

“O espetáculo do horror” na reestruturação do trabalho imaterial

Juliana Coli

Apresentação

Este artigo, é parte do livro “Vissi D’arte por amor a uma profissão”, publicado pela editora Annablume -SP, em 2006. Consiste na análise do processo de trabalho musical erudito, por meio da atividade do cantor lírico e sua teia de relações sociais no mercado e no âmbito das instituições culturais com as quais se vinculam quais sejam: os teatros líricos e o processo histórico dos seus agentes sociais.

Apresentamos como objeto de estudos o processo de trabalho musical erudito no contexto da sociedade contemporânea, através da análise das relações de trabalho e suas metamorfoses no interior da organização do espetáculo lírico do Teatro Municipal de São Paulo, com uma breve alusão à situação do Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Visamos com isto enfocar as atividades dos cantores líricos solistas e coros dos corpos estáveis dos teatros em questão, envolvidos na produção das temporadas líricas de nossos dias.¹

Como bem observa Adorno (1980, p. 191), “a interpretação e a reprodução musical aproximam a música e a sociedade e, por isso, são particularmente relevantes para a sociologia da música”, e esse fato, a nosso ver, torna a análise do processo de trabalho do cantor lírico um objeto especialmente importante no contexto da imaterialidade das relações produtivas materiais.

Para entender a rede de organizações dessas formas de trabalho que incluem trabalhadores internos (com contratos fixos) e externos (com contratos temporários), procuramos abarcar a diversidade das formas de contratação da

¹ Todos os dados aqui descritos sobre a complexa estrutura do teatro lírico brasileiro, seu funcionamento e as informações sobre o cantor lírico no mercado de trabalho atual foram elucidados e desvendados pelas entrevistas feitas com diversos profissionais relacionados ao Teatro Lírico, o que confere à pesquisa um caráter eminentemente *qualitativo*. Foram selecionados profissionais de relevância artística, extremamente qualificados e reconhecidos no mundo da ópera e da atividade lírica no Brasil, especificamente do circuito lírico da cidade de São Paulo (que representa um grande centro cultural para o país), a fim de que pudéssemos obter as informações de um modo preciso. Assim, as abordagens por entrevistas compreenderam os seguintes profissionais: cantores líricos que atuaram na época da rádio entre as décadas de 1950 e 1960; cantores líricos que lecionam nas universidades públicas (Unicamp e Unesp), com formação no exterior; cantoras solistas com carreira reconhecida no Brasil e no exterior; regentes de orquestra (Unicamp e Orquestra Jovem do Estado de São Paulo); ex-coristas do Teatro Municipal de São Paulo e OSESP que atuaram entre 1980 a 1990; atual co-repetidora do Teatro Municipal e professora da disciplina Ópera Studio da Unicamp; crítico de ópera e apresentador de programação lírica da Rádio Cultura; diretor dos corpos estáveis do Teatro Municipal de São Paulo; diretor do Teatro São Pedro de São Paulo; assessora da Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo; professores de música erudita da Unicamp; empresário de ópera brasileiro e agenciador de cantores líricos de carreira internacional.

atividade musical lírica em seu desenvolvimento histórico. Com isso, buscamos relacionar as mudanças no processo de trabalho desses músicos e a sua colocação no mercado de trabalho a partir do processo de mudanças no padrão de acumulação flexível de capital, por meio da introdução de novas tecnologias que influenciam diretamente a organização destes trabalhos através da reestruturação produtiva, de modo a intensificá-lo e precarizá-lo.

Dentre as diversas formas de espetáculo lírico, privilegiamos a ópera, uma atividade musical que, “pela primeira vez na sociedade ocidental alcançou o grande público” (Wangermeè, 1980, - p. 162), adquirindo fundamental importância na história da música enquanto primeira forma de atividade musical de caráter *empresarial* a consolidar-se no mundo e também no Brasil.

Como organização empresarial, a ópera necessita de um conjunto de trabalhos especializados que conta com um grande número trabalhadores internos e externos: os corpos fixos de cantores e músicos de orquestra, os diretores e maestros, além dos trabalhadores técnicos envolvidos em uma mesma produção musical. Assim, as particularidades presentes nesse objeto são partes integrantes de um contexto mais amplo de atividades no mundo do trabalho em geral.

Por isso, uma pesquisa que caracterize o contexto da atividade musical, hoje, ajuda na apreensão da dimensão mais concreta da relação entre música e sociedade e nos permite compreender como a função social da música vem se modificando no contexto histórico, a partir da própria mutação das estruturas sociais e econômicas.

No atual contexto de flexibilização do trabalho, nossa análise propõe-se também a desenvolver teoricamente alguns aspectos do conceito de trabalho não material ou imaterial que se concretiza na atividade musical do cantor, esperando que estes se alarguem, podendo também servir como proposta analítica para as formas do trabalho flexibilizadas e autônomas, especialmente aquelas do setor dos serviços.

Se as mudanças que ocorrem no mundo do trabalho material afetam drasticamente toda a cadeia de processos de trabalhos materiais, imediatos, especialmente na atividade fabril, aumentando em grande medida a gama de formas de trabalho precarizadas e interferindo diretamente na ordem produtiva e na vida social dos trabalhadores que nelas atuam, resta-nos saber se o mesmo processo ocorre com as formas de trabalhos imateriais de produção, aqui representadas pelas atividades trabalhistas dos cantores líricos, vinculados aos teatros municipais e instituições estatais, ou atuantes na vasta rede do mercado informal.

É, pois, antes de tudo, a possibilidade de um diálogo complementar entre a sociologia do trabalho e a sociologia da música – presente nas particularidades concretas das relações de trabalho dos músicos, através da atividade do cantor lírico no contexto produtivo do espetáculo lírico – que se considera no prefácio.

O frágil retorno da virtuosa *canaglia*²

[...] em 1995, começou um processo de reestruturação. Foi a pior época da minha vida. Eu acordava com vontade de morrer só de imaginar que tinha de encarar um trabalho que antes me dava o maior prazer. A gente só trabalhava sob ameaça de demissão, sem que ninguém informasse quais eram os critérios para manter uns e dispensar outros. O discurso era cruel. “*Vamos mudar, enxugar, melhorar a qualidade, aumentar salários. Mas não com vocês, que são uns incompetentes.*” O trabalho de todos era desrespeitado, depreciado. Era humilhação e arbitrariedade todos os dias. Comecei a ficar doente, não pelo que acontecia comigo, mas também pelo que via acontecer à minha volta. Tinha insônia alternada com um sono incontrolável, que me impedia de levantar da cama. Minha resistência física acabou. Vivía gripada e cheguei a pegar pneumonia. O *stress* foi tanto que de repente me vi sem voz. Da composição original do coral, hoje só restam 24 pessoas.³

O depoimento exposto apresenta um processo particular de reestruturação produtiva no trabalho imaterial⁴, com um discurso bastante similar aos processos de reestruturação que ocorrem nos setores materiais de produção tradicionalmente estudados pela sociologia do trabalho. Sem dúvida, tais mudanças no trabalho musical erudito, no teatro lírico, não ocorrem sem o desencadeamento de conflitos, especialmente por parte da denominada virtuosa *canaglia*, termo utilizado por alguns empresários e, muito freqüentemente, ex-cantores, ou ex-bailarinos, cujo tom depreciativo (significando

² Gostaríamos de ressaltar que para compor este item nos servimos amplamente das informações e depoimentos obtidos por 15 entrevistas com cantores e ex-cantores líricos dos corpos estáveis do teatro municipal de São Paulo e do Coral Sinfônico do Estado e professores particulares de canto, cujas fontes serão mantidas no anonimato. A peculiaridade dessas entrevistas consiste em que quase todos os entrevistados, de algum modo, apresentaram sinais visíveis de resistência ao processo de reestruturação dos coros e aos diversos tipos de pressões e irregularidades, documentalmente comprovados pelos próprios. Trata-se de cantores que possuem consciência plena de sua profissão e que buscaram formar e incentivar uma resistência formal, através da participação ativa em grupos de associações internas ao coro, criadas com a finalidade de representar os direitos dos coristas e que, por isso mesmo, foram alvos de represálias, tais como demissões sem “justa causa” e perseguições sofridas no meio onde trabalhavam, da parte também dos próprios cantores.

Todos os relatos, alguns dos quais com uma grande carga “dramática” real, nos fazem lembrar que nossa análise e a composição dos conceitos analíticos só adquirem importância na medida em que descrevem a realidade de vidas humanas como fontes concretas que demonstram empiricamente quão perenes e “arenosos” são os terrenos da classificação sociológica desses grupos sociais que, ao mesmo tempo, confirmam a nossa tese sobre a influência direta dos processos de reestruturação do capital que gera precariedade e debilidade nas relações trabalhistas também no trabalho artístico.

³ Entrevista com Márcia Soldi, ex-corista do Coral Lírico Sinfônico e ex-diretora/presidente da Associação dos Cantores do Coral Sinfônico do Estado de São Paulo (ACCOSESP), publicada na revista *Veja* de 31 de outubro de 2001.

⁴ Tradicionalmente a literatura marxista considera o trabalho imaterial formas de prestação de serviços, já que seu produto não resulta necessariamente em um objeto material. Para Lazzarato (1997), as mudanças presentes no processo de trabalho em geral resultam não em um aumento do setor de serviços, mas em uma nova forma de desenvolvimento das relações de serviços. As formas tradicionais de serviços (profissionais liberais, autônomos e toda a gama de assalariados improdutivos) superam as relações tayloristas na relação entre produção e consumo, na qual o próprio consumidor assume um papel ativo na constituição do produto.

também “íngratos” ou “ínfames”)⁵ referia-se às lutas dos músicos de orquestra por melhorias nas suas condições de trabalho, depois da crise de 29.⁶

A evolução das relações de trabalho dos grupos de orquestra e de coros italianos passou por um contexto similar ao das lutas trabalhistas dos operários fabris. A formação da organização dos músicos era a única arma contra a excessiva exploração e usufruto da força de trabalho. É importante evidenciar, também, como as precárias condições de trabalho dos músicos de orquestra e de coro, antes da Segunda Guerra, fazem-se ainda presentes no contexto da mesma classe, no Brasil dos dias de hoje, com uma grande tendência de flexibilização dos direitos trabalhistas conquistados pelos europeus.⁷

Toda essa situação de instabilidade profissional presente na história das orquestras e dos coros líricos europeus muda, com a instauração dos contratos coletivos e o reconhecimento de todos os direitos trabalhistas dos músicos, depois da Segunda Guerra, como fruto das lutas sindicais e de uma maior conscientização musical dos italianos e das novas configurações dos chamados “entes líricos”.⁸

Lamentavelmente, as relações de trabalho que se estabelecem no teatro lírico brasileiro de hoje apresentam condições de exploração e ausência de regulamentação específica para o trabalho musical, sendo similares ao período da gênese do capitalismo e ao período de pré-organização das classes dos músicos descrito acima. Por isso, a análise da situação do trabalho instável e as suas várias configurações híbridas de trabalho formal e informal (por parte do cantor lírico – os solistas – e dos corpos estáveis) significam uma tendência à precarização da força de trabalho no contexto mais geral de reestruturação produtiva – é o que deveremos aprofundar neste item.

De modo geral, o trabalho do cantor lírico, bem como dos músicos da orquestra, é uma espécie de “prestação de serviços”, contratação esta que, no limite, permite o desligamento dos artistas por parte da direção dos teatros, a qualquer momento. Os contratos são renovados a cada período de dois ou três meses, o que definitivamente não caracteriza o reconhecimento do vínculo empregatício assim como do direito a férias, décimo-terceiro salário etc.⁹

⁵ Cf. Rosselli, 1985, p. 129 (208). Tais expressões são utilizadas por Domenico Barbaja para se referir aos músicos de orquestra e coristas. Barbaja (Milão 1778-Nápoles 1841), foi quem criou um império de jogos de azar em todos os teatros da Itália, especialmente no Scala di Milão, em 1805.

⁶ O texto de Pietro Righini intitulado *La “Virtuosa Canaglia”* (Orquestra italiana e orchestrali, dalle lotte sindacali degli anni Venti all’attuale professionalità), in *La Nuova Rivista Musicale Italiana*, XIX, 2, abril-junho, 1980, revela-nos o processo de lutas dos trabalhadores das orquestras pertencentes aos teatros italianos e a importância das lutas para as melhorias das condições de trabalho e o reconhecimento profissional da categoria, sem contar com o processo de aumento da consciência dos próprios músicos.

⁷ Righini relata a incerta situação dos mesmos, não somente pela pouca quantidade de oferta de trabalho, mas pela brevidade dos períodos de trabalho e pela inexistência de força contratual por parte de uma categoria que não tinha ainda realizado uma válida organização sindical. Os contratos coletivos de trabalho eram inexistentes e, por consequência, carecia uma definição sobre os mínimos de pagamento que cada contrato deveria comportar.

⁸ Idem, op. cit., p. 252.

⁹ Uma das fontes de dados para este item baseia-se na entrevistada feita com um ex-coralista do Teatro Municipal de São Paulo, hoje regente da Orquestra Jovem do Estado de São Paulo, vinculada

No contrato nada era estabelecido sobre o tempo de trabalho do cantor, restringindo-se às notificações sobre os ensaios, atrasos em apresentações etc., ou seja, era um contrato que, segundo todos os entrevistados, beneficiava o empregador e, no caso, a pessoa diretamente responsável pelo trabalho dos coristas: os regentes.

Os conflitos começam a surgir justamente porque muitas apresentações são marcadas sem consulta prévia aos coristas e nenhuma consideração por um tempo hábil para que organizem sua vida particular. Afirmam-nos os entrevistados que o maestro dirige-se-lhes desta forma: “Vocês têm de fazer; se não estiverem aqui no dia e no horário estipulados, rua!”

Numa profissão que exige alto grau de qualificação, como é o caso do cantor lírico, o rendimento do coro lírico parece não ser suficiente para cobrir todos os compromissos com os gastos do artista e de sua família – algo que resulta concretamente em jornadas diferenciadas de trabalhos informais em mais de três atividades, como regência de coros amadores, aulas de canto, trabalhos extras em espetáculos avulsos e eventos.¹⁰

O pagamento sob a forma de *cachês* para os trabalhos extras serve de incentivo para que o regente possa obter a adesão do corista; porém, anterior a essa forma de incentivo, domina o mais alto grau de autoritarismo. Para os entrevistados, a forma de contratação informal acarreta exigências de um trabalho regular; o usufruto do artista é, então, muito maior dentro do que muitos denominam “informalidade dentro da formalidade”, uma saída encontrada pelo poder público para cortar gastos e beneficiar cargos políticos de regentes e administradores.

A situação de contratação dos professores e funcionários da Universidade Livre de Música Tom Jobim, de São Paulo, é idêntica à do Teatro Municipal¹¹: “O que são esses funcionários? É um grande número de autônomos que trabalha por prestação de serviços”, afirma-nos um dos entrevistados, que é atualmente o regente da Orquestra Sinfônica Jovem.

A flexibilização da força trabalhista dos artistas dos coros estáveis, que se inicia em meados da década de 1980 e intensifica-se no final da de 90, além de trazer um saldo negativo para as condições dos próprios cantores (que devem desdobrar-se em outras atividades, sem na verdade estarem seguros em nenhuma), revela uma dupla fragilidade na organização dos artistas e na luta por seus direitos: primeiro, o caráter individualista do próprio trabalho, fruto de uma alta concorrência interna (entre os próprios cantores) e externa (as restrições qualitativas do mercado de

à Universidade Livre de Música “Tom Jobim”, que atuou no Coro Lírico entre 1989 e 1991 (mas, ao que nos consta, a situação continua a mesma). O entrevistado, sem motivos aparentes, foi demitido, o que ocasionou uma ação na Justiça (que foi ganha) exigindo reconhecimento de vínculo empregatício e todas as indenizações dela decorrentes.

¹⁰ Uma das fontes de dados para este item baseia-se na entrevistada feita com um ex-coralista do Teatro Municipal de São Paulo, hoje regente da Orquestra Jovem do Estado de São Paulo, vinculada à Universidade Livre de Música “Tom Jobim”, que atuou no Coro Lírico entre 1989 e 1991 (mas, ao que nos consta, a situação continua a mesma). O entrevistado, sem motivos aparentes, foi demitido, o que ocasionou uma ação na Justiça (que foi ganha) exigindo reconhecimento de vínculo empregatício e todas as indenizações dela decorrentes.

¹¹ Há apenas uma diferença: o cargo do maestro titular é de confiança, e não concursado.

trabalho); segundo, o medo experimentado pelo corista de, a qualquer momento, ser dispensado do coro. Conforme o depoimento abaixo:

Na Europa e nos Estados Unidos, a presença de fortes sindicatos combate este tipo de exploração e elimina o individualismo. Até porque na Europa o maestro não tem o poder que tem aqui. Aqui, na classe, existe muito receio de falar e criticar, por medo de concorrência... Mesmo no Teatro Municipal era muito difícil fazer qualquer tipo de reivindicação. Muitos colegas não se prontificam a depor no processo por medo de retaliação... Existem sempre uns dois ou três malucos que de vez em quando vão até lá reivindicar um reajuste salarial, e aí tudo fica dependente da boa vontade política e da direção. E, aqui, a pressão sempre conta. Se você não está satisfeito, rua... O mesmo acontece com trabalhos em estúdios de gravação.¹²

O “desamparo” do cantor lírico torna-se ainda mais evidente na “inação” ou “omissão” da própria OMB (Ordem dos Músicos do Brasil), em relação à qual, há anos, todas as categorias de músicos manifestam descontentamento por intermédio da imprensa (jornais e revistas).

A Ordem dos Músicos do Brasil, criada de acordo com a Lei nº 3.857 de 22 de dezembro de 1960, deveria ter a função de regulamentar o exercício da profissão do músico. A legislação da OMB reconhece o exercício profissional de “cantores de todos os gêneros e especialidades”, e não a particularidade do intérprete lírico, muito menos em situação de “informalidade”, ou como “autônomo”. Segundo os entrevistados, nas causas trabalhistas dos músicos, em geral, a OMB tem-se mostrado negligente.¹³

Sem nenhum resguardo institucional ou formal por parte dos sindicatos ou da OMB, as ações dos músicos, isoladas, demonstram-se incapazes, em um processo de reestruturação que atropela as condições objetivas e mina todas as formas de resistência, até mesmo a subjetiva e psicológica, desses trabalhadores. É o que ocorreu com o violento processo de reestruturação do Coral Sinfônico do Estado de São Paulo, que gerou demissões e implantou a informalidade dentro da legalidade.¹⁴

¹² Depoimento de um ex-corista do teatro municipal e atual funcionário da Escola Livre de Música “Tom Jobim”.

¹³ Um ex-corista do Teatro Municipal relata-nos que, ao procurar o defensor de seus direitos na OMB, não obtém nenhum tipo de respaldo, porque as verdadeiras condições dos trabalhadores do coro lírico estão configuradas como “trabalho autônomo” ou de “prestação de serviços”. A OMB, que sempre foi alvo de descontentamento por parte dos músicos, demonstra-se ausente nos conflitos entre músicos e empregadores. O mesmo ocorre com cantores da OSESP e músicos de orquestra que foram demitidos, mas que em suas condições de trabalho “informais” não conseguem respaldo da OMB ou do Sindicato dos Músicos, apesar de muitos deles serem associados da organização e estarem em dia com o pagamento das taxas anuais. Diz o artigo 1º da lei: “Fica criada a Ordem dos Músicos do Brasil com a finalidade de exercer, em todo o país, a seleção, a disciplina, a defesa e a fiscalização do exercício da profissão do músico, mantidas as atribuições específicas do Sindicato respectivo”. Os relatos dos músicos demonstram a ineficiência e inoperância desta instituição.

¹⁴ Os aterrorizadores dados recentes extraídos dos relatos da ex-corista da “Associação dos Cantores do Coral Sinfônico do Estado”, vigente até a sua demissão em 2000. Segundo os relatos da entrevistada e documentação devidamente comprovada, a situação de contratação dos coristas da OSESP até 1994, ano em que o coro foi criado, era inicialmente regular, implicando em processo de admissão por concurso público, através da contratação intermediária, via Banezer (uma empresa que terceirizava serviços para o Estado), com registro em carteira e regime de CLT. Depois de um ano, a Banezer foi extinta e, com a extinção da empresa, todos os coristas concursados foram

A situação de “informalidade na legalidade”, bem como demissões sumárias, são parte de um maquinário geral, enquanto estratégias para a flexibilização dos processos e da força de trabalho imaterial.

Parte do projeto de reestruturação produtiva, na música erudita, é realizada pelas demissões dos músicos de orquestra da OSESP, vindo a se tornar um marco para o desencadeamento dos posteriores conflitos do Coro Sinfônico e reforçando a tendência não somente local, mas internacional, de flexibilização e “racionalização” calcado no discurso de obtenção de maior “qualidade” no trabalho com as organizações musicais.

Inicialmente, foram quarenta músicos demitidos; depois, sete demissões sumárias de músicos diretores e participantes da associação de músicos da OSESP, que foram acompanhadas de requintes de “terrorismo” interno, como ameaças constantes de demissões para aqueles que se unissem ao grupo ou lhe apresentassem apoio direto, proibições de permanência no local após os ensaios etc. Acusado de autoritarismo pelos músicos na época, o maestro John Neschling, através de seu discurso, faz-se porta-voz da proposta viva das políticas culturais de reestruturação: “Neschling afirma ainda que a qualidade atual da orquestra está relacionada com toda a polêmica em torno das demissões”, afirma O Estado de S. Paulo de 5 de setembro de 2001.¹⁵

A flexibilização da força de trabalho, no âmbito de uma empresa vertical como a orquestra, trouxe um ingrediente extremamente autoritário para as relações de trabalho musicais no Brasil e, como consequência, necessariamente o reforço da liderança dos líderes-regentes que, por ocuparem cargos de confiança, representam a personificação das estratégias políticas neoliberais em ação. Diz o maestro:

É um mal-estar que vinha de muito tempo, desde dezembro de 2000, devido a um grupo de músicos que estava decidido a afrontar a autoridade dos dirigentes da orquestra, com exigências que eram inaceitáveis. Queriam ser pagos pelos concertos extras, com os quais a OSESP complementa a verba para as suas atividades, queriam interferir na organização da escola da orquestra, queriam até mesmo conferir o orçamento [...].¹⁶

Justifica a necessidade de medidas severas para a administração da cultura:

“demitidos”, isto é, deixaram de ter carteira assinada e tornaram-se “prestadores de serviços”. A partir daí, não aconteceu nenhum tipo de contratação formal, mas as condições de trabalho, carga horária, rotina de trabalho (assinar ponto etc.), relação com os chefes e a administração eram as mesmas.

Dos seis anos de trabalho no coro, diz a entrevistada, cinco foram sem direitos trabalhistas, sendo que tal situação estende-se aos músicos da Orquestra Jazz-Sinfônica e da Banda Sinfônica, todos ligados ao Estado.

¹⁵ As demissões geraram uma polêmica internacional na época, o repúdio de muitos músicos de todas as orquestras do Brasil e também a surpresa de organizações como a União das Orquestras Alemãs (DOV) com a notícia das “injustas” demissões, sendo que, para o diretor dessa organização, o ponto mais preocupante refere-se ao fato de que quatro dentre os músicos demitidos faziam parte da associação dos músicos da orquestra. (Cf. *O Estado de S. Paulo* de 30 agosto de 2001)

¹⁶ O Estado de S. Paulo, 5 de setembro de 2001.

Quando surge um motim, se você se deixa dominar, perde a liderança. Dentro de qualquer empresa, o dirigente, enquanto for o mandatário, tem de tomar as atitudes que julgar corretas, mesmo quando elas forem severas (idem).

Dentre todas as medidas severas, uma delas é a de “cortar o mal pela raiz”, ou seja, eliminar a virtuosa *canaglia*, porque ela questiona até mesmo sobre o orçamento da “empresa” e do gerenciamento não muito claro do dinheiro público, neste caso específico.

De algum modo, o contexto da virtuosa *canaglia* parece ser reinventado pelo atual processo de reestruturação produtiva que contou com um plano de demissões com vistas à redução do quadro de seus integrantes de 68 para 48 pessoas, para redução nos custos. Aqueles que resistem a este processo são vítimas de muitas formas de pressão psicológica e “assédio moral”, que compõem a moderna trajetória de confronto à nova virtuosa *canaglia*.¹⁷

A condição de informalidade apresentada na condição atual dos corpos estáveis ligados ao espetáculo lírico, ou à música erudita em geral, dá margem a “acertos” vários nos processos de contratação, deixando o músico sem referências institucionais quando precisa buscar seus direitos. Na verdade, a informalidade no campo da música torna ainda mais dócil a força de trabalho em relação aos superiores e aos regentes, com a agravante das possibilidades sutis de “pressão psicológica”, sofrida pelos músicos que não se subordinam facilmente.¹⁸

¹⁷ A forma de contratação dos coristas do Coral Sinfônico foi considerada fraude em sentença emitida pelo juiz que cuidou de suas ações trabalhistas, por apresentar ambiguidade nos editais dos concursos – afirma-nos uma das entrevistadas. É no mínimo ambígua a forma de contratação por “prestação de serviços” dos coristas, que, antes, fizeram concurso público e trabalharam um ano com carteira assinada. O grande problema que se colocou na questão das contratações é que, em um primeiro momento o trabalho foi terceirizado pela Prefeitura via Banezer e, em um segundo momento, o processo de desregulamentação ocorreu automaticamente com a extinção da empresa que fez os contratos de terceirização, transformando os coristas em autônomos ou em trabalhadores informais. Uma das nossas entrevistadas afirma ainda que a verba para a contratação dos coristas advém do fundo de compras, o que confere ainda mais margem para irregularidades nos processos de contratações. Tudo somado, torna-se favorável ao músico nas ações trabalhistas contra o Estado ou o Município.

¹⁸ Os coristas do Coral Sinfônico do Estado de São Paulo que foram demitidos eram integrantes da Associação dos Cantores do Coral Sinfônico do Estado, uma organização interna que buscava reivindicar e proteger, junto à administração, os direitos dos coristas. Como se constata em dossiê apresentado pela mesma associação às autoridades políticas e jurídicas da época (2001), alguns dos questionamentos feitos pelos membros do coro em relação a sua organização institucional revelaram inúmeras irregularidades, tais como trabalhistas, financeiras, administrativas, além de arbitrariedades em diversos pontos da organização. Das irregularidades trabalhistas constam: “a) a Secretaria de Estado da Cultura vem mantendo, há mais de cinco anos, funcionários selecionados por concurso público de provas e títulos que exercem funções de cantores no Coral Sinfônico do Estado de São Paulo. Embora estes funcionários tenham horários regulares de ensaio sempre no mesmo local (salas da ULM, depois Sala São Paulo) e mantenham um calendário oficial de concertos, eles vêm sendo pagos como autônomos desde o início do mandato do Exmo. Sr. Governador Mário Covas, em pleno desacordo com as leis trabalhistas do país. Desta forma, estes funcionários não têm direito aos benefícios trabalhistas mais elementares (férias, 13º salário, licenças); b) a Secretaria de Estado da Cultura vem permitindo a contratação de cantores para o Coral sem concurso público. No momento em que foi feito concurso, este não foi publicado no Diário Oficial do Estado: apenas no jornal Folha de São Paulo dois dias antes do prazo final de inscrição; c) a Secretaria de Estado da Cultura vem desobedecendo o princípio de isonomia pois está pagando diferentes salários para funcionários que exercem a mesma função (cantores do Coral

O processo de reestruturação no campo musical atinge concretamente as condições objetivas de contratações, resultando numa intensificação do exercício do trabalho e no gradativo aumento da jornada, ou seja, em flexibilização:

Inicialmente nós tínhamos três ensaios por semana: terças, quintas e sextas, de três horas, sendo que, quando havia concertos, a gente fazia também um ensaio com a mesma duração na manhã do concerto... E a gente tinha uma média de concertos, que depois aumentou com o passar dos anos, e a carga horária de trabalho foi aumentando com as viagens para fora do estado. Mas o salário não aumentou, não tínhamos mais décimo-terceiro, férias, plano de saúde, nada. Simplesmente nada.

Muito mais do que as condições objetivas, o alvo da flexibilização nas atividades artísticas parece ser o próprio coração do processo de trabalho eminentemente criativo do qual depende o bem-estar do cantor, que compreende a subjetividade artista na interpretação e tem como produto final a “obra de arte”:

Numa manhã, o relógio despertou às 7 horas, como de costume, mas eu não consegui levantar da cama. Os músculos pareciam imóveis e as tentativas para me erguer não surtiam efeito. As pernas não me obedeciam, numa sensação semelhante ao desmaio. Tinha tremores a cada esforço. O terror durou trinta minutos, até ficar em pé. Então surgiram as dores de estômago, o vômito e um terrível acesso de choro. Era uma crise nervosa fulminante, que me levou ao afastamento do trabalho por trinta dias, mas também o ápice do sofrimento causado por seis anos de humilhações constantes. Estava entrando em falência física.

Este relato de uma das nossas entrevistadas, uma ex-corista do Coral Sinfônico do Estado de São Paulo, é apenas uma amostra, dentre tantas outras, das condições de exploração do trabalho do cantor – reportando-nos aos primórdios da Revolução Industrial, que marcaram a precária condição da classe trabalhadora no final do século XVIII e início do XIX.¹⁹

A origem do pesadelo, encoberta pelo próprio discurso de “qualidade”, “redução dos custos” e “racionalização do trabalho artístico”, era a própria estratégia de reestruturação produtiva aplicada ao contexto do espetáculo erudito ao vivo, encarnada na figura do regente: “[...] dizia o tempo todo que planejava diminuir o número de cantores e que certas pessoas não mereciam estar ali”, afirma-nos uma das entrevistadas.

A “desqualificação” – ou “assédio moral” – sofrida pela corista, nos casos específicos por nós relatados significa uma forma de ataque às resistências do trabalhador; e isto se torna mais evidente quando o ato é direcionado às fontes de resistências internas representadas pelas associações dos coros e orquestras. Para

Sinfônico do Estado de São Paulo e do “Coral de Câmara”). Talvez o mesmo esteja ocorrendo em relação a outros corpos estáveis; d) a Secretaria de Estado da Cultura passou a exigir dos funcionários o recolhimento do INSS como autônomos sob a pena de retenção do salário”.

¹⁹ Algumas passagens de Marx, *O capital*, tomo I, sobre a jornada de trabalho, mostram-nos amplos relatos sobre a superexploração dos trabalhadores em uma condição de total desamparo legal, como o aumento da jornada de trabalho; é uma das formas de submissão da força de trabalho ao capital.

o cantor, esta se revela uma arma mortal para que o artista incorpore uma ideia de “incompetência” e, com isso, sinta-se incapacitado para reagir.²⁰

Todo este quadro de exploração nas relações de trabalho gera um aspecto de grande sofrimento para o artista e, de modo geral, todos os que se encontram em situação de risco de emprego demonstram descontentamento e ansiedade, sinalizando um gradual processo de perda de resistência para reação física e psicológica.²¹ Embora muitos dos cantores tenham tido “ganho de causa” em seus processos trabalhistas na Justiça, ainda não foram indenizados.

Embora, no Brasil, a discussão sobre o “assédio moral” muito recentemente tenha ocupado espaço na imprensa e em diversos estudos de caráter acadêmicos, as pesquisas sobre a psicopatologia do trabalho de Christophe Dejours²² oferecem relatos sobre as diversas formas de exploração do sofrimento no trabalho, principalmente em relação aos trabalhos repetitivos e de comportamento condicionado:

Nas tarefas repetitivas, os comportamentos condicionados não são unicamente consequências da organização do trabalho. Mais que isso, estruturam toda a vida externa ao trabalho, contribuindo, deste modo, para submeter os trabalhadores aos critérios de produtividade. A erosão da vida mental individual dos trabalhadores é útil para a implantação de um comportamento condicionado favorável à produção. O sofrimento mental aparece como intermediário necessário à submissão do corpo (1987, p. 96; grifo nosso).

As análises sobre a exploração do sofrimento mental e a submissão da própria subjetividade do trabalhador também estão presentes nos trabalhos de alta qualificação e que dependem de critérios diferenciados de outras formas de trabalhos, como é o caso do imaterial, artístico. Assim, como em outras atividades, o trabalho artístico apresenta-se como uma forma específica de alienação e, em paralelo com o conceito marxista, “no sentido psiquiátrico também, de substituição da vontade própria do Sujeito pelo Objeto. Nesse caso, trata-se de uma alienação,

²⁰ Um dos ex-cantores do Coral Sinfônico do Estado, em entrevista concedida a revista Carta Capital de 9 de maio de 2001, relata: “A regente parava o ensaio, chamava a pessoa ao meio do palco, mandava-a cantar sozinha e emendava: ‘Você não sabe cantar, não poderia estar no coral’ [...] Ficava claro que o problema não era incapacidade, mas sim perseguição”. Outros fatores que se revelaram como “estopim” para as demissões foi a adulteração nos horários de trabalho, provocando desentendimentos entre a administração e os coristas e advertências. Todos esses relatos denotam uma forma de “assédio moral” no trabalho e, de forma mais direta, isso pode ser evidenciado na seguinte fala de uma das ex-coristas: “Quando eu comecei, costumava me posicionar nas primeiras fileiras do coral, devido à minha estatura e ao timbre de voz. Era, assim, até uma desavença com os chefes. A partir daí, fui colocada para a última fileira, junto com os homens, de onde era impossível eu cantar ou alguém ouvir a minha voz. [...] Eu me senti sendo castigada. Foi uma humilhação perante meus amigos. A dispensa acabou acontecendo [...] depois de um colapso nervoso, me afastei por um mês e depois apareci para trabalhar e a carta de demissão estava me esperando. Sem justa causa. Apesar de ter trabalhado no coro, não recebi indenização e eles ainda ficaram me devendo o último mês trabalhado”. Cf., também, revista Dinheiro de 9 de maio de 2001.

²¹ Ocorre que, no caso de uma das entrevistadas, o desgaste emocional de luta pelos seus direitos, que resultou na sua demissão, impediu-a de trabalhar, já que fora afetada vocalmente. Muito mais do que um processo de alienação dos meios de produção (no caso, a voz), trata-se de uma violência contra a dignidade humana que a deixou sem condições mínimas de subsistência. Este é mais uma das tristes páginas escritas com as vidas que pagam o alto preço pelo rompimento do silêncio e pela luta dos direitos dos trabalhadores também do mundo imaterial.

²² Dejours, 1987.

que passa pelas ideologias defensivas, de modo que o trabalhador acaba por confundir com seus desejos próprios a injunção organizacional que substitui seu livre-arbítrio (1987, p. 137)".

Apesar de altamente qualificada e do conteúdo prévio dado pelo know-how e o saber, a profissão do cantor, bem como a do músico em geral, quando está ligada a alguma estrutura mais industrial de produção (como é o caso da produção do espetáculo ao vivo e da produção na indústria fonográfica e da mídia) padecem do mesmo processo de alienação.

O esvaziamento dos conteúdos de defesa contidos no trabalho qualificado através das várias formas de "assédio moral" torna o trabalho artístico, em boa medida, mecanizado, evidenciando um processo subjetivo de auto-exploração da parte do artista. Para obedecer, é preciso antes sujeitar-se, e obedecer significa abstrair-se da vontade própria e do controle do trabalho final, e, no caso do artista, visa controlar a natureza reflexiva que é própria da personalidade artística. A descaracterização do trabalho "artesanal" ocorre quando este se torna mercadoria descartável e, a qualquer momento, substituível no âmbito do mercado, como testemunham as entrevistas que fazem menção às ameaças de demissões constantes, acenando para a facilidade da substituição em um trabalho não mais considerado especial.

Esse quadro de "terror", ocasionado pelo acirramento da competição do mercado de trabalho com as estratégias de reestruturações produtivas, deixa o terreno propício para diversas formas de autoritarismo, em um campo em que a autoridade do regente é ambígua, por revelar-se um "mal necessário".²³

A função de autoridade do regente, facilmente confundida com autoritarismo, transforma-o, com a flexibilização produtiva e o processo de fragilização do músico, em uma espécie transfigurada de "mago" do despotismo absoluto:

Ele é o símbolo do domínio também em relação a como se apresenta o mundo, assim, um senhor, e junto os nossos servos [...] A transposição da natureza de chefe na distância do espaço estético consente ao mesmo tempo equiparar o diretor de orquestra com qualidades mágicas que não teria à luz da realidade: como é de fato a capacidade de fascinação (Adorno, 1971, pp. 130-31).

Os conflitos entre maestro e músicos (coristas ou regentes) refletem o contexto dos conflitos sociais da sociedade, e por isso adquirem a intensidade dos conflitos presentes na reestruturação de outros setores produtivos do trabalho material. Na base desses processos estão o acúmulo de tarefas e a maior pressão por um aumento da produtividade, além da própria representatividade pessoal do regente enquanto novo "guardião" do capital cultural e defensor da política econômica vigente, por estar atrelado a uma condição particular em relação aos países

²³ Adorno apresenta esta ambiguidade como a figuração dialética hegeliana do "servo e do senhor" em miniatura: "A orquestra tem em relação aos regentes uma relação ambígua. Enquanto a orquestra, pronta para a execução apaixonada, pretende que ele a trate com dureza, ele é ao mesmo tempo suspeito em quanto parasita que não deve se por a pegar em um arco ou a soprar um instrumento e que se faz belo às custas dos que tocam" (Cf. Adorno, op. cit., p.136).

européus e aos Estados Unidos, de “cargo de confiança” do secretário ou do governador do estado, ou mesmo do ministro da Cultura etc.

Com base nos relatos, observamos que a reestruturação produtiva no campo musical, por meio da flexibilização da força de trabalho, demonstra-se cruel e retoma concretamente elementos de subordinação formal do trabalho ao capital. As mudanças que afetam os cantores ocorrem nos sentidos objetivo – eliminando suas condições objetivas de trabalho – e subjetivo – atuando como elemento de “pressão”, “medo” e absoluta sujeição da vontade própria à vontade alheia.

Com base nos processos, observa-se um duplo grau de alienação do trabalho artístico. O primeiro reflete-se na própria condição do trabalho coletivo e da sujeição das performances individuais ao poder do maestro, como ocorre com a orquestra:

O aparato orquestral é alienado seja de si mesmo – enquanto nenhum executor nunca ouve com exatidão tudo o que acontece simultaneamente em torno a ele – seja da unidade da música executada. Isto evoca a instituição alienada do maestro de orquestra, no qual a relação com a orquestra (musical e social) se prolonga a alienação.²⁴

O segundo refere-se ao caráter “não-produtivo” do trabalho artístico em sentido estrito, que contradiz a produção do valor no âmbito geral da informalidade, tornando-o produtivo. O trabalho artístico deixa de ser complexo e artesanal quando, objetivamente, dá-se sob condições sujeitas à vontade do outro; mesmo como autônomo, o trabalhador da música é cercado pelas condições do mercado que possuem leis, sujeitando-se à vontade do contratador. Mas em que medida o trabalho do músico é alienado?

1. Embora sendo dono de sua voz e de seu treinamento, portanto da emissão, não possui as “condições objetivas do trabalho” que resultam no complexo da interpretação da partitura, guiado pelo trabalho do instrumentista, de outros músicos ou mesmo do regente.
2. O cantor não tem o controle absoluto sobre o que faz, porque depende da produção, que é coletiva e dirigida, fazendo com que sua interpretação passe necessariamente pelo acordo com os outros.

O cantor possui os meios primários, mas não os secundários, o que implica dinheiro para o treinamento, estudo, compra das partituras e acesso a bons professores. Ao mesmo tempo, não possui as condições gerais de controle da produção, que estão nas mãos do regente ou do produtor musical etc., o que é próprio do trabalho coletivo, e, com a flexibilização da produção, fica totalmente vinculado aos fatores dinheiro, patrocínio e empresário, o qual faz os acertos e contratos. A dependência do capital faz com que o cantor seja um artesão/assalariado em condições objetivamente precárias.

A disciplina taylorista presente em uma estrutura vertical não significa somente o relógio, mas também o doce som do chicote para os “músicos rebeldes”. Sendo muito maior no âmbito da informalização e flexibilização do trabalho artístico, as

²⁴ Cf. Adorno, 1971, p. 133.

formas de submissão à autoridade que impõe a disciplina tem por objetivo sujeitar a ação criativa diferencial do trabalho artístico, a força de “trabalho complexo” dos músicos, ao eliminar todo foco de resistência aos abusos que ocorrem em todos os âmbitos dessas relações.

Ao sujeitar-se ao regente de modo absoluto, por questões objetivas de sobrevivência, o cantor nega sua própria subjetividade criativa, elemento que modela e torna única a produção final, a apresentação. E, ao negligenciar a criatividade, o cantor torna-se um trabalhador mecânico, produtor de som, mas sem o sentido que passa pela sua autopercepção e que, a partir dela, deveria manifestar-se no trabalho de grupo. A negação da subjetividade pelo medo, pela pressão, torna o cantor um “autômato” da voz e, finalmente, aprofunda os aspectos de alienação do músico em relação ao próprio trabalho, porque este já não se reconhece como parte da produção final.

Depois da descrição concreta das formas de trabalhos do cantor lírico no contexto da reestruturação produtiva, resta-nos aprofundar o sentido conceitual do trabalho artístico e a perda gradual, na sociedade capitalista, de sua dimensão complexa e criativa.

Trabalho complexo e laboriosidade do trabalho artístico

Uma de nossas entrevistadas relata-nos a seguinte história:

[...] O Guarani e a Lucia sempre foram as minhas óperas. Fiz uma Lucia no Municipal e vieram todos os outros cantores – o tenor, o barítono, o baixo – da Itália... Se eu aceitava um cachet que um empresário me dava, eu não tinha do que reclamar. “Mas você sabe que é uma tonta?” “Por quê?” “Sabe quanto estão ganhando os seus companheiros?” “Não sei.” Não sei como é que fiquei sabendo, porque era tudo fechado. Mas vi, em uma pasta, os valores que os italianos ganhavam, principalmente o tenor, que já tinha feito uma primeira récita – s o jornal fez um comentário que a estrela da noite tinha sido a brasileira [...] Vamos supor que eles ganhassem 5 mil dólares por récita, incluindo a passagem, a estadia e tudo mais. Eu ganhava mil reais [...] Aí, cáí na bobagem de contar tudo isso pra imprensa, que fez um certo barulho, e fiquei dois ou três anos sem ser chamada no Municipal. Puseram-me para fora, por “estar conturbando a paz”. Só voltei mais tarde, lá pela década de 80.

Na fábula da cigarra, fica bem caracterizado que esta só sabe cantar, não pensa na racionalidade do capital, isto é, no dinheiro; talvez esta seja uma meia-verdade quando pensamos na atividade do cantor lírico. Por isso, o trabalho da cigarra não é reconhecido pela sociedade, porque se diferencia do esforço do trabalho fabril ou das diversas formas de trabalho manual (dualidade expressa nas origens da divisão do trabalho) e, como a música “entretém os espíritos”, a atividade do trabalho que é também ato criativo resume-se, para a sociedade, em lazer e ócio. Esta confusão entre o trabalho como atividade primária e potência criativa do ser humano e função socialmente exercida, bem como suas nuances historicamente determinadas, concretiza-se como um fetiche que impede o próprio cantor de ver seu trabalho como mercadoria; como tal, impede-o de ver a própria exploração, sobas mais diversas formas, pela conjuntura histórica do capitalismo.

O nivelamento do trabalho artístico a qualquer outro tipo de atividade humana, na concretude de suas relações sociais dentro da sociedade capitalista, transforma o

“work/trabalho” em “labor”, tendo este último o significado de trabalho alienado, porque nessa sociedade todos os objetos criados transformam-se em mercadorias e o trabalhador comporta-se em relação ao seu trabalho como se este lhe fosse alheio.²⁵

[...] tanto se a sociabilidade do trabalho se realiza através do intercâmbio de mercadorias, como se verifica imediatamente (como, segundo Marx, acontece no comunismo), o produto do trabalho deve sempre satisfazer uma necessidade social e encarnar o tempo de trabalho socialmente necessário para fabricá-lo. Se um produto não satisfaz nenhuma necessidade social ou é fabricado em um tempo de trabalho superior ao socialmente necessário, não se pode falar de work, mas somente de labour (Heller, 1994, p 120).

A elaboração de Marx sobre o trabalho enquanto elemento “produtivo” contém, num plano mais genérico, o sentido de “diferenciador humano”, que, através da atividade do “labor” enquanto processo criação do objeto, da coisa útil, assimila em seu conteúdo um processo de exteriorização da atividade criativa que advém do próprio pensamento do homem e de um esforço físico despendido.²⁶

A análise do processo de trabalho também se associa às dimensões criativas “primárias e secundárias” na ontologia do ser social:

[...] porque o trabalho tem, portanto, em sua gênese, quer em seu desenvolvimento, em seu ir-sendo e em seu vir-a-ser, uma intenção ontologicamente voltada para o processo de humanização do homem em seu sentido amplo. O aparecimento de formas mais complexificadas da vida humana, as posições teleológicas secundárias, que se constituem como momento de interação entre seres sociais, de que são

²⁵ A distinção entre *work* e “labor”, ou trabalho e labor, foi proposta por Hannah Arendt, in *A condição humana*, (2001), a partir da diferenciação dos próprios termos, atualmente tomadas como sinônimos. O labor, na sociedade moderna, é associado a *vita activa* e tem sido glorificado como fonte de todos os valores que, posteriormente será associado também ao conceito de trabalho produtivo e improdutivo, trabalho qualificado e não-qualificado, trabalho manual e intelectual. O argumento de Marx baseia-se na associação do trabalho à “produtividade” da criação de coisas úteis, uma produtividade que advém da “força” humana e que não se esgota depois que ela produz os meios de sua subsistência e sobrevivência, mas que é capaz de produzir um “excedente”, ou seja, mais do que o necessário para a sua “reprodução” (idem, op. cit., p. 99). Os dois momentos da atividade humana são ainda resgatados por Agnes Heller, in *Sociología de la vida cotidiana* (1994); apresentam-se em dois aspectos fundamentais: 1) como execução do trabalho é parte orgânica da vida cotidiana; e, 2) como atividade de trabalho é uma objetivação diretamente genérica. Segundo a autora, a partir desta compreensão Marx estabelece as diferenças entre *work* e “labor” e como este último se converte em trabalho alienado.

²⁶ “Pressupomos o trabalho de um modo que o assinala como exclusivamente humano. Uma aranha desempenha operações que se parecem com a de um tecelão, e a abelha envergonha muito arquiteto na construção de seu cortiço. Mas o que distingue o pior arquiteto da melhor das abelhas é que o arquiteto figura na mente sua construção antes de transforma-la em realidade. No fim do processo do trabalho aparece um resultado que já existia antes idealmente na imaginação do trabalhador. Ele não transforma apenas o material sobre o qual opera; ele imprime ao material o projeto que tinha conscientemente em mira, o qual constitui a lei determinante do seu modo de operar e ao qual tem de subordinar sua vontade” (Marx, 1988). É sempre útil nos reportarmos a idéia do trabalho humano enquanto mecanismo regulador, através do pensamento conceptual, atividade proposital, orientado pela inteligência que desenha a atividade do trabalho como processo de cultura humana.

Aqui, distingue-se também “trabalho” de “força de trabalho”; o primeiro enquanto processo geral e abstrato, pertencente a todas as sociedades humanas; o segundo, enquanto força propulsora da criação das mesmas sociedades. Cf. também, sobre isso, Braverman, “Trabalho e força de trabalho”, in 1987.

exemplos a práxis política, a religião, a ética, a filosofia, a arte etc., que são dotadas de maior autonomia em relação às posições teleológicas primárias, encontra o seu fundamento histórico-genético a partir da esfera do trabalho (Antunes, 2000, p. 142).

A atividade do artista seria o exemplo mais concreto do trabalho no sentido do work, “altamente qualificado”, ou “trabalho intelectual”, visto que, para concretizar seu trabalho sob a forma de mercadoria, não prescinde do momento laborativo, manifestado pela inteligência de sua atividade criadora.²⁷

Por outro lado, poderíamos aproximar o conceito de work ao momento imaterial da produção que é absorvido pelo “labor” na sociedade capitalista, cujas bases produtivas estão calcadas na venda de mercadorias, incluindo a força de trabalho. O processo da imaterialidade é suprimido em detrimento da imposição disciplinar sobre o trabalhador na atividade produtiva objetivada pela organização social da produção, como, por exemplo, ocorreu com o taylorismo/fordismo.

A atual questão da confusão entre atividade do artista e atividade de “lazer” acaba por tornar ainda mais invertida a relação entre work e “labor”, porque, ao tornar-se mercadoria, a força de trabalho do artista minimiza o aspecto qualitativo presente no labor musical. O trabalho que inicialmente significa work tende a tornar-se objetivamente “labor” sob a forma do trabalho artístico daquele que se submete objetivamente às mesmas condições dos outros trabalhadores submetidos ao mercado de trabalho capitalista. Ao manter minimizadas suas qualidades essenciais de work, o trabalho artístico transforma-se em forma lúdica de atividade que camufla em seu processo o mesmo fetiche da mercadoria força de trabalho, enquanto fonte de exploração e de produção de mais-valia.

A associação que a sociedade cria entre “trabalho criativo” e lazer resulta necessariamente de uma ideologia produtiva, historicamente determinada, que sobrepõe o “labor”, enquanto objetivação direta da atividade criativa e produtora de mercadorias em seu aspecto utilitarista, ao work, processo genérico da atividade criativa que caracteriza a qualidade subjetiva e objetiva do processo de produção e que não dispõe, necessariamente, dos mecanismos de utilidade social em sua intenção.²⁸ Trata-se, ainda, da determinação histórica que o processo de trabalho assume sob a lógica da produção de mercadorias, em que o valor de uso é submetido ao valor de troca.

Aqui a perda do significado do work é aprofundada na sociedade contemporânea, porque, embora contendo em si mesmo as qualidades que o transformam em laboriosidade, do ponto de vista social, este é tido como hobby, por não se relacionar diretamente com atividade “útil, vital e imediata” das necessidades

²⁷ “A única exceção que a sociedade está disposta a admitir é o artista que, propriamente falando, é o único ‘trabalhador’ que restou numa sociedade de operários. A mesma tendência de reduzir todas as atividades sérias à condição de prover o próprio sustento é evidente em todas as atuais teorias do trabalho, que quase unanimemente definem o trabalho como oposto do lazer. Em consequência, todas as atividades sérias, independentemente dos frutos que produzam, são chamadas de ‘trabalho’, enquanto toda atividade que não seja necessária, nem para a vida do indivíduo nem para o processo vital da sociedade, é classificada como lazer”. Cf. Arendt, op. cit., p. 139.

²⁸ “[...] se tem visto claro que *work* é uma objetivação imediatamente genérica, cujo fundamento é o processo de produção, o intercâmbio orgânico entre natureza e sociedade, e cujo resultado é a reprodução material e total da sociedade. Os produtos do trabalho levam sempre o selo da universalidade em si e não dizem nada sobre o produtor particular” (cf. Heller, 1994, p.122).

humanas – que “provê o próprio sustento” (fundamento da fábula da cigarra). Ou, ainda, porque na arte a materialidade é exaurível e seu consumo se dá no “tempo livre”, fora da atividade imediatamente produtiva – o que, no caso do espetáculo lírico ao vivo, em que produção e consumo são elementos que se fundem em um único ato de fruição da música, converte-se em pura forma de diversão e ócio.

A atividade que produz a música, vista como ócio, acontece em um espaço onde o caráter de “lazer” significa consumo produtivo. O lazer acontece no interior de uma lógica de produtividade específica, apresentada nas teses de Padilha (2000):

Se as atividades de lazer são transformadas em mercadorias a serem consumidas, o lazer está perfeitamente integrado ao sistema econômico do qual ele faz parte; 2) se este sistema econômico tem o consumo de mercadorias como pilar de sustentação, o momento de realização do lucro não só as atividades de lazer se tornam mercadorias, como o próprio tempo de lazer se configura em tempo para consumir mercadorias e; 3) se é real a tendência de aumento do tempo livre em função das transformações tecnológicas, parece provável que aumentará consideravelmente o número de serviços especializados em entretenimento (viagens, recreação, lazer).²⁹

No entanto, a tendência em associar diretamente a atividade artística a esporte e lazer, tornando-os elementos aparentemente inúteis para a sociedade, recria constantemente a necessidade do “luxo” e das coisas “não úteis” na reinvenção do tempo livre como fonte de produção de mercadorias imateriais. Deste modo, o “inútil” torna-se “útil”, bem como o “improdutivo”, “produtivo”.

No caso específico da música, se a sociedade moderna aumenta a possibilidade de seu consumo, antes restrito ao ambiente de corte ou do rito litúrgico, a formação de uma classe trabalhadora vendedora de sua força de trabalho – e ao mesmo tempo consumidora – cria uma nova forma de consumo produtivo no “tempo livre”, já que, “na nossa sociedade capitalista, o próprio lazer é impregnado da racionalidade econômica e se transforma em mais uma mercadoria a ser consumida”.³⁰

O conceito de *métier* exposto anteriormente considera o trabalho *work* a partir de suas qualidades intrínsecas como distinto do trabalho “labor”, representado pela figura do trabalhador do fordismo/taylorismo, alienado dos seus instrumentos de produção, do seu produto e do domínio do conhecimento sobre ele. Esta análise leva Freidson (1986) a aproximar o trabalho artístico e de docência ao conceito de *work*.

Este autor refere-se ao *work* também como sinônimo de “vocação”, ou *métier*, como elemento que o distingue do viés econômico da remuneração. Freidson e Arendt aproximam o sentido de *work*, bem como o de *métier* a uma forma de trabalho complexo e altamente qualificado, como por exemplo o trabalho do artista e dos professores universitários, e isto nos ajuda a distinguir as especificidades do trabalho artístico. Porém tal análise torna-se insuficiente se não considerar o trabalho complexo em sua forma mercadoria como “labor” ou trabalho alienado – e não *work*.

²⁹ Cf. Padilha, 2000, pp. 68-69.

³⁰ Idem, op. cit., p. 77.

A concepção de “vocação artística”, ou “talento inato”, resulta ainda de uma ideia forjada de “trabalho único”, que pretende destacar-se do trabalho humano em geral, com o objetivo de uma alta remunera o. O caráter “ nico”   o potencial de trabalho criativo presente em cada trabalhador que lhe   alienado no processo de divisão do trabalho que separa trabalho intelectual e trabalho físico. A ideia do “trabalho único”, associado ao talento, resulta em um conceito que, no limite, pretende separar a atividade artística de sua laboriosidade:

A concentra o exclusiva do talento artístico em indivíduos únicos e a conseguinte supressão destes dotes na grande massa   uma consequência da divisão do trabalho (Marx, “A ideologia alemã”, in 1972, p. 470).

No conceito de “trabalho complexo”, que equivale ao work ou trabalho qualificado, podemos localizar a especificidade do trabalho artístico. Na teoria do valor de Marx, o trabalho diferenciado, de peso ou superior,   mais complexo em rela o ao trabalho social médio:

[...]   a exterioriza o de uma força de trabalho na qual entram custos mais altos de forma o, cuja produ o custa mais tempo de trabalho e que, por isso, tem valor mais elevado que a força de trabalho simples. Se o valor dessa força   superior, ela se exterioriza, por conseguinte, em trabalho superior e se objetiva nos mesmos períodos de tempo, em valores proporcionalmente mais altos. Qualquer que seja, porém, a diferença de grau entre o trabalho do fiandeiro e o do joalheiro, a porão do trabalho com que o joalheiro apenas repõe o valor de sua própria força de trabalho não se distingue qualitativamente, de modo algum, da porão de trabalho adicional.³¹

Mas, com que tipo de trabalho, o trabalho “complexo”³² ou “qualificado”, que   o caso do nosso trabalhador artista, pode ser comparado? A resposta  :

Embora o próprio trabalho médio simples mude seu caráter, em diferentes países ou épocas culturais, ele   porém dado em uma sociedade particular. Trabalho mais complexo vale apenas como trabalho mais simples potenciado ou, antes, multiplicado, de maneira que um pequeno quantum de trabalho complexo   igual a um grande quantum de trabalho simples. Que essa redu o ocorre constantemente, mostra-o a experiência. Uma mercadoria pode ser o produto do trabalho mais complexo, seu valor a equipara ao produto do trabalho simples.³³

³¹ Marx, 1988, p.155.

³² Não existe em Marx uma teoria do trabalho artístico, até porque sua preocupa o situou-se nas atividades que giravam em torno da Grande Indústria; contudo observamos em toda a obra do autor pistas importantes que nos ajudam a entender o trabalho do artista, o que nos levaria a aprofundar o complexo teórico sobre a teoria do valor, que não constitui o nosso objetivo. Buscamos assim, “experimental” conceitos que podem dar vida a fen menos que se apresentam paralelamente ao quadro geral de tais análises teóricas.

³³ Marx, *O capital*, vol. I, tomo I, pp.51-52. Na versão em português de *O capital* pela Nova Cultural (1988) registra-se “[...] que um pequeno quantum de trabalho complexo   igual a um grande quantum de trabalho simples”. Segundo Rosdolsky, (1978, p. 555), existe uma diferença fundamental de tradu o, substituindo igual por **equivale**. A diferença de tradu o justifica a explica o do autor sobre o caráter *aproximativo* trabalho complexo;   antes de tudo equivalente, e não igual ao trabalho simples. “  certo que Marx nos diz: “[...] o trabalho complexo ‘vale’ como trabalho simples multiplicado, porém ‘valer’ não   ‘ser’, e a teoria se orienta   essência das coisas”. (op.cit., p. 556). Ainda sobre a questão da referência de mensura o das formas de trabalho simples e complexa: “  claro que a redu o tem lugar, pois enquanto valor de troca, o produto não   equivalente, em determinada propor o, ao produto de trabalho simples médio; vale dizer que está equiparado a uma determinada quantidade desse trabalho simples” (ibidem), ou ainda: “[...] o trabalho complexo s  representa trabalho simples potenciado, tarefa que já resulta na teoria do

Marx procura uma aproximação entre o trabalho simples ou médio e o trabalho complexo, até porque, em sua época, o trabalho complexo significava uma pequena parcela do conjunto dos trabalhos em relação ao próprio trabalho operário ou médio. Por outro lado, a questão central da preocupação de Marx não consiste em estabelecer as diferenças qualitativas de cada atividade a partir do valor de uso, mas sim delimitar uma medida real, que acontece no âmbito abstrato expresso pelo valor de troca, enquanto quantidade de trabalho objetivado em uma mercadoria, seja ela força de trabalho ou o objeto em si.³⁴

Da categoria “trabalho abstrato”, destaca-se sua expressão enquanto forma específica de igualização do trabalho – isto é, como os diferentes trabalhos privados integram-se ao corpo social do trabalho global da sociedade. Essa socialização dos trabalhos privados exige um movimento de redução dos trabalhos concretos (simples e qualificados) a um que seja qualitativamente o mesmo e que só se diferencie quantitativamente, no qual a grandeza de valor passa a ser determinada pelo “tempo de trabalho socialmente necessário”; ou seja, tanto os trabalhos complexos como os trabalhos simples são reduzidos a um trabalho indiferenciado e idêntico.

Importa ressaltar que o aspecto diferenciador do trabalho artístico no capitalismo, especialmente aquele do cantor lírico (que nasce com a era da representação pela qual se paga), não deve ser buscado em sua dimensão de valor de uso, a partir de suas qualidades intrínsecas como produtor de obra de arte, mas na submissão destas pela lógica uniforme do mercado que transforma o trabalho “complexo” em trabalho abstrato, como fonte agregadora de valor ao capital. Deste modo, os resquícios de suas qualidades artesanais de produção – e de um possível diferencial com base no mito da “vocação artística” – são gradativamente absorvidos pelo processo de compra e venda da força de trabalho do cantor no mercado e da transformação do espetáculo lírico em uma mercadoria.

Aqui, ambos os valores presentes na venda e compra da força de trabalho do cantor e as qualidades específicas que advêm do trabalho objetivado na mercadoria “espetáculo lírico” são subsumidos pelas características quantitativas do valor de troca harmonicamente representado pela relação no âmbito do mercado, onde o quantum de trabalho socialmente necessário equivale à medida real para o intercâmbio pela mercadoria dinheiro.

O conceito de representação implica logicamente aquele de troca e aquele de harmonia. Toda a teoria da economia política do século XIX estava incluída na sala de concerto do século XVIII e anunciava a política do século XX (Attali, 1980, p. 184).

Na lógica da representação de mercado, o músico não vende a sua atividade, mas o próprio tempo de seu trabalho a um capitalista. Assim, o trabalho que antes se caracterizava como forma de serviço, através da venda do próprio corpo ao

valor mediante a redução de todos os trabalhos a trabalho médio simples. O que interessa não é se o trabalho qualificado pode reduzir-se, em princípio, a trabalho simples, senão segundo que medida se produz isso, como podem comparar-se entre si os respectivos trabalhos” (idem, op. cit., p. 567).

³⁴ “Observamos anteriormente que para o processo de valorização é totalmente indiferente se o trabalho apropriado pelo capitalista é trabalho simples, trabalho social médio ou trabalho mais complexo, trabalho de peso específico superior” (op. cit., p.155).

mecenas, implicando formas de produção e consumo improdutivos, agora passa a incorporar o valor de troca, como mercadoria.

O trabalho concreto determinado pelas qualidades intrínsecas de uma mercadoria, seja ela um produto ou a força de trabalho, em sua forma de valor de uso, work, contrapõe-se ao trabalho abstrato que “revela as determinidades da organização social do trabalho numa forma de produção historicamente determinada: a forma capitalista de produção” (Teixeira, 1995, p. 70). O trabalho concreto é subsumido ao trabalho abstrato, que passa a ser a forma alienada de trabalho concreto:

A troca se apresenta, assim, como o processo mediante o qual diferentes trabalhos são iguados entre si. Essa igualização exige que esses diferentes trabalhos sejam reduzidos simplesmente a trabalho, isto é, a trabalho não diferenciado, igual, simples, em síntese: a trabalho que seja qualitativamente o mesmo e só se diferencie quantitativamente (ibidem).

Do “empreendedor de tipo particular”, que recebe uma remuneração pela venda direta do seu trabalho, o trabalho do músico assume formas concretas de assalariamento. Assim: “A representação a pagamento pressupõe a venda de um serviço, isto é, o enunciado da equivalência da produção de música com outra atividade comercial e não mais doméstica. Esta ideia da intercambialidade da música é desastrosa porque coloca a música na troca generalizada, abstrata, do dinheiro” (ibidem). A afirmação de uma harmonia possível no âmbito da troca, no mercado, que esconde a dimensão dos conflitos sociais expressos na representação utópica do perfeito, converte-se na própria negatividade, dialética do imperfeito.

No capitalismo, o valor da música torna-se externo, não é a estética em si, mas o trabalho do músico que estabelece este valor – que não se vincula mais intrinsecamente à coisa, ou seja, a obra enquanto valor estético existe antes de ser representada. Mas o esquema para estabelecer o preço do bilhete da representação exige a possibilidade de comparação com a obra a partir dos critérios externos a sua representação, pressupondo a existência de um campeão para fixar o valor autônomo ao espetáculo. Esse campeão não pode ser outro senão o trabalho do músico (idem, op. cit., p 185).

O valor de uso da mercadoria música não tem comparação com o trabalho de criação do músico, porque este só assume um sentido por meio do próprio trabalho e o do espectador. A música é trocada por aquilo que não representa e é usada como imagem de si mesma. No capitalismo, a estética torna-se um fim em si mesmo e camufla o trabalho enquanto atividade concreta de uma sociedade.

A fala de nossos entrevistados relata como o trabalho perdeu seu significado “complexo” e concreto, reduzindo-se, no mercado, a uma expressão quantitativa de troca simples, descartável e mensurável a qualquer outra forma de trabalho regular.

Ao aproximar ambas as formas de trabalho, Marx oferece-nos importantes pistas teóricas. O aspecto do “conhecimento” também se esvai com a sujeição da subjetividade do trabalhador e o controle da produção em suas condições objetivas, que sequer são discutidas, porque o trabalhador não sabe se será remunerado para poder pagar suas contas no final do mês. Ao sistema produtivo vigente, parece ser interessante mostrar à sociedade que o trabalho do músico é

ócio, porque, deste modo, o fetiche desta mercadoria adquire um caráter de “passividade social”, presente na própria conduta dos artistas enquanto alimentam a ilusão da possibilidade do “estrelato social” como meio de ascensão.

Formas de assalariamento da atividade do cantor no mundo do espetáculo lírico

Talvez o espetáculo ao vivo seja a forma de mercadoria mais imaterial e etérea de todas as artes, porque significa o som consumido ao mesmo tempo em que é produzido. O trabalho imaterial não significa uma oposição ao trabalho material, mas é associado a uma tendência de configuração do trabalho no “pós-fordismo”, enquanto parte das estratégias dos processos de acumulação flexíveis que, sob a forma de reestruturação produtiva, diminuiu os postos de trabalho no setor industrial e elevou o número de trabalhadores desempregados do setor de serviços, tornando as relações trabalhistas precárias em todos os setores.³⁵

As descrições das formas de “contratações” de trabalho no espetáculo lírico nos levam a detectar variantes híbridas de relações trabalhistas flexíveis no universo de trabalho do cantor. Concretamente, podem-se falar de duas formas de trabalho: autônomo e as formas diretas e indiretas de assalariamento.

No entanto é importante dizer que todas essas formas de trabalho do núcleo das atividades produtivas transitam entre configurações de trabalho realmente capitalistas e as formas de trabalho pretéritas, em que o capital em sua forma madura não se faz presente, mas sim elementos de formas pré-capitalistas combinadas às propriamente capitalistas. Todo esse complexo de formas de trabalho adquire uma superfluidade contraditória para o próprio sistema vigente,

³⁵ O novo padrão de acumulação produtiva no “pós-fordismo não é somente ‘produção de mercadorias por meio de linguagem’, intelectualidade de massa, comunicação, mas também um retorno a formas de “trabalhos” explorados no período pré-fordista. [...] os trabalhadores autônomos são mais explorados do que os operários fordistas”. As novas relações de trabalho no pós-fordismo resultam em uma nova forma de “autonomização” do trabalho mesmo, vejamos em que medida o trabalho do cantor na atualidade possui paralelos com essa formas de trabalho: 1) À continuidade temporal e espacial do processo de trabalho e à continuidade da remuneração (salário), se substitui uma descontinuidade fundamental que transforma profundamente o processo de trabalho e as formas de constituição da renda; 2) A jornada de trabalho se torna porosa, não no sentido de uma diminuição quantitativa, mas no sentido que os “trabalhadores autônomos trabalham sempre”. De fato, o trabalhador autônomo no interior de sua jornada de trabalho não tem mais a possibilidade de desligar-se dos espaços de não trabalho, de ‘refutar’, ‘resistir’ como a continuidade das relações salariais permitia; 3) O coração dessa nova relação de trabalho não é mais a forma-salário, mas a forma-renda ou ainda, o salário pelo quantum de trabalho individual e não coletivo. Enquanto o assalariado formal é representado pelo patrão, o trabalhador autônomo depende diretamente do seu contratante. O controle é mais indireto e financeiro do que produtivo; 4) Ao controle contínuo e direto dos “tempos” e dos ritmos de trabalho, se substitui pelo controle descontínuo organizado por ordens, dos clientes e do produto. Se a continuidade da disciplina da fábrica se exercitava de uma parte, definida “contratualmente”, da vida, hoje o controle “indireto” se exercita sobre a subjetividade da vida do trabalhador autônomo. Em uma época de retomada da iniciativa capitalista, a “liberdade” do trabalhador da fábrica assume esta forma. A nossa análise ressalta que tais formas de trabalho através das novas estratégias de reposição das leis de circulação simples do capital e não novas formas absolutamente autênticas, já que estas estão presentes no trabalho artístico a ser analisado através da atividade do cantor lírico na empresa do espetáculo lírico (Cf. Lazzaratto, 1997, pp. 8-10).

já que esta se revela uma tendência presente não somente no trabalho material, mas também no imaterial.

Partindo da ideia de que a representação mediante pagamento pressupõe a venda de um serviço, enquanto enunciado da equivalência da produção de música com outra atividade comercial e não mais doméstica, que coloca a música na troca generalizada, abstrata, podemos inferir a tendência a uma transformação das atividades de serviços nas formas concretas de “assalariamento”, expressas pela atividade do cantor lírico. Isto nos levará, imprescindivelmente, a uma análise da produtividade e improdutividade dessa atividade no processo de valorização em geral.

Vimos como o trabalho do cantor apresenta duas formas de trabalho: o trabalho autônomo, ou informal, e o assalariado direto ou indireto do capital, apresentando-se, muitas vezes, como formas híbridas (assalariamento e trabalho autônomo) na mesma relação. Uma terceira forma remeteria, ainda, ao serviço direto ao consumidor que, embora dentro do modo de produção capitalista, pertence a formas pretéritas e transitórias de relações de trabalho, que não se configuram como formas assalariadas nem como genuínas de “prestação de serviço”.

Em que medida podemos considerar o trabalho do cantor um serviço? Vejamos uma importante definição: “[...] serviço não é em geral mais do que uma expressão para o valor de uso particular do trabalho, na medida em que este não é útil como coisa mas como atividade. Dou para que façam, faço para que façam, dou para que dêem”.³⁶

Ao frisarmos as palavras “coisa” e “atividade”, podemos buscar uma diferenciação essencial entre o trabalho material e imaterial. O serviço geralmente não se configura em matéria, em um produto palpável, mas sim em atividade que, ao ser produzida, é consumida pelo comprador. As atividades de trabalho do teatro lírico e a representação da forma de trabalho do cantor representam exatamente a imaterialidade da prestação do serviço. Enquanto algo abstrato, o serviço pode ser relacionado ao trabalho improdutivo. Mas, concreta e historicamente, podemos observar no desenvolvimento das forças produtivas – e na atual conjuntura da flexibilização produtiva – a reanimação de formas de trabalho precárias e fadadas à extinção, que, sob a aura do serviço autônomo, adquirem um sentido maior de fetiche nas relações capitalistas de produção.

Algumas das formas arcaicas que se configuram no período pré-capitalista são os “serviços” prestados diretamente ao consumidor, sem passar pelo processo de valorização do capital. Enquanto forma de trabalho improdutivo, este assume concretude no “serviço de corte”, em que a atividade do músico se enquadra, porque, evidentemente, não se trata de produção de valor. Marx define o trabalho produtivo como:

[...] uma expressão concisa que designa a relação no seu conjunto e o modo como se apresentam a força de trabalho e o trabalho no processo de produção capitalista. Por conseguinte, ao falarmos de trabalho produtivo, falamos pois de trabalho socialmente determinado, de trabalho que implica uma relação nitidamente determinada entre o

³⁶ Cf. Marx, 1986, p. 118 (grifo nosso).

comprador e o vendedor de trabalho [...] o produto específico do processo capitalista de produção, a mais-valia, apenas é gerado por intercâmbio com o trabalho produtivo.³⁷

O trabalho improdutivo não é trocado por capital, mas sim por renda, e “o intercâmbio de trabalho objetivado por trabalho vivo não é suficiente nem para construir por um lado o capital, nem por outro o trabalho assalariado”.³⁸ O intercâmbio entre valores de uso é parte do processo de circulação simples, do qual fazem parte todas as esferas de serviços domésticos; as profissões liberais, proprietários – lavradores, artesãos, artífices, comerciantes, todos os demais por conta própria – enquadram-se nesta definição de trabalhadores não produtivos, porque seu trabalho não é trocado por capital e não contribui diretamente para aumentar o capital.

Concretamente, a condição do músico, antes do capitalismo, configurado no serviço compositor/intérprete do rei e da Igreja, estava baseada na troca por um “salário”, significando este a renda paga pelo seu mecenas a fim de que suas necessidades básicas (objetivas e subjetivas) fossem supridas. É assim que Marx exemplifica os trabalhos do lapidador de diamantes e do cantor de ópera como trabalho improdutivo ou trabalhos secundários em sua natureza primeira (como valor de uso), podendo e sendo transformados em valor de troca quando estes se transformam em dinheiro e em capital:

Diamante e canto, ambos os trabalhos realizados, podem – como todas as mercadorias – ser transformados em dinheiro e, enquanto dinheiro, podem ser transformados em capital. Mas nesta transformação do dinheiro em capital é feita uma dupla distinção. Todas as mercadorias podem ser transformadas em dinheiro, e, enquanto dinheiro, em capital, porque, na sua forma de dinheiro são extintos o seu valor de uso e a sua particular forma natural. Esse é trabalho objetivado na forma social em que isso é trocado com outro trabalho real, assim, convertido em cada forma de trabalho real.³⁹

A renda sob a forma de salário define o caráter improdutivo do trabalho e de sua forma originária enquanto trabalho serviço. Enquanto mero “prestador de serviços” da corte, o trabalho do músico caracteriza uma forma de trabalho improdutivo e externo à atividade produtiva, mas, ao ser gradativamente absorvida pelas relações capitalistas de produção, esta atividade metamorfoseia-se em força de trabalho colocada à venda como mercadoria. Estabelece-se assim, inicialmente, uma convivência ambivalente entre formas de trabalho, pretéritas e futuras, no contexto de evolução do trabalho assalariado produtivo.⁴⁰

³⁷ Idem, op. cit., p. 114

³⁸ Cf. Marx, 1972, p. 426.

³⁹ Marx e Engels, 1979, p. 136.

⁴⁰ Marx verifica uma tendência a que, “com o desenvolvimento da produção capitalista todos os serviços se transformam em *trabalho assalariado* e todos os seus executantes em *assalariados*, tendo por consequência essa característica em comum com o trabalhador produtivo, induz tanto mais em confusão entre uns e outro quanto é um fenômeno característico da *produção capitalista* e por esta gerado (1986, p. 112; grifo nosso). Porém, tal tendência não elimina a reabsorção de formas de trabalho próprias das relações pré-burguesas que convivem com o modo de produção especificamente capitalista: “Esporadicamente aparecem trabalhadores livres cuja prestação de serviços não se compra com vistas ao consumo, senão com vistas à *produção*; porém primeiro, ainda que em uma escala maior, só para a produção de valores de uso *diretos*, não de *valores*; e segundo, se por exemplo o nobre emprega um trabalhador livre junto aos seus serviços, vende

O trabalho, enquanto venda de trabalho objetivado, estabelece-se como troca na relação da circulação simples de mercadoria:

Na relação de circulação simples. De fato ambos intercambiam tão-somente valores de uso entre si, um meio de subsistência, ou, por outra, um trabalho, um serviço que o primeiro quer consumir, seja diretamente (prestação pessoal de serviços) – ou seja, em que um propõe ao outro o material etc., no qual o segundo, mediante seu trabalho, à mercê da objetivação do seu trabalho, cria um valor de uso destinado ao consumo do primeiro⁴¹ (grifo nosso).

Ou seja, Marx reconhece que no interior do modo de produção capitalista existem certas atividades que continuam a ser executadas de forma semelhante aos modos de produção precedentes, “em que a relação entre o capital e o trabalho assalariado ainda não existe de fato, de modo que não lhes são de maneira nenhuma aplicáveis as categorias de trabalho produtivo e trabalho improdutivo, características do ponto de vista capitalista” (Marx, 1986, p. 113).

No capitalismo, a atividade do músico enquanto “trabalhador improdutivo” configura-se concretamente quando o intérprete oferece seus “serviços” diretamente a um consumidor; em troca, é pago em dinheiro e este não se converte absolutamente em capital. Assim, seu consumo é também improdutivo, porque visa somente satisfazer uma necessidade imediata – como, por exemplo, o caso do músico ou cantor que presta serviço em casamentos, batizados ou qualquer festividade e é contratado tão-somente com vistas à utilização de sua atividade no aspecto qualitativo, enquanto valor de uso.

Os casos intermediários na relação entre capital versus trabalho referem-se àqueles que não trabalham diretamente para o capital e recebem um salário que é resultado de uma nova divisão dos rendimentos; estas são consideradas, ainda, formas de trabalho mediadas por outros processos, como aqueles que ocorrem no âmbito da circulação do capital.

O trabalho do cantor que não é assalariado dos teatros municipais ou das universidades e escolas de música estatais e municipais, enquanto atividade autônoma que é oferecida diretamente ao consumidor, caracteriza a “prestação de serviços”⁴² a particulares em festas e eventos. Podemos dizer, no limite, que este trabalho é “improdutivo” porque:

1) não está no processo imediato de produção e valorização do capital, sendo externo da esfera de produção;

inclusive parte de seu produto e o trabalhador livre desta forma lhe proporciona valor, este intercâmbio terá lugar unicamente com vistas ao excedente, ocorrerá somente no campo do supérfluo, do *consumo do luxo*. No fundo, trata-se tão somente de uma compra encoberta de trabalho alheio para o consumo direto ou como valor de uso” (Marx, 1972, p. 431).

⁴¹ Idem, op. cit., p. 427.

⁴² O professor de canto particular também é um trabalhador improdutivo, porque presta serviços diretamente ao consumidor. “Um mestre – escola que ensina outras pessoas não é um trabalhador produtivo. Porém, um mestre – escola que é contratado com os outros para valorizar, mediante o seu trabalho, o dinheiro do empresário da instituição que trafica com o conhecimento (knowledge mongering institution.) é um trabalhador produtivo” (idem, 1986, p. 115).

2) não configura a venda da força de trabalho, mas a venda do próprio trabalho, estabelecendo uma relação que – no imediatismo do processo de circulação do capital de troca de valores de uso – significa troca de trabalhos objetivados entre vendedores de mercadorias. Aqui, o dinheiro não se converte em capital por trabalho vivo, mas conta a atividade do serviço prestado.⁴³

Neste intercâmbio de dinheiro por trabalho ou serviço com vistas ao consumo direto de todos os modos, tem lugar um intercâmbio real; que ambas as partes troquem quantum de trabalho tem somente um interesse formal: serve para medir mutuamente as formas particulares de trabalho⁴⁴ (grifo nosso).

Apesar de não estarem submetidos diretamente ao processo de produção imediato do capital, “mesmo assim, a maior parte destes trabalhadores, do ponto de vista da forma, apenas se submetem formalmente ao capital: pertencem às formas de transição” (idem, op. cit., p. 115).

A conclusão de Marx aponta para um processo de subsunção formal do trabalho ao capital. Contudo, em vez de naquilo que representava um processo transitório, sujeito à extinção, converte-se em real tendência devido às formas de “externalização” da força de trabalho do processo de produção imediato. De qualquer modo, observa-se que mesmo os trabalhadores autônomos estão, em última estância, contemplados formalmente no processo de produção mais geral do capital.

No entanto, as relações de prestação de serviço que se estabelecem entre músicos e consumidores já não se caracterizam como puras relações de serviço de autônomos, porque conta com a figura do agenciador-intermediário, que compra a força de trabalho do músico e a vende ao consumidor, extraindo, deste processo, lucro. Nossas pesquisas atuais apontam para uma forma de prestação de serviços que, mesmo com vistas ao consumidor direto, configura-se em uma teia de relações indiretas entre agentes e agências de artistas, através das famosas agências de eventos e produções artísticas. O âmbito da “informalidade” do mercado musical moderno conta com muitas formas de agenciamento através de empresas que utilizam formas diversas de subcontratações dos artistas na produção de um evento.⁴⁵

⁴³ Aqui, ambos, “comprador e vendedor” de mercadorias, como proprietários autônomos, trocam trabalho objetivado, e o “trabalho objetivado que serve de meio para um novo trabalho” (idem, 1972, p. 196). O contexto onde “vendedor e comprador” de mercadorias aparecem no âmbito do mercado como proprietários privados na relação de troca é o contexto de “lei da apropriação”, tal como ela se apresenta na circulação simples de mercadorias. A mercadoria, no caso o serviço, apresenta-se como trabalho vivo trocado por trabalho objetivado (dinheiro, renda e não capital). Desta lei extrai-se a vigência, no âmbito da aparência, de um reino de “liberdade e igualdade” burguês, fundado no princípio da reciprocidade harmônica preestabelecida entre os proprietários das mercadorias. Cf. Rosdolsky, op. cit., p. 212.

⁴⁴ Cf. Marx, 1972, p. 431.

⁴⁵ Através de nossas entrevistas, pudemos entender que, mesmo na informalidade das relações de compra e venda da força de trabalho dos cantores por parte das empresas de eventos e produções, o mercado é muito restrito. Isto quer dizer que, mesmo no âmbito informal, o mercado conta com uma racionalidade própria, que, nas “franjas” do processo produtivo, gera ao menos a extração indireta da mais-valia do cantor, ou simplesmente a compra de mais trabalho que gera o lucro do agente.

Assim, na atividade que se configura como prestação de serviço, os trabalhadores “são agenciados por parte do mais-valor, a renda do capitalista”⁴⁶; deste modo, mesmo quando um músico é chamado para cantar em uma festa de empresários, ou em uma festa de banqueiros, e é pago com a renda do capital, ainda assim é improdutivo, porque o que ele ganha não é o excedente do capital, mas uma renda que advém deste excedente do capital.

A primeira forma da atividade do cantor não se configura como trabalho assalariado e é improdutivo. Mas o atual processo de “racionalização dos serviços” não permite que qualquer relação de trabalho, mesmo informal, não seja permeada por relações mercantis que visem pelo menos a rentabilidade, ou meramente a relação direta com o usuário⁴⁷.

O serviço direto ao consumidor

não é o simples intercâmbio entre trabalho objetivado por trabalho vivo – os quais deste ponto de vista aparecem como duas determinações diferentes, valores de uso de distintas formas, um como determinação em forma objetiva, outro em forma subjetiva –, senão o intercâmbio de trabalho objetivado como valor, como valor que se conserva em si mesmo, por trabalho vivo como valor de uso do primeiro; como valor de uso não para o uso ou consumo particulares, determinados, senão como valor de uso para o valor (grifo nosso).⁴⁸

Existe também o caso do trabalhador assalariado que troca a sua força de trabalho com o capital, mas que trabalha fora do processo imediato de produção, isto é, aqueles que trabalham para o capital comercial e o capitalista “a juro”⁴⁹. Esses trabalhadores são considerados por Marx “improdutivos”, já que não estão vinculados diretamente ao processo produtivo, ou seja, ao capital industrial. Assim,

Não é permitido a um cantor que queira cantar em casamentos, por exemplo, sem entrar no “círculo” ou na “agenda” dos agentes, que muitas vezes são os próprios músicos ou pessoas muito próximas ao trabalho musical que atuam muito mais como “trabalhadores de si mesmos” do que propriamente como empresários.

⁴⁶ Prossegue Marx: “Porém em nada ocorreria pensar que o capitalista se põe como capital graças ao intercâmbio de sua renda por tais prestações de serviços, ou seja, por seu consumo privado. Antes, dessa maneira dissipa os frutos de seu capital. Em nada altera a natureza da relação o fato de que as proporções nas quais se intercambia a renda por esse tipo de trabalho vivo, se determinem pelas leis gerais da produção” (op. cit., p. 430).

⁴⁷ Cf. Lojkine, 1995, p. 288.

⁴⁸ Idem, op. cit., p. 431. A questão do intercâmbio de trabalho por trabalho vivo, apresentada por Marx, é hoje motivo de uma discussão sobre as novas formas de exploração da força de trabalho dentro dos processos, já apresentados por nós, de reestruturação produtiva e flexibilização da força de trabalho. Todas essas estratégias que apresentam novas formas de exploração da força de trabalho apresentam um dado muito significativo no contexto do processo de trabalho, a superação do taylorismo através, também, dos elementos de apropriação do intelecto do trabalhador, o que denota também uma nova configuração da classe trabalhadora a partir do crescimento de trabalhos e serviços que exigem não somente a polivalência, mas a “inteligência” do trabalhador no processo produtivo: “É a alma do operário que deve ir para a fábrica. É a sua personalidade, a sua subjetividade que deve ser organizada e comandada. Qualidade e quantidade do trabalho são reorganizados em torno da sua imaterialidade” (Lazzarato, op. cit., p. 23). O controle da subjetividade do trabalhador é evidente nesse processo, mas não como valor de uso e sim enquanto forma transmutada de exploração da mais-valia, a partir de elementos como a intensificação do trabalho – o que nos remete, por contradição, às formas de trabalho pré-capitalistas com base na exploração da subsunção forma da força de trabalho.

⁴⁹ Cf. Fausto, op. cit., 1987.

são considerados “indiretamente produtivos”, ou “improdutivos”; improdutivos no interior da esfera do processo global de produção, mais precisamente no interior da circulação. Os outros improdutivos são exteriores a esta esfera.⁵⁰

A situação do agente que “assalaria” o cantor “autônomo” parece aproximar-se das realidades das formas tidas como transitórias do trabalho “comercial ou a juro”, que são imateriais. O agente, enquanto trabalhador imaterial, está fora do processo imediato de produção, mas, enquanto comprador da força de trabalho do cantor para uma empresa ou empresário, é o mediador do capital na captação dos recursos humanos necessários para a produção do evento. Aqui, o acúmulo de duas funções contraditórias assume também a ambiguidade do “pequeno produtor” capitalista material: enquanto “pequeno capitalista imaterial”, obtém seus lucros com a renda intermediária do trabalho produtivo e, ao mesmo tempo, como empregado do capital, torna-se um “assalariado de si mesmo”.⁵¹

É, pois, lei que o desenvolvimento econômico reparta essas funções por pessoas diferentes; e o artesão ou camponês, que produz com seus próprios meios de produção, ou se transformará pouco a pouco num pequeno capitalista, que também explora trabalho alheio, ou perderá seus meios de produção (de início, isso pode ocorrer, embora permaneça proprietário nominal, como num sistema de hipotecas) e se converterá em trabalhador assalariado. Esta é a tendência na forma de sociedade onde predomina o modo de produção capitalista⁵² (grifo nosso).

A “renda” do agente, que advém da compra direta da força de trabalho do cantor para o capitalista, torná-lo-ia um trabalhador improdutivo se esta não se convertesse em “lucro” ou em forma de enriquecimento através da venda do potencial de mais-valia para o capital, no processo de produção imaterial. Sua condição de “assalariado” pode ser ainda mais evidente quando tais agentes são os próprios músicos, com um grande conhecimento do mercado musical.

Nas atuais agências de produção cultural, as contradições presentes na relação de agenciamento de cantor, em bases mercantis e informais, tornam-se ainda mais mistificadas porque são aprofundadas. Ao substituir o agente, a empresa de eventos culturais que agencia artistas extrai o excedente, que se converte em lucratividade, terceirizando a força de trabalho do cantor no mercado; tudo

⁵⁰ Idem, op. cit., pp. 222-23.

⁵¹ O conceito de “assalariado de si mesmo” refere-se à posição ambígua e contraditória do “pequeno produtor” que, segundo Marx, é uma fase de transição para o assalariamento. Observamos também a contradição da função do agente que, enquanto explorador da força de trabalho do cantor, não se configura ainda enquanto empresário, porque, como agente (pessoa física ou sob a nova forma de agências de músicos), é apenas o intermediário entre o trabalhador e, muitas vezes, o empregador direto (patrocinador, representante do capital). Assim, ainda que o agente possua os meios de produção e se aproxime: a simples propriedade de seus meios de produção não lhe permite exercer a função de capitalista enquanto tal, e não permite porque, enquanto intermediário que fornece a atividade de trabalho para uma empresa patrocinadora qualquer, é ele quem determina o controle do processo de produção do evento. Diferente do capitalista empresário que toma tais decisões autonomamente, isto é, sua capacidade de decisão é determinada unicamente pelo poder coercitivo da concorrência. Por isso, ele é um explorador do trabalho alheio na condição de mediador do capital, que pode também deixar a encargo de um grupo de trabalhadores a tarefa de explorar outros trabalhadores. Levando ao limite, o agente pode ser um “assalariado” de alguma empresa patrocinadora, ou ainda um simples “assalariado de si mesmo”, quando trabalha para si próprio.

⁵² Marx, 1980, p. 401.

acontece no âmbito da circulação⁵³, afirmando a produtividade indireta de uma atividade que vende ou repassando mais-valia e que, por isso, agrega valor de informação ao processo de produção do capital.

A venda da força de trabalho do cantor para o agente remete-nos também ao conceito de “trabalho livre” como sinônimo de pauperização. A “autonomia” dos cantores que não estão vinculados a um empresário coloca-os na mesma condição precária de um trabalhador informal, sujeitos a maior exploração, já que o valor da compra de sua força de trabalho é camuflado pelo “salário por peça”⁵⁴, que consiste na relação acima descrita de compra e venda de mercadorias aparentemente entre iguais, quando na verdade esta relação é sujeita a uma maior exploração ou usufruto do “tempo” de trabalho do cantor, que poderá ser intensificado de acordo com a necessidade do comprador – que é quem determina o seu valor, em última instância. Os limites do conceito de trabalhador livre ou “autônomo” são apresentados da seguinte forma:

No conceito de trabalhador livre está já implícito que o mesmo é pauper: pauper virtual. Tendo em conta suas condições econômicas, é mera capacidade viva de trabalho, por cujo motivo também está dotado de necessidades vitais. Qualidade de necessitado em todos os sentidos, sem existência objetiva como capacidade de trabalho para a realização da mesma.⁵⁵

Da aparência da relação entre os “proprietários de mercadorias” que, no mercado, trocam equivalentes, emerge a essência que contradiz a harmonia preestabelecida entre as partes, de onde surge o componente desigual de “assalariamento” deste autônomo que necessita vender sua atividade de trabalho, sujeita a uma maior exploração, para sobreviver.

Portanto, enquanto no discurso a aparência especial do “trabalho do artista” determina que se reivindique a especificidade do trabalho do cantor (como força de trabalho, vista sob os aspectos qualitativos, e como serviço cultural à comunidade ou ao consumidor da arte), o mercado, em sua essência, inverte a relação; na negociação de compra e venda de força de trabalho, o que acaba contando são os mesmos critérios de extração de mais-valia do trabalho material, baseado no sobre-trabalho e na intensificação de suas atividades.

Trata-se de uma espécie de trabalho que suporta relações sociais contraditórias: enquanto possuidor dos meios de produção, este poderá até ser considerado

⁵³ Atualmente, a função de uma agência de produção cultural é tornar a força de trabalho do cantor mais “vendável”, como produto que vale a pena ser comprado pelo patrocinador; é o que veremos no próximo item.

⁵⁴ “O salário por peça’ é a forma de salário mais adequada ao modo de produção capitalista.” Embora não seja novo, pois adquiriu uma maior aplicação no período da manufatura, ele serviu de alavanca, no período tempestuoso e de crescimento da grande indústria, para o prolongamento do tempo de trabalho e o rebaixamento dos salários. Mas a lógica do ‘salário por peça’ está presente não somente nas indústrias que implantam técnicas do modelo japonês ou do toyotismo, forçadas a isso pelas mudanças nos padrões de competitividade e qualidade, mas também na extensa rede de serviços e de subcontratações. Podemos deduzir que, tanto dentro como fora da indústria, existe algo dessa lógica em comum que se baseia na relação salarial individualizada e mensurada pela produtividade (pelo número de peças produzidas). Assim, essa lógica se coloca concretamente nas relações de produção, no padrão de acumulação flexível, a partir da venda do *trabalho objetivado*” (Colli, 2000, p. 85).⁵⁵

⁵⁵ Marx, 1972, p. 110.

capitalista, mas um “capitalista precário”, mais próximo das condições do trabalhador “assalariado de si mesmo” ou “assalariado indireto do capital”. Ao mesmo tempo, a forma de assalariamento através do intermediário, ou das agências de produções culturais, torna o cantor um trabalhador produtivo, porque a venda da sua atividade de trabalho visa o lucro para o seu comprador (o agente) e indireto, dada a sua condição de produtor de bem imaterial, que estabelece na relação de serviço a essência de sua atividade produtiva, estando portanto fora do circuito imediato de produção do capital.

Os fatos de o cantor ser o possuidor dos seus meios de trabalho (a voz) e ter destreza na arte de seu canto não o tornam possuidor das condições objetivas necessárias para sua sobrevivência. Ter a capacidade para a realização do trabalho não é o suficiente para assegurar os meios de subsistência; os músicos podem ser considerados como não proprietários dos meios de produção, visto que “não basta ter controle dos meios de trabalho em sentido estrito, é necessário ter um domínio dos meios de trabalho em sentido amplo, além do objeto sobre o qual se trabalha.”⁵⁶

Assim, este trabalhador autônomo que se apresenta individual e tangencialmente no processo de produção em geral e que é agenciado pelo empresário, ou por um representante do capital, converte-se também em uma forma camuflada de “assalariamento por peça”⁵⁷, confirmado pelo fetiche presente na relação de exploração na compra e venda da força de trabalho, especialmente quando se consideram as atuais estratégias de reestruturação produtiva em sua dimensão mais geral, do trabalho abstrato, que o converte em “assalariado de si mesmo.” Assim, a condição do trabalhador autônomo na moderna configuração do trabalho abstrato, na qual se inclui a condição do cantor lírico em questão, coloca-nos diante de uma forma de trabalho duplamente explorada:

1) primeiro porque, direta ou indiretamente, dependendo do nível da relação, ele produz ou fornece mais-valia ao seu agente/empresário; e

⁵⁶ Jardim e Cavalcanti, 1986, p. 232.

⁵⁷ “O salário por peça é então uma forma metamorfoseada do salário por tempo, do mesmo modo que o salário por tempo é a forma metamorfoseada do valor ou do preço da força de trabalho. Marx alerta para o fato de que, no capitalismo, as duas formas de salário (por peça e por tempo) coexistem lado a lado. No salário por peça, no âmbito da circulação, o proprietário dos meios de produção se coloca então frente ao produtor do trabalho já *objetivado* e não *potenciado*. As características do salário por peça se resumem em três pontos: 1) a qualidade do trabalho é aqui controlada mediante o próprio produto, que tem de possuir qualidade média, se o preço por peça deve ser pago integralmente, tornando-se a fonte mais fecunda de descontos salariais e fraudes capitalistas, 2) o salário por peça proporciona ao capitalista uma medida inteiramente determinada para a *intensidade* do trabalho e, 3) o tempo de trabalho corporificado num *quantum* de mercadorias previamente determinado e fixado pela experiência”, vale como tempo de trabalho socialmente necessário e é pago como tal” (cf. Colli, op. cit., p. 82). Ainda sobre a “recriação do salário por peça” presente nas formas externas de subcontratações ou de organização horizontal do trabalho, como novas estratégias de exploração da mais-valia: “Mas isso não fecha de todo o processo de potencialização de produção da mais-valia, que essa nova forma de trabalho abstrato encerra. Nessa nova forma, o trabalhador se torna, ele próprio, uma fonte potencializada de auto-exploração. Visto que seu salário depende da quantidade de mercadorias produzidas por unidade de tempo, é de seu interesse [...] aplicar a sua força de trabalho o mais intensamente possível, o que facilita ao capitalista elevar o grau normal de intensidade” (Teixeira, 1995, p. 32).

2) como fruto de suas condições objetivas de trabalho, instáveis, precisa trabalhar mais, intensificar o próprio trabalho, em um processo de auto-exploração que remete às origens do próprio espetáculo lírico, como já foi demonstrado em capítulos anteriores.

Por isso, o trabalho “autônomo”, no atual contexto de flexibilização produtiva:

[...] está longe de constituir o fim do trabalho abstrato, enquanto forma de estruturação e socialização dos trabalhos privados. Ao contrário disso, trata-se de uma forma de dispêndio de trabalho que levou às últimas consequências o trabalho abstrato, como forma específica particular de produção de valor e de mais-valia. Com efeito, esses “novos” trabalhadores, metamorfoseados em vendedores de “trabalho objetivado”, porque não mais fazem parte da estrutura interna da empresa, são obrigados a fazer do seu trabalho pessoal a razão do seu sucesso como produtores de mercadorias. Como sua capacidade empresarial depende diretamente do seu esforço pessoal, do seu trabalho próprio, sua atividade, mais do que nunca, é para eles um meio que lhes permite existir. (grifo nosso).⁵⁸

A potencialização do processo de reestruturação do trabalho abstrato, enquanto produção flexível, “se apresenta como um acúmulo de modos de produções que compreendem também formas de trabalho servis e pré-capitalistas” (Lazzarato, 1997, p. 11) e leva ao limite a exploração do trabalhador por si próprio, em um contexto em que a mais-valia é ainda mais velada, porque “se esconde sob a ilusão de uma sociedade de produtores independentes de mercadorias, uma sociedade de vendedores de trabalho materializado. Uma sociedade sem vendedores de força de trabalho, posto que o contrato de compra e venda da força de trabalho está metamorfoseado num contrato de fornecimento de mercadorias” (Teixeira, 1995, p. 34).

O processo de reestruturação produtiva, que tende também a converter o trabalho imaterial em material (e vice-versa), aponta duas tendências básicas:

1) a “racionalização dos serviços”, que, enquanto serviços direto ao consumidor, caracterizados por um alto teor comunicacional e atividades “externas” à produção imediata do capital, metamorfoseiam-se no valor de troca; e

2) a tendência a uma redução do trabalho complexo em trabalho simples.⁵⁹ Neste último caso, torna-se importante a dedução de Marx sobre a relação do trabalho complexo a uma quantidade de trabalho simples ou médio, como tendência real da sociedade capitalista.

O teor dos trabalhos altamente qualificados ou de teor “complexo”, como é o caso daquele dos artistas, tem como base de cálculo do preço o tempo de trabalho necessário à produção do serviço ou da atividade, o que, de certo modo, confirma a tese de que um trabalho complexo equivale a vários trabalhos simples, pois sua medida cairá sob as leis do trabalho assalariado (cujos critérios, na sociedade

⁵⁸ Cf. idem, op. cit., p. 31.

⁵⁹ Trata-se de duas tendências contraditórias no processo de reestruturação dos trabalhos de serviços: “recomposição enriquecedora de atividades relacionadas voltadas para contatos com os usuários, tentativas de standardização e de desqualificação dos trabalhos considerados mais rotineiros, menos relacionais. [...] com a revolução informacional, vem à tona uma tendência *irreversível* para abrir todas as atividades produtivas às funções de serviços e todas as atividades de serviço às funções produtivas” (Lojkine, 1995, p. 289).

capitalista, baseiam-se sobre o tempo de trabalho necessário à produção do serviço).⁶⁰ O mesmo se pode dizer, no caso atual, das relações de “assalariamentos informais” das atividades artísticas, em que a força de trabalho não é diretamente vendida ao capitalista, “mas só o seu efeito num tempo x, o preço do serviço será uma fração do valor global (diário ou mensal por exemplo) da força de trabalho, ou será igual ao valor da força de trabalho vendida por esse tempo x, fração da jornada normal” (idem, op. cit., p. 260).

Por isso, independentemente do nível de relação, direta ou indireta, de produção de mais-valia, o mais importante no processo de análise do trabalho artístico consiste em localizar as particularidades das formas de exploração, que não se apresentam mais de forma tão visível no conjunto das relações de produção, no qual os trabalhos privados equacionam-se de modo formalmente diferente daqueles de “coletividade produtiva” – que alarga os conceitos de “produtividade”/“improdutividade”. Isso permite uma análise do conteúdo camuflado da sociedade feita de “vendedores de mercadorias”, de venda de “trabalho objetivado ou materializado”:

[...] E de fato se o ato de venda enquanto ato de venda se torna puramente formal (mas há um ato prévio de venda, é a produção que no fundo se torna formal), se a mercadoria é produzida enquanto mercadoria-para-a-venda, não há mais diferença essencial entre os que produzem esse produto-para-a-venda e os que vendem esse produto-para-a-venda. A produção é agora um todo que não é mais a totalidade do capitalismo clássico em que o momento da produção era de qualquer modo o primeiro. A totalidade poderia ser chamada agora tanto produção como circulação. Se isto é verdade, o trabalho improdutivo se torna produtivo (ou a diferença desaparece), assim como o “tempo livre” se torna produtor de “valor” (Fausto, 1987, p. 281).

Vê-se concretamente, na atividade do cantor lírico, como uma forma de trabalho imaterial que é parte de um processo coletivo de produção de uma mercadoria imaterial representa um caso pretérito, mesmo dentro da própria formulação clássica, que tende a localizar o trabalho artístico como “improdutivo” e externo ao processo de valorização do capital.⁶¹ O cantor autônomo, potencialmente improdutivo, partindo das premissas do próprio Marx, pode tornar-se um “assalariado produtivo”, um “trabalhador produtivo independente de objetos imateriais” do capital, desde que a operação de troca incida sobre a força de trabalho e, no limite, no próprio objeto imaterial, sob a forma de compra do bilhete que representa a materialidade do espetáculo.

As formas de “assalariamentos” dos serviços, através das diversas subcontratações, encontram-se “externa” ou “internamente” ao processo imediato de produção capitalista e representam, no limite, uma expansão do trabalho imaterial⁶² podendo ser caracterizadas como uma nova tendência de conversão do trabalho improdutivo em produtivo.⁶³

⁶⁰ “Entretanto, a determinação quantitativa, o preço do serviço se ele cair sob as leis do trabalho assalariado só pode ser determinado fazendo intervir a noção de força de trabalho” (Fausto, op. cit., p. 260).

⁶¹ Cf. idem, op. cit., p. 259.

⁶² “Todas as características da economia *pós-industrial* (presente tanto na indústria como no terciário) são acentuadas na forma de produção imaterial propriamente dita. A produção audiovisual, a publicidade, a moda, a produção de software, da gestão de território, etc., são

A configuração social da exploração da força de trabalho intelectual abarca também as especificidades do trabalho artístico, principalmente a força de trabalho do cantor lírico. E, ao considerarmos “assalariadas” todas as formas de trabalhos (os produtivos, improdutivos ou “tendencialmente produtivos”), partindo do conceito de expansão dos “trabalhados coletivos”, visualizamos uma nova divisão social do trabalho abstrato ou em geral.⁶⁴ Neste processo, o trabalho tende a integrar-se totalmente ao trabalho imaterial, e a força de trabalho, rica de capacidade criativa dentro da exigência de um novo padrão de comunicação nas relações de produção, apresenta-se enquanto difusão social do trabalho.⁶⁵

A exploração do aspecto intelectual do trabalhador, no capitalismo contemporâneo, é uma afirmação da existência de uma “subjetividade produtiva”, relativamente diferente da “subjetividade operária” (idem, op. cit., p. 104). Trata-se, pois, da própria tendência de integração do valor intelectual do trabalhador, que se apresenta concretamente dissolvida nas redes imateriais de fluxos e informações que cooperam entre si nas diversas estratégias de externalização da produção ao processo de valorização do capital. Nesse processo geral, o trabalho imaterial antes “improdutivo” torna-se, hoje, “produtivo”.

As novas estratégias de racionalização do capital, características da expansão do trabalho imaterial, exigem:

definidas através da relação particular que a produção entretém com o seu mercado e seus consumidores [...] são exemplos perfeitos de integração do consumo na produção. Aqui o distanciamento do modelo taylorista é levado ao máximo” (Lazzarato, op.cit., p. 41).

⁶³ Como observa Lojkin, nas formas de trabalhos de gestão de informações, em que, através dos processos de racionalização produtiva muitos trabalhos antes executados dentro das empresas são externalizados e transformados em formas de “prestação de serviços” para a própria empresa, configurando uma nova relação entre prestadores e clientes entre serviços da empresa, mas igualmente entre a oficina, os fornecedores e os consumidores do produto final. A mesma tendência verifica-se em diversos setores da produção material, onde partes dos processos da produção são terceirizados e, através de complexas redes de sub-contratações são gradativamente transformados em trabalhos “improdutivos” (op. cit., p. 282).

⁶⁴ A fundamentação do trabalho produtivo é reconhecida por Marx, em última instância, como forma de produção social: “A partir do momento, contudo, em que o produto individual é transformado em produto social, em produto de um trabalhador coletivo cujos diferentes membros participa, mais de perto ou mais de longe, ou alguns até não participam, da manipulação da matéria, as determinações de ‘trabalho produtivo’ e de ‘trabalhador produtivo’ se alargam necessariamente. Para ser produtivo, já não é necessário, agora, pôr pessoalmente a mão na obra; basta ser um órgão do trabalhador coletivo ou executar qualquer uma de suas funções” (Marx, 1988b, p. 183). Dando seguimento à reflexão de Marx, as questões que cercam a problemática do trabalho complexo e do aumento do trabalho imaterial no setor de serviços, enquanto formas de trabalhos imateriais na sociedade contemporânea, identificam-nas como formas imediatamente coletivas (Lazzarato, op.cit.).

⁶⁵ As noções de difusão do trabalho social e de configuração do trabalho abstrato a partir das estratégias de flexibilização do trabalho podem ser associadas ao conceito general intellect; os sujeitos sociais, que hoje estão no centro das relações de produção, constituem-se enquanto sujeitos “autônomos” e “independentes” em relação ao processo imediato de produção do capital, apresentam formas diversificadas da submissão formal ao capital. Com isso, surge uma nova forma de apropriação com base na produtividade geral. “[...] de um lado, o capital reduz a força de trabalho a “capital fixo”, subordinando-a sempre mais no processo produtivo; por outro, isto demonstra através dessa subordinação total, que o autor fundamental do processo social de produção se tornou agora o ; saber social geral’ (seja sob a forma de trabalho científico geral que sob a forma de relação da atividade social: ‘cooperação’.” (idem, op. cit., p. 27).

1) uma ampliação dos elementos de cooperação, tendendo a agregar em seu processo de valorização formas de trabalhos antes consideradas improdutivas, dado o seu alto teor flexível e de “autonomia” no conjunto das relações de trabalho; e

2) a expansão dos fenômenos informacionais nos processos produtivos materiais, conferindo ao trabalhador maior “qualificação” e significando intensificação, “auto exploração”.⁶⁶

O trabalho do cantor, especialmente em sua atividade no espetáculo lírico, é altamente qualificado e cooperativo. Assim, a especificidade que a forma de organização desse fazer artístico assume na atual conjuntura produtiva coloca-o ainda mais à mercê da tendência à “produtividade” de suas atividades, mesmo daquelas que não se encontram no processo de venda imediato da força de trabalho ao capital, mas que o fazem indiretamente através de formas de agenciamento no mercado informal. No atual contexto de flexibilização produtiva, os “processos imateriais de produção” tornam-se, no processo de produção em geral, a expressão máxima de como as formas de trabalho “pretéritas” e mercantis submetem-se aos novos modos de controle e valorização do capital.

Ao falar sobre as especificidades da produção imaterial, Marx considera que, principalmente em relação aquela que se refere às artes, as relações capitalistas são limitadas.⁶⁷ Certamente, em seu tempo, Marx não poderia vislumbrar o significado do desenvolvimento posterior das atividades artísticas, especialmente do desenvolvimento da indústria cultural, através dos meios de comunicação de massa. A grande novidade que a forma de reestruturação do trabalho abstrato apresenta encontra-se na expansão e “recriação” de muitas dessas relações “formais” de trabalho, a partir da conjuntura da realidade de desenvolvimento tecnológico aplicado ao processo produtivo em geral.

Se, num primeiro momento, o cantor é tido como “produtor independente” de bens imateriais que são vendidos como mercadorias ao consumidor direto, num segundo momento tanto a venda da força de trabalho quanto a do espetáculo lírico, como mercadorias, a um empresário, tornam a atividade do cantor produtiva, pois esta se vincula ao processo imediato de valorização do capital.

⁶⁶ “A atividade do trabalho imaterial nos obriga a colocar em discussão a definição clássica de ‘trabalho’ e ‘força de trabalho’, porque essa resulta de uma síntese de diferentes tipos de *savoir-faire* (a atividade intelectual no que se refere ao conteúdo cultural-informativo, a atividade manual pela capacidade de unir criatividade, imaginação e trabalho técnico-manual, aquele da atividade empreendedora, pela capacidade de management, de relações sociais e de estruturação da cooperação social da qual faz parte). O trabalho imaterial se constitui em forma imediatamente coletiva, e não existe, por assim dizer, que sob a forma de rede e fluxo” (idem, op. cit., p. 46).

⁶⁷ Quando efetuada exclusivamente com vistas ao intercâmbio e valorização, a produção imaterial se apresenta de duas formas: 1) quando ela resulta em mercadorias que existem separadamente do produtor, e assim podem circular como mercadorias no intervalo entre a produção e o consumo como livros, quadros, todos os produtos artísticos que são diferentes da atividade artística do artista que a executa; e 2) quando o produto não é separável do ato de produzir (cf. Marx, 1986, p. 119). Nos dois casos, observa Marx, as relações capitalistas apresentam-se de forma ainda muito limitada, porque se trata de artistas que trabalham para um capital comercial, constituindo-se em uma forma de transição para o modo de produção apenas formalmente capitalista.

Assim, da condição de mero “produtor independente” ou autônomo, o cantor passa a ser claramente um assalariado:⁶⁸

Uma cantora que vende a voz por conta própria é uma trabalhadora improdutiva. Mas a mesma cantora, contratada por um empresário que a põe a cantar para receber dinheiro, é uma trabalhadora produtiva, porque, neste caso, a cantora produz capital.⁶⁹

A colocação de Marx explicita a forma de assalariamento da profissão do cantor lírico, que remonta às origens do próprio teatro lírico, em que o sistema empresarial era vigente e visava, como pudemos ressaltar em capítulos anteriores, tão-somente ao lucro para o empresário, vindo a se constituir em uma complexa e grande empresa cuja mercadoria imaterial objetiva fazer “rir e chorar” o consumidor. A cantora só é produtiva quando é diretamente assalariada pelo empresário.⁷⁰

A citação de Marx esclarece também sobre a função dos outros trabalhadores do espetáculo lírico (técnicos vários, figurinistas, costureiras etc.) como assalariados produtivos. Mas, e o regente e seus assistentes? Estes são também trabalhadores produtivos e, na medida em que também acumulam a função de “vigia do capital”, uma espécie de managers do espetáculo lírico, que visam à organização direta da produção do espetáculo como uma produção coletiva.

Assim, é muito claro observar que, inicialmente, o cantor relacionava-se diretamente com o comprador de sua força de trabalho, o empresário enquanto personificação do capital. O processo histórico já descrito das relações de trabalho entre o cantor solista e o seu empresário representa, neste contexto, a forma mais “pura” de assalariamento no complexo do espetáculo lírico.

⁶⁸ “Uma série de funções e atividades envoltas outrora por uma auréola e consideradas como fins em si mesmas, que se exerciam gratuitamente ou eram remuneradas de forma indireta (como na Inglaterra todas as profissões liberais (professionals. Ing.), os médicos, os advogados (banisters. Ing.) etc., que não podiam ou não podem ainda processar ninguém para obter o pagamento de seus honorários), por um lado, transformam-se diretamente em trabalhadores assalariados, por mais diferente que seja o seu conteúdo e o seu pagamento, por outro lado, caem – a sua avaliação, o preço dessas diversas atividades, desde a prostituta ao rei – sob a alçada das leis que regulam o preço do trabalho assalariado” (cf. idem, op. cit., p. 112).

⁶⁹ Podemos encontrar outras passagens referentes ao trabalho específico do artista enquanto assalariado direto do capital, o que o caracteriza como produtivo: “Um ator, por exemplo, ou mesmo um palhaço, são, pois, operários produtivos, se trabalham ao serviço de um capitalista (de um empresário) a quem dão mais em trabalho do que o que recebem em forma de salário, enquanto que um remendão vai a casa do capitalista para lhe arranjar as calças, fornece-lhe apenas um valor de uso e não passa de um operário improdutivo. O trabalho dos primeiros é trocado por dinheiro, o do segundo por um lucro [...] A distinção entre trabalho produtivo e improdutivo é feita aqui apenas do ponto de vista do detentor de dinheiro, do capitalista, não do operário” assim “Um escritor é um operário produtivo, não por produzir idéias, mas porque enriquece o editor que se encarrega da impressão e da venda dos livros, isto é, porque é o assalariado de um capitalista (grifo nosso)” (cf. Marx e Engels, op. cit., pp. 76-77).

⁷⁰ Deste modo Milton, que escreveu *O Paraíso perdido*, era um trabalhador improdutivo. Ao contrário, o escritor que trabalha para o seu editor, como um assalariado da indústria, é um trabalhador produtivo. Milton escreveu *O Paraíso perdido* como o bicho-da-seda faz seda. Era uma manifestação da sua natureza. O poeta vendeu mais tarde seu trabalho por 5 libras esterlinas. Mas o escritor proletário de Leipzig que, sob a direção do seu editor, fabrica livros (por exemplo, manuais de economia política), é um operário produtivo, visto que a sua produção está, desde o início, subordinada ao capital e só se realiza para seu lucro” (idem, op. cit., p. 65)

O modelo liberal de *laissez-faire* que se aplicava no campo das relações econômicas do século XIX tratava a cultura como coisa privada, sem qualquer relação com o domínio público. Nesse momento, o sistema de empresários nos teatros de ópera se fortalece. Especialmente depois da Segunda Guerra Mundial, o modelo social-liberal confere ao espetáculo lírico o caráter misto de gestão que absorve simultaneamente os recursos do capital público e privado.⁷¹

Assim, as bases políticas do modelo social-democrata que se consolida em meados do século XX transformam a atividade do teatro lírico, nos países europeus, em uma questão de Estado; é desta forma que os trabalhadores ligados aos teatros convertem-se em funcionários. O funcionário público também não se situa diretamente na concepção tradicional de “classes sociais”, mas atua como a fração social que “garante” o funcionamento do sistema.⁷²

Por isso, enquanto professor universitário, o cantor é “improdutivo”, já que vive da renda do Estado; mas, ao atuar no “mercado informal” e ao vender-se a um agente para prestar serviço ao consumidor direto, torna-se “produtivo indireto”, e, ainda mais: poderá tornar-se produtivo direto quando vende a sua força de trabalho a um empresário que estabelece com ele um contrato, ainda que temporário, pois está produzindo mais-valia que será expropriada pelo seu comprador de venda de trabalho. Este também ganha dinheiro no conjunto da produção de um recital, ou de uma ópera, envolvendo ainda a exploração de outras formas de atividades.

O caso dos nossos trabalhadores dos coros líricos de São Paulo agrega mais uma contradição; está se fundamenta na aparência de uma forma de contratação que, no limite, torna-os “autônomos”, já que, do ponto de vista formal, esses não são “funcionários públicos”, mas sim “prestadores de serviço”.⁷³ A ambiguidade gerada pela particularização da posição desses trabalhadores “públicos informais”, no contexto brasileiro, consiste no fato de que, do ponto de vista formal, esses trabalhadores são “autônomos” porque não possuem vínculo empregatício com as instituições para as quais “prestam serviços”, mas, contraditoriamente, essa condição de “externalização informal” recria, sob novas bases, uma estrutura de poder despótica e altamente hierarquizada no interior das relações de produção, que insere regras rígidas de disciplina e intensificação do trabalho, levando, aqui, ao extremo, a dissolução do conceito de improdutividade.

A grande questão é que a forma de contratação por “prestação de serviços” reivindica para si o conteúdo de “prestação direta ao consumidor”. É como se o cantor do Teatro Municipal fosse pago diretamente por quem usufrui a récita, isto

⁷¹ Cf. Rouanet in Almeida e Da-Rin, 1992.

⁷² “Economicamente eles recebem uma porção do produto-valor, porção que provém de um fundo constituído por uma redistribuição desse produto, de uma distribuição de segundo grau, que atinge – ainda que, sob espécies diversas (mas da mesma forma, imposto) e em quantidades variáveis – todas as classes da sociedade capitalista” (cf. Fausto, op. cit., p. 241).

⁷³ Podemos recordar os casos citados em que os cantores dos coros líricos que foram mandados embora sem justa causa, e que se sentiram lesados, ao buscarem seus direitos trabalhistas na justiça, puderam adquirir a percepção de sua condição real na posição social do conjunto das relações de trabalho, que significava, mais do que a autonomia, a “informalidade” e o total desamparo das leis em processo avassalador de racionalização em uma estrutura formal, institucional, como é o caso dos teatros municipais ou das instituições musicais institucionalizadas pelo Estado ou município.

é, o público pagante. A aparência da “prestação direta” de serviço seria verdadeira se os empresários dos cantores, as empresas que criam os figurinos, palcos e o capital privado, através do patrocínio dos eventos, não estivessem ganhando nada com isso.

Ao conceder o teatro e os corpos estáveis ao concessionário, ou ao produtor cultural, o Estado estabelece uma relação mercantil que não visa oferecer o espetáculo a um público, gratuitamente, como forma de “prestação de serviço” à sociedade – isto seria negar a própria essência do capitalismo. Mesmo no contexto do estado de bem-estar, as relações entre o Estado e o empresário de ópera não significam meramente o “acordo entre cavalheiros” na prestação de serviço ao público. Aqui, a relação mercantil configurou-se na complexa máquina do trabalho coletivo do espetáculo lírico, por meio de suas relações de subcontratações, que acontecem no microcosmo desse ambiente específico de troca.

A extração de mais-valia é uma realidade no trabalho imaterial no espetáculo lírico, e esta assume diversas formas de assalariamento híbridos na atividade do intérprete/cantor:

1) “autônoma” ou independente, quando se relaciona como prestador de serviços ao consumidor direto;

2) como forma de “assalariado improdutivo”, quando a sua atividade de serviço é vendida ao agente/intermediário, mas ainda em um âmbito de contratação não regulamentada ou informal, em que a venda de sua força de trabalho dá-se indiretamente ao capital;

3) como forma híbrida das duas acima citadas, que representam a dupla jornada de trabalho, e ainda;

4) como assalariado do Estado ou em sua configuração híbrida de “autônomo” (quando presta serviços ao consumidor direto ou indireto);

5) a forma de “assalariamento informal” que caracteriza a vinculação informal da atividade formalizada como “prestação de serviços” em uma estrutura altamente hierárquica, como acontece com os trabalhadores dos corpos estáveis dos teatros municipais e os professores das escolas mantidas pelo poder público.

No contexto do trabalho material, o contrato trabalhista não estabelece uma relação imediata entre “produtividade” e “improdutividade”; ao contrário, estabelece novos parâmetros para a exploração da força do trabalho vivo, que hoje é redimensionado por novas formas de controle do capital, essencialmente a partir de sua subjetividade criativa e participativa no processo de produção. Em dimensão não inédita, no caso do artista em geral, especificamente do cantor lírico, altamente qualificado, isto se aprofunda através de elementos como a intensificação do trabalho, a precarização das relações de produção no interior das instituições às quais prestam serviços. Em resumo, um trabalho que já dependia da subjetividade produtiva do trabalhador resulta, no atual processo de estratégias de mudanças no trabalho produtivo, em profunda sujeição da subjetividade do artista aos meios e controles do capital.

O trabalho do cantor lírico, seja no mundo espetáculo lírico seja em outras atividades artísticas, sempre é resultado de um trabalho coletivo altamente qualificado. Sempre foi assim, levando-nos a localizar a indústria da ópera, hoje, como uma forma “reposta” de organização do trabalho imaterial em relação ao que se propaga como “novo” e “inédito” nos processos de produção material.

Como veremos, somente através da análise das antigas estratégias empresariais e de relações de trabalho do espetáculo lírico poderemos encontrar os fundamentos das novas estratégias, enquanto processos “reinventados” para a produção do espetáculo lírico brasileiro atual, a fim de desvendar as novas formas de valorização do trabalho imaterial a partir de sua expansão na produção social.

“Amor pela arte, negócios à parte”: as estratégias da racionalização na gestão e no investimento do espetáculo lírico

Antigo modelo de gestão empresarial do espetáculo lírico no Brasil

Caro Roberto,

É com orgulho que vejo você continuar o trabalho por mim iniciado a trinta anos com o mesmo brilho e entusiasmo.

Aliás, o Know-How de nossa firma hoje é fruto da grandes lutas das quais você participou sempre com entusiasmo e dedicação desde quando iniciei a minha carreira.

Continue a luta e transmita a seus filhos o que eu lhe transmiti para que você possa ter a satisfação e a certeza da continuidade de nossos ideais.

Um abraço de seu pai

Alfredo Gagliotti⁷⁴

Alfredo Gagliotti⁷⁵, empresário de sucesso, representa, juntamente com seu filho Roberto, mais do que as simples caracterizações sociológicas da antiga gestão

⁷⁴ Carta do empresário de ópera Alfredo Gagliotti ao seu filho Roberto Gagliotti Filho. Arquivo pessoal da família. Embora nossa pesquisa não tenha como objetivo o levantamento de documentação histórica, pudemos ter acesso a algumas das fontes inéditas da documentação pessoal do sr. Roberto Gagliotti (o último empresário de ópera do Brasil): cartas de contatos com grandes cantores e regentes significativos para a história do teatro lírico, além de autoridades, contratos com artistas, empresas de iluminação e cenários; e termos das concessões das temporadas nos teatro municipais de São Paulo e do Rio de Janeiro, de 1949 a 1980, quando, pela última vez, a temporada lírica foi organizada e administrada por um empresário (cf. algumas transcrições no Apêndice). A possibilidade de acesso ao arquivo do sr. Alfredo Gagliotti e de seu filho, Roberto Genaro Gagliotti Filho, nos brindou com uma importante documentação que comprova muitos dos fatos e relatos que obtivemos através da bibliografia consultada e das entrevistas realizadas com tantos cantores líricos e profissionais relacionados ao mundo do espetáculo lírico no Brasil.

empresarial da indústria do espetáculo lírico, em seu período áureo no Brasil.⁷⁶ Esses homens assumiram a dupla função de “mecenas” e empresários, marcando o caráter personalista e tradicionalista dos eventos líricos que, muitas vezes, eram cercados por interesses vários. Os “ganhos e perdas” financeiras com o teatro lírico revelam-nos, ao final, quão arrebatadora pode significar a paixão pela ópera.

Com isso, estabelece-se em 1980 um marco histórico que delimita, no contexto da reestruturação produtiva, seus reflexos nas formas de gestão das políticas culturais em relação ao teatro lírico brasileiro.

A carta do sr. Gagliotti é muito representativa das características do tipo de empresa de base familiar, fundada em valores que não explicitavam o lucro, mas, acima de tudo, a “personalidade” e a “imagem” do empresário, o empreendedor *latu sensu* da palavra. A honra da empresa é mais importante do que o próprio dinheiro; por isso mesmo, inúmeras vezes, quando algum cálculo de bilheteria não atingia as metas de cobertura dos custos da produção, o empresário era quem “desembolsava” o próprio dinheiro, a fim de manter até mesmo os detalhes do espetáculo.⁷⁷

⁷⁵ O perfil do sr. Alfredo Gagliotti foi-nos relatado em entrevista com seu filho, Roberto:

“Principalmente da parte da mãe que freqüentava as temporadas, aliás a mãe dele conheceu o pai num espetáculo de ópera lá em Santos. Então ele [...] em 47 veio ao Brasil o Teatro Italiano no pós-guerra; um teatro que era um navio que fazia espetáculos, veio pra fazer espetáculos ao ar livre. Acontece que eles, acho que não sabiam que no Brasil tem um período que chove muito, eles não conseguiam montar, montavam ao ar livre o teatro, não conseguiam montar e ficaram em dificuldade no Rio de Janeiro. O meu pai, como eu tenho muito orgulho do sangue que eu carrego na veia, sempre protegeu os italianos, foi muito ligado, se ligou à ópera e vendo esse pessoal em dificuldade no Rio de Janeiro, que estavam em dificuldade às vezes até de comer, muitas vezes iam comer lá em casa. E ele começou a querer ajudar e entrou em contato com o teatro de Montevidéu e fez uma temporada em conjunto com o Teatro Montevidéu levando esses artistas. Fez esses artistas cantarem no Rio de Janeiro na temporada e aí ele se apaixonou pelo negócio, vendeu a empresa que ele tinha e resolveu mexer com a ópera. Em São Paulo, em 47 a empresária que fazia temporada chamava-se Grimaldi e a Grimaldi fez a temporada de 47 e naquele tempo existiam empresários que faziam as temporadas, na ocasião era a Grimaldi [...] a última antes dele e meu pai dizia assim: ‘Como é que eu vou entrar na história se eu não tenho... até agora eu sou um amante da ópera, levei esse espetáculo pra Montevidéu, esses artistas... mas eu preciso fazer alguma coisa pra poder entrar na concorrência e dizer: oh, eu tenho condições de fazer’. Então, o que ele fez: o Gigli tava indo pra Buenos Aires e ele entrou em contato com o Gigli, pegou uns artistas... quer dizer, eu não tenho um teatro municipal que preciso de uma concorrência pública, então o que é que eu vou fazer? Vou fazer os espetáculos de ópera no ginásio municipal do Pacaembu e aí, de certa forma, veio o pioneirismo dele, quer dizer, tirando a ópera de teatro e fazendo num ginásio, que não era um ginásio, mas pra época, o ginásio do Pacaembu era... aí ele fez esses espetáculos que foram um tremendo sucesso”.

⁷⁶ Alfredo Gagliotti, juntamente com o filho Roberto, possuíam uma empresa nos moldes do antigo empresariado de ópera da gênese do teatro lírico, a Gagliotti Produções Artísticas, que atuou durante trinta anos no “mercado” da ópera do circuito Rio de Janeiro—São Paulo. Em 1949, o sr. Alfredo Gagliotti, empresário bem-sucedido do ramo de transportes, foi então responsável pela vinda de grandes cantores para o país, tais como Maria Callas e Renata Tebaldi, em 1951, e Luciano Pavarotti em 1979.

⁷⁷ Por exemplo, Gagliotti pagou com seu próprio dinheiro os trabalhos do cenário de *O Guarani*, de Carlos Gomes, que foi concebido por um notável cenógrafo italiano, Francesco Giachieri, o qual foi executado pela Casa Parravicini, de Roma. Assim, não poucos empresários terminaram suas vidas sem grandes recursos; este é o caso do último empresário de ópera entrevistado. Consta no relato de *Brasil Vita*, publicado no Diário Oficial do Estado, (São Paulo, 28 nov., 1975): “Meu pai era um homem muito rico, mas todo o nosso dinheiro foi gasto com a ópera”.

Como nos relata a experiência mesma da empresa Gagliotti, uma empresa de ópera era o próprio empresário e este último, a personificação, nem sempre feliz, do espetáculo lírico; esta relação de simbiose entre negócio e espetáculo acontecia desde os primeiros contatos feitos com os cantores, pessoalmente, e resultava, na maioria das vezes, em relações muito amistosas com os artistas contratados.⁷⁸

A forma de gestão do espetáculo lírico revelava também, através das formas de contratações dos artistas, o caráter mercantil de “bazar” como base de suas relações. É o que podemos observar nos relatos do sr. Roberto Gagliotti:

Em 51 eu fui pra Itália com meu pai pra contratar os artistas em Milão, e lá estivemos com o Barreto Pinto, que era o empresário do Rio de Janeiro, casado com a Martinelli [...] A Callas um dia atirou um tinteiro nele, porque mexeu com ela e ela era uma ‘diva’ [...] e ele, em Milão, no Bar do Scalla, ao lado do Scalla, freqüentado pelos artistas, ficava lá no bar; entrava uma cantora, uma moça bonita, ele ia lá na bomboniere do bar, comprava uma caixa de bombons, dava pra moça: “Vou te levar para o Brasil...”. Na temporada de 51 ele trouxe um monte de artistas pro Rio de Janeiro; dos que vieram pra São Paulo, acho que nem cantaram.

No percurso dos trinta anos da “Gagliotti Produções Culturais”, alguns momentos são inovadores para a história da produção do espetáculo lírico brasileiro: a realização de espetáculos “populares” fora do Teatro Municipal e a participação de cantores rivais de nome internacional em uma mesma temporada.⁷⁹ Ainda em maio de 1979, a empresa traz, pela primeira vez no Brasil, Pavarotti, que se apresentou no Palácio das Convenções do Anhembi, em São Paulo, e no Teatro Municipal do Rio de Janeiro.⁸⁰

Podemos assim ressaltar, essencialmente, três elementos da antiga forma de gestão da ópera que são, ao mesmo tempo, típicos da personalidade do empresário enquanto representação alegórica:

1) a “flexibilidade” que o próprio mercado dos eventos líricos exige;

⁷⁸ Ver, no Apêndice, a carta de agradecimento de Pavarotti ao sr. Roberto Gagliotti, que revela, muito mais do que uma relação de negócios, a marca de uma amizade.

⁷⁹ “Em 1949 fez a sua primeira experiência, satisfazendo, ao mesmo tempo, duas de suas grandes aspirações: organizou espetáculos populares no ‘Ginásio do Pacaembu’ por ele mesmo adaptado em experiência inédita, encenando as óperas ‘La Bohème’ e ‘Cavalleria Rusticana’ com o imortal Beniamino Gigli, Ana Faraone, hoje sua esposa, Paulo Fortes e a saudosa Constantina Araújo, Agnes Ayres e outros”. Por Brasil Vita, Diário Oficial. Ver, também, no Apêndice, a temporada de 1951, na qual Callas e Tebaldi participaram da mesma temporada lírica em São Paulo.

⁸⁰ Sobre a vinda de Pavarotti em 1979 no Anhembi: “Eu tive que levar no Anhembi, por sinal foi uma sorte, porque o Teatro Municipal estava com a data ocupada, na data que eu tinha para o Pavarotti estava ocupada, então eu levei ele pro Anhembi. No Anhembi não tem acústica, não tem não, sei por que... mas não para o Pavarotti, porque o Pavarotti fez. Mas eu, pra me precaver, eu contratei uma firma de... não era o local ideal, é lógico, porém, ele vinha porque muita gente começou a me ligar: ‘porque o Pavarotti vai lá, ninguém vai ouvir’. E ele cantou pianíssimo, na última fila se ouviu. Porque não era para as pessoas pensarem que a voz do Pavarotti era uma voz grande, não. É a voz que corre. Ele faz...hummm... e você ouve lá na última fila; e fiz no Anhembi e no Rio de Janeiro. Então só esse pessoal é que realmente pode dizer: ‘eu conheço a voz do Pavarotti’, porque o resto conhece a voz do disco. Você pega o Plácido Domingo, ele teve no Anhembi, fez um recital no Anhembi com microfone, não cantou sem microfone. Você vê, isso é uma coisa que pode ficar para o futuro um desafio; aparecer um cantor que cante com um piano no Anhembi. Acho que vai ser difícil aparecer mesmo porque pouca gente sabe que o maior cantor do século se chama Luciano Pavarotti. Luciano Pavarotti é como Edson Arantes do Nascimento, Pelé”.

2) a “imagem passional” pautada no envolvimento subjetivo com o espetáculo, o que confere ao empresário um caráter de homem de negócios que tem na arte o seu primeiro objetivo;

3) as formas de contratações que se mesclam com a informalidade e a afetividade em relação aos artistas, típicas da relação mercantil de “bazar”.⁸¹

A era da gestão dos espetáculos líricos pelos empresários de ópera, no Brasil, termina em 1980, com a história do sr. Roberto Gagliotti Filho, e passa a ser determinada por uma explícita concepção da cultura enquanto produto/marketing, elementos ativos de um novo processo de valorização do produto cultural, como apresentaremos no próximo item.

As “novas” estratégias para os “velhos” negócios do espetáculo lírico

Assim a indústria cultural, o mais inflexível de todos os estilos, revela-se justamente como a meta do liberalismo, ao qual se censura a falta de estilo. Não somente suas categorias e conteúdos são provenientes da esfera liberal, tanto do naturalismo domesticado quanto da opereta e da revista: as modernas companhias culturais são o lugar econômico onde ainda sobrevive, juntamente com os correspondentes tipos de empresários, uma parte da esfera da circulação já em processo de desagregação. Aí ainda é possível fazer fortuna, desde que não se seja demasiado inflexível e se mostre que é uma pessoa com quem se pode conversar (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 123).

A partir da década de 1990, a marca pessoal do empresário de ópera na produção do espetáculo lírico foi substituída pela empresa que agencia a carreira do cantor lírico através das agências de produções artísticas, como é o caso da empresa “Ato Primo”, de São Paulo, a primeira empresa que agencia exclusivamente cantores líricos no Brasil.⁸²

O trabalho do agente começa aí, quando nós sabemos que haverá uma montagem da ópera x, por exemplo, onde se usa um tipo específico de voz, nós imediatamente entramos em contato com a administração ou maestro e oferecemos a voz para o papel; temos o seu dom Giovanni ou a sua Mimì. O trabalho do agente é o de oferecer o

⁸¹ Do empresário de ópera exigia-se uma respeitabilidade entre os artistas e entre os concorrentes. Esta é a “imagem” do sr. Gagliotti; homem bem relacionado no meio artístico e respeitado pelo meio empresarial e político, tido como aquele que propiciou ao Teatro Municipal de São Paulo, grandes temporadas líricas. O apaixonado pela ópera que se sacrificaria para trazer Callas, Gigli ou qualquer outro grande nome da ópera de seu tempo:

“Prosperando em seus negócios particulares, tornou-se empresário daí para diante, não poupando esforços, não visando lucros, não calculando, nem mesmo, fatais prejuízos, apresentando propostas as mais vantajosas para a Prefeitura e, por conseguinte, tornando-se várias vezes vencedor da concorrência, pois oferecia, a troca de magras subvenções, récitas que na realidade gostaria de assistir como espectador” (Diário Oficial do Estado, 1975).

⁸² Um dos sócios da “Ato Primo” começou a atuar em 1990 com o trabalho de tradução e legenda para os teatros, tendo traduzido e legendado até hoje cerca de 134 óperas. Em 1997, surge a empresa propriamente dita, que absorve o segmento de transmissão do espetáculo ao vivo. Em 1999, surge a representação exclusiva de cantores líricos no Brasil. Alguns dos nomes que a empresa representa hoje são: Cláudia Riccicelli, Andréa Ferreira, Celina Imberg, dentre outros talentos que têm despontado no mercado lírico.

As informações sobre a Agência “Ato Primo” e sobre o novo contexto de mercado para o espetáculo lírico, e especialmente para o cantor, foram obtidas através de entrevista com profissionais da mesma.

cantor que já sabe o papel ou que poderia fazer um papel com uma certa facilidade [...].⁸³

A racionalização da organização produtiva no espetáculo lírico atinge também a sua forma de gestão empresarial, que estabelece uma nova forma de concepção do espetáculo lírico como “produto cultural vendável”. Por isso, a figura do produtor cultural remete ao intermédio entre o investidor e o consumidor final. A figura do produtor, antes concentrada na personalidade do próprio artista que organizava a produção do espetáculo, é substituída pelo profissional especialista no mercado cultural e técnico nas leis de captação de recursos. O empresário que se envolvia com o projeto com vistas a buscar recursos junto às empresas por intermédio de seu mérito artístico, é substituído pelo profissional com um certo grau de noção administrativo-financeira e tecnicamente instruído em relação à legislação brasileira.⁸⁴

Gerir o espetáculo lírico no Brasil dos dias de hoje implica um diálogo técnico e político com o Estado, principal investidor em cultura no país, e o mundo empresarial, que se beneficia duplamente das leis de incentivos fiscais, transformando ações culturais em marketing empresarial.⁸⁵

Mas o processo de racionalização da gestão da cultura não assegura que a “venda” de um produto cultural passe sempre por critérios racionais. O processo de captação de recursos para a produção de um evento cultural conta, muitas vezes, com o gosto pessoal dos empresários, ou seja, com as antigas estratégias de “personalização” do investidor que contam com o gosto pessoal por um tipo de evento cultural, que se concretiza como forma de “colunismo social”, no qual a marca pessoal do empresário é enfatizada pela mídia.⁸⁶

Assim, com a racionalização da organização da cultura erudita, busca-se um salto do investimento que ressalta a marca pessoal do empresário para um processo de

⁸³ É o que nos relata um profissional da agência de produções culturais.

⁸⁴ Hoje em dia, o produtor cultural precisa conhecer as leis de incentivo fiscal (principais formas de captação de recursos no Brasil), possuir um certo grau de conhecimento em administração e leis. A racionalização da produção trouxe para a gestão empresarial do espetáculo a figura do tecnocrata.

⁸⁵ “Não mais nos assusta observar que dos mais de R\$ 1,6 bi investido em leis de incentivo à cultura, desde a sua existência até 2001, cerca de 85% forma aplicados na região sudeste. As dez empresas que mais utilizam a lei costumam abocanhar 60% do valor destinado à renúncia fiscal. A concentração do dinheiro público em mãos de tão poucos é coisa séria e precisa ser revista urgentemente, sob a pena de cair em descrédito. A lógica que move o sistema de incentivo é perversa, pois permite que empresas recebam apoio do governo para transformar ações culturais em marketing empresarial, contrariando um importante movimento universal em repúdio ao controle da cultura pelas grandes marcas” (cf. Brant, op.cit., p. 58).

⁸⁶ Um dos nossos agentes entrevistados afirma que “[...] O empresário precisa fazer um ‘social’, porque cultura nesse país é ‘colunismo’, quer dizer, é para aparecer na foto, ao lado do artista que é o seu chaveiro de luxo. Então, alguns importantes prêmios de música erudita nada mais são do que ‘colunismo’”. Ainda em entrevista com agentes culturais, ressalta-se a presença de um hiato entre as leis de incentivo e a produção do evento cultural, dada a falta de uma mentalidade precisa dos benefícios do espetáculo ao vivo enquanto “produto cultural” que traz como retorno o marketing cultural e não somente pessoal.

visibilidade da marca da empresa que agrega um valor ao produto por meio do “marketing cultural”.⁸⁷

Assim, em oposição à antiga forma de “empresariar” o espetáculo lírico que vigorou até 1980, a agência de espetáculos supre duas facetas do que se pode chamar de “mercado lírico”:

- 1) o próprio agenciamento do profissional cantor, que deve ter um perfil mais consciente de sua carreira no mercado nacional e internacional;⁸⁸
- 2) a venda da “imagem” do cantor, bem como do espetáculo lírico, enquanto mercadorias a ser negociadas no mercado musical.

As consequências dessa nova dinâmica de gestão do espetáculo lírico também interferem na própria forma de utilização do canto, que vem sofrendo um processo de aceleração que não permite uma adequada maturação vocal do cantor levando-o a um processo de intensificação de suas atividades.

Antes, um cantor podia amadurecer em determinados papéis que se ajustavam a sua voz; hoje, o mercado exige que ele trabalhe em locais diferentes em um curto espaço de tempo.⁸⁹ Com isso, as carreiras dos cantores são hoje mais curtas, seu desgaste vocal muito maior, em relação aos cantores do passado, e sua qualidade vocal, menor, pois a agilidade dos meios de comunicação tornou o trabalho do cantor mais suscetível às diversas estratégias do mercado através de um aumento da produtividade e da absorção de uma maior quantidade de mercados possíveis, o que exige dele um maior cuidado com a propagação de sua “imagem”, a qual deve ser facilmente assimilada por diferentes culturas e associada à necessidade do consumo material (CDs, produtos relacionados à produção sonora e o próprio bilhete do espetáculo) no menor tempo possível.⁹⁰

⁸⁷ “A razão última do marketing cultural é justamente de dar qualidade e sofisticar as ações tradicionais entre patrocinador e patrocinado. A meta é fazer com que, no final, o patrocinador dê os parabéns e pergunte pelo próximo evento do produto. Que diga: “gastamos muito, mas deu um bom resultado” (cf. Almeida e Da-Rin, op. cit., p. 16).

⁸⁸ O funcionamento da agência que representa o cantor ocorre da seguinte forma: os profissionais, managers, possuem as contas de um grupo de quatro a cinco cantores solistas, obviamente. Esses profissionais cuidam da projeção pessoal do cantor em relação ao seu perfil profissional para o mercado e dos contratos dos artistas. Os teatros entram em acordo com esses agentes para as negociações de seus cachets.

⁸⁹ Como já foi mencionado anteriormente, os recursos da tecnologia, como o microfone, interferem de modo a aumentar as possibilidades de trabalhos em estúdios e eventos diversificados; ao mesmo tempo, os meios de transportes têm facilitado o processo nos quais o cantor pode, em um curto espaço de tempo, deslocar-se para países diferentes a fim de interpretar obras de peso e com exigências técnicas diferentes, ocasionando com isso o processo de intensificação desses trabalhos.

⁹⁰ Um dos fenômenos do canto lírico no século passado, Maria Callas, talvez tenha sido uma expressiva representante desses mecanismos de mercado da indústria cultural nas décadas de 60 e 70. A trajetória de sua carreira abarca um maior processo da intensificação de atividades combinadas entre a televisão, a quantidade de sua atuação em papéis diferentes e gravações em estúdios. O mesmo fenômeno da atualidade é o tenor Plácido Domingo, que possui uma extensa agenda de eventos em todo o mundo e que, atualmente, atua também como diretor de orquestra e diretor de dois grandes teatros dos Estados Unidos. A expressividade da carreira de um cantor lírico nos dias de hoje passa não somente por suas participações em papéis importantes, mas exige uma certa coerência em seu percurso profissional. Porém, no Brasil, pensar em termos de uma

A mudança na concepção do espetáculo lírico enquanto um produto cultural rentável, e da força de trabalho do cantor como uma forma de investimento, ambos como uma nova forma de se “fazer lucro” através do marketing, do trabalho imaterial, torna a função das agências culturais muito mais determinadas, no mercado musical erudito. Ao agente cabe convencer o empresário de que essas “mercadorias” podem trazer-lhe benefícios diretos (isenção fiscal) e indiretos, através veiculação da marca de suas empresas nos eventos culturais.

A antiga companhia de ópera é transformada em um empreendimento que tende a se horizontalizar, pois conta com a concessão dos corpos estáveis e do local, por parte do Estado e com as agências de produção culturais. Estas funcionam como os “braços externos” da produção do espetáculo, intermediando a terceirização das contratações dos artistas e dos trabalhadores técnicos da produção e os captadores de recursos privados.⁹¹ Sua atual característica é hoje empresarial, porque o espetáculo “ópera” é visto como um produto. Com isso, as características pessoais do antigo empresário de ópera visto como amigo e, ao mesmo tempo, “vilão” de muitos cantores, transmuta-se na figura do agente empreendedor e profissional que domina toda a complexidade do mercado. Assim, os processos de exploração da força de trabalho do cantor tendem a se revestir de conceitos como “seriedade” e “profissionalismo”, largamente utilizados para fazer menção a uma forma de organização do espetáculo produtiva e eficiente, palavras-chave do processo de racionalização do trabalho também em sua dimensão imaterial.

Se, antes, o negócio da ópera baseava-se nos próprios conhecimentos pessoais do meio artístico e no know-how dos empresários, o novo modelo do empreendedor cultural agrega as qualidades de flexibilidade e negociação do antigo empresário a uma racionalidade capitalista que exige do produtor maior capacitação técnica e burocrática, visão do mercado do canto, além do prévio conhecimento do funcionamento do espetáculo lírico.

A antiga forma de administrar o espetáculo de ópera, que antes se confundia com a pessoa do próprio empresário, assume uma nova configuração através das agências de produção cultural, que se pautam na gestão do espetáculo com base no domínio racional dos recursos e da tecnicização de suas funções. Assim, nesse processo,

O novo não é o caráter mercantil da obra de arte, mas o fato de que, hoje, ele se declara deliberadamente como tal, e é o fato de que a arte renega sua própria autonomia, incluindo-se orgulhosamente entre os bens de consumo, que lhe confere o encanto da novidade (Adorno e Horkheimer, op.cit., p. 147; grifo nosso).

Em essência, o espetáculo lírico continua o mesmo; assim, as formas de racionalização de sua organização nada mais fazem do que criar roupagens ainda

coerência de percurso vocal dos cantores é algo muito difícil, porque a falta de um mercado onde estes possam atuar durante o ano coloca-os em uma situação precária em relação aos artistas europeus, que contam com uma ampla programação cultural e uma legislação que lhes é mais favorável.

⁹¹A agência pode também negociar diretamente a vinda de uma montagem de ópera de outro país. Neste caso, é a agência que se responsabiliza pelos contatos com o teatro onde a montagem foi estreada e com os detalhes para a locação do material cenográfico, figurinos e os técnicos responsáveis pela montagem do material.

mais “atrativas” para as velhas mercadorias, auxiliando na criação de um ambiente ideologicamente mais adequado ao consumo de mercadorias de luxo. E é nesse novo contexto da produção imaterial que o marketing assume fundamental importância no processo geral de valorização.

A produção cultural na Era da Marca: dueto entre cultura e capital

As leis de incentivo estimulam as empresas a participarem de forma mais ativa, lubrificando a área cultural. Tiramos menos dinheiro da nossa carteira com um retorno de mídia maior.⁹²

O desenvolvimento histórico da profissão do cantor demonstra que o mercado para canto lírico envolve, durante todo o século XX, e acentua muito mais nos dias de hoje, uma tendência ao reconhecimento profissional através da construção da imagem conferida pela maior visibilidade dos meios técnicos de comunicação, enquanto forma de produção do próprio marketing e projeção pessoal. Esta visibilidade é essencial para a carreira do cantor.

As propagandas dos libretti de ópera dos teatros municipais tornam-se materiais interessantes para delimitar o momento da confirmação ideológica da “reestruturação” produtiva material e sua influência nas políticas de gestão cultural.

Até a década de 1980, quando o sistema produtivo da ópera no Brasil configurava-se como “sistema empresarial” por excelência, sem grandes intervenções de patrocínios externos, prevalecendo o sistema do estrelato, as propagandas presentes nos programas oficiais das temporadas de óperas do Teatro Municipal de São Paulo, bem como o do Rio de Janeiro, davam muito mais ênfase ao pequeno patrocínio, aquele de estabelecimentos comerciais como lojas de calçados e roupas de grife, casas de pele, lojas de jóias, perfumes, lingerie, maquiagens, hotéis, restaurantes e, quando muito, propagandas de instrumentos musicais.⁹³ Ao mesmo tempo, através de uma breve leitura das “propagandas” dos patrocínios ao longo do século XX nos programas oficiais de ópera, confirma-se o aspecto direcionado e elitista deste tipo de evento, porque destinavam-se ao público frequentador do Teatro Municipal, enquanto potencial consumidor de “artigos de luxo”, não essenciais – e, por isso mesmo, de alto ou médio poder aquisitivo.

Enquanto evento social, sobretudo, a ópera significou a possibilidade de uma classe burguesa “emergente” criar mecanismos de legitimação perante a

⁹² Apud Centro de Estudos Históricos e Culturais, *Marketing Cultural*, 2002, p. 72.

⁹³ Uma análise dos programas de ópera do começo do século até meados da década de 70 demonstra o patrocínio enquanto forma de apoio fortuito, sem compromissos com retorno financeiro imediato e muito mais preocupado com a possibilidade de dar visibilidade ao patrocinador, normalmente um amante da ópera ou alguém relacionado ao mundo do espetáculo lírico. O mesmo acontece com os programas da Itália, cujo conteúdo de patrocínio apresenta o mesmo significado.

sociedade; as artes, de modo geral, foram o melhor veículo para a consecução desses objetivos.⁹⁴

Durante muito tempo, o tipo de patrocínio vigente no âmbito da cultura erudita do país não estava vinculado diretamente a nenhum projeto político. É a partir de Getúlio Vargas, até meados da década de 50, que as manifestações culturais assumem um viés nacionalista, e obviamente esta relação acaba por interferir na própria forma de gestão do espetáculo erudito, a ópera, no Brasil. Cria-se com isso uma base triangular de relação na forma de gestão entre Estado e Cultura, fundada:

- 1) na receita direta que vem do consumidor (ingresso da bilheteria, preço que se paga por uma obra de arte etc.), estabelecendo uma relação de economia orgânica;⁹⁵
- 2) nas benesses tributárias, ou, mais recentemente, leis de incentivos fiscais; e
- 3) recentemente, no marketing cultural.

O tipo de mecenato pessoal de Freitas Valle, por exemplo, em que os patronos ofereciam aos artistas alguma oportunidade de estudos ou de projeção, hospedagem, recompensa e retribuição monetária direta⁹⁶, além de projeção e proteção social, significava uma relação comercial; essa forma “sobreviveu dentro de condições em que as relações de produto e de mercado se tornaram predominantes”.⁹⁷ O tipo de patronato comercial é muitas vezes mesclado com o patronato de tipo familiar ou de corte (Willians, 2000), como ocorreu com a relação de patronato estabelecida pelas indústrias e comércio e o Teatro Municipal até finais da década de 1970.

⁹⁴ “O terceiro momento do ressurgimento da atuação do capital privado no suporte à cultura dá-se entre o final do século XIX e começo do XX, nos EUA. É fundamentalmente o novo capital, que veio emigrado da Inglaterra, e que se espalha pelo novo país, onde encontra nos primeiros poços de petróleo, na indústria automobilística, nas ferrovias, no próprio negócio bancário a alavanca para um crescimento econômico extraordinário. Pessoas que vinham gerando a sua fortuna, os agentes desse processo não tinham a inserção social que gostariam, e, numa certa hora, tiveram a necessidade de criar mecanismos de legitimação perante a comunidade na qual atuavam. É quando emergem as grandes fortunas – os Guggenheim, os Whitney, os Rockefeller, os Ford, os principais responsáveis pelo fortalecimento da cultura e da arte, e não apenas pela arte gerada nos EUA, mas sobretudo pela concentração em território americano de um parque cultural expressivo. Isso ocorre, sobretudo, a partir dos anos 20 e 30, com a mudança das atenções de Paris para Nova York, a construção de grandes museus e, conseqüentemente, a aquisição das pinacotecas e das grandes obras de arte que hoje encontramos no Metropolitan de Nova York, no Art Institute em Chicago, no County Museum de Los Angeles, ou na National Gallery em Washington (Cândido José Mendes de Almeida. “Fundamentos do Marketing Cultural”, in Almeida e DA-RIn, 1992)”.

⁹⁵ É interessante notar que o Brasil possui um mercado consumidor de bens culturais muito restrito. Dados do IBGE demonstram que, apenas 3,5 milhões de pessoas são consumidoras de cultura, correspondendo a 5% da população brasileira economicamente ativa e a 2% da população total. São pessoas que recebem acima de vinte salários mínimos por mês. Assim, este fato acaba tornando-se preponderante, no sentido da inoperância deste tipo de equação econômica para os projetos culturais (idem, op. cit., p. 14).

⁹⁶ Quando as obras eram especificamente realizadas para eles (e quando isso era importante) acabava por fazer parte dos acervos privados de tantos desses mecenas.

⁹⁷ Cf. Willians, 2000, in op. cit., p. 42.

A década de 1990 representa um outro momento na relação de patronato no Brasil; a Era do Marketing estabelece um novo parâmetro de racionalização nas relações entre cultura e patrocínio, com o intuito de criar uma faceta que evidencie o caráter mercadológico na relação.⁹⁸

Como vimos no item anterior, algum tipo de resquício do patrocínio fundado no personalismo da decisão presente nas formas anteriores de gestão e de visão da Cultura ainda se encontra nas relações de patrocínio atuais, apesar da nova roupagem que a cultura, enquanto produto explicitamente “vendável”, assume nos dias de hoje. Resta, pois, ao produtor cultural o desafio de convencer a grande empresa investidora de que seu apoio de marca é uma das formas mais adequadas para seu investimento produtivo.⁹⁹

Assim, observa-se, nos mesmos programas de ópera do Teatro Municipal, a partir da década de 90, uma mudança nos tipos de propaganda, que agora vinculam-se à marca do investidor, transformando-se em uma relação estratégica e racional entre investimento cultural e marca.¹⁰⁰

A questão do patrocínio cultural insere no contexto de reestruturação do capital, que tende a tornar as novas estratégias de marketing do trabalho imaterial, fatores

⁹⁸ “O marketing cultural é mais um instrumento de informação junto a um determinado consumidor, assim como a televisão, o jornal ou a revista. O projeto cultural tem a capacidade de transportar uma informação de um universo, que é o público que consome aquele produto cultural, para um outro universo, que é o público consumidor do produto ou do serviço daquela empresa patrocinadora. Essa é a química do marketing cultural” (grifo nosso). Cf. Almeida, in Fundamentos do marketing cultural, op. cit., p.15.

⁹⁹ “A legitimação que o empreendedor (shumpteriano) encontrava na sua capacidade de inovação é privada de seu fundamento. Porque ele não produz as formas e os conteúdos do trabalho imaterial, do mesmo modo não produz nem mesmo a inovação” (Lazzarato, op. cit., p. 48).

¹⁰⁰ Na temporada oficial de 1987, no programa que apresentava a ópera Carmen de Bizet, do Teatro Municipal do Rio de Janeiro, observa-se uma relação direta com a estratégia de marketing cultural e como esta é direcionada a um público mais esclarecido. Citemos alguns exemplos:

“Ouvir o som do petróleo que chega à superfície é sempre emoção inesquecível para a Petrobrás. Porque este som é coroamento de muito ensaio, muita destreza nos instrumentos e muita vontade de apresentar o melhor resultado. Isso torna a Petrobrás muito próxima dos nossos talentos musicais. E é por isso, por uma questão de afinidade, que eles contam com o nosso apoio, o nosso incentivo” (Petrobrás).

“BRAVO! Toda a vez que um grande acontecimento cultural se instala nos palcos do Brasil, a Pirelli está presente, seja na platéia, seja nos bastidores. Por mais este acontecimento, bravo!” (Pirelli).

“Constitui para nós um motivo de legítimo orgulho o apoio que damos às artes, sobretudo o que se traduz no estímulo a novos valores. Em nosso mundo artístico, a Coca-Cola está sempre presente, patrocinando orquestras e conjuntos vocais, projetando novas vocações no campo das artes plásticas, editando em discos as mais notáveis criações da música popular brasileira – contribuindo, enfim, para o florescimento maior das artes em nosso País. É justo que nos orgulhemos disso” (Coca-Cola).

Mais recentemente, é muito maior o espaço dado às propagandas dos patrocinadores das grandes marcas ou de grandes bancos, como se observa em um dos programas do Teatro Municipal, que apresentou a ópera As bodas de Fígaro, de Mozart, em 2002:

“A arte é a forma mais inteligente de comunicação. É por isso que a Embratel faz questão de patrocinar peças de teatro, eventos de música clássica e popular, dança, espetáculos de circo, artes plásticas. Patrocínio cultural. Mais um serviço que a Embratel coloca ao alcance de todos” (Embratel).

“Capital Intelectual aliado à tecnologia de ponta. 600% de crescimento. 600 milhões em volume adminstrado” (Banco Santos).

produtivos, já que “a cultura, em outras palavras, agregaria valor a suas marcas” (Klein, 2002, p. 53).¹⁰¹

Até a década de 90, o patrocínio cultural estava muito mais relacionado a uma estratégia comercial de propaganda, quando não visava a projeção pessoal do investidor, algo que mesclava a antiga forma de mecenato com alguma publicidade empresarial. De qualquer modo, o produto da empresa investidora não era o foco da questão, mas sim o caráter social de visibilidade da imagem do patrocinador enquanto homem preocupado com a cultura do país. Hoje, a estratégia cultural pela marca visa, não a venda, mas o consumo do produto:

O atual expansionismo cultural das marcas vai muito além dos patrocínios corporativos tradicionais: o arranjo clássico em que uma empresa doa dinheiro a um evento em troca da exibição de seu logo em uma faixa ou em um programa. Mais exatamente, é a abordagem da Tommy Hilfiger de impor frontalmente sua marca aplicada agora a paisagens urbanas, música, arte, cinema, eventos comunitários, revistas, esporte e escolas. Este projeto ambicioso torna o logo o foco central de tudo o que toca – não em uma peça publicitária ou uma associação oportuna, mas a atração principal (ibidem).

Dentre as atuais estratégias das empresas, o marketing cultural representa uma forma de interação com os consumidores, cuja razão de ser econômica não se limita mais à simples venda do produto, mas à própria “produção da subjetividade”.¹⁰² Esta pode ser então sinônimo de uma fidelidade do cliente ao projeto, de total adesão ao ambiente ideológico associado à marca do produto. O capitalismo contemporâneo não é somente o capitalismo da produção, mas o do produto e, em sua constituição, o marketing ganha um novo relevo ao dialogar com a diversidade ideológica presente nas culturas dos sujeitos consumidores em potencial, ultrapassando assim seus limites técnicos ao transformar-se em um dispositivo de construção das relações sociais e de formação de valores para o mercado.¹⁰³

Assim, o principal objetivo estratégico do marketing cultural na sociedade contemporânea é refinar a velha relação entre o patrocinado e o patrocinador, conferindo uma melhora à “imagem” da empresa e inserindo um novo padrão de comunicação entre empresa e consumidor final que passa pela criação de um espaço ideológico onde o consumidor torna-se, aparentemente, o “sujeito” da relação comercial de troca, mas essencialmente, porque a cultura passa a ser vista como uma forma de valorização do produto (Almeida e Da-Rin, op.cit.,1992),

¹⁰¹ O projeto de transformação da cultura em pouco menos que um conjunto de extensões de marca não teria sido possível sem as políticas de desregulamentação e privatização das três últimas décadas (Klein, op. cit., p. 54).

“Uma das funções mais importantes exercitadas pelo empreendedor político na ‘constituição social do mercado’ consiste na constituição do ‘consumidor’: função que neste caso vem exercida através de um instrumento preciso, a publicidade. Diversamente da empresa fordista, se sabe que a Benetton não delega a publicidade a agências externas, porque ele a considera como ‘fator produtivo’ ao mesmo nível dos outros” (Lazzarato, op.cit, p. 59).

¹⁰² Para Lazzarato (op. cit., p. 86), na sociedade moderna, o conceito de trabalho imaterial ultrapassa o conceito de trabalho vivo enquanto “produção de subjetividade”, na medida em que configura uma subjetividade qualquer, não necessariamente uma subjetividade operária.

¹⁰³ Assim, na sociedade atual, “o consumidor não é mais o consumidor-passivo de uma mercadoria estandarizada, mas o indivíduo ativo envolvido com a totalidade da sua pessoa” (ibidem).

porque na sociedade atual “o processo de comunicação tende a tornar-se imediatamente processo de valorização”:¹⁰⁴

Quando o patrocínio decolou como o substituto dos fundos públicos em meados dos anos 80, muitas empresas que tinham experimentado a prática deixaram de ver o patrocínio como um híbrido de filantropia e promoção de imagem e começaram a tratá-lo mais puramente como instrumento de marketing, e um dos mais eficazes. À medida que seu valor promocional cresceu – e a dependência da receita de patrocínio aumentou no setor cultural – a delicada dinâmica entre patrocinadores e patrocinados começou a mudar, com muitas empresas tornando-se mais ambiciosas em suas exigências por maiores reconhecimento e controle, e até comprando os eventos completamente (Klein, op. cit., p. 58).

Esse novo padrão de relação comercial entre consumidor e cliente, no âmbito do mercado, assume um caráter de fetiche ao criar um novo ambiente ideológico que reforça o caráter individualista das relações sociais de produção, nos dias de hoje levados a seu limite. Assim, a construção desse novo sujeito social do mercado exige uma nova estratégia de comunicação que não se limite ao objetivo final da venda de mercadorias, mas sim ao processo de veiculação ideológica de transmissão de um novo valor produtivo com base na marca do produto, aquela que estabelecerá uma nova contradição: por um lado, uma falsa identidade entre sujeito e ambiente ideológico criado pela marca do produto, que apelam sempre para a afirmação de elementos não existentes na realidade cotidiana das pessoas, através da criação de novas necessidades de consumo (Lazzarato, op. cit.).

É neste contexto de produção da imaterialidade, aqui representada pela atividade artística enquanto uma das formas de mercadorias mais voláteis, que as novas metamorfoses produtivas são construídas, sob “as afeições e percepções que correspondem perfeitamente à maleabilidade e à reversibilidade determinadas pelas máquinas tecnológicas e sociais do pós-fordismo (idem, op. cit., p. 108)”. Assim, ao se integrar totalmente à informação e às novas tecnologias de comunicação de massa, a cultura converte-se em processo produtivo na valorização do atual sistema flexível de produção de mercadorias.¹⁰⁵

Mas, que tipo de valor possuem as artes? Concretamente, no caso do espetáculo lírico, que contém em si mesmo os elementos eivados de um valor simbólico, o valor de mercado é dado tradicionalmente pelas suas antigas instâncias institucionais consagradoras (conservatórios, escolas e intelectuais e os próprios artistas relacionados ao meio).¹⁰⁶ O valor simbólico, tradicionalmente mediado por essas instâncias (públicas e privadas), se re-arranja, para transformar-se em valor econômico, o que assegura o lucro propriamente dito ao investidor.

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, tal mediação agrega em si uma outra dimensão, baseada em uma nova integração entre cultura e informação, como fenômeno da complexa máquina ideológica do trabalho imaterial. Assim a

¹⁰⁴ Uma das características do trabalho imaterial é a intensificação através da linguagem, a comunicação e a informação. Na nova configuração capitalista a comunicação e a linguagem se tornam o motor da valorização (idem, op. cit., pp. 44 e 88).

¹⁰⁵ “Porém, aquilo que me interessa ressaltar é que na economia da informação a atividade artística é completamente integrada a valorização capitalista. Esse fenômeno que tinha começado a se desenvolver rapidamente no século passado, atinge aqui a sua maturidade” (idem, op. cit., p. 109).

¹⁰⁶ Cf. Bourdieu, 1996 e 1998.

nova estratégia de conversão do capital simbólico da arte, que implica uma certa autonomia para o capital econômico lucrativo, passa necessariamente pela mediação do trabalho imaterial, que sugere o desenvolvimento da antiga linguagem de venda para a comunicação e criação de um ambiente em que o consumidor se identifique realmente com os objetivos da própria empresa, que se chama marketing cultural.

No processo de produção imaterial que cria as vias de comunicação e concretiza-se nas novas formas de concepção ideológica do sujeito/consumidor e da organização do processo de trabalho a partir da trama de redes de controle de informações, o trabalho musical do espetáculo lírico revela-se como um dos mais adequados a esse sistema, porque é uma mercadoria volátil em uma relação de comunicação criada no ato do consumo e implica a participação ativa de seu consumidor.

Os investimentos em cultura,¹⁰⁷ nas atuais formas de gestão do espetáculo lírico, contam com o financiamento público, principalmente por intermédio das leis de incentivo fiscal e do patrocínio privado, que muitas vezes revela uma nova forma de controle da produção imaterial sob uma fachada “filantrópica intelectual” que exalta tão-somente a corporação, desvalorizando o evento patrocinado.¹⁰⁸

Sobre leis de incentivo fiscal, podemos brevemente citar o caso da Lei Rouanet, no início da década de 90, que nasceu como a percepção econômica do incentivo à cultura, além de significar a transferência de parte da responsabilidade social do Estado para as empresas e a sociedade como um todo (Brant, 2002).

Contudo, a grande crítica a este tipo de mecanismo legislativo incide sobre a restrição dos benefícios fiscais a determinados produtos e eventos artísticos. “Permite-se, por meio desses dispositivos, que toda sorte de projetos sem qualquer vínculo com o interesse público receba o ‘aval’ do Ministério da Cultura, prontos para seguir seu caminho natural de acasalamento com o setor privado” (idem, op. cit., p. 57). Torna-se evidente que, para a escolha dos projetos culturais, preponderam os critérios de mercado, aqueles de maior interesse para o patrocinador, segundo os quais, por detrás do conceito de captação de recursos, encontra-se a relação comercial; assim, muito do dinheiro público acaba por ser investido em produções e eventos que não trazem quase nenhum benefício para a sociedade, tornando-se, na prática, uma conquista para grupos de patrocinadores marcados ou nomes já consagrados no mercado, ou seja, uma política para privilegiados.¹⁰⁹

¹⁰⁷ Dados do Centro de Estudos Históricos e Culturais de 2002, “Diagnóstico dos Investimentos em Cultura no Brasil”, revelam o crescimento dos investimentos em patrocínio das empresas privadas a partir de 1994; apesar de serem em menor número, as empresas públicas suplantaram as privadas nos gastos com patrocínio a partir de 1993.

¹⁰⁸ Cf. Klein, op. cit. A questão do controle do setor privado na produção do evento patrocinado evidenciou-se, a nosso ver, nas entrevistas com os agentes de produção cultural do espetáculo lírico. Já que a aprovação dos projetos passa ainda por critérios de gostos pessoais dos empresários investidores, corre-se o risco de que haja interferência direta da empresa na produção do evento, o que poderá significar uma outra qualidade de problema para os diretores artísticos do espetáculo.

¹⁰⁹ “Desde a vigência das leis de incentivo à cultura, o mercado cultural brasileiro vive um forte processo de mudança. A parceria entre as empresas e sociedade, incentivada pelo poder público, ainda está por se firmar. Ao contrário do que se almeja, a efetivação do patrocínio cultural via leis

Nas arestas das leis de incentivo fiscais ou do Fundo Nacional de Cultura, a relação entre marca e o marketing cultural formula uma nova estratégia para a captação de recursos, com vistas à sobrevivência do espetáculo lírico, sem a dependência direta do Estado ou da personalidade do mecenas. Tornando a ópera um “produto apresentável” e a força de trabalho do cantor uma mercadoria ainda mais apreciável e atraente para o mercado restrito das classes altas, o agente cultural poderá garantir recursos para novas fontes de investimentos na produção do espetáculo lírico. Mas, muito mais do que uma alternativa para os teatros, os patrocínios e as marcas representam um novo processo de valorização do capital cultural.

Nesse novo contexto de mercado, as leis de incentivos fiscais acabam por privilegiar duplamente o capital privado: primeiro, pela própria concessão dos benefícios que a empresa obtém com a isenção dos impostos e, segundo, porque converte em retorno produtivo, como valor agregado, o que antigamente poderia ser considerado um investimento improdutivo, pelas novas estratégias de marca das empresas com o marketing cultural.

O “valor” de uma marca é a sua contribuição de riqueza a quem produz ou a comercializa, e esta representa uma forma concreta de capital econômico enquanto parte das bases sociais produtivas, especialmente no que se refere aos produtos imateriais que se constituem em elemento de comunicação e informação, como a música. Assim, nos dias de hoje, pode ser mais rentável e causar maior impacto o patrocínio de um show ao vivo ou de um espetáculo lírico, onde a marca criará um efeito, a longo prazo, de identificação com centenas ou milhares de consumidores em potencial, os quais criarão uma ponte subjetiva entre seus objetivos pessoais e o prazer experimentado no consumo da marca identificada.¹¹⁰

Sem dúvida, o ambiente do espetáculo lírico, a ópera, ainda sustenta uma “aura aristocrática” de elite, por mais que tenha se tornado acessível através dos meios de comunicação de massa. O “ir ao teatro” – frequentar um determinado ambiente – ainda “soa” como exigência de que o consumidor utilize seu “tempo livre” com gastos desnecessários, ou seja, com o cultivo do gosto por um gênero de música que não é popular, a ópera. Por isso, apesar de todo o esforço para que a ópera seja “popularizada”, o perfil social do consumidor em potencial para o espetáculo lírico, no Brasil, está associado às classes de maior poder aquisitivo.

de incentivo permanece restrita a fundações e institutos ligados a grandes empresas e a nomes consagrados da cultura brasileira [...] Na prática, a Lei tem financiado produções de apelo popular, conteúdo ameno e com acesso aos patrocinadores, a exemplos das produções da Xuxa. A relevância sócio-cultural do produto de modo geral não tem sido priorizada, nem por seu conteúdo, tampouco por sua abrangência e possibilidade de tornar conhecidos autores e histórias de significação no panorama cultural nacional” (idem, op. cit., pp. 60-61).

¹¹⁰ “Quando uma empresa vai fazer uma opção entre investir num evento ou num produto, ela tem que analisar se está mais interessada num impacto vertical ou num impacto horizontal, diluído ao longo de alguns anos... Um show pode ter um grande alcance local... Em termos de merchandising é muito diferente botar um painel que será observado por oitenta mil pessoas durante cento e quarenta minutos, numa noite de sexta feira na Praça da Apoteose, e colocar uma marquinha de agradecimento da empresa num livro com cinco mil exemplares que será vendido ao longo de seis meses [...]. A publicidade é a arte da comunicação e o marketing cultural, a comunicação através da arte” (Almeida, op. cit., p. 19).

A estratégia de marketing dos eventos líricos, antes baseada na publicidade do comércio de consumo de luxo, apresenta-se hoje no “ambiente ideológico” do capital imaterial, financeiro, dos bancos e empresas que já usufruem o marketing como processo de valorização agregado aos produtos. No limite, a imagem de uma marca em um evento cultural emerge como uma nova forma de fetichismo; assim, a marca publicitária tal como ela se apresenta associada à cultura, hoje, representa:

[...] uma ilusão de forma num mundo no qual as coisas estão perdendo a forma em função da “aceleração da aceleração” capitalista e no qual a dimensão simbólica da cultura está sendo solapada pela própria dinâmica veloz do capitalismo. O que significa dizer que, se chegamos a um ponto em que o capital está subvertendo qualquer representação estável, estamos diante da essência radical da forma-mercadoria: “o sem forma, o monstruoso” [...] eu diria que, como fetiche, a marca é a forma perfeita da materialidade degradada: ela se manifesta como um espaço compacto no qual convergem, de modo bizarro, todas as contradições da sociedade (Fontenelle, 2002, p. 296).

O ambiente de consumo transforma-se no novo padrão de sociabilidade cultural, na sociedade de “vendedores de mercadorias”, e exige que a linguagem do espetáculo fixe no “cliente/consumidor” seus próprios objetivos finais. Ao veicular abertamente tais objetivos de lucratividade, o consumidor torna-se um “vendedor de sua própria subjetividade”, o que o torna fiel não à obra de arte ou performance, mas à marca apresentada pelo marketing com invejável “profissionalismo” transmutado em “cultura”. São, assim, apresentadas as estratégias fetichizadas que o papel da marca na sociedade capitalista traz como alternativa para a sobrevivência de um gênero de produção imaterial que há séculos sobrevive do mecenato estatal e pessoal.

Nota-se, assim, que as novas estratégias de mercado para a realização dos eventos líricos no Brasil, pautadas ainda pela gestão de interesses comerciais particulares,

-apropriam-se de antigos elementos que se fundamentam na imagem filantrópica da empresa através da marca pessoal do grande empreendedor que investe no social, afirmando um ambiente cultural que explicita os critérios e objetivos de lucratividade das grandes corporações.

Como uma espécie de “adereço” ideológico das atuais estratégias produtivas capitalistas, a “negação” do trabalho imaterial concreto da atividade musical permite a ampla difusão de conceitos equivocados que associam o trabalho improdutivo ao ócio e, ainda mais, à “inutilidade”. Tais equívocos confundem-se com uma realidade mascarada pela suposta autonomia do processo produtivo imaterial, através da recriação do fetiche do “sujeito autônomo” em uma sociedade onde todos são “patrões de si mesmos” e “iguais” perante o mercado, estabelecendo a perfeita ilusão, instaurada pelas novas estratégias de mercado, que gera um contexto mais propício à associação entre marca, cultura e mercadoria.

As novas estratégias de valorização do capital que se nutre também da exploração do trabalho imaterial, reforçam a tendência de uma afirmação hedonista do indivíduo que, em sociedade, só se realiza e autonomiza com a satisfação gerada pelo ato do próprio consumo. Contudo, é somente na análise da materialidade das relações sociais de produção que o invólucro do fetiche de uma “sociedade de

iguais” converte-se, em sua essência, em momento de negação, permitindo assim que as formas de exploração do trabalho imaterial pelas estratégias de extração da mais-valia, presentes nas atividades de trabalho do cantor no contexto produtivo do teatro lírico, sejam aqui explicitadas e desmistificadas.

Sobre texto e autoria

Publicação original: Vissi D’Arte por amor a uma profissão: um estudo sobre a profissão do cantor no teatro lírico. São Paulo: Annablume, 2006.

Autora: Juliana Marília Coli | UNICAMP

Referências

- Adorno, T. W. *Introduzione alla sociologia della musica*. Turim: Einaudi, 1971.
- Adorno, T. W. “Forze produttive e rapporti di produzione nella vita musicale”, in Serravezza, A., *La sociologia della musica*. Turim: EDT, 1980.
- Adorno, T. e Eimer. M. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- Almeida, A. J. M. e Da-Rin, S. (orgs). *Marketing cultural ao vivo*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1992.
- Arendt, H. *A condição humana*, 10^a ed. São Paulo: Forense Universitária, 2002.
- Attali, J. “Musica e musicista nell’era della ‘rappresentazione’”, in Serravezza, A., *La sociologia della musica*. Turim: EDT, 1980.
- Bourdieu, P. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- Bourdieu, P. *Economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- Brant, L. *Mercado cultural*. São Paulo: Escrituras, 2002.
- Braverman, H. *Trabalho e capital monopolista: a degradação do trabalho no século XX*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- Colli, J. M. *A trama da terceirização: um estudo do trabalho no ramo da tecelagem*. Campinas: Editora da Unicamp, 2000.
- Dejours, C. *A loucura do trabalho*. São Paulo: Editora Cortez, 1987.
- Fausto, R. *Marx, lógica e política*, tomo II. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- Heller, A. *Sociología de la vida cotidiana*. Barcelona: Península, 1994.
- Jardim, A. e Cavalcanti, N. de H. “Teses sobre a música”, in *Arte em revista*. São Paulo: Kairós, 1986.
- Klein, N. *Sem logo*. São Paulo: Record, 2002.

- Lazzarato, M. *Lavoro immateriale, forme di vita e produzione di soggevitività*. Verona: Ombre Corte Edizioni, 1997.
- Lojkin, J. *A revolução informacional*. São Paulo: Editora, 1995.
- Marx, K. *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política*. Buenos Aires: Siglo XXI, 1972.
- Marx, K. *Teorias da mais-valia*, vols. I e II. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.
- Marx, K. *Capítulo VI inédito de O capital*. São Paulo: Moraes, 1986.
- Marx, K. *Manifesto do Partido Comunista*. Petrópolis: Vozes, 1988a.
- Marx, K. *O capital*, tomo I, vol. I. São Paulo: Nova Cultural, 1988b.
- Marx, K. e Engels, F. *Teoria sobre literatura e arte*. Lisboa: Estampa, 1974.
- Marx, K. e ENGELS, F. *Teorie sul Plusvalore*, tomo II. Editori Riuniti, 1979.
- Padilha, V. *Tempo livre e capitalismo: um par imperfeito*. Campinas (SP): Alínea, 2000.
- Rosdolsky, R. “El problema del trabajo completo”, in *El capital de Marx*. México: Siglo XXI, 1978.
- Rosselli, J. *L’impresario d’opera*. Turim: EDT, 1985.
- Teixeira, F. J. *Pensando com Marx*. São Paulo: Ensaio, 1995
- Wangermée, R. “Per una sociologia del grand – Opéra”, in Serravezza, A., *La sociologia della musica*. Turim: EDT, 1980.
- Willians, R. *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.