

O VALOR CULTURAL E A IMPORTÂNCIA NO ECOSISTEMA MUSICAL DOS PALCOS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

THE CULTURAL VALUE AND THE IMPORTANCE IN THE MUSICAL ECOSYSTEM OF SMALL AND MEDIUM-SIZED VENUES IN THE CITY OF RIO DE JANEIRO

Maria Luísa Zarur Guarisa

Mestre em Gestão da Economia Criativa pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (Rio de Janeiro/Brasil).
E-mail: malu@guarisa.com.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3454-3559>

João Luiz de Figueiredo

Doutor em Geografia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (Rio de Janeiro/Brasil). Docente do Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa na Escola Superior de Propaganda e Marketing (Rio de Janeiro/Brasil).
E-mail: joao.silva@espm.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0292-5683>

Recebido em: 5 de abril de 2021
Aprovado em: 14 de junho de 2021
Sistema de Avaliação: Double Blind Review
BCIJ | v. 2 | n. 2 | p. 174-202 | jul./dez. 2022
DOI: <https://doi.org/10.25112/bcij.v2i2.2891>



RESUMO

O objetivo do artigo é identificar como gestores de palcos de pequeno e médio porte de música ao vivo na cidade do Rio de Janeiro percebem a geração de valor cultural destes equipamentos e o papel que desempenham no ecossistema musical da cidade. O referencial teórico mobilizado divide-se em dois eixos complementares, um que debate a geração de valor cultural da música ao vivo e outro que analisa a anatomia de uma cidade criativa como forma de identificar o papel desses estabelecimentos no ecossistema musical da cidade. A coleta de dados primários foi realizada por meio de entrevistas em profundidade com gestores de casas e artistas e analisada por meio de categorização prévia alinhada ao referencial teórico. Os resultados apontam como esses equipamentos geram valor cultural e se inserem no ecossistema musical da cidade, justificando a criação de políticas que evitem o fechamento desses espaços.

Palavras-chave: Palcos de pequeno e médio porte. Música ao vivo. Indústria da música. Valor cultural. Economia criativa. Rio de Janeiro.

ABSTRACT

The aim of this article is to identify how managers of small and medium-sized live music stages in the city of Rio de Janeiro perceive the generation of cultural value of these venues and the role they play in the city's musical ecosystem. The theoretical framework mobilized is divided into two complementary axes, one that discusses the generation of cultural value of live music and the other that analyzes the anatomy of a creative city to identify the role of these establishments in the musical ecosystem of the city. Primary data has been collected by in-depth interviews with live music stage managers and artists and has been analyzed through previous categorization aligned with the theoretical framework. The results indicate how these venues generate cultural value and are part of the city's musical ecosystem, justifying the creation of policies that avoid the closure of these spaces.

Keywords: Small and medium-sized stages. Live music. Music industry. Cultural value. Creative economy. Rio de Janeiro.



1 INTRODUÇÃO

O artigo trata da importância que as casas de pequeno e médio porte de música ao vivo desempenham na indústria da música e na vida urbana de uma grande cidade como o Rio de Janeiro. O nosso argumento central é que esses estabelecimentos são geradores de valor cultural para a cidade e para a indústria da música e desempenham papel relevante no ecossistema musical. Entretanto, esses estabelecimentos enfrentam dificuldades para se sustentarem financeiramente em função de algumas características econômicas do negócio, como a estrutura de custos e a limitação dos ganhos de escala; da tendência dos consumidores em priorizarem espetáculos de artistas famosos em casas de grande porte ou em festivais, como o Rock in Rio (maior festival do Brasil e um dos maiores do mundo), que por sua vez oferecem uma imersão na experiência do entretenimento além da apresentação musical em si; e de algumas dificuldades específicas da cidade do Rio de Janeiro, como os seus problemas de mobilidade e de violência urbana. Acrescenta-se ainda a todos esses problemas os efeitos da pandemia de covid-19.

Dessa forma, verifica-se um problema que no médio e longo prazo pode provocar o fechamento de inúmeras casas de pequeno e médio porte, de maneira que se torna relevante identificarmos a importância desses estabelecimentos do ponto de vista econômico e cultural para sermos capazes de avaliar a necessidade de construção de alguma política específica para o setor. Assim, desejamos contribuir com esse debate e o objetivo do artigo é identificar como gestores de palcos de pequeno e médio porte de música ao vivo na cidade do Rio de Janeiro percebem a geração de valor cultural destes equipamentos e o papel que desempenham no ecossistema musical da cidade.

A carência de dados estatísticos consolidados sobre o segmento de música ao vivo no Rio de Janeiro se apresenta como um enorme desafio para a presente pesquisa. Isso reflete a primazia da indústria fonográfica nas análises sobre o mercado da música, de modo que nosso olhar sobre o segmento de música ao vivo, em especial as casas de pequeno e médio porte, contribui para a ampliação do campo de pesquisa dedicado ao mercado da música no Brasil. Herschmann (2013) aponta a dificuldade de se compreender o mercado da música ao vivo no Brasil, pois há uma inexistência de dados públicos quando saímos do âmbito da indústria fonográfica. Ainda assim, estudos acadêmicos como de Carvalho (2019), Pires (2018) e do próprio Herschman (2010, 2013) levam-nos a concluir que o mercado da música ao vivo anterior à pandemia vinha crescendo e se beneficiando do novo modelo da indústria fonográfica, marcado pelos serviços de streaming de áudio. Porém, evidências como o fechamento de diversas casas de show de pequeno e médio porte (MUSIC VENUES TASKFORCE, 2015; CUNHA, 2016; PIMENTEL, 2017; MENDES, 2018) ao redor do mundo e a criação de redes que visam à sobrevivência e à colaboração entre esses estabelecimentos menores, como a rede Palcos do Rio, no Rio de Janeiro, e a Music Venue Trust,



no Reino Unido, indicam que a perspectiva positiva em relação ao setor não pode ser generalizada para todos os empreendimentos, tamanhos e formatos de concerto ao vivo – principalmente em um contexto atual em que o público tem priorizado grandes shows e festivais que visam ao entretenimento mais massificado sobrepondo-se a performances de artistas de pequeno e médio porte, como bem explicado por Lipovetsky e Serroy (2015) por meio dos conceitos de “hiperconsumo” e “capitalismo artista”, os quais se relacionam com a explicação de Pine e Gilmore (2019), que tratam da “economia da experiência”.

O artigo está organizado em cinco seções, incluindo esta introdução e as considerações finais. Na sequência apresentaremos o nosso referencial teórico, centrado principalmente no debate sobre como podemos identificar a geração de valor cultural por parte das casas de pequeno e médio porte de música ao vivo e sobre o papel que esses estabelecimentos cumprem dentro do ecossistema musical de uma cidade; na seção de metodologia explicamos os procedimentos da nossa pesquisa qualitativa, que coletou dados primários por meio de entrevistas semiestruturadas com gestores de casas e artistas e os interpretou com base em categorias analíticas associadas ao referencial teórico; e em resultados evidenciamos os principais achados da investigação.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O início do século XXI para o setor da música ao vivo, de acordo com Holt (2010), foi marcado pelo crescimento do consumo de shows e festivais e pelo aumento de sua valorização, ainda que em uma conjuntura de redefinição do modelo da indústria fonográfica. Para o autor, é perceptível a crescente profissionalização e internacionalização dos shows de artistas de grande porte, além de sua participação cada vez mais ativa em grandes festivais de música. Esse movimento diversificou a oferta de produtos e serviços em eventos, principalmente em festivais, dentro dos quais marcas passaram a investir uma parte cada vez maior de seu orçamento para atrair a atenção do público. Assim, grandes shows expandiram sua escalabilidade com a venda online e com o aumento da eficiência geográfica e de seus times. Nos Estados Unidos, especificamente, a música ao vivo vem ascendendo desde o ano 2000 e ganhou ainda mais força a partir de 2010 com o avanço do consumo de música no formato digital (NAVEED; WATANABE; NEITTAANMÄKI, 2017).

Embora os dados do mercado de música ao vivo no Brasil sejam mais escassos, Herschmann (2010) aponta a tendência de revalorização da música ao vivo, especialmente nos centros urbanos brasileiros, em função da menor remuneração que os artistas recebem das vendas digitais. Portanto, mesmo com a indústria retomando o crescimento, a música gravada perde valor econômico e o concerto ao vivo se mantém como peça fundamental para a indústria e principal fonte de renda dos artistas (HERSCHMANN,



2010). Para Carvalho (2019), a transformação digital da indústria da música alterou os modelos de negócio das empresas envolvidas, de forma que tanto as gravadoras como as empresas responsáveis pela gestão das carreiras dos artistas se tornaram responsáveis pela comercialização das apresentações ao vivo. Em sua pesquisa, Carvalho (2019) revelou uma diferença importante entre os artistas que possuem empresário na gestão de suas carreiras e aqueles que não possuem, de modo que os primeiros geram 90% de suas receitas no mercado de apresentações ao vivo enquanto nos outros a participação da música ao vivo na receita cai para 53%. De toda forma, evidencia-se em ambos os casos a importância das receitas oriundas das apresentações ao vivo.

Entretanto não podemos generalizar essa perspectiva para todos os tipos de estabelecimento ou tamanhos e formatos de concerto ao vivo. Pois o que de fato os estudos apresentados nos mostram, se analisarmos com um olhar crítico os argumentos apresentados pelos autores acima, é que grande parte do crescimento exposto está relacionado a grandes espetáculos, turnês de maior porte e a megaproduções. Em outras palavras, artistas de grandes gravadoras têm compensado a queda em seus lucros – se comparados com a arrecadação em distribuição física de décadas passadas – com turnês mundiais e performances ao vivo, impactando em um aumento na oferta de shows e grandes festivais (PIRES, 2018).

Assim como Mortimer, Nosko e Sorensen (2010), que afirmam que o compartilhamento de arquivos foi uma tecnologia que proporcionou a descoberta de novos artistas pelo público, Naveed, Watanabe e Neittaanmäki (2017) também caracterizam a tecnologia de *streaming* como uma ferramenta de descoberta com alta probabilidade de impactar positivamente o consumo de shows. Porém, em seus resultados, identificaram que, na prática, as plataformas de *streaming* oferecem pouca visibilidade a artistas de menor porte, logo estes não obtiveram um aumento do consumo de seus shows. Enquanto isso, grandes artistas nacionais e internacionais se beneficiam da nova tecnologia. O portal Rolling Stone confirmou este fato ao mostrar que, entre janeiro de 2019 e julho de 2020, apenas 1% dos artistas presentes no Spotify geraram 90% dos plays na plataforma (BLAKE, 2020). Desse modo, é possível afirmar que artistas menores e independentes possuem mais dificuldade de serem devidamente renumerados no mercado da música, inclusive por meio da música ao vivo. O que ocorre é que as performances e a remuneração correntes de tais artistas dependem de um segmento pouco estudado pela academia e que pode ser tido como o ponto mais fraco dentro do ecossistema da música ao vivo no cenário atual: as casas de show de pequeno e médio porte (BEHR; BRENNAN; CLOONAN, 2014).

De fato, mesmo antes da pandemia de covid-19, as casas de show de pequeno e médio porte em diversos países enfrentam dificuldades que resultam, por um lado, no fechamento de muitos estabelecimentos e, por outro lado, na busca por soluções para tal problema, como a criação de redes que



visam à sobrevivência e à colaboração entre esses estabelecimentos menores, como a rede Palcos do Rio, no Rio de Janeiro, e a Music Venue Trust, no Reino Unido.

Entre 2007 e 2015, 35% das *grassroots music venues*¹ de Londres fecharam as portas. Por compreender que tais estabelecimentos são um elemento fundamental para a regeneração de áreas urbanas, para o turismo local, para a manutenção da cena musical local, para a movimentação econômica da cidade, entre outros fatores diversos, o prefeito de Londres convocou uma força tarefa, a Music Venues Taskforce, para identificar as razões para o crescente fechamento das *grassroots music venues*. Como consequência desse processo, criou-se em 2014 a Music Venue Trust (MVT), uma organização sem fins lucrativos que visa à proteção e ao fortalecimento a longo prazo de palcos pequenos e médios, fornecendo consultorias e dados aos donos desses empreendimentos e representando o setor junto ao governo, a autoridades locais e à própria indústria da música. A MVT organizou em 2015 a Music Venues Alliance, uma rede composta por mais de 500 palcos de todo o Reino Unido que atua de forma a vencer as dificuldades que esses empreendimentos enfrentam.

Além da iniciativa da MVT, é possível enumerar outras que ocorreram ao redor do mundo, como a criação do Instituto de la Musica (INAMU)² em 2013 na Argentina com vistas a melhorar a produção, circulação e difusão de artistas no país, o pacote de investimentos lançado em 2016 na Alemanha para palcos de pequeno e médio porte, além de iniciativas semelhantes na Holanda, Dinamarca, França, Austrália e Noruega. Inspirada nestas iniciativas ao redor do mundo, foi criada, em 2017, a rede Palcos do Rio. A rede reúne mais de 40 casas de pequeno e médio porte e tem como objetivos organizar meios de captação de patrocínio privado, promover eventos coletivos organizados pela rede e fortalecer a comunicação das casas e a relação institucional das mesmas frente a órgãos públicos.

¹ De acordo com o Dicionário Cambridge (GRASSROOTS..., 2020), o adjetivo “grassroots” pode ser traduzido como “de base”, como em movimentos políticos de base – que possuem como fundação a população. Se traduzíssemos literalmente a expressão “grassroots music venues”, teríamos algo semelhante a locais de performances musicais de base. Isto é, locais formados geralmente por artistas em desenvolvimento. À título de reflexão, propõe-se a ponderação sobre o fato de uma base ser algo que sustenta uma estrutura, como um alicerce. Transpondo para os locais de música ao vivo de base, podemos identificar tais estabelecimentos como um apoio fundamental para a renovação artística da indústria da música.

² O INAMU é um órgão público específico para o fomento da atividade musical no país, em especial da música ao vivo, e possui iniciativas como o Circuito Estable de Música en Vivo, uma rede de estabelecimentos de música ao vivo conveniadas ao INAMU com o objetivo de facilitar a circulação de shows nesses espaços. Ademais, eles também recebem ferramentas que otimizam as condições de segurança do espaço, capacitações, possíveis ajudas econômicas e a difusão de suas atividades nas redes sociais e na Televisão Pública do país.



No Rio de Janeiro, apesar da música ser uma importante atividade econômica da cidade, encontramos enorme carência de dados estatísticos que nos limita na sistematização do problema enfrentado pelos palcos de pequeno e médio porte. Por esse motivo, a própria Rede Palcos do Rio (2020) realizou um levantamento sobre o impacto da pandemia nesses equipamentos culturais e estimou, com base em 50 palcos de pequeno e médio porte, uma perda de público mensal de 130 mil pessoas e um prejuízo de 6 milhões de reais mensais como consequência da pandemia em seus primeiros meses no ano de 2020. Entretanto, o problema enfrentado por esses equipamentos na cidade do Rio de Janeiro antecede a pandemia e, na ausência de dados oficiais, documentos jornalísticos já tratavam do fechamento dessas casas, sendo algumas delas icônicas, de forma que Cunha (2016) questionava o encerramento das operações de mais de 10 casas em um período inferior a 10 anos; Pimentel (2017) tratava do fechamento do Bar Semente, revelador de inúmeros artistas de samba desde a década de 1990, como Tereza Cristina, por exemplo; e Mendes (2018) debatia as dificuldades financeiras do icônico Beco das Garrafas, um dos berços da Bossa Nova.

O fechamento desses estabelecimentos, por sua vez, implica a redução de espaços para apresentação de novos talentos e de expressões musicais menos comerciais. Acredita-se que isso se configura em um problema complexo a ser enfrentado, pois pode dificultar a reprodução cultural de expressões musicais fora do universo *mainstream*, limitar a renovação estética e simbólica da música e impedir o desenvolvimento de novas carreiras musicais, afinal “grassroots music venues are cultural spaces, risk-takers, hubs of innovation and place-makers”³ (MUSIC VENUES TASKFORCE, 2015). Diante desse problema, consideramos relevante a ampliação do entendimento sobre como esses estabelecimentos geram valor cultural e o papel que desempenham no ecossistema musical da cidade.

Van der Hoeven e Hitters (2019), em estudo sobre o valor sociocultural da música ao vivo, identificaram três dimensões de análise com o objetivo de concretizar a manifestação desses valores dentro do ecossistema da música ao vivo: criatividade musical, desenvolvimento de talentos e vibração cultural.

A criatividade musical está ligada ao valor intrínseco da performance musical, que os autores descrevem como “a música pela música”, a qual não necessariamente se relaciona com a busca pelo sucesso comercial, mas com a experimentação, com a descoberta de novos gêneros e estilos musicais e com a inspiração para o processo criativo do público e de outros músicos. O desenvolvimento de talentos, por sua vez, refere-se à capacidade de estabelecimentos de música ao vivo de fornecerem espaço para

³ Casas de show de pequeno porte são espaços culturais, tomadoras de risco, centros de inovação e dinamizadoras dos espaços públicos (MUSIC VENUES TASKFORCE, 2015, tradução nossa)



o desenvolvimento das habilidades e da carreira de músicos em ascensão, assim como de técnicos de som e de luz e de outras profissões relacionadas a um show. Por fim, a vibração cultural diz respeito à conexão da cena de música ao vivo a todo o setor cultural de uma cidade e suas contribuições para a manutenção dessa ecologia cultural. Alguns indicadores que nos auxiliam a identificar a dimensão de vibração cultural são a quantidade de palcos de uma cidade, a diversidade de gêneros e estilos promovidos, o desenvolvimento de eventos de outras atividades culturais ou em parceria com outras organizações culturais, a ocupação de espaços públicos, dentre outros atributos que fomentem a vida cultural da cidade.

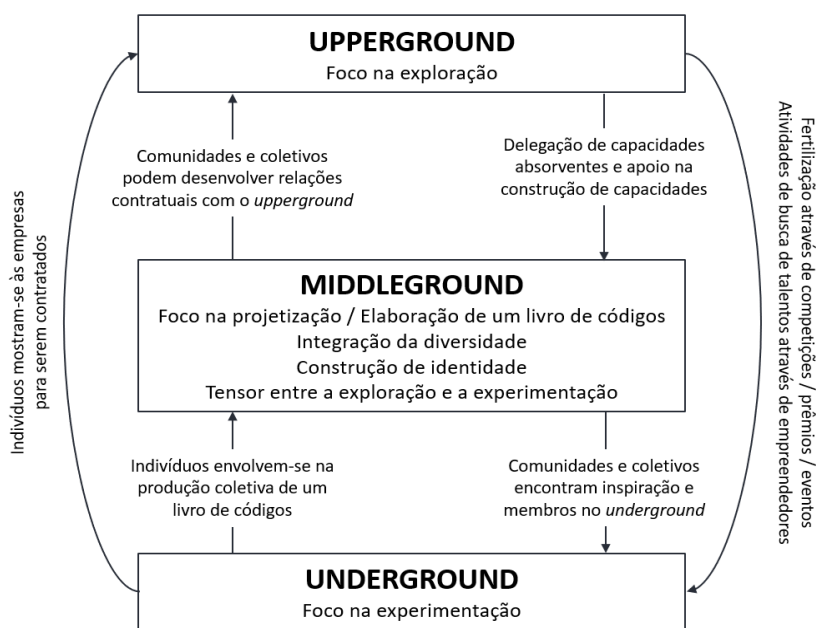
Para reforçar o papel das casas de show ao vivo de pequeno e médio porte recorremos ao trabalho de Cohendet, Grandadam e Simon (2010) que chamam a atenção para a “anatomia da cidade criativa”, que consiste na discussão sobre as dinâmicas criativas de uma região como um processo coletivo, existente a partir da colaboração entre uma complexa rede de organizações heterogêneas que se organizam em diferentes camadas de atuação, mas que compartilham de uma mesma plataforma geográfica. Essas camadas interrelacionadas são responsáveis pela geração de ideias criativas, as quais transitam de um nível micro, mais informal, a um macro, mais formal, e vice-versa. Cohendet, Grandadam e Simon (2010) dividem esses níveis em três: *upperground*, *underground* e *middleground*.

O nível do *upperground* é caracterizado pela presença de empresas e instituições formais capazes de lançar novos produtos e serviços criativos no mercado. Já o *underground* é composto por atividades culturais, artísticas e criativas que ocorrem fora de organizações formais. Geralmente são indivíduos que compartilham de uma identidade ou estilo de vida comum e que exploram novas formas de experimentação capazes de ditar a trajetória da cultura e da arte de determinada época ou região. O *middleground*, por sua vez, é um nível intermediário que conecta o *upperground* ao *underground*, pois transita entre os dois universos. Esta é uma camada fundamental para os processos criativos, pois é ela que estrutura a espontaneidade do *underground*, de modo que ele possa ser interpretado e compreendido pelo mercado.

Conforme a Figura 1 expõe, todas as camadas se relacionam de alguma forma, seja através da codificação feita pelo *middleground*, ou por movimentos do *upperground* diretamente para o *underground* e vice-versa.



Figura 1 - Anatomia da cidade criativa



Fonte: Cohendet, Grandadam e Simon, 2010, tradução nossa

3 METODOLOGIA

Diante do referencial teórico apresentado, a estratégia metodológica de coleta e análise de dados primários para atingir o objetivo da investigação foi pautada em uma abordagem qualitativa e o recorte utilizado foi o de casas de música ao vivo de pequeno e médio porte privadas na cidade do Rio de Janeiro. A opção pela pesquisa qualitativa decorre de os dados coletados serem descritivos e analisados para retratar o maior número possível de elementos da realidade (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A técnica utilizada foi a entrevista em profundidade, escolhida por possibilitar a obtenção de dados em profundidade referentes a diversos aspectos da vida social (GIL, 1987). Quanto ao roteiro, ele foi elaborado de forma semiestruturada com base em categorias construídas a partir do referencial teórico apresentado anteriormente, de modo que fosse possível reunir e organizar o conjunto de informações obtidas a partir do seu fracionamento e classificação. No quadro 1, apresentam-se os objetivos das categorias do roteiro de entrevista.

As entrevistas ocorreram entre dezembro de 2020 e janeiro de 2021 junto a dois principais *stakeholders* do ecossistema da música ao vivo: (i) gestores de casas de show de pequeno e médio porte;



e (ii) artistas de pequeno e médio porte. Os entrevistados foram eleitos de acordo com a facilidade para acessá-los, assim como sua disponibilidade de participação. No total, foram entrevistados seis gestores de casas de show do Rio de Janeiro, sendo cinco sócio fundadores de casas de shows de pequeno e médio porte e uma gerente de projetos de um centro cultural de grande porte, que destoa das demais casas. Ainda assim, optou-se por seguir com essa entrevista, pois é um estabelecimento que também abriga shows e projetos de menor porte, podendo trazer um novo olhar para as questões abordadas, e também revela como gestores de equipamentos de grande porte percebem a relevância das casas menores, bem como a complementaridade entre os equipamentos de diferentes portes. Além disso, também foram entrevistados seis artistas independentes, além de um agente de artistas e projetos da música instrumental.

Quadro 1 - Categorias de análises e seus objetivos

Categorias	Subcategorias	Objetivos
Valor Cultural	Vibração cultural	Identificar a percepção sobre a geração de valor cultural
	Criatividade musical	
	Desenvolvimento de talentos	
Papel dos palcos no ecossistema		Identificar em qual(is) camada(s) da dinâmica do setor os palcos se inserem

Fonte: Autoria própria, 2021

Conforme debatido na seção do referencial teórico, é difícil argumentar contra o fato de que bens culturais como a música ao vivo e, conseqüentemente, locais que promovem este tipo de atividade geram valor cultural (BOURDIEU, 1996; THROSBY, 2001; KLAMER, 2002). Porém, a maior dificuldade encontra-se na mensuração deste fenômeno, ou seja, como tangibilizar o valor cultural presente nas casas de show de pequeno e médio do Rio de Janeiro? É nesse sentido que nos apoiaremos em Van der Hoeven e Hitters (2019) para identificarmos como elas são geradoras de valor cultural e em Cohendet, Grandadam e Simon (2010) para analisarmos como se inserem no ecossistema musical da cidade.

Com relação à primeira categoria de análise, ressaltamos que os resultados obtidos não têm o objetivo de definir qual o valor cultural de fato de tais estabelecimentos, pois compreendemos as limitações e dificuldades presentes nesse tipo de mensuração. Ao invés disso, o objetivo foi propor uma forma de tangibilizá-lo, identificando a percepção dos entrevistados sobre a geração do valor cultural das casas de show de pequeno e médio porte. Com relação à segunda categoria de análise, também fazemos a ressalva de que não se pretende definir com precisão as instituições que compõem cada camada da anatomia da indústria musical na cidade do Rio de Janeiro, mas evidenciar a importância dos palcos de



pequeno e médio porte para a dinâmica do setor, identificando como as casas de show de pequeno e médio porte se relacionam com o mercado sob a lógica dessa teoria e em que momentos elas se encaixam nos níveis do *underground* e do *middleground*.

Ao longo de todo o roteiro, buscou-se direcionar os entrevistados a responderem não apenas sobre suas casas ou carreiras, mas também sobre o setor como um todo, o que possibilitou uma visão mais ampla do cenário. Contudo, a maioria dos respondentes são gestores de casas da Zona Sul do Rio de Janeiro ou frequentadores de circuitos próximos à Zona Sul, de modo que é importante compreender esta limitação das entrevistas que acaba por refletir com mais profundidade uma realidade mais voltada para o entorno da Zona Sul da cidade, apesar de também terem surgido diversas questões relacionadas à região central da cidade e do bairro da Tijuca, localizado na Zona Norte. Além disso, faz-se necessário reforçar que as entrevistas foram coletadas em meio à pandemia da covid-19.

Antes de avançarmos, faz-se necessário explicar o recorte e as definições utilizadas ao longo do trabalho para casas de show de pequeno e médio porte. De acordo com a Data Sim⁴ (2018a), os espaços que abrigam shows podem ser caracterizados como (i) casas de show, em que a música ao vivo é a principal atividade ofertada; (ii) locais com espaço para show, em que a música ao vivo é uma das atividades ofertadas; e (iii) centros culturais/espços culturais, com multilinguagens artísticas em que a música ao vivo faz parte das atividades ofertadas. Em nossa pesquisa optamos por investigar as casas de gestão privada, por possuírem pouco ou nenhum apoio público, ou de instituições privadas. Em relação ao tamanho, propõe-se um recorte de análise dos palcos de pequeno e médio porte e utiliza-se como a base a definição também publicada pela Data Sim (2018a), a qual considera como de pequeno porte os espaços com capacidade de até 350 pessoas e de médio porte, aqueles que comportam de 351 a 650 pessoas. Por fim, optou-se por também delimitar casas que priorizam shows de música autoral em sua maioria, mas não somente, dos gêneros pop, rock, reggae, MPB, jazz, blues e música instrumental, assim como os subgêneros derivados.

4 RESULTADOS E ANÁLISE

Conforme detalhado na seção anterior, a análise das entrevistas foi feita com base em 2 categorias: (i) valor cultural e (ii) papel das casas de show de pequeno e médio porte no ecossistema. Foram criados códigos como forma de identificar os entrevistados. No quadro 2, estão listados os códigos das casas

⁴ Núcleo de pesquisa e organização de dados e informações sobre o mercado da música no Brasil da SIM São Paulo – Semana Internacional de Música, importante feira de negócios do setor musical sediada na cidade de São Paulo.



entrevistadas, assim como as informações básicas de cada uma e no quadro 3 foram listados os códigos dos artistas entrevistados, além de suas respectivas informações básicas.

Quadro 2 - Códigos e informações básicas das casas de show entrevistadas

Código da Casa	Capacidade de público	Bairro/Região
C1	80	Praça da Bandeira
C2	70	Botafogo
C3	80	Botafogo
C4	300	Botafogo
C5	320	Botafogo
C6	5000	Centro

Fonte: Autoria própria, 2021

Quadro 3 - Códigos e informações básicas dos artistas entrevistados

Código da Casa	Informações básicas	Ouvintes mensais no Spotify
A1	Integrante de uma banda pop e técnico em áudio que trabalha com produção técnica de outros artistas.	42.330
A2	Compositor, guitarrista e cantor.	147
A3	Compositor, produtor e multi-instrumentista com identidade sonora que transita entre a MPB, Samba Rock, Rock, e do Soul e Rhythm and Blues.	3.658
A4	Possui uma agência de representação de artistas e faz produção executiva de shows e eventos musicais, geralmente voltados para a música instrumental, além de curadoria para eventos corporativos.	-
A5	Intérprete que transita entre o samba e a MPB, fazendo samba jazz.	13.107
A6	Compositora e multi-instrumentista que autointitula seu trabalho "música mágica".	238
A7	Intérprete de samba	425.616

Fonte: Autoria própria, 2021

4.1 VALOR CULTURAL

Esta seção se propõe a tangibilizar o valor cultural gerado pelas casas de shows de pequeno e médio porte da cidade do Rio de Janeiro com base nas dimensões propostas por Van der Hoeven e Hitters (2019): vibração cultural, criatividade musical e desenvolvimento de talentos.



4.1.1 Vibração cultural

A vibração cultural diz respeito à conexão da cena da música ao vivo ao setor cultural da cidade, assim como suas contribuições para a manutenção dessa ecologia cultural. Optou-se por utilizar três indicadores que auxiliam na identificação da vibração cultural promovida pelos palcos de pequeno e médio porte: a frequência de shows que estas casas promovem, suas diversidades musicais e o desenvolvimento de eventos de outras atividades culturais ou em parceria com outras organizações culturais, seja dentro dos próprios estabelecimentos ou ocupando espaços públicos.

A partir das entrevistas com os gestores das casas de show, percebem-se frequências distintas em que cada uma promove shows, considerando o período anterior à pandemia. Algumas abrem apenas aos finais de semana, outras trabalham de três a cinco dias por semanas e há aquelas que fazem um show praticamente todo dia e às vezes mais de um, o que equivale a mais de 300 shows por ano, como relatam C2 (2020) “todos os dias, domingo a domingo a gente trabalha. Por ano, quase 360 shows. De 340 a 360” e C3 (2020) “a gente tem uma média de mais de 300 shows por ano há 10 anos já”. Com base nos dados das casas parceiras da rede Palcos do Rio, C2 (2020) expôs que, em 2019, “foram 920 mil pessoas transitando pelas nossas casas e foram mais de 1400 shows”.

C6, por outro lado, um centro cultural com mais de um palco de grande porte, faz de 3 a 5 shows por mês, o que daria em torno de 60 shows por ano, segundo sua gerente de projetos. Ela acredita que as casas de pequeno e médio porte promovem mais shows ao longo do ano, se comparadas a palcos de maior porte, justamente pela estrutura desses espaços ser mais enxuta para um funcionamento regular.

Portanto, observa-se, em um primeiro momento, que esses estabelecimentos contribuem para a dinâmica cultural da cidade no que tange a quantidade de eventos musicais disponíveis não apenas aos fins de semana, mas também ao longo de toda a semana para a população carioca e para turistas que passam pela cidade – complementando a movimentação cultural advinda de palcos de grande porte, que tende a se concentrar nos fins de semana.

Em relação aos gêneros musicais oferecidos, é possível identificar que há casas específicas para alguns gêneros, especialmente no caso de estabelecimentos de samba e de rock. Contudo, grande parte das casas parecem abrigar shows e artistas de diferentes gêneros musicais. No primeiro grupo, temos C1, por exemplo, uma casa assumidamente de rock e blues, devido, principalmente, à região em que está localizada, que é mais voltada para a cultura do rock. Ainda assim, sua sócia reforça que isso é algo específico do seu estabelecimento e que a maioria das casas são mais abertas a diferentes estilos: “Eu acho que eu sou a mais específica mesmo, porque a maioria das outras casas têm uma noite para blues, uma noite para rock, uma noite para chorinho... Na mesma casa você tem vários estilos.” (C1, 2020).



C3 relata que poderia categorizar sua casa dentro do recorte de música não-comercial e dentro deste espectro, permite-se abarcar diferentes estilos musicais. Inclusive, explica que a programação da casa já é estruturada em dias voltados para cada gênero. C5 segue um posicionamento similar ao de C3 ao se assumir como um palco de lançamentos e não necessariamente de um estilo musical específico – seu sócio observa que mesmo casas com um posicionamento voltado para um nicho, na prática acabam ampliando os estilos que abrigam.

Assim, analisando as falas tanto dos gestores, quanto dos artistas, é possível identificar uma percepção de que as casas trabalham mais com nichos e, de fato, artistas de samba, rock e da música instrumental parecem tocar em locais com foco nesses gêneros. No entanto, também observamos que apesar de serem percebidos, e muitas vezes se posicionarem, como locais relacionados a determinada estética musical, boa parte destes estabelecimentos, na prática, permitem-se ampliar seus gêneros

O último indicador a ser analisado para verificar a vibração cultural promovida pelas casas de show de pequeno e médio porte do Rio de Janeiro busca compreender se estes locais também promovem outras atividades culturais além de shows, seja dentro dos próprios estabelecimentos ou ocupando espaços públicos. Nesse sentido, há casas que dividem sua programação musical com outras atividades, como peças de teatro, exposições de arte e cursos, além de feiras eventuais. C4 e C5 se assumem como centros culturais e promovem outros tipos de atividade, além de shows, com maior frequência. C4 (2020) explica que “uma atividade nunca era isolada em si, não era só uma exposição de artes plásticas, era uma exposição de artes plásticas que tinha um sarau, que tinha isso, que tinha aquilo. Essa mistura era o que mais nos interessava”, enquanto C5 (2020) também afirma prezar pela diversidade em sua programação: “Nós já inauguramos com uma galeria de arte, uma exposição de atores e atrizes pintoras, já tivemos alguns cursos, um cine clube [...]. A intenção era, sempre foi e continua sendo uma diversidade de atividades”. Outras casas, apesar de não focarem suas programações em atividades além de shows, ou não relacionadas diretamente à música, também promoviam alguns eventos com essas características, porém C5 (2020) contrapõe que não vê isso acontecendo com frequência. E uma das possíveis razões é o espaço físico muitas vezes restrito dos estabelecimentos, que acabam não comportando diferentes tipos de evento, principalmente os que possuem capacidade para menos de 100 pessoas.

Quando o assunto é sobre iniciativas fora dos estabelecimentos, adentra-se em um debate muito voltado para o território em que as casas estão inseridas. Os gestores entrevistados relataram eventos pontuais feitos fora das casas e alguns admitem que não viam isso acontecendo com regularidade. Ainda assim, foram identificadas tentativas que vinham se estruturando, mas que foram afetadas pela pandemia. C5 (2020) comenta que conseguiu “alguns patrocínios para eventos isolados, mas para a casa eu não tinha. Então eu não tinha capacidade de organizar todas as atividades possíveis”. Assim, identifica-



se outro fator que potencializa a falta de iniciativas culturais promovidas em espaços públicos pelas casas: o desafio de conseguir patrocínios e investimentos para fazer tais eventos com mais frequência.

No caso de C1, localizada na Praça da Bandeira, já foi feita uma feira na própria rua da casa com diversas atividades culturais e de entretenimento. Ao longo de toda a entrevista, percebe-se a conexão da casa com a região em que está inserida, por ser um local historicamente ligado à cultura do rock e a movimentos underground.

Van der Hoeven e Hitters (2019) explicam que a vibração cultural captura o papel da música ao vivo em relação à cultura urbana em geral, contribuindo para uma oferta cultural mais rica e diversa da cidade. Os indicadores de frequência de shows ofertados e de diversidade de gêneros musicais nos mostram que as casas de show de pequeno e médio porte no Rio de Janeiro são atores importantes para a agenda cultural da cidade, principalmente ao longo da semana, período em que shows de grande porte tendem a não ocorrer com tanta frequência. Apesar de observarmos uma percepção de que as casas oferecem shows de gêneros específicos, na prática, a maioria dos gestores explicam que abrigam os mais diferentes estilos musicais, em grande parte dentro de um espectro não-comercial, isto é, de artistas em início de carreira ou de nicho e, em geral, independentes. Os resultados obtidos neste indicador permitem-nos concluir que, mais que uma contribuição para a diversidade de gêneros musicais da cidade, estes estabelecimentos oferecem uma opção de consumo cultural fora do circuito comercial, complementando a existência das casas de grande porte, que tendem a abrigar artistas mais estabelecidos. Van der Hoeven e Hitters (2019) adicionam que em uma ecologia musical vibrante, as organizações musicais se conectam a outros atores culturais da cidade, promovendo diferentes tipos de atividade cultural, tanto em seus estabelecimentos, quanto no espaço público. Em relação a este indicador, verificamos que avanços ainda precisam ser feitos no que tange a conexão das casas de show com outros atores da cidade. Praticamente todos os entrevistados oferecem outros tipos de atividade cultural em seus estabelecimentos, o que é positivo para a vibração da cidade, de acordo com os autores. Também foram relatados alguns exemplos de ocupação do espaço público e conexão com o território, mas ainda de maneira pouco recorrente. Ainda assim, alguns gestores pontuaram compreender a importância de estarem cada vez mais presentes na cidade como um todo, além de ter em vista uma ampliação desta atuação no futuro.

4.1.2 Criatividade musical

A criatividade musical, por sua vez, é uma dimensão associada à performance musical não necessariamente relacionada a uma busca pelo sucesso comercial, mas que está ligada à experimentação, à descoberta de novos gêneros e estilos musicais e à inspiração para o processo criativo do público e de outros músicos (VAN DER HOEVEN; HITTERS, 2019). Ao investigarmos a vibração cultural, já foi possível



identificar que as casas de pequeno e médio porte oferecem performances musicais fora do circuito comercial. Portanto, para compreendermos mais a fundo como a criatividade está associada a esses espaços, perguntou-se aos entrevistados se eles já viram novos movimentos ou estéticas musicais se formando ou se desenvolvendo nas casas de shows de pequeno e médio porte do Rio de Janeiro.

A fala mais comum no discurso de todos os entrevistados é sobre o papel central das casas de pequeno e médio porte na formação de artistas, o que, conseqüentemente, fomenta novas estéticas e circuitos musicais. De acordo com A4 (2020), "São nesses lugares que você vê e que surgem novos movimentos, novas parcerias...". A Audio Rebel, assim como o Escritório, são casas comumente citadas por artistas e outros gestores como celeiros para novos músicos e experimentações, como na fala abaixo de A2.

Vejo que esses espaços estão abertos a conhecer música nova. Pra quem quer conhecer coisa nova... Escritório você vai conhecer uma coisa mais rock crua, no Aparelho é uma coisa também rock, mas mais experimental, Audio Rebel acho que é um grande celeiro. Acho que o pessoal do Rio, que está acontecendo, eles tocam ou já tocaram na Audio Rebel. Vejo como um grande terreno fértil pra isso, pra se conhecer coisa nova. Nos últimos 4 anos, vejo que está tendo uma cena aí, que vi nascer muito na Rebel, que é essa cena de um novo rock com MPB e experimental, que aí posso falar Ana Frango Elétrico, acho que de alguma forma o Rubel também flertou com isso mas já foi pra outro caminho, um caminho mais pop. (A2, 2021).

Portanto, identifica-se não apenas a formação de novos artistas nestes estabelecimentos, mas, junto deles, o desenvolvimento de novas parcerias, experimentações, estéticas e possíveis cenas. No caso da Audio Rebel, foi reforçada a importância do Quintavant, um coletivo que se tornou evento recorrente na casa e que depois virou um selo com mais de 30 álbuns lançados. Como forma de fomentar justamente a novidade e a experimentação, principalmente através da música autoral, outras casas, além das mencionadas acima, adotam formas de incentivar essa renovação, como é o caso de C2, que possui um projeto chamado Quarta do Rock Autoral.

Porém, ao longo das entrevistas, parte dos gestores e artistas ativeram-se um pouco mais ao passado e trouxeram exemplos de casas de show de pequeno e médio porte que já fecharam suas portas, mas que foram importantes formadoras de cenas e novas estéticas musicais no Rio de Janeiro. O Garage, casa que se localizava na região da Praça da Bandeira, foi bastante lembrada por estimular entre as décadas de 1980 e 1990 uma cena de rock e hip hop na cidade. Por ela, passaram bandas como Matanza, Planet Hemp, Angra, Los Hermanos, entre outras.



Dando sequência à cena de rock da cidade na década de 1990 e no início da década de 2000, alguns entrevistados explicaram que novos circuitos se formaram em torno de outras casas, as quais, segundo A1 (2020) “portavam artistas que ainda eram, no final dos anos 90, muito roqueiros, a cultura era muito rock”. A1 e outros entrevistados também complementaram que a cena de rock que se formava vinha com forte influência do punk rock californiano que crescia na época e se estruturou em torno de extintas casas na região da Zona Sul do Rio de Janeiro, como o Casarão Amarelo, Cachanga, Cinemathèque, Ballroom, Scala, além de outras como o Teatro Odisseia, que se localizava no centro da cidade.

Em paralelo a uma cena ligada ao rock, também foi mencionado o extinto Bar Semente e sua importância para a formação de artistas, como Teresa Cristina, comentada por C1 (2020), e de novos movimentos dentro da música brasileira, do samba e da música instrumental, como relatado no trecho abaixo.

Eu vi sim umas tendências, como pessoas mais inclinadas a experimentar coisas mais eletrônicas ou linguagens. O Rio é um lugar que recebe muita gente, então às vezes uma influência da música gaúcha, por exemplo, com o Yamandu Costa, isso para mim é um nascimento de tendências ou de novidades. Porque o Rio não tinha essa influência, esse hábito de escutar e tocar esse tipo de repertório e quando o Yamandu veio, um monte de gaúcho veio junto: BeBe Kramer, Alana Moraes, Guto Wirtti, a Nina... e você vê uma coisa que surgiu ali no Semente sendo replicada. Então são novos movimentos. (A4, 2020).

Ao relatarmos exemplos de casas atuais e que já se fecharam, é possível observarmos a utilização da palavra “cena” de maneira recorrente nas entrevistas. Na discussão acima, adentrou-se um pouco neste tema, ao serem resgatadas as cenas, principalmente de rock, formadas ao longo dos anos de 1990 e 2000 no Rio, evidenciando o fomento desses estabelecimentos à renovação de estilos e movimentos musicais. Isso ocorre, principalmente, por apresentarem uma capacidade de público menor, o que dá a oportunidade para que suas programações sejam voltadas para artistas em início de carreira ou de nichos específicos, que não necessariamente atraíam uma grande quantidade de pessoas. Dessa forma, conseguem dar espaço ao novo e à experimentação. Essa abertura para a novidade, somada ao fato de serem casas menores, acaba gerando um ambiente intimista que propicia não apenas à experimentação dos artistas que estão tocando, mas também sua aproximação junto ao público presente.

Em suma, analisamos que estes palcos de pequeno e médio porte, ao longo de sua história, podem ser vistos como pontos de estímulo à criatividade musical. Esta criatividade está muito atrelada à possibilidade de experimentação, o que pode suscitar uma nova cena, mas independente se essa formação



de um novo movimento musical ocorre ou não, há, de qualquer forma, uma oxigenação e uma constante renovação de ideias, parcerias e projetos.

4.1.3 Desenvolvimento de talentos

O desenvolvimento de talentos, por fim, é a dimensão referente à capacidade dos palcos de pequeno e médio porte de fornecerem espaço para o desenvolvimento das habilidades e da carreira de músicos em ascensão, assim como de técnicos de som e de luz e de outras profissões relacionadas à performance ao vivo. Para que esta dimensão fosse avaliada, pediu-se aos entrevistados que eles discorressem sobre o perfil dos artistas que geralmente tocam nestes estabelecimentos, assim como dos técnicos que trabalham em seus shows.

Ao longo dos discursos sobre a relação das casas com novos movimentos musicais, já foi possível identificar que grande parte das programações apresentam músicos em início de carreira, nos primeiros estágios de formação de seu público. De acordo com A2 (2021), são artistas “pequenos com potencial de serem médios para grande, acho que são bandas que têm tudo para se ouvir falar lá na frente”, apesar de também fazer a ressalva de algumas casas terem a tendência a abrigar artistas que se mantêm no underground. No geral, percebe-se que alguns palcos tendem a abrigar músicos já com algum mínimo de público, enquanto outros também recebem aqueles que estão bem em seu início. Ainda assim, no geral, são artistas com repertório autoral que ainda estão se lançando e não possuem reconhecimento do grande público. C1 afirma que algumas casas, como a sua, também abrigam artistas que fazem shows cover e discorre sobre a importância de dar espaço para shows autorais, mas complementa que muitas bandas começam com o cover e depois desenvolvem seu repertório autoral, por isso considera importante abrir seu palco para estes dois recortes de artista.

A1 (2020) categoriza os músicos no que chama de “série A”, “série B” e “série C”, um paralelo que se aproxima ao que nomeamos como grande, médio e pequeno porte, respectivamente – é importante pontuar que foi mencionada a existência de duas formas de se categorizar o tamanho de um artista: através de suas métricas nas plataformas de *streaming* ou da quantidade média do público que frequenta seus shows. Dessa forma, A1 reforça que, além de artistas mais desconhecidos que cresceram dentro destes palcos, também há uma camada de músicos da “série B”, que, apesar de já possuírem uma base de público e também tocarem em locais em que artistas de grande porte estão presentes, se mantêm no mesmo patamar, em uma posição um pouco acima do que consideram *underground*. Portanto, além de abrigarem músicos em início de carreira, esses palcos também dão espaço àqueles que estão entre o *underground* e os que já fazem grande sucesso. É o caso, por exemplo de artistas que já possuem certa



base de público em outras cidades, estados e até em outros países, e que, no Rio de Janeiro, fazem seus shows nestes estabelecimentos para formarem público na cidade.

C2 (2020) corrobora o relato de A2, mas faz a ressalva de que há casas de pequeno e médio porte, como Manouche, Dumont Art Bar, Carioca da Gema e Rio Scenarium, que tendem a abrigar músicos já com uma carreira estabelecida. Esse cenário de artistas mais consagrados tocarem em casas de pequeno e médio porte surge no discurso de outros entrevistados, como A5, que adiciona o caso do Blue Note Rio como um palco que recebem muitos artistas brasileiros e internacionais renomados. C3, por sua vez, abriga o que seu sócio chama de “músico de carreira”, isto é, artistas que trabalham com música há anos, muitas vezes como instrumentistas que acompanham cantores consagrados: “Tem muito músico que é músico de carreira mesmo, o cara top top top que toca com os artistas mais famosos e toca na nossa casa pela liberdade que ela proporciona.” (C3, 2020). C3 complementa que também vê casas atraindo artistas renomados, que fazem shows em casas de grande porte, mas em paralelo também estão presentes em palcos menores, justamente por essa liberdade de criação e experimentação, assim como por não apresentarem a obrigação de atrair um grande público. Jards Macalé é um exemplo de músico renomado da música brasileira, com uma carreira que vem desde a década de 1960, e que, em 2019, lançou seu álbum “Besta Fera” em um show no Circo Voador (casa que comporta em torno de 2 mil pessoas), mas também faz shows com frequência em C3.

C5 (2020) adiciona que nomes como Toni Garrido, Jorge Vercillo, Boca Livre, Zélia Duncan, Lincoln Olivetti, Baby Consuello, Geraldo Azevedo, entre outros, já se apresentaram em sua casa. Porém, observa-se que A5 (2021) e C3 (2020) expõem razões distintas para estes músicos já consagrados tocarem em casas de pequeno e médio porte. Enquanto C3 explica que muitos gostam da liberdade que estes palcos proporcionam, A5 relata que são artistas que, mesmo renomados, não atingem um público tão grande. Verifica-se que ambas as razões possuem fundamento, já que, de acordo com C6 (2020), “tem artista que trabalha especificamente para um público pequeno, e aí entram os nichos”, isto é, são reconhecidos por boa parte da população ou no meio musical em que se inserem, mas, em seus shows, levam consigo um público específico, que é quem de fato acompanha sua carreira. C4, por exemplo, relata que shows de música clássica e da música instrumental que ocorreram em seu estabelecimento se enquadravam neste perfil de artistas renomados de nicho.

Quando o assunto é sobre técnicos que trabalham nas casas, identifica-se que é comum um dos sócios também ser o técnico de som, como em C1 (2020): “não temos técnico de som, tem o meu marido que é multitarefa”. Ou em C2 (2020): “aqui a gente nunca teve técnico de som. Quem é o técnico é o meu sócio”. No caso de C3, seu sócio sempre trabalhou com áudio, mesmo antes de abrir o estabelecimento, portanto se revezava com outros funcionários e amigos para cuidar da produção técnica dos shows. C4,



por sua vez, já teve um técnico de som contratado, mas a filha dos sócios, que também trabalhava na casa, passou a cuidar desta parte. No geral, cada casa tem sua particularidade. Porém, grande parte possui seu próprio técnico de som de alguma forma, apesar de sempre haver a opção de os próprios artistas levarem seus técnicos para um show. C5 é um exemplo de palco com um técnico de som contratado, além de um técnico de luz, o que não é comum em palcos menores.

Os artistas entrevistados reforçam que de fato grande parte dos estabelecimentos de pequeno e médio porte possuem seus técnicos de som, enquanto os de luz estão mais presentes em casas de médio porte. A2, com base em sua vivência, relata que a principal dificuldade neste quesito está nos equipamentos presentes em tais estabelecimentos, que geralmente não são da melhor qualidade, isso quando a casa os possui. C1 é uma casa em que sua sócia admite não possuir tais equipamentos, principalmente por uma questão de espaço e manutenção.

Desse modo, não é possível generalizar as casas de show de pequeno e médio porte, já que algumas possuem estruturas muito distintas e, conseqüentemente, há as que focam mais no bar e outras menos, portanto, o perfil dos técnicos e os equipamentos de som presentes nas casas também variam. Porém, percebe-se que parte destes estabelecimentos funcionam justamente como locais de início e como aprendizado para alguns técnicos em formação. A1 (2020), além de ser integrante de uma banda, é técnico de som e sempre trabalhou na área. Ele explica que a partir do momento em que as pessoas que trabalham nestes palcos começam a se profissionalizar mais, acabam buscando outros locais para desenvolverem sua carreira, sendo estes estabelecimentos menores um local de aprendizado inicial e de qualificação.

Em síntese, verificamos que as casas de shows privadas de pequeno e médio porte do Rio de Janeiro se enquadram nas três dimensões analisadas, as quais se interligam e geram valor cultural para a cidade. Por serem espaços muito abertos à experimentação e à novidade, as casas recebem, em sua maioria, artistas em início de carreira, mas em alguns casos, músicos já estabelecidos. Desse modo, são locais de desenvolvimento de novos talentos e de fomento à constante inovação de músicos de maior porte, propiciando a formação de novas parcerias e de novas estéticas musicais e, conseqüentemente, fomentando a criatividade musical. Todo este cenário, somado a uma frequência quase diária de shows, além de uma programação que oferece diversos estilos e movimentos musicais, além de, eventualmente, outras iniciativas culturais, fazem destes estabelecimentos agentes que mantêm uma vibração cultural pulsante da cidade. Identifica-se um potencial ainda maior de geração de valor cultural por parte das casas a partir do momento em que se relacionarem cada vez mais com o território em que se inserem e com outros agentes culturais da cidade. No Quadro 4, encontra-se um resumo dos resultados obtidos nesta seção relacionada ao valor cultural.



Quadro 4 - Síntese do valor cultural dos palcos de pequeno e médio porte no Rio de Janeiro

Dimensões	Indicadores	Resultados
Vibração cultural	Frequência de shows	São atores importantes para a agenda cultural da cidade, principalmente ao longo da semana, período em que shows de grande porte tendem a não ocorrer com tanta frequência.
	Iniciativas culturais	Muitos oferecem outros tipos de atividade cultural em seus estabelecimentos. Também foram relatados alguns exemplos de ocupação do espaço público e conexão com o território, mas ainda de maneira pouco recorrente. Ainda assim, alguns gestores pontuaram compreender a importância de estarem cada vez presentes na cidade como um todo, além de ter em vista uma ampliação desta atuação no futuro.
	Diversidade de gêneros musicais	Há uma percepção de que as casas oferecem shows de gêneros específicos, mas na prática, grande parte abriga diferentes estilos musicais, geralmente dentro de um espectro de música menos comercial. Portanto, oferecem uma opção de consumo cultural fora do circuito comercial, complementando a existência das casas de grande porte, que tendem a abrigar artistas mais estabelecidos.
Criatividade musical	Novos movimentos musicais	São pontos de estímulo à criatividade musical, muito atrelada à possibilidade de experimentação, o que pode suscitar uma nova cena. Mas independente se a formação de um novo movimento musical ocorre ou não, há, de qualquer forma, uma oxigenação e uma constante renovação de ideias, parcerias e projetos.
Desenvolvimento de talentos	Perfil dos músicos e técnicos	Responsáveis pelo desenvolvimento da carreira de músicos e profissionais da área de som, principalmente. Em relação aos músicos, os palcos não apenas abrem espaço para novos projetos e artistas, mas também permitem a contínua experimentação dos que já são renomados no meio. Quanto aos técnicos, há dificuldades sentidas pelos artistas em tocar nestes espaços devido à falta de qualificação dos profissionais da área em geral e de equipamentos, em sua maioria, com baixa qualidade ou inexistentes.

Fonte: Elaboração própria, 2021

4.2 PAPEL DOS PALCOS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE NO ECOSISTEMA MUSICAL DA CIDADE

A segunda categoria analisada por meio das entrevistas busca evidenciar em que momentos os palcos de pequeno e médio porte se encaixam nas camadas do *underground* e do *middleground* do ecossistema musical, conceito anteriormente explicado de Cohendet, Grandadam e Simon (2010).

Em primeiro lugar, quando perguntados sobre a importância das casas de shows de pequeno e médio porte, um dos primeiros fatores que os entrevistados mencionam é o fato destes locais serem



o que alguns chamaram de “berço” para novos artistas. Este tópico surgiu em diversos momentos nas entrevistas, mas com esta pergunta, os entrevistados aprofundaram mais suas visões em relação a este papel que os palcos assumem de fomentar a formação de novos artistas. Assim como berço ou berçário, outros gestores também compararam os palcos a manguezais e ao futebol de base como forma de expressarem sua importância para quem está em início de carreira.

Eu acho que em qualquer lugar do mundo as pequenas casas são o que eu chamei de berçário. Ali está nascendo um grande músico, ali está nascendo um grande compositor. Para o músico fazer sua plateia, seu público, ele precisa começar numa pequena casa, ele precisa experimentar esse “estar com o público”. [...] Ninguém vai direto para o Vivo Rio, assim, começou a carreira e vai para um lugar desse. Então é mais do que necessário incentivar essas casas, promovê-las (C4, 2020)

Eu acho fundamental [a casa de pequeno e médio porte] porque é como o nosso manguezal né, é dali que vai se procriar, que vai nascer peixinho, que o peixinho depois vai pro mar, vai crescer... é o criadouro, é o espaço que permite o nascimento e iniciar a carreira de vários artistas. Eu conheço bandas que falam que não têm público para fazer um primeiro show e vão para a Audio Rebel, que é um espaço que dá coragem para a galera, é um espaço de realmente acreditar em novas iniciativas. Então eu acho que são espaços de germinação. (C6, 2020).

Nos trechos acima, observamos que sempre se fala em um processo que os músicos tendem a seguir para atingirem patamares de maior alcance, o qual se inicia em casas de pequeno e médio porte, passa por palcos maiores como SESC (Serviço Social do Comércio) em São Paulo e o Circo Voador, no Rio de Janeiro e, em algum momento, podem ter a possibilidade de fazerem shows em locais com alcance ainda maior como o Vivo Rio, ou grandes festivais como o Rock In Rio. C1 reforça esse caminho que artistas tendem a seguir e que está intimamente associado à formação de público.

Ninguém sai da garagem de casa para o Rock In Rio. O artista tem que trilhar um caminho para ele se tornar conhecido e ir crescendo, atingindo palcos maiores. Não vou simplesmente alugar essa casa, fazer um show lá e vou me tornar um artista conhecido da noite pro dia. Isso acontece uma vez em um milhão de artistas. Então o caminho é esse: começar na casinha pequenininha e depois ir aumentando à medida que o público cresce. Então o pequeno palco é essencial, porque sem isso o cara não existe, a banda não cresce, não existe, não aparece. (C1, 2020).

Os artistas entrevistados corroboram em suas falas o papel fundamental das casas para a formação de seus públicos, teste de projetos e para estarem “em movimento”, como afirma A5 (2021). Além disso,



adicionam que não têm como objetivo principal sobreviver financeiramente com o faturamento destes shows, já que muitos não dão lucro – o ideal é que cubram, pelo menos, o custo básico da produção. Portanto, há essa função de serem espaços para que artistas circulem e testem seus projetos, trabalhem seu público, ganhem experiência e experimentem. Nesse sentido, como já foi discutido anteriormente, não apenas artistas em início de carreira se fazem presentes nestas casas, mas músicos já renomados também, fazendo com que essas funções muitas vezes se apliquem a artistas com diversos alcances. Além de espaços reconhecidos por artistas como importantes para circularem seus trabalhos, foi mencionado também que algumas casas de pequeno e médio porte são como um selo de qualidade, ou uma “vitrine”.

Outros tópicos associados à importância dos palcos de pequeno e médio porte para o Rio de Janeiro foram o retorno econômico para a cidade, assim como a segurança que eles acabam promovendo na região em que se localizam. C1 e C2 defendem esta importância nos trechos abaixo.

Há a questão da economia, porque a gente dá emprego, paga imposto, traz segurança para a região onde está a casa. Porque se a minha casa e o bar da frente fecham, a rua fica deserta. A gente gera emprego, ajuda a economia a rodar. (C1, 2020)

Cada casa de show tem uma importância muito grande na parte de impostos. Porque se a gente for pensar por ano, são mais de 800 mil pessoas. Ano passado foi até um pouco mais, foram 920 mil pessoas transitando pelas nossas casas e foram mais de 1400 shows. Então você cria valor para a cidade do Rio de Janeiro. (C2, 2020).

Contudo, além dos impactos econômicos das casas, muito falou-se ao longo das entrevistas também sobre seus efeitos na própria vida cultural da cidade, referindo-se aos palcos como parte da identidade carioca, do entretenimento. De acordo com A4 (2020), “sem casa de show, a cidade não tem música, não tem expressão, na minha opinião” e os gestores das casas enfatizam isso ao defenderem seu papel como mantenedores de um circuito cultural pujante na cidade.

Indo além do entretenimento e da vida cultural que estes estabelecimentos fomentam, alguns artistas manifestaram a importância dos palcos pela própria experiência que os shows de pequeno e médio porte em si proporcionam. A3 (2020) e A1 (2020) expõem suas visões, que à primeira vista podem parecer de certa forma românticas, mas que se aproximam do que Frith (2007) observa sobre a experiência da música ao vivo. O autor explica que ela é essencial para a mitologia da música popular e que, conseqüentemente, diversas casas de show são responsáveis pela expressão do que ele se refere como “alma musical” local. Os artistas entrevistados, cada um à sua maneira, expõem a relação de shows de pequeno e médio porte com essa mitologia.

Nesses lugares físicos que se criam encontros e eventos que fazem a gente repensar



o mundo, então se você não tem esse lugar que converge uma interação artística, você está assassinando a visão de mundo, vai dar nisso, as pessoas ficam menos abertas, menos tolerantes, menos trocas de ideias, fica uma coisa muito mecânica. Então nas casas de show é onde convergem pessoas que pensam coisas novas e criam e aí até o pessoal que não é artista. Ela fomenta ideias, pensamentos, vida, emoção. É de vital importância, tem que ter mais. E o show é sagrado. Eu acho se você juntar pessoas para se conectarem com a música, que é pra mim o máximo de proximidade que a gente consegue ter com algum sentido maior de consciência e integração com o todo, é na música que muitas vezes você vai despertar um sentimento que você não sabe dar nome ou uma conexão com uma coisa maior totalmente abstrata. Acho que é muito poderoso quando você observa pessoas tocando instrumentos, vibrando ondas sonoras, da corda ao bumbo, da voz a qualquer coisa que você produza sonoramente e conecte com várias pessoas que estão no mesmo lugar, recebendo essa onda abstrata boa e sentindo junto [...]. O show te integra e conecta, te faz sentir mais próximo do outro, por isso vejo o show como sagrado e por isso falei das pessoas que fazem acontecer esse ritual e você não vê, que são tão importantes quanto. (A3, 2020)

O mais bonito dos filmes que vejo de fomentação de cena, fomentação underground, é o público, não os artistas em si. É a devoção do público. E você vê isso quando vai numa casa de show pequeno, todo mundo amontoado, suando, cantando junto. É igual estádio de futebol, vazio não tem graça. (A1, 2020).

Observa-se que ambos os artistas, nos trechos acima, complementam a fala um do outro ao trazerem, de certa forma, uma relação de mutualismo da música ao vivo com o público. Além disso, traça-se um paralelo entre as casas e as cenas ao refletir sobre a relação entre ambas.

Antigamente você tinha muitas outras [casas de show de pequeno e médio porte], então isso favorecia abrir uma cena. É difícil saber, não tem cena porque não tem casa ou não tem casa porque não tem cena? É uma coisa difícil de entender, mas é fundamental a resistência dessas casas pra que aconteçam coisas novas. Não faz sentido você gravar e não ter onde tocar, então essas casas são os espaços viáveis e possíveis pra que artistas novos tenham oportunidade de tocar. (A2, 2021).

Observamos que há um debate, principalmente dos artistas da cena alternativa, sobre essa relação das casas com as cenas musicais, que se centraliza no questionamento de A2 (2021): "não tem cena porque não tem casa ou não tem casa porque não tem cena?". Apesar de em seus discursos, alguns entrevistados darem a entender que as casas fomentam as cenas e outros que as cenas fomentam as casas, o que se percebe, na realidade, é uma relação mais assimétrica entre ambas. Isto é, uma não necessariamente depende da outra, mas parecem se formar de maneira mais complexa e orgânica. Este trabalho não se



propõe a analisar profundamente esta relação, mas, de qualquer forma, é fundamental termos em mente que há uma ligação profunda entre as casas de show de pequeno e médio porte e as cenas musicais.

Uma análise importante que emerge das entrevistas é a percepção de falta de casas de médio porte na cidade. Segundo A2, ele sentiu isso o afetar nas buscas para fazer show ao lançar seu primeiro álbum e explica que a falta de casas de show de médio porte faz com que as pequenas abram muito espaço para artistas já consolidados, dificultando o acesso dos que estão em início de carreira. C3 (2020) reforça que de fato há uma carência de espaços intermediários na cidade, ao complementar que “para o Rio de Janeiro também é meio complicada essa situação de ir de um lugar de 80 pessoas para um lugar de 2 mil pessoas e não ter um espaço entre”. C4 (2020), inclusive, comenta sobre uma obra feita em seu estabelecimento para aumentar sua capacidade de público (que passou a comportar até 320 pessoas em pé) e relata que “foi um ganho tremendo, chamou outras pessoas, entrou em um outro patamar de artista, porque tinha a capacidade maior”. Portanto, é importante um olhar não apenas sobre as casas de pequeno porte, mas sobre essa fatia intermediária, que diversifica e estratifica os circuitos musicais, reafirmando que não necessariamente há uma dualidade de artistas no *mainstream* e no *underground*, mas existem nichos e diferentes camadas em que os artistas podem atuar.

Com base nas entrevistas coletadas e na revisão bibliográfica feita, é possível enquadrarmos as casas de show de pequeno médio porte privadas tanto na camada do *underground*, quanto do *middleground*.

No *underground*, pois são espaços abertos à experimentação, à geração de novas ideias, gêneros e ritmos e à criação em geral, já que abrigam muitos artistas em início de carreira, recebem novos projetos e parcerias. Neste nível, dialogam com coletivos de arte, saraus e outros eventos locais que propiciam a formação de novas cenas e circuitos musicais fora do eixo comercial na cidade. Ao mesmo tempo, as casas, dependendo do seu porte, dos artistas que já passaram por ela e da sua programação, também podem se encaixar no *middleground* pois são locais “*where people can meet, wander, confront ideas, build daring assumptions and validate new creative forms*”⁵ (COHENDET; GRANDADAM; SIMON, 2010, p. 108), conectando novos artistas e movimentos artísticos do *underground* às instituições formais do *upperground*. Nesta camada, se enquadram casas, conforme mencionado nas entrevistas, que são “vitrines”, uma espécie de selo de qualidade, e promovem certo “status” aos artistas que nelas se apresentam. Desse modo, conseguem facilitar o acesso de artistas a grandes festivais com bons cachês e, eventualmente, a selos, gravadoras e grandes empresários artísticos. É interessante observar que a mesma casa pode transitar entre as duas camadas de acordo com a programação do dia. Por exemplo, alguns dias da

⁵ Onde pessoas podem se encontrar, vagar, confrontar ideias, construir suposições ousadas e validar novas formas criativa (COHENDET; GRANDADAM; SIMON, 2010, p. 108, tradução nossa)



semana o estabelecimento pode abrir mais espaço para a experimentação e, aos fins de semana ou em dias que atraem mais público, promoverem bandas novas para que elas formem mais público. No *middleground*, também se encontra a rede Palcos do Rio, pois é uma entidade que dialoga com agentes públicos e grandes marcas localizadas no *upperground*, levando projetos, propostas e as necessidades das casas de show de pequeno e médio porte. O Quadro 5 sintetiza os papéis identificados nesta seção dos palcos no ecossistema musical da cidade do Rio de Janeiro.

Quadro 5 - Síntese dos papéis dos palcos de pequeno e médio porte no ecossistema musical da cidade do Rio de Janeiro

Papéis	Descrição
Berço para artistas	Fomentadores de novos artistas e projetos, auxiliando na circulação de ambos e na formação de público. São espaços importante para artistas ganharem experiência e experimentarem. E não apenas artistas em início de carreira se fazem presentes nestas casas, mas também músicos já renomados.
Status	Algumas casas de pequeno e médio porte funcionam como um selo de qualidade, ou uma "vitrine" para artistas e projetos. Como um certificado de que quem toca em determinado local é mais valorizado.
Retorno econômico	Movimentam economicamente a cidade através do pagamento de impostos e da promoção de eventos que impactam toda uma cadeia produtiva, desde transportes privados e públicos ao setor turístico e ao consumo da população em geral. Geram externalidades positivas para o Rio de Janeiro
Segurança	Podem trazer mais segurança para a região em que estão localizados, já que aumentam a circulação de pessoas na região.
Cultura e entretenimento	Fomentam a vida cultural da cidade, sendo parte da identidade e do entretenimento carioca. São mantenedores de um circuito cultural pujante.
Formação de cena	Possuem papel importante, ao longo da história, na formação de cenas musicais. Porém, atualmente, foi indicado por entrevistados que as casas vêm sendo menos protagonista deste processo.

Fonte: Elaboração própria, 2021

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na revisão bibliográfica feita e nos dados primários coletados através das entrevistas em profundidade, compreende-se que os palcos de pequeno e médio porte são atores com papel fundamental para o ecossistema musical da cidade. Principalmente por serem espaços abertos à experimentação, à geração de novas ideias, gêneros e ritmos e à criação em geral, já que abrigam muitos artistas em início de carreira, recebem novos projetos e parcerias, assim como, em alguns casos, também músicos já estabelecidos. Atuam, assim, tanto na formação de base de artistas, quanto na facilitação para que estes alcancem novos patamares em suas carreiras.



Portanto, tanto seu importante papel no ecossistema musical quanto na vida cultural e de entretenimento da cidade sugerem uma alta geração de valor cultural destes estabelecimentos para o Rio de Janeiro, colaborando para sua vibração cultural, para a criatividade musical e para o desenvolvimento de talentos. É claro que também existe a possibilidade de geração de externalidades negativas, como barulho, aumento do preço de aluguéis na região e uma possível gentrificação do entorno. Estes efeitos negativos são fundamentais para o debate, pois reforçam a importância da compreensão, especialmente por parte de entidades públicas, em relação aos diferentes impactos destes palcos e como políticas públicas devem ser estudadas de maneira cuidadosa de modo que um bem-intencionado incentivo não se torne um malefício para moradores de determinada região. E este é de fato um ponto fundamental muito presente nos discursos das entrevistas em profundidade. Há uma necessidade de reconhecimento dos palcos como equipamentos culturais e de compreensão de suas dinâmicas produtivas para que políticas direcionadas e efetivas sejam colocadas em prática, especialmente em um momento de incerteza e dificuldades do setor advindos da pandemia do covid-19. A criação da rede Palcos do Rio e sua articulação junto a órgãos públicos e instituições privadas de diversas iniciativas indica um movimento das casas como um coletivo para avançar nestas questões.

Por fim, reconhecemos que os palcos de pequeno e de médio porte são muito heterogêneos entre si em função de suas localizações, público e gênero musical, dentre outros fatores. Dessa forma, os resultados da pesquisa não carregam a pretensão de serem generalizáveis para todos os casos, de modo que devemos sublinhar as limitações dos resultados encontrados. Além disso, um estudo mais aprofundado da rede Palcos do Rio como forma de compreender modelos de rede, de gestão e de governança que se encaixem nesta instituição também é uma sugestão de avanço do presente trabalho, já que, inspirada na Music Venue Trust do Reino Unido, esta entidade tem o potencial de ser torna um intermediário importante não apenas junto ao poder público e privado, mas também junto à população, tornando-se um canal de comunicação que facilite o contato com o público, posicionando-os cada vez mais como equipamentos culturais que beneficiam a cidade, ampliando a percepção positiva das pessoas e, conseqüentemente, seu interesse em frequentá-los.

REFERÊNCIAS

BEHR, A.; BRENNAN, M.; CLOONAN, M. **The Cultural Value of Live Music from the Pub to the Stadium: Getting Beyond the Numbers.** University of Edinburgh, University of Glasgow, 2014. Disponível em: https://www.research.ed.ac.uk/portal/files/16546029/The_Cultural_Value_of_Live_Music_From_Pub_to_Stadium.pdf. Acesso em: 27 mai. 2019.



BLAKE, E. Data Shows 90 Percent of Streams Go to the Top 1 Percent of Artists. **RollingStone**, Nova York, 9 set. 2020. Disponível em: <https://www.rollingstone.com/pro/news/top-1-percent-streaming-1055005/>. Acesso em: 1 nov. 2020.

BOURDIEU, P. **Razões Práticas**: sobre a teoria da ação. 11. a. ed. São Paulo: Papirus, 1996.

CARVALHO, A. **O papel do empresário artístico na gestão de carreiras musicais após a transformação digital da indústria da música**. 2019. 77 f. Dissertação (Mestrado em Economia Criativa) - Escola Superior de Propaganda e Marketing, Rio de Janeiro, 2019.

COHENDET, P.; GRANDADAM, D.; SIMON, L. The anatomy of the creative city. **Industry and Innovation**, v. 17, n. 1, pp. 91-111. 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13662710903573869>. Acesso em: 3 jul. 2020.

CUNHA, G. Em menos de uma década, mais de dez casas de show fecharam no Rio. **O Globo**, Rio de Janeiro, 19 mar. 2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/musica/emmenos-de-uma-decada-mais-de-dez-casas-de-show-fecharam-no-rio-18918355>. Acesso em: 25 mai. 2019.

DATA SIM. **O Mercado da Música na Cidade de São Paulo – Parte 1 – Espaços de Música ao Vivo**, 2018a. Disponível em: <https://datasim.info/pesquisas/mercado-da-musica-da-cidade-de-sao-paulo-parte-1/>. Acesso em: 25 mai. 2019.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1987.

HERSCHMANN, M. **Indústria da música em transição**. São Paulo: Estação das Letras e Das Cores, 2010.

HERSCHMANN, M. Carência de dados e desafios metodológicos para o desenvolvimento dos estudos da indústria da música. **FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia**, v. 20, n. 1. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2013.1.13129>. Acesso em: 27 mai. 2019.

HOLT, F. The economy of live music in the digital age. **European Journal of Cultural Studies**, v. 13, n. 2, p. 243-261. 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1367549409352277>. Acesso em: 25 jun. 2019.

KLAMER, A. Accounting for social and cultural values. **De Economist**, Holanda, v. 150, p. 453-473, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1023/A:1020146202001>. Acesso em: 1 out. 2020.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MENDES, V. Os melancólicos dias finais do Beco das Garrafas, joia da noite carioca onde Elis estreou nos palcos. **BBC**, Rio de Janeiro, 14 jul. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-44783821>. Acesso em: 2 jun. 2019.



MORTIMER, J.; NOSKO, C.; SORENSEN, A. Supply responses to digital distribution: recorded music and live performances. **Information Economics and Policy**, Elsevier, v. 24, n. 1, p. 3-14, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.3386/w16507>. Acesso em: 3 jun. 2019.

MUSIC VENUES TASKFORCE. **Rescue Plan for London's Grassroots Music Venues**. 2015. Disponível em: https://www.london.gov.uk/sites/default/files/londons_grassroots_music_venues_-_rescue_plan_-_october_2015.pdf. Acesso em: 2 jun. 2019.

NAVEED, K.; WATANABE, C.; NEITTAANMÄKI, P. Co-evolution between streaming and music leads a way to the sustainable growth of music industry – Lessons from the US experiences. **Technology in Society**, v. 50, p. 1-19, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.03.005>. Acesso em: 3 jun. 2019.

NGUYEN, G.; DEJEAN, S.; MOREAU, F. On the complementarity between online and offline music consumption: the case of free streaming. **Journal of Cultural Economics**, v. 38, n. 4, p. 315-330, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10824-013-9208-8>. Acesso em: 25 maio 2019.

PIMENTEL, J. Depois de florescer na Lapa no fim dos anos 1990, Bar Semente fecha as portas. **O Globo**, Rio de Janeiro, 7 out. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/depois-de-florescer-na-lapa-no-fim-dos-anos-1990-barsemente-fecha-as-portas-21920264>. Acesso em: 2 jun. 2019.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. **The experience economy: work is theatre & every business a stage**. Boston: Harvard Business School, 1999.

PIRES, V. Valorizando as pequenas experiências musicais: as turnês e concertos de sala de estar como alternativas para o cenário independente em tempos de crise. **Diálogo com a Economia Criativa**, v. 3, p. 134-145, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.22398/2525-2828.38134-145>. Acesso em: 27 maio 2019.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. a. ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013.

REDE PALCOS DO RIO. Disponível em: <http://www.palcosdorio.com/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

THROSBY, D. **Economics and Culture**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

VAN DER HOEVEN, A.; HITTERS, E. The social and cultural values of live music: Sustaining urban live music ecologies. **Cities**, v. 90, p. 263-271. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.02.015>. Acesso em: 29 maio 2019.