

Industrias culturales y economía política



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITORA

Gissela DÁVILA COBO

COORDINADOR EDITORIAL

Camilo MOLINA BOLÍVAR

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Fernando CASADO

Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

Universidad Católica de Temuco, Chile

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

Abel SUING

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Elíseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Escuela Andina de Cinematografía de la Fundación Ukamau, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Cicilia KROHLING PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

CIESPAL, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL-Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinador Monográfico Chasqui 142

César Bolaños

Suscripciones: isanchez@ciespal.org

Corrección de textos

Camilo Molina

Diseño gráfico

Diego S. Acevedo Aguilar

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada
CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

11 Editorial

Gissela DÁVILA COBO

13 TRIBUNA

15 En busca de una teoría crítica. La Economía Política de la Comunicación)

Susana SEL

29 MONOGRÁFICO

Industrias culturales y economía política

31 Introducción. Industrias culturales y Economía Política en América Latina y el Caribe

César Bolaño & Camilo Molina

37 Flujos audiovisuales en América Latina. Enseñanzas y desafíos

Fernando KRAKOWIAK & Guillermo MASTRINI

57 Do apogeu à crise da política audiovisual brasileira contemporânea

Kátia SANTOS DE MORAIS

75 La industria cultural musical y sus transformaciones: el caso de la música protesta en Ecuador

Christian MIRANDA GAIBOR

89 Índice de potencialidad de las industrias culturales y creativas en México. Un marco de referencia para las políticas de comunicación y cultural

César BÁRCENAS CURTIS & Roberto BÁRCENAS CURTIS

109 Políticas de comunicación en ciudades intermedias argentinas en el período 2009-2015

María Eugenia ITURRALDE

127 Ativismo Codificado: Protestos em Rede e Movimentos Sociais na Era das Plataformas Digitais

Carlos FIGUEIREDO

143 ¿La competencia realmente está a un click de distancia? Propuestas antitrust para Silicon Valle

Serguei KOMISSAROV

169 Empreendimentos jornalísticos digitais e o interesse público

Patrícia MAURÍCIO & Raquel ALMEIDA

187 Indústria cultural e capitalismo tardio: origens da economia política da comunicação no Brasil em mercado brasileiro de televisão

Manoel Dourado BASTOS

127 Trabalho, cultura e criatividade: autonomia/heteronomia dos

“empreendedores da música”

Verlane ARAGÃO SANTOS, João SILVERIO MELO SÁ SALES BARROS & Hanne SILVA OLIVEIRA

233 DIÁLOGO DE SABERES

- 223 **Etno-educación: esencialismo étnico o republicanismo popular**
José FIGUEROA
- 247 **Análisis comunicacional de construcción de estereotipos étnicos por recepción de comerciales de 1990 al 2010**
Katherine ARGUDO GONZÁLEZ & Tomás RODRÍGUEZ CAGUANA
- 265 **Avances, dificultades y retos para una política de integración cinematográfica en centroamérica**
José MORENO
- 283 **Hábito y consumo de la radio tradicional frente a la radio *on line*, en audiencias universitarias en Bolivia**
Edgar Gustavo DÁVILA NAVARRO & Rigliana PORTUGAL
- 303 **Paulo Emílio Salles Gomes e a conservação do patrimônio cinematográfico brasileiro**
Jimena ZULUAGA TRUJILLO & Sílvia Marcela GÓMEZ MONTERO



Monográfico

Trabalho, cultura e criatividade: autonomia/heteronomia dos “empreendedores da música”

*Work, culture and creativity: autonomy/heteronomy of the
“entrepreneurs of music”*

*Trabajo, cultura y creatividad: autonomía/heteronomía de los
“empresarios de la música”*

Verlane ARAGÃO SANTOS

Universidade Federal de Sergipe / joaosmbarros@gmail.com

João SILVERIO MELO SÁ SALES BARROS

Universidade Federal de Sergipe / joaosmbarros@gmail.com

Hanne SILVA OLIVEIRA

Universidade Federal de Sergipe / hanne.oliveiras@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 142, diciembre 2019 - marzo 2020 (Sección Monográfico, pp. 203-220)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 25-11-2019 / Aprobado: 27-03-2020

Resumo

O objetivo geral deste artigo é o de problematizar a contradição autonomia/heteronomia do trabalhador cultural, a partir da situação do músico/artista em contexto de transformação da indústria fonográfica. Dois aspectos são discutidos: as mudanças nos processos e nas relações de trabalho do músico no Brasil e as temáticas das indústrias criativas e do empreendedorismo cultural, acompanhando os documentos oficiais de entidades supranacionais, do Estado e privadas: UNESCO, Ministério da Cultura e SEBRAE. Diante dos processos históricos e dos dados levantados, evidenciam-se duas observações conclusivas: a precarização das relações e condições de trabalho dos profissionais da música e a adequação destes a uma Nova Divisão Internacional do Trabalho Cultural, exposta nas propostas para o setor cultural das instituições pesquisadas.

Palavras-chave: trabalho cultural; música; processo de trabalho; relações de trabalho; empreendedorismo cultural

Abstract

The general objective of this article is to problematize the autonomy/heteronomy contradiction of the cultural worker, based on the situation of the musician/artist in the context of the transformation of the recording industry. Two aspects are discussed: changes in the processes and working relationships of the musician in Brazil and the themes of the creative industries and cultural entrepreneurship, following the official documents of supranational entities, state and private: UNESCO, Ministry of Culture and SEBRAE. Given the historical processes and data collected, two conclusive observations are evidenced: the precariousness of the relationships and working conditions of music professionals and their adaptation to a New International Division of Cultural Work, exposed in the proposals for the cultural sector of the institutions researched.

Keywords: cultural work; music; work process; working relationships; cultural entrepreneurship

Resumen

El objetivo general de este artículo es problematizar la contradicción de autonomía/heteronomía del trabajador cultural, basada en la situación del músico/artista en el contexto de la transformación de la industria discográfica. Se discuten dos aspectos: los cambios en los procesos y relaciones de trabajo del músico en Brasil y los temas de las industrias creativas y el emprendimiento cultural, siguiendo los documentos oficiales de las entidades supranacionales, el Estado y el privado: UNESCO, Ministerio de Cultura y SEBRAE. Dados los procesos históricos y los datos recogidos, se evidencian dos observaciones concluyentes: la precaria de las relaciones y condiciones de trabajo de los profesionales de la música y su adaptación a una Nueva División Internacional de Trabajo Cultural, expuesta en las propuestas para el sector cultural de las instituciones investigadas.

Palabras clave: trabajo cultural; música; proceso de trabajo; relaciones de trabajo; emprendimiento cultural

1. Introdução

O Objetivo geral deste artigo é o de problematizar a contradição autonomia/heteronomia do trabalhador cultural, a partir da situação do músico/artista em contexto de transformação da indústria fonográfica. Dois aspectos são discutidos: as mudanças nos processos e nas relações de trabalho do músico e as temáticas da Economia criativa e do empreendedorismo cultural, acompanhando os documentos oficiais de entidades supranacionais, do Estado e privadas¹.

O presente trabalho pretende analisar a contradição autonomia/heteronomia dos trabalhadores da música sob a lógica da Internet (Bolaño *et al.*, 2007), tendo em conta as etapas de produção, distribuição e comercialização de conteúdo musical (Prestes Filho, 2004; Santos *et al.*, 2014), a partir das afirmações incrustadas nas noções de “economia criativa” (Bolaño, Lopes, Santos, 2016) e de “empreendedorismo cultural” (BRAGA, 2015), que são eixos estruturantes das propostas de instituições supranacionais, como a UNESCO, as instituições nacionais como o SEBRAE, e políticas públicas para a cultura no Brasil. Para tanto, observa em destaque as particularidades dos processos e das relações de trabalho dos músicos, em contexto ampliado da dinâmica da indústria fonográfica e da economia mundial.

A metodologia de pesquisa constituiu-se na análise da literatura sobre as problemáticas propostas, concentrando-se no caso brasileiro, e no levantamento, sistematização e análise de informações presentes em documentos oficiais das instituições estudadas (UNESCO, Ministério da Cultura e SEBRAE), como também de dados sobre o mercado de trabalho do músico. Ambos os instrumentos metodológicos foram articulados com o objetivo de obter um quadro composto por três dimensões: conceitual, no âmbito do marco teórico e identificando as categorias operacionalizadas pelas entidades; da construção de um diagnóstico sobre a condição do trabalhador da música; e analítica, cotejando as mudanças estruturais na indústria da música e as problemáticas elegidas e traduzidas em políticas culturais para o setor.

As transformações técnicas que atingiram o mercado da música em geral e o “fazer música” em particular são tomadas com grande otimismo pelos agentes atuantes no setor. A digitalização, como aspecto aparente de um processo mais profundo, que é a reestruturação do próprio modo de produção capitalista, e com ela a reestruturação da indústria fonográfica, como estabelecida durante todo o século XX, desenham um cenário complexo onde se vislumbram possibilidades

1 Artigo resultante de projeto de pesquisa, desenvolvido no âmbito do Programa de Iniciação Científica da Universidade Federal de Sergipe, Brasil (PIBIC/UFS 2016-2018).

de autodeterminação, em que a relação artista/público pode ser dada sem a mediação da indústria cultural tradicional, mas de uma nova: a internet.

Durante o século XX, a indústria da música esteve baseada no suporte do fonograma, enquanto avançava a lógica da repetição, que substituiu a lógica da representação na história da música ocidental (ATTALI, 1977). Com a lógica da repetição, a música assume a forma mercadoria. Isso caminhará *pari passu* de maneira não homogênea ao avanço do trabalho assalariado dos músicos. Em especial, o assalariamento atinge os integrantes de orquestra, enquanto os demais estarão inseridos em formas diversas de relações laborais. No desenvolvimento da indústria fonográfica, os artistas mantêm contratos de exclusividade, onde os direitos de exibição e os percentuais de vendas dos discos garantiram vantagens para as gravadoras.

A evolução da indústria fonográfica, especialmente no século XX, acompanhou o desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação e de suas infraestruturas (Requião (2008); Morel (2010)). Como apontado por Bandeira (2006, p.2), para o caso brasileiro: “Um aspecto importante a ser destacado é a correlação entre o avanço dos suportes de gravação e reprodução de áudio e o êxito da música popular a partir da década de 1950”. A invenção de equipamentos que permitiam a gravação e reprodução de sons, já em fins do século XIX, foi marcante para estabelecer uma indústria fonográfica. Com o advento do disco, o mercado de trabalho artístico se reordena e intensificam-se as funções dos músicos em geral (Requião, 2008).

A produção do fonograma sob a lógica analógica se desenvolveu em termos de uma estrutura onde os custos de gravação e os meios de distribuição e divulgação estavam subordinados à atuação das *majors*. A digitalização impõe desafios à manutenção deste esquema, o que impactou as formas de produção de conteúdo musical, sua distribuição e as possibilidades de fruição, dada a coexistência de mais de um suporte (Prestes Filho et al., 2004; Santos et al., 2014). Do *streaming* à manutenção de uma “cultura do vinil”, uma nova lógica se estabelece: a Internet.

A Internet é um novo meio que atravessa todas as indústrias culturais. Não seria uma nova tecnologia ou uma nova indústria concorrente. De caráter híbrido, é resultado do desenvolvimento das novas tecnologias, de base microeletrônica, de interpenetração global, uma nova ágora, convertendo-se assim em um novo espaço de ação e socialização em âmbito mundial (Bolaño et al, 2011).

O movimento de subordinação da cultura à lógica do capital, assim, não se limita à industrialização da superestrutura, no sentido frankfurtiano, mas vai além. Com a internet e os sites de redes sociais, a própria comunicação interna ao “mundo da vida” (Habermas) e as comunicações privadas de todo tipo se estabelecem no âmbito das relações mercantis mediadas pela rede das redes. Mas os movimentos de resistência a essa expansão da forma mercadoria e da lógica do capital acabam

por estabelecer-se também na rede, que adquire, como era previsível, uma configuração crítica e contraditória (Bolaño, Lopes; Santos, 2016: 17).

Neste novo espaço, as grandes operadoras atuantes nos diversos mercados de comunicação e de cultura, agora convergentes, seguem na busca de ganhos e de novas formas de apropriação e vantagens que se baseiam em sua situação privilegiada, pelo *know how* acumulado nos setores de atuação tradicional. Não obstante, logram ganhos com a administração de seu *casting*, ao tempo que outros agentes, como os intermediadores digitais², que passam a assumir papel cativo na distribuição de conteúdo musical em mercados como o de *streaming*, surgem.

Processos e relações de trabalho do músico

Nesse contexto, estará inserido um dos aspectos que nos propusemos a estudar: os processos e relações de trabalho do músico. Suscitado principalmente por trabalhos como os de Menger (2002), esse debate nos ajuda a entender a realidade da sociedade e do mercado de trabalho da música em tempos de precarização e retrocesso nas relações trabalhistas. Para uma primeira abordagem dos estudos de processos e relações do trabalho do músico, a análise cronológica pode facilitar a compreensão das etapas que precedem a concepção que temos atualmente desta classe. Attali (1977) revela as diversas condições, ao longo do tempo, que o trabalhador artístico atravessou e podemos perceber que a precariedade acompanha estes trabalhadores desde os primórdios.

Ao longo do tempo, podemos perceber uma constante dependência dos artistas em relação às forças hegemônicas (estado, elites, burguesia, etc). Em termos econômicos, é como dizer que o músico, ao vender suas mercadorias (a música e a própria força de trabalho), depende da demanda do mercado. “Na Alemanha como na França, os músicos eram muito dependentes dos favores, da proteção e, por consequência do gosto dos círculos aristocráticos e do patriciado burguês urbano que o imitava” (SEGNINI, 2007, p. 3). Um dos principais pontos destacados por ela é a questão da importância do Estado como incentivador das atividades musicais, a exemplo da Lei Rouanet no Brasil.

Antes de adentrar nas especificidades do músico como trabalhador, cabe apropriar-se da questão do chamado trabalho artístico, pois compreender sua dinâmica na lógica capitalista é fundamental para posteriormente avançar a pontos específicos. O processo de transformação da arte em mercadoria é o perfeito exemplo da capacidade que o capitalismo tem de absorver as manifestações humanas. “No mundo capitalista, a arte, como toda a produção humana, transformou-se em mercadoria e o trabalho artístico em trabalho profissional” (Requião, 2008).

2 Sobre este tema, vide o trabalho de Flávio Marcílio Silva Júnior, “Música em Fluxo: transformações na indústria fonográfica a partir do streaming”.

A crítica de Bolaño (2000) à escola francesa traz luz a esse processo. Na visão dele, ao longo do tempo, duas condições foram fundamentais para as transformações do trabalho com arte em trabalho profissional e transformação da arte em mercadoria. A primeira delas é a reprodutibilidade, isto é, a capacidade de registrar, reproduzir e distribuir em escala. Tendo essa condição satisfeita, há a possibilidade de satisfação da segunda: a realização do valor de uso, ou seja, a mercantilização propriamente dita. Esta ideia é central para se fazer uma análise dos processos e relações de trabalho dos músicos. No caso destes, vemos a transformação da música em mercadoria e o trabalho musical em um trabalho técnico e profissional. No entanto, hoje em dia ainda há uma certa desconfiança no senso comum a respeito da compreensão da atividade musical como um trabalho (Requião, 2008). Em cenários de crise e precarização de condições de trabalho, como o Brasil, essa realidade é ainda mais patente.

Um dos estudos mais recentes de Segnini (2014, p. 4) levantou dados capazes de diagnosticar a especificidade do trabalhador artístico no Brasil, especialmente os músicos. Com dados da PNAD (Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio) foi possível traçar um perfil majoritário desse grupo:

[...] os trabalhadores em ‘artes e espetáculos’, especialmente os ‘profissionais da música’, representam um grupo composto de forma predominante por homens, brancos, com elevado índice de escolaridade quando comparados com os ocupados no país, reduzida participação em instituições sindicais (84% não participam) ou previdenciária (78% não contribuem).

Esse tipo de informação nos leva a refletir sobre a crescente precarização das relações de trabalho em favorecimento da acumulação capitalista e manutenção das forças de mercado predominantes. Além disso, contribui para a afirmação de que “Apesar de regulamentado e com regras específicas para a sua atuação, a atividade de trabalho do músico tem como característica primordial a informalidade” (Requião, 2008). Ao comparar os resultados com pesquisas anteriores da própria autora vemos que a realidade de precariedade é crescente. Aumentam os números de postos informais e se reduz o número de músicos com emprego formal entre 2004 e 2011. De 12.928 para 5.661 respectivamente.

Segnini (2014) apresenta segmentações de gênero e raça no campo dos profissionais da música. Primeiramente, com relação ao gênero, a presença dos homens é significativamente maior, representando, aproximadamente, algo na ordem de 70% a mais que as mulheres. Algo que, em geral, não tem mudado nos últimos 12 anos.

O discreto crescimento da participação das mulheres no período é traduzido em números e percentagens, com oscilações. Não é possível assegurar, assim, que a participação das mulheres nesse campo artístico seja uma conquista perene, consolidada (Segnini, 2014, p. 80).

Analisando o corte de raça feita pelo mesmo estudo, foi possível observar a maioria de pessoas brancas, seguida por pessoas pardas. De longe aparecem ainda pessoas pretas e ainda mais distante as declaradas indígenas. Com o cruzamento dos dados de gênero e raça a autora chega à seguinte conclusão: “Em suma, minha análise permite afirmar que o mundo da música é um espaço de homens brancos e, o dos solistas, de homens brancos que pertencem a uma elite econômica e social” (Segnini, 2014, p. 84).

A realidade brasileira pode ser muito bem compreendida a partir do estudo de caso feito por Requião (2008), onde o objeto foram os músicos da Lapa, bairro tradicional no Rio de Janeiro conhecido por seu caráter “boêmio”. Nesse estudo, foi evidenciada a precariedade do trabalho artístico. A começar pela ampla informalidade nas relações de trabalho do músico. Mais ainda, ela abre o debate para um ponto controverso onde a lógica capitalista tenta dissociar o ofício do músico do trabalho para associá-lo ao prazer. Isso ocorre quando termos como “dom” e “talento” são utilizados para justificar o sucesso de um artista, assim, não levando em consideração o processo de profissionalização por qual passa a maioria dos músicos.

Dentre outras características que revelam a precariedade nesse mercado, a flexibilidade é uma das mais abrangentes, pois está cada vez mais presente em quase toda relação de trabalho. Visto como vantagem para alguns e prejudicial para outros, o *fluxo-tempo*, termo cunhado pelo sociólogo estadunidense Richard Sennett e utilizado pela professora Requião em sua tese, caracterizaria a flexibilidade dos turnos de trabalho. Ela ocorre muitas vezes de forma latente no caso do músico. Para a autora, a consequência disso é a existência de um trabalho não remunerado especialmente no caso dos músicos “ao vivo”.

No caso da produção fonográfica, Morelli (1991) também nos traz um estudo de caso a partir de uma perspectiva antropológica sobre os processos de produção na indústria cultural. As relações de produção por ela analisadas merecem destaque pois já nos anos oitenta a autora busca contradições inerentes à indústria dos discos e como elas se convergem nos campos da produção material *versus* produção cultural. Esse embate é interessante para a construção da Economia Política da Cultura e Comunicação pois amplia a análise dentro da própria categoria trabalho artístico. Neste caso, a subdivisão material/cultural é caracterizada pela autora a partir da forma de remuneração. Segundo ela, aquele trabalhador artístico remunerado por cachê (músicos, produtores musicais, arranjadores, etc.) estaria alocado no campo da produção cultural, enquanto os trabalhadores assalariados (técnicos, engenheiros de som, produtores, funcionário da fábrica de discos) fazem parte do campo material (Morelli, 1991). Hoje em dia a indústria fonográfica vive a era do *streaming*, os avanços tecnológicos popularizaram ferramentas e recursos de gravação e já é possível para o músico gravar um álbum inteiro sem sair de casa. As vendas digitais já crescem a taxas superiores das vendas físicas e o repasse aos artistas

ainda é um campo obscuro e pouco transparente³. Essa realidade tem levantado novas discussões e ampliado o debate sobre o trabalho artístico sob essa nova ordem de produção musical, que com o passar do tempo estará mais claro e definido do ponto de vista de um diagnóstico preciso.

As indústrias criativas e o “empreendedorismo cultural”

De acordo com Braga (2015, p. 219), “a cultura é hoje um recurso que gera e atrai investimentos, cuja distribuição e utilização mostram-se como fonte inesgotável para as indústrias culturais e as novas indústrias dependentes da propriedade intelectual”. Dito isso, para iniciar a discussão a respeito da Economia Criativa, é importante salientar o debate existente sobre a adoção do termo “economia/ indústria criativa” em substituição a “indústria cultural”, que segundo Bolaño, Lopes e Santos (2016) trata-se de uma discussão semântica, com repercussões políticas, relacionada à subsunção do trabalho cultural. Para Lopes & Santos (2011) ocorre uma redução do conceito operada pelo deslize semântico da cultura à criatividade.

Foi o Governo Australiano, em 1994, que inseriu primeiramente o conceito de Economia/Indústria Criativa, o qual se expandiu até o Reino Unido. Este, por sua vez, passou a enxergar nas indústrias criativas um setor da economia, admitindo a necessidade de políticas públicas específicas capazes de fomentar o seu relevante ritmo de crescimento.

Machado (2009) afirma que a classificação economia criativa toma como ponto de partida o princípio de que os bens e serviços culturais trazem em si um valor cultural e um valor econômico. Dentro dessa perspectiva, os termos que compõem a expressão – economia e criatividade – são compreendidos não como duas instâncias que se contradizem, mas como duas esferas que podem ser conciliáveis sem uma anular a outra. Além disso, incorpora uma série de atividades que remetem à questão da diversidade cultural.

Pode-se dizer que a tendência em substituir o termo indústria cultural [...] parece apontar para duas preocupações por parte dos adeptos dessas categorias: 1. Afastar a dimensão negativa e crítica encerrada no conceito analítico de indústria cultural, tal como desenvolvido pela Escola de Frankfurt; 2. A necessidade de encontrar uma denominação que dê conta de uma série de atividades não contempladas pelo conceito de indústria cultural (Machado, 2009, p. 92).

Em Brittos & Miguel (2008) é apresentada a informação de que, conforme o departamento de cultura, mídia e esporte do Reino Unido, as indústrias criativas abrangem os setores de: publicidade, arquitetura, artes e antiguidades, artesanato, *design*, alta costura, filmes e vídeos, *software* interativo de lazer,

3 Ver matéria publicada pelo portal G1 disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2015/08/streaming-paga-pouco-e-sufoca-musicos-diz-empresario-de-emicida.html>. Acesso em 05/05/2018.

música, artes cênicas, editoras, serviços de *software* e computadores, televisão e rádio, mobília de *design*, moda, produção audiovisual, *design* gráfico, *software* educacional, artes performativas e entretenimento, internet, artes visuais e editoração; podendo ser um conceito muito mais abrangente, uma vez que é fundamentado na inovação e na criatividade.

Por essa abrangência, cujo resultado é um conceito pouco operacional, Brittos & Miguel (2008) enfatizaram que a noção de indústrias culturais não deve ser perdida como expressão resumo de organização das dinâmicas de produção e distribuição da cultura no capitalismo.

Conforme Madeira (2014) salienta, a mudança de nomenclatura não deve ser ignorada, pois uma alteração semântica nunca ocorre despropositadamente, pelo contrário, indica mudanças: nas ideias, nas instituições e na própria sociedade, constituindo, portanto, um fenômeno histórico. Assim,

Enquanto as indústrias culturais foram associadas ao aspecto pejorativo da produção cultural, as indústrias criativas, mais recentes, são consideradas do ponto de vista de suas possibilidades como instrumento político a serviço de mudanças econômicas e, portanto, têm sido utilizadas para neutralizar o ranço ideológico negativo incrustado no conceito anterior. Tais possibilidades, por sua vez, remetem à qualidade de criativo em oposição à de cultural, mais restrita e historicamente estabelecida (Madeira, 2014, p.60).

Desse modo, nota-se a disseminação da perspectiva implícita no termo Indústrias Criativas, haja vista que a maior expansão e desenvolvimento dessas indústrias se tornou meta e solução encontrada por muitos países para alcançar desenvolvimento, crescimento econômico e inovação. E nesse mesmo cenário em que a cultura adotou um papel de recurso/produto, o trabalhador cultural igualmente desempenha um “novo” papel, de mão de obra que abastece essas indústrias.

Nota-se, portanto, que as relações de trabalho e produção do trabalhador cultural, no decorrer do tempo, têm sofrido uma reestruturação. Ao atentar para esse processo histórico, vê-se que, desde o começo do século XX, com o surgimento do fonograma, houve uma completa transformação no modo de se produzir, ouvir e difundir a música, por exemplo.

Soma-se a essas transformações o incentivo ao empreendedorismo cultural como meio de geração de renda, onde o trabalhador cultural, em sua autonomia e autossuficiência, passa a exercer múltiplas funções, adequando-se ao contexto do mercado, não sendo mais somente um fator de produção, mas passando a ser encarado como um capital competitivo, uma “máquina competidora”, como afirma Braga (2015).

Sobre a inserção do trabalhador cultural no discurso do empreendedorismo, Braga (2015, p. 225) faz a reflexão a seguir, apontando as consequências disso sobre o indivíduo:

[...] o discurso sobre a criatividade e o trabalho cultural exerce influência na compreensão e conceitualização do trabalho, da subjetividade e da sociedade como um todo. Se exige que os trabalhadores desenvolvam seu “potencial criativo”, pois são “obrigados a ser livres”, “terem iniciativa própria” e usarem seu “talento” para que eles sejam seus próprios produtores, e a fonte de seus próprios ganhos[...].

A produção cultural, sob a bandeira do “espírito empresarial criativo”, submete a maioria dos indivíduos chamados “criativos” ao regime de trabalho autônomo, temporário ou freelance, em que a regra é a precarização do trabalho e da vida inteira [...].

Como observado por Hesmondhalgh (2015), muitos trabalhadores toleram pagamentos míseros, longas horas de trabalho e condições difíceis, a fim de meramente ganhar postos de trabalho, mesmo com muito baixos níveis de segurança e proteção, isto é, apenas para se manterem ativos no mercado.

Em suma, na conjuntura de adoção das indústrias criativas como setor da economia, a cultura então exerce a função de ativo econômico, sendo chamada de vetor do desenvolvimento, e “o trinômio inovação-criatividade-empresendedorismo migra do campo discursivo específico do setor empresarial e invade o setor cultural” (BRAGA, 2015, p. 220).

Passando, assim, para a análise do caso da economia brasileira, percebe-se que o papel da cultura nela foi influenciado pela perspectiva europeia:

A União Europeia salienta a função transversal da cultura; as relações entre cultura e criatividade como fatores determinantes do desenvolvimento pessoal, da coesão social, do crescimento econômico, da criação de emprego, da inovação e da competitividade; e ainda os fortes laços que unem a cultura e o desenvolvimento: O papel da cultura no apoio e fomento da criatividade e da inovação deve ser explorado e promovido. A criatividade é a base para a inovação social e tecnológica, constituindo, por conseguinte, um importante propulsor de crescimento, de competitividade e de emprego na UE. (CE, 2007: 10)

Essa perspectiva foi identificada, especialmente, ao realizar o levantamento de informações a respeito das temáticas da economia criativa e do empreendedorismo cultural nos documentos oficiais de instituições supranacionais de Estado e privadas, como a Unesco, o atualmente extinto Ministério da Cultura e o Sebrae. Os dois primeiros são identificados como propulsores e incentivadores de políticas culturais, atuando por meio de ações e programas de fomento a cultura e de forma integrada.

- UNESCO

A Unesco, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, é a agência das Nações Unidas que atua nas áreas da Educação, Ciências Naturais, Ciências Humanas e Sociais, Cultura e Comunicação e Informação,

cuja ação se dá pelo desenvolvimento de “projetos de cooperação técnica em parceria com o governo, a sociedade civil e a iniciativa privada, além de auxiliar na formulação de políticas públicas que estejam em sintonia com as metas acordadas entre os Estados Membros da Organização”.⁴

Em seu *Relatório de Economia Criativa 2010 – Economia Criativa: Uma opção de desenvolvimento viável*, a Unesco mostra que enxerga a economia criativa como uma questão atual e importante da agenda econômica e, se devidamente estimulada, “a criatividade incentiva a cultura, infunde um desenvolvimento centrado no ser humano e constitui o ingrediente chave para a criação de trabalho, inovação e comércio, ao mesmo tempo em que contribui para a inclusão social, diversidade cultural e sustentabilidade ambiental”.

Quanto a definição de economia criativa, a Unesco faz uso do conceito adotado na *XI Conferência Ministerial da UNCTAD* (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento) em 2004, dessa forma, “economia criativa” é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico. Ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. Abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo, sendo um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral. É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial. De modo que, no centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas.

Sobre as indústrias criativas, a Unesco adota ainda o seguinte conceito definido pela UNCTAD: as indústrias criativas são os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente gerem receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais e constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial.

A entidade também faz uso da expressão Indústrias Culturais, todavia, diferente do conceito da Escola de Frankfurt, são tidas como indústrias que “combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos intangíveis e culturais por natureza. Esses conteúdos são tipicamente protegidos por direitos autorais e podem assumir a forma de produtos e serviços” como também são

4 Disponível em: <https://nacoesunidas.org/agencia/unesco/>. Acesso em 15/06/2018.

“centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural e na garantia do acesso democrático à cultura”, possuindo assim uma natureza dupla que combina o cultural e o econômico. Além disso, compõem, na verdade, um subconjunto das indústrias criativas, visto que na classificação da UNCTAD as indústrias criativas são divididas em quatro grandes grupos: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais.

Em relação ao trabalhador cultural, ou “classe criativa” como encontrado no documento, é dito que sua função econômica é criar ideias, novas tecnologias e conteúdos criativos. A “classe criativa” é composta por “pessoas que acrescentam valor econômico por meio da criatividade. Os valores da classe criativa são a individualidade, meritocracia, diversidade e abertura”. Além disso, ao abordar a ideia do empreendedorismo cultural/criativo, há o entendimento de que o mesmo se tornou uma filosofia organizacional para o século XXI, lidando com a formação estratégica, design organizacional e liderança em um contexto cultural, os empreendedores de sucesso são capazes de transformar ideias em produtos e serviços criativos para a sociedade.

- Ministério Da Cultura (MINC)⁵

O Ministério da Cultura, durante a sua existência no período de governo petista, era o órgão do Estado responsável pela política nacional de cultura e a proteção do patrimônio histórico e cultural. Por meio da Secretaria da Economia Criativa (SEC) o MinC atuava nesse segmento, a qual era responsável por:

formular, implementar e articular linhas de financiamento para empreendimentos culturais, contribuir para a formulação e a implementação de ferramentas e modelos de negócio sustentáveis para empreendimentos culturais, instituir e apoiar ações de promoção dos bens e serviços culturais brasileiros no País e no exterior, articular e conduzir o mapeamento da economia da cultura brasileira, coordenar a formulação e a implementação da política do Ministério da Cultura sobre direitos autorais e criar mecanismos de consolidação institucional de medidas e instrumentos de regulação da economia da cultura.⁶

Em substituição ao termo “indústrias”, no *Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações de 2011 a 2014*, o MinC utiliza a expressão “setores criativos” como representativos dos mais variados empreendimentos que constituem a Economia Criativa, sendo definidos como “aqueles cujas

5 A pasta da Cultura no Estado Brasileiro tem dois importantes momentos de inflexão, quando da criação do Ministério, na década de 80, tendo como seu titular o economista paraibano Celso Furtado, e nos governos do PT, quando se estabelece um processo de institucionalização das políticas culturais. Para tanto, vide: Celso Furtado, “Ensaio sobre Cultura e o Ministério da Cultura”, Lia Calabre, “Política Cultural em tempos de democracia: a Era Lula”, e Alexandre Barbalho, “O Sistema Nacional de Cultura no Governo Dilma: continuidades e avanços”, entre outros.

6 Disponível em: <http://cultura.gov.br/secretaria/secretarias/sec-secretaria-da-economia-criativa/>. Acesso em 15/06/2018.

atividades produtivas têm 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”. Todavia, são constituídos pelas mesmas categorias usadas pela Unesco.

Nesse mesmo documento, a economia criativa é caracterizada como sendo a economia do intangível, do simbólico. “Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos”.

No documento *Relatório Final do Desenvolvimento do Programa Nacional de Economia da Cultura* (2016), o MinC caracteriza a cultura como um vetor essencial para o desenvolvimento sustentável, ressaltando o papel dos setores culturais na diversidade da economia brasileira, assim como a contribuição deles para a produção de riqueza nacional, constituindo uma parcela significativa da cesta de exportação brasileira e mobilizando um mercado interno de bilhões de dólares. Através das metas estipuladas no Plano Nacional da Cultura, a instituição faz uso do conceito de cultura que une três dimensões: simbólica, cidadã e econômica.

Em geral, o Ministério da Cultura utilizava as definições e conceitos consonantes aos da Unesco.

- SEBRAE

O Sebrae (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) é uma entidade privada, cuja atuação no segmento da Economia Criativa se dá “com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios” por meio de “educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável; acesso a novos mercados; acesso à tecnologia e inovação; orientação para o acesso aos serviços financeiros”⁷. Sendo assim, o Sebrae possui uma gama de documentos (cartilhas e artigos), cujo teor envolve a formação/capacitação de empreendedores no segmento criativo.

No documento *Termo de Referência: Atuação do Sistema Sebrae na Economia Criativa* (2012), o Sebrae definiu economia criativa como sendo o conjunto de negócios intensivos em conhecimento e baseados no capital intelectual, cultural e na criatividade, gerando valor econômico. Baseando sua atuação nessa definição, afirma que é “preciso transformar a habilidade criativa natural em ativo econômico e recurso para o desenvolvimento de negócios duradouros”.

Ainda nesse documento, a instituição considera quatro princípios norteadores da economia criativa: a importância da diversidade cultural do País; a percepção da sustentabilidade como fator de desenvolvimento local e regional; a inovação como vetor de desenvolvimento da cultura e das expressões

7 Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos. Acesso em 18/06/2018.

de vanguarda; a inclusão produtiva com base em uma economia cooperativa e solidária.

Já na cartilha *O Microempreendedor Individual e a Economia Criativa*, o Sebrae se alinha à visão proposta pela Unesco, semelhante ao identificado para o Ministério da Cultura, quanto às categorias que compõem as Indústrias Criativas, atendendo, portanto, as atividades ligadas a: arquitetura, expressões culturais (artesanato, arte popular e festa popular), artes visuais, audiovisual (cinema, televisão e publicidade), design, digital (games, aplicativos e startups), editoração, moda, música, comunicação (TV e rádio).

Além disso, possui a geração de negócios como visão estratégica em relação à atuação com os empreendimentos criativos.

Portanto, observado esse cenário de emprego das indústrias criativas como propulsoras de desenvolvimento, assim como de incentivo ao empreendedorismo cultural como meio de geração de renda, a afirmação de Braga (2015, p. 226) se faz pertinente:

Estamos diante de uma nova divisão internacional de trabalho cultural, quando se funda uma complexa economia da indústria de serviços, informação e cultura, e quando os setores culturais e criativos passam a se constituir como fonte de ideias inovadoras, que podem ser transformadas em produtos e serviços (que geram crescimento e postos de trabalho) e ajudam a fazer face às mudanças da sociedade. Sobretudo quando se espera que a excelência e a competitividade nestes setores sejam o resultado dos esforços desenvolvidos pelos artistas, pelos criadores e pelos profissionais, que precisam ser incentivados, e passam a ser os artífices da ascensão social.

Ou seja, dois espaços se entrelaçam. Esse mais amplo de reestruturação do modo de produção capitalista e o espaço da música, caso paradigmático de difusão e desenvolvimento de novas tecnologias, digitais, alterando a distinção proposta por Morelli (1992) no seu estudo da indústria fonográfica entre estúdio e fábrica, entre produção material e produção cultural, que representa ademais a redefinição do papel das *majors* e as possibilidades de auto determinação de artistas e músicos, que ao mesmo tempo encontram na flexibilização e no empreendedorismo – inovativo e criativo – novas orientações, oriundas do mercado e das instituições promotoras de políticas culturais.

A adequação a essa Nova Divisão Internacional do Trabalho Cultural é evidente nas propostas para o setor cultural das instituições pesquisadas, assim como também se observa a adaptação dos trabalhadores culturais a ela.

Considerações finais

O desenvolvimento das indústrias culturais durante o século XX, e em especial a indústria da música, revelou o avanço da lógica da mercadoria, com base em um modelo de acumulação que dará lugar a um novo, marcado pela digitalização, por

novas formas de regulação, da produção e do trabalho no conjunto da economia. Neste contexto, incorporando-se a transição para a lógica da Internet, é preciso apreender o músico/artista como trabalhador (MENGER, 2002), destacando a heterogeneidade de sua inserção na sociedade, sua especificidade em relação ao processo de criação e sua aproximação aos trabalhadores em geral, experimentando a flexibilidade e a precariedade em suas relações laborais.

O caráter classista das contradições no campo cultural, tal como elas se apresentam hoje, no entanto, fica encoberto por uma grossa camada ideológica que emana ideias de criatividade e de inovação definidas no sentido economicista, hegemônico na elaboração conceitual que acaba por embasar em definitivo o debate em torno das chamadas indústrias criativas, ao contrário das definições furtadeanas (...), que da autonomia cultural como chave para o desenvolvimento, entendendo a política cultural como parte da política social (Bolaño & Santos, 2018: 51).

Diante dos fatos, processos históricos e dos dados levantados é evidente o processo de precarização das relações e condições de trabalho dos profissionais da música. Como a maioria dos trabalhos do campo artístico, há uma forte presença da informalidade e isto se mostra problemático uma vez que reforça a fragilidade em relação a direitos trabalhistas e seguridade social do ponto de vista legal. Outras características marcantes são a acumulação de funções e a flexibilidade das jornadas de trabalho. Estes profissionais ainda precisam lidar com a desconfiança da opinião pública quanto à "fetichização" em relação aos seus trabalhos.

Atualmente, novas formas de apropriação do trabalho, em termos gerais, e do trabalho cultural, criativo e intelectual, em caráter particular, ganham novos contornos, baseados na difusão das novas tecnologias da informação e da comunicação, com a Internet, e na reconfiguração representativa do trabalhador, agora chamado a assumir o papel do empreendedor cultural, assumindo os custos e os riscos da livre empresa, ao mesmo tempo em que se apropria de ferramentas, outrora exclusivamente apropriadas pelo capital. São estes os termos das novas contradições postas.

Referências bibliográficas

- Attali, J. (1977). *Bruits: essai sur l'économie politique de la musique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Barabalho, A. (2014). "O Sistema Nacional de Cultura no Governo Dilma: continuidades e avanços". In.: *Revista Lusófona de Estudos Culturais*. Vol. 2, n. 2, pp. 188-207. Disponível em: [file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/1775-Texto%20do%20Trabalho-1930-1-10-20190830%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/1775-Texto%20do%20Trabalho-1930-1-10-20190830%20(1).pdf).
- Bolaño, C. (2000). *Indústria cultural, informação e capitalismo*. São Paulo: Editora Hucitec-Editora Pólis.

- Bolaño, C.; Herscovici, A.; Castañeda, M.; Vasconcelos, D. (2007). *Economia Política da Internet*. São Cristóvão: Editora da UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira.
- Bolaño, C.; Lopes, R.; Santos, V. (2016). “Uma economia política da cultura e da criatividade”. In: Leitão, C. & Machado, A. F. *Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira*. Belo Horizonte: Código, pp. 9-24.
- Bolaño, C.; Santos, V. (2018). “Economia da cultura, trabalho e criatividade: Uma crítica da ideologia do empreendedorismo cultural”. In.: Guindani, J. F. & Guimarães E SILVA, M. (Orgs.). *Comunicação e Indústria Criativa políticas, teorias e estratégias*. Jaguarão: CLEAC, pp. 47-56.
- Braga, W. (2015). “Novas identidades para o mundo do trabalho através da Cultura: o velho mantra do capitalismo revisitado”. In: *Revista Eptic on line*. Vol. 17, no. 1, jan-abr de 2015, pp. 218-235.
- Brittos, V.; Cabral. (2008) *A Economia Política da Comunicação: interfaces brasileiras*. Rio de Janeiro: E-papers.
- Brittos, V.; Miguel, J. (2008). “Indústria Cultural: conceito, especificidades e atualidade no capitalismo contemporâneo”. Brittos, V. C; Cabral, A. *Economia Política da Comunicação: Interfaces Brasileiras*. Rio de Janeiro: e-papers, pp. 37– 56.
- Calabre, L. (2014). “Política Cultural em tempos de democracia: a Era Lula”. In.: *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*. N. 58, São Paulo. Versão on line. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0020-38742014000100008.
- Furtado, C. (2012). *Ensaio sobre Cultura e o Ministério da Cultura*. Org. Rosa Freire D’Aguiar. Rio de Janeiro: Contraponto; Centro Internacional Celso Furtado.
- Furtado, C. (2008). *Criatividade e dependência na civilização ocidental*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Herscovici, A., Bolaño, C. & Mastrini, G. (1999). “Economía Política de la Comunicación y la Cultura: una presentación”. In.: Mastrini, G. & Bolaño, C. (edit.). *Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina*. Buenos Aires: Biblos, pp. 9-25.
- Hesmondhalgh, D. (2015). “Conteúdo gerado pelo usuário, trabalho livre’ e as indústrias culturais”. *Revista Eptic*, v. 17, n. 1, pp. 161–184.
- Lopes, R. (2016). “Economia Política da Comunicação e da Cultura: aportes para a formação de um campo disciplinar”. *PragMatizes: Revista Latino Americana de Estudos em Cultura*, v. 6, n. 10, pp. 9–19.
- Lopes, R.; Santos, V. (2011) “Economia, cultura e criatividade: tensões e contradições”. Disponível em: <<https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia-e-Redes-Sociais/Economia-cultura-e-criatividade-tensoes-e-contradicoes-12/16464>>. Acesso em: 28 jun. 2018;
- Machado, R. (2009). “Da indústria cultural à economia criativa”. *Alceu*, v. 9, n.18, pp. 83 – 95.
- Madeira, M. (2014). *Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira*. Brasília: FUNAG.
- Menger, P. (2002). *Portrait de l’artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*. Paris: La République des idées/Seuil.
- Ministério Da Cultura. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/>> Acesso em: 20 de dezembro de 2017.
- Ministério Da Cultura. “Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014”. Brasília, Ministério da Cultura, 2011.
- Morelli, R. de C. (1991). *Indústria fonográfica: um estudo antropológico*. Campinas: Ed. Da UNICAMP.
- Morel, L. (2010). *Música e tecnologia: Um novo tempo, apesar dos perigos*. Rio de Janeiro:

Beco do Azogue.

Relatório De Economia Criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento".

São Paulo : Itaú Cultural, 2012.

Relatório Final: Desenvolvimento do Programa Nacional de Economia da Cultura. Ministério Da Cultura, 2016.

Requião, L. (2008). "Eis aí a Lapa...": Processos e Relações de Trabalho do Músico nas Casas de Show da Lapa. Niterói.

Santos, V.; Varjão, D.; Martins, B.; Araujo, A.; Mota, T. (2014). "Economia Política da Música em Sergipe: trabalho, tecnologia e mercado". In: FAPITEC/SE. Pesquisa em políticas públicas no estado de Sergipe. São Cristóvão: Editora UFS, pp. 107-28.

Sebrae. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>> Acesso em: 22 de dezembro de 2017.

Segnini, L. R. P. (2007). Criação rima com precarização: Análise do mercado de trabalho artístico no Brasil. XIII Congresso Brasileiro de Sociologia. Campinas, 2007.

Segnini, L. R. P. (2015). "Os músicos e seu trabalho: diferenças de gênero e raça". Tempo Social, 26, junho 2014. 75-86.

Silva Júnior, F. M. (2018). Música em Fluxo: transformações na indústria fonográfica a partir do *streaming*. Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe.

Subtil, M. (2008). "Reflexões Sobre Arte e Indústria Cultural". Linhas Críticas, v. 14, n. 27, pp. 282 – 300.

Termo de Referência: Atuação do Sistema Sebrae na Economia Criativa. Sebrae, 2012;

Unesco. Disponível em: <<https://en.unesco.org/>> Acesso em: 4 de janeiro de 2017.