

## DIAGNÓSTICO DO ARRANJO PRODUTIVO DA MÚSICA DE RIO DAS OSTRAS<sup>12</sup>

Bruno Fontes Dias Coelho<sup>3</sup>

Com base na cadeia produtiva da música estruturada em **Cadeia Produtiva da Economia da Música** (Prestes et. Al., 2005) e no **Diagnóstico da Cadeia Produtiva da Música de BH** o qual elencou o artista como principal elo do arranjo produtivo. Foram escolhidos 4 elos adequados a realidade local para serem pesquisados; Rádios, Estabelecimentos com música ao vivo, Estúdios e Artistas. Foram realizadas 31 entrevistas ao longo do ano de 2011, com um universo de dados de 124 apresentações mensais de 10 estilos musicais diferentes. Como resultado foram identificados 12 gargalos, a maior parte da fonte de renda do arranjo produtivo é provenientes dos bares restaurantes e casas de show. Os tipos de público podem ser segmentados em local e turístico, e consomem estilos musicais diferentes. Os gargalos mais críticos foram identificados nas etapas de produção e as melhores práticas percebidas foram os circuitos, capazes de gerar renda e formar público.

Palavras-chave: Arranjo Produtivo da Música, Cadeia Produtiva, Rio das Ostras, Política Cultural e Economia.

### O Município

Rio das Ostras é a cidade que registra a maior taxa de crescimento do Estado do Rio de Janeiro – cerca de 9% ao ano se compararmos o censo de 2000 com o de 2010. O município é considerado muito novo, foi criado em 10 de abril de 1992. Seu crescimento, que culminou na criação da sede político-administrativa, graças à sua emancipação do município de Casimiro de Abreu, ocorreu mais especificamente devido a três fatores; a “construção da Rodovia Amaral Peixoto, a expansão turística da Região dos Lagos e a instalação da Petrobrás”<sup>4</sup>. O município abrange uma área de 229 km<sup>2</sup> e uma população de 105.676 habitantes.<sup>5</sup>

A cidade é localizada entre os municípios de Casimiro de Abreu e Macaé. Muito conhecida entre os profissionais que trabalham embarcados em plataformas da Petrobrás como sendo uma “cidade dormitório” de Macaé. Entretanto, segundo dado do IBGE, está entre as cidades de maior

---

<sup>1</sup>Este diagnóstico é parte do projeto Diagnóstico da Cadeia Produtiva da Cultura na Região da Baixada Litorânea, contemplado pelo edital Proext-2010, coordenado pelo Professor Doutor Leandro Mendonça. Foi apresentado no Fórum de Políticas Culturais de Rio das Ostras, dia 30/11/2011 onde fiz uma comunicação sobre a pesquisa. O texto completo pode ser encontrado no segundo capítulo de minha monografia **Ensaio para uma Introdução Simbólica a Estudos do Arranjo Produtivo da Música**, ainda no prelo.

<sup>2</sup> Este artigo também foi publicado nos anais do V Seminário Internacional de Políticas Culturais da Fundação Casa de Rui Barbosa que ocorreu no Rio de Janeiro, nos dias 7, 8 e 9 de maio de 2014.

<sup>3</sup> Graduado em Produção Cultural pela UFF e Administração na UFRJ (incompleto). Pesquisador do CNPQ e Agente Local de Inovação no SEBRAE atendendo micro e pequenas empresas do segmento cultural. - [brunoalirj@gmail.com](mailto:brunoalirj@gmail.com)

<sup>4</sup> Fonte INEPAC- Instituto Estadual de Patrimônio Cultural, < <http://www.inepac.rj.gov.br/arquivos/RiodasOstras.pdf> > acesso feito em 15 de dezembro de 2012.

<sup>5</sup> Dados do IBGE - <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=330452#>

PIB *per capita* do estado, sendo a produção industrial 2,5 vezes maior que a de serviços, e um valor quase inexpressivo agregado de produção agropecuária.<sup>6</sup>

A cidade que fez a primeira contagem de sua população em 1996 registrou, na época, uma população de 27.842 habitantes. Logo, no mínimo quadruplicou sua população em seus vinte e poucos anos de existência. Essa informação é de extrema relevância, tanto do ponto de vista econômico quanto cultural, e por isso deve ser levada em consideração.

### **Metodologia:**

Realizamos o trabalho em cinco etapas. Na primeira etapa definimos os elos que iríamos trabalhar pautados nas pesquisas existentes sobre cadeia produtiva da música<sup>7</sup>, nos conceitos básicos sobre cadeia produtiva, nos conhecimentos e pesquisas prévias exploradas pelo curso de Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, nas especificidades locais e entrevistas com instituições locais. Na segunda etapa elaboramos os questionários levando em consideração as ligações entre os elos e tentando entender como acontece esse processo na região. Esta pesquisa permitiu traçar um diagnóstico da cadeia identificando os pontos críticos e as oportunidades do arranjo produtivo da música em Rio das Ostras. Na terceira etapa refizemos os contatos com as instituições, o levantamento dos contatos, aplicação preliminar destes questionários, revisão dos questionários a partir dos resultados obtidos, revisão da proposta metodológica e início da aplicação efetiva da pesquisa. Na quarta etapa da pesquisa, fomos a campo, entrevistamos os elos escolhidos e ao todo fizemos entrevistas com 3 rádios, 6 grupos artísticos, 4 estúdios e 11 casas de show/ boates/ bares com músicas ao vivo em Rio das Ostras e mapeamos 124 apresentações mensais. Foi percebido que os artistas gravam em estúdios na região e tocam em diversas cidades, os sinais de rádios também tem abrangência regional, logo foram feitas entrevistas também as cidades vizinhas Buzios, e Macaé. Somente no elo dos estabelecimentos todos os pesquisados se localizam em Rio das Ostras, pois é o elo que gera a maior parte do fluxo econômico para arranjo produtivo da música no município. Por fim na quinta etapa fizemos a análise dos dados coletados. O planejamento de análise da pesquisa empírica seguiu o modelo de análise SWOT<sup>8</sup> para diagnosticar os gargalos e as oportunidades de cada elo do cenário observado, e assim constituir o todo.

### **Análises dos Elos**

---

<sup>6</sup> O IBGE divide o PIB dos municípios entre os valores adicionados pelos serviços, indústria e agropecuária.

<sup>7</sup> *Diagnóstico da Cadeia Produtiva da Música em Belo Horizonte* (2010) & *Cadeia Produtiva da Economia da Música* (2005).

<sup>8</sup> O modelo SWOT foi criado para analisar cenários e criar estratégias empresariais. Entretanto, com devida adequação, mostrou-se uma boa ferramenta para diagnosticar os cenários dos elos pesquisados.

## Estúdios

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Força</b></p> <p>Tempo de permanência<br/>CNPJ<br/>Diversificação de Produtos<br/>Alta taxa de frequência dos artistas profissionais</p>   | <p><b>Oportunidade</b></p> <p>ECAD<br/>Internet e boca a boca como marketing efetivos<br/>Existência de poucos estúdios na cidade<br/>Apoio de políticos locais<br/>Aumento populacional<br/>Demanda por músico pelos empreendimentos</p>                         |
| <p><b>Fraqueza</b></p> <p>Falta de gestão profissional<br/>Má qualidade das gravações<br/>Equipamentos semiprofissionais<br/>Não trabalham muito com músicos de outras cidades<br/>A grande maioria dos artistas que ensaiam ou gravam nos estúdios não toca profissionalmente</p> | <p><b>Ameaça</b></p> <p>Falta de profissionalismo por parte dos músicos<br/>Falta de apoio da prefeitura<br/>Falta de mão de obra qualificada<br/>Mercado pequeno<br/>Os músicos não conseguem viver de música<br/>Falta de investimento em cultura na região</p> |

**Os estúdios** representam um dos elos fundamentais da cadeia da música, sem o qual não seria possível veicular o produto musical em qualquer plataforma digital ou mídia física, com o padrão de qualidade que o mercado exige. Hoje, na grande maioria dos casos de artistas em início de carreira a música gravada serve muito mais para a promoção do artista do que como produto final, que cada vez mais passa a ser o seu show.<sup>9</sup>

Nogueira (2009), demonstra em seu artigo que a cadeia produtiva da música se dá de uma forma fractal, ou seja, mais segmentada, sem uma definição linear como nos modelos fordistas, corroborando Prestes et. al.(2005) que, apesar de traçar a cadeia de uma forma linear, demonstrou estar ciente e de acordo com esta análise.<sup>10</sup> Iniciamos os trabalhos aqui com a hipótese de que talvez o nome cadeia produtiva da música não seja o mais apropriado, pois o conceito de cadeia produtiva nos remete a esse modelo linear e industrial proposto por Henry Ford no início do século XX.

No caso de Rio das Ostras, a maioria dos estúdios comerciais encontrados é do tipo *home studio*, mas oferece serviços de gravação para diversos artistas locais. Além disso, esses estúdios oferecem, em média, cinco outros serviços, sendo os mais comuns os de mixagem, masterização, prensagem e produção. Em Rio das Ostras, não houve a incidência de qualquer estúdio que gerasse receita através de ensaio. Talvez explicado pelo fato de o município dispor de residências com espaços internos grandes, onde é possível realizar os ensaios sem a necessidade de locação dos estúdios.<sup>11</sup>

Encontrou-se, um cenário de pouco profissionalismo e preços que variam de 70 a 600 reais por música. O resultado da má qualidade da gravação é a dificuldade da difusão desse

<sup>9</sup>NOGUEIRA, Bruno Pedrosa. *A nova era dos festivais: Cadeia produtiva do rock independente no Brasil*. ÍCONE, 2009.

<sup>10</sup> Nakano(2010) também corrobora com a ideia do fractal proposta por Prestes et Al..

<sup>11</sup> Esta hipótese surge respaldada na vivência do pesquisador durante anos em Rio das Ostras, realizando diversos ensaios em residências particulares e observando que o mesmo ocorria com todas as bandas com quem teve contato.

conteúdo, trazendo à tona para nós o primeiro gargalo encontrado na cadeia produtiva da música no município. O estúdio que poderia oferecer a melhor qualidade de gravação está situado no Centro de Formação Artística, que recebe recursos da prefeitura, porém não pode ser utilizado com essa finalidade pela população e músicos em geral.

Os estúdios têm em média de 5 a 10 anos de atividade e indicam profissionais para outros tipos de trabalho além daqueles que realizam, porém não indicam profissionais da região por desconhecerem a existência de mão de obra qualificada para as demandas desses artistas, e chegam a contratar certos trabalhos – como masterização e prensagem – fora do estado. O melhor meio de divulgação tem sido a internet e o boca a boca. Em alguns casos, porém, também utilizam periódicos e *flyers*.

Entre as facilidades encontradas estão o número crescente de clientes, os vereadores que ajudam nos custos, o espaço disponibilizado pela prefeitura através do festival de novos talentos e o fato de empreendimentos locais querem músicos. Já entre as dificuldades estão a falta de profissionalismo da grande maioria dos clientes; a dificuldade de encontrar profissionais qualificados para certos instrumentos (porém foi dito que isso vem melhorando); a falta de brecha por parte da prefeitura (fazendo disso certa incoerência com as facilidades), a má vontade dos técnicos de som e os altos custos dos equipamentos.<sup>12</sup>

**Gargalos identificados:** má qualidade das gravações e falta de mão de obra qualificada, falta de investimento em cultura na região.

#### **Rádios:**

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Força</b></p> <p>Tocar música de artista local</p> <p>Divulgação nas ruas realizada no próprio município</p> | <p><b>Oportunidade</b></p> <p>Quantidade de artistas autorais que ainda não são abrangidos pela rádio</p> <p>Existência de parcerias entre o rádio e instituições locais</p> <p>Boa identificação do público da rádio</p> <p>Os artistas locais atraem público</p> |
| <p><b>Fraqueza</b></p> <p>Desconhecimento do público dos artistas locais (nichos)</p>                              | <p><b>Ameaça</b></p> <p>Má qualidade das gravações apresentadas por artistas locais</p> <p>Têm mais contatos com os artistas do município, não buscando uma abrangência maior através dos artistas de outras cidades.</p>  |

**As rádios** representam um elo muito importante para a cadeia produtiva da música, não só por fazer parte da divulgação do produto ou artista como na difusão da própria música. Como dito anteriormente, as rádios de um município são ouvidas em uma, duas ou mais cidades. Até algumas rádios da capital têm audiência na região quando o sinal está bom. A programação das rádios é composta, em sua maior parte, de programas produzidos por elas mesmas (com exceção

<sup>12</sup> Ao analisar tais incoerências é importante levar em consideração o fato de estarmos falando de uma cidade muito “jovem” como já mencionada na primeira parte do texto.

de *Voz do Brasil*). Foram entrevistadas três rádios na região: uma digital – a Xtreme, de Búzios, – e duas transmitidas através de radiodifusão – a 95 FM de Macaé e a Energia FM, de Rio das Ostras.

Um dado interessante foi notar que a rádio digital tem o seu horário de maior audiência exatamente no horário em que as rádios transmitidas através de radiodifusão têm menor audiência, que é o período a partir das 6 horas da tarde. O público também pareceu ser bem distinto: enquanto a Xtreme tem um público basicamente formado por jovens, as rádios FM dizem ter um público bem variado formado por trabalhadores e lojistas na parte da manhã, jovens na parte da tarde e pessoas mais velhas no início da manhã e a partir das 21 horas. Entretanto, a Xtreme diz nunca ter tocado músicas de artistas locais devido ao desconhecimento desses artistas na região.

Já as outras rádios transmitidas via radiodifusão dizem que tocam música de artistas locais e que têm interesse nelas, pois atraem audiência e interagem com a comunidade. Porém um gargalo que foi ao encontro do identificado nas pesquisas com os estúdios está relacionado à má qualidade de gravação apresentada pelos artistas locais às rádios. Aparentemente o déficit é maior com os artistas de Rio das Ostras do que com os de Macaé. Em Rio das Ostras, houve casos de artistas que chegaram com músicas para serem tocadas na rádio em que era possível até “ouvir um gato miando no fundo da gravação”. Outro ponto interessante é que apesar de as rádios terem abrangência regional, suas ações se dão em nível local. As divulgações de eventos e de artistas foram apontadas pelas duas rádios FM como sendo feitas através de eventos realizados no município.

As rádios parecem ter uma boa identificação de seu público de acordo com horários pré-estabelecidos, o que possibilita o foco de determinada música, em determinado público. O fato foi visto como uma oportunidade para artistas locais, assim como a existência de parcerias entre rádios e instituições do poder público municipal (sendo necessária a análise dos objetivos dessa parceria e o convencimento por parte do poder público dos benefícios trazidos pela difusão de artistas locais e pelo potencial de desenvolvimento da economia da música à região).

**Gargalos:** falta de articulação entre artistas e rádios digitais e má qualidade das gravações.

### **Artistas:**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Força:</b><br/>Escola de Formação Artística<br/>Conscientização da cena Underground<br/>Selo independente em Macaé<br/>Tempo de experiência como músico (média de 14,58 anos)</p> | <p><b>Oportunidade:</b><br/>A demanda por músicos é maior do que a oferta<br/>Novas mídias<br/>Aumento populacional<br/>Eventos apoiados pela prefeitura<br/>Composições autorais<br/>Público variado</p> |
| <p><b>Fraqueza:</b></p>   | <p><b>Ameaça:</b></p>   |

|  |   |
|--|---|
| Falta de internet  | Crescimento sem planejamento                                |
| Falta de incentivo do poder público                                | Falta de mão de obra qualificada sobrecarregando os músicos |
| Foco das ações do poder público no turismo e não na cultura local. | Falta de articulação entre músico e prefeituras             |
|  | Informalidade   |
|  | Falta de crença no ECAD                                     |

**Os artistas** são provavelmente o elo mais importante do arranjo produtivo. São a matéria-prima de toda música produzida, eles – ou a inspiração (como preferirem chamar) – é que dão a pedra fundamental para que seja possível se produzir algo relacionado à música. Entretanto não são todos os músicos que compõem; alguns são apenas instrumentistas e reproduzem ou criam algo (um arranjo, por exemplo) a partir de alguma composição preexistente. A questão é que somente a composição não é necessariamente receita de sucesso. Além da composição, é necessário todo um aparato de profissionais capacitados, equipamentos de alta tecnologia e público, para que a composição tenha chance em um mercado cada vez mais competitivo em termos de qualidade técnica em áudio. Tudo isso custa dinheiro e poucos são os investidores que realmente investem no artista, devido ao risco que esse mercado representa. A maioria tem o artista como um atrativo para seus verdadeiros negócios, fazendo com que o custo de apresentação desta atração seja primordial na decisão de contratar ou não tal artista, tornando não tão vantajosa a promoção dos mesmos, pois isso aumentaria seus cachês.

O estilo de música encontrado através dos artistas pesquisados coincidiu, em termos, com a pesquisa relacionada com os estabelecimentos. Os estilos foram: MPB, Samba de Raiz, Brazuca (que acreditamos ser semelhante à MPB, entretanto com algumas composições mais levadas para o Manguê Beat), Música Regional, Instrumental e Metal. Com maior incidência da MPB em 67% dos entrevistados. Com relação ao público, houve respostas bem distintas demonstrando a existência de um público diversificado e possibilitando um amplo espectro de possibilidades de ações, que caso não sejam bem planejadas podem causar prejuízo financeiro e esforços desnecessários. Pois como apontado pelo estudo feito por Anderson Chris, *A Cauda Longa*, “Há muito mais nichos que hits.” O mercado cultural parece ser muito mais de nichos que de hits. A questão que talvez seja o maior gargalo dos arranjos produtivos da cultura é que não se sabe onde estão esses nichos.<sup>13</sup>

Entre as respostas obtidas em relação ao público dos artistas, muitas não identificaram nichos, sendo respostas genéricas como: “todas as idades, pois a música as une” ou “público variado”, ou “jovens”. Outras respostas, entretanto, abrangeram um mercado que em cidades pequenas até podemos considerar nichos como “Público Universitário” ou “Música para família”. Notou-se, porém, uma grande dificuldade por parte dos músicos ou até um despreparo de qualificação relacionado ao marketing e identificação de público.

<sup>13</sup>ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa, do Mercado de Massa Para o Mercado de Nicho*. Editora Campus, 2007

Todos os entrevistados fizeram apresentações em diversas cidades da região e fora dela, demonstrando que os atores desse elo se locomovem por diversos lugares, não se importando muito em realizar apresentações somente na cidade onde residem e tendo conseqüentemente uma ampla difusão de sua arte. Porém, o seu contato com rádios, poder público e possíveis patrocinadores se dá a nível local tornando sua formação de público um tanto prejudicada e formando o nosso próximo gargalo. Assim como a dificuldade de encontrar o seu *nicho*, os artistas também dizem que o público de seus shows varia muito de acordo com o local e a produção do evento.

Quando mostrada uma lista de atores para que os artistas identificassem com os quais eles já trabalharam, direta ou indiretamente, somado aos atores mencionados por eles e que não estavam na lista, obtivemos uma média de 10,83 atores diferentes atuando no arranjo por artista entrevistado, Tabelaamos aqui os mencionados ao longo das seis entrevistas e sua incidência nas respostas.

| Etapa(s) no arranjo          | Atores                       | Número de vezes citados |
|------------------------------|------------------------------|-------------------------|
| Produção                     | Estúdio                      | 6                       |
| Consumo                      | Casa de shows                | 6                       |
| Consumo                      | Boite                        | 6                       |
| Comercialização/Consumo      | Rádio                        | 5                       |
| Produção                     | Instrumentista               | 5                       |
| Comercialização              | Mídia impressa               | 5                       |
| Produção                     | Prefeitura                   | 4                       |
| Comercialização              | Locais de venda de Cds       | 4                       |
| Comercialização/Consumo      | Televisão                    | 4                       |
| Comercialização/Distribuição | Site                         | 4                       |
| Produção                     | Mixador                      | 3                       |
| Produção                     | Masterizador                 | 3                       |
| Comercialização              | Locais de venda de ingressos | 2                       |
| Produção/Consumo             | ECAD                         | 2                       |
| Produção                     | Produtores independentes     | 2                       |
| Produção                     | Produtor musical             | 1                       |
| Produção                     | Editor de vídeo              | 1                       |
| Produção                     | Cameraman                    | 1                       |
| Produção                     | Designer                     | 1                       |
| Total de citações            |                              | 65                      |
| Média de atores por artista  |                              | 10,83                   |

*Tabela 1: Atores citados pelos entrevistados a partir de uma lista incluída nos questionários e a quantidade de entrevistas na qual foram citados, em ordem decrescente. A 1ª coluna é relativa à qual etapa do arranjo produtivo o elo mencionado pertence.*

Os dados acima confirmaram nossas suposições acerca dos elos mais efetivos do arranjo produtivo da música atuantes na região: os atores mais citados pelos artistas foram os estúdios, casas de shows e boate que foram unanimidade entre os entrevistados – todos já haviam trabalhado direta ou indiretamente com eles – e logo após, citados por cinco dos seis entrevistados, vieram os instrumentistas, rádio e a mídia impressa. Tal dado nos trouxe muita

satisfação, ao corroborar nossa metodologia proposta de análise dos quatro elos (rádios, estabelecimentos, estúdios e artistas) levando em consideração as especificidades regionais.

Alguns números impressionaram positivamente, como a quantidade de artistas que já trabalharam com a televisão – esperávamos um número pequeno, entretanto mais da metade dos artistas pesquisados já havia trabalhado com televisão.

Usando a cadeia proposta por Prestes et Al.(2005) e delimitando as etapas de atuação de cada ator (que também é um elo do arranjo) citado, é possível perceber que a maior parte dos atores que aparecem no final da tabela com o menor número de citações pertence à etapa de produção demonstrando uma séria defasagem no arranjo produtivo da música no que toca à produção do artista ou da música. Ao observar a Tabela 1, percebemos que os quatro atores que menos trabalharam, direta ou indiretamente, com os artistas locais estão ligados à etapa de produção. Três deles estão relacionados à imagem e um diretamente à música. Quando perguntado aos artistas se já haviam realizado a função desses atores, apenas um respondeu que não. Na média, exercem a função de 2,5 profissionais do arranjo e, se for acrescentada a função primordial de artista, eles exercem a função de 3,5 profissionais. Com relação às etapas dos arranjos, nota-se que a situação se inverte. As funções mais exercidas por eles foram exatamente as da etapa de produção, o que claramente demonstra uma demanda por esses profissionais e provavelmente uma produção com pouca qualidade, devido à falta de qualificação dos músicos para exercer determinadas funções.

| Etapa(s) no arranjo          | Atores          | Numero de vezes citadas |
|------------------------------|-----------------|-------------------------|
| Produção                     | Mixador         | 3                       |
| Produção                     | Produtor        | 3                       |
| Produção                     | Masterização    | 2                       |
| Produção                     | Gravação        | 2                       |
| Produção                     | Designer        | 2                       |
| Comercialização/Distribuição | Myspace         | 1                       |
| Comercialização              | Venda de Cds    | 1                       |
| Comercialização              | Venda Ingressos | 1                       |
| Total de citações            |                 | 15                      |
| Média de atores por artista  |                 | 2,5                     |

*Tabela 2: Referente ao número de artistas entrevistados que exerceram a função dos atores listados e sua relação com as etapas do arranjo produtivo.*

**Gargalos:** não identificação de nichos, apenas abrangência local, falta de visão ou de vontade empreendedora, escassez de profissionais e/ou incentivo para a produção dos artistas.

### **Estabelecimentos: (Rio das Ostras)**

| <b>Força</b>                     | <b>Oportunidade</b>  |
|----------------------------------|--|
| Público local                    | Turismo  |
| Negócios formais                 | Circuitos existentes no estado que abrangem o município (Reggae e Forró) |
| Utilizam artistas locais         | Variedade de público   |
| Bom número de eventos por semana |  |



|   |   |
|---|---|
| Variedade de estilos<br>Artistas locais têm boa aceitação   | Existência de dois públicos alvos segmentados<br>O público de fora do município   |
| <b>Fraqueza</b><br>Pouca utilização de mão de obra qualificada<br>Pouca diversificação de trabalho<br>Falta de patrocínio | <b>Ameaça</b><br>Falta de padronização de venda dos artistas (porém talvez seja próprio do mercado)<br>Falta de apoio da zona não turística<br>Pequeno repertório |

**Os estabelecimentos** onde ocorrem as apresentações dos artistas representam um elo importante do arranjo produtivo da música. A música ao vivo está presente em muitos bares da região no final de semana, representando um importante meio de formação de público e de estímulo à economia noturna e da música da região. Esses estabelecimentos nos quais se dá o contato direto dos artistas com o seu público merecem atenção especial em municípios do interior onde o arranjo produtivo local encontra deficiência principalmente na parte da produção técnica (gravações). Foram pesquisadas aqui as casas de shows, boates e bares da cidade que são responsáveis pela maior parte do consumo de música produzida ou reproduzida ao vivo em Rio das Ostras. É através desses estabelecimentos que os artistas encontram locais para suas apresentações, para obterem retorno financeiro e para a formação de público. Esses estabelecimentos, por serem sustentáveis financeiramente, são capazes de fomentar a cultura da região e estimulam todo o desenvolvimento do arranjo.<sup>14</sup> O trabalho de campo apresentou vários pontos interessantes sobre esse tipo de estabelecimento no município quando relacionado com a perspectiva do músico local. O primeiro ponto é uma clara evidência da existência de dois tipos distintos de público frequentador dos estabelecimentos.

O primeiro público é o local, que não se restringe à população de Rio das Ostras, pois a abrangência dos locais pesquisados demonstrou que o público se caracteriza por ser regional e se locomover para consumir cultura ou apenas para se divertir. Os locais onde a sustentabilidade se dá através do público local, em sua maioria, dizem ter maior rentabilidade durante o período letivo, pois durante o verão normalmente sua renda diminui. São espaços caracterizados pela cultura local, com símbolos e decorações que remetem às manifestações que ali se difundem, fazendo uso de artistas locais e, em alguns casos, compõem circuitos articulados pelo estado. Como é o caso do Barimar, bar na beira da praia com capacidade para 600 pessoas, longe do centro ou da zona mais turística da cidade (Costa Azul). Tal estabelecimento não conta com infraestrutura pública, as ruas ainda são de terra e carece de transporte público, o que dificulta o acesso, porém realiza de dois a quatro eventos por semana. Conta com artistas locais, formando público para o Forró e o Reggae na região e, através da articulação com circuitos de Forró Universitário e

<sup>14</sup> Seria interessante também o estudo dos eventos sazonais como o *Rio das Ostras Jazz & Blues*, *Ostra Cycle*, *Lá-Tá-Rolando*, *Festival de Novos Talentos* e *Ostra Rock*, entre outros. Pois além de movimentarem tais estabelecimentos e fomentarem o turismo na cidade, ainda podem trabalhar o processo de formação de público, gerar renda para os artistas locais direta ou indiretamente e fomentar o turismo cultural na região.

Reggae existentes no estado, recebe e envia artistas caracterizando uma “cultura de resistência”, como define Tatiana Schlobah, produtora do estabelecimento.

Além desse circuito foi identificado outro, no Forró da Padaria. O estabelecimento se intitulou como choperia / casa de shows e conta com apresentações de bandas de Forró (na maioria, Eletrônico) de diversas partes do estado e do Brasil. Trata-se de uma forma de produção muito interessante, onde as bandas viajam em turnê com seus ônibus e levam consigo material de divulgação dos shows que mostram somente a imagem da banda e espaços em branco para serem preenchidos com data, hora, preço e lugar de suas apresentações, podendo assim divulgar seus shows por onde passam, colando os cartazes em locais estratégicos.

Os circuitos se mostraram uma forma muito eficiente de formação de público, na qual, por exemplo, grupos artísticos que já detêm público em determinado estabelecimento (e geralmente dia da semana nesse estabelecimento “reservado” para suas apresentações) dividem seus cachês para trazer outras bandas e, em troca, elas fazem o mesmo. As formas de produção desses circuitos se mostraram bastante variadas, sendo o cartaz apenas um exemplo. Pode também haver circuitos onde diversas bandas fazem rodízio em diversos locais, possibilitando a esses locais sequência variada de apresentações, como parece ser o caso do Forró da Padaria.

O segundo tipo de público é bem pontual, aparece em períodos sazonais como verão ou grandes eventos – são os turistas. Que por desconhecimento da cidade passeiam apenas pelos pontos turísticos, que são os que ganham maior visibilidade do município, pois são considerados atrativos pelo poder público e, por isso, valorizados. Alguns dos entrevistados disseram – como o Remy, do Saint’Remy – que os turistas até retornam e alguns se tornam clientes da casa frequentando-a durante esses períodos sazonais, como férias e feriados.

Um fato que nos chamou a atenção durante a pesquisa foi a dificuldade, observada principalmente nos locais situados em zonas turísticas, de os entrevistados se lembrarem dos nomes dos artistas locais que ali se apresentam semanalmente, e a aparente não há veiculação do nome dos artistas nos locais, durante algumas apresentações que presenciamos.

Ao analisarmos os dados referentes ao estilo de música que são tocadas ao vivo nesses locais (Panorama Geral; Tabela 1), segmentamos os dados a fim de identificar alguma relação com esses dois tipos de estabelecimento – os que são voltados, criados e estruturados física e operacionalmente para atender a esse público, que não reside na cidade ou região; e o público local, que está ali no dia a dia contribuindo para o crescimento dessas manifestações de maneira orgânica e não somente através da divulgação para fora dos limites do município ou injetando recursos financeiros.

Na média, cada estabelecimento que trabalha com o público local toca 2,6 tipos distintos de estilos musicais e os que são mais voltados para o público turístico, 2,17. Quem definiu que estilo produz foi o próprio dono, produtor ou gerente que respondeu à pesquisa. Portanto, são

dados que se inserem na teoria dos conjuntos onde o mesmo estabelecimento pode pertencer ao conjunto dos estabelecimentos que operam com Reggae e Forró, por exemplo. Outro ponto importante é que houve um estabelecimento localizado em área que recebe tanto o público local quanto o turístico, o Evolution Pub. Localizado no centro de Rio das Ostras, próximo ao shopping de madeira (local de forte apelo turístico e muito presente na cultura local) diz ter maior faturamento no verão, porém tem tido uma ótima aceitação do público local que diz ser atraído por artistas da região. Promove apresentações ao vivo de grupos locais de pagode e música sertaneja, porém tais shows são realizados durante os dias da semana.

O primeiro dado que nos chamou a atenção foi o Forró, que está presente em 80% dos locais pesquisados voltados para o público da cidade – não apareceu em nenhum estabelecimento situado em área turística. Talvez seja necessária uma pesquisa mais detalhada para explicitar o motivo exato dessa situação, porém isso pode evidenciar certa segregação com essa manifestação ou com esse público por parte dos locais situados em zonas turísticas. Algo semelhante (porém não com tanta discrepância) ocorre com o Funk e Reggae, que são encontrados em zonas não turísticas. O oposto ocorre com o Blues e o Pop, como é possível identificar na Tabela 1 abaixo:

|           | Localizados em Local Turístico | Público Regional | Panorama Geral |
|-----------|--------------------------------|------------------|----------------|
| Sertanejo | 16,67%                         | 20,00%           | 18,18%         |
| MPB       | 66,67%                         | 20,00%           | 45,45%         |
| Rock      | 33,33%                         | 20,00%           | 27,27%         |
| Pop       | 16,67%                         | 0,00%            | 9,09%          |
| Pagode    | 33,33%                         | 40,00%           | 36,36%         |
| Funk      | 0,00%                          | 20,00%           | 9,09%          |
| Reggae    | 0,00%                          | 40,00%           | 18,18%         |
| Blues     | 16,67%                         | 0,00%            | 9,09%          |
| Forró     | 0,00%                          | 80,00%           | 36,36%         |
| Samba     | 33,33%                         | 20,00%           | 27,27%         |

*Tabela 1: Representa a utilização de determinado ritmo musical nos estabelecimentos pesquisados e a segmentação por manifestação.<sup>15</sup>*

de determinado ritmo musical nos estabelecimentos manifestação.<sup>15</sup>

Já quando analisamos os dados por incidência de apresentações de determinado estilo musical percebemos um contraste em relação à tabela anterior. Foram identificados um total de 124 apresentações ao vivo por mês nos locais pesquisados, sendo 70 realizadas nos locais que detêm maior retorno nos períodos sazonais (que representam 55% dos locais pesquisados) e 54

<sup>15</sup> Também é importante ressaltar novamente que alguns segmentos musicais como o Gospel não são abrangidos nesta pesquisa, levando-se em consideração, principalmente, que sua execução se dá na maior parte em igrejas e centros religiosos que não foram objetos deste estudo. O Gospel ficou à margem do arranjo analisado, pois foi observado que tem um arranjo próprio, com locais de ensaios, gravação, venda de CDs e rádios próprios, sendo necessária uma pesquisa específica para entender seu arranjo produtivo.

nos locais que são mais voltados para o público local (que representam 45% dos locais pesquisados). Apesar de alguns locais dizerem que abrangem certo ritmo foi identificado que algumas apresentações ocorrem com maior frequência que outras.

Desmembramos as apresentações que ocorrem semanalmente das que ocorrem mensalmente e correlacionamos com a média de público que comparece a tais estabelecimentos. Conseguimos assim um percentual de público que comparece a tais apresentações de acordo com os locais pesquisados.<sup>16</sup> (Tabela 2)

| Estilo Musical | Percentual de apresentações | Percentual médio de Público |
|----------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Sertanejo      | 4,84%                       | 9,43%                       |
| MPB            | 36,29%                      | 17,53%                      |
| Rock           | 10,48%                      | 5,67%                       |
| Pop            | 3,23%                       | 2,69%                       |
| Pagode         | 10,48%                      | 19,53%                      |
| Funk           | 3,23%                       | 8,08%                       |
| Reggae         | 4,03%                       | 2,69%                       |
| Blues          | 0,81%                       | 0,56%                       |
| Forró          | 16,94%                      | 22,90%                      |
| Samba          | 9,68%                       | 10,91%                      |
| <b>Total</b>   | <b>100,00%</b>              | <b>100,00%</b>              |

*Tabela 2: Representa o percentual de apresentações ao vivo e a porcentagem da média de público por cada estilo musical no município de Rio das Ostras*

Podemos perceber que apesar de a MPB representar 36,29% das apresentações que ocorrem nos locais pesquisados, o seu público médio é de apenas 17,53% do total de público. E o Forró, que representa 16,94 % das apresentações identificadas tem uma média de público de 22,90% ou seja, é a manifestação de maior público do município. É importante ressaltar que foi percebida a existência de dois tipos distintos de público nas apresentações do gênero Forró: o chamado forró universitário (geralmente composto por sanfona, triângulo e zabumba) e o forró dito como bagaceira,<sup>17</sup> ou eletrônico. Mesmo dentro desses ritmos existem diversos outros como xote, xaxado, baião, entre outros. Porém continuamos usando o mesmo método, pois como não houve distinção apontada na pesquisa pelos donos, produtores ou gerentes dos estabelecimentos, os dois grupos estão sendo abordados por esses resultados.

Já no caso do Pagode e do Samba que também são ritmos bem semelhantes, com públicos diferentes, houve distinções bem pautadas pelos entrevistados. O Funk é outro caso bem particular: foram identificados vários estabelecimentos que operam com esse gênero, porém apenas 9,09% (Panorama Geral; Tabela1) dos estabelecimentos trabalham com o Funk em apresentações ao vivo. O ritmo pode ser ouvido em várias casas de shows da região, mas sua

<sup>16</sup> A metodologia de análise quantitativa pode ser vista no artigo no segundo capítulo da monografia **Ensaio para uma Introdução Simbólica a Estudos do Arranjo Produtivo da Música**.

<sup>17</sup> Como constam em canções cantadas por artistas que compõe esse gênero, exemplo: Aviões do Forró nas músicas “Minha Mulher Não Deixa Não” e “Rei da Bagaceira”.

difusão se dá através de DJs que tocam sua batida nesses estabelecimentos. Pelos dados da Tabela 2 é possível ver que o ritmo abrange um público que representa 8,08% do total do público que frequenta espetáculos de música ao vivo, apesar de suas apresentações representarem somente 3,23% do total, evidenciando assim o tamanho das casas que operam com esse estilo e o apelo do público local.

Com os dados acima, é possível perceber uma grande discrepância entre a quantidade de apresentações ligadas a MPB e o público desse ritmo. Diante dessa realidade é possível ter várias hipóteses, como o fato de a MPB ser tocada por um número menor de músicos (geralmente voz e violão) o que torna sua apresentação mais barata, ou o fato de sua característica permitir um ambiente de conversas onde as pessoas consomem comida e bebida (que é o principal foco desses estabelecimentos), ou talvez até pelo fato de os turistas que vêm para o município preferirem ouvir as mesmas músicas que ouvem em suas cidades. Quando desmembramos os estabelecimentos que operam com MPB dos outros pesquisados foi percebido que três se declararam como bar/restaurante; um somente como bar e o último como casa de diversões. Todos entretanto oferecem alimentação e mesas onde se pode apreciar a apresentação musical.

**Gargalos identificados:** pouca mão de obra qualificada; falta de investimento na produção dos artistas.

## **Conclusão:**

O projeto *Diagnóstico da Cadeia Produtiva da Cultura na Região da Baixada Litorânea* no que se refere à música seguiu a sequência de estudos brasileiros que abordaram a cadeia produtiva da música na última década: *Cadeia Produtiva da Economia da Música e Diagnóstico da Cadeia Produtiva da Música de BH*. Entretanto, se viu pautado a partir de outro enfoque, onde é levada em consideração a realidade local, uma região onde as mídias de massa têm uma influência parcial, não difundindo o que é produzido culturalmente na região para o resto do Brasil, porém havendo espaço para uma difusão regional, e não havendo indústria fonográfica<sup>18</sup>.

Com o enfoque diferenciado desse trabalho, levamos em consideração os artistas – de uma forma mais qualitativa e entendendo que também são atores deste mercado – e a realidade local, identificando as manifestações culturais que se expressam na região, e percebendo o público que participa delas, acreditamos que demos um passo à frente nesse debate, evidenciado nas comprovações a seguir.

A maior fonte de renda do arranjo da música em Rio das Ostras é proveniente dos estabelecimentos locais, como bares, restaurantes, casa de shows e boates. O arranjo produtivo

---

<sup>18</sup> No sentido de difusão midiática a nível nacional e a não existência de grandes gravadoras, percebemos um cenário semelhante ao apresentado no diagnóstico da Cadeia Produtiva da Música de Belo Horizonte, entretanto em um município de interior que registra taxas de crescimento avassaladoras.

da música tem sua receita advinda de dois tipos segmentados de público: o turista e o regional. A comprovação da existência de uma economia local em torno da música que abrange esses dois públicos nos mostrou outra realidade, na qual a música participa como um fornecedor da cadeia produtiva dos estabelecimentos locais – fornecendo serviços como shows e apresentação – ou atuando como contratante, contratando locais para apresentações, fazendo desses locais fornecedores de estabelecimentos para o arranjo produtivo da música. A linha é tênue, porém demonstra pontos de vista bem distintos, onde ocorre a mudança do objeto final produzido e vendido. Quando analisamos o arranjo produtivo da música da região, a partir dos artistas, evidenciamos falhas graves na produção desses artistas, constatando a ausência de elos fundamentais para complementar o arranjo. O que acaba deixando boa parte dos artistas nas mãos de atores que como dito anteriormente, não têm interesse em promover o artista, apenas usufruir de sua arte, como mero proporcionador de ambiência, perdendo assim grande parte do seu potencial simbólico.<sup>19</sup>

O nome arranjo produtivo, usado comumente para a economia solidária, também foi identificado como sendo mais adequado para tratar da produção musical, devido à alta diversificação de meios e formas de produção. O diagnóstico de um determinado segmento através dos estudos de seu arranjo produtivo, com o intuito proporcionar desenvolvimento social e econômico devem ser realizado de forma holística e não apenas com uma visão individual de empresa.<sup>20</sup> Os circuitos mostram-se uma forma diversificada e eficiente de produção, e merecem ser mais bem estudados, pois além de formarem público, são rentáveis para as partes envolvidas. As diversidades de meios e formas de produção encontradas, talvez seja devida ao caráter dinâmico e diverso da cultura, que é cercada de infinitas possibilidades.

Entretanto, diagnóstico identificou uma falha grave na etapa de produção desse arranjo faltando diversos elos essenciais, como designer, cameraman e editor de vídeo. Por outro lado, os estúdios que fazem parte da etapa da produção de qualquer músico demonstraram ter uma produção de qualidade abaixo da exigida pelo mercado, e através de política pública deveria ser oferecido uma espécie de incubadora musical ou cursos de capacitação nessas áreas. Já que ficou constatado pelos estabelecimentos que operam com música ao vivo e pelas rádios que os artistas locais atraem público, interagem com o território e movimentam a economia local. Entretanto é necessário sanar os gargalos apresentados para que exista maior fluidez dos fluxos econômicos do arranjo e melhor desenvolvimento das manifestações culturais existentes no município.

---

<sup>19</sup> E como pretendemos demonstrar após essa introdução simbólica, perde-se também boa parte do potencial de mercado do produto.

<sup>20</sup> Estamos corroborando com a ideia proposta por Castro et. al. (2002).



## **Bibliografia:**

CASTRO, A.M.G.de ; LIMA, S.M. V.; CRISTO, C. M. P. N.; *Cadeia Produtiva: Marco Conceitual para Apoiar a Prospecção Tecnológica*. Salvador-BA, XXII Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica, 2002.

DIAGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA DA MÚSICA EM BELO HORIZONTE. Fundação João Pinheiro. Centro de Estudos de Políticas Públicas –Belo Horizonte, 2010.

PRESTES FILHO, L.C. (org.) *Cadeia Produtiva da Economia da Música*. Rio de Janeiro: Incubadora Cultural Gênese; PUC-Rio, 2005

NOGUEIRA, Bruno Pedrosa. *A nova era dos festivais: Cadeia produtiva do rock independente no Brasil*. Ícone, 2009.

ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa: do Mercado de Massa Para o Mercado de Nicho*. Editora Campus, 2007.

NAKANO, Davi. *A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música*, Gest. Prod. 2010.