

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE ARTES E ESTUDOS CULTURAIS
CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

CAMILA BESSA LYRA

**UM BARZINHO, UM VIOLÃO E O COUVERT NO CORAÇÃO:
Um estudo sobre música ao vivo nos bares de Itaipuaçu - Maricá**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Produção Cultural.

NITERÓI
2017

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG

L992b Lyra, Camila Bessa
Um barzinho um violão e o couvert no coração: Um estudo sobre música ao vivo nos bares de Itaipuaçu - Maricá / Camila Bessa Lyra; Flávia Lages, orientadora. Niterói, 2017. 55 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Cultural)-Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, Niterói, 2017.

1. Bar (Estabelecimento); aspecto histórico . 2. Produção intelectual. I. Título II. Lages, Flávia , orientadora. III. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. Departamento de Arte.

CDD -

Bibliotecária responsável: Angela Albuquerque de Insfrán - CRB7/2318

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE ARTES E ESTUDOS CULTURAIS
CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

CAMILA BESSA LYRA

UM BARZINHO, UM VIOLÃO E O COUVERT NO CORAÇÃO:
Um estudo sobre música ao vivo nos bares de Itaipuaçu - Maricá

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Produção Cultural.

ORIENTADORA: Prof. Dra. Flávia Lages

NITERÓI
2017

CAMILA BESSA LYRA

**UM BARZINHO, UM VIOLÃO E O COUVERT NO CORAÇÃO:
Um estudo sobre música ao vivo nos bares de Itaipuaçu - Maricá**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Produção Cultural.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Flávia Lages (Orientadora)
Universidade Federal Fluminense/ UFF

Prof. Mestre Luiz Mendonça
Universidade Federal Fluminense/ UFF

Especialista Bruno da Silva Figueiredo
Universidade Plínio Leite

Niterói
2017

AGRADECIMENTOS

A Deus e a todos os Orixás

À minha mãe, por desde sempre priorizar minha educação, por me apoiar em minhas decisões, por não permitir que eu desistisse em momento algum, por me aguentar, por se fazer presente em todos os momentos sempre com muitos conselhos, paciência e amor. É imensurável o meu amor e gratidão.

Aos meus tios, Guilhermina e Wladmir, por sempre acreditaram em mim, por todo apoio, carinho, orações e presença.

Ao meu Irmão, Caio, por todo carinho e admiração.

À minha madrinha, Fátima, pelas cobranças e incentivos.

À minha família, por sempre se preocupar e torcer por essa conclusão.

À Eliane, por ter sido um amor, uma grande amiga e parceira durante essa aventura, tendo compreendido e aceitado tantas turbulências e ausências.

Ao meu amigo, Beethoven, por toda presteza e colaboração.

Ao meu amigo, Bruno, por toda participação e disponibilidade e carinho durante a pesquisa.

À Flávia Lages, pela paciência e orientação.

A todos os Mestres que me prepararam para chegar até aqui.

Ao curso de Produção Cultural, por toda formação

A todos amigos músicos, por toda a dedicação e alegria transmitida pelo seu trabalho.

A todos aqueles que se dispuseram e/ou se dispõem a pesquisar e escrever sobre bares e seus cantores, contribuindo para o registro da história.

“(...) desde que o primeiro português abriu as portas do primeiro botequim na cidade, bar e música, nesta terra de São Sebastião do Rio de Janeiro, são como queijo e goiabada, torresmo e moela,

pão e manteiga. Nasceram um para o outro"(Vieira, 2004, p.51).

RESUMO

Maricá tem tido grande crescimento populacional desde a década de 70, o que tem atraído cada vez mais veranistas, comerciantes e também pessoas que buscam fixar residência no município á procura de melhor qualidade de vida. Toda essa movimentação gerou uma demanda de serviços nesta região de forma que o comércio, bares e restaurante tiveram que se adaptar. Desta forma os bares e restaurantes da localidade passaram a utilizar a música ao vivo como forma de atrair clientes bem como nos grandes centro, gerando e movimentando uma classe de músicos de buteco. Objetivo deste trabalho é entender como se dá a remuneração e relações de trabalho músicos na região de Itaipuaçu (Maricá - RJ), como ocorre a contratação desses músicos, suas dificuldades quanto ao trabalho e sua relação com os donos os estabelecimentos.

Palavras-chave: bar, botequim, pé sujo, música, rua, couvert artístico.

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÃO

Figura 1 - Mapa de Maricá.....	11
Figura 2 - Gráfico que representa a evolução da população de Maricá do ano de 1970 até o ano de 2010	14
Figura 3 - Mapa de Maricá com divisão dos 4 distritos: Maricá, Inoã, Ponta Negra e Itaipuaçu	17
Figura 4 - Foto aérea do loteamento Jardim Atlântico que é considerado o segundo Maior da américa latina	18
Figura 5 - Av. Champs Élysées, em Paris, no ano de 1900, serviu de referência para a construção da Avenida Central (hoje Avenida Rio Branco) durante a belle époque, com o intuito de civilizar o Rio	21
Figura 6 - Inauguração do Café do Rio (1911) - Os quiosques e botequins foram substituídos pelos requintados clubes e cafés, onde jornalistas, escritores e intelectuais iam “usufruir da civilização” tal como em Paris	24
Figura 7 - Amigos dançando no show da banda “Roller Coasters “ no bar “Esquina Grill” em itaipuaçu unidos pela música. Foto da autora	27
Figura 8 - Apresentação de música ao vivo no Quintal Bar e Bistrô em 05 de maio de 2017. Foto: Bruno Figueiredo	35

SUMÁRIO

Capítulo 1 - MARICÁ DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO E CLASSE ARTÍSTICA

1.1 - Maricá: sua história e desenvolvimento socioeconômico.....	11
1.2 - O surgimento da classe artística em Maricá e seus grandes nomes	15
1.3 - Itaipuaçu: nosso distrito	17

Capítulo 2 - “PÉS SUJOS” EM SEU ESTADO MAIS PURO

2.1 - Belle époque carioca e o surgimento dos bares	20
2.1.1 - O Flâneur	23
2.2 - Surgimento do espírito de botequim dos pés sujos cariocas	23
2.2.1 - Pés Limpos: o novo botequim	29
2.3 - Surgimento do Primeiro Bar com música ao vivo	29
2.4 - Botecos e Botequins em Maricá	31

Capítulo 3 - A RELAÇÃO DE TRABALHO DO MÚSICO EM ITAIPUAÇU

3.1 - Músicos sua valorização e remuneração	33
3.2 - Couvert artístico, sua legalização e remuneração dos músicos	36
3.3 - Músicos e sua relação de trabalho nos bares de Itaipuaçu	38

Conclusão -	42
Anexos -	45
Referências Bibliográficas -	52

INTRODUÇÃO

Durante o curso de Produção Cultural, diversos temas surgiram e, sem perceber, convivia com meu tema há algum tempo dentro de uma realidade muito próxima. Falar sobre a música ao vivo nos bares de Maricá só me fez refinar o olhar de um cotidiano corrido, alegre e cansativo.

Maricá é o primeiro município da Região dos Lagos com uma extensão territorial de aproximadamente 362,569 km² e uma crescente população estimada para 2017 em 153.008 habitantes¹ a aproximadamente 53 km da cidade do Rio de Janeiro, o que representa 1 hora de distância. O município é rico em belezas naturais e possui lagoas, praia, cachoeira, gruta.

Quem não se anima em entrar em um estabelecimento, cuja música contagia, os sorrisos exalam e a animação predomina, comandada por um músico que se apresenta na sua frente e ainda toca a música que você gosta de ouvir? No momento em que o país se encontra em crise financeira e muitos bares fecham as portas falar sobre a remuneração e valorização profissional do músico de barzinho nesta região, isso é um grande desafio.

A região de Maricá ainda tem como característica um grande número de veranistas, porém é cada vez mais crescente o número de pessoas que buscam esta região para se estabelecer e viver, fugindo da violência e do cotidiano agitado dos grandes centros. Uma vez que essa nova demanda de público chega a essa região, busca elementos dos grandes centros, tais como bancos, mercados, bares, restaurantes e entretenimento de forma geral. Com isso, muitos bares e restaurantes nesta área têm utilizado a música ao vivo para atrair esse público e valorizar a cultura local.

Diante da experiência pessoal enquanto proprietária de bar na região e por observações empíricas, pode-se dizer que Maricá possui um vasto número de artistas, como músicos, artistas plásticos, atores e escultores espalhados pelo município que compõe este segmento da sociedade. Todavia, este trabalho vai ser

¹ Fonte: BRASIL. IBGE. Perfil das cidades. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=330270&search=rio-de-janeiro|marica|infograficos:-informacoes-completas>>. Acesso em 10 outubro 2017.

delimitado à classe dos músicos de barzinho que, por sua vez, parece querer se organizar nesta região para obter sua remuneração.

A questão central deste trabalho é a forma como se dá a produção de shows com música ao vivo nos bares do município, mais especificamente em Itaipuaçu (distrito de Maricá), de que forma o pagamento dos artistas acontece e como isto impacta na produção e na rotina profissional dos próprios artistas.

No primeiro capítulo, passo pelo contexto do surgimento histórico e socioeconômico do município de Maricá, como se deu a ocupação da região e o desenvolvimento da economia. Comento sobre as movimentações das classes médias para os grandes centros e como isso interfere no desenvolvimento da região, além de passar também pelo surgimento da classe artística e seus grandes nomes.

No segundo capítulo, falo sobre a belle époque, momento histórico em que se deu o surgimento dos bares no estado do Rio de Janeiro. Identifico o espírito de botequim, associo o conceito de bar como espaço intermediário, comento sobre a implementação da música ao vivo nos bares cariocas como artifício para agregar clientela, dando origem à profissão de cantores de barzinho. Também traço um breve perfil sobre os botecos na região de Itaipuaçu.

Já no terceiro capítulo, discorro sobre a profissão de músico de bar, seus percalços e sofrimentos, comento também sobre a relação do couvert artístico e profissão de músico quanto sua remuneração. Posteriormente, analiso a pesquisa realizada com os músicos de Itaipuaçu, comparo com os dados anteriores adquiridos.

Figura 1: Mapa do município de Maricá e fronteiras²

Em Maricá, muitas fazendas ocupavam com os cafezais as encostas e as planícies com a cana de açúcar, o que trouxe um vigor econômico ao município. Na mesma época com o crescimento do império o município passa também a fornecer produtos agrícolas e pescados para o Rio de Janeiro e Niterói. Maricá foi representada junto à corte com os representantes Barão de Inoã, Marquês de Maricá e Conselheiro Macedo Soares, Freire (2001).

Com a abolição da escravatura e a proclamação da república, a economia desta região foi diretamente atingida. Mas, no século XX, a busca por um produto que sofresse menos com as variações do mercado internacional do que o café colocou a laranja que foi indicada, pelo governo, para cultivo em região da planície costeira na região de Maricá. Uma parte dessa produção atendia o mercado interno e outra era mergulhada em cera e embalada para ser exportada.

A crise do internacional, ocorrida a partir dos anos 40, acarretada pela Segunda Guerra Mundial, abalou a produção maricaense de laranja, provocando o desmantelamento da estrutura produtiva: lavoura, estocagem, circulação, beneficiamento e exportação. A solução não veio com a diversificação do cultivo, que trouxe novamente dinamismo para a atividade agrícola, senão no contexto do desenvolvimento urbano-industrial com o parcelamento de terras para fins urbanos.

Segundo Freire 2001 partir do governo Vargas, esse território foi reconfigurado como espaço urbano para fins turísticos. Durante este novo período, a elite local era representada pelo governador Amaral Peixoto, grande figura para esta região e genro de Getúlio Vargas, neste momento ele consegue atrair diversos investimentos para Maricá, tais como o acesso ao município e o saneamento das lagoas. Com estes investimentos foram abertos dois grandes canais em direção ao mar, como se fossem drenos que diminui o nível das lagoas evitando cheias. Com esse procedimento, vastas extensões de terra no entorno das lagoas ficaram disponíveis para grandes loteamentos de uso urbano.

² RIO DE JANEIRO MAPAS. Disponível em < <https://pt.map-of-rio-de-janeiro.com/munic%C3%ADpios-mapas/maric%C3%A11-munic%C3%ADpio-mapa> > Acesso em 20 de novembro de 2017.

A pavimentação da rodovia Amaral Peixoto e a retirada de trechos da ferrovia, em 1946, viabilizou o acesso a cidade, completando a idealização da elite local de tornar essa região um local de veraneio da classe média urbana. Maricá passou a fazer parte do “Cinturão Territorial Turístico da Metrópole Carioca” (hoje conhecido como Região dos Lagos) que se fortaleceu com o remodelamento do centro de Araruama, Saquarema e Cabo Frio que já era um centro pesqueiro de referência.

Mesmo com todos esses investimentos durante os anos 50 e 60, o município de Maricá ainda possuía um público veranista muito tímido, que preferia regiões mais bem estruturadas. Porém, na década de 70, com a construção da ponte Rio/Niterói, este cenário começa a mudar:

A abertura da ponte Rio/Niterói aumentou as condições de acessibilidade, o que colocou o território maricaense dentro da isolinha de uma hora de distância do centro da cidade do Rio de ônibus gasta-se em torno de uma hora e quinze minutos. Este fato promoveu a intensificação do processo de retalhamento do solo e de sua ocupação. Até 1974 somente a área do Centro estava mais densamente ocupada, embora, grande parte da orla das lagoas e marítima já estivesse disponível para tal. A partir dos anos 70 até meados dos anos 80, ocorreu uma ocupação mais efetiva, porém mais seletiva do que nos anos 90. (FREIRE, Désirée Guichard. 2001, p. 33)

Com a abertura da ponte Rio/Niterói, Saquarema foi o primeiro município do cinturão turístico da metrópole carioca a se tornar o “ponto de encontro” da Região dos Lagos, na década de 70, pois sediava o campeonato mundial de surf e o festival de rock. Nos anos 90 foi a vez da área da orla, entre Barra de Maricá, Ponta Negra e Jaconé, que foi densamente povoada e esta área foi finalmente valorizada com a chegada dos veranistas como pode ser observado no gráfico abaixo:



Figura 2: Censo demográfico. Maricá.³

Mesmo assim, Ponta Negra é que passou a ser o lugar da moda, já que é a única praia da região onde o surf pode ser praticado.

Maricá, antes não tão frequentada por sua tranquilidade e beleza natural, agora é um dos destinos mais procurados para moradia permanente pela classe média do centro metropolitano. Hoje, este segmento da sociedade foge da violência dos grandes centros e procuram estar em contato com a natureza e tranquilidade tendo acesso permanente à grande cidade. Procuram, ainda, menores custos para se estabelecerem como aluguel ou moradia própria e o resgate do lugar

³ IBGE, CIDADES. Censo demográfico, Maricá, 2017. <<https://cidades.ibge.gov.br/painel/populacao.php?lang=&codmun=330270&search=rio-de-janeiro|maricá|infogr%E1ficos:-evolu%E7%E3o-populacional-e-pir%E2mide-et%E1ria>> Acessado em 23 de outubro de /2017

compartilhado, da brincadeira de rua, da caminhada no bairro, do bate-papo com o vizinho e do lazer das crianças.

Os novos moradores, de certa maneira, impõem um novo uso da região, pois, ao chegarem, buscam por serviços como bancos, hospitais, entretenimento e bares e restaurantes que crescem de forma lenta, de acordo com o crescimento populacional.

1.2 O surgimento da classe artística em Maricá e seus grandes nomes.

Segundo Figueiredo (2010), o surgimento da classe artística em Maricá tem dois pontos-chave: o primeiro, nos anos 60, com a chegada da família Colaço e o segundo com o artista plástico paraense Di Branco, nos anos 70, sem contar com a chegada da cantora Maysa, na mesma década o.

Nos anos 60, a marroquina Madeleine Colaço chega ao Brasil com seu marido, Thomaz, escritor e jornalista português que fugira com a esposa e filhos da perseguição política de seu país. Madeleine instalou-se na região do espraído, onde, por 27 anos, manteve uma escola que ensinava as crianças da região a ler, escrever e a arte da tapeçaria com a técnica que criou. Pioneira, enquanto mulher na tapeçaria, Madeleine criou o “The Brazilian Point”, ponto brasileiro de tapeçaria que quebrou os padrões lineares da tapeçaria da época e tornou-se uma referência atual desta arte na região. Madeleine e, posteriormente, sua filha, Concessa Colaço, fizeram carreira internacional ficando conhecidas na Europa e nos Estados Unidos. Concessa possui até hoje sua obra exposta na sede da ONU⁴.

Já na década de 70, o artista plástico Di Branco, que tem suas vertentes no movimento hippie, viajava sem rumo pelo Brasil, até que conheceu Maricá por intermédio de um amigo e acabou fazendo do município sua residência fixa. Teve diversas obras premiadas em exposições pelo Brasil e pelo exterior.⁵

Mais uma artista de grande notoriedade que trouxe visibilidade à região é a cantora Maysa Monjardim, que fez de sua casa de praia em Cordeirinho (próximo à

⁴ MAPA DE CULTURA RJ. Disponível em < <http://mapadecultura.rj.gov.br/manchete/madeleine-colaco> > Acessado em 10 de outubro de 2017

⁵DI BRANCO, ARTISTA PLÁSTICO. Disponível em < <http://dibranco.blogspot.com.br/p/biografia.html> > Acessado em 10 de outubro de 2017

rua 89) um refúgio para suas composições, fuga dos problemas pessoais, a busca pela tranquilidade e a proximidade com as belezas naturais. A cantora passa a ter residência fixa na região, onde viveu durante 5 anos.⁶

Este foi o início da tradição artística do município que cresceu com a chegada de outros artistas vindos do centro metropolitano em décadas posteriores. A cantora exemplifica perfeitamente, o início da intensificação da movimentação dos veranistas para a região de Maricá que acabaram fixando residência, decorrente da abertura da ponte Rio/Niterói no início dos anos 70 citado na passagem de Freire (2001), no item anterior. E que a classe artística de Maricá é composta principalmente por indivíduos que vêm em busca de inspiração na tranquilidade para que possam desenvolver seus trabalhos, migraram para o município nas últimas décadas, a partir de diversos pontos da malha metropolitana do Rio de Janeiro.

Ainda de acordo com Freire (2001), os artistas se caracterizam por frequentarem sempre espaços em comum, por se relacionarem preferencialmente entre si, por se agruparem, por se afastarem do grande centro e procurarem lugares bucólicos como inspiração para compor as suas obras. Este grupo é formado por artistas plásticos, músicos, coreógrafos.

Segundo Figueiredo (2010), muitos dos artistas que atualmente moram em Maricá não chegaram ao município por acaso. Três caminhos comuns foram percorridos por estes novos moradores, que podem ser distinguidos em grupos: os que já possuíam, em Maricá, um terreno ou casa de veraneio; os que visitaram a cidade, espontaneamente ou levados por amigos, e acabaram voltando para morar; e os que foram ao município a trabalho e, posteriormente, resolveram fixar moradia. Porém, de uma forma geral, qualquer um dos três grupos têm em comum o fato de terem se encantado, à primeira vista, com as belezas naturais e tranquilidade que Maricá até então oferece.

⁶ AMORIM, CLAUDIA PELUFFO. *Maysa, musa da dor de cotovelo e uma das maiores vozes da bossa nova*. Disponível em <
<http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/maysa-musa-da-dor-de-cotovelo-uma-das-maiores-vozes-da-bossa-nova-1-19445477>> Acessado em 10 de outubro de 2017

Para Figueiredo (2010), apesar de buscarem uma relativa tranquilidade, os artistas que elegeram Maricá para estabelecer moradia não desejam o total isolamento. A proximidade do município com a região central da metrópole foi fator determinante na escolha do local de residência destes novos habitantes. Afinal, são nos grandes centros urbanos que se encontram condições técnicas avançadas para a manutenção, aperfeiçoamento e escoamento de seus trabalhos. Isto se soma ao fato de que um artista com família, por exemplo, deve estar perto da oferta de boas escolas e universidades para seus filhos, local de trabalho de seu cônjuge e hospitais de referência que garantam a segurança de ter para onde recorrer em casos de emergência.

1.3 Itaipuaçu: nosso distrito

Maricá é dividido em 4 distritos Distritos: Sede-Maricá, Ponta Negra, Inoã, Itaipuaçu e 50 Bairros⁷. Essa pesquisa está centralizada no distrito de itaipuaçu que possui cerca de 30.000 habitantes. Itaipuaçu em tupi significa Itá (Pedra), Y (Àgua), pu (barulho) e guasú (grande) que unindo resultaria em algo parecido com “grande pedra na qual a água faz barulho”.



⁷MUNICÍPIO DE MARICÁ. Lei Complementar nº 207, de 16 de junho de 2010, que fixa a divisão, denominação e respectiva delimitação dos Distritos e dos Bairros, do Município de Maricá. Disponível em <<http://www.marica.rj.gov.br/mapa-de-marica/>> Acessado em 03 de dezembro de 2017

Figura 3 mapa de Maricá dividido em distritos.⁸

O distrito possui a praia com águas bem agitadas e areia com granulados de tamanho grande. Itaipuaçu possui diversos loteamentos como: Recanto, São Bento da Lagoa, Costa Verde, Jardim Atlântico, Itaocaia Valley, Morada das águas, Territorial dentre muitos outros.⁹

O Jardim Atlântico é o segundo maior Loteamento da América Latina, esse localizado em Itaipuaçu e perde apenas para o Loteamento Jardim Catarina em São Gonçalo. As terras, compradas dos frades Beneditinos em 1948, possui aproximadamente 8,5Km de praia, 24.000 lotes, 200 ruas e 622 quadras.



Figura 4 loteamento Jardim Atlântico.¹⁰

⁸ Pousada Pancho. Mapa de Maricá disponível em < <http://pousadapancho.blogspot.com.br/p/mapa-de-marica.html> > Acessado em 07 de dezembro de 2017

⁹ Maricá 200 Anos: Conheça um pouco da história do bairro de Itaipuaçu. Disponível em < <https://leisecamarica.com.br/marica-200-anos-conheca-um-pouco-da-historia-do-bairro-de-itaipuacu/> > Acessado em 04 de dezembro de 2017

¹⁰ Maricá Antigo disponível em < <https://www.facebook.com/maricaantigo/photos/a.1454642938080689.1073741828.1454638378081145/1455187624692887/?type=3&theater> > Acessado em 04 de dezembro de 2017

A pedra do elefante é o principal ponto turístico de Itaipuaçu. Os navegantes do século XVI confundiram a pedra de 412 metros com o Pão de Açúcar e chegou a ser descrita em cartas náuticas de 1586 como falso Pão de Açúcar. A “carta topográfica da capitania do Rio de Janeiro” de Manuel Vieira Leão apresenta a elevação como Alto Mourão, porém se popularizou como pedra do elefante pois observada da praia de Itaipuaçu seus contornos lembram de um elefante.

Itaipuaçu também serviu de abrigo para o naturalista inglês Charles Darwin que ficou hospedado na fazenda Itaocaia em 1832 em quanto pesquisava a biodiversidade da região para incluir em sua teoria sobre a Evolução das Espécies.

CAPÍTULO 2

“PÉS SUJOS” EM SEU ESTADO MAIS PURO

2.1 Belle époque carioca e o surgimento dos bares.

Enquanto Maricá tenta sair da zona rural e se estruturar como área urbana, a passos lentos, começando a receber novos moradores e dando início a seu desenvolvimento artístico, o Rio de Janeiro passa por um período de remodelamento e reestruturação entre o final do século XIX início do século XX.

Segundo Souza (2008) a Belle Epoqué, ficou marcado pelo embelezamento da cidade com praças, bulevares e a construção da Avenida central (hoje Rio Branco). Era considerado “chique” passear pela avenida exibindo as novas extravagâncias dos tecidos, cortes e chapéus da moda francesa. As damas ficavam eufóricas em um sobe e desce pela central a fazer compras na “Parc Royal”, que era o templo da moda carioca. E os rapazes, por sua vez, acompanhavam-as no rigor *smart* das vestimentas inglesas. O novo boulevard tropical era o principal local da cidade, além de ser um grande lugar de consumo dos importados em lojas luxuosas e riquíssimas, era também onde se exibiam as tendências da moda inglesa e francesa, ao ar livre como um convite para fugir do calor brasileiro.

Para Chancel (2004) cidade “civilizava-se”, intelectuais e escritores como Machado de Assis, João do Rio e Olavo Bilac que passaram a fazer parte do cotidiano carioca. Deixando definitivamente suas características de colônia, com cortiços, ruas estreitas, insalubres e com prédios deteriorados. Segundo Souza (2008) a cultura predominante no período era a da modernidade, eminentemente urbana.

Para Souza (2008) neste período, ocorreram transformações drásticas no modo de vida do cidadão da Cidade do Rio de Janeiro, a imagem sugerida pelo termo “belle époque” transcreve abundância de riquezas, a beleza arquitetônica européia, pessoas finas e bem-vestidas frequentando salas de baile e óperas, uma

sociedade glamourosa habitando uma cidade moderna, republicana e atenta aos últimos lançamentos da moda parisiense. Durante essa fase, ser moderno, cosmopolita e civilizado no Brasil, era viver no Rio de Janeiro. E para conseguir ser bem sucedido, por exemplo, da vida intelectual ou científica, o iniciante a carreira de sucesso deveria estar em terras cariocas.

Segundo Souza (2008) para ser representada como uma grande metrópole, moderna e influenciadora de tendências o Rio de Janeiro passa por todas essas reformas inspiradas nos moldes do Barão Haussmann, que foi prefeito de Paris nomeado por Napoleão III. Ele se tornou o maior modernizador urbano que se conheceu até hoje e ganhou de grande renome internacional por ter remodelado Paris.¹¹ Assim, neste momento, o Rio mimetizava a belle époque parisiense e foi apelidado de “pequena Paris”, com madames do alto escalão da sociedade cruzando a avenida central em compras.



Figura 5¹²

¹¹CÍCERO. Não basta conquistar a sabedoria, é preciso usá-la. Estórias da História. Disponível em < <http://estoriadahistoria12.blogspot.com.br/2013/10/as-transformacoes-na-vida-urbana-o.html> >

Acessado em 15 de outubro de 2017

¹² Avenida central comparada à Champs Elysées

DELUIZ, Nei. Espaço Mogenlicht, *O Rio que queria ser Paris*. Rio de Janeiro 2017. Disponível em < <https://espacomorgenlicht.wordpress.com/2013/09/02/o-rio-que-queria-ser-paris/> > Acessado em 23 de outubro de 2017

Segundo Souza (2008) citando Sevckenko 1989, o Rio de Janeiro estava em excelente situação naquele momento, tendo em vista que, além de ser a maior cidade do Brasil, era o centro da maior rede ferroviária do país, desta forma era a cidade com maior capacidade de oferecer mercado consumidor e mão-de-obra às indústrias. Além disso era, entre os séculos XIX e XX, o terceiro maior porto em volume de comércio do continente americano, sendo superado apenas pelos de Nova York e Buenos Aires, além de ser a cidade que abrigava as sedes de várias instituições de grande importância, como o Banco do Brasil, além de outros bancos nacionais ou estrangeiros, a Bolsa de Valores e, ainda, o Distrito Federal centralizava as finanças nacionais. Essas condições influenciam capitais como Fortaleza, Manaus, Recife e São Paulo a iniciarem, também, um processo de modernização e reformulação.

Porém, segundo Souza (2008) citando Chalhoub (1986), durante a belle époque carioca também existiram diversos paradoxos que distanciaram o Rio de Janeiro desse ideal de civilidade e, mesmo com grande força política e da elite a favor da “vocação européia”, não foi possível eliminar problemas básicos de uma cidade grande tais como: miséria, violência e injustiça social.

Importaram-se modos de festejar europeus, como a tentativa de civilizar o carnaval através dos corsos de carros abertos, das batalhas das flores e das fantasias de pierr s e colombinas, t picos do carnaval veneziano. As revistas e os colunistas sociais, através da imprensa, incentivavam a população afluenta para o desfile de modas na moderna, chic e larga passarela da Avenida Central, sem d vida, principal palco de encenação do carioca moderno e atento às novas usanças. (SOUZA, 2008, p. 54)

Souza (2008) ainda nos conta que as camadas mais pobres tiveram neste período suas tradicionais festas, fantasias, brincadeiras, manifestações culturais como a capoeira e determinados tipos de comércio e costumes reprimidos, revoltaram-se contra a vacina obrigatória, criaram formas para resistir e contestar a imposição dos novos tempos e costumes, buscaram novos espaços e insistiram em circular mesmo onde tinham seu acesso vedado ou dificultado, como a principal avenida do centro da cidade.

Antes de toda essa modernização, a rua descrita por Chancel (2004) era tida como lugar de negro, meretriz, malandro e invertido. A alta sociedade encontrava-se

em espaços de convivência fechados, tais como quintais, clubes, bailes e saraus que ocorriam esporadicamente. Após o período do Bota Abaixo em, 1904, e durante todo o processo de remodelamento da cidade do Rio de Janeiro o espaço urbano começa a ser também espaços de sociabilidade e a burguesia começa a apropriar-se das ruas, o que antes ocorria apenas nos clubes e festas agora acontece também nesses espaços públicos. As elites passam a frequentar os bulevares, praças e ruas, a fim de um passeio para tomar um ar, fazer compras, tomar um café no final da tarde nas novas cafeterias ou apenas exercitar o novo hábito de flânar.

2.1.1 O Flâneur

A belle époque também propiciou o surgimento do Flâneur, sujeito que, a contraponto do burguês de negócios em tempo de revolução industrial que vivia da frase “tempo é dinheiro”, dedicava grande parte do seu tempo a caminhar pelas ruas pelo simples prazer de observar ao seu redor, captando cada detalhe sem se inserir na paisagem, buscando uma percepção desta nova fase da cidade, experimentando-a sem algum compromisso com o tempo e levava das ruas sua inspiração. No Francês, Flâneur significa vagabundo, vadio, já no carioquês, malandro! Segundo Chancel (2004), a figura do Flâneur propiciou a burguesia a se apropriar do espaço urbano, uma vez que não era comum como vimos anteriormente.

2.2 Surgimento do espírito de botequim dos pés sujos cariocas.

Com a burguesia se apropriando das ruas de uma forma cada vez mais presente e todas essas mudanças ocorrendo no Rio, o comércio também teve sua estrutura modificada. As mercearias tipicamente portuguesas, comercializavam secos, molhados e bebidas quentes, que de uma maneira geral deram origem aos quiosques e botequins.

Durante a belle époque os pés sujos legítimos foram dando lugar à luxuosos cafés e confeitarias. Alguns existem até hoje tais como: Bar Brasil, Bar Luiz, Confeitaria Colombo, Palladino, entre outros remanescentes desta época. As cafeterias se tornaram também o ponto de encontro dos intelectuais, poetas, escritores e jornalistas de renome da época como João do Rio, Olavo Bilac, Machado de Assis e muitos outros.



Figura 6 ¹³

A denominação bar originalmente vem da França (em francês barre) e surgiu no século XVIII, quando as tavernas passaram a instalar barras para proteger o balcão de seus cliente completamente embriagados, evitando que todos se apoiasse nele. Essa nomenclatura foi levada da França para os Estados Unidos por jovens americanos que estudavam na Europa popularizando o nome “bar” (barra em inglês). Com o tempo bar e passou a designar todos os estabelecimentos

¹³ Fonte: 1911 - MIS/RJ In SOUZA, Fernando Galha. UFJF - MG 2008 p. 72

de venda de bebidas alcoólicas. Mas apenas no século XX essa nomenclatura começa à ser utilizada usualmente no Brasil.¹⁴

Com a “nova nomenclatura” também vieram novos hábitos como o de ir ao bar para se inteirar das notícias do dia, discutir literatura, falar mal da vida alheia ou da política. Ou seja neste momento também nasce muito mais do que o estabelecimento bar e como diz Chacel (2004), “nasce o espírito botequim” que vivenciamos até hoje de fazer amigos, confraternização, comemoração, trocas, criação poética e jogos. O espírito botequim é o espírito de sociabilidade, da vizinhança, do ponto encontro diário e da prosa sem fim.

... à essência do conceito de botequim e à tal alma que o distingue das demais casas comerciais que vendem bebida alcoólica. Tem a ver com a idéia de vizinhança e proximidade, do bar de esquina, onde todos se conhecem e se encontram quase que diariamente para trocar ideias. O pé sujo é, assim, o ponto de encontro cotidiano, o lugar onde se joga conversa fora, onde nos informamos sobre o resultado do futebol, onde discutimos a política e as notícias da cidade, onde acompanhamos o movimento da vizinhança e, enfim, onde reforçamos, sem perceber, a sensação de pertencimento à rua, ao bairro, à cidade. (MELLO, 2004,p.32)

O Botequim ou pé sujo é aquele que mesmo na contemporaneidade, segundo Mello (2004), não possui um cuidado específico com a decoração, o preço da bebida é baixo e também não possui destreza ao serviço prestado. Jogar serragem no chão deixando os pés dos fregueses avermelhados pode ter sido um dos motivos de ter surgido o apelido “pés sujo” aos botequins. Sem contar é claro que pode, também, se referir:

... a imagem da condição sócio econômica do frequentador de biroskas: pobre ao ponto de não possuir um calçado. Seja como for, a idéia por trás do pé-sujo é a do botequim no seu estado mais simples (e talvez mais puro) e menos sofisticado em termos de decoração, acomodação e serviços.(MELLO,2004,p31).

O frequentador de pé sujo não costuma reclamar das condições gerais do bar, se o banheiro é limpo ou não, da gentileza do garçom ou da aparência da

¹⁴PORTAL EDUCAÇÃO. *História dos bares*. Disponível em <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/historia-dos-bares/17824> Acessado em 17 de outubro de 2017

comida. O frequentador de boteco faz piada já que as bravatas, bazófias e o bom humor fazem parte não só dos frequentadores, mas também do ambiente de boteco, o que, por sua vez, não significa que o atendimento ou produtos sejam de má qualidade; eles apenas estão equiparados a esta outra qualidade mais subjetiva e imensurável, que é como se dá a relação dos frequentadores com o bar e deste com a sua vizinhança.

Segundo Mello (2004), a ambiência do botequim é moldada pelos frequentadores assíduos que, normalmente, moram no entorno, fazendo valer o ditado popular: o melhor botequim é o da esquina, porque é o mais próximo. Sendo assim é comum que no botequim os frequentadores promovam ocasionalmente encontros como rodas de samba, chorinho e seresta. Ou, ainda, que esses fregueses possuam mesas cativas, por alguns intituladas como “mesa da diretoria”, que são aquele grupo de fregueses que frequenta quase que diariamente.

Para um novato fazer parte da diretoria, a única exigência é frequentar religiosamente o bar e, no final, todos acabam sendo aceitos. Tudo que se espera e se cobra é devoção e presença, sumir sem justificativa é a maior ofensa que se pode fazer aos amigos de bar, é como faltar o almoço de domingo da família. Esse enlaçamento é um bom exemplo do espírito de botequim.

Segundo Mello (2004), em muitos bairros da cidade, onde as opções de lazer são escassas, o botequim funciona como uma espécie de clube social, onde os fregueses assíduos sabem que vão encontrar seus pares para beber, bater um bom papo e é onde também são fortalecidos os laços de amizade e confiança. É na convivência cotidiana que se criam, testam-se e consolidam-se os vínculos de afeto, camaradagem e onde se encontra com os seus iguais, é assim que a rede de sociabilidade vai sendo tecida.

O Boteco também pode ser visto como o espaço de experiências, que, segundo Magnani (2003), é um “espaço intermediário” entre o privado (a casa) e o público (a rua), entre os quais se desenvolve uma “sociabilidade básica”, mais ampla que fundada nos laços familiares, porém mais densa, significativa e estável

que as relações formais e individualizadas. Onde não basta passar a frequentar esses lugares é preciso estar inserido numa peculiar rede de interações que combina diferentes laços de parentesco, vizinhança, profissionais, procedência, vínculos tecidos pela participação em diferentes atividades.

Sendo assim, o Botequim, por sua vez, é o local onde acontecem os encontros de pessoas que nem sempre se conhecem, mas que se reconhecem por possuírem os mesmos símbolos que remetem a gostos, orientações, valores, hábitos de consumo, modos semelhantes de vida, que identificam esse espaço como o seu “pedaço”..



Figura 7¹⁵

Uma outra característica forte dos botequins é a originalidade da cozinha, também chamada de “baixa gastronomia” de forma bem humorada por alguns, ela possui pratos onde o sabor vem à frente da apresentação, a criatividade do cozinheiro no uso dos temperos, o preço baixo e a fartura, além de pratos

¹⁵ Amigos dançando em show no Esquina Grill, em Itaipuaçu, unidos pelo gênero de música. Foto da autora

exclusivos (normalmente receitas de família, tradições ou localidades distintas) que também são diferenciais da gastronomia de boteco.

A cozinha varia diariamente criando um calendário de consumo como, a feijoada que na maioria dos botecos é feita no sábado e acaba orientando o paladar do freguês. Entre os comes e bebes petiscos, tira gosto ou PF, Chope, cerveja ou cachaça no botequim, o que importa mesmo é o paladar da comida acima da aparência e a autenticidade dos pratos para o freguês “encher o bucho”.

Peś Sujos adentro, pensando na identidade dos botequins nos anos 2000, foi criado o concurso “Comida Di Buteco” com o objetivo de resgatar os “botecos de raiz” com sua simplicidade e autenticidade. Os “bUtecos”¹⁶ selecionados para participar são aqueles em que os próprios donos trabalham diretamente no negócio, ajudado por suas famílias. Têm boa comida, possuem “alma” e histórias para contar. No concurso, cada boteco cria um petisco para participar. Em anos alternados, o “Comida di Buteco” tem um tema, que os botecos participantes devem inserir em suas receitas. O tema traz elementos da cultura brasileira, aguça a criatividade dos cozinheiros e a curiosidade do público. Público e júri dão nota de 1 a 10 para 4 quesitos: petiscos, higiene, atendimento e temperatura da bebida. O peso do júri e do público é de 50% cada, onde os votos definem um ranking dos participantes e os últimos 20% dos colocados perdem o direito de participar no ano subsequente. O público tem todo o mês do concurso para visitar quantos botecos quiser, comer, votar.¹⁷

¹⁶ Buteco com “U”, é como os mineiros chamam carinhosamente seus bares.

¹⁷ COMIDA DI BUTECO. Disponível em < <http://www.comidadibuteco.com.br/apresentacao/> > Acessado em 24 de outubro de 2017

2.2.1 Pés Limpos: o novo botequim

Com o surgimento e a expansão de cadeias de botequins em 2001, que obteve seu auge em 2006 como o Belmonte e o Informal, surge um novo conceito de botequim, os “pés limpos”.¹⁸

O novo botequim, segundo Mello (2004), é onde o consumidor, geralmente de classe média, vai com alguém que está indo ao cinema, teatro ou boate. Eles oferecem um programa, algo casual. Enquanto o velho botequim, em sua essência, oferece o cotidiano, a simplicidade, a informalidade, autenticidade e claro a carioquice. Mello acredita que a cultura do pé sujo inspirou os donos desses novos bares a valorizar o botequim como marca de consumo e peça de marketing.

Eles possuem, ainda, um cuidado com a decoração, cardápio bem elaborado, atendimento rápido e atencioso com seus garçons simpáticos, uniformes padronizados, banheiros limpos e arrumados, além de uma variedade de serviços diferenciados, como música ao vivo, o que faz com que fiquem mais caros, com taxas que o antigo “pé sujo” não possuía, como os 10% e o couvert (que é o valor cobrado pelos estabelecimentos para cobrir os custos com música ao vivo).

2.3 Surgimento do Primeiro Bar com música ao vivo.

A música ao vivo nos botequim teria surgido mediante a tantos estabelecimentos que surgiram durante a belle époque comentado no item 2.1 deste trabalho e que se tornaram remanescentes até o momento, a autora destaca o bar do Luiz por ser onde, segundo Chancel (2004) foi registrado os primeiros indícios da música ao vivo nos bares do Rio de Janeiro, além de serem pioneiros também na venda de chope da época.

¹⁸ BOGHOSSIAN, Bruno. *Botecos “pés-sujos” do Rio resistem às redes*. O Estado de São Paulo. Disponível em <

<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral.botecos-pes-sujos-do-rio-resistem-as-redes-imp-628945> > Acessado em 1 de dezembro de 2016.

Jacob Wendling, abriu seu estabelecimento na Rua da Assembléia nº 102, em 3 de janeiro de 1887, seu bar na época atendia pelo nome de "Zum Schlauch" que pode ser "A Mangueira", ou "A Serpentina", indicando o local por onde passa o chope antes de ser servido ao cliente. Jacob trouxe para trabalhar com ele seu afilhado, Adolf Rumjaneck que no decorrer no tempo teria seu nome intitulado ao estabelecimento "bar do Adolph" e posteriormente com seu falecimento "Bar do Luiz.

O alemão Adolf era conhecido pelo seu talento na queda de braço e com ele desafiava seus clientes. Ele utilizava-se do seus dotes para introduzir o chope como produto principal da casa (tendo em vista que na época não existia o hábito de se tomar cerveja nos bares). Adolf disputava na queda de braço, com quem não quisesse beber chope e se o cliente ganhasse, podia beber o que quisesse por conta da casa. Caso contrário teria que beber o chope e ainda pagar a conta. Já famoso pela queda de braço e por ser o pioneiro em chope do Rio.¹⁹ Foi também berço do "chope nacional" o espirituoso hábito de botequim de falar mal do próximo e discutir literatura, enquanto se bebe e mais do que vender a bebida, vendia-se a "forma" como esta era degustada segundo João do Rio.

Segundo Chancel (2004) é no Bar Luiz que começaram a surgir os primeiros indícios da música ao vivo nos bares do Rio. Adolf começa a contratar cantores de modinha com o intuito de chamar a atenção dos clientes e se destacar da concorrência, diante do cenário econômico da época. A prática ficou conhecida como "Chope berrante" esse nome se deu, provavelmente, pela necessidade dos cantores de se fazerem ouvir em meio ao salão do bar lotado e o intenso burburinho. Bar e música torna se um binômio perfeito segundo Vieira. É sinônimo de confraternização, comemoração, logo, onde as tristezas são esquecidas.

Assim como a música se faz presente nos bares, os bares são matéria-prima privilegiada do cancionero popular. (MENEZES, Leila Medeiros, 2009, p.4)

¹⁹HISTÓRIA DO BAR LUIZ. Disponível em <
http://www.barluiz.com.br/article.php3?id_article=88>Acessado em 29 de novembro de 2016.
Durante a pesquisa o site ficou inoperante, diante da necessidade de complementar informações foi feito contato com o estabelecimento que prontamente enviou o conteúdo do site via e-mail.

Adolf criará uma nova forma de interação entre os cliente e contribuiu para a reformulação do ambiente de botequim além de criar uma política de marketing, para Chancel o alemão foi o primeiro profissional de marketing que o Rio conheceu.

2.4 - Botecos e botequins em Maricá.

Maricá hoje possui aproximadamente 118 estabelecimentos cadastrados junto a prefeitura entre bares, quiosques e restaurantes, já em Itaipuaçu são aproximadamente 33²⁰. Por conhecimento empírico, enquanto trabalhadora do comércio de Maricá em bar e restaurante, pude observar que os bares e botequins da região de Itaipuaçu têm como característica um horário específico. Sendo assim, mesmo aberto desde às 18h o movimento dos estabelecimentos da região começa a partir das 21h e atinge seu auge com todas as mesas sentadas entre 0h e 1h da madrugada nos finais de semana, esse horário de movimento parece ser algo bem característico da região e relatado pelos donos dos estabelecimentos, a grosso modo, o que acontece é que os os frequentadores que trabalham nos grandes centro como o Rio de Janeiro e vêm do trabalho direto para o seu boteco favorito tendem a chegar por volta das 21h, enquanto aqueles que preferem chegar em casa para, posteriormente, sair novamente costumam chegar ao botequim próximo das 0h, esse movimento no verão é intensificado com a chegada da alta temporada e com ela os veranistas. Muitos destes estabelecimentos trabalham com petiscos, peixes e frutos do mar frescos que são bem característicos da região.

Em sua grande maioria, tais bares trabalham com música ao vivo. Durante a pesquisa etnográfica agregada ao conhecimento empírico e entrevista informal realizada em 17 de novembro de 2017 com 4 donos de estabelecimentos da região, Toca do Mau, Botekito das Meninas, Andrezão e Boteco Altas Horas, pudemos observar que a música é muito forte nesta área e nenhum dos donos dos estabelecimentos declarou cobrar couvert artístico, alegando que na região essa prática não é bem vista pelos cliente e que nenhum dos estabelecimentos cobra esta taxa, arcando a casa com todos os gastos relacionados aos músicos.

²⁰ MUNICÍPIO DE MARICÁ. Secretaria de Turismo. Dados coletados em 21 de novembro de 2017

O proprietário do bar Andrezão declarou que tentou implementar a prática, mas sem êxito. Todos os responsáveis dos estabelecimentos citados confirmaram fazer a contratação dos músicos de maneira informal e verbal “na palavra”, garantindo que na região não há contrato formal para a contratação dos mesmos. Dois destes estabelecimentos, Toca do Mau e Andrezão, expressaram interesse de que houvesse uma formalização da maneira como se dá a contratação dos músicos, mas que tentaram implementar mas que também não obteve êxito. Ainda assim os proprietários do Toca do Mau e do Botekito das meninas informaram que mesmo em caso de chuva ou casa vazia mantêm a música para que o músico não perca a data pré-agendada. Todos os proprietários informaram garantir a alimentação do músico e bebidas.

CAPÍTULO 3

A RELAÇÃO DE TRABALHO DO MÚSICO EM ITAIPUAÇU

3.1 Músicos sua valorização e remuneração.

Com a chegada dos novos bares, o artifício criado por Adolf para agregar clientes e compor ambiência do botequim passa a ser cada vez mais utilizado, gerando também novas relações entre os estabelecimentos e a música e, conseqüentemente, com os músicos que passaram a ter o bar como fonte de renda. Essa relação de donos de estabelecimentos e músicos tem causado desentendimentos e abriu espaço para a discussão quanto à valorização da profissão de músico de bar e sua contratação.

Requião 2008 afirma que a atividade musical está diretamente ligada ao dom e talento e é o que distingue o músico dos demais seres humanos “não artistas”. Esta mesma relação é também o que oculta todo o processo de trabalho realizado pelo músico, desde seu aprendizado até o momento em que o público consome seu trabalho. Desta forma, a apresentação dos músicos tende a ser vista como o trabalho em si, ou seja, como se para a realização do mesmo não fosse necessário nenhum trabalho laboral anterior. Essa ideia é o que, segundo Requião 2008, contribui para a fetichização do artista, como um ser com capacidades extraordinárias, o que elimina o músico de suas necessidades humanas, de forma que a atividade do mesmo não seja entendida como um trabalho dentro da lógica de produção capitalista.

Quanto às relações de produtividade capitalista que se relacionam com os músicos Requião 2008 citando Marx considerava:

...que uma cantora que vende a voz por conta própria é uma trabalhadora improdutiva ao capital. “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” (MARX e ENGELS, 1986, p.34). Dessa forma, os músicos podem ser produtivos e improdutivos num mesmo dia. Produtivo quando atua em uma casa de shows, por exemplo, e tem que deixar parte do couvert artístico para essa casa, e improdutivo, quando vende um serviço diretamente para o consumidor,

como é o caso das aulas particulares, por exemplo.” (REQUIÃO, Luciana pires de sá. 2008,p 138.)

Mesmo com a regulamentação e com regras específicas para a profissão de músico a informalidade é cada vez mais comum nesse mercado de forma que muitos músicos trabalham como autônomos e em diversas funções de sua produção. Houve um tempo em que o músico era um trabalhador assalariado geralmente contratado pela gravadora, orquestra, televisão ou rádio. Porém, hoje, quando existem contratos eles são temporários, o que torna a relação entre os donos dos estabelecimentos e os músicos ainda mais frágeis.

Esses laços são estremecidos principalmente quando é tratada a carga horária do músico que, segundo a lei 3857 art. 41²¹, não deverá exceder 5 horas (excetuando os casos previstos na Lei), e que o tempo destinado aos ensaios deverá ser computado como período de trabalho. Porém, alguns músicos assumem ainda:

uma certa indisciplina em relação ao tempo de show e o desrespeito à sua classificação vocal. Justificaram isso pelo envolvimento com o público, cuja demanda de esticar o show é sentida como uma prova de apreciação, e pela tentativa de inserção no mercado a qualquer custo, ou até pela necessidade financeira imediata. Um exemplo extremo foi o de um cantor que trabalhou seis horas ininterruptas em condições inadequadas, em ambiente aberto e sem amplificação compatível. A pressão financeira propicia a aceitação de condições de trabalho desfavoráveis.. (Cintra, Lillian de Moura Borges,2013.p.108.)

Cintra 2013 também encontrou relatos em sua pesquisa sobre a frustração acerca da tendência dos donos de bar de tentar prolongar a duração dos shows além do tempo previamente combinado, usando, às vezes, pressão do público no fim do show.

²¹ PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Lei 3857 | Lei nº 3857, de 22 de dezembro de 1960. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L3857.htm. Acessado em 20 de novembro de 2017.



Figura 8²²

O Artigo 48 da mesma lei ainda prevê que o tempo em que o músico estiver à disposição do empregador, mesmo que ocioso, também será considerado tempo de trabalho. Neste caso, o tempo de passagem de som (tempo em que os técnicos ajustam o som antes da apresentação) que os músicos ficam à disposição também deveriam ser computados, mas têm sido desconsiderados, segundo Requião 2008. Mediante a passagem de som, uma queixa percebida por Cintra 2013, que faz com que os os artistas se sintam desrespeitados em sua profissão, seria o fato de “que o técnico só atende a contragosto as instruções do cantor durante a passagem de som e, antes do show começar, repõe os ajustes na mesa de som de acordo com suas próprias opiniões, sem informá-lo. Este, ao iniciar a apresentação, é surpreendido pela configuração e se vê obrigado a sobrepor-se aos instrumentos de maneira que prejudica sua voz e fere sua sensibilidade musical.” (Cintra, Lilian de Moura Borges,2013.p.109)

Segundo Requião 2008 ao citar Coli 2006 é que um dos artifícios dos empresários para convencer os músicos a se submeterem a condições adversas de

²² Apresentação de música ao vivo no Quintal Bar e Bistrô em 05 de maio de 2017. Foto: Bruno Figueiredo

trabalho é que, quando não se tem a garantia de remuneração existe a crença de que posteriormente um público seria formado e o músico gratificado, assim utilizando-se também das relações de amizade, sacrifício e interesse os donos dos estabelecimentos, obtendo o máximo do usufruto da força de trabalho do músico. Este caso dá-se principalmente em casas que trabalham com couvert artístico.

3.2 Couvert artístico, sua legalização e remuneração dos músicos.

O couvert artístico é um valor que é cobrado pelo estabelecimento no final da conta do bar/restaurante quando existe apresentação ao vivo na casa. Porém, em alguns lugares, o couvert é visto com antipatia por grande parte do público e, desta forma, há bares e restaurantes que não a cobram para não espantar os clientes e fechar as portas para uma parcela importante dos consumidores, já que a maioria das pessoas ainda reclama e não enxerga este tipo de prática com bons olhos. Em contrapartida, esse valor é uma forma dos donos dos estabelecimentos “dividirem” os gastos referente à apresentação dos músicos com seus clientes. Para o estabelecimento é uma forma de obter recursos e atrair mais músicos, além de atrair uma clientela assídua procura por esse tipo de entretenimento²³.

A cobrança do couvert artístico é regulamentada pela lei 4075/03. A disposição da lei permite a prática da cobrança e obriga os estabelecimentos a expor em placas de maneira clara e bem visível dentro dos padrões do artigo 1 com o valor, horário e programação. A lei prevê ainda em seu artigo 2 punição ao estabelecimento que descumprir as exigências do artigo 1 inicialmente sob a pena de multa, suspensão temporária do alvará por no máximo 30 dias, podendo chegar a cassação do alvará de funcionamento.²⁴

²³ CURSOS IPED. Couvert artístico vale a pena para bares e restaurantes? Disponível em <<https://www.iped.com.br/materias/gestao-e-lideranca/couvert-artistico-vale-pena-bares-restaurantes.html>> Acesso em 14 de novembro de 2017.

²⁴ ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Lei 4075/03 | Lei nº 4075, de 06 de janeiro de 2003. Disponível em <<https://gov-rj.jusbrasil.com.br/legislacao/136289/lei-4075-03>> Acesso em 22 de novembro de 2017.

Com o caminho aberto para a cobrança a grande discussão sobre este tipo de prática gira em torno da remuneração do músico quando se dá esta prática de repasse do couvert ou cachê fixo. Requião (2008) afirma que em ambas as formas de contratação do trabalho, tanto as informais quanto as formais são questionadas por parte dos músicos. Quando pago através de porcentagem sobre o couvert artístico (essa porcentagem é variável de acordo com o contratante, nas casas observadas, as porcentagens variaram de 40% a 70% do preço cobrado ao público) se reclama da impossibilidade de se prever o valor a ser pago. Quando o valor é fixo e pago através da nota contratual (contrato temporário), os questionamentos giram em torno dos impostos pagos (o INSS), que estaria diminuindo o valor do trabalho.

A maioria das casas observadas por Requião (2008) utiliza o que eles entendem como uma “parceria” entre empresários e músicos, através da divisão do “lucro” obtido com a cobrança do couvert artístico. Nesse caso, quanto maior é o público pagante maior seria o preço pago pelo trabalho dos músicos. Por outro lado, se não houver público não há remuneração.

Em geral, as casas que utilizam esse sistema de pagamento por couvert artístico não têm um grande fluxo de público e, apesar de oferecer como produto principal a música ao vivo, condicionam o preço a ser pago por essa força de trabalho ao tamanho do público pagante. O que ocorre é que independente de haver ou não público pagante ao menos as duas primeiras etapas do processo de trabalho são cumpridas (elaboração de repertório e passagem de som). Além disso, com a cobrança do couvert e o pagamento através de porcentagens atrelado ao número de público pagante a possibilidade de margem de lucro do empregador é sem limites.(REQUIÃO, Luciana pires de sá. 2008.p.184)

Desta forma, pagamento por couvert é conveniente ao empregador quando a frequência do público é incerta, por outro lado se torna extremamente inconveniente quando a casa atrai grande número de público pagante, o que conseqüentemente aumentaria a remuneração do músico.

Já nas casas que possuem uma grande circulação de público como no Rio Scenarium pesquisado por Requião (2008) o cachê dos músicos é fixado no valor de R\$2.000,00 nos dias de semana e R\$ 3.000,00 nos finais de semana independente do número de múscoos que vão se apresentar. Desta forma a

diferença entre o valor cobrado pelo ingresso ao público e o valor pago aos músicos fica como lucro para a casa, podendo chegar a diferenças astronômicas. Esta casa ainda possui o cuidado de não permitir que músicos trabalhem por mais de 10 dias consecutivos para não configurar o vínculo empregatício. Depois de algumas apresentações (geralmente quatro dias consecutivos) entram numa espécie de “quarentena”, só voltando a atuar na casa após esse período de quarenta dias.

Segundo Requião (2008), nas demais casas a apresentação dos músicos é agendada para uma única apresentação, por um final de semana ou de forma regular (todo final de semana ou de quinze em quinze dias, o que segundo a Lei 3857, que rege o trabalho do músico, configura vínculo empregatício). Porém não há fiscalização e as reclamações trabalhistas por parte dos músicos são raras.

3.3 A pesquisa de campo

Com o intuito de aferir como se dá a produção de shows com música ao vivo nos bares do município, mais especificamente na região de Itaipuaçu, de que forma o pagamento dos artistas acontece e como isto impacta na produção e na rotina profissional dos próprios artistas, foi elaborado um questionário com 12 perguntas que tratam das questões gerais da profissão de músico, como renda, região em que atuam, como se sentem reconhecidos e se relacionam com a questão do *couvert* artístico. Este questionário foi enviado via internet a 25 músicos, homens e mulheres, de 18 a 50 anos, que tocam e cantam nas principais casas de Itaipuaçu. Obtivemos 10 respostas.

No que diz respeito à renda, 60% dos músicos declararam que possuem renda fixa e utilizam a música como complementação de renda, para 30% a música é a principal fonte de renda, para 10% a música faz uma grande diferença na renda familiar, ainda que não seja sua principal fonte. Esse dado caminha com a ideia de Requião (2008) de que hoje o músico tem a necessidade de trabalhar em outros setores da produção musical, como dar aulas, pois a música não é suficiente para o seu sustento, de forma que, neste caso, a música é que vira a complementação da renda.

Quanto às regiões em que atuam dentro do estado do Rio de Janeiro, 70% dos músicos que tocam em Itaipuaçu se apresentam também em Niterói e Rio de Janeiro (o músico que declarou tocar apenas em Niterói e no Rio e outros estados foi considerado neste grupo), 20% fazem shows apenas em Maricá e Itaipuaçu, 10% se apresentam também na região serrana do Rio. O que dialoga com a ideia de Figueiredo (2010) de que os músicos que atuam nesta região não procuram um isolamento permanente, pois é nos grandes centros que aprimoram suas técnicas e escoam seus trabalhos.

Quanto ao reconhecimento dos estabelecimentos diante aos músicos 40% dizem não se sentir reconhecido e se sentem explorados ... 20% se consideram bem remunerados (os 10% que se consideram bem remunerados pois se produzem e escolhem a casa em que não tocar, foram considerados neste grupo), 10% entendem que os estabelecimentos "...reconhecem o trabalho do músico, mas que não podem pagar por trabalhos diferenciados". As respostas que continham "+ ou -", "poucos reconhecem" e "depende do lugar" foram consideradas no mesmo grupo que soma 30%.

Diante da média de cachê para a região de Itaipuaçu foram apontados os seguintes valores por músico: 30% dos músicos indicam R\$100,00, 30% indicam R\$300,00, 20% indicam R\$200,00, 10% R\$250,00 e os outros 10% indicam R\$150,00, o que gera indicativos muito abaixo do valor estabelecido pela tabela do Sindmusi que seria R\$ 583,00 por apresentação²⁵.

Ao serem questionados sobre tocar apenas pelo couvert artístico, 60% declaram não se apresentar apenas pelo couvert, 30% concordam em tocar pelo couvert artístico desde que do dono do estabelecimento garanta um valor mínimo e 10% declarou aceitar tocar apenas pelo couvert artístico.

Todos os entrevistados concordam que se apresentar apenas pelo couvert artístico é um risco.

²⁵ SINDICATO DOS MÚSICOS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Tabela de cachê por apresentação o Sindicato dos músicos . Disponível em <<http://www.sindmusi.org.br/site/texto.asp?iidSecaoPai=11&iidSecaoSelec=26>> Acesso em 23 de outubro de 2017.

Dos entrevistados, 90% dos entrevistados entendem que quando o cliente paga o couvert artístico é uma forma de valorizar o seu trabalho em quanto músico e 10% não.

Dentre os fatores que mais levam os donos dos estabelecimentos a desmarcarem as datas pré-agendadas, 80% dos músicos concordam que a chuva é o principal motivo, 10% acreditam que shows de grande porte em regiões próximas à Itaipuaçu são o principal motivo e outros 10% declararam desconhecer o motivo dos donos de botequim desmarcarem as datas pré-agendadas.

Quando um dono de estabelecimento desmarca um show pré-agendado, 90% dos músicos entendem que interfere diretamente em sua rotina profissional, pois deixam de marcar outro show e, conseqüentemente, não recebem pelo show desmarcado, já 10% declaram que se o show for desmarcado com 3 dias de antecedência há tempo hábil para conseguir outro local para se apresentar.

Referindo-se à possibilidade de um contrato de prestação de serviços artísticos que garanta ao músico um percentual do cachê ou valor fixo no caso de desistência por parte do estabelecimento, 90% dos músicos consideram viável contra 10% que não consideram.

Diante das dificuldades enfrentadas pelos músicos para se estabelecer profissionalmente nesta região, 70% entendem que o valor do cachê é o principal motivo, 10% declaram que têm dificuldades em conseguir um lugar para tocar, 10% declaram não ter dificuldades e outros 10% responderam desta forma: “um número grande de músicos se prostituindo para não deixar de trabalhar, enquanto você pede ‘300’ de cachê, outro vem e pede ‘150’. Isso é o que vem acontecendo na região e atrapalha quem se valoriza.”

Quanto à confiabilidade dos músicos para com os estabelecimentos referente ao repasse do couvert artístico quando é acordado, 50% dos músicos declaram confiar que os estabelecimentos repassam integralmente o valor arrecadado, 10% acreditam que os donos dos estabelecimentos sempre ficam com uma parte do valor (as respostas de entrevistados que indicaram “normalmente, independente da região, o estabelecimento fica com um percentual do cachê, variando de acordo com as regras da casa. Em alguns estabelecimentos, chega a ser de 50%” e, ‘às vezes’, não”) também foram consideradas neste grupo, somando 30% os que

declararam não confiar no repasse integral foram 10% e outros 10% responderam fora dos padrões.

Dos 10 entrevistados 3 contribuíram ainda com os seguintes comentários:

“Já trabalho a um bom tempo com contrato, forma que encontrei de assegurar tanto o lado do músico como o lado do contratante! E por essa razão, muitos deixam de contratar!”

“Acredito que um valor mínimo, considerável e coerente para ambos contratante e contratado seja algo acima de 100,00”

“Acho que a ganância dos donos de estabelecimento atrapalha o crescimento profissional do músico e é desmotivador. Trabalhamos muito em casa ou estúdio para atualizar e manter o nosso repertório agradável e ensaiado para agradar o público que consome mais e durante mais tempo por nossa causa e não somos reconhecidos por isso. O que é um absurdo. O ideal seria contrato de trabalho temporário ou couvert obrigatório com avisos visíveis no estabelecimento informando isso.”

CONCLUSÃO

Vimos que a informalidade na profissão de cantor de barzinho é muito comum e, em Itaipuaçu, não é diferente. Conforme relato dos donos dos estabelecimentos em pesquisa informal, nesta área a contratação dos músicos se dá de maneira informal, confiando “na palavra” sem contrato. Com isso, os cachês desta região oscilam entre R\$ 100 e R\$300²⁶, um valor bem abaixo da tabela do Sindmusic, que ocasiona dificuldades aos músicos quanto a estabelecerem um valor justo de cachê²⁷. Esta dificuldade foi relatada durante a pesquisa da seguinte maneira por um entrevistado: *“um número grande de músicos se prostituindo pra não deixar de trabalhar. Enquanto vc pede 300 de cachê, outro vem e pede 150. Isso é o que vem acontecendo na região e atrapalha quem se valoriza.”*; além de garantir a vulnerabilidade dos direitos dos músicos enquanto trabalhadores, pois este cachê é relacionado apenas ao momento da apresentação e não ao tempo em que o músico fica à disposição, como citado anteriormente.

O que acontece na região é que 60% dos músicos têm a música como um complemento da renda²⁸. Uma vez que os vencimentos não são suficientes para o seu sustento, o músico precisa trabalhar não só em outros setores da produção musical, dando aula por exemplo como constata Requião 2008, mas também em outras áreas do mercado de trabalho.

Sem a formalização, os cancelamentos de shows que ocorrem principalmente por conta das intempéries, neste caso as chuvas²⁹, não oneram em nada para os contratantes, mas os cantores deixam de ganhar pela data desmarcada, o que influencia diretamente na rotina profissional dos músicos, segundo 90% dos músicos entrevistados³⁰. Durante a entrevista informal, dois dos donos de estabelecimentos demonstraram interesse em realizar contratação dos

²⁶ Vide gráfico 4

²⁷ Vide gráfico 11

²⁸ Vide gráfico 1

²⁹ Conforme os dados da pesquisa 80% dos músicos entrevistados relatam que o principal motivos dos donos dos estabelecimentos desmarquem datas agendadas são as chuvas. Vide gráfico no anexo.

³⁰ Vide gráfico 9

músicos por contrato de prestação de serviços e por sua vez 90%³¹ dos músicos consideram viável este tipo de contratação. Pelos dados adquiridos com esta pesquisa e por conhecimento empírico, a região de Itaipuaçu parece querer se estruturar e desenvolver enquanto a esta formalização, porém falta organização entre contratantes e contratados.

Sendo assim, partindo do âmbito da Produção, os músicos, por sua vez, agregam outra função além da função principal de se apresentar e a laboral exercida antes da apresentação, que é a de se produzirem. Os músicos desta região de uma forma geral, por conhecimento empírico, selecionam onde vão tocar, negociam cachê com os donos dos estabelecimentos, negociam o que será oferecido a eles mesmos durante a apresentação, fecham datas, ou seja, exercem também a função de produtor, o que, apesar de sobrecarregar o músico, é uma forma de ganhar mais financeiramente, como pode ser observado diante da seguinte resposta de um entrevistado: “sou bem remunerado porque não toco em qualquer casa. Nem todos os estabelecimentos sabem dar o devido valor ao trabalho. Então, o trabalho de seleção fica por minha conta.”³². Assim a produção local fica prejudicada, uma vez que se torna flutuante, tendo em vista que alguns músicos estão dispostos a ganhar menos para não deixar de trabalhar, como citado anteriormente.

Por outro lado, durante a pesquisa etnográfica e por conhecimento empírico adquirido durante a pesquisa de campo, foi constatado que os botecos de Itaipuaçu não cobram couvert artístico. Sendo assim, os estabelecimentos absorvem todo o valor gasto com a apresentação dos músicos e, com isso, não conseguem pagar ao músico o cachê regulamentado pelo Sindmusic ou mais próximo ao valor de mercado.

Desta forma, por conhecimento empírico, enquanto proprietária de bar, torna-se ao pequeno estabelecimento custoso arcar com todos os gastos relacionado à música sem o auxílio financeiro da taxa do couvert artístico, mediante a todos os demais gastos de um estabelecimento, tais como aluguel, luz, funcionários, legalização, enfim todos os gastos que garantem a funcionalidade de

³¹ Vide gráfico 10

³² Vide gráfico 3

um estabelecimento legal. Podemos constatar esta informação com a seguinte resposta de um entrevistado: “sim, reconhecem, mas não podem pagar o valor de mercado para trabalhos diferenciados”³³. Assim, a taxa do couvert nesta região iria contribuir para que o estabelecimento conseguisse ajustar um valor de cachê mais justo e compatível com o mercado ao trabalho do músico.

³³ Vide gráfico 3

ANEXOS

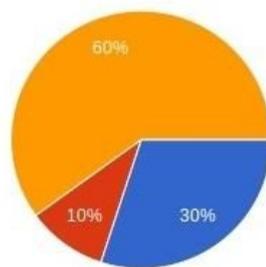
Gráficos da pesquisa com os músicos.

Gráfico 1:

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

A música é sua principal fonte de renda?

10 respostas



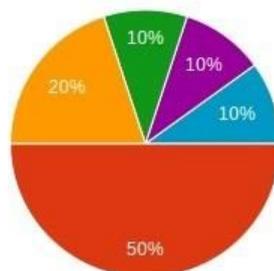
- Sim, vivo da musica.
- Sim, tenho emprego fixo mas a musica é um grande diferencial em minha renda.
- Não, tenho emprego fixo e uso a musica apenas como renda complementar.

Gráfico 2:

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

Você costuma tocar em outras regiões do Estado do Rio?

10 respostas



- Sim, região dos lagos.
- Sim, Niterói e Rio de Janeiro.
- Não, apenas em Itaipuaçu e maricá.
- Pouco em Niterói
- Rio, Marica, Regiao Serrana e Regiao dos lagos
- Sou de Cascadura e toco no Grande Rio, esporadicamente em Niterói e Maricá. Algumas vezes no interior de São Paulo também

Gráfico 3:

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

Você entende que os donos de estabelecimentos reconhecem o seu trabalho enquanto músico?

10 respostas

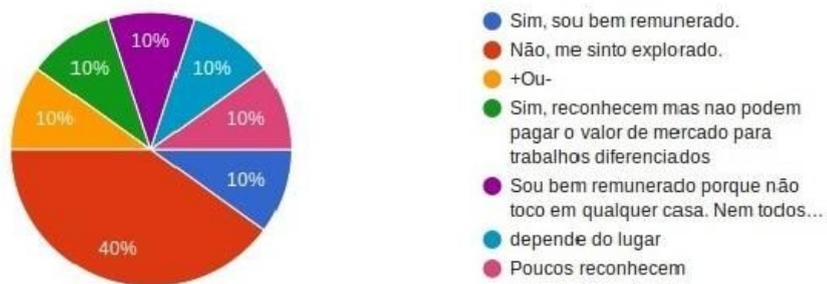


Gráfico 4:

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

Qual a média de valor do cachê na região de Itaipuaçu por músico?

10 respostas

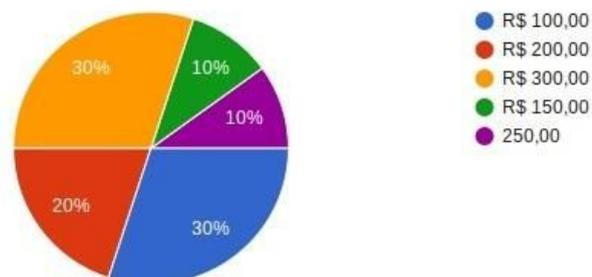


Gráfico 5:

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

Você toca apenas pelo couvert?

10 respostas

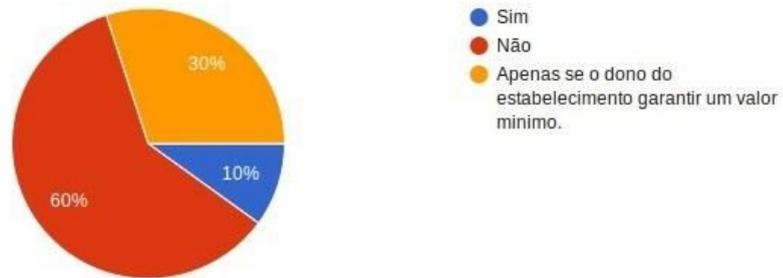


Gráfico 6:

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

Tocar apenas pelo couvert, é considerado um risco?

10 respostas



Gráfico 7:

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

Acredita que quando o cliente paga o couvert artístico é uma maneira de valorizar o seu trabalho?

10 respostas

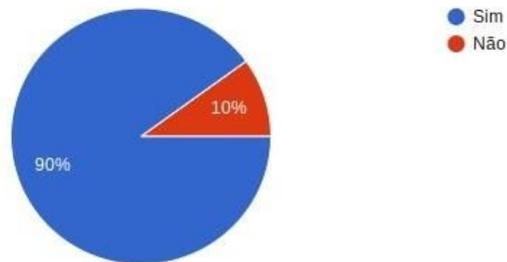


Gráfico 8 :

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

Qual o fator que mais levam os donos de estabelecimentos em Itaipuaçu à desmarcarem as data pré agendadas?

10 respostas

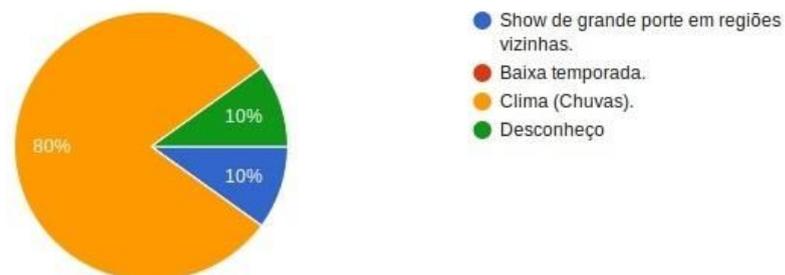
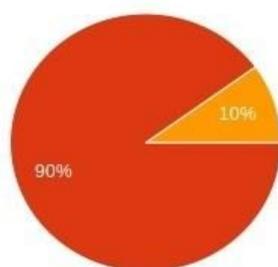


Gráfico 9 :

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

Quando um dono de estabelecimento desmarca um show pré agendado, de que maneira interfere em sua rotina profissional?

10 respostas



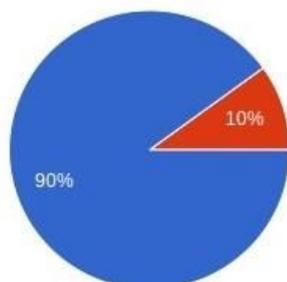
- Não interfere pois, substituo a data deste show por outro facilmente.
- Interfere diretamente pois, deixo de marcar outro show e consequentemente não recebo pelo desmarcado.
- Depende de quanto tempo antes ele desmarca. Com uns três dias antes, consigo outro local se for uma sexta ou sábado.

Gráfico 10:

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

Considera viável um contrato de prestação de serviços artísticos que garanta ao músico um percentual do cachê acordado ou valor fixo em caso de desistência do estabelecimento?

10 respostas



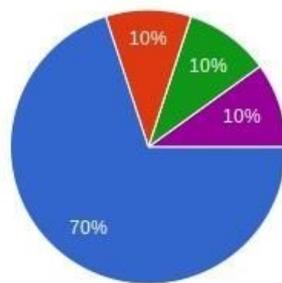
- Sim
- Não

Gráfico 11:

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

Qual a maior dificuldade encontrada pelos músicos para se estabelecerem profissionalmente nesta região?

10 respostas



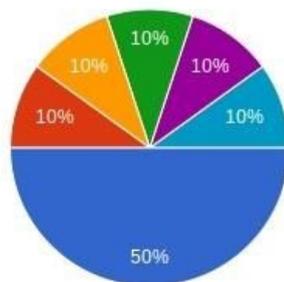
- O valor do cachê.
- Conseguir lugar para tocar.
- O grande numero de shows desmarcados pelo estabelecimento.
- Não tenho dificuldades, tem show todo fim de semana. E os shows desmarcados só acontece em cas...
- Um número grande de músicos se prostituindo pra não deixar de trabalhar. Enquanto vc pede 300 d...

Gráfico 12:

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

Quando acordado o couvert artístico, você confia que os donos dos estabelecimentos o repassam integralmente o valor arrecadado?

10 respostas

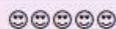


- Sim
- Não
- Acredito que eles sempre ficam com uma parte do valor.
- Normalmente, independente da região, o estabelecimento fica com um percentual do cachê! Variando...
- Em caso de dúvidas, incluir o couvert na conta dos clientes e mostrar via...
- As vezes não

Questionário sobre musica ao vivo e couvert artístico em Itaipuaçu.

Caso queira acrescentar comentários ou sugestões sobre o tema:

4 respostas



Já trabalho a um bom tempo com contrato, forma que encontrei de assegurar tanto o lado do músico como o lado do contratante! E por essa razão, muitos deixam de contratar!

Acredito que um valor mínimo, considerável e coerente para ambos contratante e contratado seja algo acima de 100,00

Acho que a ganância dos donos de estabelecimento atrapalha o crescimento profissional do músico e é desmotivador. Trabalhamos muito em casa ou estúdio para atualizar e manter o nosso repertório agradável e ensaiado para agradar o público que consome mais e durante mais tempo por nossa causa e não somos reconhecidos por isso. O que é um absurdo. O ideal seria contrato de trabalho temporário ou couvert obrigatório com avisos visíveis no estabelecimento informando isso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMORIM, CLAUDIA PELUFFO. *Maysa, musa da dor de cotovelo e uma das maiores vozes da bossa nova*. Disponível em <
<http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/maysa-musa-da-dor-de-cotovelo-uma-das-maiores-vozes-da-bossa-nova-1-19445477>> Acessado em 10 de outubro de 2017

BOGHOSSIAN, Bruno. *Botecos "pés-sujos" do Rio resistem às redes*. O Estado de São Paulo. Disponível em <
<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral.botecos-pes-sujos-do-rio-resistem-as-redes-imp-.628945> > Acessado em 1 de dezembro de 2016

CHALHOUB, Sidney. *Trabalho, lar e botequim: o cotidiano dos trabalhadores no Rio de Janeiro da Belle Époque*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

CHANCEL, Cristina. *A Cidade detrás do balcão*. In: CHANCEL et al. *Rio Botequim: 50 bares e botequins com alma carioca*. 6º ed. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2004.p.136

CÍCERO. Não basta conquistar a sabedoria, é preciso usá-la. *Estórias da História*. Disponível em <
<http://estoriasdahistoria12.blogspot.com.br/2013/10/as-transformacoes-na-vida-urbana-o.html> > Acessado em 15 de outubro de 2017

CINTRA, Lilian de Moura de Borges. *O contexto ambiental e profissional do cantor da noite*. Dissertação (Mestrado em Ciências Ambientais e Saúde). Pontifícia Universidade Católica, PUC, Goiás, 2013.84p.

COMIDA DI BUTEÇO. Disponível em <
<http://www.comidadibuteco.com.br/apresentacao/> > Acessado em 24 de outubro de 2017

CURSOS IPED. *Couvert artístico vale a pena para bares e restaurantes?* Disponível em <
<https://www.iped.com.br/materias/gestao-e-lideranca/couvert-artistico-vale-pena-bares-restaurantes.html>> Acesso em 14 de novembro de 2017.

DELUIZ, Nei. Espaço Mogenlicht, *O Rio que queria ser Paris*. Rio de Janeiro 2017. Disponível em <
<https://espacomorgenlicht.wordpress.com/2013/09/02/o-rio-que-queria-ser-paris/> > Acessado em 23 de outubro de 2017

DI BRANCO, ARTISTA PLÁSTICO. Disponível em <
<http://dibranco.blogspot.com.br/p/biografia.html> > Acessado em 10 de outubro de 2017

ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Lei 4075/03 | Lei nº 4075, de 06 de janeiro de 2003. Disponível em< <https://gov-rj.jusbrasil.com.br/legislacao/136289/lei-4075-03> > Acesso em 22 de novembro de 2017

FIGUEIREDO, Bruno da Silva. *Os territórios do segmento artístico em Maricá*. Trabalho de graduação (Graduação em Geografia). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ, São Gonçalo, RJ,2010.86p.

FREIRE, Désireé Guichard. *O lugar das classes médias em Maricá*. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal Fluminense, UFF, Niterói, RJ, 2001.27p.

HISTÓRIA DO BAR LUIZ. Disponível em <
http://www.barluiz.com.br/article.php3?id_article=88 >Acessado em 29 de novembro de 2016.

IBGE, CIDADES. Censo demográfico, Maricá, 2017. <<https://cidades.ibge.gov.br/painel/populacao.php?lang=&codmun=330270&search=rio-de-janeiro|marica|infogr%E1ficos:-evolu%E7%E3o-populacional-e-pir%E2mide-et%E1ria>> Acessado em 23 de outubro de 2017

IBGE, BRASIL. Perfil das cidades. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=330270&search=rio-de-janeiro|marica|infograficos:-informacoes-completas> >. Acesso em 10 outubro 2017.

IPIRANGA, Ana Sílvia Rocha. *A cultura da cidade e os seu espaços intermediários: os bares e os restaurantes*.Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, SP. In. Revista de Administração Mackenzie,V11, 2010.91p.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. *Festa no pedaço cultura popular e lazer na cidade*. 3.ed.São Paulo: Hucitec,2003.

MAPA DE CULTURA RJ. Disponível em <
<http://mapadecultura.rj.gov.br/manchete/madeleine-colaco> > Acessado em 10 de outubro de 2017

MARICÁ ANTIGO disponivel em <
<https://www.facebook.com/maricaantigo/photos/a.1454642938080689.1073741828.1454638378081145/1455187624692887/?type=3&theater> > Acessado em 04 de dezembro de 2017

MARICÁ 200 ANOS: CONHEÇA UM POUCO DA HISTÓRIA DO BAIRRO DE ITAIPUAÇU. Disponível em <
<https://leisecamarica.com.br/marica-200-anos-conheca-um-pouco-da-historia-do-bairro-de-itaipuacu/>> Acessado em 04 de dezembro de 2017

MELLO, Paulo Thiago de. *Pé-sujo, o butequim no seu estado mais puro*. In: SOUZA et al. Rio Botequim: 50 bares e botequins com alma carioca. 6º ed. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2004.p.136

MENEZES, Leila Medeiros. *Os bares da vida: Espaços de sociabilidade e de construção Poética* In: XII Congresso Nacional de Linguística e Filologia, 15, 2008, Rio de Janeiro. Universidade Estadual do Rio de Janeiro, UERJ. CiFEFiL, 2009.128p.

MUNICÍPIO DE MARICÁ. Lei Complementar nº 207, de 16 de junho de 2010, que fixa a divisão, denominação e respectiva delimitação dos Distritos e dos Bairros, do Município de Maricá. Disponível em <<http://www.marica.rj.gov.br/mapa-de-marica/>> Acessado em 03 de dezembro de 2017

MUNICÍPIO DE MARICÁ. Secretaria de Turismo. Dados coletados em 17 de novembro de 2017.

PASSOS, Fernanda ; Mariana Gouvêa; Raphael Tosti; Rodrigo Polito .*O novo Flâneur*. Pontifícia Universidade Católica, PUC, Rio de Janeiro. In. Revista Eclética, 2003.5p.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Lei 3857 | Lei nº 3857, de 22 de dezembro de 1960. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L3857.htm. Acessado em 20 de novembro de 2017

PORTAL EDUCAÇÃO. *História dos bares*. Disponível em <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/historia-dos-bares/17824> Acessado em 17 de outubro de 2017

POUSADA PANCHO.MAPA DE MARICÁ disponível em <
<http://pousadapancho.blogspot.com.br/p/mapa-de-marica.html>> Acessado em 07 de dezembro de 2017

REQUIÃO, Luciana Pires de Sá. *“Eis aí a Lapa...”: Processos e Relações de trabalho do músico nas casas de shows da lapa*. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade Federal Fluminense, UFF, Niterói, RJ, 2008.256p.

RIO DE JANEIRO MAPAS. Disponível em <
<https://pt.map-of-rio-de-janeiro.com/munic%C3%ADpios-mapas/maric%C3%A1-munic%C3%ADpio-mapa>> Acesso em 1 de novembro de 2017.

SINDICATO DOS MÚSICOS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Tabela de cachê por apresentação o Sindicato dos músicos . Disponível em <
<http://www.sindmusi.org.br/site/texto.asp?iidSecaoPai=11&iidSecaoSelec=26>> Acesso em 23 de outubro de 2017.

SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.

SOUZA, Fernando Gralha. *A belle époque carioca: Imagens da modernidade na obra de Augusto Malta*. Dissertação (Mestrado em História). Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF, Juiz de Fora - MG, 2008.162p.

VIEIRA, Marceu. *Batuque na mesa*. In: VIEIRA et al. *Rio Botequim: 50 bares e botequins com alma carioca*. 6° ed. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2004.p.13