



A música como segmento da economia criativa: reflexões necessárias

MODALIDADE: COMUNICAÇÃO

Italan Carneiro

IFPB/UFPA – italan Carneiro@gmail.com

Luis Ricardo Silva Queiroz

UFPA – luisrsq@uol.com.br

Resumo: Neste artigo, discutimos a inserção da música no contexto da economia criativa brasileira, refletindo acerca de ações como o mapeamento da cadeia produtiva criativa, realizado pelo Sistema Firjan, onde destaca-se a ausência de discussões acerca das questões sociais e culturais. Iniciativas dessa natureza reforçam a associação feita por autores como Vale Neto (2013) entre a economia criativa e as políticas neoliberais.

Palavras-chave: Economia criativa; Cadeia produtiva da música; Profissionais da música.

Music as a Segment of the Creative Economy: Required Reflections

Abstract: In this article, we discuss the inclusion of music in the context of Brazilian creative economy, reflecting on actions such as mapping the creative production chain, held by Sistema Firjan where there is the absence of discussions on social and cultural issues. Such initiatives reinforce the association made by authors such as Vale Neto (2013) between the creative economy and neoliberal policies.

Keywords: Creative economy; Music productive chain ; Professionals Musicians.

1. Introdução

O presente artigo é fruto da pesquisa de doutorado em andamento intitulada “Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio em Instrumento Musical do IFPB¹: reflexões ‘criativas’ a partir do perfil discente”, que tem como objetivo investigar o perfil do corpo discente e como a proposta curricular do referido curso relaciona-se com as demandas dos estudantes e com a cadeia produtiva local. Para tanto, um dos objetivos específicos do trabalho consiste em discutir a cadeia produtiva da cidade de João Pessoa, enfatizando aspectos contemporâneos como a recente interface entre música e economia criativa na pauta do desenvolvimento local².

Em linhas gerais, podemos definir economia criativa como a economia voltada para as “dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos” (BRASIL, 2011, p. 23). Tais setores, por sua vez, são caracterizados pela natureza de suas atividades produtivas e possuem “como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social” (BRASIL, 2011, p. 22). Podemos afirmar ainda que a economia criativa lida diretamente com a interação entre

diversos setores que variam de “atividades consolidadas nos conhecimentos tradicionais e patrimônio cultural, como artesanato e festividades culturais, a subgrupos mais tecnológicos e mais voltados à prestação de serviços, como audiovisuais e as novas mídias” (UNCTAD, 2010, p. 7).

Refletindo acerca das novas parcerias entre o Ministério da Educação (MEC) e o Ministério da Cultura (MinC), nas quais a produção em cultura tende a vincular-se cada vez mais à educação profissional, Costa (2012b, p. 15) evidencia a relação entre música e economia criativa salientando que “novas pesquisas são fundamentais de forma a articular a investigação acadêmica, o espaço real de trabalho e a música entendida como parte da Economia Criativa presente no país”. Nesse contexto, emergem questões que evocam a histórica aproximação entre a educação técnico-profissionalizante e os ideais hegemônicos, historicamente voltados aos interesses econômicos. Assim, destaca-se, por exemplo, a relação, por vezes estreita, das práticas criativas com o discurso neoliberal. Sobre essa aproximação, Botelho (2011, p. 91) reflete que “as condições de vida e de trabalho alternativos embutidos na proposta das indústrias criativas representam a forma mais adequada e rentável economicamente falando para a atual etapa do neoliberalismo”. Portanto, entendemos como necessária a apropriação de sentidos das atuais iniciativas de institucionalização, formulação e implementação de políticas voltadas para a valorização e apoio das atividades produtivas na área da cultura. Nesse sentido, a pretendida formação do técnico em música, especialmente na modalidade integrada, precisa contemplar o diálogo crítico com os pressupostos das questões contemporâneas, locais e globais, nas quais, atualmente, insere-se o fazer musical.

2. A música como segmento criativo

A música, além de um fenômeno cultural – uma das expressões humanas de maior pluralidade e riqueza, produto dos diversos significados, vivências, valores e crenças presentes nas diversas manifestações culturais (QUEIROZ, 2005) – atualmente, também é entendida como “uma indústria dinâmica do comércio mundial e um grande negócio da economia mundial, responsável por milhões de empregos e geração de renda em todo o mundo” (UNCTAD, 2010, p. 143). A cadeia de produção e a estrutura de mercado dessa indústria são extremamente complexas e envolvem além da produção, distribuição e comercialização de produtos físicos, como CDs e DVDs, instrumentos musicais, equipamentos de áudio, partituras, livros, etc.; a realização e comercialização de espetáculos; a oferta de aulas e cursos de música em diversos espaços da sociedade, presenciais ou a distância³; a remuneração de direitos autorais; além da recente comercialização de produtos

no formato digital (álbuns, clipes, livros, etc.). Sobre os últimos dois pontos, destacamos a reflexão de Pinto e Afonso (2013):

O uso de novas tecnologias e novos modelos de negócios (por exemplo, produção musical) criou um grande problema para os analistas entenderem o que está sendo vendido e em que parte da cadeia produtiva se agrega valor. (PINTO; AFONSO, 2013, p. 4)

Corroborando com um entendimento multifacetado do fenômeno musical, apresentamos a categorização realizada pela Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD⁴) sobre a inclusão da música em diversos dos segmentos criativos:

A música é parte do subgrupo de artes cênicas das indústrias criativas, quando a consideramos em termos de apresentações ao vivo e shows. No entanto, pode também ser incluída como parte de uma ampla área de audiovisuais quando se trata da criação de registros sonoros e composições. A música também pode ser classificada no subgrupo das novas mídias quando os produtos e serviços de música são comercializados virtualmente como conteúdo criativo na forma digital. (UNCTAD, 2010, p. 143)

Diante desse complexo panorama e considerando que “historicamente, as ações na área de cultura não possuem tradição de monitoramento e avaliação, bem como os mecanismos para realizar essas atividades” (PINTO; AFONSO, 2013, p. 3), surgem iniciativas governamentais entre as quais destaca-se a criação da Secretaria da Economia Criativa, atrelada ao MinC, criada com a missão de “conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros” (BRASIL, 2011, p. 39).

3. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil

Em território brasileiro, o estreitamento da relação entre economia e cultura vem sendo desenvolvido basicamente por três agentes principais: o MinC, através da Secretaria da Economia Criativa (SEC); a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) e o Serviço de Apoio a Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Segundo Alves e Souza (2012, p. 122), “esses agentes têm filtrado o conceito de economia criativa à luz das suas perspectivas institucionais e interesses econômico-culturais”.

Com o intuito de “gerenciar” a cadeia produtiva brasileira, identificando essencialmente suas potencialidades econômicas, a Federação das Indústrias do Estado do Rio

de Janeiro (FIRJAN) vem realizando, desde maio de 2008, o mapeamento das iniciativas criativa no país e desenvolveu uma ferramenta que permite a consulta dos dados referentes à quantidade de postos de trabalho, remuneração e o grau de escolaridade média das profissões criativas brasileiras⁵.

Além da visão sobre cadeia produtiva, cujo foco são as empresas e o valor de produção gerado por elas, foi construída uma análise sobre os profissionais criativos. Isso é fundamental uma vez que estes não trabalham exclusivamente nas empresas que produzem bens e serviços criativos. (SISTEMA FIRJAN, 2012, p. 2)

O estudo do Sistema Firjan, além de pioneiro, tornou-se uma das principais referências sobre a temática, conforme Alves e Souza (2012, p. 131), “não porque apresente um novo olhar para as relações entre o domínio estético-expressivo e o domínio econômico-comercial, mas porque a entidade passou a ser a matriz de dados de todos aqueles que, direta ou indiretamente, passaram a se interessar pelo tema”. Uma questão importante a ser destacada no referido estudo aponta que “nas estimativas não foi considerada a parcela informal da cadeia criativa, uma vez que o estudo foi feito com base apenas em dados oficiais” (SISTEMA FIRJAN, 2011, p. 7). Dessa forma, a ausência da parcela informal no atual mapeamento excluiu uma gama significativa de atividades, especialmente em segmentos como o da música que concentra uma expressiva lista de práticas informais, como tocar em bares e dar aulas particulares, por exemplo. Corroborando com esta perspectiva, Nunes e Mello (2011, p. 9) afirmam que “sabe-se que o mercado de serviços musicais é pautado pela informalidade e precarização e que o número de atividades de trabalho não registradas é muito superior aos vínculos formais”. Desse modo, os dados coletados pelo Sistema Firjan precisam ser lidos como um recorte do segmento musical e demandam ainda uma leitura crítica acerca da valoração dada à produção da área, inclusive porque o estudo foi realizado através de uma “entidade privada, que representa os interesses e o planejamento dos diversos segmentos industriais do Estado do Rio de Janeiro” (ALVES; SOUZA, 2012, p. 131).

As profissões encontradas foram agrupadas em 14 segmentos criativos: Arquitetura e Engenharia, Artes⁶, Artes Cênicas, Biotecnologia, Design, Expressões Culturais, Filme e Vídeo, Mercado Editorial, Moda, Música, Pesquisa e Desenvolvimento, Publicidade, Software, Computação e Telecom. Para compreender a dinâmica desses catorze segmentos, o Sistema Firjan ressalta que é necessário percebê-los como uma cadeia produtiva e, portanto, “além do núcleo criativo, devem ser consideradas as atividades de provisão direta de bens e serviços ao núcleo – as chamadas atividades relacionadas – e os setores de provisão indireta –

denominados de apoio” (SISTEMA FIRJAN, 2012, p. 18). A produção das gravações musicais, conforme o próprio Sistema Firjan (2012, p. 18), exemplifica bem esse processo: “a criação musical é considerada como núcleo, a fabricação de instrumentos musicais e a gravação pertencem à indústria relacionada, enquanto a comercialização do CD resultante da criação musical faz parte da atividade de apoio ao núcleo”.

Segundo o Sistema Firjan (2012, p. 5-7), em 2011, o mercado formal de trabalho do núcleo criativo brasileiro era composto por 810 mil profissionais (o que representa 1,7% do total de trabalhadores brasileiros) e a produção, do núcleo criativo nacional gera um montante de R\$ 110 bilhões (equivalente a 2,7% do PIB brasileiro)⁷. No que se refere à remuneração, em 2011, a média salarial dos profissionais do setor criativo foi estimada em R\$ 4.693, o equivalente a aproximadamente 8,6 salários mínimos da época (R\$ 545). O segmento de Pesquisa & Desenvolvimento apresentava o maior salário médio, calculado em R\$ 8.885 (SISTEMA FIRJAN, 2012, p. 5).

Os segmentos de Artes Cênicas, Expressões Culturais e Música foram indicados como os menos representativos em número de empregados formais, somando apenas 3,5% dos trabalhadores do núcleo criativo – o que reforça os limites do estudo, anteriormente destacados. O estudo do Sistema Firjan (2012, p. 9), afirma que “esse fato é em parte explicado por uma característica particular desses segmentos: em muitos casos a contratação dos serviços desses profissionais é feita através de empresa própria, e não na forma de contrato de trabalho”.

O núcleo do segmento da Música apresentou, em nível nacional, uma remuneração média de R\$ 1.944 mensais. O maior salário do país foi registrado no estado do Amazonas (R\$ 4.241), com destaque para os músicos intérpretes instrumentistas⁸, e o menor salário foi encontrado no Amapá (R\$ 554).

O mapeamento do Sistema Firjan disponibilizou ainda dados específicos sobre os estados e também sobre municípios brasileiros, organizados a partir dos 14 segmentos criativos, anteriormente mencionados, e das profissões específicas de cada segmento. Na cidade de João Pessoa, foram mapeadas 7 habilitações profissionais no segmento da música, sendo estas: compositor, músico arranjador, músico intérprete cantor, músico intérprete instrumentista, músico regente, musicólogo e projetista de som. Entre os dados disponibilizados sobre a cidade de João Pessoa e o estado da Paraíba destacamos na Tabela abaixo a quantidade de músicos mapeados nas três esferas (municipal, estadual e federal) nos anos de 2010 e 2011:

Profissionais	2010	2011	Variação
Total de Profissionais para o Município João Pessoa - Música	206	137	-33,50%
Total de Profissionais no Estado Paraíba - Música	530	478	-9,81%
Total de Profissionais no Brasil - Música	11.528	11.878	3,04%

Tabela 1 – Quantitativo do segmento profissional da música
Fonte: Sistema Firjan (2012)

Destacamos, como dado questionável, a drástica redução apontada na quantidade de profissionais localizados em nível municipal (-33,5%) e estadual (-9,81%) no referido período. Não entendendo-a como uma possibilidade real do contexto profissional, atribuímos essa redução à alterações nos critérios ou metodologia da coleta de dados, que não foram devidamente explicitadas pelo estudo. Apresentamos ainda, na Tabela 2, a remuneração apresentada pelo segmento da música no período (2010-2011):

Remuneração	2010	2011	Variação
Remuneração Média para o Município João Pessoa - Música	R\$ 1.034,14	R\$ 947,13	-8,41%
Remuneração Média no Estado Paraíba - Música	R\$ 782,74	R\$ 737,19	-5,82%
Remuneração Média no Brasil - Música	R\$ 1.841,73	R\$ 1.944,28	5,57%

Tabela 2 – Remuneração do segmento profissional da música
Fonte: Sistema Firjan (2012)

Seguindo a tendência da Tabela 1, a Tabela 2, em relação à remuneração média destes profissionais, também apresenta um declínio do segmento da música na cidade de João Pessoa e no estado da Paraíba. Além da completa ausência de discussões acerca das questões metodológicas, é preciso destacar que o estudo também não contempla discussões de cunho qualitativo acerca de questões como as mencionadas acima.

4. Considerações finais

A ênfase dada pelo Sistema Firjan ao aspecto quantitativo do mapeamento, em detrimento de discussões acerca de questões sociais e culturais, reforça a associação, feita por diversos autores⁹, entre a economia criativa e a política neoliberal. “Dessa forma, o que temos é uma nova forma de governabilidade neoliberal, uma resposta criativa às transformações



impostas pelas mutações econômicas” (BOTELHO, 2011, p. 91). Nesse sentido, destacamos que, de fato, estudos realizados com esse recorte não contemplam adequadamente as três dimensões apontadas no Plano da SEC que determina “a missão de transformar a criatividade brasileira em inovação e a inovação em riqueza: riqueza cultural, riqueza econômica, riqueza social” (BRASIL, 2011, p. 8). Acerca da concepção de inovação para os segmentos das artes, o Plano reforça que,

No campo das artes, a inovação possui outros significados que não se referem aos demais segmentos criativos anteriormente citados. Pelo contrário, **no campo da cultura, a inovação pressupõe a ruptura com os mercados e o status quo**. Por isso, a inovação artística deve ser apoiada pelo Estado, o qual deve garantir, através de políticas públicas, os produtos e serviços culturais que não se submetem às leis de mercado. (BRASIL, 2011, p. 19, grifos nossos)

Podemos afirmar que diversas das propostas criativas separam-se apenas por uma linha bastante tênue daquelas que, na verdade, favorecem a flexibilidade exigida pelo mercado com vistas à precarização das condições de trabalho. Portanto, partindo da reflexão de Costa (2012, p. 3) que “a educação em música apresenta-se na educação formal como ferramenta de construção do ser humano, para além da esfera da indústria cultural e de seus interesses mercadológicos imediatos”, entendemos que a interface entre música e as políticas econômico-culturais precisa ser contemplada nas propostas curriculares dos cursos técnico-profissionalizantes sob uma perspectiva crítica, contribuindo significativamente para que o processo de formação – apesar de técnica – adquira um amplo significado, visando a formação integrada, ou integral, do profissional músico.

Referências

- ALVES, Elder Patrick Maia; SOUZA, Carlos Alexsandro de Carvalho. A economia criativa no Brasil: o capitalismo cultural brasileiro contemporâneo. **Latitude**, v. 6, n. 2, p. 119-173, 2012.
- BOTELHO, Isaura. Criatividade em pauta: alguns elementos para reflexão In: BRASIL. Ministério da Cultura. Secretaria da Economia Criativa. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 – 2014**. 2. ed. rev. Brasília: MinC, 2011. p. 87-92.
- BRASIL. Ministério da Cultura. Secretaria da Economia Criativa. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 – 2014**. 2. ed. rev. Brasília: MinC, 2011.
- COSTA, Rila Arruda da. Políticas culturais no Amazonas (1997-2010). In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS CULTURAIS, 2., 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2011.



COSTA, Cristina Porto. Música: a Educação Profissional Técnica de Nível Médio na interseção das políticas públicas. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA, 3., 2012, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: CEFET-MG, 2012.

NUNES, Jordão Horta; MELLO, Matheus Guimarães. Socialização e identidade: o trabalho em serviços musicais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA, 15., Curitiba, 2011. **Anais...** Curitiba, UFPR: 2011.

PINTO, Gabriel Bicharra Santini; AFONSO, Marcio Felipe de Araujo Lima. O Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil. **Redige** v. 4, jul. 2013.

QUEIROZ, Luis Ricardo Silva. A música como fenômeno sociocultural: perspectivas para uma educação musical abrangente. In: MARINHO, Vanildo Marinho; QUEIROZ, Luis Ricardo Silva (orgs.). **Contexturas: o ensino das artes em diferentes espaços**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2005. p. 49-66.

SISTEMA FIRJAN. A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil – Edição 2011. **Nota Técnica**, Rio de Janeiro, n. 10, out. 2011.

_____. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/economiacriativa/pages/download.aspx>>. Acesso em: 11/03/2014.

UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa 2010** – Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável. 2010.

VALE NETO, João Pereira. Paradoxos da inserção dos espaços populares no Brasil “Criativo”. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGIA, 29., Santiago (Chile), 2013. **Anais...** Santiago: FACSO, 2013.

¹ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba.

² Nesse sentido, destacam-se iniciativas como a criação do programa Paraíba Criativa (fruto de um Programa de Extensão Universitária que configura-se como uma agência de produção cultural no formato de incubadora universitária) e a realização do 1º Encontro Paraibano de Economia Criativa, Cultura e Turismo, ambos no ano de 2013. Para maiores informações, consultar: <<http://www.paraibacriativa.com.br>>. Acesso em: 18/03/2014.

³ Além de cursos formais ofertados a distância por instituições formais de ensino (como a UNB e a UFRGS), encontramos cursos livres ofertados por empresas como a ArtistWorks (<http://artistworks.com/>) e, mais recentemente, diversos músicos passaram a oferecer aulas, ou o que vem sendo chamado de “consultoria musical”, por ferramentas como o Skype (<http://www.skype.com/pt-br/>).

⁴ United Nations Conference on Trade and Development.

⁵ Os dados utilizados para a classificação das ocupações foram da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) e do Ministério do Trabalho.

⁶ Nesse caso, a área de Artes tem uma composição um pouco diferente da usualmente estabelecida, incluindo, além de organizações associativas ligadas à cultura – como clubes literários, de cinema e fotografia – e o comércio varejista de objetos de arte, as artes culinárias (chefes de cozinha, de confeitaria, bar, etc.) (FIRJAN, 2012, p. 18).

⁷ Se considerarmos, além do Núcleo, as atividades “relacionadas” e as de “apoio”, ou seja, toda a cadeia da indústria criativa nacional, a cifra atinge os R\$ 735 bilhões, equivalente a 18% do PIB brasileiro.

⁸ Acerca da expansão do volume de recursos investidos nas mais diversificadas áreas de produção cultural no Amazonas, consultar Costa (2011).

⁹ Dentre os quais destacamos Vale Neto (2013).