20 maiores arrecadadores de *shows*. O quadro abaixo complementa as afirmações anteriores

⁹⁷ Ranking elaborado exclusivamente a partir dos rendimentos oportunizados por 41.573 shows musicais devidamente legalizados em 2010. Como resultado do crescimento da arrecadação deste segmento quanto do aumento da estrutura de captação das músicas, foram distribuídos valores referentes a 1.220.852 execuções musicais captadas pelo Ecad, e o valor total repassado aos milhares de titulares provenientes deste segmento foi de R\$ 57.024.621,30.

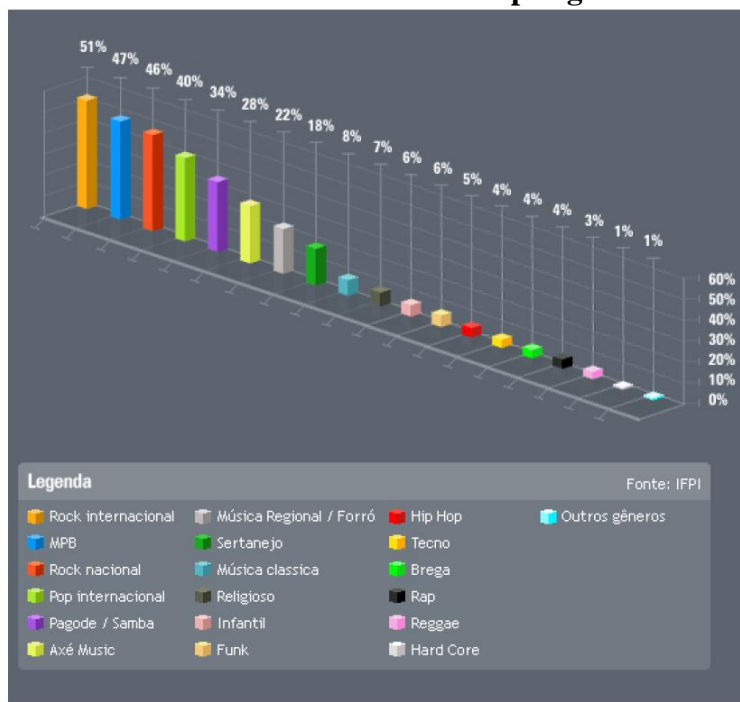
Quadro 22: Ranking das músicas mais executadas em Shows 2010

Posição	Música	Intérprete	Autor(es)
1	Chora, me liga	Vários	Euler Coelho
2	Praieiro	Jammil e uma Noites	Manno Góes
3	Quebra aê	Asa de Águia	Durval Lelys
4	Beijar na boca	Cláudia Leitte	Blanch Van Gogh e Roger Tom
5	100% você	Chiclete com Banana	Alexandre Peixe e Beto Garrido
6	Pode chorar	Vários	Dorgival Dantas
7	País tropical	Vários	Jorge Ben Jor
8	Rebolation	Parangolé	Nenel e Léo Santana
9	A fila andou	Chiclete com Banana	Alexandre Peixe e Beto Garrido
10	Extravasa	Cláudia Leitte	Adson Tapajós, Jean Carvalho, Zeca Brasileiro e Sérgio Rocha
11	Cadê Dalila	Ivete Sangalo	Carlinhos Brown e Alaim Tavares
12	Borboletas	Victor e Léo	Victor Chaves
13	Você não vale nada	Calcinha Preta	Dorgival Dantas
14	Na base do beijo	Ivete Sangalo	Alaim Tavares e Rita de Cássia
15	Meteoro	Luan Santana	Sorocaba
16	Não quero dinheiro	Vários	Tim Maia
17	Eva	Vários	Katamar, Ficarelli e UMT0 - Umberto Tozzi
18	Coração	Tomate	Dorgival Dantas
19	Beber, cair e levantar	Vários	Bruno Caliman, Marcelo Marrone, Thiago Basso
20	Simbora	Asa de Águia	Daniel Ramon e Rafael Pereira

Fonte: Elaboração do autor a partir do relatório do ECAD.

Das 20 músicas que integram o *ranking* acima, 12 obras são vinculadas diretamente ao repertório da música baiana. Por outro lado, músicas como País Tropical (Jorge Bem Jor), esteja vinculada, em sua origem, a outro gênero, também são executadas pelas bandas e intérpretes baianos em suas maratonas de apresentações musicais. Toca-se o que está em evidência na mídia, vide os sertanejos/românticos, como também os “clássicos” de qualquer festa.

Em 2006, a ABPD e a IFPI realizaram pesquisa sobre a demanda nacional de gêneros musicais nos veículos eletrônicos, e a axé music ocupava a sexta posição, com 28%, contra 18% do gênero sertanejo, que, à época, ocupou a oitava colocação.

Figura 9: Demanda nacional na internet por gêneros musicais

Fonte: ABPD, 2006.

5.3.2.1 O mercado de trios elétricos

Outro aspecto a ser destacado é o mercado nacional de trios elétricos, peça indispensável ao modelo de festa apoiado na música e artistas baianos, assim como eventos do tipo comício, aniversário de cidades, inauguração de espaços, entre outros. O motorista de trio elétrico Antônio Lima Lopes Júnior⁹⁸, comumente conhecido como Piolho, dirige há oito anos, e informa:

Houve uma explosão de trios no Brasil. Existem mais de trezentos trios... É um mercado competitivo, com baixo valor de mercado, e muita quebra de preço. Trios tradicionais como Valneijós e Tiete Vips saíram do mercado e/ou foram vendidos e tiveram suas marcas mudadas. A família de Valneijós fez isso, após a sua morte.

No Carnaval de Salvador, a inspeção dos trios é feita de forma rigorosa e os motoristas passam por palestras organizadas pelo Departamento Estadual de Trânsito – DETRAN. Para o carnaval de 2011, os motoristas de trios elétricos tiveram de assistir a palestras sobre Cidadania e Meio Ambiente; Bom Relacionamento no Circuito; Como

⁹⁸ Entrevista concedida em 04 de abril de 2011. O motorista Piolho aprendeu o ofício de dirigir carreta com o pai, Sr. Antônio Lima Lopes, primeiro motorista do bloco Corujas.

Conduzir Defensivamente no Circuito; Como está a sua Saúde Emocional?; Momento Quizz.

Quadro 23: Mercado de trios elétricos

Trio Advance	Salvador/BA	Trio Mamute	Salvador/BA
Trio 4vias	Goiânia/GO	Trio Matrix	Coroatá/MA
Trio Alucinante	Vitória/ES	Trio Mega Hobby	Salvador/BA
Trio Amazonia	Recife/PE	Trio Metrô	Macau/RN
Trio Anaconda	Apodi/RN	Trio Millenium	Recife/PE
Trio Asas da América	Recife/PE	Trio Mix	Recife/PE
Trio Avancini	Itabela/BA	Trio Navegador	Salvador/BA
Trio Axé e Cia 1 e 2	Rio de Janeiro/RJ	Trio New Eletrônico	Aracajú/SE
Trio Axé Mania	Aracati/CE	Trio Ospal	Aracajú/SE
Trio Bacana	Recife/PE	Trio Ovny	Pendências/RN
Trio Backstage/Capilé	Coroatá/MA	Trio Oxigênio	Recife/PE
Trio Balada	Recife/PE	Trio Pantera Fashion	Pirangi/RN
Trio Barretão	Alagoinhas/BA	Trio Pantera Pop Star	Gravatá/PE
Trio Batuke	Recife/PE	Trio Papão	Recife/PE
Trio BBzão	Aracajú/SE	Trio Parajós	Feira de Santana/BA
Trio BBzão/ECotrio	Aracajú/SE	Trio Pesadão	Salvador/BA
Trio Beleza Pura	Florianópolis/PI	Trio Pileque II	Recife/PE
Trio Bessa	Salvador/BA	Trio Porrada	Salvador/BA
Trio Bradock	Aracati/CE	Trio Raça	Aracati/CE
Trio Chega Mais	Recife/PE	Trio Radiofon	Salvador/BA
Trio Cyclone	Feira de Santana/BA	Trio Rex Skydome	Salvador/BA
Trio Cygnus	Salgueiro/PE	Trio RG	Salvador/BA
Trio Demolidor	São Paulo/SP	Trio Selva Nua	Recife/PE
Trio Diamante	Recife/PE	Trio Som Bahia	Lago da Pedra/MA
Trio Dragão	São Paulo/SP	Trio Star	Recife/PE
Trio Eldorado	Codó/MA	Trio Top 69	Salvador/BA
Trio Energia	Recife/PE	Trio Tornado	Salvador/BA
Trio Estrelar	Salvador/BA	Trio Tripodão	Salvador/BA
Trio Faraó	Recife/PE	Trio Tutti-Frutti	Recife/PE
Trio FreeWay	Salvador/BA	Trio Twister 1	Feira de Santana/BA
Trio Gladiador	Florianópolis/PI	Trio Twister 2	Feira de Santana/BA
Trio Guinness	Recife/PE	Trio Ventury	Upanema/RN
Trio Gula	Aracajú/SE	Trio Vitória Régia	Salvador/BA
Trio Interprise	Vitória/ES	Trio Voyage	Aracajú/SE
Trio Jampa	Areia Branca/RN	Trio Walkstage	Salvador/BA
Trio Jóia	Salvador/BA	Trio Xterra	Guamaré/RN
Trio Kaxorrão	Aracajú/SE	Trio Zeus	Recife/PE

Fonte: Antônio Lima Lopes Júnior.

Uma parcela relevante dos artistas/empresários e empresários da música baiana também são proprietários e gestores de trios elétricos e carros de apoio. Estratégia que visa diminuição de custos ao longo do ano, mas, também, garantir som, iluminação, *design* e estrutura de qualidade.

6. OS EMPREENDEDORES INSTITUCIONAIS E A GESTÃO DA OBRA MUSICAL NA BAHIA

6.1 A obra musical como ponto de partida

Indubitavelmente, a obra musical é o ponto de partida, o que, historicamente, sempre evidenciou o papel do editor como intermediário. Entretanto, uma análise mais atual, Porter (1989) trata da reconfiguração da cadeia de valores, realçando as “vendas diretas ao invés de vendas indiretas” e “novos canais de distribuição”. Ou seja, tanto o artista quanto o autor se beneficiam com a redução de intermediários. O fator preponderante é que a editora Musical, no caso da música baiana massiva, deixa de ser intermediária, posto que, majoritariamente, as audições musicais e decisões acerca do repertório são de responsabilidade do próprio artista que, não raro, também é o proprietário da editora. Em outros momentos, ainda em Salvador, é comum os autores procurarem estes artistas e não editoras musicais (vendas diretas) para a apresentação de repertórios.

Ao passo em que o autor funciona como fornecedor da obra musical para os grupos, bandas e artistas, ele é o maior cliente do editor e/ou artista/autor/editor, que lhe deve prestar um serviço eficiente. Nesta direção, o que é imperativo termina por realçar aspectos particulares na administração da obra musical.

(...) Sob o padrão da cultura organizacional dominante, os procedimentos de gestão, orientados para um processo de individuação, mais do que de socialização, acabam por gerar incontáveis conflitos. Desconsiderando as especificidades do processo de simbolização, tais iniciativas geram respostas “defensivas” por parte dos seus diversos atores sociais (FISCHER e FERRAZ, 2001).

A Bahia com seus artistas/autores/editores reverte a histórica compreensão do editor enquanto mero intermediário – vide quadro abaixo. Sobre a visão clássica, eis um recente depoimento:

(...) A música é o ponto de partida da indústria fonográfica. De saída, há o(s) compositor(es) que escreve(m) a canção (música e letra) e a entrega(m) para um intermediário, que é o editor. A partir de um contrato o compositor, o editor passa a ter direitos de exclusividade sobre a canção. Em seguida, o editor – o “empresário do compositor”- entra em contato com um produtor para que o autor ou outros artistas possam gravar a composição”. (ALMEIDA e PESSOTI, 2000).

Sendo assim, as especificidades do campo da gestão da obra musical na Bahia exigem adaptações desta corrente teórica clássica. O artista/autor/editor surge num cenário onde é, entre outras atividades, o gestor dos eventos e de sua própria carreira.

FIGURA 10: TEIA RELACIONAL DA OBRA MUSICAL (CASTRO, 2007)

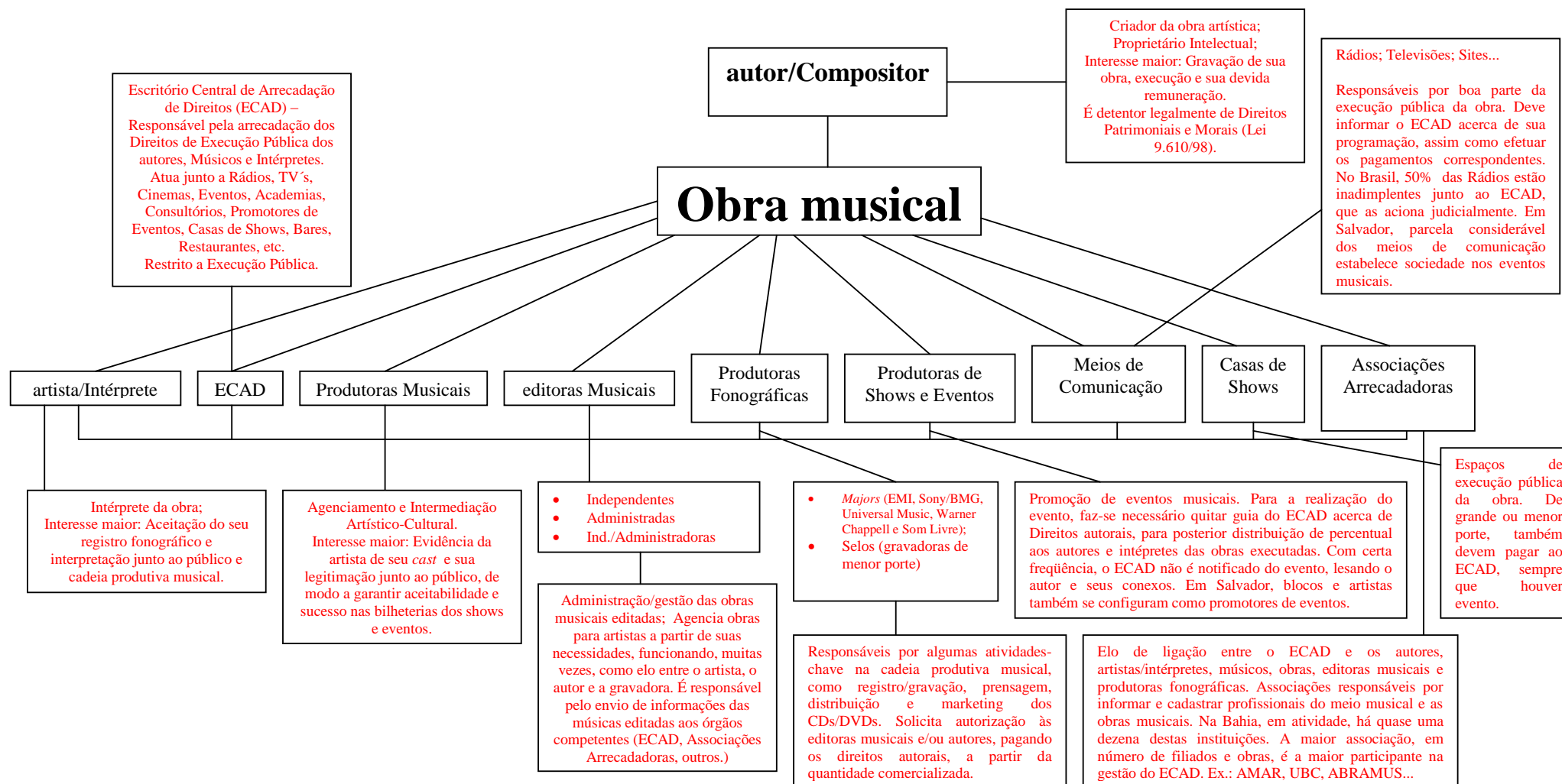
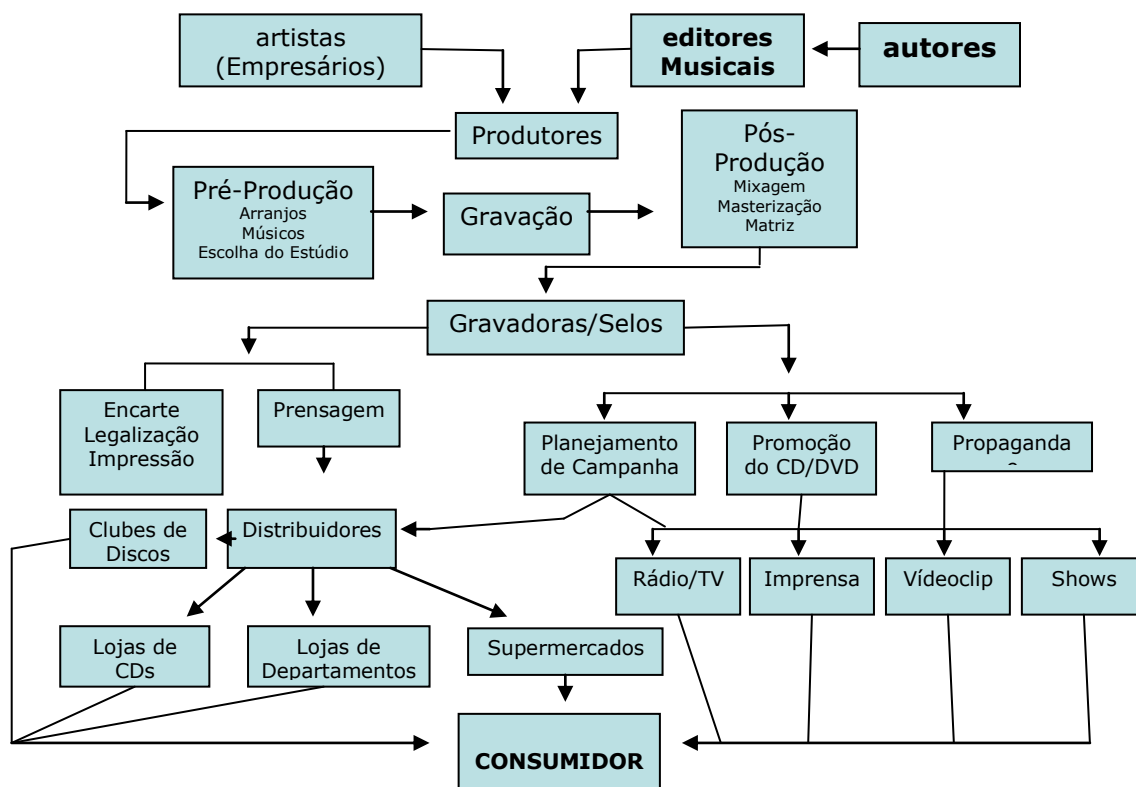


Figura 11: Teia relacional da obra musical



Fonte: Pesquisa de campo do autor, 2009.

Figura 12: Cadeia de Valor – Do autor ao Consumidor



Fonte: FINK *apud* ALMEIDA e PESSOTI, 2000.

Em se tratando de profissionalização, o conceito utilizado enfoca:

(...) uma maneira específica de se exercer uma ocupação e de estabelecer relações no mundo do trabalho. (...) Ele valoriza o conhecimento abstrato, a formação nos cursos superiores, o controle do mercado pelos pares, a autonomia para realizar diagnósticos, a prestação de serviços especializados com qualidade e independente dos interesses dos clientes, do Estado e do mercado (BONELLI, 2002, p. 16).

A edição musical é atividade que necessita de fatores e aspectos inter-relacionais. Da subjetividade do processo composicional à normatização de órgãos como ECAD, por exemplo, inúmeros profissionais integram esta cadeia: advogados, publicitários, músicos, arranjadores, técnicos, jornalistas, radialistas, artistas, empresários, entre outros.

Compreendendo que o competitivo mercado da música é iniciado com a obra, e que a gestão da obra também envolve negócios, estratégias de posicionamento no mercado, conseqüentemente, gestão, conceitua-se estratégia competitiva enquanto “(...) busca de uma posição competitiva favorável em uma indústria, a arena fundamental onde ocorre a concorrência” (PORTER, 1989, p. 02), evocando, ainda, a necessidade de seu surgimento a partir da “(...) compreensão sofisticada das regras da concorrência que determinam a atratividade da indústria” (Ibid., p. 03).

6.2 A edição musical

Na cadeia produtiva musical, a etapa conhecida como Edição Musical é o processo pelo qual o compositor cede e transfere os direitos de administração de sua propriedade intelectual – neste caso, a obra musical –, para uma organização/empresa legalmente constituída junto ao Ministério da Fazenda. Esta etapa pode ter temporalidade acordada entre as partes. A atividade de edição musical está amparada pela Lei de Direitos autorais (9.610/98), além de Convenções e Tratados Internacionais, nos quais, o Brasil é signatário de todos⁹⁹.

Atualmente, as editoras musicais são as responsáveis pela arrecadação e pagamento de direitos autorais obtidos da comercialização de produtos fonográficos e audiovisuais; legalização das obras e autores junto às Associações Arrecadoras, e, posteriormente ao ECAD; acompanhamento e controle das liberações e pagamentos

relativos aos direitos autorais junto às gravadoras *Majors* e selos musicais independentes¹⁰⁰; assim como intermediárias entre o circuito comercial – produtores musicais – e os autores.

No sítio eletrônico da emblemática gravadora, produtora e editora baiana WR, de propriedade de Wesley Rangel, a definição de editora e sua funcionalidade podem ser assim compreendidas:

EDITORA DE MÚSICA é uma entidade formada para representar o autor em todos os atos jurídicos e patrimoniais. Quando o autor assina um CONTRATO DE EDIÇÃO com a editora este cede e transfere todos os direitos patrimoniais sobre a obra musical ou lítero-musical, recebendo em troca um percentual acertado em contrato que normalmente varia entre 70% e 80% de tudo o que for arrecadado no Brasil da obra musical e 50% do arrecadado no exterior. A EDITORA poderá praticar, em nome próprio, todos os atos necessários à exploração da obra deste AUTOR, dar autorização para a gravação fonomecânica, fixar preços. Para resumir, a EDITORA MUSICAL, funciona como um "procurador" do autor buscando defender sua obra, comercializá-la e proceder as arrecadações provenientes do seu uso (WR, 2011).

Com a reestruturação do mercado fonográfico mundial, a partir da pirataria e dos avanços tecnológicos que estão cada vez mais presentes no cotidiano, a gestão da obra musical redirecionou suas atividades – antes focadas prioritariamente na arrecadação e pagamento de direitos autorais, via fonomecânicos (venda de CDs/DVDs) – para outros segmentos como autorização para os *ring tones* e *real tones*, mercado da música digital, e, principalmente para a arrecadação de direitos de execução pública (Quadro 3), além da própria produção fonográfica de artistas locais e/ou nacionais.

Transitando entre o artista e o compositor, o editor Musical é relevante na gestão da obra musical, posto que uma vez a obra editada – e, dependendo dos termos do contrato de edição –, passa a ter mais autonomia e controle sobre a obra do que o próprio autor.

Considerando que boa parte das editoras baianas está atrelada a produtoras cujos proprietários são os próprios artistas e/ou seus agentes, não raro, o compositor passa a ter uma relação desproporcional, pois boa parte das edições de obras utiliza o critério de “Tempo Indeterminado”; ou seja, a administração da obra é contínua e irreversível,

⁹⁹ Existe, ainda, a Associação Brasileira de editoras Musicais (ABEM) que orienta e informa suas associadas sobre as oportunidades do mercado, legislação e novidades acerca da administração da obra musical.

¹⁰⁰ Gravadoras menores, com poucos recursos e estrutura de distribuição própria.

muitas vezes. Em muitos casos, o autor desconhece os destinos de sua obra e o ato de edição é apresentado como obrigatório e indispensável – beirando “barganha” e “ameaças” – para a gravação da mesma. Por outro lado, há registros de negociação de obras musicais onde o autor é quem tem o poder de decisão, excluindo o processo de edição, com autorizações diretas, temporárias e sem exclusividade.

Sob outra ótica, a do artista, na trama contemporânea engendrada pelos avanços da telemática¹⁰¹ e da reestruturação pós-capitalista/fordista, dos avanços das transnacionais nos novos mercados, e do competitivo mercado de eventos musicais e entretenimento, a administração da carreira musical deve ser estratégica, onde o artista/autor/editor representa a tomada de poder pelo próprio artista.

Esta etapa, marcada pela nacionalização do processo de produção fonográfica, tem início na década de 1970, a partir da iniciativa de artistas musicais descontentes com os modelos gerenciais exclusivistas das transnacionais em atividade no Brasil à época (DE MARCHI, 2005; ALMEIDA; PESSOTI, 2000). Dentre eles, destacam-se Chico Buarque, Caetano Veloso, Ivan Lins, Gilberto Gil, Ronaldo Bastos, Djavan e, mais recentemente, artistas e grupos como Roupas Nova, Marisa Monte, Flávio Venturini, Zeca Pagodinho, Tom Zé e Tom Jobim.

Este processo pode ser analisado também a partir da reestruturação pós-fordista do capitalismo, via acumulação flexível (HARVEY, 1992), onde a indústria fonográfica mundial redirecionou suas atividades, terceirizou etapas e expandiu-se para novos mercados. No Brasil, a aliança com os artistas nacionais favoreceu estes que, em muitos casos, adquiriram conhecimentos e propriedades na gestão. A propriedade dos fonogramas, da gestão das obras, entre outras.

A produção cultural se constitui como elemento distintivo, tipificando sujeitos e suas representações sociais desejadas a partir deste com o outro. Sendo assim, autores, editores e artistas/autores/editores enquanto *marcas* e referenciais de significação, estão ativas no processo de procura da distinção e das relações mercadológicas. Se apoiando nas concepções de Castoriadis sobre o simbólico, Norberto (2004) afirma que marcas se alimentam do imaginário.

¹⁰¹ Telemática entendida enquanto conjunto resultante da articulação entre os recursos das telecomunicações (telefonia, satélite, fibras óticas, etc) e da informática (computadores, periféricos, softwares e sistemas de redes), que possibilitam o processamento, a compressão, o armazenamento e a comunicação de grandes quantidades de dados (texto, imagem e som), em curto prazo de tempo, entre usuários localizados em qualquer ponto do Planeta.

Uma editora Musical é, sobretudo, uma *marca* também constituída de um feixe de relacionamentos: mídia, produtores de espetáculo, autores, técnicos, gravadoras, etc. – vide cadeia produtiva. Enquanto marca, uma editora é um mediador entre o produtor e o mercado. Mas então, como se cria uma marca? Para Norberto Silva (2004), uma marca é um campo simbólico que se alimenta do real (o histórico de seus produtos e obras) e do imaginário (através da comunicação). Nos casos em que o autor se torna uma *marca* conhecida, pode sobrepor-se à marca da editora. Caso isto aconteça, é o autor que passa a referenciar a editora. Esta é uma situação propícia para criar uma marca própria, ou seja, uma editora Musical ou um pseudônimo de prestígio, por exemplo.

O produto musical “musica popular” pode ser analisado pela lógica do objeto de consumo descrito por Baudrillard (1995), onde é submetido à lógica formal da moda, submetido à lei da renovação permanente. Para tal, as relações com a mídia são essenciais e imprescindíveis. Não basta criar uma inovação; é preciso colocar o novo produto no horizonte de sentidos do consumidor, fazendo com que ele seja percebido como superior ao produto concorrente. Sendo assim, a luta concorrencial se dá também na esfera simbólica.

Passando à relação entre Cultura e Desenvolvimento, ou seja, Produção Simbólica e Mercado, a associação e vinculação entre produção artística e desenvolvimento econômico não é recente. Na contemporaneidade, observa-se uma reciprocidade fatorial entre os aspectos econômicos e os estéticos. A música, enquanto objeto de fruição artística, agente estético e elemento impulsionador de sociabilidades, reitera elementos como gosto, afeto, pertencimento, homogeneização, diferenciação e fragmentação, através de sonoridades rotuláveis em gêneros musicais¹⁰² e seus períodos históricos correspondentes.

Por outra perspectiva, a estruturação pós-fordista e a adoção do modelo neoliberal são evidenciadas nas comunicações a partir da década de 1990. Garnham (1991, p. 231) opera caracterizando este modelo pela “competição mundial dos

¹⁰² Longe de se caracterizar como um estudo que contemple as mais recentes discussões acerca da *axé music* enquanto categoria/gênero musical, utilizo a concepção de Milton Moura (2001), que a classifica enquanto “(...) *interface* de repertórios”. Ainda como suporte teórico, serve a concepção de Janotti Júnior (2006), para o qual os gêneros musicais são rotulações que viabilizam a localização de determinada obra ou autor no conjunto total das obras ou do repertório. Para a musicologia, essa rotulação é baseada nas características iminentes do texto musical. Porém, para os estudos em mídia e música, devem ser considerados outros elementos e construções textuais. Para Janotti Jr. (2006), a caracterização dos gêneros na música popular massiva pressupõe a materialidade do produto, identificação das gramáticas de produção e reconhecimento, as estratégias de produção de sentido, os horizontes de expectativa e a noção de gênero como forma de mediação entre as estratégias de produção e os sistemas de recepção.

mercados de consumo, cada vez mais saturados, e pelo impulso associado para reduzir o tempo de rotação do capital, junto com a crescente segmentação do mercado”. A impulsão proporcionada pelos avanços tecnológicos permitiu a vertiginosa e veloz globalização das indústrias culturais, e, dentre elas, a fonográfica talvez tenha sofrido reconfigurações ainda maiores, via processo de acumulação flexível (HARVEY, 1992).

6.3 O mapeamento do campo da gestão da obra musical na Bahia

A proposta deste capítulo é apresentar o mapeamento do campo de editoras musicais na Bahia, produzido entre fevereiro de 2010 e março de 2011, corroborando a idéia central desta investigação acerca da relevância da gestão da obra musical como elemento estratégico do negócio musical.

Com a ascensão da música baiana massiva das últimas décadas (CASTRO, 2011; CASTRO; RIBEIRO, 2009; FREITAS, 2004; MIGUEZ, 2002; MOURA, 2001; GUERREIRO, 2000; 2005), e a expansão da oferta de atividades vinculadas à produção musical no próprio estado, uma das etapas que mais ampliou e se profissionalizou foi a de gestão do direito autoral, a partir da obra musical, num campo formado por quase uma centena de editoras musicais. Atualmente, cadastram e administram a obra, mas também auxiliam e orientam seus autores junto aos seus direitos, intermedeiam contatos e produções fonográficas, potencializam repertórios frente a processos de seleção musical, entre outros.

6.3.1 As editoras musicais na Bahia

A produção musical baiana vem se constituindo como elemento sociocultural relevante junto ao desenvolvimento econômico do Estado. Desta produção, o surgimento, na década de 1980, da axé music e, anos mais tarde, do pagode baiano, no âmbito dos estudos organizacionais, são escassos os registros de investigação acerca destes fenômenos, envolvendo a díade música e mercado.

Com o advento do fazer musical baiano e sua rápida associação com diversas indústrias (cultural, turística, etc.), muitos setores da cadeia produtiva musical foram estimulados, criados e aperfeiçoados mediante a necessidade e demanda crescente. Em Salvador, por exemplo, nas últimas décadas, a música baiana possibilitou o surgimento

de dezenas de produtoras artísticas e de eventos, gestores, agenciadores e empresários artísticos, empreendedores culturais, artistas, autores e editores musicais.

No *show business* contemporâneo, a diáde “música e mercado” apresenta inúmeros elementos acerca das cenas musicais pelo mundo. Imbricação entre elementos estéticos, mas, também, socioeconômicos, ressaltando discussões sobre os mecanismos, estratégias, organizações e agentes da indústria cultural.

Esta pesquisa compreende que a gestão da obra musical na Bahia está sob a responsabilidade de autores, editores e artistas/autores/editores que capitalizaram conhecimento, tornando-se editores e empresários de suas próprias carreiras artísticas, obras e repertórios.

Pode-se afirmar que, na Bahia, esta atividade é mais um dos desdobramentos evidenciados a partir da profissionalização do Carnaval Baiano, evidenciando a década de 1980 enquanto marco-temporal dos chamados blocos de trio no carnaval soteropolitano – ampliando consideravelmente o alcance comercial e mercadológico deste – fato que possibilitou o surgimento de novos grupos, bandas e artistas musicais (DANTAS, 1994; MOURA, 2001; MIGUEZ, 2002; CASTRO, 2009).

No mercado musical, editoras musicais são empresas formalmente constituídas junto ao Ministério da Fazenda, e têm como objetivo principal a gestão das obras musicais de determinados compositores (pessoa física). Sabe-se que nem todo artista musical em atividade na Bahia possui relação com produtoras, editores e agenciadores de shows; entretanto, parcela considerável deste segmento profissional não somente estabelece esta relação como empreende suas próprias empresas ligadas ao meio artístico, fortalecendo o mercado e a economia local, além de implementarem uma nova categoria profissional no Estado: o editor musical (Quadro 28).

Quadro 24: Editoras musicais na Bahia¹⁰³

Artista/Autor/Empresa	Produtora	Editora	Fundação	Associação	Obras	Artista/Autor/Empresa	Produtora	Editora	Fundação	Associação	Obras
Adelmário Coelho	Daerje Produções	Daerje Editora	2003	AMAR	NM	Netinho	Bem Bolado	Bem Bolado	2007	UBC	149
Ademar da Furta Cor	Periferia Estúdio e Produções	Furta Cor	NM	SOCINPRO	NM	Olodum	Assoc. Carn. Bloco Afro Olodum	Bloco Afro Olodum	NM	ABRAMUS	NM
Adson Santana	A S Mídia	A S Mídia	2008	UBC	4	Olodum	Grupo Cultural Olodum	Grupo Cultural Olodum	NM	ABRAMUS	NM
Alexandre Peixe	Pequena Notável	Som de Peixe Edições	2005	UBC	92	Oz Bambaz / Outros	Ed Dez	Ed Cem Editora	2001	UBC	407
Alfredo Moura	Mundus et Fundus	Mundus et Fundus	1999	AMAR	28	Parangolé	Salvador Produções	Sofá da Sogra	2005	ABRAMUS	203
André Fanzine	Biandrely	Biandrely	2006	UBC	99	Pidal	Pidal	Pontual Editora	2002	UBC	0
Ara Ketu	AraKetu	Disco Music	NM	ABRAMUS	NM	Psirico	Penteventos	Xanguá	2007	AMAR	7
Asa de Águia	Asa de Águia	Duma Produções	2000	UBC	532	Rafael Pondé	GV Atividades Fonográficas	Good Vibration	2009	ABRAMUS	11
Banda Eva	Grupo EVA	Pedra Velha Edições	2006	UBC	46	Ramon Cruz	Castelos de Som	Castelos de Som	2002	UBC	53
Carlinhos Brown	Janela do Mundo	Candyall Music	2002	UBC	285	Rapazolla	Thibiron	Thibiron	2005	ABRAMUS	47
Cheiro de Amor / Outros	Gênese	Oxalá Edições	2003	ABRAMUS	NM	Rede Bahia	SalvadorSat Comunicações	SalvadorSat	NM	ABRAMUS	94
Cheiro de Amor / Outros	SW3	SW3 Edições	2002	ABRAMUS	85	Rede Bahia	Bahia Edições Musicais	Bahia Edições	NM	ABRAMUS	NM
Chica Fé	Chica Fé Produções	Chica Fé	NM	ABRAMUS	NM	Ricardo Chaves	Rafa Edições e Produções	Rafa	NM	ABRAMUS	51
Chiclete com Banana	Mazana	Granola	NM	ABRAMUS	90	Selakuatro	Buxixos Produções	Buxixos Editora	2005	ABRAMUS	14
Chiclete com Banana	Mazana	Babel	NM	ABRAMUS	NM	Tenisson Del Rey	Faro Fino	Faro Fino Edições	2002	UBC	504
Cláudia Leite	Pedaço do Céu	Pedaço do Céu	2008	UBC	19	Terra Samba	Terra Samba Produções	Terra Samba	NM	ABRAMUS	94
Daniela Mercury	Canto da Cidade	Páginas do Mar	1994	UBC	1451	Terra Samba	Jerm Produções	Jerm	NM	ABRAMUS	67
Durval Léllys	Lelys	Lelys	2004	UBC	254	Tomate	Penteventos	FK	2007	UBC	40
Edson Gomes	Cão de Raça	Cão de Raça	2000	UBC	49	Tuca Fernandes	2GB	Santo Poderoso	2009	UBC	2
Estação CD	Estação CD	Estação CD	1999	ANACIM	NM	Vânia Abreu	Casa da Canção	Casa da Canção	NM	ABRAMUS	NM
Estakazero	Leke Produções	Leke Editora	2003	SBACEM	120	Vários	Tag	Tag	2002	UBC	0
Gerônimo	Arco e Flexa Produções	Arco e Flexa	1985	AMAR	3	Vários	Bicho da Selva	Bichinho Edições	2003	UBC	1131
Harmonia do Samba	Harmonia Produções	Muralha Edições	2006	UBC	134	Vários	Bicho da Selva	Fábrica da Música	2003	UBC	859
Ivete Sangalo / Outros	Caco de Telha	Caco Discos	2005	UBC	447	Vários	Wave Music	Wave Music Edições	2005	UBC	191
Ivete Sangalo / Outros	Caco de Telha	Caco de Telha	NM	ABRAMUS	64	Vários	Pato Discos	Pato Discos e Edições	2003	UBC	322
Jammil	Carreira Solo	Tao	2000	UBC	12	Vários	Penteventos	Penteventos	2008	UBC	58
Jauperi	Escola do Infinito	Escola do Infinito	2010	UBC	0	Vários	Maianga	Maianga	2003	UBC	41
Kuque Malino	Cajueiro	Cajueiro	NM	NM	NM	Vários	MusiRoots	MusiRoots	2007	UBC	247
Lampirônicos	Caatinga	Caatinga	2003	AMAR	7	Vários	Vevel	Vevel	2005	UBC	15
Levi Lima (Via Circular)	Jerm Produções	Elo	NM	ABRAMUS	NM	Vários	Plataforma de Lançamento	Plataforma de Lançamento	2003	UBC	223
Manno Góes	Carreira Solo	Malu Edições	2008	UBC	35	Vários	VWR Produtora e Estúdio	VWR Edições	2003	SOCINPRO	NM
Márcio Mello	Bizarro Produções	Bizarro	NM	ABRAMUS	NM	Vários	Stalo Produções	Stalo Edições	1986	ABRAMUS	828
Margareth Menezes	Central Produções	Estrela do Mar	2008	UBC	5	Vários	Perto da Selva Produções	Perto da Selva	NM	AMAR	8
Motumbá	Motumbá	Motumbá Edições	2007	ABRAMUS	16	Vários	Portela Fernandes Representações	João Portela	NM	ABRAMUS	0
Motumbá	Semba Produções	Semba Produções	NM	ABRAMUS	NM	Vários	JB dos Santos Cultura	JB dos Santos Cultura	NM	AMAR/RJ	NM
NM	DOC Produções	DOC Produções	NM	ABRAMUS	NM	Vários	Swingueira	Swingueira	2009	UBC	13
NM	Son Records	Son Records	NM	ABRAMUS	NM	Vários	Vertical Produções	Vertical	NM	ABRAMUS	9

Fonte: Elaboração própria do autor a partir de informações das Associações Arrecadoras em outubro de 2010.

¹⁰³ Nesta investigação, foram consideradas apenas as editoras musicais legalmente constituídas na JUCEB, e devidamente cadastradas em associações arrecadoras.

Das 74 editoras musicais identificadas, pode-se perceber a preponderância dos artistas relacionados ao universo axé music, situando boa parte de seus artistas e autores como proprietários de editoras musicais, inscrevendo a Bahia, de forma representativa e relevante, no campo da gestão do direito autoral. Atualmente, se configura como o terceiro estado em número de editoras musicais no país (revista Sucesso CD/Show Business/ECAD/UBC–2008), quinto em arrecadação pública (ECAD, 2011), inscrevendo alguns de seus autores e obras na liderança de *rankings* nacionais e regionais de arrecadação por execução Pública.

Entre as editoras musicais identificadas no quadro acima, 57 apresentam vínculo direto e indireto com a música baiana massiva - axé music ou Pagode. Vínculo direto para aqueles em que os artistas e autores são os empresários e proprietários das administradoras, e vínculo indireto, quando se tratar de editora responsável pela administração de obras destes repertórios, não registrando artistas e autores em seu quadro societário.

A partir da investigação, é possível afirmar que, na Bahia, o campo da gestão musical compreende três categorias:

- autores: buscando autonomia a partir da gestão independente e direta, ou utilizando a cessão da gestão como elemento do negócio. Ou seja, negocia-se a obra e a gestão desta diretamente com o editor ou artista/autor/editor, e/ou seu representante; Por outro lado, pode implementar uma gestão direta, sem contratos de edição, a partir de um contato mais sistematizado com a sua associação, autorizações diretas para cada produto, entre outros.
- editores: interessado na gestão da obra por conta do controle, força política, poder, e, também, pelos dividendos que esta pode gerar a partir, principalmente, dos direitos de execução pública;
- artistas/autores/editores: atuam e se articulam nas três funções, e está interessado na gestão como proteção, controle de suas obras e repertórios, manutenção e/ou preservação de critérios como a exclusividade dos registros, além de ganhos financeiros.

6.3.2 Editoras de autores/artistas

Do quadro de editoras musicais apresentado acima, 45 editoras pertencem a compositores, o que representa 60% do total.

Quadro 25: Editoras de autores/artistas

Editora	Autor/Artista/Proprietário
Furta Cor	Ademar da Furta Cor
A S Mídia	Adson Santana
Som de Peixe Edições	Alexandre Peixe
Mundus et Fundus	Alfredo Moura
Biandrelly	André Fanzine
Duma Produções	Durval Lélys
Pedra Velha Edições	Banda Eva
Candyall Music	Carlinhos Brown
Granola	Chiclete com Banana
Babel	Chiclete com Banana
Pedaço do Céu	Cláudia Leite
Páginas do Mar	Daniela Mercury
Lelys	Durval Lélys
Cão de Raça	Edson Gomes
Arco e Flexa	Gerônimo
Muralha Edições	Harmonia do Samba
Caco Discos	Ivete Sangalo / Outros
Caco de Telha	Ivete Sangalo / Outros
Tao	Jammil
Escola do Infinito	Jauperi
Cajueiro	Kuque Malino
Caatinga	Lampirônicos
Elo	Levi Lima (Via Circular)
Malu Edições	Manno Góes
Bizarro	Márcio Mello
Estrela do Mar	Margareth Menezes
Motumbá Edições	Motumbá
Semba Produções	Motumbá
Bem Bolado	Netinho
Bloco Afro Olodum	Olodum
Grupo Cultural Olodum	Olodum
Ed Cem Editora	Oz Bambaz / Outros
Good Vibration	Rafael Pondé
Castelos de Som	Ramon Cruz
Thibiron	Rapazolla
Rafa	Ricardo Chaves
Buxixos Editora	Selakuatro
Faro Fino Edições	Tenisson Del Rey
FK	Tomate
Santo Poderoso	Tuca Fernandes
Casa da Canção	Vânia Abreu
Bichinho Edições	Cal Adan
Fábrica da Música	Cal Adan
MusiRoots	Armando Alexandre
Vevel	Juno Marionne

Fonte: Pesquisa de campo do autor.

Neste quadro, não consta o compositor Capinan que foi proprietário da editora baiana “Soy loco por ti”, e, por questões burocráticas, preferiu transferir seu catálogo

para uma editora carioca, a Arlequim, onde edita suas parte de suas obras mais recentes. Outra editora carioca que atende Capinan é a Musiclave, do mesmo grupo empresarial da Arlequim.

6.3.3 A formação do campo e o empreendedorismo institucional

Como informado no capítulo teórico, na Teoria Institucional, o Empreendedorismo Institucional vincula-se aos modos utilizados pelos indivíduos e/ou organizações no desenvolvimento de novas normas, atividades e regras institucionais que reconfigurem comportamentos e atitudes (DACIN *et al.*, 2002; DIMAGGIO, 1988; NORTH, 1990). A criação de novas instituições e organismos que empreendem arranjos em campos institucionais existentes ou formulam um novo "campo organizacional" (AOKI, 2001; DIMAGGIO, 1991) foi o que aconteceu na Bahia a partir da década de 1980, com a ascensão da música baiana massiva.

O ano de 1985 marca o início destas atividades no estado, a partir da criação da produtora e editora musical, atualmente desativada, Arco e Flexa, de propriedade do cantor e compositor Gerônimo, e, segundo sua empresária, Regina Coutinho, em entrevista concedida no dia 10 de agosto de 2010, a sede da empresa Arco e Flexa funcionava no Largo do Pelourinho e “[...] há, aproximadamente, 15, 16 anos um incêndio destruiu todos os documentos, registros e objetos. De lá para cá, tudo funciona na aqui, na casa de Gerônimo, mas a empresa foi desativada”.

O ano de 1986 marca o início da Stalo Produções Artísticas e Comércio Ltda, de propriedade do produtor musical Ricardo Cavalcanti, e foi a partir da coletânea “Bahia, Carnaval e Cerveja”, produzido em parceria com a gravadora Polygram Discos neste mesmo ano, que as atividades de edição musical efetivamente se iniciam na Bahia. Para Ricardo Cavalcanti, em entrevista concedida no dia 17 de setembro de 2010:

Na verdade foi um LP – na época ainda não existia CD no Brasil – e chamava-se “Bahia, Carnaval e Cerveja”. Tratava-se de uma coletânea das músicas dos melhores blocos de carnaval de Salvador, entre eles: Pinel (o top da época), EVA, Filhos de Ghandy, e Beijo. Este disco foi um marco na música baiana por se tratar do primeiro disco lançado com os fonogramas desses blocos, até ele, os blocos simplesmente colocavam as músicas temas para tocar nas rádios, sem discos. Nós os reunimos.

Este disco foi prensado na Polygram (atual Universal) e foi pago com recursos próprios. Como vendeu 30.000 unidades só na Bahia, numero bastante expressivo para a época, fomos convidados pela Polygram a fazer uma parceria. Nós produzíamos nossos fonogramas e eles fabricavam e

distribuíam no Brasil e nos pagavam um *royalty* sobre as vendas. Esta parceria durou 15 anos (CAVALCANTI, 2010).

Roberto Santana, à época produtor musical de companhias discográficas instaladas no Rio de Janeiro, quando em sua constante interlocução com Wesley Rangel, foi quem teria disseminado esta prática e atividade na Bahia, orientando, fornecendo modelos de documentos e contratos, além de contatos com as associações arrecadoras instaladas no Rio de Janeiro/RJ¹⁰⁴. Esta articulação também beneficiou João Portela, à época, um dos assistentes de Wesley Rangel, atual gerente, filial Bahia, da Associação Brasileira de Música e Artes – ABRAMUS. Em seu depoimento, Ricardo Cavalcanti informa ter recebido orientação e informação sobre administração de obra musical a partir de seu contato com funcionários das gravadoras sediadas no Rio de Janeiro.

Com relevante experiência adquirida na WR e editoras musicais como Páginas do Mar (Daniela Mercury), Bahia Discos (Rede Bahia) e Bichinho Edições (Cal Adan), João Portela, advogado por formação, também reconhece a relevância de Roberto Santana¹⁰⁵. Portela afirma que “[...] Nas editoras em que trabalhei, atendemos e orientamos não somente os autores, mas muitos artistas interessados em ter sua própria empresa” (2011, p. 03).

Neste sentido, compreendendo campo organizacional enquanto “[...] organizações que, em conjunto, constituem uma reconhecida área da vida institucional” (DIMAGGIO e POWELL, 1983, p. 148), a emergência de novos campos organizacionais são processos complexos para os empreendedores institucionais, envolvendo considerável nível de articulação, busca de apoio e recursos, negociação e resolução de conflitos (DIMAGGIO, 1988; GREENWOOD *et al.*, 2002). Entre os estudos empíricos que têm procurado analisar a formação institucional, principalmente nos Estados Unidos (DIMAGGIO, 1991; HOLM, 1995; WALTER, 2001), a relação cultura e desenvolvimento como um novo campo organizacional tem oferecido uma oportunidade atraente para examinar fatores que moldam e influenciam o processo de empreendedorismo institucional.

O empreendedorismo institucional, regra geral, enfatiza como o processo organizacional e instituições são desenvolvidas a partir de forças criativas empreendedoras que oportunizam mudanças. Não obstante, investiga as propriedades

¹⁰⁴ Roberto Santana concedeu entrevista em 22 de outubro de 2010.

¹⁰⁵ Entrevista concedida em 07 de abril de 2010.

que diferenciam o empreendedor de outros atores do campo, via abordagem da psicologia cognitiva, mas, também do empreendedor como ator reflexivo e crítico. Neste sentido, ainda há muito a pesquisar acerca da música baiana como, por exemplo, quem são estes empreendedores institucionais e quais seus diferenciais num mercado competitivo.

Esta articulação iniciada pelo produtor Roberto Santana foi relevante no desenvolvimento do campo baiano da gestão da obra musical, o que não ocorreu em outros centros de produção musical, vide Recife, Goiânia, Belo Horizonte. Para Greenwood *et al.* (2008), o institucionalismo organizacional preocupa-se, em linhas gerais, com instituições e processos de institucionalização no que se refere às organizações e ao campo organizacional, mas ampliou os estudos para a relevância central dos atores sobre a origem, manutenção e transformação de estruturas institucionais, argumentando positivamente acerca da protagonismo e proatividade dos atores individuais e organizacionais (SCOTT, 2001).

Neste sentido, se aplica o conceito de agência, central na teoria institucional, e, conseqüentemente, ao empreendedorismo institucional, destacando, o agente como aquele diretamente vinculado ao proprietário e possuidor de agência, enquanto o empreendedor institucional é aquele que exerce atividades de empreendedorismo institucional. Agência incorpora ações intencionais e não-intencionais na capacidade de ação (MACHADO-DA-SILVA; FONSECA; CRUBELLATE, 2005).

Sendo assim, os primeiros artistas, editores e empresários da música baiana se configuram como empreendedores institucionais e agentes na busca de seus interesses de forma consciente, articulada, planejada e dotada de considerável habilidade analítica (KOENE, 2006; GREENWOOD; SUDDABY, 2006; BATTILANA, 2006; BECKERT, 1999).

O campo da gestão da obra musical, a partir deste grupo de organizações que formam uma determinada área reconhecida de vida institucional, a gestão cultural, em que são compartilhados os valores, as normas e os demais significados comuns (SCOTT, 1991). DiMaggio e Powell (2005, p. 76) conceituam campo organizacional como:

[...] aquelas organizações que, em conjunto, constituem uma área reconhecida da vida institucional: fornecedores-chave, consumidores de recursos e produtos, agências regulatórias e outras organizações que produzam serviços e produtos similares” (2005, p. 76).

Neste sentido, a gestão da obra musical na Bahia é composta por inúmeras organizações relevantes no campo da produção musical, fonográfica e da gestão cultural, conectadas e equivalentes estruturalmente. Para conectividade, entendem os autores como “a existência de transações que vinculam as organizações umas às outras”. Para “equivalência estrutural”, a similaridade de vínculos estruturantes com os “mesmos grupos de outras organizações”.

Para DiMaggio e Powell (1983, p. 148) o campo organizacional só pode ser considerado se houver legitimação empírica e com definições institucionais. Para tal, os autores afirmam que são necessários quatro elementos para a sua estruturação:

- e) um aumento na amplitude da interação entre as organizações no campo;
- f) o surgimento de estruturas de dominação e padrões de coalizões interorganizacionais claramente definidos;
- g) um aumento na carga de informação com a qual as organizações dentro de um campo devem lidar;
- h) o desenvolvimento de uma conscientização mútua entre os participantes de um grupo de organizações de que estão envolvidos em um negócio comum.

Bourdieu (2003), em seu estruturalismo cognitivo¹⁰⁶, opera com o conceito de campo a partir da configuração de relações entre atores posicionados com objetividade, procurando impor e influenciar os demais, a partir da sua posição na estrutura social - dominação, subordinação, entre outros. O objetivo, para Bourdieu, está na posse e acesso aos benefícios que estão em jogo no campo, ou seja, este se configura como uma arena de disputa por legitimidade, onde estão os dominadores e os dominados.

Para autores como Everett (2002), a lógica de Bourdieu contém, implicitamente, o determinismo social, e prossegue sua crítica, identificando aproximações e fusões entre a noção bourdiniana de classe com a visão de Marx para classe social, e Weber e seu conceito de *status* de grupo.

Neste sentido, o surgimento do campo da música baiana se fortalece com a apropriação destas atividades vinculadas a relevantes etapas da produção musical, ampliando as possibilidades de atuação no campo da indústria fonográfica e da propriedade intelectual.

¹⁰⁶ Construtivismo estrutural ou estruturalista construtivista é como o próprio Bourdieu define a sua abordagem que, brevemente, poderia ser entendida a partir do objetivo de superar a dicotomia existente entre objetivismo e subjetivismo. Defende a análise sociológica a partir de dois momentos: o primeiro é a análise do espaço social, e a segunda é a própria noção de *habitus* – aqui compreendida, como a internalização ou institucionalização das estruturas e esquemas mentais na compreensão do mundo.

A estruturação deste campo é conveniente aos artistas, empresários e editores musicais do estado. Convergentes com DiMaggio e Powell (1983) acerca da estruturação do campo a partir dos quatro elementos apontados acima, Phillips, Lawrence e Hardy (2000) trabalham com a estruturação de um campo a partir da relação direta de dependência do fator colaboração. Ressaltando os campos institucionais como fonte de regras, analisam o papel da colaboração e dos aspectos relacionais neste, propondo um modelo teórico a partir de quatro situações distintas, presentes na estruturação do campo. Para os autores, as regras, as relações de poder e os recursos dos atores em um determinado campo definem os processos de colaboração e, em paralelo, os próprios campos são reconfigurados pelos resultados desses processos. Em outras palavras, quanto maior a interação e colaboração entre os atores do campo, maior a possibilidade de reconfiguração e estruturação deste.

Para Machado-da-Silva *et al.* (2003), Giddens (2003) ainda que não aborde o campo organizacional como unidade de análise ou mesmo conceito, é possível utilizá-lo em sua abordagem acerca de sistemas sociais e sua multiplicidade a partir da teoria da estruturação e da construção social da realidade de Berger e Luckmann (1967). Machado-da-Silva *et al.* (2003), entretanto, alerta que compreender a estrutura como forma de reprodução de sistemas estruturais a partir dos atores pode ser útil, mas, também, deve-se aceitar as inúmeras outras possibilidades de interação no campo que podem alterar, consideravelmente, a estruturação do mesmo.

Para estes autores, a realidade é construída da ação humana, via processo histórico de institucionalização de ações, regras, valores e crenças compartilhadas entre os atores, que passam a orientar os comportamentos individuais ou organizacionais.

De acordo com a teoria da estruturação, os atores sociais criam e seguem regras. A partir desta abordagem, agência é a capacidade do ator de protagonismo no mundo social, alterando regras ou provocando (re)configurações de diversas ordens. Para Giddens (1989) e Scott (2001), todos os atores possuem, em diversos níveis de análise, capacidade de agência, mas esta é de alta variabilidade entre os atores e as estruturas sociais.

Para autores como Vieira e Paula (2009), um campo além de possuir características próprias, historicamente, registra fases distintas em seu processo de estruturação. Para tanto compreendem quatro etapas: a) “campo em pré-formação”; b) “campo emergente”; c) “campo em expansão”; d) “campo institucionalizado” (VIEIRA; PAULA, 2009, p. 32).

A partir destas categorias, é possível afirmar que o campo da gestão da obra musical na Bahia transita entre o campo emergente e o campo em expansão, pois apresenta sinais de concentração de organizações e algum inter-relacionamento entre estas, assim como são cada vez mais consideráveis os enlaces inter-organizacionais e início da busca por valores convergentes e padronizados. Ainda assim, registram-se disputas e conflitos, relações de poder a partir das organizações já legitimadas, com alto poder econômico e de conhecimento, que podem passar a exercer maior influência sobre outras (campo institucionalizado). O poder, então, influencia, não raro, a própria estruturação do campo, reconhecendo-o como variável relevante na compreensão deste processo (VIEIRA; PAULA, 2009, p. 32).

6.3.4 Cantos, encantos e desencantos: os conflitos

A pesquisa de campo permite afirmar que as relações mercadológicas entre autores e editores nem sempre é satisfatória. Dentre as insatisfações dos autores em relação aos editores musicais, e vice-versa, destaque:

Quadro 26: Lista de insatisfação dos autores

Situação	Significado	Conseqüências (autor)
Falta de Profissionalismo da editora Musical	Falta de informações; Desinteresse em agilizar encaminhamento de músicas para artistas; Pendências de obras e autores junto ao ECAD; citação incorreta de seu pseudônimo; entre outros.	Indisposição pessoal; Prejuízo financeiro e moral.
Obras não autorizadas ¹⁰⁷	Obras que estão editadas e não são autorizadas para artistas por conta de disputas comerciais, de poder e concorrências.	Prejuízo moral e financeiro; Indisposição com a administradora;
Falta de Pagamento	Muitas vezes, o editor tem de acompanhar as obras liberadas e solicitar pagamento junto às gravadoras.	Prejuízo moral e financeiro; Indisposição com a administradora;
Descumprimento de Acordo	No afã de editar determinada obra musical, algumas editoras musicais chegam a propor acordos financeiros e barganhas junto ao (s) autor (es).	Prejuízo moral e financeiro, uma vez que boa parte dos acordos não é cumprida, mediante a certeza de não aceitação pública da obra; Indisposição com a editora Musical.
Percentual alto das editoras	Percentual de administração variável entre 20 a 30%.	Menor rentabilidade da obra.
Inexistência de <i>Advanced</i>	<i>Advanced</i> é o conhecido adiantamento financeiro que as editoras fornecem mediante certeza de arrecadação de alguma obra.	Editar e esperar a obra começar a render para poder receber.

Fonte: Pesquisa de Campo do autor.

¹⁰⁷ Ressalte-se que boa parte das administradoras de obras musicais pertence a artistas e empresários do segmento que têm a obra como “ferramenta” que impulsiona a vendagem de shows.

Quadro 27: Lista de insatisfação dos editores musicais

Situação	Significado(s)	Consequências (editora Musical)
Falta de ética por parte de alguns autores <ul style="list-style-type: none"> Dupla edição; autorização Direta de Obra Editada. 	<ul style="list-style-type: none"> Cadastro de obra em duplicidade no ECAD; editora desconhece transações comerciais e alianças entre autores e artistas. 	<ul style="list-style-type: none"> Geração de “Créditos Retidos”, onde nenhuma parte recebe os dividendos da execução pública da obra, até resolução do impasse. Sonegação que ignora os direitos de administração patrimonial da obra.
Exigência de <i>Advanced</i> por parte do autor	<i>Advanced</i> é o conhecido adiantamento financeiro que algumas editoras fornecem mediante certeza de arrecadação de alguma obra.	<ul style="list-style-type: none"> Possibilidade de prejuízo pela antecipação de recursos sem garantia de retorno.
Descumprimento de Acordos pelos autores <ul style="list-style-type: none"> Prazos Prestígio do artista ao gravar 	<ul style="list-style-type: none"> O processo de seleção da obra musical e as etapas constituintes da fase de pré-produção requerem tempo, onde o autor muitas vezes se comporta de forma imediatista, exigindo respostas e certezas quanto à gravação de sua obra. A preferência/exclusividade de gravação da obra pode ser facilmente manipulada se artista de maior prestígio manifestar interesse. 	<ul style="list-style-type: none"> Pode causar prejuízo ao editor Musical, se este se constituir enquanto intermediário da obra musical em questão; Prejuízos financeiros ao artista de menor prestígio, causando desconforto entre este e a editora Musical que, embora tenha sido intermediária, ainda não administra a obra, uma vez que o Contrato de Edição normalmente só é celebrado na certeza do registro fonográfico.
Cadastramento Direto de Obras com divergência de informações	Cadastro da obra musical pelo autor da obra no ECAD, via sua Associação Arrecadadora, com informações divergentes acerca da obra musical.	Duplicidade junto ao ECAD, inviabilizando recebimentos – crédito retido pelo ECAD.
Assimetria de Informações quanto aos autores e percentuais	Inexistência de informações verdadeiras acerca da obra musical.	Exclusão de autores e editoras diretamente relacionadas à obra musical – crédito retido pelo ECAD.
Exigência de Protecionismo na fase da seleção de repertório do CD/DVD	autor que já editou obra(s) na editora reitera e reivindica privilégios em novos processos de seleção de repertório.	Indisposição perante o autor e demais atores do processo.

Fonte: Pesquisa de Campo do autor.

Nesta direção, o posicionamento dos agentes inseridos no campo desta investigação (autores, editores e artistas/autores/editores) corporifica as inter-relações necessárias do processo de maturação do objeto de estudo, e, não obstante, do próprio campo da gestão cultural na Bahia.

Na pesquisa de campo, este depoimento do autor Ivan Brasil é emblemático: “(...) Editou? Já era!” ou “(...) o que os caras querem é mandar em sua obra e dizer quem grava o quê mediante a politicagem deles”. Ressentido após ter tido duas músicas suas negadas para bandas que têm empresários concorrentes e adversários ao proprietário da editora, relata¹⁰⁸:

A gente edita porque prometeram gravação e execução em rádio [...] Não gravaram, não tocaram e ainda ficam negando sua obra pra quem quer tocar. Sou compositor. Vivo e sustento minha família disso. A gente precisa é tomar vergonha na cara, e não ficar mendigando merreca por aí... Você, que é o compositor, pai do sucesso que vai fazer a banda vender show... Depois, ele nem te atende mais...

¹⁰⁸ Entrevista concedida em 24 de novembro de 2006.

A situação acima reflete parte das idéias de Bourdieu acerca do campo da produção cultural: o restrito e o de larga escala (BOURDIEU, 1993). O primeiro caracterizado como espaço onde produtores produzem para outros produtores; no segundo, produzem para o mercado. Coerentemente, insere o campo da produção cultural como referência complexificada do todo, onde denomina “campo do poder”, o qual registra forças econômicas, políticas, entre outras.

Na música, e nos demais campos de investigação dos fenômenos sociais, a questão do poder é emblemática e agrega diversidade. Da sociologia, passando pela psicologia e chegando aos estudos organizacionais, a dimensão do poder se constitui relevante e central (MINTZBERG, 2000; PERROW, 1986).

Para Weber (1997, p. 43), “[...] poder significa a probabilidade de impor a própria vontade, dentro de uma relação social, ainda contra toda a resistência e qualquer que seja o fundamento desta probabilidade”. Nesta concepção weberiana, o ator deve encontrar meios para que o outro seja sensibilizado e induzido a desenvolver o necessário para a consecução do objetivo. Neste processo, estariam implícitos, os sentidos de autoridade e legitimidade.

A partir do protagonismo dos agentes e atores do campo, Parsons (1960) acredita que esta visão de poder sobre os outros é reducionista quanto à compreensão dos fenômenos, e defende que o poder também é um elemento capacitador da ação social, sendo construído socialmente, além de construto disseminado e legitimado por outros atores.

No campo musical, a ascensão de determinados intérpretes, autores, editores e empresários representa, em diversas unidades de análise, poder. Econômico ou de decisão, o poder corrobora com a legitimação destes atores. É a concepção *parsoniana*, do ator sendo um produto do sistema social, e o poder o elemento que o potencializa e o habilita em sua caracterização como agente das transformações¹⁰⁹. Ainda nesta visão, o poder deriva da autoridade - esta enquanto aceitação institucionalizada - legitimidade -, onde os líderes passam a ter direitos, e, dentre eles, o apoio dos outros atores sociais.

¹⁰⁹ Neste estudo, compreende-se agência como protagonismo e capacidade para realização de algo, explicitando a convergência com Giddens (1989), acerca da imbricação inevitável entre o agente e o poder.

6.4 A gestão da obra musical como estratégia de negócio e o empreendedorismo institucional

6.4.1 Performatividade, habilidades e legitimidade

A música baiana, a partir de seus principais e mais antigos interlocutores e intérpretes, ampliou a sua atuação em outras etapas da produção musical a partir da desverticalização da indústria fonográfica, da acumulação flexível, mas, também, procurando diminuir a resistência aos seus projetos a partir do que se conceitua como performatividade no empreendedorismo institucional.

Performatividade enfatiza o papel de atores e suas inúmeras habilidades para criar, mudar e manter novas atividades que atendem a objetivos específicos e delimitados (LOUNSBURY; CRUMLEY, 2007). As performances individuais são traços relevantes na reprodução e alteração de práticas. Em casos que se configuram a partir da resistência por parte de um campo institucionalizado, a performatividade presente no empreendedorismo institucional surge, e seus empreendedores criam sistemas análogos, fracamente acoplados (*loosely coupled*), de modo que suas ações possam conquistar menor grau de resistência (PADGETT; ANSELL, 1993).

A partir da performatividade dos empreendedores institucionais, são consideráveis as possibilidades de transformação do sistema (HARGADON; DOUGLAS, 2001; LAWRENCE; PHILLIPS, 2004; KIRSCHBAUM, 2006; GREENWOOD; SUDDABY, 2006). Neste sentido, os primeiros editores e produtores musicais do estado, a partir do sucesso registrado na década de 1980, a partir de suas performances administrativas articularam caminhos para o desenvolvimento da edição musical no estado.

Passando ao campo das habilidades, quatro categorias são analisadas pelo empreendedorismo institucional, e facilmente perceptíveis no campo da música baiana massiva contemporânea: analíticas, sociais, políticas e culturais. A compreensão da habilidade analítica é necessária para que o agente possa exercer a agência estratégica, e pode ser conceituada como a “[...] persuasão planejada de fins (lucro) baseada numa avaliação racional de meios e condições estratégicas disponíveis” (BECKERT, 1999, p.778). Além desta, o empreendedor institucional possui habilidades sociais (FLIGSTEIN, 2001), que lhe possibilitam conseguir a cooperação de outros atores em

suas iniciativas e projetos. As habilidades sociais se constroem a partir de enquadramentos. Em outras palavras, adaptar diversos modelos interpretativos em apenas um, de forma coerente e convincente (MAGUIRE; LAWRENCE; HARDY, 2004).

Koene (2006) compreende o empreendedorismo institucional como sendo formado por um processo de bricolagem, onde empreendedores criam novos arranjos institucionais a partir das relações organizacionais possíveis na ampla diversidade de contextos institucionais (GRANOVETTER, 2000 apud OMETTO; LEMOS, 2010).

A habilidade política é o aspecto que está relacionado com a obtenção e manutenção da estabilidade nas relações de cooperação entre as partes, possuindo a disposição de proteger os interesses, a partir de instrumentos e mecanismos legais, através da formalização da autoridade (GARUD; JAIN; KUMARASWAMY, 2002; PHILLIPS; LAWRENCE; HARDY, 2000). É quando surge a capacidade de negociação, de barganha ou troca, assim como a criação de uma agenda comum de atividades para as diversas organizações e uma aliança estável (GREENWOOD; SUDDABY, 2006; MAGUIRE; HARDY; LAWRENCE, 2004).

A habilidade cultural é relevante, pois facilita a compreensão das crenças, valores e os dispositivos interculturais presentes nas atividades dos grupos - fato que corrobora com as atividades da habilidade política (PERKMANN; SPICER, 2007). Para Granovetter (2000), o empreendedor institucional depende da estrutura fragmentada, das lacunas, empoderando-se a partir da mobilização de fluxos e recursos sociais. Em outras palavras, são as lacunas e buracos estruturais, como a fonte, o recurso, que potencializam o empreendedorismo institucional.

Para Burt (2004), os buracos estruturais potencializam a inovação, mas, para Ahuja (2000), não raro, as lacunas da estrutura se apresentam de forma negativa, quando são relacionados à inovação na colaboração inter-organizacional ou entre redes de firmas. No episódio da música baiana massiva, a “lacuna” teria sido a própria desverticalização da indústria fonográfica, atrelada aos conceitos e visão schumpeteriana do capitalismo e sua inovação “destruição criativa”.

A análise do campo musical baiano, a partir de suas editoras, autores e artistas, permite afirmar que o empreendedorismo institucional, por estar imerso em instituições é um processo dialético, polifônico e repleto de contradições como afirmam Zilber (2007) e Holm (1995). Em outras palavras, como processo lento e gradual na superação das assimetrias de informação, e também caracterizado por sua alta complexidade, não

podem ter análises reducionistas vinculadas a manipulações funcionalistas (GARUD; JAIN; KUMARASWAMY, 2002). Não raro, os diversos atores e organizações encontram-se separados por relações distintas de tempo-espço. Pode-se afirmar, inclusive, que como são pequenas as barreiras de entrada à gestão da obra musical em seus estágios iniciais, os novos entrantes registram comportamentos isomórficos de mercado¹¹⁰.

Por outro lado, no caso da música baiana, é possível afirmar que os elementos, recursos e condições do campo que potencializam o empreendedorismo institucional podem, numa outra perspectiva, limitá-lo, fato que obriga análises mais sistematizadas dentro da abordagem institucional, no sentido de que o empreendedorismo institucional sofre diversas influências, tanto por parte dos seus elementos constitutivos, como por parte do contexto institucional de referência, como a indústria fonográfica, os meios de comunicação, a propriedade intelectual, as organizações normativas como ECAD, OMPI, e associações arrecadadoras (LAWRENCE; PHILLIPS, 2004; ZILBER, 2002; GREENWOOD; MUTCH, 2007; SUDDABY, 2006; KHAN; MUNIR; WILLMOTT, 2007; ZILBER, 2007).

A legitimidade, para os institucionalistas, é a compreensão de que os ambientes institucionais pressionam as organizações, justificando suas ações, estimulando-as a desenvolver a legitimidade por meio da acomodação com as estruturas institucionais referenciais e preponderantes (SCOTT, 1995). A conformação das organizações com os critérios socialmente construídos constitui-se, desta forma, uma demanda de sobrevivência para as organizações, principalmente as novatas (MEYER e ROWAN, 1991; MACHADO-DA-SILVA e FONSECA, 1996). No caso baiano, a legitimidade é relevante, mas, na negociação entre autores e editoras, há uma considerável diversidade de interesses em jogo: financeiro, moral, controle, poder, diminuição de riscos e a própria legitimidade do artista em questão. A legitimidade da editora é relevante, mas secundária.

A partir da teoria institucionalista, as organizações estão em universos constituídos de regras, crenças e valores, formatados pela interação social. No campo musical baiano, a sobrevivência de autores, artistas, empresários e editores depende da capacidade de atendimento a “orientações coletivamente compartilhadas”

¹¹⁰ O maior obstáculo é ter uma canção gravada por artista legitimado. Ademais, qualquer compositor pode administrar sua obra.

(MACHADO-DA-SILVA; FONSECA, 1996), criando ou apenas reproduzindo práticas comuns e isomórficas.

6.4.2 A Independência artística e o isomorfismo como estratégias

A gestão da obra musical na Bahia envolve o popular massivo, num circuito em que o fonograma produzido e amplamente midiaticizado potencializa a comercialização de apresentações musicais, rende àqueles vinculados à obra - autor, editora e músicos participantes da gravação. O interesse pela gestão, neste caso, está diretamente relacionado aos fatores presentes no campo da produção musical: riscos e incertezas, controle e competitividade, ganhos financeiros e retorno parcial dos investimentos, mas, também, a possibilidade de independência artística.

Independência artística no sentido de estratégia de empoderamento quanto às etapas produtivas, auto-agenciamento artístico, controle de suas obras e discografia, maior competitividade a partir da exclusividade da obra, entre outras ações que minimizam os riscos, incertezas e conflitos¹¹¹.

Por outro lado, aos artistas, editores e empresários, o controle de obras musicais, repertórios e discografia também representam poder e maior participação quanto aos destinos destes produtos, suas diversas formas de rentabilidade, assim como a possibilidade de evitar problemas e conflitos.

Um exemplo destes conflitos foi vivenciado pelo ex-jogador de futebol Edilson, atualmente empresário do ramo musical, que, em 1998, após ter tido a autorização verbal dos compositores de uma determinada obra, resolveu gravá-la e disponibilizá-la nas rádios comerciais. Após dois meses, num período próximo ao carnaval, a obra estava “aprovada” pelo público, sendo uma das mais executadas pelas rádios e bandas de música baiana, vindo a ser, inclusive, uma das obras mais tocadas no Carnaval.

Edilson¹¹², em entrevista concedida em 12 de janeiro de 2010, relata ainda:

¹¹¹ Neste sentido, entendendo conflito enquanto “(...) processo que começa quando uma parte percebe que a outra frustrou ou vai frustrar seus interesses.” (HAMPTON, 1991), ou mesmo “(...) um reconhecimento e um confronto de nossas diferenças; ele constitui uma fonte de enriquecimento mútuo potencial; é uma ocasião de fecundação; é um germe de progresso” (LEBEL, 1984), uma vez que as reconfigurações evidenciadas no campo tendem a produzir desdobramentos consideráveis: atuação individualizada por parte do autor, ou até mesmo, a procura do conhecimento técnico e normativo para a implementação de mais uma editora.

¹¹² Proprietário da Estação Ed Dez, Ed Dez Produções e Eventos Artísticos Ltda e da Ed Cem editora Musical Ltda. Agencia artisticamente a banda de pagode OZ BAMBAZ.

Tudo estava bem, quando um pouco antes do Carnaval recebemos os compositores pedindo quantias absurdas para formalizar a autorização da obra. Caso contrário, deveríamos mudar a música, pois outras bandas também tinham interesse em gravá-la e já haviam feito ofertas financeiras para eles. O problema foi sério. Tivemos de aceitar porque o investimento já era alto. Decidimos procurar entender mais deste negócio para evitar estes problemas, aí criamos a nossa própria editora musical. Não tivemos mais problemas, pois toda negociação, documentação e autorização passam pela editora. Só disparamos nas rádios quando esta parte está resolvida. [...] Já tínhamos ouvido falar do assunto, que muitas bandas e produtoras baianas já tinham editoras, então pesquisamos e criamos a nossa.

Três aspectos são perceptíveis no depoimento acima: o conflito entre empresário e compositor; a preocupação em diminuir os riscos quanto aos investimentos; e, por último, o comportamento isomórfico ao procurar iniciar suas atividades de gestão da obra musical a partir do que já se percebia no mercado local.

Márcia Bittencourt, gerente da UBC na Bahia desde 1996, confirma a criação de muitas editoras baianas nas duas últimas décadas, e acentua o processo de profissionalização que passaram os atores do mercado¹¹³.

Quando começamos a trabalhar na Bahia, tínhamos de explicar absolutamente tudo aos produtores, compositores, editores e artistas. Foi um processo lento de apresentação da UBC, mas, principalmente, dos assuntos Direito autoral e Direitos Conexos. Muita gente queria e devia ganhar, mas sabia muito pouco... Ainda hoje, orientamos muita gente, mas já percebo um amadurecimento das editoras, dos autores, produtores, o que facilita enormemente o nosso trabalho, que é altamente burocrático e minucioso.

Quanto ao isomorfismo presente no campo da gestão da obra musical na Bahia, observa-se a existência de exigências provenientes de demandas técnicas e institucionais como operam os autores Dimaggio e Powell (1983). A primeira, objetivando eficiência num mercado cada vez mais competitivo, pressiona as organizações na racionalização das atividades. A demanda institucional exige que as organizações agreguem aspectos institucionalizados na sociedade, resguardando, desta forma, a promoção e a legitimação às suas ações. Neste caso, as editoras musicais no campo baiano interagem com os organismos normativos existentes como ECAD, associações arrecadadoras, etc.

Estes autores registraram os princípios básicos do isomorfismo, a partir do desenvolvimento de uma tipologia analítica que representa três distintas noções de isomorfismo: coercitivo, mimético e normativo. O “isomorfismo coercitivo”

¹¹³ Entrevista concedida em 10 de setembro de 2010.

(DIMAGGIO; POWELL, 1983), revela as pressões formais e informais que organizações exercem sobre as que delas dependem, sem excluir, nesta compreensão, as diversas pressões advindas de expectativas e comportamentos culturais, e as outras formas – menos explícitas – do isomorfismo coercitivo, acerca de determinadas práticas organizacionais.

Para os autores, o “isomorfismo coercitivo” é derivado a partir das “influências políticas e do problema da legitimidade”. As pressões podem ser entendidas e explicitadas através da coerção, persuasão ou conluio. Neste caso, aplicando estes conceitos ao campo da música baiano, a persuasão pode ser observada dos dois lados, inclusive: autores e editores. Do lado dos autores, quando exigem, pressionam e condicionam a edição da obra em troca de valores financeiros. Do lado dos artistas/editores/empresários, quando pressionam para a edição, condicionando tal etapa às etapas seguintes.

O “isomorfismo mimético” é, segundo DiMaggio e Powell (2005) aquele que, derivando da incerteza, gera a imitação num ambiente marcado por modelos administrativos exitosos que logo se tornam modelos. Este tipo de isomorfismo também é percebido no campo da gestão da obra musical baiana, quando novas editoras ou produtoras resolvem espelhar-se em casos de editoras mais antigas e já legitimadas no campo. Para os autores, parte considerável das organizações só tende a considerar como modelo aquelas outras organizações que elas percebem legítimas – mais antigas; detentora de sucesso; respaldo perante os diversos atores.

Quanto a este tipo de isomorfismo, para exemplificar, a pesquisa de campo apontou a editora Páginas do Mar, de propriedade da cantora e também compositora Daniela Mercury, como referência, modelo, para boa parte das demais editoras. No início da década de 1990, fundou a produtora e editora Dajor, em parceria com o empresário musical Jorginho Sampaio. Nesta, começou o processo de edição musical, e, tão logo se desligou deste empresário, criou, em 1994, sua própria estrutura empresarial composta por produtora (Canto da Cidade) e editora (Páginas do Mar), para onde transferiu as obras do catálogo vinculado à Dajor.

Atualmente a editora Páginas do Mar possui um catálogo composto por 1451 obras, e vem sendo administrada pela Universal Music¹¹⁴. Ser administrada por uma

¹¹⁴ A editora Sony administrou a Páginas do Mar até 1997. A BMG administrou até 2009, e, atualmente, é administrada pela Universal Music Publishing.

editora vinculada a uma gravadora *major* também é uma estratégia de atuação junto ao comércio internacional, a partir de alianças de distribuição com gravadoras transnacionais que já a tiveram em seus catálogos.

A produção fonográfica é outro exemplo de independência artística de Daniela Mercury. A partir de seu distrato com a Sony Music em 2005, inicia as atividades de seu selo fonográfico, produzindo toda a documentação necessária - os ISRCs, principalmente -, e adquire todo seu catálogo fonomecânico mais antigo junto às gravadoras anteriores, inclusive a Eldorado por onde lançou em 1991 o disco *Daniela Mercury*.

A Páginas do Mar, a partir de seu administrador local, Flávio Dultra, avança em outras iniciativas relacionadas à gestão cultural. Além das questões burocráticas relacionadas ao agenciamento artístico de Daniela para publicidades e eventos, também se debruça sobre projetos culturais vinculados a documentários sobre música.

Se, por um lado, a estruturação do campo da gestão da obra na Bahia é fato relevante, a partir do conjunto de organizações juridicamente constituídas administrando as obras de pessoas físicas (autores), também se faz crescente o comportamento de compositores criando suas próprias editoras ou abdicando dos contratos de cessão de direitos autorais para a gestão direta com sua associação arrecadadora. Tal episódio mantém o poder decisório acerca do destino das obras nas mãos do próprio compositor.

O depoimento de Luiz Caldas¹¹⁵, neste sentido, evidencia a necessidade do compositor estar atento e informado quanto aos seus direitos.

Na época que iniciei, não havia ninguém para eu perguntar e receber esclarecimentos sobre esse assunto. Então, eu editei boa parte das obras com algumas dessas editoras das grandes gravadoras. Pressão nunca houve, mas havia o assédio das editoras com os adiantamentos, presentinhos, promessas de colocar as canções em todo o mundo através de outros cantores...

Atualmente, Luiz Caldas, segundo suas informações, vem estruturando sua empresa e amadurecendo a possibilidade de administrar o seu próprio repertório, e, quanto ao poder das editoras que administram suas obras, ele ainda destaca:

Estou junto com doutor Rodrigo Moraes, que é um grande advogado e conhecedor dos direitos autorais, numa luta para trazer minhas obras para minha gestão, pois, assim, eu poderia fazer muito mais por elas. Estamos travando essa batalha para trazer o mais rápido possível as obras para que eu possa editar em uma editora que pretendo abrir para gerenciar só minhas

¹¹⁵ Entrevista concedida em 09 de agosto de 2010.

obras. Não pretendo cuidar da obra de ninguém. Eu, hoje em dia, para gravar uma dessas canções que estão editadas com eles, tenho que pedir autorização e isso é extremamente chato e humilhante.

Tenisson Del Rey, compositor baiano renomado, também é editor e empresário, apresenta opinião divergente de Luiz Caldas¹¹⁶. Como autor, mantém contrato de exclusividade com a *Universal Music Publishing*, mas é proprietário da Faro Fino Edições e administra as obras ou percentuais de seus parceiros. Sua editora é administrada por Lina Costa, esposa e empresária. Para Tenisson Del Rey, “[...] Quase sempre o autor não tem a capacidade de gerir o negócio gerado pelo mercado autoral, então nestes casos é bem melhor que deixe essa competência com outras pessoas (editoras)”.

Para Luiz Caldas, a administração de suas obras por estas editoras é muito deficiente, “[...] pois nada fazem e só ficam esperando acontecer algo com as canções para que elas tirem seus percentuais. Não há um esforço ou qualquer tipo de trabalho junto a essas obras”.

Passando ao terceiro modelo de isomorfismo, o normativo, pode-se afirmar que é aquele derivado da profissionalização e do surgimento das categorias profissionais e suas fontes de legitimação, como as Universidades, centros técnicos, associações corporativistas, entre outras. À medida que se profissionalizam as pessoas, evolui o processo de isomorfismo normativo das instituições, uma vez que, segundo os autores, estes mecanismos possuem convergências nas orientações, homogeneizando ainda mais o mercado e as instituições.

Para esta categoria, órgãos como ECAD, associações arrecadoras, Leis Federais e Tratados Internacionais acerca dos Direitos autorais e da Propriedade Intelectual são os principais organismos normativos do campo.

6.4.3 Editoras *majors* administrando editoras baianas

Episódio corrente no campo da gestão da obra musical é a administração de editoras por parte de editoras vinculadas às gravadoras *majors*, que se responsabilizam pelos documentos, autorizações, prestação de contas e pagamentos de direitos autorais. Este fato ainda é pouco abordado nas pesquisas e literatura acadêmica envolvendo

gestão cultural, mas representa uma aliança fundamental para produtoras e editoras baianas que resolveram enveredar pelo caminho da edição musical e administração de repertórios.

A partir de um contrato de administração, a editora a ser administrada cede, geralmente, 50% do faturamento para a administradora, e, entre as justificativas dadas pelos editores locais estão a ausência de pessoal especializado na empresa, trâmites burocráticos muito específicos, e, por último, como, não raro, estas editoras estão atreladas a bandas e artistas, o objetivo principal da organização é a comercialização de apresentações musicais.

No caso baiano, a Universal Music Publishing administra 20 editoras baianas, enquanto a EMI responde pela CandyAll, de propriedade de Carlinhos Brown.

Quadro 28: Editoras baianas administradas por *majors*

Editora Baiana	Administradora
Bichinho Edições Musicais Ltda	Universal Music
Bom balanço Produções Artísticas Ltda	Universal Music
Bompracaramba Produções e Edições Musicais Ltda	Universal Music
Caco de Telhas Produções e Eventos Ltda	Universal Music
Dajor Promoções, Publicidade e Edições Musicais Ltda	Universal Music
Faro Fino Produções Artísticas Ltda (Somente para o exterior)	Universal Music
Gênese Editora e Produções Artísticas Ltda.	Universal Music
Morena Pró-Publicidade Ltda (Jupará Records)	Universal Music
MEG - Misael, Ernesto & Cia	Universal Music
Oxalá Empreendimentos Artísticos Ltda	Universal Music
Páginas do Mar	Universal Music
Pedaço do Céu Empreendimentos Artísticos Ltda	Universal Music
Perto da Selva Edições Musicais Ltda	Universal Music
Sofá da Sogra Editora e Serviços Ltda	Universal Music
Stalo Produções Artísticas e Comércio Ltda	Universal Music
SW3 Comércio e Produções Artísticas Ltda	Universal Music
TAO Produções Artísticas e Edições Musicais Ltda	Universal Music
Terra Samba Produções Artísticas Ltda	Universal Music
Thibiron Editora e Produções Artísticas Ltda	Universal Music
WR Discos e Produções Artísticas Ltda	Universal Music
CandyAll Music	EMI

Fonte: Pesquisa de Campo.

¹¹⁶ Entrevista concedida em 24 de abril de 2010.

6.4.4 Editoras baianas independentes, administradoras e administradas

Organizações que atuam com gestão autônoma, seguindo os preceitos jurídicos vigentes e dos órgãos normativos do campo. Independem de editoras administradoras vinculadas às *majors*, e, algumas, inclusive, se tornaram administradoras de outras editoras baianas.

Quadro 29: Editoras baianas independentes

Daerje Editora	Semba Produções
Furta Cor	DOC Produções
A S Mídia	Son Records
Mundus et Fundus	Pontual Editora
Blandrely	Xanguá
Disco Music	SalvadorSat
Duma Produções	Rafa
Chica Fé	Buxixos Editora
Granola	Faro Fino Edições
Babel	Jerm
Lelys	Santo Poderoso
Cão de Raça	Casa da Canção
Estação CD	Tag
Arco e Flexa	Fábrica da Música
Muralha Edições	Wave Music Edições
Caco Discos	Pato Discos e Edições
Escola do Infinito	Maianga
Cajueiro	MusiRoots
Caatinga	Vevel
Elo	Plataforma de Lançamento
Malu Edições	João Portela
Bizarro	JB dos Santos Cultura
Estrela do Mar	Swingueira
Motumbá Edições	Verticall

Fonte: Pesquisa de campo do autor.

A experiência exitosa de autores que se profissionalizaram, tornando-se empresários a partir de suas próprias editoras tem estimulado comportamentos isomórficos em alguns dos autores novatos ou já estabelecidos, dinamizando, consideravelmente, o campo em questão. Jauperi é o mais recente deles, com a criação da produtora e editora Escila do Infinito. Para tanto, ele afirma que “[...] É um passo importante para o artista, como um sinal de crescente profissionalização”¹¹⁷.

¹¹⁷ Entrevista concedida em 13 de janeiro de 2011.

Quadro 30: Administradoras e suas administradas

Editoras administradoras	Administradas
Duma	Som de Peixe
Caco Discos	Tag
	Pedra Velha
	Bem bolado
	FK
	Penteventos
	Castelos de Som
João Portela	Good Vibration
	Elo
	Olodum
	Grupo Cultural Olodum
	Motumbá
	Bahia Edições
	Bizarro
MusiRoots	Ed Cem
	Leke

Fonte: Pesquisa de campo do autor.

A experiência adquirida no campo permitiu a estas quatro editoras musicais baianas independentes iniciarem o processo de administração local de outras editoras, seguindo, inclusive, os parâmetros advindos, num primeiro momento, das próprias *majors*. Algumas das editoras baianas que são administradoras são ex-administradas ou mantiveram constante interlocução com as editoras *majors* quando seus responsáveis eram gestores de editoras administradas.

6.4.5 Competitividade e práticas concorrenciais

A intensa agenda de apresentações e eventos musicais torna a música baiana um dos gêneros musicais contemporâneos mais rentáveis no mercado musical nacional, contando, inclusive, com eventos exclusivos para o segmento, como já foi mencionado. Parte considerável dos autores baianos figura entre os mais bem pagos pelos órgãos arrecadadores, o que estimula comportamentos isomórficos distintos (produção musical, composição, empresarização...).

Neste cenário, o campo da gestão da obra musical é dinâmico e marcado por intensa competitividade, que é acentuada, inclusive, pela atuação de editoras de outros estados, incluindo as *majors*, que funcionam, concomitantemente, como administradoras e editoras com larga atividade de edição entre os autores baianos.

A competitividade instalada no campo da gestão da obra musical é marcada por inúmeras práticas (anti)concorrenciais, com destaque para os contratos de exclusividade, adiantamentos, barganhas e promessas.

Contratos de Exclusividade são aqueles documentos jurídicos que garantem à editora, não raro, mediante adiantamentos financeiros, a certeza da exclusividade do autor quanto à cessão da administração de seus direitos patrimoniais¹¹⁸ edição do seu repertório na editora. A partir do contrato de exclusividade que, se for oneroso (com adiantamento), autoriza a editora a efetuar descontos e abatimentos em valores a serem pagos ao autor, provenientes de direitos fonomecânicos, diminuindo o montante da dívida inicial.

Outros tipos de exclusividade também se fazem presentes no campo da gestão da obra musical na Bahia, em que parcela considerável de autores assume fidelidade com as editoras a partir de critérios distintos como amizade e legitimidade da editora no meio musical a partir da profissionalização, confiança e respeito. Episódio que remete à legitimidade institucional relacionada ao ambiente, às crenças e valores, a partir dos sociólogos institucionalistas. Conforme Machado-da-Silva e Fonseca:

[...] as organizações estão inseridas em um ambiente constituído de regras, crenças e valores, criados e consolidados por meio da interação social. Nesse sentido, a sua sobrevivência depende da capacidade de atendimento a orientações coletivamente compartilhadas, cuja permanente sustentação contribui para o êxito das estratégias implementadas e, por conseguinte, para o pleno funcionamento interno. Assim, diante das mesmas prescrições ambientais, as organizações também competem pelo alcance da legitimidade institucional, o que torna suas práticas cada vez mais homogêneas, ou isomórficas. (1996, p. 213).

Para os institucionalistas, as influências coercitivas são definidas e constantemente (re)elaboradas a partir da ação e interação entre os atores do campo, que logo disseminam práticas e comportamentos organizacionais.

O campo em questão também é marcado por práticas como adiantamento, barganhas e promessas, sendo este o momento principal da obra, e, principalmente, sua gestão, os elementos estratégicos do negócio. Em outras palavras, a confirmação da inclusão de determinada obra no repertório do CD e DVD de algum artista, potencializa os acordos de edição e cessão da administração da obra, em momentos que registram considerável diversidade de situações: a) autores condicionando a edição a

¹¹⁸ Como já foi afirmado anteriormente, de acordo com a Lei 9.610/98, os direitos morais são inalienáveis.

adiantamento; b) empresários negociando a edição por promessa de inclusão da obra como música de trabalho; c) editoras reiterando a legitimidade e sucesso comercial de seus artistas para a edição; d) espontaneidade do autor em editar a partir de critérios como amizade e confiança; e) trocas e barganhas como abadás, material de construção, aparelhos de telefonia celular; data de shows; f) e, por último, mas não raro, a exclusão da obra pela impossibilidade de estabelecer acordos.

Com a ampliação da compreensão dos direitos autorais, principalmente, por parte dos autores, e, a partir, também, da competitividade entre as associações arrecadoras que passaram a disponibilizar e publicizar cada vez mais seus serviços, potencializa-se o que no campo se conhece como “Cadastro Direto”, e significa o cadastro da obra junto ao sistema do ECAD sem intermediários, ou seja, diretamente pela associação arrecadora do autor. Com isto, o autor não transfere percentuais de administração, recebendo apenas com o desconto de administração do ECAD.

Para o compositor Jorge Cosme Ferreira Barbosa, nas artes Jorginho, em entrevista concedida no dia 12 de janeiro de 2011, não há vantagens significantes, pois cadastrar direto significa mais trabalho para o autor, “[...] que além de ter que mostrar música de banda em banda, vai ter que ficar mendigando na associação que veja suas obras, fiscalizando, recebendo. Edito para me ver livre de burocracia”¹¹⁹. Para Emanuel Capinan, o compositor Nenel, editar é “[...] transferir problema. Negócio e edito porque não quero burocracia”¹²⁰.

Convergente com estes argumentos, João Portela considera a editora como uma grande parceira do compositor, pois “[...] além de mostrar o trabalho, as obras para os artistas, ainda trata de resolver questões e trâmites burocráticos”. Para Jovita Maria, gerente da editora Duma, “[...] a editora é o melhor caminho para o autor que não quer tratar de questões relacionadas ao direito autoral. Aqui, somos procurados porque quem já editou, confia. Confiando, indica”¹²¹.

¹¹⁹ Jorginho é autor de obras gravadas pela banda Psirico, Levanoíz, Oz Bambaz, Harmnia do Samba, Parangolé, entre outros.

¹²⁰ Autor de grandes sucessos do pagode baiano. Entrevista concedida em 13 de janeiro de 2011.

¹²¹ Entrevista concedida em 14 de abril de 2010.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito desta tese foi investigar a relevância da gestão da obra musical como elemento estratégico de negócio para o campo da música baiana. Para tanto, foi necessário contextualizar a partir dos campos institucionalizados em que a gestão da obra se firmou nos últimos anos: no primeiro momento, o campo da propriedade intelectual e do direito autoral; e, no segundo, aquele demarcado pela cadeia produtiva da música e seus aspectos relacionais com a indústria fonográfica.

Entretanto, a relevância do objeto de estudo em questão orientou para outras possibilidades relacionais existentes no campo musical baiano, como sua articulação com a indústria do turismo, do entretenimento a partir da tríade carnaval, micareta e intensa agenda de shows, além de um considerável enlace com a força política local ambientada por interesses dentro do próprio carnaval soteropolitano.

A centralidade da música baiana no contexto do mercado musical nacional e, também internacional, se dá pelos aspectos como sua configuração enquanto música *pop*, advinda de critérios e ampla legitimação popular; de uma considerável relação identitária com a musicalidade e territorialidade referida à – e conhecida como – Bahia. Em outras palavras, os sentidos atribuídos à marca Bahia perpassam e contemplam necessariamente a experiência musical mediada por músicos de rua e trios elétricos; a apropriação dos artistas locais quanto à assunção de responsabilidades em etapas distintas da produção musical, diferentemente de outros cenários e episódios; e, por último, o fortalecimento do vínculo com o Carnaval soteropolitano, e, principalmente, com os blocos de trio, ampliando o seu modelo para um circuito nacional de micaretas em que há exclusividade, por diversos motivos, para os artistas da música baiana.

A reconfiguração da indústria da música oportunizada pelas novas tecnologias, fragilizando, e não excluindo, os suportes físicos dos fonogramas, ampliando o acesso aos meios e etapas de produção e distribuição em rede, terminou por potencializar ainda mais o segmento de *shows* e apresentações musicais. Em outras palavras, acentuou na prática o que diversos artistas já percebiam em suas distintas realidades: “[...] quem ganha dinheiro com disco é gravadora, e artista ganha dinheiro é com *show*!”. E em *show*, como foi evidenciado no decorrer deste trabalho, a música baiana tem seus

próprios espaços e ainda consegue participar do extenso e competitivo calendário de festas motivadas por inaugurações, feiras agropecuárias, aniversários de cidades, entre outros.

Os artistas e empresários da música baiana souberam se articular e manter seus vínculos com os profissionais ligados às gravadoras, meios de comunicação local ou aqueles concentrados no eixo midiático RJ/SP, fortalecendo seus próprios interesses no ciclo caracterizado por agenda de eventos mediada e apoiada por rádio e televisão veiculando as obras musicais para o público. Quanto às produções fonográficas, também digitais, o que possibilita uma distribuição e veiculação mais dinâmica -, reforçando o ciclo onde a obra musical é o ponto de partida.

Esta investigação evidenciou a gestão da obra musical na Bahia sob a responsabilidade dos próprios autores, editores/empresários e artistas/autores/editores que adquiriram conhecimento, tornando-se agenciadores de suas próprias carreiras, obras e repertórios musicais. A obra musical, neste contexto, alcança contornos variados, mas vem se configurando como um elemento estratégico para diversos atores constituintes desta etapa da cadeia produtiva.

Para o autor, ter uma obra selecionada para integrar um CD ou DVD, representa legitimação e reconhecimento, mas, a partir e dependendo da sua condição no campo da produção musical, também significa o momento de sinalizar o seu poder no negócio da gestão da obra musical, negociando a administração de sua obra, via assinatura de contratos de cessão de direitos autorais. Neste momento, não são raros os episódios de acordos, adiantamentos financeiros, barganhas, conflitos, e, até mesmo, de exclusão da obra do repertório dos futuros produtos resultantes por desacordo comercial.

Para os editores caracterizados como empresários e intermediários do meio musical, atrelado ou não a produtoras artísticas, a gestão da obra musical, não raro, representa investimento na aquisição de percentuais em obras a serem executadas massivamente, e, conseqüentemente, com reais possibilidades de retorno financeiro.

Neste caso, a gestão também pode representar a inclusão do nome de sua editora em encartes de artistas famosos e reconhecidos, potencializando a divulgação de suas atividades empresariais. Se os empresários editores, neste campo, também forem agenciadores artísticos, a gestão da obra representa exclusividade na utilização da mesma num cenário altamente competitivo.

Aos artistas/autores/editores, reiterando que também se configuram como empresários, a gestão da obra musical é estratégica no mercado musical por diversos

argumentos: exclusividade na utilização da obra musical, maior grau de independência artística, retorno financeiro parcial de investimentos em veiculação em meios de comunicação.

Neste cenário, em que a música baiana é compreendida, especialmente, por dois gêneros musicais massivos; de ampla visibilidade midiática; de intensa agenda anual de apresentações musicais; de obras que se tornam *hits* nacionais com certa constância, compondo e liderando *rankings* formais e informais de execução pública e vendagem de CDs e DVDs; do registro de parcela considerável de seus autores no *ranking* do ECAD como entre os que mais receberam direitos autorais nos últimos anos; a Bahia, em especial, Salvador, que até a década de 1980 possuía apenas dois estúdios musicais profissionais, configura-se, atualmente, com centralidade no campo da produção musical no país.

Neste sentido, também se pode afirmar que a gestão da obra musical na Bahia contemporânea, a partir do axé music e pagode, especialmente, representa uma descentralização e tomada de poder, à medida que são os artistas, autores e editores locais que estão passando a administrar os repertórios do que se convencionou chamar de música baiana. Isto é dessemelhante ao que ocorreu em processos de legitimação de outros gêneros musicais no Brasil nas últimas décadas.

Em outras palavras, o sucesso do *rock* progressivo brasileiro da década de 1980, oportunizou a migração de seus artistas, intérpretes e autores para o Rio de Janeiro e São Paulo, não instalando na capital federal uma administração das obras musicais deste. Em resumo, as obras passaram a ser administradas por editoras vinculadas às *majors* responsáveis pelos artistas e seus produtos à época, e, não raro, contratos que se perpetuam ainda que a indústria fonográfica recente tenha passado por processos de aquisição e fusão. Semelhante processo ocorreu com o Clube da Esquina mineiro, *pop*/romântico/sertanejo goiano e do interior paulista, do *pop-rock* mineiro do Skank e Jota Quest, do pagode dolente e partido-alto carioca e paulistano, *manguebet* pernambucano, entre outros.

Em se tratando do Clube da Esquina, por exemplo, na última década é que artistas e compositores como Milton Nascimento, Fernando Brant e Ronaldo Bastos decidiram por administrar suas obras e repertórios, criando suas próprias editoras musicais. É fato que nem sempre os artistas têm interesse, disposição e habilidade para administração, mas perder o controle sobre sua obra, a partir de contratos de cessão de direitos autorais, também é um exagero.

Estes episódios, além de outros fatores, é o que se pode compreender como nacionalização do processo de produção fonográfica, iniciado na década de 1970, por artistas da MPB como Chico Buarque, Caetano Veloso, Ivan Lins, Gilberto Gil, Djavan e, mais recentemente, artistas e grupos como Roupas Nova, os familiares de Tom Jobim, Marisa Monte, Flávio Venturini, Lenine, Zélia Duncan, Marcelo Camelo, Rodrigo Amarante, Zeca Baleiro, Chico César, Zeca Pagodinho, Tom Zé, entre outros, que, além de artistas e autores, também são editores e administradores de suas obras, repertórios, e, não raro, de seus projetos e produções fonográficas.

Nesta tese, o mapeamento do campo da gestão da obra musical na Bahia pôde identificar 74 editoras musicais ativas no quadro do ECAD, a partir de cadastro efetivado por associações arrecadadoras, além de centenas de autores independentes. A pesquisa de campo identificou a década de 1980 como o início desta atividade na Bahia, e possibilitou dividir a atual gestão da obra musical em três segmentos: autores, editores e artistas/autores/editores.

Das 74 editoras musicais ativas, é possível afirmar uma acentuada profissionalização de algumas destas empresas, focando a administração da obra e seus benefícios, mas, também, auxiliam, orientam e intermedeiam os autores acerca dos seus direitos e contatos com as produções fonográficas.

As duas hipóteses desta investigação foram confirmadas. A gestão da obra musical na Bahia representa lucros, mas, também, aspectos políticos que se justificam como estratégicos no cenário musical local e nacional, principalmente a partir da descentralização das atividades do eixo RJ/SP, mas, também, pelo que representa de independência artística.

Por outro lado, a ascensão da música baiana potencializou o mercado musical local, e as transnacionais da indústria fonográfica em atividade no país, via processos institucionalizados de acumulação flexível (HARVEY, 1992) e desverticalização da indústria fonográfica (NAKANO, 2010), corroboraram, consideravelmente, com a profissionalização da gestão da obra musical na Bahia, ainda que se configurem atualmente como organizações concorrentes. Pode-se afirmar ainda que é pertinente a compreensão dos autores, editores e artistas/autores/editores baianos como empreendedores institucionais, pois protagonizaram relevantes mudanças no cenário musical local e nacional.

Em outras palavras, de nada adiantariam os processos de acumulação flexível e desverticalização da indústria fonográfica, se os atores locais não tivessem assumido

responsabilidades quanto às novas atividades, ainda que a partir de comportamentos isomórficos. Por outro lado, o conceito institucionalista de performatividade pode ser aplicado a estes atores que disseminaram o modelo de Carnaval soteropolitano, suas músicas, artistas, danças, organizações e sentidos.

A gestão da obra musical na Bahia contemporânea vem institucionalizando seu campo organizacional. Por questões de dependência, desenvolveu habilidades a partir do isomorfismo aplicando-o em suas organizações, e, por questões estratégicas, não se descuidou quanto à compreensão da relevância de critérios como articulação, busca de apoio e recursos, poder, legitimidade, negociação e resolução de conflitos, conforme descreve o institucionalismo.

O empreendedorismo institucional, regra geral, enfatiza como o processo organizacional e instituições são desenvolvidos a partir de forças criativas e empreendedoras, diferenciando o empreendedor institucional dos outros atores do campo, via abordagem da psicologia cognitiva, mas, também, do empreendedor como ator legitimado, reflexivo e crítico.

Neste sentido, boa parte dos gestores culturais delegou ou procurou aportar tempo, interesse, recursos e conhecimento para atender às exigências dos aspectos normativos, técnicos e estratégicos intrínsecos à gestão da obra musical, como cadastro e monitoramento de obras, contratos de exclusividade, recursos tecnológicos, espaço físico, trâmites burocráticos de autorização de obra, recebimento e repasse de pagamento de direitos autorais, produção fonográfica, entre outros.

A diversidade do campo organizacional também é analisada pelos teóricos do empreendedorismo institucional, uma vez que, não raro, os objetos de estudo apresentam atores separados por acesso e posse aos recursos, ou pelo distanciamento sócio-espacial evidenciado no campo. Sendo assim, nesta investigação, a partir do empreendedorismo institucional é possível afirmar que a considerável quantidade de autores, editores e artistas/autores/editores em atividade no campo possibilita, também, o registro de espaçamentos na compreensão da relevância da gestão da obra musical e dos demais aspectos a esta relacionada, como a devida utilização de recursos tecnológicos e espaço físico para tanto.

Com tal registro, não é possível correr o risco de posicionamentos heróicos nos quadros analíticos, ou atuações radicalmente inovadoras a ponto de se configurarem descontextualizadas. Convergente aos teóricos do empreendedorismo institucional, os

atores promotores de mudança, nesta investigação, sempre estiveram e foram compreendidos como inseridos no meio social transformado.

Inegavelmente, o empreendedorismo institucional é um campo de estudo em ascensão, apresentando muitos conceitos a serem verificados e não estabelecidos, principalmente no campo da gestão cultural, que ainda necessita de mais estudos empíricos e ensaios teóricos.

A assimetria de informações entre os atores do campo quanto aos benefícios e compromissos relacionados à gestão da obra musical reflete, em diversas unidades de análise, que há muito a percorrer em se tratando da disseminação da cultura de propriedade intelectual, do direito autoral ligado à produção e consumo cultural e artístico no Brasil contemporâneo.

A proposta da tese, a partir da performatividade e agência projetiva de alguns artistas e autores, aqui configurados como empreendedores institucionais responsáveis por mudanças, é que a música baiana massiva contemporânea, apesar da dissensão e comportamentos isomórficos iniciais, apresenta repertório, perfis artísticos e empreendedores relevantes num campo em que a obra musical é, historicamente, um elemento estratégico de negócio.

REFERÊNCIAS

- AHUJA, G. Collaboration networks, structural holes, and innovation: A longitudinal study. **Administrative Science Quarterly** v.45, n.3, p. 425-455, 2000.
- AKOUF, Omar. **A Administração entre a Tradição e a renovação**. São Paulo : Ed. Atlas, 1996.
- ALBIN, Ricardo Cravo. **Dicionário Houaiss Ilustrado Música Popular Brasileira**. Rio de Janeiro: Instituto Antônio Houaiss/Instituto Cultural Cravo Albin/Paracatu, 2006.
- _____. **O Livro de Ouro da MPB**. Rio de Janeiro: Ediouro Publicações S.A., 2003.
- ALMEIDA, P. H.; PESSOTI, G. A evolução da indústria fonográfica e o caso da Bahia. **Revista Bahia Análise e Dados**. v.9 n.4 p.90-108. Salvador: SEI, 2000.
- ALMEIDA, G. **Projeto Pixinguinha – 30 anos de música e estrada**. 2009. Dissertação. Rio de Janeiro: CPDOC/FGV, 2009.
- AMARAL, Euclides. **Alguns Aspectos da MPB**. Rio de Janeiro: Esteio Editora, 2010.
- AMIN, Samir. **L'accumulation à échelle mondiale. Critique de la théorie du sous - développement**. Dakar: IFAN, 1970.
- ANDERSON, C. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006
- BANDELLI, O.; GURGEL, R.P.A; MORAES, H.C. “Uma análise do regime internacional da proteção da propriedade intelectual à luz dos efeitos sobre as políticas públicas de gestão do conhecimento”. <http://www2.mre.gov.br/dipi/SERPRO%20-%20artigo%20-%20Rev1-Final.pdf> . (13/11/2010).
- BARBERO, Jesús Martin. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- BARBOSA, A. L. F. **Sobre a propriedade do trabalho intelectual: uma perspectiva crítica**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BARRAUD, H. **Para compreender as músicas de hoje**. São Paulo: Perspectiva, 1983.

BARTOLI, Henri. **Repenser le Développement, en Finir avec la Pauvreté**. Paris: UNESCO/MOST/Economica, 1999.

BATTILANA, J. Agency and institutions: The enabling role of individuals social positions. **Organization**, v. 13, n.5, p.653-676, 2006.

BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica da economia política do signo**. Lisboa: Edições 70, 1981.

BECKERT, J. Agency, entrepreneurs, and institutional change: the role of strategic choice and institutionalized practices in organizations. **Organizations Studies**, v. 20, n. 5, p. 777-799, 1999.

BENHAMOU, Françoise. **La economía de la cultura**. Montevideo: Trilce, 1997.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da cultura de massa**, 4ª ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990, p. 209-240.

BERGEL, Mariana. Independentes buscam novos negócios para ampliar faturamento. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 07 jun. 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/negocios/cn0706200901.html>>. Acesso em: 8 set. 2010.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **Social Construction of Reality**. Nova Iorque: Anchor Books, 1967.

BERMAN, S. J.; McCLELLAN, B. E. Ten strategies for survival in the attention economy. **Strategy and Leadership**, v. 30, n. 3, p. 2833, 2002.

BERMEJO, I. El debate acerca de las patentes biotecnológicas. In.: DURAN, A; RIECHMANN, J. (Coords.). **Genes en el laboratorio y en la fabrica**. Madrid: Trotta, 1998. p. 53-70.

BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BONELLI, Maria da Glória. **Profissionalismo e política no mundo do direito**. São Carlos: EdUFSCar, 2002.

BOSCOLI, João Marcelo. A Nova Produção Independente: o futuro da música em 2003. **Net**, São Paulo, Nov. 2003. Disponível em: <<http://www.trama.com.br/portaltv2/noticias/index.jsp?id=1041>>. Acesso em: 28 dez. 2010.

BOURDIEU, P. Gosto de classe e estilos de vida. In.:ORTIZ, Renato (Org). **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

_____. **The field of cultural production**. Cambridge: Polity Press, 1993.

- _____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- _____. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Porto Alegre: Zouk, 2006.
- _____. **Razões Práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas, SP: Papirus, 1996.
- _____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- BOURDIEU, P.; CHAMBOREDON, J.C.; PASSERON, J.C. **Ofício de sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- BOWRING, M. A. De/constructing theory A look at the institutional theory that positivism built. **Journal of Management inquiry**, v. 9, n. 3, p. 258-270, 2000.
- BRASIL. **Constituição Federativa do Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- BRUNSTEIN, J.; RODRIGUES, A. L.; KIRSCHBAUM, C. Inovação social e empreendedorismo institucional: a ação da ONG “Ação Educativa” no campo educacional da cidade de São Paulo. **Revista O&S**. v. 15, n. 46, p. 119-136, Jul./Set. 2008.
- BRYAN, Guilherme. **Quem Tem um Sonho não Dança: cultura jovem brasileira nos anos 80**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004.
- BURKE, Peter. A explosão da informação. Folha de S. Paulo, **Caderno Mais!**, São Paulo, 16 de julho de 2000.
- _____. **Historia social del conocimiento: de Gutenberg a Diderot**. Barcelona: Paidós: 2002.
- BURT, R.; Structural Holes and Good Ideas..**American Journal of Sociology**, v. 110, n.2, p. 349-399, 2004.
- CANCLINI, N. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: USP, 2003.
- CANÔNICO, Marco Aurélio. Números do Ecad comprovam sucesso crescente do gênero baiano. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28 mar. 2008. Música.
- CASTORIADIS, C. **A instituição imaginária da sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.
- CASTRO, Armando Alexandre; FRANCO RIBEIRO, Maria Teresa. A organização da produção musical na Bahia contemporânea. In.: XI COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE PODER LOCAL, 2009, Salvador. **Trabalhos apresentados**. Salvador, 2009.
- CASTRO, Armando. Turismo e Carnaval na Bahia. **Revista Turismo & Desenvolvimento**. São Paulo, v.3, p. 63-74, jan.2004.

_____. Música e contemporaneidade: *copyright*, pirataria e *creative commons*. In.: ENCONTRO DE MÍDIA E MÚSICA POPULAR MASSIVA, 1º, 2007, Salvador. **Trabalhos apresentados**. Salvador, 2007.

CASTRO, A. A. Axé music: mitos, verdades e *world music*. **Per Musi – Revista Acadêmica de Música/UFMG**, Belo Horizonte, n.22, p.203-217, jul.-dez., 2010.

CASTRO LIMA, Carmem. **Debate sobre Indústrias Criativas: uma primeira aproximação para o estado da Bahia**. Salvador, Revista da Desenbahia, n.5, 2006.

_____. **Repertório de fontes sobre economia criativa**. Salvador, Centro de estudos multidisciplinares em cultura, UFBA, 2007.

CHARTIER, Roger. Cultura popular: revisitando um conceito historiográfico. **Estudos Históricos**, n. 16, Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1995.

CHILES, T. H.; BLUEDORN, A.C.; GUPTA, V. K. Beyond Creative Destruction and Entrepreneurial Discovery: A Radical Austrian Approach to Entrepreneurship. **Organization Studies**, v. 28, n. 4, p. 467-493, 2007.

CHIZZOTTI, Antonio. A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evolução e desafios. **Revista Portuguesa de Educação**. v. 16, num. 02, p. 221-236, 2003.

CLEMENS, E. S. Organizational repertoires and institutional Change: women's groups and the transformation of U.S. Politics, 1890-1920. **The American Journal of Sociology**, v.98, n.4, p.755-798. 1993.

COASE, R. **The Nature of the Firm**. Chicago: University of Chicago Press, 1937.

CZARNIAWSKA, B.;SEVÓN, G. Introduction. Em: CZARNIAWSKA, B. e SEVÓN, G. (Ed.). **Translating organizational change**. Berlin: Walter de Gruyter, p.1-12, 1996.

DACIN, T.; Godstein, J.; Scott, W.R. Institutional Theory and Institutional Change: introduction to the special research forum. **Academy of Management Journal**, 45(1) 45-57, 2002.

DANTAS, Marcelo. **De bloco afro a holding cultural**. Salvador: Fundação Casa de Jorge Amado, 1994.

_____. Competitividade internacional em turismo: a identidade cultural contra o mito da qualidade dos serviços. *Revista Textos e Contextos/FIB*. Salvador: Editora FIB, 2005.

_____. Três organizações afro-baianas, três modelos, três estilos de liderança. In: FISCHER, Tânia (Org.) **O carnaval baiano – negócio e oportunidades**. Brasília: Edição SEBRAE, 1996. 190 pp.

DAVEL, Eduardo; ALCADIPANI, Rafael. Estudos críticos em administração: a produção científica brasileira nos anos 1990. **Revista de Administração de Empresas**. v. 43, n. 4, p. 72-85, Out./Dez. 2003.

DAVIS, Stan; MEYER, Christopher. **Blur - A velocidade da mudança na economia integrada**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

DE MARCHI, L. A angústia do formato: uma história dos suportes sonoros. In.: **Revista E-Compós**, n_2, abr./2005a. Disponível em: <<http://www.compos.org/e-compos>>.

_____. Do Marginal ao Empreendedor. Transformações no Conceito de Produção Fonográfica Independente no Brasil. **Revista Eco-Pós**. Rio de Janeiro: Ed. E-Papers, vol.9, nº1, Janeiro-Julho, 2006. p.121-140.

_____. Indústria fonográfica independente brasileira: debatendo um conceito. In.: **Anais da Intercom**. CD-Rom. V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, NP de Rádio e Mídia Sonora, Rio de Janeiro, 2005b.

DEMSETZ, H. Toward a Theory of Property Rights. **American Economic Review**. 57 (May): 1967. p. 347-59.

DIAS, Clímaco. Mundialização Baiana: turismo, carnaval e venda da cidade. In.: **Cadernos de Geociências**. Salvador: EDUFBA, 2001. Pgs. 81 – 97.

DIAS, Márcia Tosta. **Os Donos da Voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.

DIMAGGIO, P. J. Interest and Agency in Institutional Theory. In: ZUCKER, L. G. (Ed.). **Institutional patterns and organizations: culture and environment**. Cambridge, MA: Ballinger, 1988, p. 03-21.

DiMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **Administrative Science Review**, v. 8, n. 2, p. 147-169, 1983.

_____. A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. **Revista de Administração de Empresas (RAE-FGV/SP)**, v.45, n.2, Abr./Jun.2005.

ELIAS, Norbert. **A sociedade de corte**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

EMIRBAYER, M.; MISCHÉ, A. What is agency? **The American Journal of Sociology**, v.103, n. 4, p. 962-1023, 1998.

EMTURSA. Dados e estatísticas do Carnaval. Disponível em: <http://www.emtursa.salvador.ba.gov.br>>. Acesso em: 06 jan. 2011.

ENCREVÉ, Pierre; LAGRAVE, Rose Marie. **Trabalhar com Bourdieu**. Rio de Janeiro : Bertrand Brasil, 2005.

ESCOBAR, Arturo. **Encountering Development. The Making and Unmaking of the Third World**. Princeton: Princeton University Press, 1995.

FACHIN, Roberto C.; MENDONÇA, J. Selznick: uma visão da vida e da obra do precursor da perspectiva institucional na teoria organizacional. In: VIEIRA, Marcelo M. F.; CARVALHO, Cristina A. (Orgs.) **Organizações, instituições e poder no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

FALCÃO VIEIRA, Marcelo Milano; ZOUAIN, Deborah Moraes (orgs.). **Pesquisa qualitativa em Administração: teoria e prática**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

FENSTERSEIFER, J.; GOMES, J. **Análise da cadeia produtiva do calçado e do couro**. Porto Alegre: Ed. Ortiz, 1995.

FERRAZ, M. A. V. **Liderança e Mediação da Identidade: os casos do Ilê Aiyê e da Pracatum**. 2000. 2 V. Dissertação (Mestrado em Administração). Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia. Salvador.

FERRAZ, Maria Aparecida Viviani; FISCHER, Tânia. Liderança e Mediação da Identidade: a palavra dos líderes e a voz da mídia. **Revista Organizações & Sociedade**, Brasília, DF, 8.22, 25 09 2006. Disponível em: <<http://www.revistaoes.ufba.br/viewarticle.php?id=81>>. Acesso em: 11 12 2006.

FINK, Michael. **Inside the music industry – creativity, process and business**. New York: Schirmer Books, 1996.

FISCHER, Tânia (org.). **O carnaval baiano: negócios e oportunidades**. Brasília: Ed. Sebrae, 1996.

_____. A cidade como teia organizacional. In.: MOTTA, Fernando C. P. e CALDAS, M. (orgs.). **Cultura organizacional e cultura brasileira**. São Paulo: Editora Atlas, 1997.

FRANCESCHI, Humberto Moraes. **A Casa Edison e seu Tempo**. Rio de Janeiro. Sarapuí/Petrobrás, 2002.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de Conteúdo**. Brasília: Líber Livro Editora, 2005.

FREIRE FILHO, J. e JANOTTI JÚNIOR, J. (orgs.) **Comunicação e Música Popular Massiva**. Salvador: EDUFBa, 2006.

FREITAS, Ayêska Paula - Da JS à WR: Apontamentos para uma História da Indústria Fonográfica na Bahia. **Texto apresentado no NP 06 – Rádio e Mídia Sonora**, da Intercom 2004.

FREITAS, Henrique Mello Rodrigues de; JANISSEK, Raquel. **Análise léxica e análise de conteúdo: técnicas complementares, sequenciais e recorrentes para a exploração de dados qualitativos**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

FLIGSTEIN, N. **Social Skill and the Theory of Fields**. California: University of California, 2001.

FRITH, Simon. **Performing rites: on the value of popular music**. Massachusetts: Harvard University Press, 1996.

FURUBOTN, E; RICHTER, R. "The New Institutional Economics: An Assessment". In.: FURUBOTN, E; RICHTER, R. (orgs.) **The New Institutional Economics**. College Station, Texas: Texas A&M Press, 1991.

GADELHA, M. A. **Organizações Brown: identidade cultural e liderança em um complexo de organizações baianas**. 2004. 153 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal da Bahia, UFBA.

GALBRAITH, J. Kenneth. A seqüência revista. In.: **O Novo Estado Industrial**. São Paulo: Abril Cultural, 1988.

GANDELMAN, Marisa. **Poder e conhecimento na economia global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

GARUD, R.; JAIN S.; KUMARASWAMY, A. Institutional entrepreneurship in sponsorship of common technological standards: the case of Sun Microsystems and Java. **Academy of Management Journal**, v. 45, n. 1, p. 196-214, 2002.

GAURIDO FILHO, E. R. **A construção da teoria institucional nos estudos organizacionais no Brasil: o período 1993-2007**. 2008, 299 f. Tese (Doutorado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2008.

GEDDES, B. **Politician's Dilemma**. Berkeley, University of California Press, 1994

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

GIDDENS, Anthony. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

GIL, Gilberto. O direito autoral no Brasil hoje. **O Globo**, Rio de Janeiro, 22 jun. 2008. Coluna Opinião, p. 5.

_____. A importância dos direitos autorais. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 16 set. 2007. Ilustrada, p. E10.

GILROY, Paul. **O Atlântico Negro: modernidade e dupla consciência**. São Paulo: Editora 34; Rio de Janeiro: Universidade Candido Mendes/ Centro de Estudos Afro-Asiáticos, 2001.

GOODY, J. **La lógica de la escritura y la organización de la sociedad**. Madrid: Alianza, 1990.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. **The American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, Maio/1973.

_____. The strength of weak ties: a network theory revisited. **Sociological Theory**, v.1, p. 201-233, 1983.

_____. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **The American Journal of Sociology**, v. 91, n. 3, p. 481-510, Nov./1985.

_____. **A Theoretical Agenda for Economic Sociology**. Berkeley: University of California, 2000.

GREENWOOD, R.; OLIVER, C.; SAHLIN, K.; SUDDABY, R. **The Sage handbook of organizational institutionalism**. London: Sage Publications, 2008.

GREENWOOD, R.; SUDDABY, R. Institutional entrepreneurship in mature fields: the big five accounting firms. **Academy of Management Journal**, v. 49, n. 1, p. 27-48, 2006.

GUERREIRO, G. **A Trama dos Tambores – a música afro-pop de Salvador**. São Paulo: Editora 34, 2000.

_____. O drible do Candeal: o contexto sociomusical de uma comunidade afrobrasileira. **Revista Afro-Ásia**, Salvador, v.33, p. 207-249, 2005.

GUERREIRO RAMOS, A. **A nova ciência das organizações – uma reconceituação da riqueza das nações**. São Paulo: FGV, 1989.

GUIMARÃES, Carla. O Axé Music abre caminho para o som underground. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, v. 5, n. 4, p. 56-58, mar. 1996.

HALL, P. A.; TAYLOR, R. C. Political science and the three new institutionalism. Oxford: Blackwell Publishers. **Political Studies**, n. XLIV, p. 936-957, 1996.

_____. As três versões do neo-institucionalismo. **Lua Nova**, n. 58, p. 193-223, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HAMPTON, D. R. **Administração: comportamento organizacional**. São Paulo: Mc Graw-Hill, 1991.

HANSEN, M. T.; HAAS, M. R. Competing for attention in knowledge markets: electronic document dissemination in a management consulting company. **Administrative Science Quarterly**, v. 46, p. 128, 2001.

HARGADON, A.; DOUGLAS, Y. When innovations meet institutions: edison and the design of the electric light. **Administrative Science Quarterly**, v.46, p.476-503, 2001.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural.** São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HESMONDHALGH, D. The british dance music industry: a case study of independent cultural production. **British Journal of Sociology**, v. 49, n. 2, jun. 1998.

HOLM, P. The dynamics of Institutionalization: Transformation process in Norwegian fisheries. **Administrative Science Quarterly**, v. 40, p. 298-422, 1995.

HORKEIMER, M; ADORNO, T. *Dialética do esclarecimento.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

HUGHES, E. C. The ecological aspect of institutions. **American Sociological Review**, v.1, n.2, p.180-189, Abr. 1936.

_____. The study of institutions. **Social Forces**, v.20, n.3, p.307-310, Mar.1942.

HUNTINGTON, Samuel P. **Political order in changing societies.** New Haven: Yale University Press, 1968.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

_____. **A Sociedade Global.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY – IFPI. Digital formats continue to drive the global music market. **Press Release**, mar. 2006. Disponível em: www.ifpi.org. Acesso em 08/11/2009.

JAGUARIBE, R.; BRANDELLI, O. Propriedade Intelectual: espaços para os países em desenvolvimento. In.: VILLARES, F. (Org.). **Propriedade Intelectual: tensões entre o capital e a sociedade.** São Paulo: Paz e Terra, 2007.

JAMBEIRO, Othon. **Canção de Massa.** São Paulo: Pioneira, 1975.

JANOTTI Jr, Jeder. **Aumenta que isso é Rock and Roll** - Mídia, Genero Musical, Identidade. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003.

JANOTTI, J. Dos Gêneros textuais, dos Discursos e das Canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero mediático. In: **XIV Compós**, Rio de Janeiro - UFF. Anais da XIV Compós. CD-Rom, 2005.

JENSEN e MECKLING, W. Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Costs and Ownership Structure. **Journal of Financial Economics**, 1976. 3:305.

KHAN, B. Zorina. **Intellectual Property and Economic Development: Lessons from American and European History.** London: British Commission on Intellectual Property, 2002.

KHAN, F. R.; MUNIR, K. A.; WILMOTT, H.; A Dark Side of Institutional Entrepreneurship: Soccer Balls, Child Labour and Postcolonial Impoverishment. **Organization Studies**. V. 28, n.7, p. 1055-1077, 2007.

KLEBERG, T. Comercio librario y actividad editorial en el Mundo Antiguo. In.: CAVALLO, G. (coord.). **Libros, editores y publico en el mundo antiguo**. Madrid: Alianza, 1995. p. 51-107.

KOENE, B. A. S. Situated human agency, institutional entrepreneurship and institutional change. **Journal of Organizational Change Management**, v. 39, n. 3, p. 365-382, 2006.

_____.; HARDY, C.; PHILLIPS, N. Institutional Effects of Interorganizational Collaboration: The Emergence of Photo-Institutions. **Academy of Management Journal**, v. 45, n. 1, p. 281-290, 2002.

_____.; PHILLIPS, N.; From Moby Dick to Free Willy: Macro-Cultural Discourse and Institutional Entrepreneurship in Emerging Institutional Fields. **Organization**. v. 11, n.5, p.689-711, 2004.

KOTTAK, Conrad. La cultura y “el desarrollo económico”. In: VIOLA, Andreu (Org.). **Antropologia del desarrollo**. Barcelona: Paidós Ibérica, 2000.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

LEBEL, P. **L'Art de la négociation**. Paris: Lés Éditions D'Organizations, 1984.

LEME, Mônica Neves. **Que “tchan”é esse?: indústria e produção musical no Brasil dos anos 90**. São Paulo: Annablume, 2003.

LIMA, Ari. Funkeiros, timbaleiros e pagodeiros: notas sobre a juventude e música negra na cidade de Salvador. **Cad. Cedes**, Campinas, v. 22, n. 57, p. 77-96, ago., 2002.

LISBOA JÚNIOR, Luís Américo. **A Presença da Bahia na Música Popular Brasileira**. Brasília: Musimed, 1990.

LEYSHON, A.; WEBB, P.; FRENCH, S.; THRIFT, N.; CREWE, L. On the reproduction of the musical economy after the internet. **Media, Culture and Society**, v. 27, n. 2, p. 177-209, 2005.

LOIOLA, Elizabete; MIGUEZ, Paulo. Lúdicos mistérios da economia do carnaval baiano: trama de redes e inovações. **Revista Brasileira de Administração Contemporânea**. Anais do 19º ENANPAD, v.1 n.1., set.1995.

_____. Os tabuleiros da festa: pequenos negócios & muitos negociantes do carnaval baiano. In: FISCHER, Tânia (org.). **O carnaval baiano: negócios e oportunidades**. Brasília, Edição SEBRAE, 1996.

_____. Sobre Cultura e Desenvolvimento. In.: III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura -, 2007, FACOM/UFBA, Salvador, Bahia. **Trabalho apresentado**. Salvador: FACOM/UFBA, 2007.

LOUNSBURY, M.; CRUMLEY, L.T. New practice creation: an institutional perspective on innovation. **Organization Studies**. v. 28, n. 7, p. 993–1012, 2007.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; BARBOSA, S. de L. Estratégia, fatores de competitividade e contexto de referência das organizações: uma análise arquetípica. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 6, n. 3, p. 7-32, 2002.

_____; FONSECA, V. S. da; CRUBELLATE, J. M. Estrutura, agência e interpretação: elementos para uma abordagem recursiva do processo de institucionalização. **Revista de Administração Contemporânea**, 1ª ed. esp., v. 9, p. 09-39, 2005.

_____; FONSECA, V. S. Mudança e estratégia nas organizações: perspectivas cognitiva e institucional. In. VIEIRA, M. M. F.; OLIVEIRA, L. M. B. **Administração Contemporânea: perspectivas estratégicas**. São Paulo: Atlas, 1999, p. 102-118.

_____; _____. Homogeneização e diversidade organizacional. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 17., Salvador, 1993. **Anais**. Salvador: ANPAD, 1993. v. 8, p. 147-159.

_____; GUARIDO FILHO, E. R.; ROSSONI, L; Campos organizacionais: seis diferentes leituras e a perspectiva de estruturação. **Revista de Administração Contemporânea**, ed. esp., v. 10, p. 159-196, 2006.

_____. Competitividade organizacional: uma tentativa de reconstrução analítica. **Organizações e Sociedade**, Salvador, v. 4, n. 7, p. 97-114, dez. 1996.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; FONSECA, V. S.; FERNANDES, B. H. R. Mudança e estratégia nas organizações: perspectivas cognitiva e institucional. In: VIEIRA, M. M. F.; OLIVEIRA, M. B. de. **Administração contemporânea: perspectivas estratégicas**. São Paulo: Atlas, 1999. p. 102-118.

MAGUIRE, S.; HARDY, C.; The Emergence of New Global Institutions: A Discursive Perspective. **Organization Studies**. v. 27, n.1, p. 7-29, 2006.

_____; _____. Institutional entrepreneurship in emerging fields: HIV/AIDS treatment advocacy in Canada. **Academy of Management Journal**, v. 47, n. 5, p. 657-679, 2004.

MARSHALL, Alfred. **Princípios de Economia**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

MENEZES, E. **Curso de Direito Autoral**. Belo Horizonte: Del Rey, 2007.

MEYER, John W.; ROWAN, Brian. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. In: POWELL, W; DIMAGGIO, P. J. (Eds.). **The new institutionalism in organizational analysis**. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

_____. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony, **American Journal of Sociology**, 83:340-63. 1977.

MEYER, John; BOLI, John; THOMAS, George M. Ontology and rationalization in the western cultural account. In: SCOTT, Richard W; MEYER, John W. **Institutional Environments and Organizations**. London: Sage Publications, 1994.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org.). **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007.

_____. Repertório de fontes sobre Economia Criativa. [online] Disponível na Internet via http://www.cult.ufba.br/arquivos/repertorio_economia_criativa.pdf. Arquivo capturado em 15 de setembro de 2010.

_____. Negócios da festa. **Bahia Análise & Dados**. Serviços. Salvador, SEI, Secretaria do Planejamento Ciência e Tecnologia do Estado da Bahia, v.6 n.4, mar.1997

_____. O impacto social do carnaval. **Gazeta Mercantil**. São Paulo, 15-09-1998, p.2, Regional Nordeste.

MIGUEZ, Paulo. A Contemporaneidade Cultural na Cidade da Bahia. **Bahia Análise & Dados**. Salvador: SEI, v.8, n.1, p 50-53, Jun./98.

_____. Que bloco é esse?. In: FISCHER, Tânia (org.). **O carnaval baiano: negócios e oportunidades**. Brasília, Edição SEBRAE, 1996. p. 75-103

_____. Yes nós temos (chiclete) com banana. **Bahia Análise & Dados**. Salvador, SEI, Secretaria do Planejamento Ciência e Tecnologia do Estado da Bahia, v.5 n.4, mar.1996.

_____. **Carnaval baiano: as tramas da alegria e a teia de negócios**. Dissertação (Mestrado em Administração). Salvador, BA, 1996, 265 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal da Bahia, UFBA.

MINTZBERG, H. The design school: - reconsidering the basic premises of strategic management. **Strategic Management Journal**, v.11, p.171-195, 1990.

MORELLI, R. C. L. **Arrogantes, anônimos, subversivos : interpretando o acordo e a discórdia na tradição autoral brasileira**. São Paulo: Mercado de Letras, 2000.

_____. **Indústria fonográfica: um estudo antropológico**. Campinas: Unicamp, 1991.

MORGAN, G. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

MOTTA, F.C.P. **Teoria geral da administração**: uma introdução. São Paulo: Pioneira, 1994.

_____. **Organização e poder**: empresa, Estado e escola. São Paulo: Atlas, 1986.

MOURA, Milton. Os ritmos calientes do Caribe num carnaval brasileiro. **Revista Brasileira do Caribe**, Goiânia, Vol. X, nº20. p. 331-362, jan./jun. 2010.

_____. A fotografia numa pesquisa sobre a história do Carnaval de Salvador. **Domínios da Imagem**, Londrina, Ano II, n.4, p. 109-122, nov.2009.

_____. **World of fantasy, fantasy of World: geographic space and representation of identity in the Carnival of Salvador**. In: Charles A. Perrone; Christopher Dunn. (Org.). *Brazilian popular music & globalization*. 2 ed. New York: Routledge, 2002, v. , p. 161-176.

_____. **Carnaval e baianidade**: arestas e curvas na coreografia de identidades do carnaval de Salvador. 2001, 2v. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Universidade Federal da Bahia, UFBA.

_____. Faraó, um poder musical. **Caderno do CEAS**, 1987.

_____. A Música como Eixo de Integração Diferencial no Carnaval de Salvador. Trabalho Apresentado no GT 19 - **Música, Cultura e Sociedade: Pesquisas Recentes em Estudos Musicais no Brasil** - da XX Reunião da Associação Brasileira de Antropologia - ABA, Salvador.

_____. Conflitos e Confetes do Carnaval Baiano. **Pré-Textos para Discussão**. Salvador: 1, 25-38, 1996.

MUNIR, K.; PHILLIPS, N. The birth of the Kodak moment: Institutional entrepreneurship and the adoption of new technologies. **Organization Studies**. v. 26, n.11, p. 1665–1687, 2005.

MUTCH, A. Reflexivity and the institutional entrepreneur: a historical exploration. **Organization Studies**, v. 28, n. 7, p. 1123-1140, 2007.

NAKANO, Davi. A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música. **Gestão da Produção**, São Carlos, v. 17, n. 3, p. 627-638, 2010.

NAPOLITANO, Marcos. A música popular brasileira (MPB) dos anos 70: resistência política e consumo cultural. **Atlas del IV Congreso Latinoamericano de la asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular**. Cidade do México, 2002.

NATIONAL LIBRARY OF AUSTRALIA. **Creative Nation**: Commonwealth Cultural Policy. Canberra, Oct. 1994. Disponível em: <<http://www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html>>. Acesso em: 01 out. 2009.

NIÑO, Carlos Santiago. **The Ethics of Human Rights**. Oxford: Clarendon Press, 1991.

NORBERTO SILVA, Elaine. Consumo, *mimesis* e sentido. In.: Monclar Valverde (Org.). **As formas do sentido**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

_____. Estratégias corporativas de marcas e estratégias sociais de diferenciação: uma análise a partir do automóvel. In.: **Tempo Social, Revista de Sociologia da USP**, v. 16, nº 02.

NORTH, D. **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

OMETTO, M.P; LEMOS, E. L. Empreendedorismo institucional, agência e mudança institucional: uma contribuição ao institucionalismo organizacional. In.: XII SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 2010, Curitiba. **Trabalhos apresentados**. Curitiba, 2010.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Acordo sobre Aspectos de Direito de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio**. Genebra: OMC, 1994.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1988.

OSTROM, E. **Governing the Commons**. London: Cambridge University Press, 1990.

OWEN-SMITH, J.; POWELL, W. W. Networks and institutions. (2008). In: GREENWOOD, R.; et al. **The Sage Handbook of Organizational Institutionalism**. London: Sage Publications, p.596-623, 2007.

PADGETT, J. F.; ANSELL, C. K. Robust action and the rise of the Medici. **American Journal of Sociology**, v.98, p.1259-1319, 1993.

PAGÉS, M. *et al.* **O poder das organizações**. São Paulo: Atlas, 1987.

PEREIRA, Hélder Cardoso. **O futuro do capitalismo, o empresário e a inovação**. Lisboa: Sociologia Econômica, 2003.

PERKMANN, M.; SPICER, A. ‘Healing the scars of history’: projects, skills and fields strategies in institutional entrepreneurship. **Organization Studies**, v. 28, n. 7, p. 1101-1122, 2007.

PERROUX, François. **L’Economie au XXe siècle**. Paris : Presses Universitaires de France, 1961.

PETERSON, R. A.; BERGER, D. Cycles in symbolic production: the case of popular music. **American Sociological Review**, v. 40, 1975.

PHILLIPS, N.; LAWRENCE, T. B.; HARDY, C. Inter-organizational collaboration and the dynamics of institutional fields. **Journal of Management Studies**, v. 37, n. 1, p. 23-43, 2000.

_____; _____. Discourse and institutions. **Academy Management Review**, v. 29, n. 4, p. 635-652, 2004.

PORTER, M. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1989.

PRESTES FILHO, L. C. (Org.). **Cadeia produtiva da economia da música**. Rio de Janeiro: Instituto Gênese, 2005.

PRICE WATERHOUSE COOPERS. **Global Entertain. & media outlook 2006-2010**. 2006.

PRZEWORSKI, A. **Democracy and the Market**. Cambridge University Press, 1991.

QUEIROZ, Lúcia Aquino de. **Turismo na Bahia – estratégias para o desenvolvimento**. Salvador: SCT, 2002.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. **Carnaval Brasileiro – o Vivido e o Mito**. São Paulo: Brasiliense, 1992.

REIS, Ana Carla Fonseca. (Org.) **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itáu Cultural, 2008.

RISÉRIO, Antonio. **Carnaval ijexá; notas sobre afoxés e blocos do novo carnaval afrobaiano**. Salvador: Corrupio, 1981.

_____. **Uma história da Cidade da Bahia**. 2.ed. Rio de Janeiro: Versal Editores, 2004.

RIST, Gilbert. **Le développement, histoire d'une croyance occidentale**. Paris: Presses de Sciences, 1996.

RODRIGUE, Jean-Paul; COMTOIS, Claude; SLACK, Brian. **The geography of transport systems**. New York: Routledge, 2009.

SACHS, Ignacy. **L'Ecodéveloppement, Stratégies de Transition vers le XXI e siècle**. Paris: Syros, 1993.

_____. O divisor global de inovação. In.: VARELLA, M. D. (Coord.). **Propriedade Intelectual e Desenvolvimento**. São Paulo: Lex Editora, 2005.

SAHLINS, M. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: ZAHAR, 2003.

SANDRONI, Carlos. **Feitiço decente: transformações no samba do Rio de Janeiro (1917–1933)**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar/ Editora UFRJ, 2001.

SANSONE, Livia e SANTOS, Jocélio Teles dos (orgs.). **Ritmos em trânsito – Sócio-antropologia da música baiana**. São Paulo/Salvador: Dynamus Editorial/Programa A Cor da Bahia/Projeto S.A.M.B.A., 1997.

SCHUMPETER, J. **A Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

_____. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SCOTT, J. **Social network analysis: a handbook**. 2 ed. London: Sage Publications, 2000.

_____. Institutional theory: contributing to a theoretical research program. In: SMITH, K.G.; HITT, M. A. (Org.). **Great minds in management: the process of theory development**. Oxford: Oxford University Press, 2005. p. 460-484.

_____. **Institutions and organizations: ideas and interests**. Sage, 2008.

_____. The adolescence of institutional theory. **Administrative Science Quarterly**, v. 32 : 493-511, 1987.

_____. “Institutional analysis: variance and process theory approaches”, in W. R. SCOTT & J. W. Meyer (eds.), **Institutional Environments and Organizations: Structural Complexity and Individualism**. Thousand Oaks, Calif., Sage. Pp. 81-99, 1994.

_____. **Institutions and organizations**. London: Sage Publications, 1995.

_____. Unpacking institutional arguments. In: POWELL, W; DIMAGGIO, P. J. (Eds.). **The new institutionalism in organizational analysis**. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

_____ & MEYER, John. **Institutional Environments and Organizations: Structural Complexity and Individualism**. Thousand Oaks: Calif., Sage, 1994.

SCOTT, W. R. **Institutions and organizations**. Thousand Oaks: Sage, 2001.

SCHUMPETER, Joseph. O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico. In **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DA BAHIA - SETUR. Pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), 2008. **Caracterização e dimensionamento do turismo receptivo na Bahia – 2008**. Relatório. Disponível em <http://www.setur.ba.gov.br/indicadores/principais-indicadores/fluxo-turistico>. Acesso em: 02 abr. 2011.

SELZNICK, Philip. **TVA and the Grassroots**. Berkeley, Califórnia: University of California Press, 1949.

_____. Institutionalism ‘old’ and ‘new’. **Administrative Science Quarterly**, v. 41, n.1, p. 270-277, 1996.

_____. **Leadership in Administration**. Nova Iorque: Free Press, 1957.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SEO, M.; CREED, W. E. D. Institutional contradictions, praxis, and institutional change: a dialectical perspective. **Academy of Management Review**, v. 27, n. 2, p. 222-247, 2002.

SILVA, Edilson Delmiro. Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira. In.: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO. Set., 2001, Campo Grande/MS. **Anais eletrônicos...** Campo Grande: Intercom, 2001. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4609/1/NP6SILVA.pdf>. Acesso em 02-03-2008.

SILVEIRA, R. A. **Michel Foucault: poder e análise das organizações**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2005.

SINGER, Paul. **A economia urbana vista de um ponto de vista estrutural: o caso de Salvador**. In.: SOUZA, Guaraci; FARIA, Vilma. (Orgs.). *Bahia de todos os pobres*. Petrópolis: Editora Vozes; São Paulo: CEBRAP, 1980.

THEVENOT, L. Pragmatic regimes governing the engagement with the world. In.: SCHATZKI, T. R.;KNORR-CETINA, K., et al (Ed.). **The practice turn in contemporary theory**. London ; New York: Routledge, p.56-73, 2001.

TOLBERT, Pamela S.; ZUCKER, Lynne G. A Institucionalização da Teoria Institucional. In: CLEGG, Stewart R. et al. (Org.) **Handbook de Estudos Organizacionais**, v.1. São Paulo: Atlas, 1999.

TURNER, Jonathan. **The Structure of Sociological Theory**. Nova Iorque: Dorsey, 1974.

UNESCO. Global Alliance for Cultural Diversity . **Understanding Creative Industries: cultural statistics for policy making**. Paris, Feb. 2006. Disponível em: <http://www.unesco.org.br>. Acesso em: 05 mai. 2008.

VAZ, Gil Nuno. **História da Música Independente**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1988.

VIANNA, Hermano. **Mistério do samba**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.

VIEIRA, M. M. F. Análise Institucional da Dinâmica de Setores Industriais: um estudo de caso sobre desenvolvimento e declínio de um setor industrial específico. **Projeto de Pesquisa**. Programa Pró-pesquisa. Rio de Janeiro, EBAPE/FGV. 2000.

_____; CARVALHO, C. A. (Org.). **Organizações, cultura e desenvolvimento local: a agenda de pesquisa do Observatório da Realidade Organizacional**. Recife: EDUFPE, 2003a.

_____. Sobre organizações, instituições e poder. In: VIEIRA, Marcelo M. F.; CARVALHO, Cristina A. (Org.) **Organizações, instituições e poder no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

_____; _____. Campos organizacionais: de wallpaper à construção histórica do contexto de organizações culturais em Porto Alegre e em Recife. XXVII Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Administração. ENANPAD. **Anais...** Atibaia, SP, 20 a 24 de setembro de 2003b.

_____; MISOCZKY, Maria Ceci. Instituições e poder: explorando a possibilidade de transferências conceituais. In: CARVALHO, Cristina Amélia Pereira de; VIEIRA, Marcelo Milano Falcão (Orgs.). **Organizações, cultura e desenvolvimento local: a agenda de pesquisa do Observatório da Realidade Organizacional**. Recife: Edufepe, 2003.

_____; PAULA, A. C. Análise institucional do campo da reciclagem de latas de alumínio do Estado do Rio de Janeiro. **Cadernos Gestão Social/Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social da Universidade Federal da Bahia**. v.2, n.1. – Salvador: CIAGS, 2009.

VILLARES, F. (Org.). **Propriedade Intelectual: tensões entre o capital e a sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

VENKATESH, Alladi; MEAMBER, Laurie A. Arts and aesthetics: Marketing and cultural production. **Marketing Theory**, Vol. 6, No. 1, 11-39, 2006.

VOGEL, HAROLD L. **Entertainment Industry Economics: A guide for financial analysis**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

WEBER, M. Os três tipos puros de dominação legítima. In.: **Weber – Sociologia**. COHN, G. (Org.). São Paulo: Ática, 1979.

WILLIAMSON, Oliver. **Mercados y Hierarquias: su análisis y sus implicaciones anti-trust**. Fondo de Cultura, 1991a.

_____. Comparative Economic Organization: The analysis of discrete structural alternatives. **Administrative Science Quarterly**. V. 36, 1991b, p.269-296.

_____. **The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting**. New York: The Free Press, 1985.

WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO). **Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights**. Geneva: WTO, 1994.

WR. Desenvolvido pela Gravadora WR Bahia. Apresenta texto sobre a Editora Musical. Disponível em: <http://www.wrbahia.com.br/paginas/editora/editora.htm>. Acesso em 23 abr. 2011.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

ZILBER, T. B. Institutionalization as an interplay between actions, meaning, and actors: the case of a rape crisis center in Israel. **Academy of Management Review**, v. 45, n. 1, p. 234-254, 2002.

_____. Stories and the discursive dynamics of institutional entrepreneurship: the case of Israeli high-tech after the bubble. **Organization Studies**, v. 28, n. 7, p. 1035-1054, 2007.

_____. The work of meanings in institutional processes and thinking. In: GREENWOOD, R. et al **The Sage handbook of organizational institutionalism**. London: Sage Publications, 2008.

ZUCKER, L. G. The role of institutionalization in cultural persistence. **American Sociological Review**, v. 42, n. 5, p. 726-743, 1977.

ZUCKER, Lynne G. "Where do institutional patterns come from? Organizations as actors in social systems", in Lynne G. Zucker (ed.), **Institutional patterns and organizations: Culture and environment**. Cambridge, Mass., Ballinger. Pp. 23-49. 1988.

_____. "Postscript: microfoundations of institutional thought", in WALTER, W. Powell and Paul J. DiMaggio (eds.), **The New Institutionalism in Organizational Analysis**. Chicago, Ill., Univ. of Chicago Press. Pp. 103-7. 1991.

ZAN, J. R. Música popular brasileira, indústria cultural e identidade. **Eccos Revista Científica**, Uninove, São Paulo: nº1, v. 3: p. 105-122.

ANEXOS



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
Núcleo de Pós-Graduação em Administração - NPGA

DOUTORANDO: ARMANDO CASTRO

ORIENTADOR: PROF. DR. MARCELO DANTAS

PROJETO DE TESE: A MÚSICA BAIANA E O MERCADO: A GESTÃO DA OBRA COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM EDITORES

- 1 - Nome da Editora
- 2 - Proprietário da Editora
- 3 - Administração da Editora:
 - 3.1 - Nome
 - 3.2 - Formação
 - 3.3 - Como se deu a sua inserção na Editora?
- 4 - Tempo de Criação/Atuação no Mercado
- 5 - Quantidade de Obras Editadas
- 6 - Quantidade de Autores atendidos
- 7 - Condição da Editora
 - 7.1 - Independente
 - 7.2 - Administrada
 - 7.3 - Administradora
- 8 - Maiores problemas enfrentados pela Editora Musical
- 9 - Motivos para sua criação (Pessoal, político, financeiro...)
- 10 - Como se dá a relação com os Autores?
- 11 - Aspectos Estratégicos e Mercadológicos:
 - 11.1 - Política de Exclusividade;
 - 11.2 - Agenciamento de obras;
 - 11.3 - Investimento em Profissionalização;
 - 11.4 - Produção Fonográfica?
- 12 - Como é o processo de edição das obras musicais?
- 13 - Como faz o monitoramento das obras?
- 14 - Relação com as Editoras Musicais baianas...
- 15 - Relação com os Autores...
- 16 - O que acha do nível de Profissionalismo das Editoras Musicais baianas?
- 17 - O que acha do nível de profissionalismo dos autores musicais?
- 18 - No histórico, conflito(s) com Autores?



DOUTORANDO: ARMANDO CASTRO

ORIENTADOR: PROF. DR. MARCELO DANTAS

PROJETO DE TESE: A MÚSICA BAIANA E O MERCADO: A GESTÃO DA OBRA COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM AUTORES

1 - Nome Completo

2 - Pseudônimo

3 - Idade

4 – Tempo de atuação no mercado:

5 - Proprietário de Editora?

5.1 – Se positivo, questionar os fatores motivacionais da criação da Editora Musical...

5.2 – Se negativo, passar para a próxima questão.

6 - Qtde. Obras Gravadas

7 - Qtde. Obras Editadas

8 - Associação Arrecadadora:

8.1 – Qual?

8.2 - Como é a relação?

8.3 – Frequência na Relação:

9 - Como é o processo de criação das obras musicais?

10 - Como faz o monitoramento das obras?

11 - Como e a quem apresenta as obras? Artistas, Editores, Músicos...

12 - Relação com os Editores Musicais baianos...

13 – O que acha do nível de Profissionalismo dos Editores Musicais baianos?

14 – O que acha do nível de profissionalismo dos autores musicais?

15 – No histórico, algum conflito com Editores Musicais baianos?



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
Núcleo de Pós-Graduação em Administração - NPGA

DOUTORANDO: ARMANDO CASTRO

ORIENTADOR: PROF. DR. MARCELO DANTAS

PROJETO DE TESE: A MÚSICA BAIANA E O MERCADO: A GESTÃO DA OBRA COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

ROTEIRO DE ENTREVISTAS - ARTISTAS/AUTORES/EDITORES

- 1 - Nome do Artista/Autor/Editor
- 2 - Proprietário de Editora, Banda ou Produtora?
- 3 - Administração da Editora:
 - 3.1 - Nome
 - 3.2 - Formação
 - 3.3 - Como se deu a sua inserção na Editora?
- 4 - Tempo de Criação/Atuação no Mercado
- 5 - Quantidade de Autores atendidos
- 6 - Condição da Editora
 - 6.1 - Independente
 - 6.2 - Administrada
 - 6.3 - Administradora
- 7 – Maiores problemas enfrentados pela Editora Musical
- 8 - Motivos para sua criação (Pessoal, político, financeiro, controle obras/repertórios, etc.)
- 9 – Como se dá a relação com os Autores?
- 10 – Aspectos Estratégicos e Mercadológicos:
 - 10.1 – Política de Exclusividade;
 - 10.2 – Agenciamento de obras;
 - 10.3 – Investimento em Profissionalização;
 - 10.4 – Produção Fonográfica?
- 11 - Como é o processo de edição das obras musicais?
- 12 - Como faz o monitoramento das obras?
- 13 - Relação com as Editoras Musicais baianas...
- 14 – O que pensa sobre o profissionalismo dos Autores?
- 15 – No histórico, conflito(s) com Autores?
- 16 – Qual a opinião sobre o ECAD?