



Músico e professor: motivações de um guitarrista para abrir uma escola de música alternativa

Caio Felipe G. Mourão

Universidade de Brasília – UnB. caiomourao@gmail.com

Resumo: Esse texto traz a trajetória de Marcelo Barbosa, guitarrista e professor de música em Brasília, procurando relacionar os motivos pelos quais decidiu abrir sua própria escola de música alternativa, o *GTR Instituto de Música*, com duas unidades em Brasília e uma em Florianópolis. Para isso, três vertentes teóricas principais dialogaram entre si: a musicologia, a sociologia, e a administração, e a metodologia utilizada foi o estudo de caso etnográfico, em virtude do pesquisador ter pouco controle sobre os acontecimentos, e o foco se encontrar em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real, além de utilizar a técnica da observação participante, sustentada pela entrevista, e norteadas pelos princípios básicos da relativização e do estranhamento. Concluiu-se que sua decisão se baseou na sua vivência na área de interesse, na não aceitação de suas opiniões por parte do seu antigo “patrão”, e na proposta de diferenciar-se de outras escolas por sua qualidade na prestação dos serviços.

Palavras-chave: Marcelo Barbosa, guitarrista, escola de música alternativa, GTR Instituto de Música.

1. Introdução

Este artigo visa compreender por que um guitarrista brasileiro decidiu montar uma escola de música alternativa que hoje conta com três unidades, sendo duas na cidade de Brasília e uma em Florianópolis.

Como referencial teórico, três vertentes principais dialogaram entre si: a musicologia, especialmente a etnomusicologia e educação musical, a sociologia das emoções, e a administração. O procedimento metodológico escolhido para esse artigo, foi o estudo de caso etnográfico, pois, segundo Yin (2005, p.19), os quatro requisitos estipulados foram atendidos: 1) além da pergunta característica iniciada pelo *por que*, 2) não havia controle sobre os acontecimentos, 3) por serem fenômenos contemporâneos ainda pouco documentados, e 4) pelo objeto ser singular, ou seja, bem diferente de seus pares. Além disso, utilizou-se a técnica da observação participante, sustentada pela entrevista, e norteadas pelos princípios básicos da relativização e do estranhamento, típicas do método etnográfico.



2. Escolas de música alternativas

De acordo com Silva (1995), para que uma escola seja considerada, precisa atender aos seguintes requisitos:

- 1) **Ser exclusivamente particular**, não possuindo nenhum vínculo direto ou indireto com medidas públicas de auxílio.
- 2) **Não ter vínculo ou parceria com a rede oficial de ensino**, ou seja, seu plano político/pedagógico – caso possua um –, instalações físicas, material didático, conteúdos, avaliações, calendário não podem estar vinculados de nenhuma forma a qualquer entidade pública de ensino.
- 3) **Suas normas são estabelecidas internamente** sem o compromisso de cumprir qualquer programa oficial.
- 4) **Interesse comercial.**

3. GTR Instituto de Música

O *GTR Instituto de Música* foi criado em meados dos anos 1990 pelo guitarrista brasileiro Marcelo Barbosa com o nome de *GTR Instituto de Guitarra*, em virtude de sua proposta inicial em ofertar aulas exclusivamente de guitarra, principalmente do gênero *rock/heavy metal*, em virtude da especialidade do fundador. Atualmente possui três unidades, sendo duas em Brasília (*GTR Asa Sul* e *GTR Asa Norte*) e uma em Florianópolis (*GTR Floripa*), cujo sistema de gestão administrativa é a sociedade¹, excetuando a unidade *GTR Asa Sul*, de propriedade exclusiva do fundador, e possui um patrimônio avaliado em cerca de dois milhões de reais.

¹ Na *GTR Asa Norte* as cotas da unidade estão divididas em 50% para Marcelo e 50% para Marcel Carvalho; na *GTR Floripa* são 75% para Marcelo e 25% para Clóvis.



Todas as salas de aula possuem instrumentos musicais e equipamentos de altíssima qualidade², o que representa um diferencial em relação às outras escolas. Os cursos variam de acordo com a estrutura e o tamanho da unidade. Todo o material didático é padronizado, com os conteúdos dispostos em ordem para cada aula, possibilitando que professores incipientes atendam às necessidades de muitos alunos. Porém, não abre mão dos serviços de professores experientes e de competência comprovada, mesmo que isso custe mais caro, pois acredita que profissionais desse nível não só atraíam novos alunos, como conseguem mantê-los na escola. O número de alunos por turma varia de acordo com a disciplina, seu nível e o espaço utilizado para as aulas. Cunha (2011), como já citado, chama de “comercial” o perfil mais frequente de alunos das escolas de música alternativas. Pelo seu entendimento trata-se de alunos iniciantes no universo da música popular, que não desejam se aprofundar nos estudos musicais, mas apenas encarar as aulas como um *hobby*, uma atividade prazerosa, e que desanimam facilmente com as primeiras dificuldades inerentes ao aprendizado. Seu quadro de professores é heterogêneo e composto tanto por indivíduos licenciados, quanto por alunos avançados.

4. Marcelo Barbosa

Com onze anos de idade ganhou sua primeira guitarra, e com dezessete iniciava sua atividade de professor particular: “Eu dava aula na minha casa, no meu quarto”. Pouco tempo depois, passou a lecionar na escola de música *Artmed*, onde chegou a contabilizar um total de mais de quarenta alunos em um mesmo período. Tal popularidade se deu em virtude de sua performance como guitarrista em bandas de Brasília, e foi revertida em alunos para a escola, logo sendo valorizado, pelo menos com elogios, pelo proprietário da escola, o professor Bohumil Med.

² Todas as guitarras utilizadas nas salas de aula são da marca *PRS*, teclados *Kurzweil*, bateria *Odery*, processadores de efeito *Line 6*, cabos *Santo Angelo*, cordas *Elixir* etc.



4.2 O empresário (o *empreendedor* e o *gerente*)

O perfil identitário do empresário será subdividido em o *empreendedor* e o *gerente*.

4.2.1 O *empreendedor*

Desde jovem, quando ainda lecionava na escola de música *Artmed*, Marcelo inquietava-se com aspectos da mesma que achava que precisavam ser melhorados. A resposta do “patrão”³ foi decisiva para mudar o rumo de sua vida: “Olha Marcelo, as guitarras são e estão boas, assim como os amplificadores”, lembra Marcelo das falas de Bohumil, “dessa forma, se estiver insatisfeito, abra seu próprio negócio!”. Marcelo diz que tomou um grande choque emocional na hora, não acreditando no “golpe” recebido.

Depois desse episódio, resolveu abrir sua própria escola, a *Guitar Clinic*. Mas, diferentemente da *Artmed*, que oferecia aulas de vários instrumentos, especializar-se-ia apenas em aulas de guitarra. Como não dispunha de muito capital financeiro, procurou dois guitarristas que também lecionavam na antiga escola e propôs-lhes sociedade: “Chamei o Edu (Élles) e o Maurício (Lavenère), que eram dois grandes guitarristas, pra serem sócios: “O problema é que eles eram muito desorganizados: esqueciam das aulas, não cumpriam com os compromissos financeiros em dia, não limpavam a escola quando era a vez deles (...). Aí eu me cansei e saí fora”, relata.

Depois disso, Marcelo voltou a lecionar em casa, mas pouco tempo depois alugou sua primeira sala sozinho. Conta que os negócios na sala nova iam bem, mas que ela permanecia muito tempo ociosa, tendo a ideia de colocar seus alunos mais adiantados para darem aula na sala em horários em que ele não estivesse utilizando-a.

O nome *GTR* veio do ex-sócio Eduardo Élles: “O Edu falava aos quatro ventos que, quando abrisse uma escola, o nome seria *GTR* e eu achava aquele nome sensacional. Mas, como ele não abriu, resolvi pedir o nome pra ele”.

³ Apesar de Bohumil Med ser o proprietário da *Artmed*, não havia vínculo empregatício entre a mesma e os professores. Estes eram locatários das instalações e equipamentos da empresa e não seus empregados, como já mencionado.



Tempo depois, alugou um andar inteiro de lojas, expandindo a empresa, e dois anos mais tarde, a sede da escola já era no local atual, na superquadra 111 sul, em Brasília, e conta que nesse momento, pela primeira vez, sua mãe resolveu ajudá-lo:

Muitas pessoas acham que minha mãe me ajudou no início do *GTR*, mas não é verdade. Ela não ajudou não porque não queria, mas porque não tinha dinheiro mesmo! Como toda mãe, ela queria que eu fizesse faculdade, estudasse para concurso. Quando eu decidi alugar a primeira sala sozinho, fui procurá-la e ela me disse assim: ‘Não aprovo sua decisão, mas, se você está realmente decidido a fazer isso, não conte comigo pra nada’. Aquilo foi foda de ouvir... Mas, mesmo assim, eu disse que tudo bem (...). Aí, quando eu falei pra ela, mesmo ‘sabendo’ da sua opinião, sobre a proposta do dono da *Sol Maior*, ela me falou: ‘Pergunta pro cara se ele te dá um desconto no aluguel, se você pagar seis meses adiantado’. O aluguel era R\$2.400,00 mensais. Pedi que ele fizesse por R\$2.000,00 para eu pagar seis meses adiantado e ele fez. Aí minha mãe me emprestou os R\$12.000,00. Com isso eu poderia ‘respirar’ por seis meses (...). Quando eu a procurei pra começar a pagar ela disse que não precisava, que seria seu presente. Isso foi muito legal...

Esse “rito de separação” entre mãe e filho é interpretado por Bourdieu (2002, p.17) como um acontecimento que “tem por função emancipar o menino (...) e garantir sua progressiva masculinização, incitando-o e preparando-o para enfrentar o mundo exterior”. Com essa atitude, é provável que a mãe de Marcelo quisesse forçá-lo a não esmorecer diante de seus problemas, instiga-lo a “enfrentar, olhar de frente” (BOURDIEU, 2002, p.19). Depois desse acontecimento, conta que sua genitora começou a participar muito mais no seu negócio. Hochschild (2008) nos traz que o “instinto” de cuidar é ainda marca presente na personalidade feminina e, é possível que a mãe do Marcelo tenha julgado que ele “lutava com coragem e bravura” por seus ideais, era sério e determinado, e sentiu que poderia passar a ajudá-lo, sem prejuízo a sua personalidade masculina.

A parceria mãe-Marcelo culminou na compra da unidade do *GTR Asa Norte*, apesar dela parecer não ter se identificado com o papel de administradora, resolvendo vender sua parte para Marcel Carvalho, antigo professor de guitarra do *GTR*.

Paralelamente a essa história, há mais ou menos três anos atrás, um empresário da construção civil de Florianópolis procurou o Marcelo, interessado em abrir uma franquia do *GTR* em sua cidade. Depois de algumas reuniões, o negócio estava fechado.



A unidade de Florianópolis, o *GTR Floripa*, é a maior e mais bem equipada de todas. Foram investidos cerca de setecentos e cinquenta mil reais para sua conclusão.

Esse fato é de suma importância, pois, pouquíssimo tempo depois da venda de parte do *GTR Asa Norte* para Marcel Carvalho, Marcelo recebe uma proposta do franqueado de Florianópolis:

O cara me ligou dizendo que estava frustrado com o negócio, pois suspeitava que algum funcionário estivesse roubando sua grana. Falou que tinha que tirar dinheiro de sua empresa de construção civil para cobrir os prejuízos do *GTR* e que tinha se cansado disso. Aí ele perguntou se eu não queria comprar o *GTR Floripa*. Eu disse que não dava, expliquei que estava ainda pagando pela compra da unidade *GTR Asa Norte*. Ele me lembrou do valor que ele investiu no *GTR Floripa* e falou que me dava um desconto, que baixava para R\$600.000,00. Eu disse que, independente do valor, não tinha dinheiro. E não tinha mesmo! Eu sei que ele foi baixando, baixando até chegar em R\$300.000,00. Eu fiquei sem entender, pois sabia que ele tinha realmente gasto 750 “paus” no negócio! Pedi pra pensar. Depois liguei pro Clóvis⁴ pedindo que me mostrasse o comparativo de gastos e ganhos do *GTR Floripa*. Aí eu vi que ele “se pagava”⁵. Vendi dois imóveis que eu tinha e comprei a unidade. Daí eu “dei” 25% pro Clóvis pra ele “tocar” a unidade. Falei que estaria em Florianópolis a cada mês, ou a cada dois meses, e que só me interessavam os números. Que ele não me aborrecesse com pormenores, tipo maçaneta quebrada, vaso entupido.

Marcelo demonstra muita sensibilidade na análise de viabilidade de negócios, pois é capaz de “sentir”, com poucas movimentações racionais (“fiz umas contas”) e em curtos espaços de tempo (“ali na hora”), se a oportunidade de negócio vale a pena. Também dispõe de imaginação, pois, no exemplo acima citado, mesmo não dispondo de dinheiro sonante, encontra uma solução plausível para a compra do *GTR Floripa*, qual seja, a venda de dois imóveis que possuía. É perseverante devido a não desanimar em função das adversidades: ainda no mesmo exemplo, ele não só decide, como consegue vender dois imóveis à vista, o que não é tarefa fácil, devido a seu alto valor de mercado. Dessa forma uma proposta considerada para muitos como malsucedida, é transformada em um negócio bem-sucedido por Marcelo.

⁴ Administrador do *GTR Floripa*.

⁵ As entradas de dinheiro pagam as dívidas, mas sem sobra em caixa.



4.2.2 O gerente

Pela cronologia e evolução de seus empreendimentos, pode-se ter a falsa ideia de que Marcelo contou apenas com a sorte para que tudo sempre desse certo em sua vida empresarial. Um fato até então omitido foi o fechamento do *GTR Sudoeste* em Brasília:

O *GTR Sudoeste* tava “mal das pernas”. A Dani⁶ não tava tendo a “manha” de “segurar” e eu pensei em comprar a unidade, mas tava sem grana pra isso. Sabia que a única saída seria comprar o *GTR Sudoeste*... O “ponto”⁷ era bom, ele quase “se pagava” e com uma ajustada em algumas coisas... Propaganda e tal... Sabia que as coisas iriam melhorar. Mas eu estava realmente sem grana... Tentei levantar dinheiro, mas não rolou.... Aí tive que deixar “quebrar”⁸.

Certamente a impossibilidade de “salvar” o *GTR Sudoeste* frustrou-o bastante, pois foi a única unidade do *GTR* que efetivamente “quebrou”. Elias (1994), estudando o tabu da vergonha, mostra que as pessoas sentem-se envergonhadas não só pelo fato causal da mesma, mas também por estarem envergonhadas, dando origem a uma crescente repressão das emoções na civilização moderna. A virilidade masculina, em situações de perigo, é colocada em cheque, e sua postura diante do risco é avaliada pela sociedade (BOURDIEU, 1983). De igual maneira, Sennett e Cobb (1991) afirmam que os homens acreditam que sua condição de fracasso, seja social ou profissional, é produto de suas próprias faltas, desconsiderando fatores externos. Contudo, apesar desse fato não estar relacionado com alguma ação de Marcelo, pois não cabia a ele a fiscalização dos processos do *GTR Sudoeste*, pode ser que tenha considerado o fechamento dessa unidade como alguma forma de fracasso individual, gerando sofrimento a ele.

Outras duas situações que devem ter alterado a auto-estima de Marcelo foram a compra do *GTR Asa Norte* e do *GTR Floripa*. Em ambos os casos houve a necessidade dele modificar procedimentos que julgava corretos, reconstruindo crenças e valores pessoais em relação ao mercado para não deixar que essas unidades falissem. A maior transformação realizada nesse sentido foi a abolição do sistema de franquias de marca – onde havia a concessão do uso da marca *GTR* aos franqueados (*GTR Asa Norte*, *GTR*

⁶ Antiga proprietária da franquia *GTR Sudoeste*.

⁷ Local da empresa.

⁸ Falir.



Sudoeste e GTR Floripa), sem a responsabilidade da matriz pela sua utilização – e a adoção da sociedade (*GTR Asa Norte e GTR Floripa*), como forma de descentralizar processos sem perder o controle gerencial (GERBER, 1990).

A personalidade de gerente, ou administrador, de Marcelo pode ser mostrada ao longo de sua trajetória enquanto músico empresário. Do período que lecionava em sua casa, Marcelo diz ter guardado um caderno de anotações com o nome e o telefone de seus alunos, data de entrada e saída deles nas aulas, observações quanto a inadimplência, esboço do balanço financeiro mensal etc. Essas anotações lhe permitiram uma previsão de gastos e ganhos, quando analisava a possibilidade de alugar sozinho a sala do *Bateras Beat*. A evolução dessas anotações para planilhas digitais, e a maior familiaridade com os números e os gráficos, possibilitou que ele calculasse a viabilidade de todos os outros negócios feitos por ele. Em seu discurso isso é mostrado em trechos onde ele diz: “Aí eu pedia pra pensar e fazia umas contas”.

Interessante é que ele não possui nenhuma formação acadêmica, seja musical ou administrativa. O máximo que ele fez, nesse sentido, foram cursos:

De música fiz vários cursos de verão da *Escola de Música de Brasília*, aulas particulares com uma galera, muita vídeo aula, e um curso pontual na *Berklee College of Music* (...). De administração eu li vários livros, cursei quatro semestres do curso de propaganda e *marketing*, mas larguei por considerar os professores muito teóricos e com pouco vivência prática, e o curso EMPRETEC do SEBRAE, que foi muito importante pra mim.

Assim seu aprendizado musical e administrativo, bem como sua construção identitária de professor empresário, se realizou de maneira informal, ou seja, fora de escolas fisicamente constituídas e muitas vezes de maneira não intencional (GREEN, 2008).



5. Conclusões

No caso de Marcelo, suas motivações declaradas, para abrir o *GTR Instituto de Música*, foram: 1) Vivência na área de interesse, 2) Não aceitação de suas opiniões por parte do seu antigo “patrão”, 3) Diferenciação pela qualidade.

Ele só trabalhou com a música, tocando e dando aulas de guitarra. Estas eram por ele ministradas inicialmente na sua residência, quando ainda era adolescente, e posteriormente em escolas de música alternativas, sendo a *Artmed* a escola de maior expressão na qual ele atuou. Dessa forma a ideia inicial de montar uma escola de guitarra se deu por sua experiência enquanto guitarrista e professor desse instrumento.

O outro motivo foi a recusa do antigo proprietário da escola na qual trabalhava, em atender às suas reivindicações de melhorar a qualidade dos equipamentos disponibilizados para as aulas. Para Marcelo a escola precisa oferecer condições mínimas de atendimento aos alunos, e a estrutura física, assim como os materiais utilizados, devem se enquadrar nessa exigência.

Essa preocupação em oferecer sempre equipamentos de alto nível a seus clientes, está em consonância com sua proposta de diferenciação qualitativa da *GTR* em relação a outras escolas de música alternativas. Do mesmo modo, apesar do material didático ser padronizado, com os conteúdos dispostos em ordem para cada aula, possibilitando que professores incipientes atendam às necessidades de muitos alunos, Marcelo não abre mão dos serviços de professores experientes e de competência comprovada, mesmo que precise pagar mais caro por isso, pois acredita que apesar disso, profissionais desse nível não só atraem novos alunos, como também conseguem mantê-los vinculados à escola por um longo tempo.

Esse texto é parte de uma dissertação de mestrado sobre empreendedorismo musical.



Referências

ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de luta: o rock e o Brasil dos anos 80*. Arquipélago editora: Porto Alegre, 2013.

BANDURA, A. *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall, 1986.

BECKER, Grace; DUTRA, Joel; RUAS, Roberto. Configurando a trajetória de desenvolvimento de competências organizacionais: um estudo de caso em empresa da cadeia automobilística. In: DUTRA, Joel S., FLEURY, Maria Tereza L., RUAS, Roberto. *Competências: conceitos métodos e experiências*. / Joel Souza Dutra, Maria Tereza Leme Fleury, Roberto Ruas, organizadores. – 1. ed. – 2. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2010.

BECKER, Howard S. *Outsiders: estudos de sociologia do desvio*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Tradução Maria Helena Kühner. 2º ed. – Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 2002.

_____. *Sociologia*. Renato Ortiz (org.). São Paulo: Ática. 1983.

CHIAVENATO, Idalberto. *Administração para administradores e não-administradores: a gestão de negócios ao alcance de todos* / Idalberto Chiavenato. – São Paulo: Saraiva, 2008.

CUNHA, Eliza da Silva e. Compreender a escola de música: uma contribuição para a sociologia da educação musical. In *Revista da ABEM*. Londrina, v.19, n.26, 70-78, jul.dez., 2011.

ELIAS, Norbert. *The civilizing process*. Oxford: Blackwell, 1994.

FERNANDES, Bruno; HIPÓLITO, José Antônio. Dimensões de avaliação de pessoas e o conceito de competências. In: DUTRA, Joel S., FLEURY, Maria Tereza L., RUAS, Roberto. *Competências: conceitos métodos e experiências*. / Joel Souza Dutra, Maria Tereza Leme Fleury, Roberto Ruas, organizadores. – 1. ed. – 2. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2010.

GERBER, Michel E. *O mito do empreendedor: como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido* / Michel E. Gerber : tradução de Gunter Altmann. – 1. Ed. – São Paulo : Saraiva, 1990.

GREEN, Lucy. *How popular musicians learn: a way ahead for music education*. Hampshire, England: Ashgate, 2005.

HOCHSCHILD, Arlie R. *La mercantilización de la vida íntima: apuntes de la casa y el trabajo*. Trad. Lília Mosconi. Buenos Aires/Madrid: Katz, 2008.



_____. *The managed heart: commercialization of human feeling*. Berkeley, University of California Press, 1983.

KENNY, W.R.; GROTELUSCHEN, A.D. *Making the Case for Case Study*. Occasional Paper, University of Illinois, 1980.

RIBEIRO, Hugo L. *Da fúria à melancolia: a dinâmica das identidades na cena underground de Aracajú* / Hugo Ribeiro. – São Cristóvão: Editora UFS; Aracajú: Fundação Oviêdo Teixeira, 2010.

SENNETT, Richard; COBB, Jonathan. *The hidden injuries of class*. New York: Vintage Books, 1991.

SILVA, Walênia Marília. Escola de música alternativa: sua dinâmica e seus alunos. In *Revista da ABEM*, Porto Alegre, v.3, set. 1995.

STAKE, E.E. Case Studies In N. K. Denzin e Y. S. Lincoln (edit.) *Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications, 1994.