

## **Transformações na Indústria Fonográfica Brasileira nos anos 1970**

**Gustavo Barletta Machado**

Somente nas décadas de 60 e 70, ocorre, no Brasil, a consolidação de um mercado de bens simbólicos. Nas palavras de Renato Ortiz: “Se os anos 40 e 50 podem ser considerados como momentos de incipiência de uma sociedade de consumo, as décadas de 60 e 70 se definem pela consolidação de um mercado de bens culturais.” (Ortiz, 2001, p. 113). Tal processo se relaciona com as grandes transformações pelas quais a sociedade brasileira passa durante essas décadas. Com a tomada do poder pelos militares em 1964, as mudanças políticas e econômicas se acentuaram. Na economia, o período foi marcado por reformas profundas que colaboram para a inserção do Brasil no sistema capitalista mundial e pelo chamado “milagre econômico” entre os anos de 1968 e 1973. Nestes anos a taxa anual de crescimento do PIB superou os 11%, muito acima das taxas de crescimento dos anos anteriores e posteriores. Nesses mesmos anos a taxa de inflação ficou em torno de 20% ao ano, um resultado bem abaixo dos anos anteriores. A situação mudaria depois do primeiro choque do preço do petróleo no final de 1973 e, após o segundo choque do petróleo em 1979, levaria a economia do país à chamada “década perdida” nos anos de 1980.

A “Ideologia da Segurança Nacional”<sup>1</sup>, na qual se inseria a idéia de integração nacional, marcava o pensamento dos militares com relação à sociedade como um todo. Em decorrência dessa ideologia, o Estado fez grandes investimentos que modificaram por completo a infra-estrutura do país. O setor de telecomunicações foi um dos que recebeu grandes investimentos do Estado. Neste setor foi criada em 1965 a EMBRATEL e o Brasil se associa ao sistema internacional de satélites (INTELSAT), em 1967 foi criado um Ministério de Comunicações, um sistema de transmissão de dados por microondas foi inaugurado em 1968 permitindo a interligação de todo o território nacional, exceto para a região da Amazônia que ocorreu em 1970. Diferente do que ocorreu no período Vargas,

---

<sup>1</sup> De forma sintética, essa ideologia “concebe o Estado como uma entidade política que detém o monopólio da coerção, isto é, a faculdade de impor, inclusive pelo emprego da força, as normas de conduta a serem obedecidas por todos. (...) Procura-se garantir a integridade da nação na base de um discurso repressivo que elimina as disfunções, isto é, as práticas dissidentes, organizando-as em torno de objetivos pressupostos como comuns e desejados por todos.” (Ortiz, 2001, p. 115.)

foram os grupos privados que tiveram o papel principal no projeto de integração nacional, embora os investimentos estatais na infra-estrutura necessária tenham sido vultosos.

Durante o período, buscando atender aos ideais de integração propostos pela Ideologia da Segurança Nacional, a cultura foi amplamente utilizadas pelo Estado como instrumento de propaganda contando com o apoio direto ou indireto de alguns artistas<sup>2</sup>. Esse apoio marcaria negativamente entre a crítica algumas composições musicais e artistas utilizados como símbolos pelos Militares. A dupla Dom e Ravel e o grupo Os Incríveis, cujas composições foram bastante utilizadas pelo Governo em campanhas publicitárias ufanistas, são exemplos de artistas que ficariam associados ao regime autoritário. Em contrapartida, a censura afetou uma boa parcela da classe artística pela limitação da divulgação de suas obras ou pelo afastamento de alguns artistas do país.

Entre 64 e 80, ocorre um forte crescimento da produção e do consumo de bens culturais. Neste período, os conglomerados da comunicação de massa se consolidam, os principais exemplos são a Editora Abril e o grupo Globo. A Editora Abril já atuava desde a década de 50. O grupo Globo incluía o jornal O Globo (criado em 1925), a emissora de rádio (criada em 1944) e a TV Globo de 1965. Em 1971, com a criação da gravadora Sigla<sup>3</sup> (Sistema Globo de Áudio) com seus selos Som Livre e Seta o grupo Globo passa a atuar também no mercado fonográfico. A Editora Abril entra no mercado de disco somente na década de 90 com a Abril Music (embora já atuasse com lançamentos em banca de jornal desde a década de 70). Também neste período ocorre uma forte expansão do mercado editorial e da indústria fonográfica. As tiragens dos jornais e periódicos crescem muito, mas não cresce muito o número de jornais. Até o cinema, que passa concorrer com a TV, apresenta crescimento no período. O Brasil passa figurar entre os maiores mercados mundiais. O crescimento do setor de publicidade e dos investimentos deste nos meios de comunicação de massa atesta a importância deste mercado. No setor de publicidade, os maiores investidores foram o Estado e as multinacionais. Ao longo desses anos os investimentos publicitários começam a se deslocar para a televisão.

---

<sup>2</sup> A Ideologia da Segurança Nacional entende “que o Estado deve estimular a cultura como meio de integração, mas sob o controle do aparelho estatal. (...) O crescimento da classe média, a concentração da população em grandes centros urbanos vão permitir ainda a criação de um espaço cultural onde os bens simbólicos passam a ser consumidos por um público cada vez maior.” (Ortiz, 2003, p. 83).

<sup>3</sup> A gravadora Sigla, representada principalmente pelo selo Som Livre, é o braço fonográfico das Organizações Globo e foi criada em 1971 com o principal objetivo de lançar as trilhas nacionais e internacionais das novelas produzidas pela emissora de televisão. A Som Livre tinha, com as novelas, uma vantagem, em termos de publicidade, que as outras gravadoras não tinham. Provavelmente em virtude destes fatores, foi a gravadora nacional que mais cresceu no período.

O crescimento econômico contribuiu para o estabelecimento de novos padrões de consumo também contribuíram para a expansão do setor pelo aumento da venda de aparelhos eletrônicos de uso doméstico. As vendas de aparelhos de rádios transistorizados tiveram um aumento de 616% entre 1967 e 1980, as vendas de combinados de mesa apresentaram aumento de 713% entre 1967 e 1980, as de aparelhos de televisão (em cores e preto e branco) cresceram 611% no mesmo período de acordo com dados da ABINEE (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica), as vendas de discos passam de 5,5 milhões de unidades em 1966 para 52,6 milhões em 1979 segundo dados da ABPD (Associação Brasileira dos Produtores de Discos)<sup>4</sup>. O crescimento nas vendas de produtos eletrônicos possibilitou que o mercado de consumo de bens simbólicos se massificasse, nas décadas de 60 e 70. Este é um fator que diferencia o período das décadas de 40 e 50. Para Renato Ortiz “o mercado de bens simbólicos nacional não apenas se amplia no período como também supera, em termos práticos, seu atraso econômico, organizacional e mesmo ideológico” (Ortiz, 2001, p. 51-52).

**VENDAS INDUSTRIAIS DE APARELHOS ELETRÔNICOS DOMÉSTICOS (EM MILHARES DE UNIDADES)**

Ano	Rádios Transistorizados	Combinados de Mesa **	Televisores em Cores	Televisores em Preto e Branco
1967	725	179	*	467
1968	975	275	*	678
1969	1.116	272	*	746
1970	1.399	329	*	816
1971	1.646	404	*	958
1972	2.194	410	68	1.109
1973	2.185	619	152	1.345
1974	2.686	621	323	1.341
1975	2.712	701	532	1.184
1976	2.681	790	646	1.238
1977	2.921	972	766	1.294
1978	3.565	1.219	953	1.347
1979	4.205	1.263	1.074	1.591
1980	5.190	1.455	1.238	1.614

Fonte: ABINEE

\* Inexistência de estatísticas no período

\*\* Os dados referentes a Fonógrafos e Consoles relativos ao período de 1967 a 1980 estão agregados aos

<sup>4</sup> A ABPD foi criada em 1958 e tem sede no Rio de Janeiro. A associação congrega empresas do setor fonográfico que a mantém financeiramente. Dentre suas funções estão: o levantamento de dados estatísticos sobre o mercado de discos; o combate à pirataria; a defesa dos interesses das empresas do setor. É também a ABPD quem emite os certificados autorizando as gravadoras a darem aos artistas os discos de ouro, platina ou diamante.

Combinados de Mesa.

É nesse contexto que se consolida, no Brasil, a indústria fonográfica. A tabela a seguir apresenta dados da ABPD<sup>5</sup> sobre a evolução do mercado de discos no país entre 1966-1980 nos diversos formatos e em sua totalidade. Nesta tabela é possível observar que, acompanhando as transformações no padrão de consumo, houve forte crescimento no mercado de discos no período estudado, passando de 9,5 milhões de unidades vendidas em 1968 para 25,45 milhões em 1975 e atingindo 52,6 milhões em 1979, o que corresponde a um crescimento de 168% e 454%, respectivamente. Também é possível constatar que foi ao longo destes anos que o LP se transformou no principal formato de disco superando, após 1973, os compactos simples e duplos juntos. Os compactos simples e duplos tiveram crescimento nas vendas, mas foram os LP's que obtiveram um crescimento maior no período passando de 6,9 milhões de unidades em 1968 para 17 milhões em 1975 e 26,3 milhões em 1979. As fitas K7 já aparecem como formato desde 1968, mas sem grande expressão no período de minha pesquisa, embora tenham apresentado um crescimento percentual enorme nas suas vendas. A coluna com os totais da indústria deixa claro o crescimento do mercado de música gravada durante os anos 1966-1979 o que indica que foi realmente neste período que a indústria se consolidou, principalmente se levarmos em consideração que em 1973 houve a primeira crise do petróleo, que afetou significativamente o fornecimento de matéria-prima para a indústria. O ritmo médio de crescimento anual do setor superou os 20% anuais entre 1968 e 1975. Tal crescimento também estimulou a entrada de novas empresas no setor durante a década de 1970 como a WEA e a Ariola.

---

<sup>5</sup>

Os dados foram extraídos da tese de doutorado de Eduardo Vicente.

**VENDAS DE DISCOS NO BRASIL POR FORMATO – 1966-1980 (MILHÕES DE UNIDADES)**

Ano	Compacto Simples	Compacto Duplo	LP	LP econ.	K7	K7 duplo	Total**
1966	3,60	1,50	3,80	-	-	-	5,50
1967	4,00	1,70	4,50	-	-	-	6,40
1968*	5,40	2,40	6,90	-	-	-	9,50
1969	6,70	2,30	6,70	-	0,09	-	9,79
1970	7,40	2,10	7,30	-	0,20	-	10,67
1971	8,60	2,80	8,70	-	0,50	-	13,00
1972	9,90	2,60	11,60	-	1,00	-	16,77
1973	10,10	3,20	15,30	-	1,90	-	21,63
1974	8,30	3,60	16,20	-	2,90	0,03	23,10
1975	8,10	5,00	17,00	-	4,00	0,08	25,45
1976	10,30	7,10	24,50	-	6,50	0,10	36,90
1977	8,80	7,20	19,80	8,40	7,30	0,10	40,93
1978	11,00	5,90	23,80	10,10	8,00	0,20	47,73
1979	12,60	4,80	26,30	12,00	8,30	0,20	52,60
1980	11,20	4,00	23,80	10,80	7,10	0,20	46,97

Fonte: ABPD

\* Em Fevereiro de 1968 não houve estatística.

\*\* Os Totais foram calculados em álbuns, segundo sistema do IFPI (Internacional Federation of the Phonographic Industry) no qual três singles (compactos simples ou duplos) correspondem a um álbum. Todos os outros formatos foram contados como álbum.

Entre os fatores que explicariam a expansão do mercado de discos durante o período, Márcia Dias (Dias, 2000) aponta os seguintes: O primeiro fator seria a consolidação da produção de MPB com nomes como Elis Regina, Chico Buarque, Caetano Veloso e Gilberto Gil, e dos artistas ligados ao programa de televisão Jovem Guarda, com destaque especial para Roberto Carlos. Os artistas da MPB também tiveram destaque em programas de televisão, principalmente com os festivais de música. Além disso, os artistas se profissionalizam e passam a encarar com maior naturalidade o mercado. As empresas do setor também intensificam a profissionalização de sua atuação.

Um segundo fator teria sido a fixação do LP como formato, o que reduziria os custos, já que em um mesmo disco poderiam ser inseridas várias músicas. O LP também tenderia a tornar os artistas mais importantes do que suas canções individualmente, o que possibilita realizar um trabalho mais autoral consolidando as vendas de discos desses artistas junto ao público consumidor de discos. O grande número de coletâneas e discos de trilhas de novelas entre os LP's mais vendidos indica que, apesar do aumento das vendas de LPs, o uso do formato como forma de fixar a imagem de um artista ou realizar um trabalho mais autoral ainda não eram uma estratégia comum a todas as empresas do

setor, pois estes discos também vendem as músicas e não são trabalhos de um artista individual ou grupo musical.

O terceiro fator foi a forte participação da música estrangeira no mercado. Com relação a isso, existe ainda a possibilidade de ter havido atuação da censura favorecendo indiretamente este crescimento de música estrangeira. Certamente havia vantagem econômica para as empresas estrangeiras que atuavam no país em prensar discos de artistas estrangeiros. Os dados das paradas de sucesso do IBOPE<sup>6</sup> da época demonstram um predomínio de música jovem entre os discos internacionais de sucesso, sucesso que se concentrava entre os compactos, isso indica que o crescimento nas vendas de discos com repertório internacional estava relacionado ao aumento do consumo de discos entre os mais jovens, que, por terem menor poder aquisitivo compravam principalmente compactos. Os artistas com pseudônimos estrangeiros são outro sintoma dessa tendência de crescimento do repertório internacional, que tiveram apoio das trilhas de telenovelas na sua divulgação. Também contribuíram para o sucesso de música estrangeira os programas de rádio de alguns *disc jockeys* que mantinham programação musical voltada para o público jovem como Big Boy no Rio de Janeiro e São Paulo e o lançamento regular de trilhas de telenovelas internacionais.

O último fator seria a maior interação no conjunto da indústria cultural. O sucesso de discos com músicas dos festivais da televisão, o sucesso dos artistas do programa Jovem Guarda e as coletâneas de sucessos do rádio são exemplos dessa maior interação. Mas o caso mais importante foi o sucesso que as trilhas musicais das telenovelas obtiveram, em especial com as trilhas das novelas da TV Globo.

Outro aspecto importante no setor fonográfico do período foi o tecnológico. Nesse aspecto, foi ao longo da década de 70 que os estúdios de gravação começam a se modernizar e se aproximar dos padrões técnicos internacionais. A primeira mudança nesse sentido foi tomada pelo estúdio da CBS que passa a ter uma mesa de oito canais em 1970<sup>7</sup> (Enciclopédia Bloch, Outubro 1970, p. 44). Mas somente com a inauguração do Estúdio Eldorado em 1972, o primeiro com 16 canais de gravação no país (e na América Latina), passa-se a ter a sensação de que o país contava com um estúdio moderno e

---

<sup>6</sup> Os dados de paradas de sucesso do IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública) a que me refiro estão localizadas no Arquivo Edgar Leuenroth do IFCH/Unicamp (Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas). Tratam-se de pesquisas semanais de venda de discos realizadas nos pontos de venda em diversos anos das décadas de 60 e 70 nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Recife nos formatos: compacto simples, compacto duplo e LP.

<sup>7</sup> A revista afirma, ainda, que essa foi a primeira mesa de 8 canais da América do Sul.

atualizado<sup>8</sup>. A relação dos equipamentos do estúdio indica que, de fato o Estúdio Eldorado contava com equipamentos de altíssima qualidade e bastante atualizados para a época<sup>9</sup>. Segundo informação do *site* do fabricante, o gravador Ampex MM-1000 era o último modelo disponível no mercado, o modelo seguinte seria lançado em 1973<sup>10</sup>. A marca Dolby havia lançado um redutor de ruídos de gravação em 1965<sup>11</sup> e nenhum outro modelo foi lançado até a inauguração do estúdio. Algum tempo depois da inauguração do Eldorado outros estúdios passam a gravar em 16 canais como os estúdios Vice-Versa e o estúdio da gravadora RCA<sup>12</sup>. Num primeiro momento, foram os artistas mais prestigiados, pela crítica ou pelas vendas de seus discos, que tiveram a possibilidade de realizar suas gravações nesses novos estúdios e muitos discos de segmentos de menor prestígio continuaram a ser gravados nos estúdios menos atualizados.

As melhorias técnicas dos estúdios se depararam com um ambiente ainda marcado pelo amadorismo e pelo empirismo na visão de Manuel Barenbein, em entrevista ao *Jornal do Brasil*, 22/07/1971. Barenbein, que era um dos mais respeitados produtores de discos no início da década de 1970, se dizia cansado do amadorismo generalizado e anunciava que sua transferência para a Europa, onde ocuparia o posto de editor musical da filial italiana da Philips, havia sido estimulada pela falta de profissionalismo no Brasil quando o assunto era a produção dos fonogramas. Em 1977, o *Jornal do Brasil* publica matéria denominada: “Produtores de Discos: esses alquimistas do sucesso” que procura discutir o papel dos produtores de discos que, naquele ano, já eram vistos como uma profissão melhor definida. Nesta matéria, Ramalho Neto, então diretor artístico da Continental e produtor de discos, comenta que no início de seu trabalho como produtor, na década de 1950, “não havia definição exata desse trabalho” e que dividia seu tempo produzindo música sertaneja pela manhã, outro gênero de música popular a tarde e

---

<sup>8</sup> O atraso tecnológico dos estúdios brasileiros pode ser ilustrado pelas soluções criativas de técnicos como Norival Reis que, nos anos 50, desenvolveu uma câmara de eco improvisada utilizando um banheiro com azulejos no qual foram instalados alto-falantes e microfones para se obter o efeito. Artistas como Dick Farney, Emilinha Borba, Marlene, Elizeth Cardoso e Silvio Caldas chegaram a realizar gravações utilizando o recurso. *Jornal Última Hora*, 27/02/1977.

<sup>9</sup> Relação dos equipamentos do Estúdio Eldorado: Gravadores Ampex, série MM-1.000; Processadores de sinais para redução de ruídos de gravação, marca Dolby; Console Áudio Designs com 24 entradas de microfones e 16 saídas, com sistemática de lógica DC; Controladores automáticos de picos e áudio, marca CBS; Limitadores compressores, marca Altec; Câmaras de eco, marca EMT e Parasound; Microfones Neumann, Sony, Electro Voice e AKG; Fones para a produção de *self sync (playback)* marca Koss. *Jornal do Brasil* 11/06/1972 A Força do Estúdio.

<sup>10</sup> Disponível no *site*: <http://recordist.com/ampex/docs/histapx/ampchrn.txt>

<sup>11</sup> Disponível no *site*: [http://www.dolby.com/resources/tech\\_library/index.cfm](http://www.dolby.com/resources/tech_library/index.cfm)

<sup>12</sup> Conforme Disco em São Paulo, p. 67.

música erudita a noite. O mesmo produtor também afirma que: “Agora o produtor é um profissional especializado, funcionando de acordo com os gêneros”.

Como vimos, a indústria fonográfica nacional inicia a década de 1970 como um setor ainda a ser consolidado, mas em forte expansão. Seguindo a tendência geral de modernização da economia, nos seus diferentes setores, o mercado de discos cresce a taxas altíssimas ao longo da década atingindo um outro patamar para o setor fonográfico brasileiro ao final dos anos 1970. Todo processo de modernização teve um forte viés autoritário devido às transformações políticas pelas quais o Brasil passa após 1964. O crescimento do mercado fonográfico foi acompanhado por uma crise no fornecimento da matéria prima industrial decorrente da primeira crise do petróleo e por profundas transformações na indústria. Tais transformações trouxeram uma visão mais profissional ao setor por parte dos produtores e dos artistas e aproximam a indústria fonográfica brasileira dos padrões internacionais. A década, que se inicia ainda marcada pelo atraso tecnológico e pelo amadorismo de seus produtores e técnicos, gradativamente vai atingindo um grau maior de profissionalismo. As quedas nas vendas de discos que afetaram o mercado mundial, durante a década de 1970, começam a atingir o mercado brasileiro nos anos 1980 quando toda economia nacional entra em crise. A crise no mercado fonográfico exigiria das gravadoras um nível de profissionalismo e eficiência cada vez maiores que levariam algumas empresas a encerrar suas atividades e fariam crescer os lucros de outras.

## **Bibliografia**

- ADORNO, Theodor W., Sobre música popular. In: COHN, Gabriel (org.). *Sociologia: Theodor W. Adorno*. São Paulo: Editora Ática, 1986.
- BAHIANA, Ana Maria. *Nada Será Como Antes – MPB nos Anos 70*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.
- BAHIANA, Ana Maria. *Almanaque Anos 70*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: *Coleção Os Pensadores*, Vol. XLVIII. São Paulo: Editora Abril Cultural, 1975.
- BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In: MICELI, Sérgio (org.). *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1974.



- CAMPOS, Augusto de. *Balanço da Bossa e Outras Bossas*. 3ª. Edição. São Paulo: Perspectiva, 1978.
- DIAS, Márcia Regina Tosta. *Sobre a Mundialização da Indústria Fonográfica Brasil: Anos 70-90*. Campinas, 1997. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Unicamp.
- ENCICLOPÉDIA DA MÚSICA BRASILEIRA: Popular, Erudita e Folclórica. 3ª. Edição. São Paulo: Art Editora, Publifolha, 2000.
- FERNANDES, Ismael. *Telenovela Brasileira: memória*. 3ª Edição, São Paulo: Brasiliense, 1994.
- FRÓES, Marcelo. *Jovem Guarda*. Em Ritmo de Aventura. São Paulo: Editora 34, 2000.
- GROPPO, Luís Antônio. *O Rock e a Formação do Mercado de Consumo Juvenil*. Campinas, 1996. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Unicamp.
- IDART. *Disco em São Paulo*. São Paulo, 1980.
- JAMBEIRO, Othon. *Canção de Massa: as condições da produção*. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1975.
- MORELLI, Rita C. L. *Indústria Fonográfica Um Estudo Antropológico*. Campinas: Editora da Unicamp, 1991.
- NAPOLITANO, Marcos. *Seguindo a Canção: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959-1969)*. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2001.
- NAPOLITANO, Marcos. *Cultura Brasileira: utopia e massificação (1950-1980)*. 3ª. Edição. São Paulo: Contexto, 2006.
- ORTIZ, Renato. A escola de Frankfurt e a questão da cultura. In *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 1, nº 1, São Paulo: jun./1986, p. 43-65.
- ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira*. 4ª Reimpressão. São Paulo, Brasiliense, 2001.
- ORTIZ, Renato. *Cultura Brasileira e Identidade Nacional*. 4ª Reimpressão. São Paulo: Editora Brasiliense, 2003.
- RIDENTI, Marcelo Siqueira. *Em Busca do Povo Brasileiro: Artistas da Revolução, do CPC a Era da TV*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SEVERIANO, Jair; MELLO, Zuzi Homem de. *A Canção no Tempo*. 85 Anos de Músicas Brasileiras, Volume 2: 1958-1985. 3ª Edição. São Paulo: Editora 34, 1999.

SOUZA, Tárík de. *O Som Nosso de Cada Dia*. Porto Alegre: L&PM, 1983.

TAVARES, M. C.; ASSIS, J. C. *O Grande Salto Para o Caos*. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1986.

VICENTE, Eduardo. *Música e Disco no Brasil: a trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90*. São Paulo, 2001. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, USP.

**Gustavo Barletta Machado é formado em Violão Erudito pela Escola Municipal de Música de São Paulo, Bacharel em Economia pela USP, Bacharel em Música Popular pela Unicamp e atualmente cursa o Mestrado em Música no IA/Unicamp.**

**Atualmente, ocupa o cargo de Agente Cultural na Secretaria Municipal de Cultura, Esportes e Lazer de Campinas desde janeiro de 2003.**