

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DOUTORADO EM MÍDIA E TECNOLOGIA**

**Ritmo Criativo em Bauru: Dinâmicas e Potencialidades do Setor Musical para
um Arranjo Produtivo Local**

[Camila Roberta Muniz Serra](#)

**Bauru/SP
2024**

[Camila Roberta Muniz Serra](#)

Ritmo Criativo em Bauru: Dinâmicas e Potencialidades do Setor Musical para um Arranjo Produtivo Local

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, nível doutorado, da Faculdade de Arquitetura, Arte, Comunicação e Design – FAAC, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Unesp, para a obtenção do título de doutora em Mídia e Tecnologia, sob a orientação do Prof. Assoc. Juliano Maurício de Carvalho.

Bauru
2024

| | |
|-------|--|
| S487r | <p>Serra, Camila Roberta Muniz</p> <p>Ritmo criativo em Bauru : dinâmicas e potencialidades do setor musical para um arranjo produtivo local / Camila Roberta Muniz Serra. -- Bauru, 2024</p> <p>169 p.</p> <p>Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru</p> <p>Orientador: Juliano Maurício de Carvalho</p> <p>1. economia criativa. 2. setor da música. 3. arranjo produtivo local. I. Título.</p> |
|-------|--|

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE CAMILA ROBERTA MUNIZ SERRA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 22 dias do mês de março do ano de 2024, às 14:30 horas, no(a) Sala 2A da Seção Técnica de Pós-Graduação, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de CAMILA ROBERTA MUNIZ SERRA, intitulada **Ritmo Criativo em Bauru: Dinâmicas e Potencialidades do Setor Musical para um Arranjo Produtivo Local**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professor Associado JULIANO MAURICIO DE CARVALHO (Orientador(a) - Participação Presencial) do(a) Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design / Universidade Estadual Paulista/Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Professora Doutora ROSANA BORGES ZACCARIA (Participação Presencial) do(a) Comunicação / Universidade Metodista de Piracicaba - Unimep, Professor Doutor GERSON LUIZ MARTINS (Participação Presencial) do(a) Departamento de Jornalismo / Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Após a exposição pela doutoranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADA. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Professor Associado JULIANO MAURICIO DE CARVALHO



Área de concentração: Ambientes Midiáticos e Tecnológicos

Linha de pesquisa: 1 - Gestão Midiática e Tecnológica

Banca examinadora:

Presidente/Orientador: Professor Associado [Juliano Mauricio de Carvalho](#)
Instituição: Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Unesp

Examinador 1: Professora Doutora Rosana Borges Zaccaria
Instituição: Universidade Metodista de Piracicaba

Examinador 2: Professor Doutor Gerson Martins
Instituição: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

SERRA, Camila Roberta Muniz. **Ritmo criativo em Bauru: dinâmicas e potencialidades do setor musical para um arranjo produtivo local 2024.** (Tese de Doutorado em Mídia e Tecnologia) – FAAC – Unesp, sob orientação do professor associado Juliano Maurício de Carvalho. Bauru: 2024.

Dedicatória

Dedico este trabalho aos meus pais, José Roberto e Nilma, que me apresentaram a música mesmo antes de eu nascer, que me oportunizaram a experiência musical ainda criança e que alimentaram meus sonhos artísticos e acadêmicos na trajetória desta vida.

Agradecimentos

A gratidão é um sentimento nobre que deve ter memória eterna. Sempre fui muito grata pelo que tenho e por quem sou. Quem me conhece já me ouviu dizer que nós não somos nada sem oportunidades. Podemos nos esforçar, nos dedicar, correr atrás dos nossos sonhos, mas, como seres humanos, com múltiplas dimensões, somos também seres sociais e dependemos uns dos outros. Esta é a essência da oportunidade. Podemos criar condições para que as oportunidades apareçam, mas elas não surgem como mágica, dependem também da disponibilidade do outro em acolher este sonho e caminhar junto. Pessoas que acreditam em nós e nas nossas loucuras ou convicções participam das nossas conquistas direta ou indiretamente.

Agradeço, então, primeiramente a Deus, pela oportunidade de viver, no sentido mais amplo desta ação.

Agradeço aos meus pais, José Roberto e Nilma, pela oportunidade de participar de uma família íntegra, de valores e unida, com muito amor.

Agradeço ao meu esposo, Carlos, pela oportunidade de compartilhar com sabedoria e amor tantos momentos desafiadores e as mais belas conquistas no decorrer destes quatro anos de trabalho. Além disso, por contribuir de diversas formas para que este período fosse agregador, apesar de todas as dificuldades que superamos juntos.

Agradeço à minha família, pela oportunidade de me ouvir sempre que eu quis compartilhar minhas descobertas e também por torcer por mim nos momentos desafiadores.

Agradeço aos meus amigos-irmãos, pela oportunidade de me acolher e compreender minhas ausências, angústias e também vibrar comigo nos momentos mais felizes desta trajetória.

Agradeço à Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Unesp Bauru, pela oportunidade de aprender e descobrir um mundo novo por meio da pesquisa.

Agradeço ao Professor Juliano Maurício de Carvalho, pela oportunidade de me orientar nesta jornada chamada doutorado, pela oportunidade de me reaproximar de temas que estavam adormecidos em mim.

Agradeço aos meus amigos do Lecotec, Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia, Educação e Criatividade, pela oportunidade de realizar trocas de experiências enriquecedoras, bem como por todo apoio acadêmico e pessoal.

Agradeço aos meus amigos pesquisadores que compartilharam comigo esta trajetória repleta de desafios e descobertas, especialmente Luciane, Mariela, Victor e Henrique: gratidão pela oportunidade de trilharmos juntos este momento ímpar de nossas vidas.

Agradeço aos participantes da pesquisa de campo, pela oportunidade de conexão e diálogo sobre este assunto fantástico que é a música.

Agradeço aos servidores do Programa Pós-Graduação Doutorado em Mídia e Tecnologia, pela oportunidade de tornar mais tranquila esta jornada, por meio de informações e orientações.

Agradeço aos professores Prof.^a Dr.^a Kelly Cristina Magalhães e Prof. Dr. Francisco Rolfsen Belda, pela oportunidade de oferecer outros pontos de vista e direção, durante a qualificação deste estudo.

Agradeço aos professores Doutora Rosana Borges Zaccaria e Doutor Gerson Martins pela oportunidade de compor a banca de defesa desta tese.

Há quatro anos, quando iniciei esta jornada, eu tinha uma ideia dos desafios pessoais e acadêmicos. Organizei-me antecipadamente para isso, inclusive financeiramente. Entretanto, um mês após o início, fomos todos surpreendidos pela pandemia de Covid-19, que transformou o cenário mundial para sempre. Foram muitas perdas, de pessoas queridas, de estrutura, de processo, de certezas e de estabilidade. De nada serviu me adiantar. Era tudo novo dentro do que já era novidade, o tão sonhado doutorado. E de tão novo, foi necessário renascer para novos paradigmas, novas formas de convivência, novos desafios, novos olhares e percepções, novas formas de aprender.

O caminho não foi fácil, mas eu cheguei ao meu destino, pelo menos nesta estação. Haverá outras estações, mas nenhuma como esta. Aproveitei o caminho e sou muito grata por ele. Tracei novas rotas e conheci novos lugares. Olhei para dentro e para fora e pude compor novas canções.

SERRA, Camila Roberta Muniz. **Ritmo criativo em Bauru: dinâmicas e potencialidades do setor musical para um arranjo produtivo local 2024.** (Tese de Doutorado em Mídia e Tecnologia) – FAAC – Unesp, sob orientação do professor associado Juliano Maurício de Carvalho. Bauru: 2024.

Resumo

A presente pesquisa mapeia os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local no contexto da arte musical na cidade de Bauru. A investigação é quanti-qualitativa, com objetivo exploratório e para atender aos objetivos de identificar os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local no contexto do setor da música na cidade de Bauru, bem como verificar os benefícios do arranjo produtivo local para o desenvolvimento do setor da música na cidade de Bauru. Foi realizado um mapeamento do setor musical da cidade de Bauru e da cidade de Piracicaba, bem como uma pesquisa de campo por meio de entrevistas com profissionais pertencentes às categorias do APL da música, proposta pelo Plano de Economia Criativa (2011) com representatividade identificada no mapeamento feito na cidade de Bauru. Além disto, os conteúdos teóricos relacionados apresentaram conceitos sobre arranjo produtivo local referente à economia criativa, especialmente presente no setor da música. A amostra, definida como não probabilística intencional, foi composta pelas categorias do APL da música: núcleo criativo, a produção de espetáculos, a categoria mídias, composta por rádios e TVs, bem como centros educacionais. Além disso, considerou-se o carnaval e o samba na cidade de Bauru, relevantes no setor da música, embora não apareçam explicitamente nas categorias que compõem o arranjo produtivo local da música. No total foram respondidos dezessete questionários entre os meses de agosto e setembro de 2023. Foi possível evidenciar que a música sempre esteve presente na trajetória cultural da cidade de Bauru por meio de entusiastas da música, da fundação de emissoras de rádio que valorizavam a música local, bem como a promoção de eventos que envolviam a música como foco. O levantamento de informações atuais referentes ao setor na cidade a partir das categorias do APL da música contribuiu para destacar as áreas específicas da cultura na cidade de Bauru, que vão desde assembleia cultural regulamentada a orquestra sinfônica prevista em lei, como aspectos quantitativos referentes à representatividade das categorias do APL, como o núcleo criativo, produção de espetáculos, mídias, centros educacionais, incluindo carnaval e samba. Esta representatividade foi utilizada na metodologia da pesquisa de campo, que ofereceu argumentos sobre como a cena da música pode vir a ser um arranjo produtivo local na cidade de Bauru, bem como demonstrou os possíveis originadores do arranjo produtivo local no

contexto da arte musical que potencializariam o setor da música na cidade. Neste sentido, foi realizada uma análise de conteúdo relacionando-o aos fundamentos teóricos pesquisados, especialmente relacionados às características de um arranjo produtivo local – análise que envolveu a identificação das dimensões do setor musical na cidade de Bauru, tais como a sua dimensão territorial, a diversidade das atividades e dos atores, o conhecimento, as inovações e a governança, bem como a interação entre as categorias que compõem o arranjo produtivo local da música. Diante da afirmação das hipóteses levantadas, conclui-se que os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local no contexto da arte musical foram explorados e apresentados neste estudo, revelando-se a percepção dos profissionais do setor da música na cidade de Bauru acerca da sua atuação profissional, e sistematizando-se um conhecimento sobre as condições que potencializam e que não potencializam a arte musical e o mercado da música. Esta análise contribuiu para o fortalecimento do setor musical envolvendo possibilidades como a construção de um plano municipal de cultura na cidade, envolvendo músicos, compositores, intérpretes e estudantes, bem como outras áreas da cultura presentes na cidade de Bauru; acesso aos espaços públicos musicais locais, promovendo eventos gratuitos realizados por profissionais locais, valorizando o potencial da arte musical identificado neste estudo; criação e fortalecimento de grupos organizados por gêneros/estilos musicais, envolvendo a estrutura local já existente. Tais propostas são relevantes porque contribuem com o desenvolvimento da economia criativa na cidade.

Palavras-chave: Bauru; economia criativa; setor da música; arranjo produtivo local.

SERRA, Camila Roberta Muniz. **Creative rhythm in Bauru: dynamics and potential of the music sector for a local productive arrangement. 2024.** (Tese de Doutorado em Mídia e Tecnologia) – FAAC – Unesp, sob orientação do professor associado Juliano Maurício de Carvalho. Bauru: 2024.

Abstract

This research maps the determining factors and characteristics of the local productive arrangement in the context of musical art in Bauru town. The investigation is quantitative-qualitative, with an exploratory objective to meet the goals of identifying the determining factors and characteristics of the local productive arrangement in the context of the music sector in the city of Bauru, as well as verifying the benefits of the regional productive arrangement for the development of music sector in Bauru town, a mapping of the music sector in Bauru town and Piracicaba town carries out, as well as field research through interviews with professionals belonging to the music APL categories, proposed by the Economy Plan Criativa (2011) [R1] with representation identified in the mapping carried out in Bauru town. Furthermore, the related theoretical contents addressed concepts about local productive arrangements relating to the creative economy, especially in the music sector. The sample, defined as non-intentional probabilistic, comprised the APL categories of creative core music, the production of shows, the media category of radios and TVs, and educational centers. Furthermore, carnival and samba are relevant in Bauru's music sector. However, they are not explicitly applicable in the categories that make up the local productive arrangement of music. In total, seventeen questionnaires were answered between August and September 2023. It showed that music has always been present in the cultural trajectory of Bauru town through music enthusiasts, the possible foundation of radio stations that valued local music, and the promotion of events that involve music as a focus. The survey of current information regarding the sector in the city based on the music APL categories contributed to highlighting the specific areas of culture in Bauru town, ranging from regulated cultural assembly to the symphony orchestra provided for by law, as well as quantitative aspects referring to the representativeness of APL categories such as the creative core, show production, media, educational centers, including carnival and samba. This representation was used in the field research methodology that offered arguments about how a music scene can become a local productive arrangement in the city of Bauru, as well as demonstrating the possible originators of the regional productive arrangement in the context of musical art that would enhance the music sector in the city. In this sense, a content analysis was carried out relating it to the theoretical foundations

researched, primarily associated with the characteristics of a local productive arrangement and involving the identification of the dimensions of the music sector in Bauru town, such as its territorial dimension, the diversity of activities and actors, knowledge, innovations, and governance, as well as the interaction between the categories that make up the local productive arrangement of music. Given the affirmation of the hypotheses raised, it is concluded that the determining factors and characteristics of the regional productive arrangement in the context of musical art were explored and presented in this study, revealing the perception of professionals in the music sector in Bauru town about their professional performance and systematized knowledge about the conditions that enhance and do not enhance musical art and the music market. This analysis contributed to strengthening the music sector, involving proposals such as the construction of a municipal culture plan in the town involving musicians, composers, performers, and students, as well as other areas of culture present in Bauru town; access to local public musical spaces, promoting free events carried out by local professionals, valuing the potential of musical art identified in this study; creation and strengthening of groups organized by musical genres/styles, around an already existing local structure. Such proposals are relevant because they have improved with the town's creative economy development.

Keywords: Bauru town; creative economy; music sector; locally produced arrangement

Lista de Figuras

| | |
|---|-----|
| Figura 1 - Arranjo produtivo da música..... | 46 |
| Figura 2 - Evolução da indústria da música..... | 52 |
| Figura 3 - Representatividade das categorias do Arranjo Produtivo Local da música na cidade de Bauru | 70 |
| Figura 4 - Carnaval em Bauru..... | 72 |
| Figura 5 - Samba em Bauru | 73 |
| Figura 6 - Representatividade das categorias do Arranjo Produtivo Local da música na cidade de Piracicaba | 74 |
| Figura 7 - Representatividade da indústria fonográfica em Bauru e Piracicaba..... | 76 |
| Figura 8 - Instituições culturais nas cidades de Bauru e Piracicaba | 77 |
| Figura 9- Centros educacionais nas cidades de Bauru e Piracicaba | 78 |
| Figura 10 - Interação entre as categorias como forma de análise dos dados | 89 |
| Figura 11 - Interação entre o núcleo criativo, centros educacionais e produção de espetáculos | 97 |
| Figura 12 - Evolução da música gravada..... | 103 |
| Figura 13 - Ciclo de desafios relacionados à categoria carnaval e samba | 107 |
| Figura 14 - Síntese dos aspectos positivos e pontos de atenção relacionados às categorias do APL da música na cidade de Bauru | 123 |

Lista de Quadros

| | |
|--|-----|
| Quadro 1 - Definição da Amostra..... | 7 |
| Quadro 2 - Insumos, singularidades e interação entre indústria e criatividade | 25 |
| Quadro 3 - Síntese dos principais conceitos e das principais características da economia criativa | 31 |
| Quadro 4 - Conceitos relacionados aos APLs..... | 38 |
| Quadro 5 - Principais dimensões de um APL..... | 40 |
| Quadro 6 - Áreas específicas da cultura na cidade de Piracicaba..... | 63 |
| Quadro 7 - Áreas específicas da cultura na cidade de Bauru..... | 66 |
| Quadro 8 - Quantidade de itens das categorias do Arranjo Produtivo Local da Música nas cidades de Bauru e Piracicaba..... | 78 |
| Quadro 9 - Gestão de direitos nos municípios de Bauru e Piracicaba | 80 |
| Quadro 10 - Portarias, resoluções e leis que regulamentam o setor da música | 81 |
| Quadro 11 - Perfil dos entrevistados..... | 85 |
| Quadro 12 - Interação entre as categorias núcleo criativo e produção de espetáculos | 92 |
| Quadro 13 - Comparação entre os serviços tradicionais e serviços 4.0..... | 113 |
| Quadro 14 - Divergência de informações em relação ao potencial do setor da música na cidade de Bauru | 114 |
| Quadro 15 - Dimensões de um APL e sua relação com as categorias do setor da música na cidade de Bauru entrevistadas neste estudo | 120 |

Sumário

| | |
|--|------------|
| Capítulo 1 Introdução..... | 1 |
| Capítulo 2 - A indústria Cultural e a Indústria Criativa | 10 |
| 2.1 A indústria cultural..... | 11 |
| 2.2 Indústria Criativa e a música como um produto | 18 |
| Capítulo 3 – Da indústria criativa à economia criativa..... | 28 |
| 3.1 Arranjo Produtivo Local e a economia criativa..... | 35 |
| Capítulo 4 - O setor da música na cidade de Bauru | 49 |
| 4.1 Breve história da música na cidade de Bauru | 56 |
| 4.2 Levantamento de informações sobre o Setor da Música nas cidades de Bauru-SP e Piracicaba-SP | 60 |
| 4.2.1 Informações sobre o setor da música na cidade de Bauru | 65 |
| 4.2.2 Informações sobre o setor da música na cidade de Piracicaba | 73 |
| 4.3 Diferenças e semelhanças no setor da música nas cidades pesquisadas | 75 |
| Capítulo 5 - Análise do potencial do setor da música na cidade de Bauru..... | 84 |
| 5.1 Amostragem: perfil dos entrevistados | 84 |
| 5.2 Apresentação dos dados: fatores determinantes e características do arranjo produtivo local da música na cidade de Bauru | 88 |
| 5.2.1 Interação entre as categorias núcleo criativo e produção de espetáculos | 90 |
| 5.2.2 Interação entre as categorias centros educacionais e núcleo criativo | 96 |
| 5.2.3 Interação entre as categorias núcleo criativo e mídias..... | 98 |
| 5.2.4 Carnaval e samba e sua interação com as categorias núcleo criativo, produção de espetáculos e mídias..... | 105 |
| 5.3 Potencial do setor da música na cidade de Bauru: pontos e contrapontos..... | 108 |
| 6. Conclusão..... | 125 |
| APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO | 146 |

| | |
|--|------------|
| APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO POTENCIALIDADES DA CIDADE DE BAURU PARA UM APL DA MÚSICA..... | 148 |
|--|------------|

Capítulo 1 Introdução

A indústria cultural, conceito criado por Adorno e Horkheimer (1985), surge em meio a um contexto de transformações sociais que desencadearam uma série de reflexões sobre a mercantilização da cultura. Neste sentido, o Capítulo 2 argumenta sobre este conceito abordando a realidade social e as mudanças ocorridas desde a elaboração da Teoria Crítica até os dias atuais, propondo até mesmo a obsolescência do termo, devido à sua característica conjuntural. Assim, a indústria cultural está focada no objeto cultural, enquanto a indústria criativa é caracterizada pela natureza dos insumos, pelos trabalhadores criativos, conforme diferenciam as discussões deste mesmo capítulo.

Neste contexto, a indústria criativa oferece bens e serviços como soluções ou insumos para diversos setores e processos do ambiente socioeconômico, uma vez que tem como essência o conhecimento, a arte e a cultura, produzindo bens e serviços com valor agregado que extrapola o valor de mercado, pois contém elementos singulares e novos padrões de acumulação de capital, nacional ou internacionalmente.

Neste sentido, percebe-se a existência de um conflito entre arte e comércio que acontece há anos. Por isso, a mudança do termo “indústrias culturais” para “indústrias criativas” veio como proposta de conexão entre a arte, a cultura, a tecnologia e os negócios. A partir da década de 1990, movimentos em países industrializados contribuíram com o surgimento do termo “indústrias criativas”. Entre as atividades da indústria criativa estão, segundo Silva e Fernandes (2019), a Publicidade, Arquitetura, Moda, Expressões Culturais, Patrimônio Material e Imaterial, Artes, Música, Produção Audiovisual, Mídias e Tecnologias.

Nesse viés, o Capítulo 3 explica que as indústrias criativas deram origem ao conceito de economia criativa, ressaltando a importância da criatividade no mercado de trabalho, favorecendo a economia, a tecnologia e a cultura. Autores como Howkins (2010) popularizaram o conceito de economia criativa a partir de 2001 estudando indústrias que atuavam no contexto das artes e da tecnologia, especialmente na geração de valor relacionada aos recursos criativos, ao invés de estarem relacionadas aos recursos tradicionais.

Além disso, o Capítulo 3 esclarece que os empreendimentos criativos deram origem a uma força de trabalho aparentemente mais flexível para as organizações, evidenciando as

características do pós-industrialismo, como o crescimento dos serviços e das indústrias criativas. As mudanças sociais e comportamentais proporcionaram novos padrões de consumo de bens e serviços, inclusive culturais. Estas demandas modificaram a criação, produção, distribuição e comércio dos produtos e serviços criativos e culturais, tornando este processo mais relevante do que o tradicional. Desta forma, os arranjos produtivos locais tornam-se estratégias da política industrial para o acesso a recursos públicos, porém é necessária sinergia entre os empreendedores para assimilar novas tecnologias e melhorias no processo de oferta destes produtos e serviços. Além disso, os APLs proporcionaram o desenvolvimento local no Brasil, gerando renda e arrecadação aos municípios devido à inovação e cooperação presentes nos processos produtivos, incentivando empreendedores locais.

Ainda no Capítulo 3, como premissa, os APLs são definidos pela proximidade geográfica entre as organizações especializadas, que conseqüentemente, desenvolvem redes com fornecedores, terceirizados e apoiadores. Em relação às principais dimensões de um APL, o autor cita que estão entre elas a dimensão territorial, a diversidade das atividades e atores, o conhecimento tácito, as inovações e a governança.

Ademais, os fatores determinantes dos Arranjos Produtivos Locais envolvem as aglomerações de empresas de diversos portes com atividades produtivas em comum, em determinado espaço geográfico, em conjunto com empresas que as complementam. Como principais características possuem articulação, cooperação e interação com outros agentes locais, como o governo, associações e instituições de ensino.

Neste sentido, quando estes fatores e características são relacionados ao contexto da Economia Criativa, especificamente a arte musical, envolvem atividades culturais e a capacidade criativa das pessoas que gera o valor intangível e simbólico, caracterizando-se pela abundância de recursos presente em uma dinâmica que quebra os paradigmas dos modelos econômicos tradicionais. Esta dinâmica de funcionamento aparece nas categorias e itens que compõem o Arranjo Produtivo Local da Música, elaborado pelo Plano de Economia Criativa (2011) que embasa as pesquisas realizadas neste estudo, conforme os Capítulos 4 e 5.

O Capítulo 4 inicia apresentando a música, de forma abrangente. Neste sentido, a música é considerada uma prática cultural e humana, sendo que não existe qualquer civilização ou agrupamento que não tenha manifestações musicais próprias, por ser um produto observável da ação humana intencional e também uma nova forma de constituição da sociedade por meio

da mudança da forma de pensar e ver o mundo. Neste capítulo, a atividade musical pode ser considerada um evento habitual na sociedade, mas que só pode ser compreendido a partir de outros eventos. Neste sentido, a música, que compõe um dos setores da economia criativa, interage com as expressões culturais, artes cênicas, patrimônio e artes, presentes no segmento Cultura, de acordo com Firjan (2022). Enquanto isso, o setor da música é composto por estilos que envolvem múltiplos profissionais e empreendimentos da área que caracterizam a cadeia de produção musical.

Diante do exposto, o questionamento que orienta esta investigação é: Quais benefícios o arranjo produtivo local traz para o desenvolvimento da arte musical na cidade de Bauru? A pesquisa teve como objetivo principal conhecer os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local no contexto do setor da música e, como objetivos específicos, identificar os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local na literatura, bem como no contexto do setor da música na cidade de Bauru, além de verificar os benefícios do arranjo produtivo local para o desenvolvimento do setor da música na cidade de Bauru.

A partir dos questionamentos levantados, é possível apresentar duas hipóteses. Uma delas consiste em considerar que a área cultural do APL musical propicia o crescimento de apresentações e atividades relacionadas à arte. A outra hipótese se refere à área econômica, considerando que o APL musical incentiva o comércio de instrumentos musicais, gravação, edição musical e ensino da arte musical.

Ainda no Capítulo 4, a pesquisa gera a possibilidade de impactar o setor da música na cidade de Bauru por meio das categorias do APL musical com representatividade, tais como núcleo criativo, produção de espetáculos, mídias, centros educacionais e carnaval/samba, no que diz respeito à interação entre os profissionais que as compõem, bem como em relação aos aspectos da arte musical e mercado da música. No Capítulo 5, a interação existente entre as categorias do APL, os perfis identificados dos profissionais pertencentes a estas categorias, assim como o mapeamento da estrutura referente ao APL da música presentes nesta pesquisa podem colaborar com a construção de conhecimento com a intenção de gerar transformações no setor da música na cidade de Bauru.

A pesquisa atende aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), especialmente com o objetivo número oito, que consiste em “promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo, e trabalho decente

para todos e todas” (IPEA, 2019, p. 195). Especificamente, a meta 8.2, presente no ODS citado, está relacionada à modernização tecnológica e inovação, visando a

atingir níveis mais elevados de produtividade, por meio da diversificação e com agregação de valor, modernização tecnológica, inovação, gestão, e qualificação do trabalhador; com foco em setores intensivos em mão-de-obra. (IPEA, 2019, p. 199).

Neste sentido, os resultados apresentados neste estudo também podem contribuir para o desenvolvimento do mercado da música no Brasil, oferecendo dados e reflexões para o embasamento de iniciativas públicas e privadas para elaboração de políticas relacionadas à cultura que possam fortalecer a economia criativa no país. Neste sentido, uma possibilidade de desenvolvimento do setor musical seria "a aglomeração espacial de agentes econômicos, políticos e sociais envolvidos com um conjunto específico de atividades produtivas, na qual se estruturam vínculos e relações de interdependência" (Britto; Stallivieri, 2010, p. 317). Acredita-se que o futuro da economia criativa no mercado brasileiro é promissor, principalmente quando se refere ao desenvolvimento de tecnologias e mudanças no comportamento do consumidor, de acordo com NUTEC (2020).

1. 1 Aspectos metodológicos

Este estudo é de objetivo exploratório, uma vez que aproximou as características dos APLs ao setor da música. De acordo com Severino (2013, p. 107), a pesquisa exploratória “busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto.” Quanto aos procedimentos utilizados, optou-se por pesquisa bibliográfica que conduziu ao alcance do objetivo de identificar os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local na literatura.

A pesquisa bibliográfica diz respeito ao conjunto de conhecimentos reunidos em obras, conduzindo o leitor a determinados assuntos e produções, afirma Fachin (2001). Esta pesquisa é de natureza qualitativa, pois teve o intuito de delimitar as características dos APLs no contexto da economia criativa, em que a arte musical está inserida. A pesquisa qualitativa, de acordo com Marconi e Lakatos (2010), caracteriza-se por uma abordagem que tem como premissa analisar e interpretar mais profundamente os aspectos do estudo, a partir da complexidade das atitudes e tendências de comportamento.

Em seguida, para atender aos objetivos de identificar os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local no contexto do setor da música na cidade de Bauru, bem como verificar os benefícios do arranjo produtivo local para o desenvolvimento do setor da música na cidade de Bauru, foi realizada uma pesquisa de campo, apresentada no Capítulo 4 em forma de um mapeamento do setor musical da cidade de Bauru e da cidade de Piracicaba. No Capítulo 5, a pesquisa de campo foi realizada por meio de entrevistas com profissionais pertencentes às categorias do APL da música, proposto pelo Plano de Economia Criativa (2011) com representatividade identificada no mapeamento feito na cidade de Bauru.

A Pesquisa de Campo, definida por Fachin (2001) como a observação de fatos sociais adquiridas em um determinado contexto, se orienta por hipóteses e requer a observação de aspectos como a sociedade ou o ser humano, as particularidades e o habitat social, delimitando desta forma uma área de estudo de campo. O grupo a ser pesquisado foi composto de profissionais da música da cidade de Bauru-SP, representando 26% do universo pesquisado. A cidade de Bauru está localizada no Centro Oeste paulista, com população de 343.937 pessoas.

A pesquisa de campo pode aplicar variadas técnicas de coleta de dados, uma vez que os procedimentos são, em sua maioria, qualitativos. Desta forma, o processo considera uma sequência de ações como "a redução dos dados, a categorização desses dados, sua interpretação e a redação do relatório" (Gil, 2002, p.133).

Para a elaboração do mapeamento do setor da música nas cidades de Bauru e Piracicaba foram realizadas etapas como: 1) pesquisa em trabalhos científicos como teses, dissertações e trabalhos de conclusão de curso relacionados ao setor cultural; 2) pesquisa em sites como IBGE, Prefeitura Municipal de Bauru e Prefeitura Municipal de Piracicaba, 3) reunião com um agente cultural da Secretaria Municipal de Cultura de Bauru e 4) participação no Conselho Municipal de Política Cultural de Bauru.

A etapa 1, pesquisa em trabalhos científicos como teses, dissertações e trabalhos de conclusão de curso relacionados ao setor cultural, foi realizada entre os meses de janeiro e maio de 2023 nas seguintes bases de dados científicos: Biblioteca Digital de Teses e Dissertações, Scientific Electronic Library Online (SciELO), Periódicos Capes e Google Acadêmico. Na etapa 2, o site do IBGE foi escolhido para a pesquisa, pois contém informações sobre população, área territorial, densidade demográfica e Índice de Desenvolvimento Humano - IDH das duas cidades em que o levantamento foi realizado. A pesquisa foi realizada entre os meses

de fevereiro e maio de 2023. Neste mesmo período, os sites da Prefeitura Municipal de Bauru e de Piracicaba também foram consultados, especialmente como fonte de informação sobre cultura nas duas cidades.

A etapa 3 contou com a realização de uma reunião de aproximadamente duas horas com um agente cultural da Secretaria Municipal de Cultura de Bauru, com o objetivo de conhecer as práticas do setor público que envolvem a música na cidade, bem como aproximar a pesquisadora à realidade da música no contexto da cidade de Bauru. O nome do agente será preservado neste momento. A partir desta mesma metodologia, a etapa 4 foi realizada. A pesquisadora teve a oportunidade de participar de uma reunião do Conselho Municipal de Política Cultural de Bauru no dia 28 de fevereiro de 2023, que teve duração de aproximadamente duas horas, no mês de março, com o objetivo de conhecer os membros representantes da cultura na cidade, bem como suas dificuldades e oportunidades no contexto de Bauru.

Em continuidade à pesquisa de campo, o Capítulo 5 apresenta a análise dos dados coletados através de entrevistas realizadas a partir de um questionário com perguntas abertas e fechadas, apresentado no Apêndice B. Esta técnica foi empregada para explicar como a cena da música pode vir a ser um arranjo produtivo local na cidade de Bauru, bem como demonstrar os originadores do arranjo produtivo local no contexto da arte musical na cidade de Bauru, que potencializam a cena da música na cidade.

A análise dos dados levantados foi realizada em etapas, utilizando-se de instrumentais diferentes para cada uma delas. A análise dos dados envolveu primeiramente a definição da unidade de análise, que neste estudo foi composta por profissionais da música da cidade de Bauru-SP, utilizando-se de amostra não probabilística. Foi considerado o agrupamento das respostas por categoria às quais pertencem estes profissionais. Estas categorias foram: núcleo criativo, produção de espetáculos, mídias, centros educacionais e carnaval/samba. Estas categorias compõem o Arranjo Produtivo Local da Música apresentado pelo Plano de Economia Criativa (2011).

Diante do volume de dados gerados pela pesquisa qualitativa, foi realizada uma análise de conteúdo relacionando-o aos fundamentos teóricos pesquisados. Estes fundamentos teóricos se referem às características da indústria cultural e indústria criativa, bem como a música enquanto um produto da indústria criativa. A pesquisa também foi relacionada com conceitos

da indústria criativa que originaram a economia criativa, apresentando, tanto na teoria como nos dados encontrados, esta fase transitória. Além disto, os conteúdos teóricos relacionados apresentaram conceitos sobre arranjo produtivo local referentes à economia criativa, especialmente presentes no setor da música.

Neste estudo, a análise de conteúdo envolve a identificação das dimensões do setor musical na cidade de Bauru, tais como a sua dimensão territorial, a diversidade das atividades e dos atores, o conhecimento, as inovações e a governança, bem como a interação entre as categorias que compõem o arranjo produtivo local da música.

Sendo assim, a **amostra**, definida como não probabilística intencional, foi composta pelo **núcleo criativo** (compositores, arranjadores, músicos e intérpretes, categoria que se caracteriza como o **eixo central do APL da música**), a **produção de espetáculos** (Bauru possui 14 estúdios de gravação e 20 bares que promovem a música ao vivo), a categoria **mídias**, composta por rádios (20 emissoras) e TVs (8 emissoras), bem como **centros educacionais** (escolas de música e universidades). O carnaval e o samba na cidade de Bauru são relevantes no setor da música, embora não apareçam explicitamente nas categorias que compõem o arranjo produtivo local da música proposto pelo Plano da Economia Criativa (2011). O carnaval na cidade de Bauru é constituído por cinco escolas de samba e três blocos, oficialmente, de acordo com informações da Secretaria de Cultura da cidade. No total foram respondidos dezessete questionários entre os meses de agosto e setembro de 2023. O Quadro 1 apresenta a definição da amostra.

Quadro 1 - Definição da Amostra

| Categoria do APL da música | Profissionais da música | Quantidade |
|-----------------------------------|---|--|
| Núcleo criativo | compositores músicos intérpretes | 2 compositores/bandas 1 músicos profissional 2 intérpretes/bandas |
| Produção de espetáculos | estúdios de gravação bares com música ao vivo profissões de apoio | 1 estúdios de gravação 2 bares com música ao vivo 1 luthier |
| Mídias | rádios redes sociais | 1 rádio 3 profissionais do núcleo criativo com perfil ativo nas redes sociais |

| | | |
|----------------------|------------------------------------|---|
| Centros educacionais | escolas de música universidades | 1 escola de música 1 professor de música |
| Carnaval e samba | escolas de samba rodas de samba | 2 profissionais do carnaval/samba |

Fonte: elaborado pela autora (2023)

Vale ressaltar que a realização das entrevistas esteve em conformidade com a Resolução CNS 466/12 do Conselho Nacional de Saúde, especialmente com o capítulo II, inciso II.23¹. A gestão dos dados foi realizada mantendo as transcrições das entrevistas na íntegra, salvas digitalmente para eventuais consultas que pudessem acrescentar mais informações a esta pesquisa. Todos os participantes receberam o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido proposto Resolução CNS 466/12 do Conselho Nacional de Saúde e, após sua leitura, rubricaram o documento para demonstrar ciência. Não houve objeções em relação ao documento. O documento encontra-se no Apêndice 1.

Ao definir o grupo a ser pesquisado, composto por dezessete profissionais da música da cidade de Bauru-SP, presentes nas categorias do APL da música proposto no Plano de

¹ Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE -, documento no qual é explicitado o consentimento livre e esclarecido do participante e/ou de seu responsável legal, de forma escrita, devendo conter todas as informações necessárias, em linguagem clara e objetiva, de fácil entendimento, para o mais completo esclarecimento sobre a pesquisa a qual se propõe participar. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido conteve todos os itens exigidos pelo capítulo IV.3. Esta pesquisa não foi submetida ao Comitê de Ética, pois, durante a leitura da Resolução 466, Capítulo II, a definição contida no item II.24 cita o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido como essencial neste tipo de pesquisa que estou realizando, que foi elaborado para a pesquisa em questão, lido para os participantes e assinado por eles. No Capítulo III, especificamente no III.1 - que fala sobre as implicações da eticidade da pesquisa -, não consta obrigatoriedade de uma avaliação por um comitê de ética, assim como nenhum item do III.2 cita esta obrigatoriedade, a não ser da realização do termo de consentimento livre e esclarecido, que foi feito. Entretanto, o item IV.4 cita que o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido nas pesquisas que utilizam metodologias experimentais na área biomédica, envolvendo seres humanos, necessitam de aprovação do CEP, o que não é o caso desta pesquisa. Além disso, o artigo 1º da Resolução CNS n.º 510, de 2016, cita que pesquisa de opinião pública com participantes não identificados está isenta de análise pelo CEP. A Resolução CNS n.º 510, de 2016, em seu artigo 2º, XIV, adota a definição de pesquisa de opinião pública como: Art. 2.º, XIV [...] consulta verbal ou escrita de caráter pontual, realizada por meio de metodologia específica, através da qual o participante, é convidado a expressar sua preferência, avaliação ou o sentido que atribui a temas, atuação de pessoas e organizações, ou a produtos e serviços; sem possibilidade de identificação do participante. As pesquisas aqui enquadradas têm como único propósito descrever a valoração que o participante atribui ao objeto de consulta. Como exemplos, pode-se citar pesquisas eleitorais, de mercado e de monitoramento de um serviço, para fins de sua melhoria ou implementação, sem que haja qualquer possibilidade de identificação de participantes pelo/a pesquisador/a, desde o momento da coleta de dados. O entendimento é de que as pesquisas de opinião pública, sem possibilidade de identificação do participante, não devem ser submetidas à apreciação pelo CEP (RESOLUÇÃO CNS N.º 510, de 2016).

Economia Criativa (2011), obtém-se a opinião dos participantes pertencentes a estas categorias e suas percepções sobre este setor. O objetivo da pesquisa é conhecer os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local no contexto da arte musical na cidade de Bauru, por isso foi realizado o mapeamento do setor da música e, posteriormente, a pesquisa de campo. Lembrando que, metodologicamente, existe uma diferença entre o mapeamento e a pesquisa de campo. O mapeamento foi realizado em quatro etapas, sendo elas: 1) pesquisa em trabalhos científicos como teses, dissertações e trabalhos de conclusão de curso relacionados ao setor cultural; 2) pesquisa em sites como IBGE, Prefeitura Municipal de Bauru; 3) reunião com um agente cultural da Secretaria Municipal de Cultura de Bauru e 4) participação no Conselho Municipal de Política Cultural de Bauru. A pesquisa de campo foi realizada através de entrevistas com os integrantes do setor da música na cidade de Bauru, inseridos nas categorias presentes no arranjo produtivo local da música proposto pelo Plano de Economia Criativa (2011).

Neste sentido, ainda impessoal, a amostra foi definida a partir das categorias do APL da música. Portanto, esta pesquisa coleta dados sobre o setor da música através da opinião dos integrantes destas categorias a respeito de sua atuação no mercado da música de Bauru. As respostas são interpretadas de forma a gerar dados que apresentem os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local no contexto da arte musical na cidade. Existe uma limitação relacionada a esta interpretação, uma vez que a pesquisadora não está inserida no contexto de cada um dos entrevistados e a análise é realizada somente a partir das percepções dos entrevistados. É importante citar que parte da aplicação dos questionários foi realizada presencialmente, utilizando o critério de disponibilidade do respondente. Uma outra parte foi realizada remotamente, utilizando-se a ferramenta Google Meet para a entrevista.

Capítulo 2 - A indústria Cultural e a Indústria Criativa

Sob diversas perspectivas, a cultura é vista como uma ação que possui relação entre as pessoas, podendo ser compreendida por Pinto (2008) como conhecimento, como trabalho de criação vinculado à arte ou, ainda, como um conjunto de informações presentes nos processos de socialização.

Destacando a perspectiva da criação vinculada à arte, a indústria cultural caracteriza-se como processo de transformação da cultura em produto. Entretanto, esta transformação não está relacionada às mesmas condições de oferta e de circulação para estes produtos. Bueno, Jorge e Feil (2017) explicam que quanto mais estruturado o produto cultural, menor seu consumo pelas fatias do mercado mergulhadas nos modos de produção capitalista.

Posteriormente, as indústrias culturais foram denominadas por alguns autores como indústrias criativas, pautadas na criatividade, no conhecimento, na diversidade e na tecnologia, que, de acordo com Silva Neto (2020), proporcionam conexões, novos conteúdos, transformações na sociedade e rápido acesso a informações. Neste cenário, a relação criatividade e economia entra em evidência no século XXI por meio dos processos sociais responsáveis pela construção da sociedade, de acordo com Silva (2012).

Neste contexto, este capítulo visa a identificar os conceitos de indústria cultural, indústria criativa, economia criativa e arranjo produtivo local, sendo este um dos objetivos específicos deste trabalho, uma vez que o objetivo geral a ser alcançado é mapear os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local no contexto da arte musical na cidade de Bauru.

A apresentação de conceitos relacionados a indústria cultural e indústria criativa contribui com uma base teórica que sustenta a análise realizada posteriormente no setor da música, por isso a sua relevância. Assim, este capítulo aborda primeiramente a indústria cultural, decorrente de transformações da sociedade relacionadas à evolução da tecnologia e da mercantilização da cultura. Na sequência, são apresentados pontos essenciais sobre a indústria criativa como uma evolução da indústria cultural, enfatizando a música enquanto um produto neste momento.

Para a elaboração deste capítulo foi realizado um estudo exploratório. De acordo com Severino (2013, p. 107), a pesquisa exploratória “busca apenas levantar informações sobre um

determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto.” Quanto aos procedimentos utilizados, optou-se por pesquisa bibliográfica que conduzirá ao conjunto de conhecimentos sobre os assuntos do capítulo. A pesquisa bibliográfica diz respeito ao conjunto de conhecimentos reunidos em obras, conduzindo o leitor a determinados assuntos e produções, afirma Fachin (2001).

Neste estudo, a técnica utilizada para a pesquisa bibliográfica é a revisão narrativa, uma vez que a seleção dos estudos e a interpretação das informações estarão sujeitas à subjetividade da pesquisadora, sem a exigência de critérios explícitos e sistemáticos para análise.

Para atingir os objetivos propostos neste estudo, será realizada uma pesquisa nas principais bases de dados científicos com buscas focadas nos seguintes macro descritores: indústria cultural, indústria criativa, economia criativa, arranjo produtivo local e arte musical. A busca nas bases de dados respeitará os seguintes critérios: análise de dados qualitativos; artigos científicos, dissertações e teses publicados a partir de 1975 na apresentação de conceitos clássicos relacionados à indústria cultural e criativa. Para a conceituação da economia criativa e arranjo produtivo local foram feitas pesquisas em estudos realizados na última década, em português e em inglês. Informações mais detalhadas sobre a metodologia estão descritas no capítulo 1 deste trabalho.

2.1 A indústria cultural

A indústria cultural surge em um contexto de transformações sociais que desencadearam uma série de reflexões sobre a mercantilização da cultura. A conjuntura deste fenômeno pertence às mudanças no mundo do trabalho que geram demanda por lazer e entretenimento, bem como às inovações tecnológicas do século XIX, que facilitaram o acesso a esta demanda.

Diante das reflexões nesse período, estão os pensadores da Escola de Frankfurt, inspirados por Hegel, Marx e Freud, pois tinham em comum uma linha teórica com foco em favorecer a emancipação e a crítica às diferentes formas de opressão existentes no período, coerente com o movimento histórico da sociedade de luta contínua neste sentido.

Entretanto, a emancipação e a crítica ocorrem somente a partir da “destituição das realidades míticas, do desmantelamento das ideologias e de uma autorreflexão sobre as próprias ilusões, quando o ser humano então é capaz de reconciliar-se com o sentido de sua existência,

ainda que parcialmente” (Leistner, p. 112, 2015). Desta forma, segundo os estudos de Horkheimer, Adorno e Marcuse, pensadores da Escola de Frankfurt, este processo é analisado como determinante na constituição do mundo social.

Para Leistner (2015), Max Horkheimer, Theodor Adorno e Herbert Marcuse detectaram, neste contexto da modernidade, a expansão da racionalidade prática capaz de diluir antigas ideologias que conservavam processos de dominação e ao mesmo tempo criavam formas de controle das subjetividades.

A partir disto, de acordo com Pimenta (2015) os pensadores frankfurtianos associavam suas reflexões a psicologia, cultura, comunicação e educação, observando de forma sistemática as consequências da tecnologia na sociedade.

Dentre outras temáticas emergentes do processo de desenvolvimento do capitalismo, os teóricos que integravam o Instituto de Pesquisas Sociais se ocuparam com a multiplicação dos meios de comunicação; o esgotamento da autonomia da cultura em relação à economia; as relações sociais e de trabalho (Goes *et al.*, 2017, p. 74).

Assim, a “teoria crítica”, conjunto de estudos da Escola de Frankfurt, de acordo com Bueno, Jorge e Feil (2017) é resultado da necessidade de uma metodologia investigativa diferente da teoria tradicional, proporcionando um exame abrangente das questões sociais, destacando o comportamento humano dentro de um espaço social e gerando, assim, uma postura avaliativa.

Neste sentido, a essência da Teoria Crítica, segundo Lima e Santos (2018) considera a cultura como um meio de dominação das pessoas, indispensável à manutenção e desenvolvimento do sistema capitalista de acordo com a teoria partilhada por Theodor W. Adorno, Max Horkheimer e Herbert Marcuse.

De acordo com Lima e Santos (2018, p. 124), o argumento central do excerto, que também é desenvolvido em coautoria com Adorno na *Dialética do Esclarecimento*, é o de que no seio do Esclarecimento, uma sociedade altamente racionalizada, nasce seu oposto, o mito, a irracionalidade e a violência em sua forma pura. Seguindo a lógica dessa abordagem, a cultura, como parte fundamental desse processo de Esclarecimento, precisava ser colocada sob escrutínio.

Com suas vivências, os autores destacaram um elemento central para a discussão: a indústria cultural ou cultura de massas, ponto de contradição relacionado à teoria da cultura. Em "Homem unidimensional", publicado em 1964, Marcuse ressalta que

[...] é por meio da “indústria cultural”, da sua generalização, do modo como esta substitui processos anteriores de socialização e por seu caráter sistemático que a cultura se transforma num dos principais meios de dominação no capitalismo tardio (Lima; Santos, 2018, p.124).

A partir disto, Marcuse (1982) define a sociedade como unidimensional, destacando três características essenciais. A primeira delas é ser globalizada, tecnologicamente avançada (rompe com o trabalho alienado, porém favorece um sutil mecanismo de domínio); na sequência, é possuir uma tendência totalitária, em que tudo se transforma em mercadorias, condena tudo o que não se enquadra em seus pressupostos; e, por último, é a sua aliança com a cultura e com a arte, sendo que só se destacam os produtos culturais se forem um bom negócio, reduzidas a mero produto, colonização do território da subjetividade humana.

Neste contexto de dominação do capitalismo por meio da cultura, Adorno (1975) contestou que as manifestações simbólicas presentes no cinema, na música popular e na televisão significassem algo espontâneo, pois tais produtos não caracterizam o reflexo de seus consumidores, estes são objetos do sistema de dominação.

Nesta perspectiva, a cultura transforma-se em uma indústria com a produção de bens, legitimando a lógica do capital, bem como de suas instituições. Assim, Adorno e Horkheimer (1985) criam a expressão “indústria cultural”, desconstruem a ideia de que a cultura surge do coletivo e afirmam que a economia e a política controlam a cultura com o intuito da dominação social. Os autores apresentaram pioneiramente a expressão “indústria cultural” na obra *Dialética do Esclarecimento*, em 1947. Desta forma, reduz-se a cultura à diversão, contrapondo-se ao trabalho, de acordo com Goes *et al.* (2017). Isso quer dizer que, a cultura torna-se uma reprodução do sistema capitalista.

Entretanto, uma visão mais abrangente da cultura é decorrente das mudanças de paradigmas do desenvolvimento socioeconômico e consiste na convergência de fatores compartilhados em determinada sociedade, como

[...] estilos de vida, sistema de valores, tradições, natureza das instituições, processos de cidadania, modelos empresariais, especialização produtiva e

profissional, formas de trabalho e organização da produção de bens e serviços e modelos de consumo [...] (Liz *et al.*, 2016, p. 4).

Para Silva Junior (2021) as expressões antagônicas aplicadas por Adorno e Horkheimer, como indústria e cultura, podem até ser interpretadas de forma irônica devido ao processo de criação, mas esta interação influencia significativamente o contexto atual e as pesquisas relacionadas no meio acadêmico.

De acordo com Cohn (2020) a cultura não é um livro, um objeto ou uma música, porque se fosse, seria a própria mercadoria. Mas, é a “modalidade socialmente determinada de relação entre complexos significativos singulares e a sociedade como um todo, ou, nesse sentido restrito, entre criador e receptor” (Cohn, 2020, p.1). De acordo com Liz *et al.* (2016), a definição dos setores culturais vai sendo ressignificada a partir de novas referências e uma vasta lista de atividades que interagem entre si através da criatividade e da cultura.

A vivência de Adorno e Horkheimer nos Estados Unidos proporcionou a eles uma reflexão de que a massa era produzida pela indústria cultural. Para os autores o conceito de massa não corresponde à estratificação das classes, mas engloba todas elas. Assim, "a filosofia adorniana carrega uma desconfiança profunda na cultura, embora busque ater-se a seu potencial emancipatório."(Lima; Santos, 2018, p.139).

Bueno, Jorge e Feil (2017) ressaltam que o termo “indústria cultural” se tornou referência aos estudos de massificação e mercantilização da produção de bens culturais. Desta forma,

[...] a indústria cultural projeta-se como a estrutura que possibilita operacionalizar a mercantilização e massificação da cultura, atuando em conformidade com a lógica econômica e agindo em torno de sua perpetuação (Leistner, p. 114, 2015).

É possível interpretar que o conceito de indústria cultural reforça a ideia de dificuldades na formação de indivíduos autônomos, autodeterminados. De acordo com Adorno (2011) isso não quer dizer que tudo se torna mercadoria e que os produtos despertem as mesmas necessidades, nem que possuam as mesmas condições de mercado. Por exemplo, a aceitação de um produto cultural mais elaborado é menor nesta mesma proporção, devido à característica

imediatista da sociedade, representada pelo *fast food* que ilustra a superficialidade dos bens de consumo de massa.

Porém, Alcântara *et al.* (2014) ainda acreditam que o pensamento autônomo se sobressai à cultura de massa mesmo fazendo parte de um contexto de padronizar a arte para o consumo na lógica do mercado, trazendo reflexões e criticidade até mesmo como estratégia para aumentar as vendas.

Mesmo assim, segundo Adorno e Horkheimer, a padronização presente na produção de livros, filmes, músicas e outros artigos culturais também contribui para alimentar a ideia de que a felicidade pode ser conquistada por meio do consumo de bens e serviços, tornando-se uma característica relevante dos produtos da indústria cultural. Porém, para Romão (2020), esta padronização é sutil e revestida de aspectos inovadores e aparentemente personalizados, gerando o que Adorno denomina “pseudo-individação”. Neste sentido, entende-se que as diversas formas de manifestação cultural estão submetidas à produção industrial em grande escala, porém, de acordo com as reflexões de Cohn (2020), o conceito de indústria cultural não considera simplesmente a cultura industrializada, porque nem a cultura é inteiramente cultura devido ao comprometimento da autonomia do processo produtivo.

Isto quer dizer que a tecnologia daria acesso a uma quantidade maior de pessoas, democratizando a cultura com o propósito de inclusão e compartilhamento, conduzindo as pessoas ao pensamento crítico. Entretanto, de acordo com Leite (2020) este evento demonstra a massificação através da repetição das mesmas músicas durante o dia, excluindo as composições locais, bem como as bandas e artistas locais na programação de rádio.

Em contrapartida, a indústria cultural, por meio de uma comunicação de massa, alcança um número considerável de pessoas, com a finalidade de orientá-las ou de aliená-las, através de fontes como televisão, rádio, revistas e jornais que padronizam artigos culturais que seriam únicos, levando à perda de sua essência questionadora. Segundo Rezende (2020), neste caso, produtos destas fontes da comunicação de massa, como a música, informações, novelas e filmes, são também fontes de lucro alimentando o sistema capitalista vigente.

De acordo com Lakatos (1996) a comunicação predominante na cultura de massas é a formal, ambiente em que as pessoas se tornam relativamente passivas ao conteúdo já elaborado e exposto. Em contrapartida, quando há um diálogo, não há cultura de massas, permitindo o *feedback*, o saber compartilhado e não alienante.

A cultura de massa é um tipo de produção cultural que tem sua força devida ao fato de que seus consumidores, de alguma forma, precisam de algo que ela está disposta a oferecer como um dos ingredientes de seus produtos (Freitas, 2005, p. 334).

Morin (1975) reconhece a cultura de massas, criticada por Adorno, como a primeira cultura considerada universal da história. De acordo com o autor, esta “industrialização massificante” molda a vida moderna. Ele exemplifica que o local de descanso e porto seguro do homem moderno, a casa, vive em função das mídias, como televisão, rádio e redes sociais. Tais hábitos expõem os indivíduos às mesmas pressões externas, mas com uma nova roupagem, a do entretenimento e informações, elevando o *status* à medida que tais bens de consumo também são adquiridos, proporcionando uma ilusão de bem-estar.

Comprar um objeto do mesmo tipo usado pelo herói do filme significa, entre outras coisas, o prazer de integração no meio que reflete com absoluta mestria aquela a que já se está sujeito na vida monótona de todo dia. Mas como a acoplagem do todo e do particular na obra ficcional não contém fissuras, a compra do objeto exposto na obra traz um plus de felicidade, recusada pela sofrida integração pelo trabalho. Esse sofrimento, entretanto, não é simplesmente renegado pela indústria cultural, mas sim constitui-se como um de seus elementos, na medida em que o trágico é, paradoxalmente, assimilado por ela (Freitas, 2005, p. 339).

Koop (2018) compreende que a cultura é constituída pelo consumo nos séculos XX e XXI, como consequência da Revolução Industrial² e da Revolução Tecnológica³, que proporcionaram condições para a produção em série e acessível. Apesar de o sistema capitalista ser capaz de mercantilizar a informação e o conhecimento, Aguiar (2020) constata que no século XXI o setor criativo principalmente vinculado ao desenvolvimento de softwares livres, por exemplo, aplica significativamente a criatividade de forma mais rápida e inovadora do que

² A Revolução Industrial, que se iniciou na Inglaterra no final do século XVIII e no início do século XIX, de acordo com Santos e Araújo (1998), intensificou o uso da máquina movida a força motriz não humana, processo que consolida estruturas sociais e econômicas baseadas na divisão entre trabalhadores assalariados e burguesia, como também o aprofundamento da divisão social do trabalho, que se apresenta de imediato através da separação entre a cidade e o campo, tornando a cidade o centro das atividades econômicas.

³ A Revolução Tecnológica é caracterizada segundo Castells (1999) por ter a informação como matéria-prima, por ter os processos individuais e coletivos moldados por esta informação, pela lógica das redes, pela flexibilidade e pela combinação de tecnologias.

grandes corporações. Entende-se por setor criativo aqueles que geram valor através da propriedade intelectual, bem como em aspectos criativos.

Enquanto Adorno caracteriza os produtos da indústria cultural como repetitivos, padronizados e vazios, desvinculando-os da arte propriamente dita, torna-se necessária uma reflexão sobre as mudanças no contexto socioeconômico e sobre a cultura atualmente. Lacombe (2019) questiona estas características por estarem vinculadas somente à esfera econômica, além de revelar um discurso muitas vezes depreciativo e elitista quando considera não “alienante e séria” a arte produzida por uma elite intelectual.

Neste sentido, para Millan (2014) a arte foi transformada no decorrer da história, uma vez que a técnica da repetição e da padronização foi empregada e todos os meios de disseminação da arte passaram a ser administrados conjuntamente. De acordo com Costa *et al.* (2003, p. 3), “desde o início da civilização ocidental moderna já existia a arte erudita e uma outra popular, que supria exatamente a função de entretenimento que a indústria cultural tem hoje.” Mesmo as mais exclusivas obras de arte foram consideradas mercadorias em algum momento, por estarem vinculadas aos seus patronos, bem como aos seus objetivos.

Por isso, considerar a cultura como erudita e popular, alta ou baixa, verdadeira cultura e entretenimento, é ultrapassado para Hanson (2012), sendo que a cultura é uma consequência de um período histórico de determinada sociedade.

Cohn (2020) também argumenta sobre o conceito de indústria cultural abordando a realidade social e as mudanças ocorridas desde a elaboração da Teoria Crítica até os dias atuais, propondo até mesmo a obsolescência do termo, devido à sua característica conjuntural. Segundo o autor, o conceito caracteriza uma época histórica, mas não o desenvolvimento da cultura como um todo, sendo criado como resposta à cultura de massa.

Neste sentido, na “cultura de massa” a cultura aparece como sujeito, e em contrapartida na “indústria da cultura”, aparece como predicado. “E isto para enfatizar que não se trata de produto das ações ou vontades das massas, e que, portanto, elas não são sujeitas desse processo” (Cohn, 2020, p.1). O sujeito deste processo seria aquele que direciona a massa em seu papel de consumidor e não de criador.

Como consequência dessa massificação, podemos considerar que o fato de se ter acesso somente à cultura de massa acaba por não permitir ao indivíduo a

aquisição do conhecimento de outros aspectos culturais que expressam a cultura do povo, seus valores e suas lutas (Bertoni, 2001, p. 77).

Apesar de Hanson (2012) e Rezende (2020) caracterizarem como pessimista a visão de Adorno e da Escola de Frankfurt, destacam a visão idealista que nasceu de reflexões posteriores, conduzindo a uma redefinição, beneficiando o setor criativo em aspectos sociais e políticos. Este pode ser o início da utilização da comunicação de massa na orientação de indivíduos conscientes diante da “coisificação” da cultura, incentivando o pensamento autônomo e a autorreflexão no contexto em que estamos inseridos. Isto ocorreu por meio da indústria fonográfica, do rádio, do cinema e da TV, presentes na esfera da cultura.

Na sequência, serão apresentados pontos essenciais dos conceitos de indústria cultural e indústria criativa, relacionando-os com a música como um produto.

2.2 Indústria Criativa e a música como um produto

Entre os estudos sobre indústria criativa realizados na última década, percebe-se a ausência de um consenso de conceitos para o tema na literatura internacional, enquanto no Brasil, existe forte vínculo com o conceito de indústria cultural. Autores como Souza, Avellar (2018) e Valiati (2017) discutem a origem do conceito "indústria criativa", relevante na década de 1980. Neste sentido, nacionalmente ou internacionalmente, os insumos da indústria criativa têm como essência o conhecimento, a arte e a cultura, produzindo bens e serviços com valor agregado que extrapola o valor de mercado, pois contém elementos singulares e novos padrões de acumulação de capital.

Apesar de o conceito de indústria criativa ter origem no conceito de indústria cultural, atualmente pode se contrapor, pois, segundo Bueno, Jorge e Feil (2017), as indústrias culturais representam uma parte das indústrias criativas, gerando ainda muitas dúvidas em relação à diferenciação dos dois termos. Um dos motivos refere-se ao fato de que, enquanto o insumo básico das indústrias criativas é a criatividade, as indústrias culturais, na visão frankfurtiana, têm como condição a padronização.

Neste sentido de massificação, a indústria cultural gera condições favoráveis para o comércio. “O valor de uso é absorvido pelo valor de troca em vez de prazer estético, o que se busca é conquistar prestígio e não propriamente ter uma experiência do objeto” (Costa *et al.*, 2003, p.3). Para os autores, a indústria cultural envolve o consumidor através de estratégias que

transformam a arte, tornando-a mais acessível oferecendo, muitas vezes, conteúdo vazio e repetitivo.

Quando a arte é submetida ao mercado, está sujeita a ser reduzida a uma coisa e o indivíduo, sujeito à passividade e ao processo de coisificação. Para Leite Junior (2017) este contexto é favorável a transformar inclusive as relações em mercadoria, em que ter se sobressai ao ser.

Na década de 1960, o conceito foi empregado no plural, passando a ser denominado “indústrias culturais” sob influência da sociologia francesa, relacionando cultura, tecnologias e capital. Tal relação apontou resistência das artes em relação ao capital, bem como a sua comoditização e inovação com a aplicação da tecnologia. Liz *et al.* (2016) explicam que as “indústrias culturais” envolvem atividades voltadas à produção e distribuição de bens simbólicos, intangíveis, pautadas nas novas tecnologias de informação e comunicação. Neste conceito, a cultura e a criatividade passam a ser consideradas atividades econômicas, porém, contrastando-se das atividades industriais, bem como dos seus processos, formação e ritmo de trabalho dos profissionais e ciclos de vida.

De acordo com Silva Junior (2021) este conflito entre arte e comércio acontece há anos. Por isso, a mudança do termo “indústrias culturais” para “indústrias criativas” veio como proposta de conexão entre a arte, a cultura, a tecnologia e os negócios. A partir da década de 1990, movimentos em países industrializados contribuíram com o surgimento do termo “indústrias criativas”, como argumentam Bendassolli *et al.* (2009) e Barili, Carvalho e Bez (2016).

Para os autores, as indústrias criativas têm como principal aspecto a criatividade, matéria-prima para a propriedade intelectual, motivadora na produção de bens e serviços reunidos em um *coregroup* ou um grupo de serviços que representam a essência da indústria criativa dando origem a uma nova economia. Costa e Souza-Santos (2011) mencionam que é possível destacar quatro desafios relacionados às atividades criativas: escassez de pesquisas e informações sobre o setor, melhora na produção, distribuição e consumo dos produtos e serviços, interação e capacitação dos profissionais⁴.

⁴ Os profissionais criativos são classificados por Aguiar (2020) a partir de três qualidades: o processo não é definido pelo método; o resultado do processo é diferenciado; e produzem bens e serviços intangíveis e

Neste contexto, Najberg *et al.* (2020) destacam quatro singularidades presentes na relação indústrias criativas e preparação para a atuação profissional neste setor: diversificação de segmentos, habilidades são mais consideradas do que a educação formal, valoriza-se a aquisição de conhecimentos a partir do trabalho, bem como a possibilidade de aprender por conta própria medindo sua evolução com as respostas às demandas do mercado.

Além disso, Hartley *apud* Bendassolli *et al.* (2009) diferenciam a indústria cultural de indústria criativa ressaltando que o primeiro conceito está focado no objeto cultural, enquanto a indústria criativa é caracterizada pela natureza dos insumos, pelos trabalhadores criativos.

Considerando as inúmeras possibilidades da criatividade humana como principal recurso do desenvolvimento socioeconômico, Lelis e Lemos Junior (2019) defendem que é possível gerar processos sustentáveis, o que não ocorre com os setores extrativistas, por exemplo, que trabalham com matérias-primas finitas.

Neste contexto, emergentes sinais da crise econômica da década de 1970 proporcionaram mudanças significativas na sociedade, período marcado pela saturação dos mercados internos nas nações capitalistas avançadas, principalmente na Europa Ocidental e no Japão.

Nesta mesma década, a contribuição francesa para a construção do conceito de indústria criativa tem como foco o processo social de produção.

Sua ótica coloca o produto cultural como um fator na acumulação de capital, iniciando sua trajetória no mercado a partir das classes mais abastadas, espalhando-se gradualmente para as classes média e baixa e mantendo uma ilusão de exclusividade e unicidade à medida que traz o vínculo com o artista que gerou o produto artístico/cultural original (Hanson, 2012, p. 224).

Historicamente, de acordo com Bendassolli e Borges-Andrade (2011) os setores tradicionais da economia, bem como os empregos formais, foram valorizados. Os autores refletem que o trabalho na indústria criativa teve como base estes aspectos tradicionais, trazendo como herança a produção em série, o controle, a hierarquia e o uso intensivo da

imprecisos. Estas qualidades conectam as demandas do mercado aos aspectos estéticos e culturais necessários no comércio.

tecnologia, mas que não são aplicáveis nos setores criativos devido à diversidade de gêneros produtivos e à necessidade de diferentes formas de produção e gerenciamento.

Este contexto de mudanças proporcionou às organizações o foco no valor agregado dos produtos através de soluções criativas para as novas demandas globais. Para Ferreira *et al.* (2017) tais soluções são pautadas na criatividade e no capital intelectual como insumos primários, fortalecendo a indústria criativa e impulsionando a geração de renda, a comercialização de ativos intangíveis e os fatores sociais, como a diversidade cultural e o desenvolvimento das pessoas.

Neste sentido, as oportunidades são consideradas relevantes nas indústrias criativas, a partir do momento em que geram resoluções para problemas reais, conexões e contribuem com o futuro da sociedade. Desta forma, Silva Neto (2020) desvincula a potencialidade do processo criativo das artes, pois está pautada no conhecimento e na cognição humana.

Sabe-se que da interação entre a sociedade do conhecimento e os aspectos pós-industriais originam-se as indústrias criativas que, de acordo com Queiroz (2019), emergem a partir do momento em que as necessidades básicas, como alimentação, moradia, já foram supridas e procura-se atender às necessidades estéticas e culturais, como conforto e exclusividade, necessidades não atendidas pela cultura de massa. Para Fioravante e Emmendoerfer (2019) e Roodhouse (2008) caracterizam-se pelo encontro de três áreas: artes, indústrias culturais e novas tecnologias digitais de informação, possibilitando uma interação entre os setores privado e público. Possuem ainda um conteúdo intangível, o que exige do trabalhador habilidades específicas, inclusive relacionadas à evolução científica e tecnológica, favorecendo os custos e a inovação. Diante disto, os autores ressaltam que

Nem todo conhecimento e criatividade são totalmente apropriáveis, nem todo o trabalho humano é perfeitamente replicável para qualquer contexto, tampouco as capacidades criativas dos indivíduos são similares. [...] Tudo isso ganha proporções maiores pelo fato de estas indústrias usarem as TICs como seu veículo propulsor maior (Fioravante, Emmendoerfer, 2019, p. 1).

Para Zambon e Carvalho (2013) este valor intangível ou simbólico, bem como a imaterialidade, define os objetos culturais criativos e os transforma em propriedade intelectual com valor econômico agregado, ocasionando uma superação da materialidade da era industrial.

Este contexto, somado à intensificação do uso das tecnologias em detrimento da força humana e a inovações intangíveis, é um ambiente propício para modelos de processos pautados na criatividade e no conhecimento, constituindo as indústrias criativas, de acordo com Queiroz (2019). A autora reitera que estas indústrias se tornam cada vez mais presentes na sociedade devido a novos hábitos das pessoas, que buscam um consumo com sentido e não banalizado.

Esta mudança no comportamento do consumidor torna-se um diferencial da indústria criativa, com novas características de mercado que ocasionam demanda variável e dificuldade de projeção de sucesso comercial. Inclusive, para Silva Neto (2020) tais fatores se intensificam no século XXI, com a velocidade das mudanças decorrentes do número cada vez maior de informações.

Certamente, a indústria criativa oferece bens e serviços como soluções ou insumos para diversos setores e processos do contexto socioeconômico. Embora vinculados à criatividade humana, os produtos e serviços da indústria cultural atendem mercados específicos. Realizando um paralelo entre os conceitos, Souza e Avellar (2018) refletem que na indústria cultural o modelo econômico de produção não possui uma lógica industrial completa, pois a cultura é uma consequência de aspectos como hábitos, folclore, entre outros, não possíveis de serem produzidas pelo modelo industrial.

[...] a indústria criativa é vista sob duas perspectivas teóricas: intensiva em tecnologia e conhecimento, considerando atividades industriais e/ou de alto valor agregado e atividades culturais, com forte participação da tecnologia no processo de massificação dos bens e serviços (Souza, Avellar, 2018, p. 3).

A cultura, neste contexto, é considerada um objeto, com valor agregado ao seu significado, denominado também como propriedade intelectual. Nesta perspectiva conceitual, Silva e Fernandes (2019) argumentam que a tangibilidade da cultura através dos produtos que oferece no mercado, bem como a inter-relação entre arte, economia e tecnologia, são aspectos essenciais de sua constituição.

Ademais, Carvalho e Azevedo (2020) destacam a criatividade e a carga simbólica como principais valores agregados para a geração de capital no setor criativo, promovendo uma nova fase na economia e no sistema capitalista, pautada na habilidade de se vender experiências e sentido ao invés de commodities.

Quando estes produtos e serviços são disponibilizados e diversas classes sociais podem ter acesso a eles, ocorre o efeito chamado de *trickle down*⁵, que de acordo com Aghion e Bolton (1997) e Liz (2016) é uma consequência do consumo crescente, no caso, de bens intangíveis vinculados à cultura.

Faustino (2018) e Ferreira *et al.* (2017) explicam que os empreendimentos criativos têm suas raízes no discurso político e econômico. Os autores ressaltam que termos como ‘indústrias criativas’, ‘indústrias culturais’, ‘indústrias culturais e criativas’, ‘indústrias de *copyright*’, ‘indústrias cognitivo-culturais’ e ‘indústrias de produtos culturais’ foram utilizados no mercado.

Da interação entre indústria e criatividade, originam-se as soluções inovadoras que se tornam diferenciais e favorecem o crescimento econômico das organizações, possibilitando a geração de emprego e renda, ressaltando a importância de um olhar voltado a questões econômicas e sociais. Diante disto, Bem, Giacomini e Waismann (2015) destacam três fatores como efeitos dessa interação: o potencial de gerar valores para outras indústrias, a possibilidade de gerar empregos que possuem conhecimentos e habilidades específicos como requisitos, bem como a capacidade de associar níveis de educação relevantes.

A indústria criativa se caracteriza, também, por ser um processo ou produto vinculado à geração de valor cultural, social e educacional, em um sentido restrito proposto por Batista e Sausen Feil (2020). A partir disto, os autores apresentam quatro lógicas relacionadas às contribuições da indústria criativa. A primeira delas é a lógica da consciência, que conduz a uma reflexão sobre o que é certo ou errado na ação realizada. A segunda é a lógica do sistema, relacionada à utilidade e integração da ação com os aspectos já existentes, no sentido de esta ação estar coerente com a massificação através dos meios de comunicação. A lógica da erudição vem na sequência, com a proposta de resgatar o pensamento nobre e erudito, em outras palavras, negando que a cultura de massa seja considerada cultura. Por fim, a lógica do pensamento preza pela individuação da ação e por tudo que pode ser inventado, de forma inédita.

⁵ O efeito ‘*trickle-down*’, que se caracteriza pelo acúmulo de capital por parte dos mais ricos, tem implícito, de acordo com Silva (2017), que um maior rendimento dos mais ‘ricos’ permite gerar, no longo prazo, crescimento econômico.

Neste sentido, Bem, Waismann e Araujo (2017) realizam a importante reflexão de que, apesar de as indústrias criativas serem definidas a partir dos seus produtos e serviços de massa vinculados à arte e à cultura, a característica principal desta indústria é a sua produção em escala.

As indústrias criativas caracterizam-se por atividades econômicas e culturais que reconsideram aspectos apresentados por algumas teorias críticas, gerando oportunidades novas de negócio, inclusive já citadas por Schumpeter (1942), que ressalta as novas mercadorias, novas tecnologias e novas organizações como uma vantagem competitiva que influencia não somente sua condição financeira, mas sua sobrevivência, como reflete Aguiar (2020).

Melgarejo (2011) lembra que no termo “indústrias criativas” está intrínseco o conceito de economia criativa, relacionado ao projeto *Creative Nation*, da Austrália, em 1994, e está vinculado a alguns países industrializados durante as mudanças econômicas e sociais que transformaram a economia, antes focada nas atividades industriais, para as atividades focadas em conhecimento.

É interessante citar que o projeto *Creative Nation* foi uma iniciativa do governo federal australiano para fomentar a cultura naquele país, salientando seu potencial econômico, reconhecendo a cultura como riqueza, trabalho, inovação e sucesso econômico, segundo Analysis & Policy Observatory (1994).

Santos e Nanni (2018) integram o conceito de indústrias criativas ao conceito de economia criativa a partir da criatividade individual, bem como na geração de renda através do conhecimento, cujas atividades geram bens tangíveis, intangíveis, intelectuais e artísticos.

Concluindo esta discussão sobre o conceito de indústrias criativas, Valiati (2017) identifica duas frentes de pesquisa. Uma delas está pautada no conteúdo criativo presente nos produtos e serviços e a outra considera o conceito merecedor de maior profundidade devido às mudanças que provoca nos padrões de produção, consumo e mercado de trabalho.

Como legitimação das atividades das indústrias criativas, estão fatores como as organizações e profissionais que têm na criatividade seu insumo principal, gerando produtos e serviços de valor simbólico, porém com propriedade intelectual e valor de mercado. Entre estas atividades, Silva e Fernandes (2019) citam a Publicidade, Arquitetura, Moda, Expressões

Culturais, Patrimônio Material e Imaterial, Artes, Música, Produção Audiovisual, Mídias e Tecnologias.

O Quadro 2 apresenta os principais insumos, singularidades e interação entre indústria e criatividade.

Quadro 2 - Insumos, singularidades e interação entre indústria e criatividade

| Autores | Insumos |
|---|--|
| Bueno, Jorge e Feil (2017) Valiati (2017) Souza, Avellar (2018) | <ul style="list-style-type: none"> ● o conhecimento ● a arte ● a cultura ● a criatividade ● as novas tecnologias digitais de informação |
| Autores | Singularidades |
| Roodhouse (2008) Bem, Waismann e Araujo (2017) Souza e Avellar (2018) Fioravante e Emmendoerfer (2019) Silva e Fernandes (2019) | <ul style="list-style-type: none"> ● diversificação de segmentos ● habilidades são mais consideradas do que a educação formal ● valoriza-se a aquisição de conhecimentos a partir do trabalho ● conteúdo intangível ● intensiva em tecnologia e conhecimento ● atividades culturais, com forte participação da tecnologia no processo de massificação dos bens e serviços ● geração de valor cultural, social e educacional ● lógica da consciência, que conduz a uma reflexão sobre o que é certo ou errado na ação realizada; a lógica do sistema, relacionada à utilidade e integração da ação com os aspectos já |

| | |
|--|---|
| <p>Batista e Sausen Feil (2020)</p> <p>Najberg <i>et al.</i> (2020)</p> | <p>existentes, no sentido de esta ação estar coerente com a massificação através dos meios de comunicação; a lógica da erudição, resgatando o pensamento nobre e erudito; a lógica do pensamento preza pela individuação da ação e por tudo que pode ser inventado, de forma inédita</p> <ul style="list-style-type: none"> ● produtos e serviços de massa vinculados à arte e à cultura, gerando produção em escala ● produtos e serviços de valor simbólico, porém com propriedade intelectual e valor de mercado ● atividades: Publicidade, Arquitetura, Moda, Expressões Culturais, Patrimônio Material e Imaterial, Artes, Música, Produção Audiovisual, Mídias e Tecnologias. |
| Autores | Interação entre indústria e criatividade |
| <p>Bendassolli <i>et al.</i> (2009)</p> <p>Bem, Giacomini e Waismann (2015)</p> <p>Barili, Carvalho e Bez (2016)</p> <p>Valianti (2017)</p> <p>Ferreira <i>et al.</i> (2017)</p> <p>Faustino (2018)</p> <p>Santos e Nanni (2018)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● produção de bens e serviços reunidos em um <i>coregroup</i> ou um grupo de serviços que representam a essência da indústria criativa dando origem a uma nova economia ● geração de renda através do conhecimento, cujas atividades geram bens tangíveis, intangíveis, intelectuais e artísticos ● consumo dos bens e serviços culturais emerge a partir do momento em que as necessidades básicas já foram supridas e procura-se atender às necessidades estéticas e culturais, como conforto, exclusividade, necessidades não atendidas pela cultura de massa ● conteúdo criativo presente nos produtos e serviços ● mudanças que provoca nos padrões de produção, consumo e mercado de trabalho |

| | |
|----------------|--|
| Queiroz (2019) | <ul style="list-style-type: none"> ● soluções inovadoras que se tornam diferenciais e favorecem o crescimento econômico das organizações, possibilitando a geração de emprego e renda, ressaltando a importância de um olhar voltado a questões econômicas e sociais ● o potencial de gerar valores para outras indústrias, a possibilidade de gerar empregos que possuem conhecimentos e habilidades específicas como requisitos, bem como a capacidade de associar níveis de educação relevantes |
|----------------|--|

Fonte: elaborado pela autora (2023)

Portanto, ainda que a arte e a cultura estejam inseridas no termo “indústrias”, fazem parte de um processo criativo gerador de renda vinculado à tecnologia. De acordo com Buss (2020) e Moreira Pinto (2021) isto proporciona transformações que vivenciamos no contexto do século XXI e que incentivam as organizações a se destacarem. Para isso, se utilizam do conhecimento e da criatividade como diferenciais para gerar aspectos positivos para todos os setores da economia e da sociedade.

Em síntese, é possível destacar que a sociedade atual se utiliza de todos os produtos e serviços das indústrias criativas através de hábitos simples como assistir à televisão, ir ao cinema, ler jornais, relacionar-se pela internet e ouvir música. Embora exista uma crítica a partir deste conceito, estas formas de consumo movem a Economia Criativa e seu valor econômico, tema que será explorado a seguir.

Capítulo 3 – Da indústria criativa à economia criativa: abordagem de conceitos

O conceito de indústrias criativas também possui suas origens em discursos políticos e não somente no meio acadêmico, o que, de acordo com Faustino (2018), gera equívocos, diferenças e críticas quando o termo é utilizado, especialmente quando relacionado ao contexto neoliberal e pró empresarial.

Ao mesmo tempo, Pereira (2016) percebe que tais abordagens criam uma relação simbólica entre os bens e serviços criativos e o consumidor, desenvolvendo os setores das indústrias criativas e, conseqüentemente, a economia.

Ademais, segundo Castro (2016) as indústrias criativas deram origem ao conceito de economia criativa, ressaltando a importância da criatividade no mercado de trabalho, favorecendo a economia, a tecnologia e a cultura.

Para Fioravante e Emmendoerfer (2019), isto se deu principalmente, nos últimos anos, pela identificação do conhecimento como insumo de produção nas organizações, através das ideias que agregam valor aos produtos e serviços já existentes e que também são responsáveis pela criação de negócios e setores inéditos, fomentando a economia criativa. É certo que a economia não pode definir a criatividade, entretanto, Towse (2010) argumenta que economistas culturais encontram argumentos que revelam sua influência no mercado.

O conceito de economia criativa foi popularizado a partir de 2001 com autores como Howkins (2010) que estudou quinze diferentes indústrias que atuavam no contexto das artes e da tecnologia, gerando a definição desta economia como “um sistema em que a geração de valor está relacionada aos recursos criativos ao invés de estar relacionada aos recursos tradicionais” (Lazzeretti, 2018, p. 15).

Melgarejo (2011) esclarece que os empreendimentos criativos deram origem a uma força de trabalho aparentemente mais flexível para as organizações, evidenciando as características do pós-industrialismo como o crescimento dos serviços e das indústrias criativas, termo que seria definido posteriormente no Reino Unido na década de 1990, devido ao pioneirismo e sucesso de diversas ações. Essas características surgiram para manter o fluxo de consumo, mesmo sem necessidade imediata. Assim, o papel da inovação foi fundamental para esta regularidade da demanda, sendo fundamental ao funcionamento da nova economia. Wittmann (2019) enfatiza que

Com o declínio industrial, a criatividade surge como uma possibilidade para a necessidade das cidades de se reinventarem. Esse desafio trouxe à tona, na década de 90, a “economia criativa”, uma economia que engloba originalidade, inovação, cultura local e estimula mudanças organizacionais, políticas, econômicas e sociais (Wittmann, 2019, p.6).

O setor criativo foi definido primeiramente pelo Ministério de Cultura, Mídia e Esportes do Reino Unido, em 1998, como sendo

os setores que têm sua origem na criatividade, na perícia e no talento individuais e que possuem um potencial para criação de riqueza e empregos através da geração e da exploração de propriedade intelectual (Firjan *apud* Duffy e Ramos, 2014, p. 245).

De acordo com a Unesco (2010) a economia criativa é uma forma de impulsionar o crescimento econômico como uma proposta de desenvolvimento, já que a criatividade é o seu princípio. De maneira ampla, Barili, Carvalho e Bez (2016) explicam que este desenvolvimento diz respeito a geração de empregos, a exportação, a inclusão social, a diversidade cultural, conexão entre economia, cultura e tecnologia, economia baseada no conhecimento e inovação.

As demandas da sociedade do século XXI exigem um novo paradigma voltado a este desenvolvimento econômico, estreitando “a relação entre desenvolvimento e cultura, sendo esta considerada tanto em sua dimensão substantiva quanto material” (Silva, 2012, p. 119). O autor ressalta que este desenvolvimento com base na criatividade valoriza a dimensão simbólica da produção humana, tornando-a essencial na economia.

Integrados entre si, os termos “indústrias criativas” e “economia criativa” são atuais e integram uma nova área de pesquisa no meio acadêmico, que, de acordo com Costa e Souza-Santos (2011), ainda está sendo explorada para consolidação dos conceitos, já que é crescente sua importância na contemporaneidade. Neste contexto estão em evidência as novas tecnologias da informação e comunicação.

Entretanto, Reis (2008) ressalta que a economia criativa não deve ser vista como uma nova roupagem para a criação de nova categoria, mas sim como uma consequência da busca por soluções às questões globais relevantes que originam um novo ciclo econômico baseado em novos modelos de negócios e processos organizacionais, tendo a cultura e a tecnologia como base.

Neste contexto, o autor destaca características marcantes como a formação de redes, as parcerias, a intangibilidade dos produtos, utilização de tecnologias no processo produtivo, particularidades na distribuição de bens e serviços e talvez a principal característica, a singularidade das particularidades do que se oferece ao mercado. Neste contexto, a economia tem como fatores-chave a criatividade, o conhecimento e as tecnologias de informação e comunicação.

A interação entre estes fatores-chave também está vinculada à diversidade cultural em diferentes regiões e favoreceu a transdisciplinaridade e o aspecto colaborativo da economia criativa, explica Ferreira *et al.* (2017).

O contexto da economia criativa, de acordo com Serra e Fernandez (2014, p. 357), “despontou como um conjunto de atividades econômicas ligadas às artes, à cultura, às novas mídias e à criatividade em geral, tem forte conteúdo de intangíveis” exigindo habilidades especiais, além de estar relacionada com os avanços científicos e tecnológicos.

De acordo com a Firjan (2022), este setor representa 6,4% dos profissionais criativos do Brasil, sendo que o segmento da música representa 1,1%. Este segmento apresentou crescimento de 10,5%, enquanto os demais segmentos de cultura registraram contrações. Para Ferreira, Lima e Lins (2019) a economia criativa advém da união de pessoas, ideias e projetos, sendo o capital intelectual o principal recurso desse mercado. Inclui o audiovisual, o design, os novos meios de informação, as artes dramáticas, a produção editorial e as artes visuais.

A principal característica da economia criativa é a sua capacidade de reorganização do sistema de produção de bens e serviços. Os setores criativos trabalham em Rede, de maneira a produzir sinergia. Suas atividades se desenvolvem em uma cadeia de múltiplos produtores para inúmeros consumidores, aspecto importante no trato da distribuição de renda, geração de oportunidades de emprego e desenvolvimento social (Lelis, Lemos Junior, 2019, p.169).

Santos e Nanni (2018) destacam que outra característica relevante é o capital intelectual, sendo parte do processo criativo e ocasionando a perda de espaço por parte dos padrões da sociedade industrial baseados no capital financeiro.

O Quadro 3 sintetiza as principais características da economia criativa abordadas neste estudo.

Quadro 3 - Síntese dos principais conceitos e das principais características da economia criativa

| Fonte | Conceitos-chave da economia criativa | Características da economia criativa |
|-------------------------------|--|--|
| Reis (2008) | Consequência da busca por soluções às questões globais relevantes que originam um novo ciclo econômico baseado em novos modelos de negócios e processos organizacionais, tendo a cultura e a tecnologia como base. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ formação de redes ➤ parcerias ➤ intangibilidade dos produtos ➤ utilização de tecnologias no processo produtivo ➤ particularidades na distribuição de bens e serviços ➤ singularidade do que se oferece ao mercado |
| Serra e Fernandez (2014) | Novo campo de estudos no qual emergem pontos de reflexão, como o papel da criatividade e dos talentos individuais na produção, bem como na natureza de seus produtos e serviços. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ artes ➤ cultura ➤ novas mídias ➤ criatividade em geral ➤ conteúdo de intangíveis ➤ exige habilidades especiais ➤ avanços científicos e tecnológicos |
| Ferreira <i>et al.</i> (2017) | Interação entre fatores-chave a criatividade, o conhecimento e as tecnologias de informação e comunicação. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ transdisciplinaridade ➤ aspecto colaborativo da economia criativa |

| | | |
|------------------------------|---|--|
| Santos e Nanni (2018) | Ainda não possui uma definição universal, mas possui a criatividade e inovação como bases fundamentais. | ➤ capital intelectual |
| Lelis, Lemos Junior (2019) | Atividades que se desenvolvem em uma cadeia de múltiplos produtores para inúmeros consumidores. | ➤ capacidade de reorganização do sistema de produção de bens e serviços ➤ trabalho em Rede ➤ sinergia ➤ geração de renda, oportunidades de emprego e desenvolvimento social |
| Ferreira, Lima e Lins (2019) | Advém da união de pessoas, ideias e projetos. | ➤ capital intelectual é o principal recurso |

Fonte: elaborado pela autora (2023)

Diante das características listadas no Quadro 3 percebe-se que, em um futuro próximo, as indústrias serão culturais e criativas, com exceção das indústrias geradoras de *commodities*, alegam Liz *et al.* (2016). Diante das transformações atuais dos modos de produção, o crescimento econômico tornou-se mais forte nas economias em desenvolvimento, devido à natureza dos processos de geração de valor. Nesta perspectiva, o desenvolvimento econômico não está focado na transformação da matéria-prima em produtos, mas sim no conhecimento, na criatividade e na inovação. Para os autores, as organizações que não forem coerentes neste aspecto não sobreviverão.

Inclusive, diante da necessidade de as organizações também serem sustentáveis economicamente, Procopiuck e Freder (2020) argumentam que a economia criativa tem sido o foco, por usufruir de ativos intangíveis, como a cultura, o conhecimento e a tecnologia, otimizando a utilização de recursos naturais para atender às necessidades do mercado.

Neste sentido, a cultura passa a ser reconhecida como fator econômico pelo potencial das atividades culturais como promotoras da inserção social e da geração de emprego e renda.

Essa nova centralidade econômica da cultura impõe aos poderes locais interessados no desenvolvimento uma nova agenda, que vá além das políticas tradicionais – e sempre importantes – de conservação do patrimônio, formação de plateias ou incentivo a eventos. No cerne desta nova agenda, está a economia criativa (Silva, 2012, p.116).

Para atender tais demandas do mercado, observa-se a cooperação entre a criatividade e a inovação. Em outras palavras, Pacheco e Benini (2018) mencionam que as invenções, reinvenções ou inovações dependem das necessidades geradas pelas pessoas.

Sendo assim, Castro *et al.* (2019) defendem que a economia criativa tem conquistado espaço a partir de uma dimensão econômica relativamente nova e integradora, além de ser disseminadora de oportunidades. Para os autores, a criatividade tem sido valorizada com frequência, superando até mesmo a ideia de que sociedade e a economia encontram-se na era da informação ou do conhecimento⁶, mas são movidas pela criatividade efetivamente.

Lelis e Lemos Junior (2019) argumentam que as transformações socioeconômicas e culturais decorrentes da tecnologia e da globalização favorecem a compreensão do impacto da economia criativa neste contexto. Santos e Nanni (2018, p.108) explicam que “o conceito de Economia Criativa (...) ainda não possui propriamente uma definição universal”. Entretanto, será por meio dela que “os países se fundamentarão para enfrentar tempos de crises e escassez, que são iminentes ao mercado”.

Assim, a relevância da economia criativa como atividade econômica de potencial a coloca em agendas governamentais nacionais e locais de forma permanente, ampliando o debate sobre sua natureza e abrangência. Integrando a economia do conhecimento, Serra e Fernandez (2014) posicionam a economia criativa como um novo campo de estudos no qual emergem pontos de reflexão como o papel da criatividade e dos talentos individuais na produção, bem como na natureza de seus produtos e serviços.

⁶ É possível compreender as eras da informação e do conhecimento como os novos formatos organizacionais que se utilizam de equipamentos e metodologias inovadores, sendo crescentemente dependentes tanto das tecnologias de informação e comunicação, como de informação e conhecimento (Lastres, 2002).

Souza e Avellar (2018) mencionam que o conceito de economia criativa tem sido explorado de formas diversas na literatura, não apresentando um consenso, mas com um objeto central bem definido, pautado no processo de produção (relações, distribuição e circulação de bens e serviços). Por isso, pesquisas apropriam-se de conceitos voltados à economia, cultura e tecnologia, articulados a diversas áreas do conhecimento, acreditando ser possível explicar o aspecto econômico da criatividade.

As pesquisas voltadas à economia criativa, do ponto de vista de Lazzaretti (2018), têm se tornado multidisciplinares com extensiva literatura gerada a partir de bases teóricas e experiências relevantes em diversas perspectivas, contribuindo com estudos voltados ao desenvolvimento econômico e à inovação.

Entretanto, é importante que o conceito de economia criativa não se limite a um objeto classificável, mas que considere as relações humanas e suas transformações. De acordo com Teixeira, Teixeira e Benini (2019) a conceituação ideal de economia criativa deve ter como foco o fator humano e suas habilidades, desvinculando-a parcialmente da geração de renda e valorizando as particularidades regionais e culturais. Diante desta visão, a economia criativa extrapola a necessidade de cumprir um mero papel voltado ao marketing social ou empreendedor e favorece o planejamento e a implementação de políticas públicas efetivas.

No âmbito da cultura certa incongruência entre economia criativa ou cultural pode prejudicar o planejamento e a implementação das políticas públicas que abrangem a abertura do mercado, associadas à inovação e à tecnologia, através de produtos e serviços intangíveis, e, como consequência, prejudica também a sustentabilidade destes empreendimentos, argumentam Procopiuck e Freder (2020).

Embora o conceito de economia criativa pareça complexo, Souza e Silva (2022) justificam que é certo que a criatividade constitui diferentes aspectos, como científico, econômico, cultural, tecnológico, o que a torna significativa.

Diante destes aspectos, é clara a relevância dos ativos intangíveis como diferencial das organizações criativas, embora seja alto o custo em pesquisa e desenvolvimento, exigindo flexibilidade e inovação constantes. Fica evidente, também, de acordo com Fioravante e Emmendoerfer (2019), o papel da economia criativa como potencial econômico da atualidade, utilizando o conhecimento e a criatividade como insumos para o crescimento.

Além disso, Lelis e Lemos Junior (2019) também mencionam que a economia criativa é uma estratégia econômica com foco na integração do conhecimento, da diversidade cultural e da tecnologia, gerando bens e serviços com importância socioeconômica cuja natureza é a criatividade humana.

Em síntese, a relação entre criatividade e valor econômico não está explícita na sociedade. Lee (2017) esclarece que, assim como reunir todas as atividades criativas em uma única categoria, também é um equívoco diante da abrangência do tema envolver questões como produtividade do trabalho artístico, controle dos insumos, reconhecimento social e possibilidade de produção e distribuição em massa.

Diante da abrangência do tema, estudos têm investigado a relação entre inovação e o desenvolvimento econômico a partir da perspectiva local. Lazzaretti (2018) cita que, inicialmente, estes estudos focaram os *clusters*, entre outros aspectos, envolvendo diferentes áreas do conhecimento.

Os *clusters* são aglomerações de empresas de uma mesma atividade produtiva, em uma determinada região geográfica. Podem ser denominados como arranjo produtivo local ou ainda como sistema produtivo local. Assim como os *clusters*, os Arranjos Produtivos Locais (APLs) são aglomerações de empresas e empreendimentos que estão presentes em uma mesma localidade com especialização produtiva, possuem algum tipo de governança e mantêm vínculos entre si e com o governo, associações ou instituições, de acordo com o Ministério da Economia (2021).

Evans (2015) explica que os APLs atraem profissionais qualificados e uma rede de fornecedores, investidores e clientes, beneficiando a comunidade local por serem autossustentáveis. A concentração das organizações ocorre sempre de forma natural, devido à localização restrita, principalmente quando se relaciona este conceito à economia criativa, tema que será abordado no próximo tópico.

3.1 Arranjo Produtivo Local e a economia criativa

O surgimento dos APLs, bem como a inovação e tecnologia que os fortalecem, são relevantes no contexto das transformações organizacionais a partir da década de 1950, ressaltam Manfré e Nardez (2019). Nas décadas de 1950 e 1960, de acordo com os autores, destacaram-se as atividades pesadas, relacionadas ao petróleo, à siderurgia, à química de base,

e os principais empreendimentos estavam localizados nas zonas industrial-portuária. Nas décadas de 1970 e 1980, as indústrias eletrônicas se destacaram gerando um modelo de acumulação flexível, priorizando empresas com capacidade de produzir em séries curtas com rápidas mudanças de produto e modelos. Nas décadas de 1980 e 1990, surgem as PME (pequenas e médias empresas) devido ao esgotamento do crescimento econômico e crescimento da cultura empreendedora, oferecendo oportunidade para o desenvolvimento dos APLs, explicam Manfré e Nardez (2019).

Ipiranga, Amorim e Moreira (2006) acrescentam que neste período, até a década de 1990, as organizações que se utilizavam de tecnologias e matérias-primas semelhantes ou eram especializadas na oferta de produtos e serviços semelhantes, representavam interesses comuns e influenciaram a classificação dos empreendimentos no Brasil, mesmo sem uma interação entre elas. Neste contexto, as organizações deixaram de aprender umas com as outras, prejudicando até mesmo o seu desenvolvimento. Entretanto, os autores defendem que este cenário mudou a partir da década de 1990, quando se iniciou um processo de especialização e aglomeração territorial das organizações, dando origem aos *clusters*, sistemas e arranjos produtivos locais.

Avelar *et al.* (2017) argumentam que as mudanças sociais e comportamentais provocadas pela globalização proporcionaram novos padrões de consumo de bens e serviços, inclusive culturais. Estas demandas modificaram a criação, produção, distribuição e comércio dos produtos e serviços criativos e culturais, tornando este processo mais relevante do que o tradicional. Entretanto, em países em desenvolvimento, ainda se percebe a necessidade de atenção aos processos criativos no sentido de profissionalização e organização das atividades criativas.

Desta forma, os arranjos produtivos locais tornam-se estratégias da política industrial para o acesso a recursos públicos, porém eles requerem sinergia entre os empreendedores para assimilar novas tecnologias e melhorias no processo de oferta destes produtos e serviços.

Além disto, os APLs proporcionaram o desenvolvimento local no Brasil, o que, segundo Manfré e Nardez (2019), gerou renda e arrecadação aos municípios devido à inovação e cooperação presentes nos processos produtivos, incentivando empreendedores locais.

Como conceito, Fuini (2013) destaca que os APLs têm origem na estratégia de desenvolvimento industrial, conduzindo para uma compreensão dos modelos de aglomerações

produtivas de pequenas empresas, bem como dos territorializados, como, por exemplo, os distritos industriais italianos e os *clusters* industriais brasileiros. O autor expõe que os APLs foram sistematizados no Brasil pela Rede de Pesquisa de Sistemas Locais de Produção e Inovação do Instituto de Economia da UFRJ - Redesist, integrado nas propostas do SEBRAE e do BNDES, posteriormente.

No Brasil, segundo o BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento, o conceito de Arranjo Produtivo Local foi utilizado por diversas agências de políticas públicas e privadas na promoção do desenvolvimento da produção de bens e serviços em nível nacional e local, contribuindo para a popularização e identificação dos APLs no país. Entretanto, nem sempre estes esforços foram coordenados, sendo muitas vezes distorcidos na relevância dos APLs bem-sucedidos referentes a alguns segmentos.

No final da década de 1990, surgiu o conceito de Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos (ASPILs), que, de acordo com Cassiolato, Matos e Lastres (2008), foi desenvolvido pela Redesist como uma proposta para a compreensão dos processos de criação e utilização do conhecimento na dinâmica produtiva e inovativa. Os ASPILs norteiam os processos industriais e tecnológicos através de referências essenciais presentes em um novo instrumental.

Já os Arranjos Produtivos Locais Intensos de Cultura (ApliC), caracterizam espaços em que processos disruptivos se desenvolvem e seu mapeamento é uma ferramenta de análise da economia criativa em regiões concentradas, de acordo com Xavier (2016).

Permite a identificação dos vetores da economia criativa, dos agentes criativos envolvidos em sua inovação, dos recursos mobilizados no território, da extensão e da capilaridade das cadeias criativas e produtivas do segmento. Os dados são colhidos pelas pesquisas realizadas no âmbito da graduação e organizados pelas plataformas das redes sociais e softwares livres (Xavier, 2016, p.64).

Para o autor, a forma de produção destas regiões concentradas favorece o desenvolvimento das atividades vinculadas à economia criativa.

A legislação, infraestrutura, expansão dos serviços, formação de agentes criativos e a instalação de equipamentos sociais formam os bolsões inventivos

para as atividades de criação e execução de produtos, processos e serviços culturais.

Nos territórios criativos concentram-se ateliês produtivos dos quatro grupos em economia criativa, os subterritórios dessas linguagens artísticas e atividades culturais (rock, samba, funk, rap, grafite, dança, teatro de rua), as redes de conexões capilarizadas (cadeias produtivas e criativas, analógicas e digitais), e a presença de políticas públicas pontuais (verticais e horizontais), de atendimento das demandas sociais, que estimulam o surgimento e a institucionalização dos territórios e subterritórios criativos: bairros, polos produtivos, cidades, bacias, coletivos culturais, grupos de estudos e pesquisas com ações extensionistas e corredores digitais (Xavier, 2016, p.68).

Mapear tais atividades é planejar estrategicamente as ações e a elaboração de políticas públicas, ressaltando os ApliCs e a ação cidadã. Em síntese, os ApliCs incentivam o atendimento de uma demanda específica de produtos e serviços, utilizando-se de tecnologias no processo produtivo.

De acordo com Silva (2014), a diferença entre as teorias tradicionais sobre APLs e ApliCs, é que a primeira tem viés mercadológico, enquanto a segunda tem como objeto a criatividade, não excluindo o mercado. Porém, tanto no contexto dos APLs como nos ApliCs, as políticas para viabilização ainda são insuficientes, de acordo com o autor.

Entende-se, neste contexto, que os APLs com vocação para a criatividade em seus empreendimentos, são denominados Arranjos Criativos Locais, em que as organizações são voltadas para o desenvolvimento da economia criativa local.

O Quadro 4 apresenta, em síntese, as principais diferenças entre os conceitos relacionados aos Arranjos Produtivos Locais.

Quadro 4 - Conceitos relacionados aos APLs

| Sigla | Nomenclatura | Principais características |
|--------------|---------------------|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> têm origem na estratégia de desenvolvimento industrial; |

| | | |
|---------------|--|--|
| APL | Arranjo Produtivo Local | <ul style="list-style-type: none"> • modelos de aglomerações produtivas de pequenas empresas, territorializados; • estratégias para o acesso a recursos públicos; • requer sinergia entre os empreendedores na assimilação de novas tecnologias e melhorias no processo de oferta destes produtos e serviços. |
| ASPILs | Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos | <ul style="list-style-type: none"> • foco no processo de criação e utilização do conhecimento na dinâmica produtiva e inovativa; • referências essenciais que norteiam os processos industriais e tecnológicos. |
| ApliC | Arranjos Produtivos Locais Intensos de Cultura | <ul style="list-style-type: none"> • espaços em que processos disruptivos se desenvolvem; • ferramenta de análise da economia criativa em regiões concentradas. |
| ACL | Arranjo Criativo Local | <ul style="list-style-type: none"> • organizações com foco no desenvolvimento da economia criativa local. |

Fonte: elaborado pela autora (2023)

No decorrer dessa construção histórica sintetizada no Quadro 4, Manfré e Nardez (2019) mencionam que os arranjos produtivos locais geram destaque nas operações financeiras, no aprimoramento técnico das organizações, no desenvolvimento territorial, no aumento de empregos gerados e na sustentabilidade das cidades.

De acordo com pesquisa realizada em 2010 em parceria com o BNDES,

o marco inicial da política do Estado de São Paulo voltada para APLs pode ser estabelecido em 2004, a partir de iniciativas da então Secretaria da

Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico – SCTDE (hoje Secretaria de Desenvolvimento – SD) (Campos, 2010, p.140).

Anteriormente a 2004, o apoio estava baseado nas escolas técnicas e no Instituto de Pesquisas Tecnológicas – IPT e fora do âmbito do governo do estado havia o envolvimento de instituições da sociedade civil ou mista (Fiesp e Sebrae-SP). No entanto, estas intervenções foram aos poucos se aproximando e se articulando conjuntamente, gerando etapas e mudanças no decorrer dos anos, estruturando um conhecimento baseado em experiências de erros e acertos sobre como lidar com APLs. Como consequência, Fiesp, Sebrae-SP e governo estadual vêm trabalhando com APLs no Estado de São Paulo que já estão articulados há alguns anos, de acordo com Campos (2010).

Como premissa, Fuini (2013) argumenta que os APLs possuem a proximidade geográfica entre as organizações especializadas, que conseqüentemente desenvolvem redes com fornecedores, terceirizados e apoiadores. Em relação às principais dimensões de um APL, o autor cita que estão entre elas a dimensão territorial, a diversidade das atividades e atores, o conhecimento tácito, as inovações e a governança. O Quadro 5 apresenta detalhes de cada uma dessas dimensões:

Quadro 5 - Principais dimensões de um APL

| Dimensões de um APL | Detalhamento |
|---|---|
| Dimensão territorial | Os atores do APL estão localizados em certa área onde ocorre interação |
| Diversidade das atividades e dos atores | Empresários, sindicatos, governo, instituições de ensino, instituições de pesquisa e desenvolvimento, ONGs, instituições financeiras e de apoio |

| | |
|--------------------------|---|
| Conhecimento tácito | Conhecimento adquirido e repassado por meio da interação, conhecimento não codificado |
| Inovações e aprendizados | Inovações e aprendizados que surgem com base na interação dos atores |
| Governança | Liderança do APL, geralmente exercida por empresários ou pelo seu conjunto representativo – sindicatos, associações |

Fonte: Adaptado de “Arranjo produtivo local – Série Empreendimentos Coletivos – Sebrae”

O Quadro 5 apresenta conceitos referentes a cada uma das dimensões de um APL, iniciando pela dimensão territorial, descrita pela localização e área em que a interação entre os atores de um APL ocorre. Tais atores e sua diversidade também são apresentados no Quadro 5 por meio de exemplos, tais como empresários, organizações não governamentais, instituições financeiras, entre outras. O conhecimento tácito aparece como uma dimensão de um APL, decorrente da interação entre os atores, tendo como base as inovações e aprendizados. A última dimensão apresentada no Quadro 5 é a governança, conceituada pela liderança do APL, podendo ser pública ou privada, ou ainda ser exercida pelo seu conjunto representativo.

Diante de tais dimensões, Manfré e Nardez (2019) sintetizam que os APLs são aglomerações referentes a atividades diversas pertencentes aos setores primário, secundário e terciário, independente do porte da organização, como processos artesanais ou industriais e tecnológicos.

Abordando o contexto histórico e características dos APLs, vale destacar a Região Metropolitana de São Paulo e a transição dos seus arranjos produtivos locais de analógicos para digitais, das atividades consideradas pesadas àquelas incentivadas pelo crescimento da cultura empreendedora. Na contemporaneidade,

[...] os APL têm grande importância para o desenvolvimento local com objetivos de desenvolver as cadeias produtivas paulistas; aumentar competitividade das micros, pequenas e médias empresas; estimular o

empreendimento, baseado na interação e cooperação; descentralizar o desenvolvimento produtivo para fortalecer a economia regional e fomentar projetos de desenvolvimento produtivos nos APLs paulistas (Manfré, Nardez, 2019).

Xavier (2014) destaca que, neste cenário, as indústrias automobilística e têxtil deram espaço à economia criativa por meio de atividades voltadas ao turismo de negócio, arquitetura, eventos, corredores digitais e produção de bens simbólicos, culturais e intangíveis. Como consequência, o autor argumenta que este cenário possui como pano de fundo as áreas territoriais virtuais, cedendo espaço para a nova cidade criativa que emerge com grande parte dos elementos que caracterizam esses arranjos em relação aos seus processos, pessoas e recursos.

Os fatores determinantes dos Arranjos Produtivos Locais envolvem as aglomerações de empresas de diversos portes com atividades produtivas em comum, em determinado espaço geográfico, em conjunto com empresas que as complementam. Como principais características possuem articulação, cooperação e interação com outros agentes locais, como o governo, associações e instituições de ensino.

Avelar (2017) menciona que quando estes fatores e características são relacionados ao contexto da Economia Criativa, especificamente à arte musical, envolvem atividades culturais e a capacidade criativa das pessoas. Isso quer dizer que tais empreendimentos dependem mais do talento e da criatividade para serem competitivas do que do capital investido ou do seu porte. Por este motivo, Benedict (2021) afirma não ser mais viável abordar a cultura realizando comparações com arranjos locais específicos. Isso se deve ao conteúdo de uma das principais obras da autora, sobre os padrões da cultura, comparando sociedades com foco na diversidade de comportamento existente nelas. Ao enfatizar que cada cultura humana é definida por um conjunto próprio de costumes, Benedict (2021) argumenta que, caso a cultura não possa ser analisada em sua totalidade, isto se torna um entrave. Por isso a autora critica a comparação da cultura com arranjos específicos.

Neste contexto, os APLs se destacam por fortes aspectos econômicos e histórico-culturais em sua territorialidade, constituindo-se a partir dos recursos locais e de delimitações de espaço municipais e intermunicipais, alcançando suas metas econômicas e políticas, evidencia Fuini (2013).

A Economia Criativa e tudo o que ela abarca têm se configurado como um modelo de equação alternativo para situações determinadas de produção. A criatividade, num aspecto mais amplo, funciona como catalizador (sic) de processos novos e, inserida num contexto da economia mais amplo, cria oportunidades de resgatar o cidadão, no contexto social, e o consumidor, economicamente (Panosso, 2013, p. 9).

Nas últimas décadas, a Indústria Criativa tem feito parte das cadeias produtivas de forma relevante, de acordo com a Firjan (2022). Os segmentos de mercado que a compõem impactam significativamente a geração de renda dos trabalhadores e a produção de riqueza na economia brasileira. Os treze segmentos da Indústria Criativa se organizam por núcleos, são eles: Cultura (expressões culturais, artes cênicas, música, patrimônio e artes), Tecnologia (TIC, biotecnologia, pesquisa e desenvolvimento), Consumo (publicidade e marketing, design, arquitetura, moda), Mídia (editorial e audiovisual), sendo que a música representa 1,1% do núcleo a qual pertence. O Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil elaborado pela Firjan (2022) apontou crescimento de 24,5% na indústria fonográfica na era digital em 2020, o que gera a suposição de que existe um aproveitamento da expansão dos meios digitais.

Isso se deve ao fato de, diariamente, de diversas formas, em locais diferentes e por diferentes meios, as pessoas estarem expostas à música. Por isso, a música representa momentos, épocas, hábitos, crenças, grupos e ideologias, defende Camilo (2013). Sendo um produto cultural e artístico, a música está alinhada à lógica capitalista, possibilitando classificá-la como indústria criativa, uma vez que resulta de um processo original, vinculado à tecnologia e ao modelo de negócio, explica Camilo (2013).

Ademais, o conceito de arranjo produtivo já é comum na economia, podendo ser aplicado na produção musical, destacando a alta diversificação de meios e formas de produção como características essenciais, de acordo com Coelho (2014). O autor defende a necessidade de um olhar integral do segmento a ser estudado a partir dos arranjos produtivos, uma vez que a diversidade encontrada seja uma consequência do caráter dinâmico e diverso da cultura, cercada de possibilidades.

Estas considerações corroboram a ideia de que os produtos criativos não se restringem a uma área ou segmentos específicos, mas a atividades que se complementam em um determinado espaço, oferecidas por empreendimentos de diferentes portes, com características inovadoras e relações com a mão de obra baseadas na versatilidade.

Esta afirmação pode ser exemplificada pelo Ministério da Cultura (2011), citando que desfiles de moda podem ser realizados em parceria com apresentações musicais, apresentações de dança podem estar vinculadas ao audiovisual, entre outros produtos que se mesclam cada vez mais neste contexto da economia criativa devido à facilidade gerada pela tecnologia e pela tendência multidisciplinar.

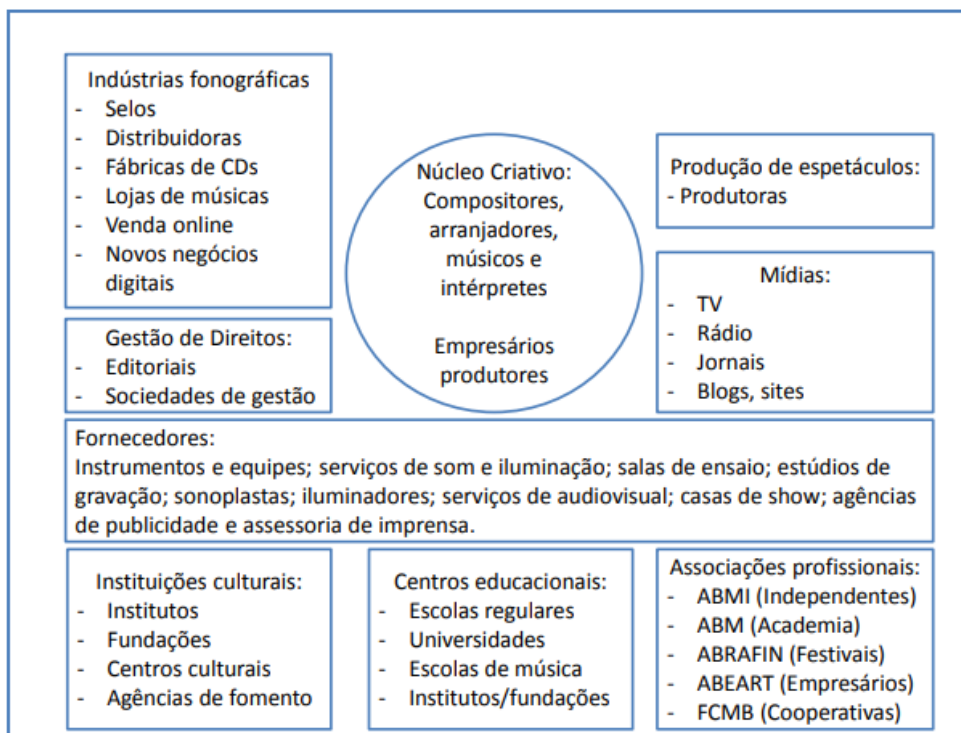
A Cámara de Comercio de Bogotá, em parceria com o Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), apresentou uma pesquisa em 2018 utilizando três abordagens: internacional, nacional e local, todas com foco de natureza econômica. Os resultados apontaram que

a indústria da música fonográfica encontra-se em processo de adaptação à dinâmica volátil do mercado, através da implementação de modelos de negócio que respondam aos novos mecanismos de procura e consumo dos artistas através de plataformas virtuais em que a compra de uma ou mais músicas por um artista é possível, mais conhecido como consumo cultural fragmentado (Cluster de Música de Bogotá, 2018, p.27).

A pesquisa sobre o consumo da música com foco internacional, nacional e local enfatiza mudanças entre 2005 e 2016, tais como uma queda do consumo da música gravada e um aumento do consumo da música ao vivo. Neste contexto, como proposta de posicionamento do setor referente ao fortalecimento do setor musical, foram levantadas as seguintes possibilidades: Construção de um plano distrital de música, envolvendo músicos, compositores, intérpretes e estudantes; Organização de um sistema de formação musical, voltado especialmente para as crianças; Fortalecimento dos espaços musicais locais, promovendo eventos gratuitos; Criação e fortalecimento de espaços organizados por gêneros musicais.

Tais propostas são relevantes porque alimentam a economia criativa com seu principal componente: o talento criativo, que gera o valor intangível e simbólico, caracterizando-se pela abundância de recursos presente em uma dinâmica que, de acordo com Duarte e Madruga (2015), “desconcerta” os modelos econômicos tradicionais. A Figura 1 representa esta dinâmica, apresentando os atores inseridos neste processo.

Figura 1 - Arranjo produtivo da música



Fonte: Plano da Economia Criativa (2011)

A Figura 1 representa a dinâmica de funcionamento dos elos da economia criativa, como criação, produção, difusão/distribuição e consumo/fruição. A criação é representada pelas indústrias fonográficas, produção de espetáculos, gestão de direitos, mídias e o núcleo criativo. Os fornecedores compõem o elo de produção do arranjo, concretizando a criação realizada no elo anterior. As instituições culturais, os centros educacionais e as associações profissionais integram o elo da difusão/distribuição, direcionando os produtos criativos ao consumo/fruição.

Esta dinâmica de funcionamento, com categorias e itens que compõem o Arranjo Produtivo Local da Música elaborado pelo Plano de Economia Criativa (2011), apresentada na Figura 1, serviu como base para as pesquisas de levantamento de informações sobre o setor da música nas cidades do interior do estado de São Paulo, Bauru e Piracicaba, conforme o capítulo 4.

Na região do Rio das Ostras, na cidade do Rio de Janeiro, a pesquisa realizada por Coelho (2014) apontou que a receita do arranjo produtivo da música neste local é gerada tanto pelo turista como pelo público local, reforçando a importância do diálogo entre os elos

apresentados na Figura 1, uma vez que, havendo coerência e diálogo entre eles, torna-se possível o consumo e a fruição dos produtos criativos. Neste sentido, o destaque da pesquisa deste autor está em comprovar a existência de uma economia local em torno da música, estabelecendo a cadeia produtiva da música. Na mesma pesquisa, Coelho (2014) ressalta falhas nos elos fundamentais que compõem este arranjo, o que ocasiona o domínio de atores que não têm interesse em promover o artista, mas apenas em desfrutar da sua arte, diminuindo o seu potencial simbólico, prejudicando a dinâmica de funcionamento da economia criativa.

Entretanto, estas falhas não aparecem somente na pesquisa citada, mas, de acordo com o estudo realizado pela Agenda Regional das Indústrias Criativas (2015), a região norte do Centro Histórico do Porto, em Portugal, apresenta problemas estruturais e de naturezas distintas, diante das oportunidades existentes no local.

Diante disto, é notável o empenho das esferas governamentais, bem como de micro e pequenas empresas em apoiar e formatar políticas públicas para os APLs que proporcionem desenvolvimento regional sustentável visando à inclusão social, à geração de trabalho, emprego e renda por meio de políticas articuladas entre si. De acordo com Simonetti e Kamimura (2017), para promover e dar apoio aos APLs, as políticas públicas podem:

- i) oferecer a base de infraestrutura adequada para o desempenho dos arranjos;
- ii) incentivar a formação de trabalhadores capacitados e qualificados;
- iii) estimular as atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D);
- iv) oferecer subsídio fiscal;
- v) investir em projetos, programas e ações mediante uma base institucional promotora de desenvolvimento de produtos e processos (Simonette; Kamimura, 2017, p. 28).

As autoras também apresentam cinco pontos relevantes dos APLs como estratégia de desenvolvimento, de acordo com a Política Nacional de Apoio ao Desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais.

- i) crédito e financiamento, a fim de suportar o processo de especialização produtiva localizada;
- ii) governança e cooperação, para consolidar as relações interfirmas;
- iii) tecnologia e inovação, para a promoção da capacidade tecnológica endógena;
- iv) formação e capacitação, para a construção de capital humano diferenciado nos APLs;
- v) acesso aos mercados nacional e

internacional, para a sustentabilidade do arranjo produtivo (Simonetti, Kamimura, 2017, p.28).

Neste sentido, o Decreto n° 54.654 de 07 de agosto de 2009 institui o Programa Estadual de Fomento aos Arranjos Produtivos Locais, estabelecendo a regulamentação de convênios com municípios do Estado de São Paulo com o objetivo de transferir recursos financeiros para o incremento das cadeias produtivas. O decreto caracteriza ainda o Arranjo Produtivo Local como a "concentração geográfica de micro, pequenas e médias empresas de um mesmo setor ou mesma cadeia produtiva, as quais, sob uma estrutura de governança comum, cooperam entre si e com entidades públicas e privadas" (Decreto n° 54.654 de 07 de agosto de 2009, Parágrafo Único).

Capítulo 4 - O setor da música na cidade de Bauru

Neste capítulo serão apresentados conceitos relacionados à arte musical, música, indústria da música e setor da música, no sentido de diferenciá-los, destacando o último como objeto de estudo. Sendo assim, será contada brevemente a história da música na cidade de Bauru, ressaltando suas origens, que ilustram a realidade identificada no levantamento de informações sobre o setor da música na cidade.

Iniciando as reflexões conceituais pela arte musical, é possível dizer que esta se constitui basicamente em combinar sons e silêncio seguindo uma pré-organização ao longo do tempo, explica o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (2023); já a música (do grego μουσική τέχνη - *musiké téchne*, a arte das musas) é uma forma de arte que combina sons e silêncio seguindo uma pré-organização ao longo do tempo.

Neste sentido, a música é considerada uma prática cultural e humana, sendo que não existe qualquer civilização ou agrupamento que não tenha manifestações musicais próprias. Inclusive, sabe-se que desde a pré-história a música é praticada e inspirada nos sons da natureza.

Realizando um paralelo entre música e arte musical, a música pode ser considerada como uma forma de arte. Para outras culturas, a música possui outras utilidades, como educacional, terapêutica, religiosa, festivas e até mesmo fúnebre.

De acordo com Silva e Lima (2016) é difícil encontrar um conceito sobre música que englobe amplamente os seus significados, até mesmo porque este contexto está vinculado ao fator social, a partir de critérios históricos e geográficos. Além disso, a música se caracteriza tanto pelos símbolos de seus registros como pelo significado atribuído ao seu valor afetivo ou emocional.

O contexto cultural e social influencia na criação, performance, sentido e até mesmo na definição de música. A música pode ser dividida em gêneros e subgêneros e inserida nas "artes"; pode ser classificada como uma representação ou espetáculo.

De acordo com o Sebrae (2022), a música é eficaz para despertar sensações e sentimentos nas pessoas e é a linguagem que tem mais facilidade de reprodução e propagação. Por isso, o mercado utiliza cada vez mais a música para fortalecer a relação com seus clientes, gerando fidelização e satisfação com o conceito de Brand Experience.

Neste contexto, o setor musical abrange diversos ritmos e estilos que envolvem múltiplos profissionais da área, como os produtores, a indústria fonográfica, show business, empresários, órgãos fiscalizadores, organismos reguladores, empresas de divulgação, empresas de logística, consumidores finais, dentre outros, que caracterizam a cadeia de produção musical.

Contextualizando, é interessante lembrar que desde a Antiguidade a música é uma forma de expressão, coerente com o momento histórico e cronológico da sociedade. Por isso, Camilo (2013) afirma que, enquanto indústria, a música pertence à área criativa. Souza Neto (2014) argumenta que a música seria controlada pelas forças produtivas e utilizada no controle social, sendo uma estratégia de comunicação de massas que integra tecnologia, mídia e organizações. O autor explica que, associados à comunicação, estão a indústria fonográfica, o entretenimento e os direitos autorais, uma força que estabelece o conjunto de relações de produção.

Castro (2011) explica que no século XVIII já havia uma indústria emergente de edição musical presente nos concertos públicos em Viena, lembrando que muitos períodos musicais, rotulados como eruditos ou populares, também foram caracterizados como produção de massa. Para Alcântara (2014), a música está conectada diretamente à indústria cultural deste 1877, quando Thomas Edison inventou o fonógrafo, vinculando-a a uma linha de produção e consequentemente à geração de lucros.

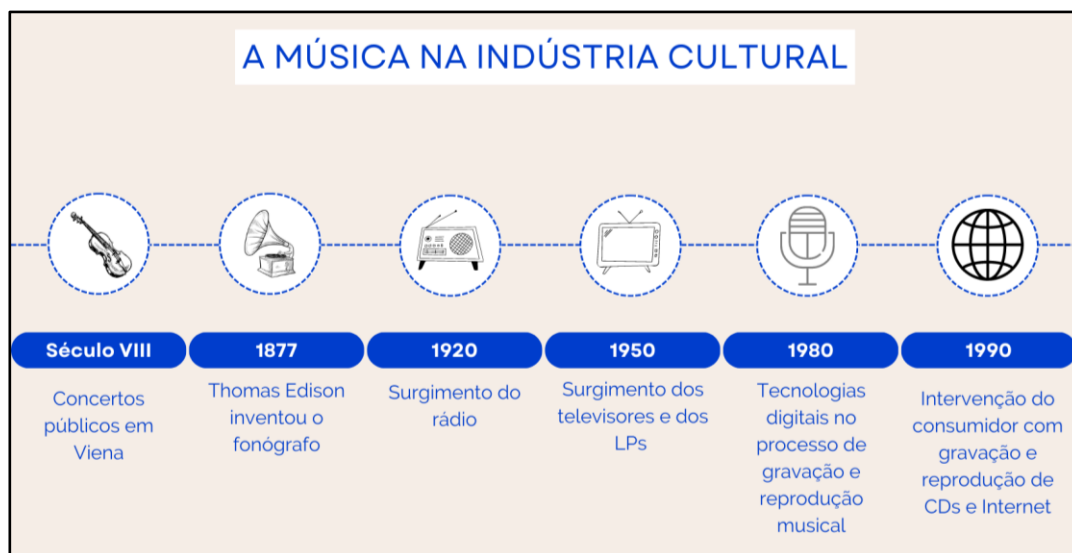
Entretanto, Abreu (2009) pondera que existem incertezas e equívocos relacionados a esta atividade desde o início do século XX, tais como:

- Na década de 1920 o padrão de consumidores da música mudou com o surgimento do rádio;
- Na década de 1950 este padrão foi alterado pelos televisores, pelo lançamento do *rock n'roll* e dos *LPs (long-play)*;
- Na década de 1980, a utilização das tecnologias digitais no processo de gravação e reprodução musical foi iniciada;
- Na década de 1990, houve a intervenção do consumidor neste processo de gravação e reprodução, através da aquisição de um CD (compact disc), cópia deste material e

reprodução, bem como o surgimento da internet (World Wide Web) com o primeiro browser comercial.

A Figura 2 ilustra as mudanças ocorridas na indústria da música desde o Século VIII até os dias de hoje.

Figura 2 - Evolução da indústria da música



Fonte: elaborado pela autora

A autora ressalta mudanças significativas nesta evolução, como a relação dos consumidores com a música gravada e o conceito de valores deste produto vinculados aos direitos de propriedade intelectual. Complementando, Cruz (2016) cita que

Ao analisar a história do mercado de música gravada, podemos observar o protagonismo das tecnologias de gravação, de cópia e de suporte técnico em seu desenvolvimento. [...] O fonógrafo e o gramofone, as gravações elétricas, a fita magnética, a gravação multicanal, a evolução das tecnologias de estúdio e de fábrica alteraram definitivamente a trajetória do mercado da música e a relação entre seus atores (Cruz, 2016, p. 206).

Inclusive, Silva Junior (2021) menciona que a limitação dos meios de reprodução, com a retirada do recurso de gravação dos gramofones na década de 1920, gerou uma escassez artificial até a década de 1960, quando foi lançado o gravador em fita cassete, ocasionando novas mudanças comerciais e culturais, como o surgimento do hip-hop na década de 1970.

Para Adorno, a música se distanciou da harmonia e da formalidade a partir do momento em que, inserida no rádio e no cinema, tornou-se peça de uma ideologia de regulamentação da ordem social, ilustra Millan (2014). Além destes meios, na contemporaneidade, a autora insere a música em outros meios como a publicidade, a imprensa e a internet, através de formatos

como CDs e *downloads*, o que promove o consumo instantâneo da música, mesmo que contra a vontade do consumidor.

Carneiro e Queiroz (2014) apontam que a complexidade da indústria da música vai além da produção, distribuição e consumo de produtos, como a música gravada disponibilizada em CDs ou até mesmo a comercialização de produtos utilizados para este fim, como instrumentos musicais, equipamentos e partituras. Incluem-se neste processo produtos intangíveis como as apresentações, aulas, direitos autorais e, finalmente, a música disponibilizada em formato digital.

Desta forma, Silva Junior (2021) defende que a música passa a ser considerada *commodity*, sujeita a produção, estoque, comercialização e avaliação, criando um conflito com a essência da arte, colocando o músico em uma situação de pseudoliberalidade e autonomia, por estar vinculado às regras do sistema capitalista.

Entretanto, Moreira Pinto (2021) considera os produtos criativos como “diferenciados e únicos” pois a mesma música pode ser consumida por muito tempo, com interpretações diferentes, atendendo públicos diferentes, não limitando-a a um bem de consumo, mas considerando-a como resultado do capital humano.

Neste sentido, a música foi considerada como um tipo de produto autônomo pela musicologia na década de 1990, compreendendo-a como sendo independente do contexto em que é consumida ou produzida. Isto se dá ao conceituar-se a música como performance, de acordo com Cook (2006). O autor explica que esta conceituação está vinculada a aspectos sociais caracterizados pela comunicação direta do compositor com o ouvinte e pela interação entre atores envolvidos no processo de produção e comercialização, tais como cantores, instrumentistas, produtores, empresários, entre outros.

Nesta perspectiva, a música torna-se uma estratégia de análise da sociedade. “Chamar a música de uma arte de performance, então, não é somente dizer que nós a interpretamos [perform it]; é dizer que a música interpreta o sentido [performs meaning]” (Cook, 2006, p.19). Na indústria criativa, Moreira Pinto (2021) explica que existe um vínculo emocional com a obra produzida fazendo com que o reconhecimento desta obra também não seja somente material, mas uma satisfação diante do seu esforço intelectual.

Para Bertoni (2001), a música é a manifestação dos hábitos das pessoas em determinado período, vai além do entretenimento e pode ser utilizada como estratégia de informação. Por isso, a música relacionada a um produto marginaliza a cultura e a afasta das pessoas.

O indivíduo sente-se marginalizado por não compartilhar da aquisição dos produtos ofertados pela Indústria Cultural e, ao mesmo tempo, passa a ser discriminado por não se sentir “idêntico”. Ele não percebe que partilhando da “cultura de massa” é que está se colocando à margem do entendimento de sua própria cultura (Bertoni, 2001, p. 77).

No lugar deste entendimento está o consumo compulsivo das canções de sucesso através dos meios de comunicação de massa, prejudicando o poder de escolha, crítica e reflexão das pessoas conduzindo-as a uma dependência, aponta Leite Junior (2017). Neste sentido, o autor cita a “música do silêncio”, que subtrai a individuação e ao mesmo tempo massifica e fragiliza as potencialidades do indivíduo, desconectando-o do próprio pensamento.

Adorno atribui esta subtração da individuação à moldagem do consumidor para ignorar sua percepção a respeito da ideologia existente. Quando o ouvinte se identifica com a melodia e com a letra da música, ele consome o padrão camuflado que proporciona um bem-estar individual, conceito este denominado “pseudo-individuação”, explica Barros (2008). Neste contexto, Moreira Pinto (2021) menciona que

Ora, os profissionais das Indústrias Criativas têm competências cognitivas e criativas e estão habilitados e sensibilizados para transformar as produções culturais ou criativas em produtos que possam ser comercializados no mercado, contribuindo assim para riqueza a nível local, regional ou nacional (Moreira Pinto, 2021, p.21).

A partir disso, os modos de produção representados pelas gravadoras e intérpretes podem escolher obras que trarão o retorno do investimento com mais rapidez devido à aceitação do mercado.

Desta forma, Cook (2006) argumenta que o consumo passivo coloca a música em uma parte da economia estética e como um produto industrializado, deixando de lado a sua característica participativa dentro dos processos sociais como a arte deveria ser.

Nessa perspectiva, a música do entretenimento tão difundida e veiculada pelos meios de comunicação, trata-se não apenas de um instrumento

desenvolvido racionalmente que logra a manutenção do poder em virtude do ocultamento e mascaramento da realidade, mas também, a atrofia da subjetividade (Leite Junior, 2017, p.20).

De certa forma, a subjetividade não poderia ser foco do contexto macroeconômico, uma vez que daria chances ao simbólico e ao intangível na realidade capitalista. Para Aguiar (2020), esta relação seria considerada antagônica e ao mesmo tempo a construção de uma realidade diferenciada.

Neste contexto, Bertoni (2021) alega que a música como um produto também influencia a formação de crianças e jovens através do ritmo e letras com conotação sensual e sexual, bem como em fatores relacionados ao vocabulário e desenvolvimento cognitivo.

Isso se dá porque, de acordo com Camilo (2013), a atividade musical está vinculada a aspectos que vão muito além da própria música. A autora conecta a música a áreas como a moda, a estética, a publicidade de determinado *lifestyle*, bem como a mediatização do artista e do que este representa culturalmente na sociedade. Neste sentido, a autora complementa que a música deixou de ser um fim em si mesma e que as mudanças no consumo da música estão presentes nas preferências dos consumidores, no alcance, no acesso e na interação promovida.

Em síntese, para Silva e Valiati (2019), o setor da música, objeto deste estudo, é formado por artistas, agentes, empresários e produtores, editoras, gravadoras, sociedades coletoras de direitos, distribuição, reprodução em outras mídias e consumidores.

Conclui-se que o setor da música é composto por todas as etapas, desde a criação musical realizada pelos artistas até o consumidor final, exigindo desta forma uma interação entre estas atividades. Atualmente o setor gera produtos como um CD, um evento, um *streaming*, envolvendo diferentes processos, afirma Núñez (2017). Em seguida, o autor cita a indústria fonográfica, a internet e novas mídias, os direitos autorais, as políticas públicas, os espetáculos e shows, a indústria e comércio de instrumentos musicais e a formação técnica, como itens que compõem este processo.

Sendo assim, essa interação entre as etapas constitui o que chamamos de arranjo produtivo local da música, apresentado em categorias pelo Plano da Economia Criativa (2011) tais como Indústria Fonográfica, Gestão de Direitos, Núcleo Criativo, Produção de Espetáculos, Mídias, Fornecedores, Instituições Culturais, Centros Educacionais e Associações Profissionais.

Estas categorias foram utilizadas como base de um levantamento de informações referentes ao setor da música na cidade de Bauru-SP entre os meses de janeiro e fevereiro de 2023. Após este levantamento realizado na cidade de Bauru, outro levantamento foi feito na cidade de Piracicaba-SP com a finalidade de realizar uma análise do perfil musical destes municípios, conforme item 4.3.

4.1 Breve história da música na cidade de Bauru

Nos primeiros anos de uma cidade as atividades culturais são essenciais para a evolução urbana. De acordo com Costa (2014) os arquivos do Núcleo de Documentação e Pesquisa Histórica de Bauru e Região “Gabriel Ruiz Pelegrina” – NUPHIS/USC relatam em Bauru,

encenações de peças de teatro, espetáculos de danças, exposições de artistas plásticos, apresentações e concertos conjuntos musicais de bauruenses e de artistas já consagrados nacionalmente, além de uma outra vasta gama de manifestações representativas de outras linguagens culturais (Costa, 2014, p. 226).

Apesar de existirem poucos estudos sistemáticos dessas atividades culturais ao longo dos anos, particularmente no que concerne à música erudita, no acervo do Conservatório Pio XII constam informações sobre as audições, recitais e cursos ministrados por professores renomados nacional e internacionalmente. A “Coleção Miscelâneas” possui 757 artigos pertencentes à Hemeroteca do NUPHIS/USC e relata o cenário de Bauru ao longo do seu desenvolvimento político, econômico e cultural.

A população de Bauru, de acordo com Costa (2014), no início do século XX se dedicava à agricultura, principalmente ao cultivo do café. Não existem registros de atividades artísticas expressivas e contínuas neste período até por não existirem ainda meios de comunicação local. O que existe são informações aleatórias como, por exemplo, sobre um sanfoneiro de nome Manoel Goulart, que executava músicas para animar festas e bailes locais neste período.

Outro exemplo destas informações soltas na história da cidade é a existência de um entusiasta da música, Antonio Seabra Primo. Em 1902 organizou um grupo musical com o incentivo da prefeitura municipal, representada pelo então prefeito Gerson França. De acordo com Costa (2014, p. 229), “consolidou-se a primeira banda de Bauru, cujo nome era “Lyra Gerson França”, sendo seu maestro o próprio Seabra Primo”.

De acordo com Leite (2020) os gêneros musicais mais comuns eram as valsas, os xotes, as mazurcas, as rancheiras e as óperas, com relevância também para a música espanhola, música caipira instrumental, marchas e dobrados, além dos sambas carnavalescos. Entretanto, o autor ressalta que as iniciativas culturais que deixaram registros nos primórdios da música na cidade foram as organizadas pela elite da cidade, com ausência de cobertura e registros de eventos socioculturais mais populares. Sendo assim, percebe-se que os músicos, como maestros e professores de música da cidade de Bauru, fazem parte de uma legião anônima caracterizada por excesso de trabalho.

Na cidade de Bauru, a música esteve presente em eventos importantes, como descrito acima, bem como no advento da iluminação, em 16 de março de 1911. De acordo com arquivos históricos da Prefeitura Municipal de Bauru (2023), a cidade festejou o acontecimento ruidosamente com salva de tiros, queima de fogos, execução de músicas por toda a cidade e bailes.

Inicialmente em Bauru existiam duas escolas de ensino musical: o Instituto Dramático e Musical de Bauru e o Conservatório Musical Aymoré do Brasil. Fundado em 1928, o Conservatório Musical Pio XII é o centro de formação musical mais antigo de Bauru.

Um músico bastante conhecido na década de 1920 foi o professor Efísio Aneda, que marcou a história da cidade com “sua presença ilustre, simpática e cativante, sempre distribuindo aos que o renderam ensinamentos de cultura e ilustração artística” (Costa, 2014, p.232).

Em 1931, o maestro Guilherme Barberi fundou uma orquestra sinfônica denominada Sociedade de Concertos Sinfônicos de Bauru. Porém, foi extinta em 1943 devido à mudança de Barberi para São Paulo. Em 1950, o General Lima Figueiredo o convidou para tratar da formação da banda dos ferroviários da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil, porém o maestro faleceu no dia 19 de dezembro de 1950.

Em janeiro de 1932 foi instalado em Bauru o primeiro serviço de alto-falantes na rua Marcondes Salgado, esquina com a rua Agenor Meira. Este evento foi o embrião da primeira emissora de rádio de Bauru, inaugurada por João Simonetti na cidade em 8 de março em 1934, a Bauru Rádio Clube. A partir do dia 8 de março de 1934, aos bauruenses que possuíam radiorreceptores foi possível ouvir músicas e algumas mensagens transmitidas pela emissora bauruense PRC-8 Bauru Rádio Clube, em caráter experimental, acontecimento

realizado pelo empresário João Simonetti, que abriu caminhos na área de comunicação em Bauru. Pioneiramente, na década de 1950, Simonetti trouxe para Bauru a primeira emissora de televisão a funcionar em cidades do interior de toda a América do Sul.

Em 1939, a Banda Marcial Liceu Noroeste de Bauru foi fundada pelo colégio Liceu Noroeste, entretanto em 2014, por razões de dificuldade financeira, encerrou as atividades. A Banda Marcial Liceu Noroeste de Bauru é considerada uma das melhores corporações musicais do Brasil, composta por jovens de ambos os sexos, e realizou mais de mil apresentações pelo Brasil, conquistando honrosas colocações.

Com o fim das atividades, foi criada a Associação Musical Liceu Noroeste, como uma proposta de inserção social para crianças, adolescentes e jovens, com idades entre 10 e 16 anos. Por meio da música, outros temas são abordados, como a disciplina, a ética, o respeito às diferenças e o trabalho em equipe.

É importante ressaltar que desde 2020 a Associação Musical Liceu Noroeste está autorizada pela Secretaria Especial da Cultura a captar recursos mediante doações e patrocínios, por meio da Lei de Incentivo à Cultura.

Especialmente em 1943 nasce o Clube Amigos da Boa Música, uma instituição bauruense fundada, dirigida e mantida pelo professor de História da Arte Hécio Pupo Ribeiro (11/04/1915 – 01/09/2002), que esteve à frente por mais de 50 anos. De forma simples, o clube começou quando dois amigos se encontraram, juntos ouviram músicas e fizeram comentários, críticas e apreciações. Outras pessoas foram se agregando a estes dois amigos, até que o grupo aumentou, sendo necessário até agendar dia e hora para os encontros. Inicialmente as audições ocorriam às segundas-feiras em uma casa simples na Rua Azarias Leite e, posteriormente, passaram para a Sala Villa-Lobos, na Rua Gerson França, 18-82, relata Costa (2014).

Entretanto, o Clube não se reunia apenas para apreciar a boa música, pois tinham a missão de “divulgar cultura e beleza, promover distração sadia, mas procurando sempre instruir através das obras primas da música” (Ribeiro, 1976, p.19). Durante as reuniões, eram esclarecidas diversas dúvidas inerentes à música erudita, como estilos, por exemplo.

De acordo com Costa (2014), o Clube “Amigos da Boa Música” promoveu os seguintes projetos na área de música:

- Programas de Concertos

- Projeto Vitória Régia
- Conjunto Instrumental de Bauru
- Oficinas de Iniciação Musical
- Coordenadoria do Caminhão Palco
- Eventos Musicais
- Cursos Livres de Instrumentos de Cordas
- Projeto Sertanejo
- Serviços Internos da área

Na década de 1950, o consagrado maestro Miguel Ruiz e sua orquestra realizaram sua primeira apresentação pública no auditório da Bauru Rádio Clube, recebendo a denominação Marajoara por meio de um concurso.

Em 1955 foi fundada a Rádio Auri-Verde, da rede Piratininga de São Paulo, e em 1957, a Rádio Terra Branca, reforçando o conteúdo local no campo artístico, esportivo e noticioso, marcando uma renovação tecnológica que mudou o perfil do rádio brasileiro.

De acordo com Leite (2020), com tecnologia importada, a emissora Auri-Verde começa a gravar seus comerciais e os das outras emissoras em discos de acetato, consolidando assim as Indústrias Culturais na cidade e resultando em menos espaço para os artistas locais. A partir deste momento, as emissoras deveriam veicular músicas que estivessem nas “paradas de sucesso”.

Entretanto, na década de 1960, o Cine Bela Vista era o ponto de encontro cinematográfico bauruense e foi muito frequentado, especialmente por ainda haver música na praça em frente ao cinema aos domingos.

No decorrer de 1970, as músicas mais tocadas nas rádios locais, de acordo com Lima (1978), incluíam artistas como Roberto Carlos, Elis Regina, Beatles, Frank Sinatra, Wilson Simonal, entre outros. Para Leite (2020) este evento demonstra a massificação através da repetição das mesmas músicas durante o dia, excluindo as composições locais, bem como as bandas e artistas locais na programação de rádio.

Em contrapartida, programas municipais promovem as artes, como um recital de piano em 1978 com Maria Cecília Raab Forastieri e, em 1979, a apresentação do Coral Arte Viva tendo como regente Sônia Maria Berriel Soares.

De acordo com Leite (2020) as iniciativas de estímulo à música saem das mídias locais, passando a depender de iniciativas do poder público e de algumas iniciativas particulares. Com este fato, houve uma mudança de papéis nestes espaços que compositores, artistas de música e de teatro ocupavam nas emissoras de rádio e de televisão bauruenses. Assim, locutores, operadores de mesas, câmeras, produtores, programadores musicais, entre outras funções, passaram a atuar nestes espaços. Mas, a partir da década de 1990, com a digitalização das tecnologias de operação e produção dos estúdios de rádio, tais funções também foram bastante reduzidas ou totalmente suprimidas pelos novos recursos.

Na década de 1980 aconteceu em Bauru o VI Festival de Corais – Programa de Músicas Brasileiras, ITE – Movimento, Coral do Estado de São Paulo – Secretaria e Cultura. Corais e conjuntos de diversas igrejas da cidade se apresentaram nesta ocasião, de acordo com Costa (2014). Na década de 1990, houve uma significativa expansão deste movimento, registrando-se dez corais atuantes na cidade neste período.

O Hip Hop é um movimento cultural que une música, dança e ação social, chegando no Brasil no final da década de 1970 nas grandes capitais e também em Bauru. O movimento vem para a cidade também através da ferrovia. No início dos anos 2000, as atividades em Bauru deixaram de ser isoladas, e o município passou a organizar um movimento sociocultural representado pelo Núcleo Cultural Quilombo do Interior, a primeira organização não governamental (ONG) do país voltada somente ao Hip Hop. A Semana do Hip Hop faz parte do calendário cultural do município e é um evento reconhecido como o maior Festival de Hip Hop totalmente gratuito da América Latina.

4.2 Levantamento de informações sobre o Setor da Música nas cidades de Bauru-SP e Piracicaba-SP

Para a elaboração deste levantamento foram realizadas etapas como: 1) pesquisa em trabalhos científicos como teses, dissertações e trabalhos de conclusão de curso relacionados ao setor cultural; 2) pesquisa em sites como IBGE, Prefeitura Municipal de Bauru e Prefeitura Municipal de Piracicaba, 3) reunião com um agente cultural da Secretaria Municipal de Cultura de Bauru e 4) participação no Conselho Municipal de Política Cultural de Bauru.

A etapa 1, pesquisa em trabalhos científicos como teses, dissertações e trabalhos de conclusão de curso relacionados ao setor cultural, foi realizada entre os meses de janeiro e maio de 2023 nas seguintes bases de dados científicos: Biblioteca Digital de Teses e Dissertações, Scientific Electronic Library Online (SciELO), Periódicos Capes e Google Acadêmico. As buscas foram focadas nos seguintes macro descritores: economia criativa, arranjo produtivo local e arte musical. A busca nas bases de dados respeitou os seguintes critérios: análise de dados qualitativos; artigos científicos, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses publicados a partir de 1976 no levantamento da história da música na cidade de Bauru.

Na etapa 2, o site do IBGE foi escolhido para a pesquisa pois contém informações sobre população, área territorial, densidade demográfica e índice de desenvolvimento humano - IDH das duas cidades em que o levantamento foi realizado. A pesquisa foi realizada entre os meses de fevereiro e maio de 2023. Neste mesmo período, os sites da Prefeitura Municipal de Bauru e de Piracicaba também foram consultados, especialmente como fonte de informação sobre cultura nas duas cidades.

Para Camboim, Bezerra e Guimarães (2015, p. 124), a “Internet vem abrindo novas oportunidades aos cientistas sociais, exigindo a reinvenção dos atuais processos e técnicas de pesquisa sem abandonar, no entanto, as perspectivas já consolidadas.” Por este motivo, a pesquisa pode continuar a ser realizada de forma quantitativa ou qualitativa e também pode ser feita através de instrumentos como entrevistas, grupos focais, análise de documentos. Para este levantamento foi utilizada a análise de documentos referentes à cultura nas duas cidades.

A etapa 3 contou com a realização de uma reunião de aproximadamente duas horas com um agente cultural da Secretaria Municipal de Cultura de Bauru com o objetivo de conhecer as práticas do setor público que envolvem a música na cidade, bem como aproximar a pesquisadora à realidade da música no contexto da cidade de Bauru. O nome do agente será preservado neste momento. A reunião foi realizada como método de pesquisa com abordagem qualitativa com finalidade exploratória, De acordo com Filippo, Pimentel e Wainer (2011), em uma entrevista, a coleta de dados é realizada por meio de uma conversa entre o pesquisador e o entrevistado durante encontros presenciais em contextos informais, como é o caso da reunião realizada com o agente cultural. A entrevista em questão foi pautada em questões não estruturadas, já que de acordo com com Filipp, Pimentel e Wainer (2011) não há necessidade de ordenar as questões e nem de enunciá-las, oferecendo-se flexibilidade para conduzir a entrevista na direção mais adequada para seus objetivos utilizando um roteiro de tópicos.

A partir desta mesma metodologia, a etapa 4 foi realizada. A pesquisadora teve a oportunidade de participar de uma reunião do Conselho Municipal de Política Cultural de Bauru no dia 28 de fevereiro de 2023, que teve duração de aproximadamente duas horas com o objetivo de conhecer os membros representantes da cultura na cidade, bem como suas dificuldades e oportunidades no contexto de Bauru.

Após o levantamento das informações nas fontes citadas sobre a cidade de Bauru, realizou-se o levantamento de informações semelhantes na cidade de Piracicaba-SP, com a finalidade de realizar uma análise das possibilidades do arranjo produtivo local da música na cidade de Bauru com suporte de informações e sobre a cidade de Piracicaba ilustrando o perfil musical destes municípios. A escolha não foi realizada de forma aleatória, mas a partir das informações obtidas em Bauru (População, Área Territorial, Densidade Demográfica e Índice de Desenvolvimento Humano - IDH) pode-se escolher Piracicaba, que mais se aproximou das informações da primeira. Assim, a cidade de Piracicaba foi escolhida para a análise principalmente por ter um número de habitantes equivalente ao da cidade de Bauru e por estar localizada também no interior do Estado de São Paulo.

Para compor este estudo, o levantamento de informações sobre o setor da música na cidade de Piracicaba-SP foi realizado entre os meses de janeiro e fevereiro de 2023, utilizando-se de pesquisas da Secretaria Municipal da Ação Cultural e Turismo da cidade. As informações estão inseridas no site próprio da Secretaria (<http://semac.piracicaba.sp.gov.br/>). O site foi escolhido para obter parte dos dados para este levantamento por conter assuntos diretamente relacionados com o tema deste estudo. O site possui informações sobre os seguintes itens: Cidade; A Secretaria; Conselhos; Plano Municipal de Cultura; Espaços de Eventos; Leis, Editais e Decretos; Lei Aldir Blanc; Publicações e Pesquisas; Engenho Central; e Contato. Destes itens, foram selecionados os itens Conselhos; Plano Municipal de Cultura; Leis, Editais e Decretos; e Lei Aldir Blanc por serem específicos na abordagem do setor da música na cidade, conforme apresenta o Quadro 6. Após esta delimitação, foram coletados dados quanti qualitativos relacionados ao setor da música, conforme explicação a seguir.

No site da Secretaria Municipal da Ação Cultural e Turismo, foram pesquisados documentos e leis relacionados ao setor da música. São eles: Plano Municipal de Cultura, que apresenta o planejamento e execução de políticas públicas na área cultural no prazo de dez anos; a Lei Estadual de Incentivo à Cultura nº 12.268 de 20/02/06 institui, por meio do Programa de Ação Cultural – PAC, dois mecanismos: Recursos Orçamentários e Incentivo

Fiscal; a Resolução 01/2020, que dispõe sobre a criação do Cadastro Municipal de Cultura da Secretaria Municipal da Ação Cultural e Turismo e do Conselho Municipal de Política Cultural, e dá providências correlatas; e a Lei Federal nº 14.017/2020 ou Lei Aldir Blanc (LAB), que estabelece medidas emergenciais para o setor cultural, fortemente impactado pela pandemia do novo coronavírus (COVID-19).

Quadro 6 - Áreas específicas da cultura na cidade de Piracicaba

| Áreas específicas da música na Secretaria Municipal da Ação Cultural e Turismo | Definição e características |
|---|---|
| Conselhos | Nesta área estão listados os conselhos relacionados à cultura na cidade: Conselho de Defesa do Patrimônio Cultural - CODEPAC; Conselho Municipal de Política Cultural - COMCULT; Conselho Municipal de Turismo - COMTURPI |
| Plano Municipal de Cultura | Elaborado por meio de uma Assessoria Técnica para a Secretaria Municipal de Ação Cultural e Turismo (Semactur) com apoio e validação do Conselho Municipal de Política Cultural (ComCult), registra o processo de participação social e esforços da gestão municipal no processo de elaboração do Plano Municipal de Cultura de Piracicaba e está dividido em dois volumes. |
| Leis, Editais e Decretos | Nesta área estão documentos como o Edital Exposições 2020, a Resolução 01 / 2020 – SEMACTUR E COMCULT e o Regulamento 15º Fentepira – Festival Nacional de Teatro. |
| Lei Aldir Blanc | Este item do site apresenta informações sobre a Lei Federal nº 14.017/2020, conhecida como Lei Aldir Blanc (LAB), estabelece medidas emergenciais para o setor cultural, fortemente impactado pela pandemia do novo coronavírus (COVID-19). |

Fonte: elaborado pela autora (2023)

O site do IBGE foi utilizado no levantamento de dados como população, área territorial, densidade demográfica e índice de desenvolvimento humano - IDH.

As informações pesquisadas foram baseadas nas categorias e itens que compõem o Arranjo Produtivo Local da Música, elaborado pelo Plano de Economia Criativa (2011), representando a dinâmica de funcionamento dos elos da economia criativa, como criação, produção, difusão/distribuição e consumo/fruição, apresentado na Figura 1.

A Figura 1 apresenta as categorias abrangidas pelo APL da música, tais como Indústria Fonográfica, Gestão de Direitos, Núcleo Criativo, Produção de Espetáculos, Mídias, Fornecedores, Instituições Culturais, Centros Educacionais e Associações Profissionais. Dentro de cada categoria existem itens que as compõem.

A primeira categoria citada, indústria fonográfica, "é o conjunto de empresas especializadas na produção e distribuição de fonogramas" (Nogueira, 2020, p.2). Nesta categoria estão contidos os selos, distribuidoras, fábricas de CDs, lojas de música, vendas online e novos negócios digitais.

A Gestão de Direitos é a categoria composta pelos editoriais e pelas sociedades de gestão, capazes de trabalhar com assuntos relacionados a atribuições, acessos e revisões normativas. O núcleo criativo é composto por compositores, arranjadores, músicos e intérpretes, incluindo empresários e produtores, categoria que se caracteriza como o eixo central do APL da música, concentrando sua expertise.

A categoria Produção de Espetáculos é composta pelas produtoras, consideradas neste estudo em sua maioria como estúdios de gravação e promoção da música ao vivo. As mídias incluem TV, rádio, jornais, blogs e sites relacionados. A categoria "fornecedores" inclui instrumentos e equipes, serviços de som e iluminação, salas de ensaio, estúdios de gravação, sonoplastas, iluminadores, serviços de audiovisual, casas de show, agências de publicidade e assessoria de imprensa. Percebe-se que muitos destes itens pertencem a outras categorias e por isso, neste estudo, muitas vezes não aparecem como fornecedores.

As Instituições Culturais compõem-se de institutos, fundações, centros culturais e agências de fomento, com números relevantes apresentados neste estudo a seguir. Neste sentido, cabe uma reflexão a partir da sociedade com a cultura, na qual a consideramos como

processo de criação, de acordo com Chauí (2008). A autora relaciona a cultura com o trabalho e em seguida, com uma instituição social, pautada nas condições materiais e históricas. Neste sentido, é possível considerar que, conceitualmente, as instituições culturais são espaços para o trabalho com a inteligência, com a sensibilidade, imaginação, experiência e debate, como afirma Chauí (2008).

Os Centros Educacionais são compostos neste APL por escolas regulares, universidades, escolas de música, institutos e fundações. A categoria de associações profissionais é composta pela Associação Brasileira de Música Independente (ABMI), que visa articular agentes do setor fonográfico a fim de promover melhores resultados financeiros e gerar oportunidades, pela Academia Brasileira de Música (ABM), que tem como propósito primeiro reunir as principais personalidades da música do país. bem como trabalhar em prol da música brasileira. A ABRAFIN - Associação Brasileira de Festivais Independentes também compõe esta categoria e tem o papel de desenvolver políticas públicas e ações de fortalecimento dos festivais junto ao Ministério da Cultura. Incluem-se ainda a ABEARTE - Associação Brasileira dos Empresários Artísticos e a FCMB - Federação das Cooperativas de Música do Brasil.

4.2.1 Informações sobre o setor da música na cidade de Bauru

O levantamento de informações sobre o setor da música na cidade de Bauru-SP foi realizado entre os meses de janeiro e fevereiro de 2023, utilizando-se de pesquisas no site da Secretaria Municipal de Cultura da cidade de Bauru, fonte escolhida por apresentar dados formais sobre o setor cultural da cidade. As informações sobre a Secretaria Municipal de Cultura estão inseridas no site da Prefeitura Municipal de Bauru (<https://www2.bauru.sp.gov.br/>). O site da Secretaria Municipal de Cultura foi escolhido para obter parte dos dados para este levantamento por conter assuntos diretamente relacionados com o tema deste estudo.

Através do site citado, a Secretaria Municipal de Cultura oferece informações sobre os seguintes itens: Assembleia Cultural; Banda Sinfônica Municipal; Bibliotecas; Cadastramento de Artistas e Espaços Culturais; Chamamento Público; Codepac; Conselhos - Cultura; Culturas Remotas; Editais da Cultura; Ensino às Artes; Mostra LA(B)auru; Museu Ferroviário; Museu Histórico; Orquestra Sinfônica Municipal; Patrimônio Histórico; Pinacoteca; Programa Estímulo à Cultura; e Viva a Cultura. Destes, foram selecionados os itens Assembleia Cultural;

Banda Sinfônica Municipal; Cadastramento de Artistas e Espaços Culturais; Chamamento Público; Conselhos - Cultura; Culturas Remotas; Editais da Cultura; Ensino às Artes; Orquestra Sinfônica Municipal; e Programa Estímulo à Cultura por serem específicos na abordagem do setor da música na cidade, conforme apresenta o Quadro 7. Após esta delimitação, foram coletados dados quanti qualitativos relacionados ao setor da música, conforme explicação a seguir.

Quadro 7 - Áreas específicas da cultura na cidade de Bauru

| Áreas específicas da música na Secretaria da Cultura da cidade de Bauru | Definição e características |
|--|---|
| Assembleia Cultural | Regulamentada pela Portaria 09/2021 responsável pela escolha dos representantes dos conselhos artísticos do Conselho Municipal de Política Cultural de Bauru. |
| Banda Sinfônica Municipal | Fundada pela Lei nº 4.861, em 2 de julho de 2002. É gerenciada e coordenada pela Secretaria Municipal de Cultura e mantida pela Prefeitura Municipal de Bauru. Formada por jovens estudantes entre 11 e 25 anos, sob a regência de Devanildo Balmant. |
| Cadastramento de Artistas e Espaços Culturais | Este cadastramento visa um mapeamento da cadeia produtiva cultural para orientar o desenvolvimento de novas políticas públicas para o setor e aprimorar as já existentes no município. |
| Chamamento Público | Área destinada à publicação de editais para prestação de serviços em diversos setores, incluindo a cultura. |
| Conselhos - Cultura | O Conselho Municipal de Política Cultural de Bauru se reúne mensalmente na Avenida Nações Unidas 8-9 e tem como presidente, Paulo Roberto Alves Maia. |

| | |
|-------------------------------|---|
| Culturas Remotas | O Projeto “Culturas Remotas” surgiu no período da pandemia de Covid-19 diante de uma demanda identificada pela Secretaria de Cultura por proporcionar à população bauruense o acesso às mais diversas manifestações artísticas/culturais, incentivando e possibilitando a produção, difusão e formação cultural da cidade, de forma on-line. |
| Editais da Cultura | Área destinada à publicação de editais para prestação de serviços exclusivos à cultura. |
| Ensino às Artes | Oferece cursos de música, teatro, dança, circo e artes visuais com o objetivo de formar apreciadores com capacidade crítica das artes em suas diversas manifestações, além de valorizar, difundir, democratizar e facilitar o acesso do ensino às artes para a população da cidade de Bauru. |
| Orquestra Sinfônica Municipal | A Orquestra Sinfônica Municipal de Bauru foi instituída pela Lei 5.140, de 18 de maio de 2004 e atende aproximadamente 70 jovens com idade entre 11 e 15 anos. É regida pelo maestro Paulo Marcos Gomes Pereira. |
| Programa Estímulo à Cultura | A Lei nº 5.575 de 28 de abril de 2008 instituiu o “Programa Municipal de Estímulo à Cultura de Bauru” com os objetivos de incentivar a produção cultural e artística; incentivar a formação artística e cultural; preservar e divulgar o patrimônio cultural da cidade; e dar apoio a outras atividades culturais consideradas relevantes pela Secretaria Municipal de Cultura. |

Fonte: elaborado pela autora (2023)

No mesmo site foram pesquisados documentos e leis relacionados ao setor da música. São eles: a Portaria SMC N.º 09/2021, que regulamenta a assembleia para escolha dos representantes dos segmentos artísticos do Conselho Municipal de Política Cultural de Bauru

Gestão 2021/2023, a definição das competências dos Conselhos, bem como informações sobre os Conselhos existentes na cidade, os objetivos e informações necessárias para inscrição nos cursos oferecidos na divisão de ensino às artes, a Lei nº 4.861, de 2 de julho de 2002, que institui a Banda Sinfônica Municipal de Bauru, a Lei nº 5.140, de 18 de maio de 2004, que institui a Orquestra Sinfônica Municipal de Bauru, Lei Municipal nº 5.575-2008 – Programa de Estímulo à Cultura de Bauru, bem como editais da cultura abertos no ano de 2023.

De acordo com o IBGE (2023), o número de habitantes do município no último censo (2010) é de 343.937 pessoas, entretanto, a população estimada em 2021 é de 381.706 pessoas. A cidade de Bauru está localizada no interior do Estado de São Paulo. A sua fundação ocorreu em 1896 e sua área da unidade territorial, hoje, é de 667,684 quilômetros quadrados. O índice de desenvolvimento humano municipal (IDHM) é de 0,801.

Em relação à cultura, o município não possui um Plano Municipal. O que formaliza todas as ações e atividades é a Lei nº 6.415, de 23 de setembro de 2013. De acordo com o Cria SP - Centro de Referência em Inovação e Arte de São Paulo (2022), Bauru integra o grupo “Região Turística Coração Paulista” com mais quatro cidades da região: Agudos, Lençóis Paulista, Pederneiras e Piratininga.

O projeto Cria SP foi criado em 2022 pelo Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, e com gestão da Amigos da Arte. Trata-se de uma iniciativa de estímulo aos municípios do Estado de São Paulo para adoção de políticas públicas locais que posicionem a cultura e a criatividade no centro das estratégias de desenvolvimento urbano e sustentável. Nesta primeira edição foram selecionados os municípios de Bauru, Cubatão, Itanhaém, Presidente Prudente, Ribeirão Preto, Santa Bárbara d’Oeste, Santa Fé do Sul, São Caetano do Sul, São Luís do Paraitinga e Sertãozinho, que desenvolveram durante o segundo semestre de 2022 uma agenda de atividades culturais diversificada.

Em Bauru, os objetivos estratégicos contemplam como valores transversais a diversidade e a sustentabilidade através da educação, espaços e setores criativos. As ações planejadas para a cidade têm como público-alvo as crianças do ensino fundamental I ao nível médio, jovens e adultos de diversos territórios e moradores do centro e bairros da cidade.

Diante disto, os benefícios são amplos, sendo que os municípios recebem apoio para elaboração de planos participativos para a economia criativa. Também há suporte para a

estruturação de potenciais candidaturas à Rede de Cidades Criativas da UNESCO (UCCN), criada em 2004, que consiste em promover a cooperação com e entre cidades que identificaram a criatividade como um fator estratégico para o desenvolvimento urbano sustentável. Atualmente, trezentas cidades do mundo, aproximadamente, compõem esta rede que agrega a criatividade e as indústrias culturais no centro de seus planos de desenvolvimento em nível local e coopera ativamente em nível internacional.

Neste contexto, durante a pesquisa foi possível identificar as características que compõem o setor da música na cidade, a partir das categorias como Indústria Fonográfica, Gestão de Direitos, Núcleo Criativo, Produção de Espetáculos, Mídias, Fornecedores, Instituições Culturais, Centros Educacionais e Associações Profissionais, descritas anteriormente presentes no arranjo produtivo local da música apresentado pelo Plano de Economia Criativa (2011) ilustrado na Figura 1.

Para este levantamento e análise das características que compõem o setor da música na cidade foi realizada uma pesquisa de abordagem quantitativa na qual, de acordo com Filippo, Pimentel e Wainer (2011), as variáveis têm geralmente valores numéricos, são obtidas de medidas objetivas e não precisam ser necessariamente numéricas. Entretanto o resultado é avaliado estatisticamente e apresentado em forma de porcentagem.

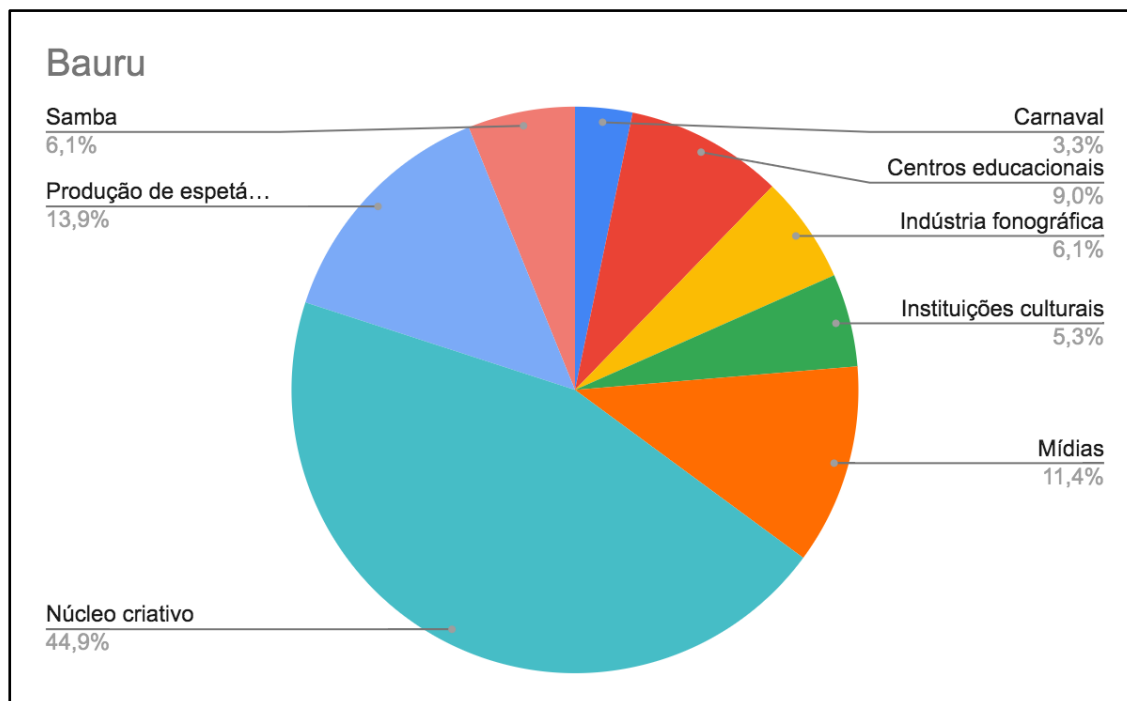
Assim, o levantamento e análise realizados entre as características que compõem o setor da música na cidade e as categorias presentes no arranjo produtivo local da música apresentado pelo Plano de Economia Criativa (2011) ilustrado na Figura 1, utilizaram-se do método de pesquisa denominado *survey* (levantamento).

De acordo com Filippo, Pimentel e Wainer (2011) o pesquisador elabora um questionário para obter respostas de uma quantidade significativa de pessoas ou de toda a população (censo). As perguntas de um *survey* estão relacionadas a ações, experiências, comportamentos, opiniões e perfis relacionados ao objeto de estudo da pesquisa. No caso deste estudo, o levantamento utilizou-se das categorias presentes no arranjo produtivo local da música apresentado pelo Plano de Economia Criativa (2011), ilustrado na Figura 1.

Em relação à amostra, este levantamento não relata todas as categorias e todos os itens que representam o setor da música em Bauru. Foram selecionados para compor este levantamento somente as categorias e itens que abordam especificamente o setor da música na cidade.

É importante esclarecer que itens que se repetem entre as categorias foram apresentados uma única vez, através da categoria que mais representa a realidade da música na cidade. A Figura 3 apresenta a representatividade das categorias de um possível APL da música na cidade de Bauru, incluindo duas atividades, como o Carnaval e o Samba.

Figura 3 - Representatividade das categorias do Arranjo Produtivo Local da música na cidade de Bauru



Fonte: elaborado pela autora (2023)

A partir da Figura 3 é possível perceber que a categoria de maior representatividade é o núcleo criativo, composto por compositores, arranjadores, músicos e intérpretes, incluindo empresários e produtores, categoria que se caracteriza como o eixo central do APL da música, o que justifica sua alta representatividade. A segunda categoria em representatividade é a produção de espetáculos, já que Bauru possui 14 estúdios de gravação e 20 bares que promovem a música ao vivo. A categoria mídias é a terceira com maior representatividade, devido à cidade de Bauru possuir um número significativo de rádios (20 emissoras) e TVs (8 emissoras).

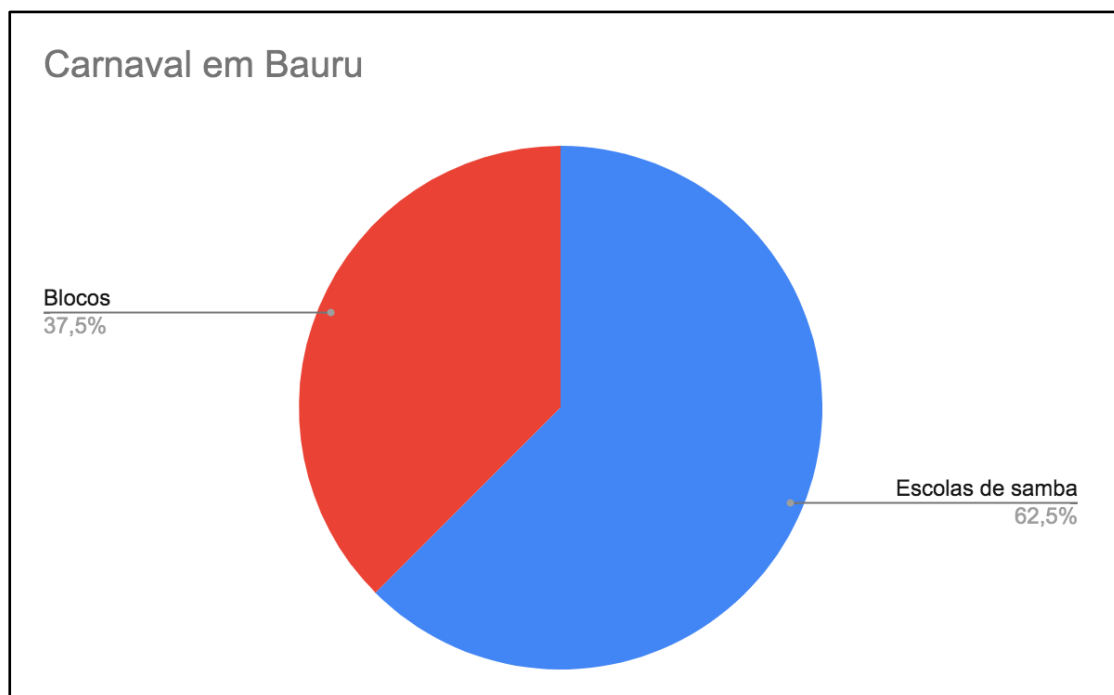
Ainda sobre a Figura 3, a categoria Centros Educacionais foi identificada em Bauru através das escolas de música e universidades, presenciais e online. A categoria é relevante e representa 9% do possível APL da música na cidade, conforme apresentado na Figura 3.

A Indústria fonográfica, que também aparece no Gráfico 1, representa 6% do possível APL da música na cidade e é composta das lojas de música, que estão concentradas na região central da cidade de Bauru, com horário comercial de funcionamento. No mesmo gráfico, na categoria Produção de Espetáculos, verificou-se que as produtoras não possuem área de concentração específica, a maior parte está aberta 24h.

Ainda na Figura 3, em relação às Instituições Culturais, que representam 5,3% do possível APL da música em Bauru, os centros culturais estão espalhados pela cidade, a maior parte funciona em horário comercial e um deles está temporariamente desativado. No que se trata dos Centros Educacionais, uma das universidades não possui especificamente o curso de música e é presencial. As outras universidades oferecem especificamente o curso de música e são EAD, com pólos na cidade.

O carnaval e o samba na cidade de Bauru são relevantes no setor da música, embora não apareçam explicitamente nas categorias que compõem o APL da música, de acordo com o Plano da Economia Criativa (2011). Com 3,3% de representatividade conforme apresentado na Figura 3, o carnaval na cidade de Bauru é constituído por cinco escolas de samba e três blocos, oficialmente, de acordo com informações da Secretaria de Cultura da cidade. A Figura 4 ilustra esta informação. O samba tem maior representatividade (6%) e está presente em bares com rodas de samba, bem como em movimentos específicos da cidade. As Figuras 5 e 6 ilustram especificamente as informações citadas.

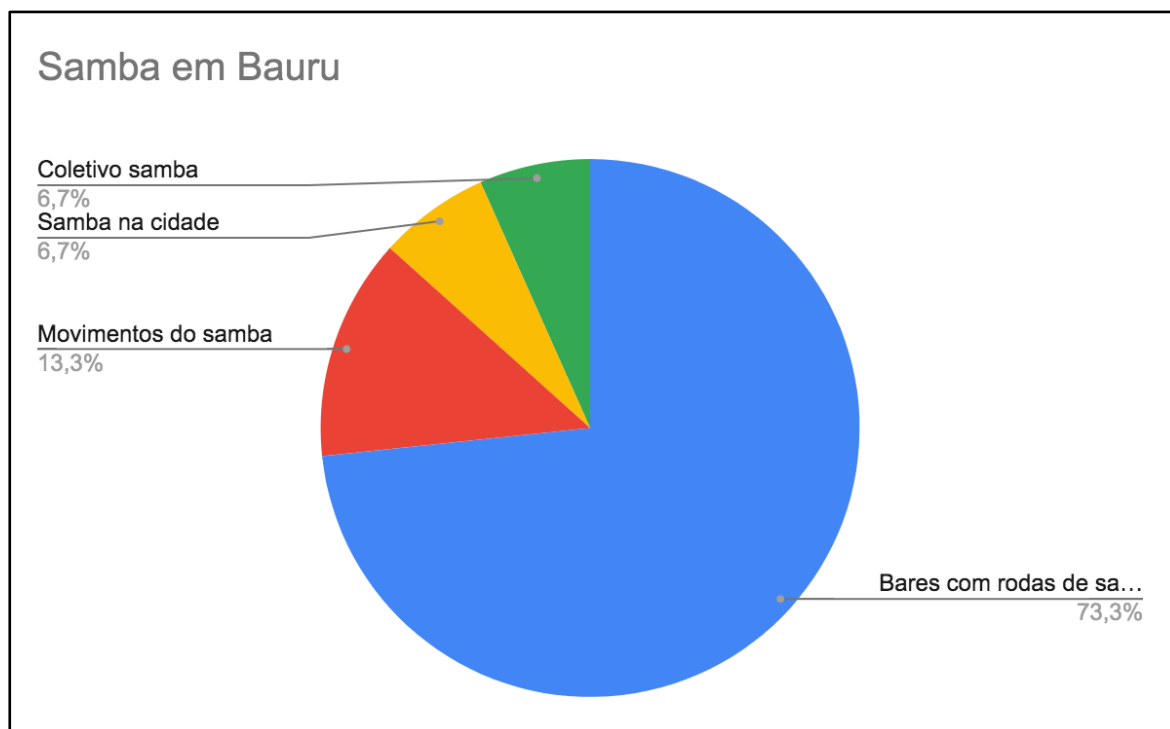
Figura 4 - Carnaval em Bauru



Fonte: elaborado pela autora (2023)

A Figura 4 apresenta a representatividade de 62,5% das escolas de samba como integrantes do carnaval na cidade de Bauru. Esta informação justifica a construção do Sambódromo de Bauru como o segundo a ser construído no Brasil. Fundado em 1990, o sambódromo "Guilberto Carrijo" possui uma pista de aproximadamente 700 metros de extensão, com 450 deles destinados à área de desfile, e capacidade para 20 mil pessoas nas arquibancadas e no camarote.

Figura 5 - Samba em Bauru



Fonte: elaborado pela autora (2023)

A Figura 5 realiza um recorte da representatividade do samba na cidade de Bauru. O Festival Coletivo Samba ilustra o destaque que o samba tem no município. O festival oferece atividades gratuitas, sendo que entre elas estão o “Projeto Nosso Samba” e o tradicional “Encontro dos Sambistas”, além de convidados que defendem a bandeira do samba como um patrimônio cultural imaterial do Estado de São Paulo.

4.2.2 Informações sobre o setor da música na cidade de Piracicaba

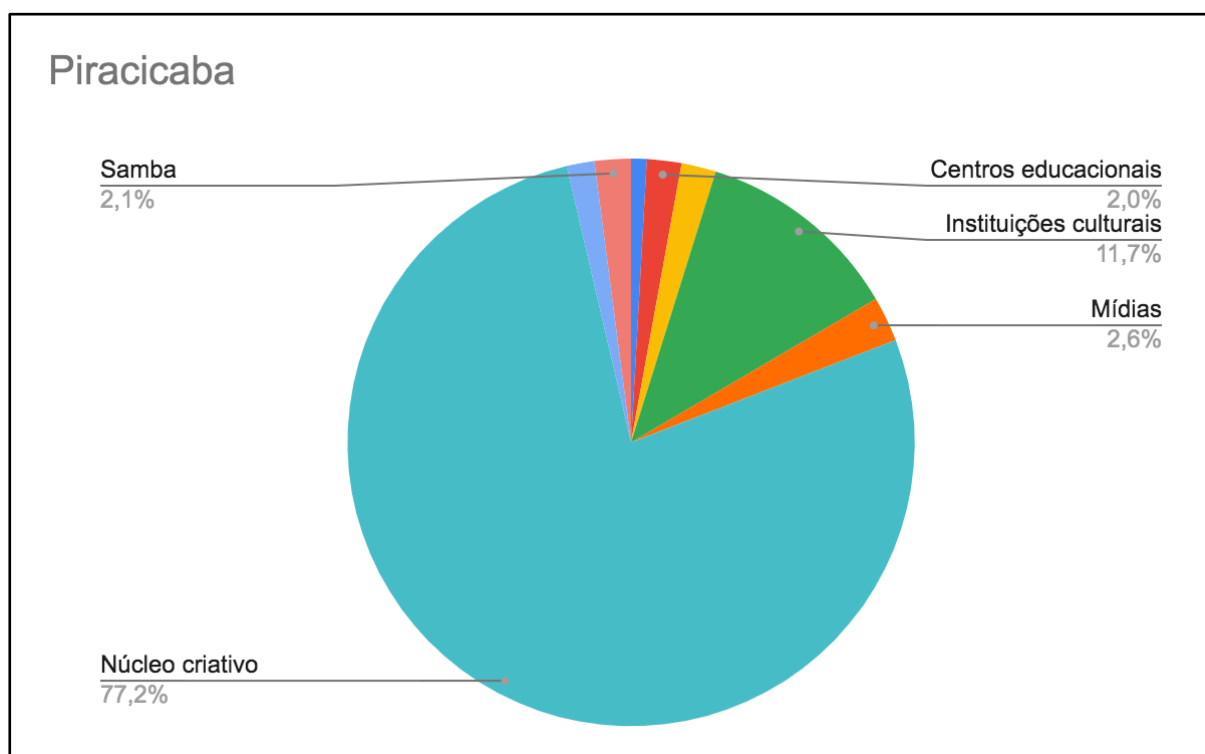
O município de Piracicaba-SP está localizado no interior do Estado de São Paulo e, segundo o IBGE (2023), a população do último censo (2010) é de 364.571 habitantes, porém a população estimada em 2021 chega a 410.275 pessoas. O município possui um Plano Municipal de Cultura e a Lei Ordinária nº 9355, que regulamentam a cultura.

A cidade foi fundada em 1767, às margens do Rio Piracicaba, o que favoreceu o desenvolvimento da cidade e também de sua região. O território de Piracicaba em km² é de 1.378.571, sendo 31.573 km² em perímetro urbano, e os 1.345.339 km² restantes constituem a zona rural. Já o índice de desenvolvimento humano municipal (IDHM) é de 0,785, de acordo com EMBRAPA (2013).

Para compor este estudo, a pesquisa possibilitou revelar características que compõem o setor da música na cidade, a partir das categorias como Indústria Fonográfica, Gestão de Direitos, Núcleo Criativo, Produção de Espetáculos, Mídias, Fornecedores, Instituições Culturais, Centros Educacionais e Associações Profissionais, descritas anteriormente, presentes no arranjo produtivo local da música apresentado pelo Plano de Economia Criativa (2011) ilustrado na Figura 1.

Porém, este levantamento não relata todas as categorias e todos os itens que representam o setor da música em Piracicaba. Foram selecionados para compor este levantamento somente as categorias e itens que abordam especificamente o setor da música na cidade. É importante esclarecer que itens que se repetem entre as categorias foram apresentados uma única vez, através da categoria que mais representa a realidade da música na cidade. A Figura 6 mostra a representatividade da música na cidade de Piracicaba, incluindo duas atividades, como o Carnaval e o Samba.

Figura 6 - Representatividade das categorias do Arranjo Produtivo Local da música na cidade de Piracicaba



Fonte: elaborado pela autora (2023)

É possível perceber que a categoria de maior representatividade em Piracicaba é o núcleo criativo (77%), composto por compositores, arranjadores, músicos e intérpretes, incluindo empresários e produtores, categoria que se caracteriza como o eixo central do APL da música presente no Plano de Economia Criativa (2011), o que justifica sua alta representatividade. A segunda categoria em representatividade é composta das instituições culturais, a cidade possui vinte centros culturais. A categoria mídias é a terceira com maior representatividade, devido a Piracicaba possuir um número significativo de rádios (20 emissoras) e TVs (6 emissoras).

Seguindo as categorias presentes no APL da música proposto pelo Plano de Economia Criativa (2011), os centros educacionais em Piracicaba representam 2% e são compostos somente de escolas de música e conservatórios musicais, não havendo graduação na área oferecida na cidade. Com a mesma representatividade (2%), a indústria fonográfica é composta em sua maioria por lojas de música (20). Neste sentido é coerente relacionar este “empate” de representatividade, pois uma categoria é vinculada à outra: para haver ensino da música é necessário adquirir instrumentos musicais e equipamentos.

A produção de espetáculos representa 1,6% e a categoria é composta de produtoras de música e estúdios. Não foi possível identificar, neste momento, outros itens que compõem a categoria.

O carnaval e o samba na cidade de Piracicaba merecem menção neste levantamento, embora não expressem de forma significativa o setor da música na cidade. É importante ressaltar que estes itens não aparecem explicitamente nas categorias que compõem o APL da música de acordo com o Plano da Economia Criativa (2011). Com 0,9% de representatividade conforme apresentado na Figura 6, o carnaval na cidade de Piracicaba, é constituído por nove blocos, oficialmente, de acordo com informações da Secretaria Municipal da Ação Cultural e Turismo da cidade, mas esta não cita nenhuma escola de samba. O samba tem maior representatividade (2,1%) e está presente em bares com rodas de samba, bem como em movimentos específicos da cidade.

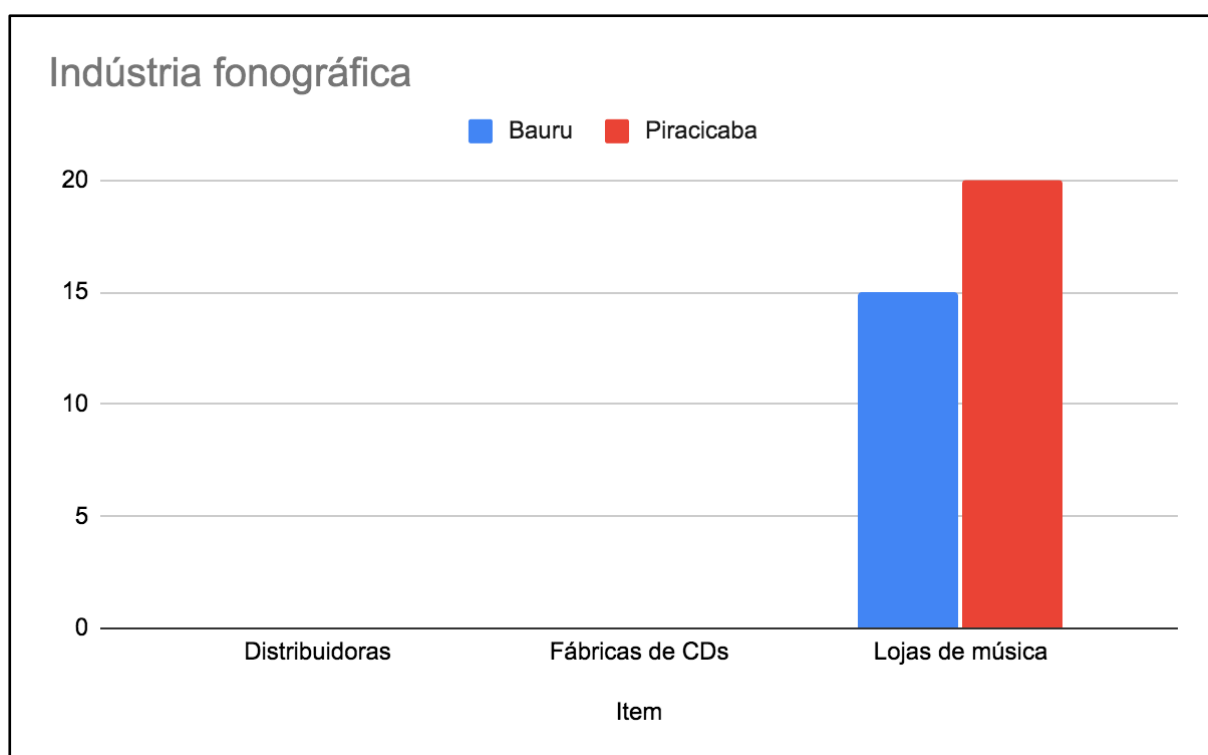
4.3 Diferenças e semelhanças no setor da música nas cidades pesquisadas

O levantamento das informações relacionadas ao setor da música na cidade de Bauru foi realizado de forma semelhante na cidade de Piracicaba-SP, com a finalidade de compor o estudo do perfil musical destes municípios. Sendo assim, foi possível identificar semelhanças

e diferenças entre as cidades considerando as categorias presentes no APL da música proposto pelo Plano de Economia Criativa (2011), representando a dinâmica de funcionamento dos elos da economia criativa, como criação, produção, difusão/distribuição e consumo/fruição, apresentado na Figura 1.

Considerando a categoria indústria fonográfica, Piracicaba possui 33,33% a mais de representatividade em relação a Bauru, categoria composta por lojas de música nas cidades. A Figura 7 apresenta esta comparação.

Figura 7 - Representatividade da indústria fonográfica em Bauru e Piracicaba



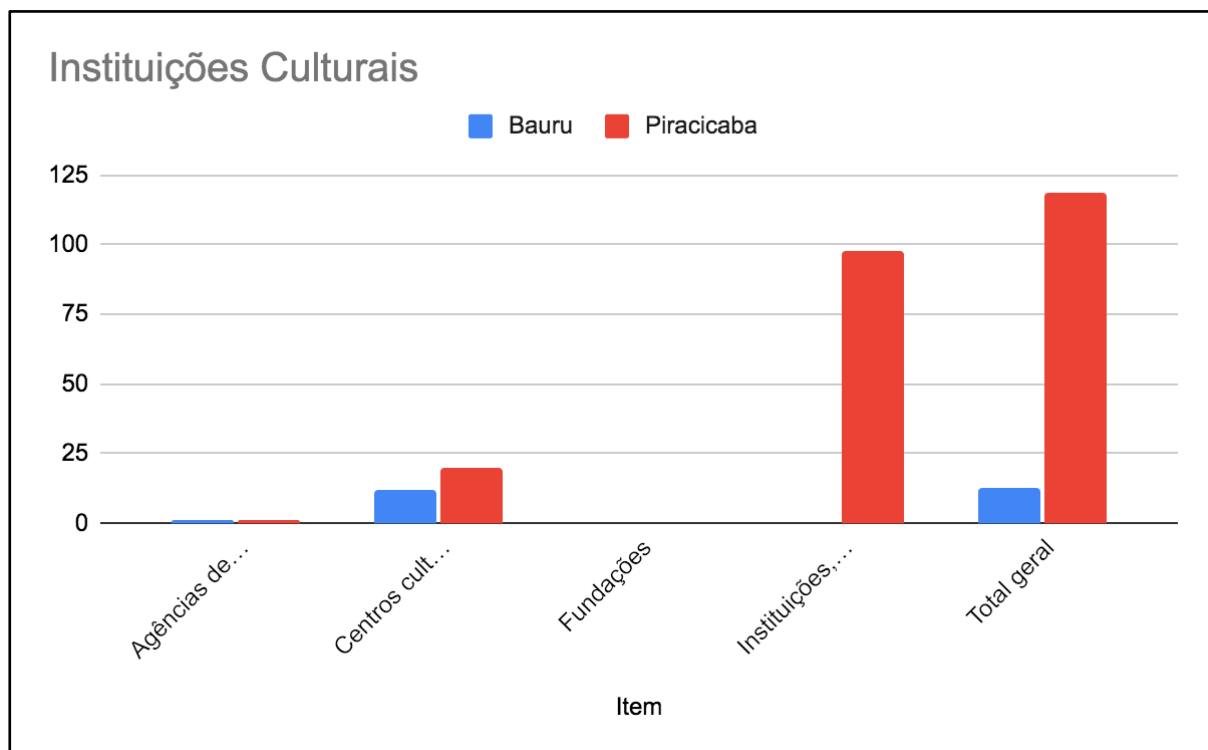
Fonte: elaborado pela autora (2023)

O núcleo criativo, composto por compositores, arranjadores, músicos e intérpretes, incluindo empresários e produtores, é a categoria que mostra mais diferenças de representatividade.

Na categoria Produção de espetáculos não existe diferença relevante em relação ao número de produtoras e estúdios de gravação, entretanto, não foram encontrados registros em relação à promoção da música ao vivo na cidade de Piracicaba. As mídias, TVs e rádios em ambas as cidades também não apresentam diferenças relevantes, inclusive as duas cidades possuem o mesmo número de emissoras de rádio.

Em relação às instituições culturais, Piracicaba possui noventa e oito itens caracterizados como instituições, Entidades, Coletivos, Cooperativas Culturais, Núcleos, enquanto Bauru não possui nenhum item caracterizado desta forma. A Figura 8 apresenta a análise realizada entre os itens presentes na categoria Instituições Culturais.

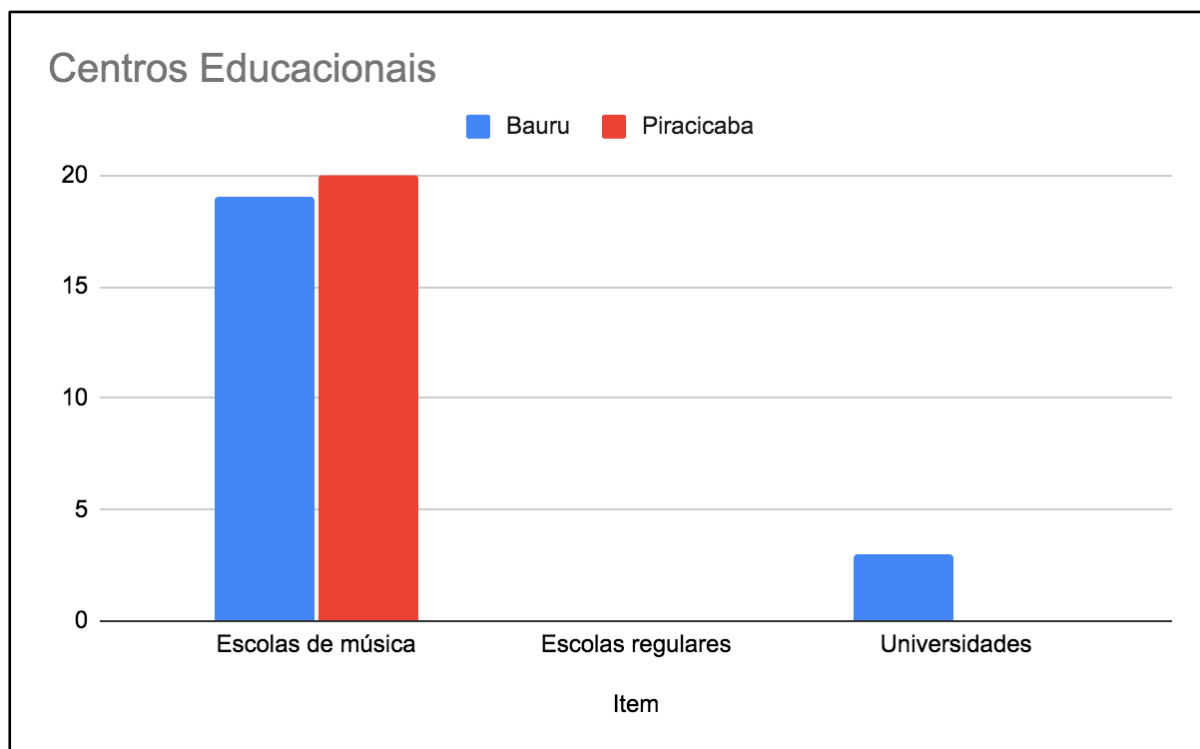
Figura 8 - Instituições culturais nas cidades de Bauru e Piracicaba



Fonte: elaborado pela autora (2023)

Em contrapartida, Bauru possui três universidades (dois pólos EAD e uma presencial) com graduação em música, compondo os centros educacionais da cidade, enquanto Piracicaba possui somente escolas de música. A Figura 9 apresenta as categorias Centros Educacionais, com destaque para as escolas de música presentes nos municípios.

Figura 9- Centros educacionais nas cidades de Bauru e Piracicaba



Fonte: elaborado pela autora (2023)

É interessante perceber, conforme a Figura 9 apresenta, que as escolas de música caracterizam o setor da educação relacionado a música, enfatizando a procura pelo ensino da música, porém não formal como uma graduação.

O Quadro 8 apresenta a quantidade de itens que representam cada uma das categorias do Arranjo Produtivo Local da música pesquisadas nos municípios de Bauru e Piracicaba.

Quadro 8 - Quantidade de itens das categorias do Arranjo Produtivo Local da Música nas cidades de Bauru e Piracicaba

| Categoria | Item | Bauru | Piracicaba |
|------------------------------|----------------------|--------------|-------------------|
| Indústria fonográfica | Lojas de música | 15 | 20 |
| | Produtoras de música | 14 | 16 |

| | | | |
|--------------------------------|---|-----|-----|
| Produção de espetáculos | Bares com música ao vivo | 20 | |
| Mídias | Rádios | 20 | 20 |
| | TV | 8 | 6 |
| Instituições culturais | Instituições, Entidades, Coletivos, Cooperativas Culturais, Núcleos | | 98 |
| | Centros culturais | 12 | 20 |
| | Agências de fomento | 1 | 1 |
| Centros educacionais | Universidades | 3 | |
| | Escolas de música | 19 | 20 |
| Núcleo criativo | Compositores, arranjadores, músicos e intérpretes | 110 | 758 |
| | Empresários, produtores | 0 | 25 |
| Carnaval | Escolas de samba | 5 | 0 |
| | Blocos | 3 | 9 |
| Samba | Bares com rodas de samba | 11 | 19 |
| | Movimentos do samba | 2 | 2 |
| | Samba na cidade | 1 | 0 |
| | Coletivo samba | 1 | 0 |

Fonte: elaborado pela autora (2023)

O Quadro 8 apresenta numericamente a quantidade de itens que representam cada uma das categorias do Arranjo Produtivo Local da música pesquisadas nos municípios de Bauru e Piracicaba, expondo claramente as diferenças e semelhanças do setor da música nas duas cidades.

O Quadro 9 apresenta os Conselhos relacionados à cultura, nas duas cidades. Apresenta também as ações referentes à música previstas em Lei. Estes Conselhos e ações previstas em lei encaixam-se na categoria Gestão de Direitos do Arranjo Produtivo Local da música.

Quadro 9 - Gestão de direitos nos municípios de Bauru e Piracicaba

| Gestão de direitos | |
|---|--|
| Conselhos | |
| Bauru | Piracicaba |
| Conselho Municipal da comunidade negra | Conselho de Defesa do Patrimônio Cultural - CODEPAC |
| Conselho de Defesa do Patrimônio Cultural de Bauru | Conselho Municipal de Política Cultural - COMCULT |
| Conselho Municipal de Política Cultural de Bauru | Conselho Municipal de Turismo - COMTURPI |
| Música prevista em Lei | |
| Bauru | Piracicaba |
| Programa Municipal de Estímulo à Cultura de Bauru (PEC) | Festival Internacional de Música Erudita de Piracicaba - Feimepi |
| Semana do Hip Hop | Prata da Casa - Projeto de valorização dos músicos locais |
| Carnaval | |
| Samba | |
| Festival de Inverno | |
| Banda e Orquestra | |
| Conselho Municipal da Cultura | |

Fonte: elaborado pela autora (2023)

O Quadro 9 apresenta como ocorre a gestão de direitos nas duas cidades, destacando novamente as diferentes formas de organizar o setor da música nas duas cidades. O Quadro 10 compila a legislação que regulamenta o setor da música nas duas cidades pesquisadas.

Quadro 10 - Portarias, resoluções e leis que regulamentam o setor da música

| Portarias e Resoluções | Leis |
|--|---|
| Portaria SMC N.º 09/2021, que regulamenta a assembleia para escolha dos representantes dos segmentos artísticos do Conselho Municipal de Política Cultural de Bauru Gestão 2021/2023 | Lei nº 4.861, de 2 de julho de 2002, que institui a Banda Sinfônica Municipal de Bauru |
| Resolução 01/2020, que dispõe sobre a criação do Cadastro Municipal de Cultura da Secretaria Municipal da Ação Cultural e Turismo e do Conselho Municipal de Política Cultural de Piracicaba | Lei nº 5.140, de 18 de maio de 2004, que institui a Orquestra Sinfônica Municipal de Bauru |
| Resolução 01 / 2020 – SEMACTUR E COMCULT de Piracicaba | Lei Municipal nº 5.575-2008 – Programa de Estímulo à Cultura de Bauru |
| | Lei Estadual de Incentivo a Cultura nº 12.268 de 20/02/06 institui, por meio do Programa de Ação Cultural – PAC |
| | Lei Federal nº 14.017/2020 ou Lei Aldir Blanc (LAB) |
| | Plano Municipal. O que formaliza todas as ações e atividades é a Lei nº 6.415, de 23 de setembro de 2013 |

Fonte: elaborado pela autora (2023)

Percebe-se que o setor está amparado legalmente diante das informações expostas no Quadro 10.

Ao longo deste levantamento de informações realizado nas cidades de Bauru e Piracicaba com a finalidade de realizar uma análise das possibilidades do arranjo produtivo local da música na cidade de Bauru, com suporte de informações, e sobre a cidade de Piracicaba ilustrando o perfil musical destes municípios, foi possível destacar semelhanças e diferenças, especialmente nos seguintes aspectos:

Aspectos qualitativos:

- 1) Os Quadros 6 e 7 apresentam informações das áreas específicas da cultura na cidade de Bauru e Piracicaba, respectivamente, sendo que a cidade de Bauru possui mais áreas que vão desde assembleia cultural regulamentada a orquestra sinfônica prevista em lei;
- 2) O Quadro 8 apresenta numericamente os itens das categorias do Arranjo Produtivo Local da Música nas cidades de Bauru e Piracicaba, expondo claramente a análise das possibilidades do arranjo produtivo local da música na cidade de Bauru com suporte de informações e sobre a cidade de Piracicaba, bem como ilustra o perfil musical destes municípios, conforme a proposta deste capítulo.

Aspectos quantitativos:

- 1) As Figuras 3 e 6 ilustram a representatividade das categorias do Arranjo Produtivo Local da música na cidade de Bauru e Piracicaba. Neste aspecto, a cidade de Bauru possui 8 itens que condizem com as categorias do APL, enquanto Piracicaba possui 5 itens que representam este APL;
- 2) A Figura 9 apresenta a informação de que as escolas de música caracterizam o setor da educação relacionado à música nas duas cidades, enfatizando a procura pelo ensino da música nos dois municípios, porém não formal como uma graduação.

Desta forma, estando o setor da música conectado com outras áreas, Camilo (2013) cita que a música deixou de ser um fim em si mesmo e que as mudanças no consumo da música estão presentes nas preferências dos consumidores, no alcance, no acesso e na interação promovida, conforme este levantamento ilustra.

Assim como o Plano de Economia Criativa apresenta suas categorias do Arranjo Produtivo Local, de forma coerente, Silva e Valiati (2019) explicam que o setor da música é

formado por artistas, agentes, empresários e produtores, editoras, gravadoras, sociedades coletoras de direitos, distribuição, reprodução em outras mídias e consumidores, corroborando a metodologia empregada neste levantamento de informações referentes ao setor da música nas cidades de Bauru-SP e Piracicaba-SP entre os meses de janeiro e fevereiro de 2023, base desta análise.

Capítulo 5 - Análise do potencial do setor da música na cidade de Bauru

No capítulo anterior foram apresentados conceitos relacionados a arte musical, música, indústria da música e setor da música. Em seguida, a história da música na cidade de Bauru foi pontuada, ressaltando suas origens. Na sequência, foram apresentados dados referentes ao levantamento de informações sobre o setor da música na cidade.

Assim, neste capítulo, temos a intenção de alcançar dois objetivos deste estudo. São eles: explicar como a cena da música pode vir a ser um arranjo produtivo local na cidade de Bauru; e demonstrar os possíveis originadores do arranjo produtivo local no contexto da arte musical que potencializariam o setor da música na cidade de Bauru.

Para este alcance, este capítulo apresenta a análise dos dados coletados através de entrevistas realizadas a partir de um questionário. A análise dos dados levantados envolveu primeiramente a definição da unidade de análise, que neste estudo foi composta por profissionais da música da cidade de Bauru-SP, pertencentes às categorias que compõem o Arranjo Produtivo Local da Música apresentado pelo Plano de Economia Criativa (2011).

5.1 Amostragem: perfil dos entrevistados

O grupo pesquisado foi composto de profissionais da música da cidade de Bauru-SP, presentes nas categorias do APL da música proposto no Plano de Economia Criativa (2011), e que se destacaram no mapeamento realizado entre os meses de janeiro e março de 2023 pela sua representatividade no setor da música na cidade. Outras categorias presentes no APL da música não apareceram no levantamento realizado, tais como as associações profissionais, fornecedores e gestão de direitos, o que inviabilizaria a coleta de informações. Por isso não foram consideradas na pesquisa de campo. A Figura 3, presente no Capítulo 4, ilustra este mapeamento que embasa a definição da amostra.

Nesta pesquisa, os participantes foram convidados a expressar suas avaliações em relação à sua atuação no setor da música na cidade de Bauru sem sua identificação pessoal, estando de acordo com a Resolução CNS n.º 510, de 2016, em seu artigo 2º, XIV, que a define como uma consulta verbal ou escrita de caráter pontual, em que o participante expressa suas percepções sem a sua identificação, pois este tipo de pesquisa possui a intenção exclusiva de descrever a valoração que o participante atribui ao objeto de consulta.

Entretanto, foi traçado um perfil dos participantes em relação à sua atuação no setor da música, como categoria a que pertence, tempo de atuação no setor da música, qualificação profissional e forma legal de prestação de serviço. Este perfil foi delineado no início da entrevista com os participantes e, a partir destes dados, foi possível calcular a média referente ao tempo de atuação dos participantes, bem como compilar dados sobre as suas qualificações profissionais e forma legal de atuação, mesmo que aparecessem de forma repetitiva. O Quadro 11 apresenta uma síntese do perfil dos entrevistados por categoria.

Quadro 11 - Perfil dos entrevistados

| | Núcleo Criativo | Produção de espetáculos | Mídias | Centros Educacionais | Carnaval e Samba |
|-------------------------------------|---|---|---------------------------------|---|--|
| Média do tempo de atuação | 13 anos | 32 anos | 26 anos | 20 anos | 26 anos |
| Qualificação profissional | Formação em outras áreas do conhecimento, em relação à música são autodidatas | Formação em música e artes, um dos entrevistados considerou-se autodidata | Formação em comunicação e artes | Formação em conservatório e graduação em música | Formação em produção cultural, artes e um dos entrevistados considerou-se autodidata |
| Forma legal de prestação de serviço | Contratação informal ou através de MEI | Contratação informal, MEI e microempresa | Pessoa Jurídica | Escola oficial CLT MEI | MEI |

Fonte: elaborado pela autora (2023)

O Quadro 11 apresenta o perfil dos entrevistados a partir da média do tempo de atuação profissional no setor da música, a qualificação profissional que envolve a formação dos integrantes da categoria, bem como a forma de aquisição de conhecimento relacionada à música e, também, a forma legal de prestação de serviço neste setor. No Quadro 11 os entrevistados foram organizados em categorias, das quais fazem parte, como núcleo criativo, produção de espetáculos, mídias, centros educacionais e carnaval/samba.

Em relação à média de tempo de atuação profissional no setor da música, percebe-se que a menor média é referente à participação no núcleo criativo, com treze anos de atuação, e a maior média refere-se ao envolvimento com a produção de espetáculos, enfatizando a solidez

da categoria na cidade de Bauru, pois é composta de estúdios de gravação, bares com música ao vivo e profissões de apoio. O núcleo criativo, composto por compositores, músicos e intérpretes, com a menor média de tempo de atuação, representa a instabilidade do setor diante das oportunidades oferecidas pelo mercado, mas, ao mesmo tempo, aponta que novos integrantes estão se inserindo na categoria, demonstrando o potencial do setor na cidade.

Esta instabilidade presente nos dados da pesquisa de campo é histórica e foi citada por Cruz (2016) ao analisar, por exemplo, a história do mercado de música gravada, ressaltando o protagonismo das tecnologias de gravação, de cópia e de suporte técnico, transformações que alteraram definitivamente a trajetória do mercado da música e a relação entre seus atores no decorrer do tempo.

Ainda em relação à média de tempo de atuação, percebe-se que as categorias mídia, especialmente composta neste estudo por rádios e redes sociais, bem como carnaval e samba, têm vinte e seis anos de representatividade na cidade, seguidas da categoria centros educacionais, com vinte anos de média de atuação. Estas últimas três categorias ilustram a característica de tradição devido ao tempo de atuação na cidade, apontando a sustentabilidade do setor.

Em sua maioria, em relação à qualificação profissional do núcleo criativo, os integrantes são autodidatas no que se refere ao conhecimento musical, porém possuem outras formações profissionais. O inverso acontece com as outras categorias, pois a maioria dos integrantes possui formação relacionada à música, especialmente os centros educacionais, em que todos os integrantes são formados em conservatório ou graduação.

A forma legal de prestação de serviços como MEI - Microempreendedor Individual aparece nas categorias núcleo criativo, produção de espetáculos, centros educacionais e carnaval e samba. A contratação através de CLT ocorre somente na categoria centros educacionais e a contratação informal sucede-se nas categorias núcleo criativo e produção de espetáculos.

Estas informações podem demonstrar que ainda existe precariedade na forma de prestação de serviços relacionados à música na cidade de Bauru, embora na Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE, 9001-9/02 a produção musical inclua produção e promoção de bandas, grupos, orquestras e outros. De acordo com o IBGE/Concla (2021, p.1) compreende também as atividades de organização e promoção de eventos musicais, artes

cênicas musicais, trio elétrico, composição de partituras, arranjos musicais, grupos musicais e músicos.

Especificamente, a regulamentação do exercício da profissão de músico no Brasil ocorre através da Lei 3.857, de 22 de dezembro de 1960, sancionada pelo presidente Juscelino Kubitschek. Porém, tal regulamentação encontra-se ultrapassada diante de novas demandas da profissão e, por isso, os músicos brasileiros encontram-se diante do desafio de atualizar estes dispositivos legais (Portal da Câmara dos Deputados, 2021).

Estas novas demandas estão além da produção, distribuição e consumo de produtos, como a música gravada disponibilizada em CDs, ou até mesmo a comercialização de produtos utilizados para este fim, como instrumentos musicais, equipamentos e partituras. Incluem-se neste processo produtos intangíveis como as apresentações, aulas, direitos autorais e, finalmente, a música disponibilizada digitalmente, enfatizam Carneiro e Queiroz (2014).

Ainda sobre as novas demandas, de acordo com Camilo (2013), a música deixou de ser um fim em si mesmo e as mudanças no consumo da música estão presentes nas preferências dos consumidores, no alcance, no acesso e na interação promovida quando passou a estar vinculada a aspectos que vão muito além da própria música – como a moda, a estética, a publicidade, a mediatização do artista e do que este representa culturalmente na sociedade.

Entretanto, a profissão de músico é uma das 400 atividades que podem ser enquadradas como um Microempreendedor Individual - MEI, uma pessoa jurídica menos complexa e com benefícios para o empreendedor. Entre os benefícios estão os previdenciários, linha de crédito facilitada, a condição de poder contratar um funcionário e a emissão de notas fiscais para pessoa física e jurídica, o que amplia as oportunidades de contratações no mercado, de acordo com o Portal do Empreendedor (2020).

Especialmente relacionados aos integrantes do Núcleo Criativo, os gêneros e estilos musicais encontrados foram rock clássico, rock nacional, MPB, samba e flashback. Neste sentido, vale ressaltar que gênero musical está relacionado à categorização de sonoridades, enquanto o estilo musical está relacionado à percepção e interpretação deste gênero. Portanto, neste capítulo, serão apresentados dados referentes aos gêneros musicais e aos estilos musicais, pois se complementam no contexto da pesquisa.

5.2 Apresentação dos dados: fatores determinantes e características do arranjo produtivo local da música na cidade de Bauru

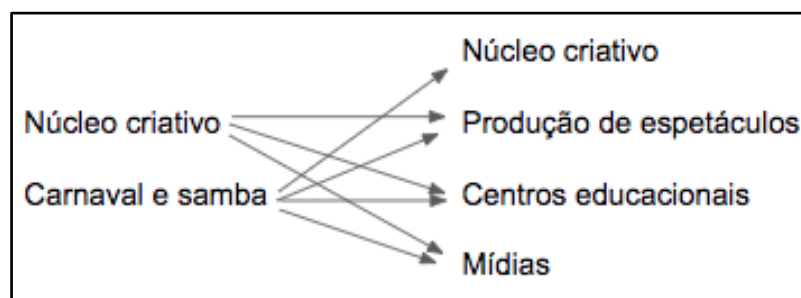
As informações pesquisadas na identificação de fatores determinantes e características do arranjo produtivo local presentes no setor da música na cidade de Bauru tiveram como critério as categorias e itens que compõem o Arranjo Produtivo Local da Música (apresentado na Figura 1, do Capítulo 3), elaborado pelo Plano de Economia Criativa (2011), representando a dinâmica de funcionamento dos elos da economia criativa, como criação, produção, difusão/distribuição e consumo/fruição.

O Arranjo Produtivo Local da Música apresentado na Figura 1 é composto pelas categorias Indústria Fonográfica (composta por selos, distribuidoras, fábricas de CDs, lojas de música, vendas online e novos negócios digitais), Gestão de Direitos (editoriais e pelas sociedades de gestão), Núcleo Criativo (compositores, arranjadores, músicos e intérpretes, incluindo empresários e produtores), Produção de Espetáculos (compositores, arranjadores, músicos e intérpretes, incluindo empresários e produtores), Mídias (TV, rádio, jornais, blogs e sites relacionados), Fornecedores (instrumentos e equipes, serviços de som e iluminação, salas de ensaio, estúdios de gravação, sonoplastas, iluminadores, serviços de audiovisual, casas de show, agências de publicidade e assessoria de imprensa), Instituições Culturais (institutos, fundações, centros culturais e agências de fomento), Centros Educacionais (escolas regulares, universidades, escolas de música, institutos e fundações) e Associações Profissionais (instituições que promovem políticas públicas e incentivos financeiros).

O grupo pesquisado foi composto de profissionais da música da cidade de Bauru-SP, presentes nas categorias do APL da música proposto no Plano de Economia Criativa (2011) e que se destacaram no mapeamento realizado entre os meses de janeiro e março de 2023 pela sua representatividade no setor da música na cidade, conforme Figura 3. As categorias presentes nesta análise são: núcleo criativo, produção de espetáculos, mídias e centros educacionais. Ainda foram incluídos profissionais que atuam no carnaval e samba da cidade devido à relevância ilustrada na Figura 3. Além disso, é importante citar que alguns itens presentes na categoria "Fornecedores" pertencem também a outras categorias e por isso, neste estudo, muitas vezes são expostos em outras categorias como núcleo criativo e produção de espetáculos.

Dentro de cada categoria existem itens que as compõem e foram justamente os integrantes destas categorias os entrevistados neste estudo. A Figura 10 apresenta a interação entre as categorias como forma de análise.

Figura 10 - Interação entre as categorias como forma de análise dos dados



Fonte: elaborado pela autora (2023)

Conforme apresenta a Figura 10, as análises foram realizadas a partir da interação entre os integrantes presentes nas categorias, subdivididas em quatro estudos: interação entre as categorias núcleo criativo e produção de espetáculos, interação entre as categorias núcleo criativo e centros educacionais, interação entre as categorias núcleo criativo e mídias e, finalmente, a interação entre o carnaval e o samba com as categorias estudadas.

Esta interação foi analisada através das respostas obtidas na pesquisa, uma vez que uma categoria foi citada pela outra como contexto ou forma de atuação, tais como: intérpretes que são pertencentes ao núcleo criativo, se apresentam em bares e restaurantes com música ao vivo, que, por sua vez, são itens da categoria produção de espetáculos, assim como estão presentes nas mídias; professores de música que pertencem aos centros educacionais, também se apresentam como intérpretes (núcleo criativo) e os integrantes do carnaval/samba que se relacionam com as categorias estudadas de forma direta, porque são músicos e intérpretes, se apresentam em bares com música ao vivo, são professores de música e estão presentes nas mídias.

De acordo com Evans (2015), os APLs atraem profissionais qualificados e uma rede de fornecedores, investidores e clientes, beneficiando a comunidade local por serem autossustentáveis. Além disso, a concentração das organizações ocorre sempre de forma natural, principalmente quando se relaciona este conceito à economia criativa. Por isso, a análise da interação entre os pesquisados pode explicar como a cena da música pode vir a ser um arranjo produtivo local na cidade de Bauru, bem como demonstrar os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local no contexto da música que potencializariam o setor na cidade de Bauru, contribuindo para o alcance dos objetivos deste estudo.

5.2.1 Interação entre as categorias núcleo criativo e produção de espetáculos

O núcleo criativo, composto neste estudo por compositores, músicos e intérpretes, se relaciona diretamente com a categoria produção de espetáculos, que inclui estúdios de gravação, bares com música ao vivo e profissões de apoio, justamente por esta última categoria ser o cenário no qual atuam os integrantes do núcleo criativo. Este cenário tem como espaço a cidade de Bauru e, esporadicamente, as cidades da região.

Os integrantes da categoria núcleo criativo apresentam-se em bares e restaurantes com música ao vivo, bem como em eventos comemorativos particulares e públicos, apresentações temáticas, praças públicas, clubes e auditórios. Os dados mostram a frequência das apresentações, a forma de contratação, condições laborais e desafios.

Iniciando pelos dados sobre a frequência das apresentações, as respostas variam desde semanalmente até uma vez ao mês, uma vez que os integrantes possuem objetivos, gêneros e estilos diferentes. Em relação aos objetivos, foram entrevistados integrantes desta categoria que possuem outros trabalhos além da música, o que aponta uma diminuição na frequência destas apresentações e, por outro lado, integrantes que têm na música sua principal fonte de renda, o que aumenta a frequência das apresentações.

Sobre a forma de contratação, os dados mostram que integrantes que possuem outras fontes de renda além da música não se preocupam com contratos formais por parte da categoria apresentação de espetáculos, enquanto para os integrantes que possuem a música como principal fonte de renda, é que o contrato e a formalização são essenciais. Para esta formalização é utilizado o cadastro como MEI - Microempreendedor Individual, principalmente.

Complementando esta informação, é interessante apontar que o valor do cachê pago pelos integrantes da categoria produção de espetáculos aos integrantes da categoria núcleo criativo, é em média o mesmo valor em toda a cidade, variando apenas na forma de pagamento, sendo um valor fixo ou valor arrecadado na portaria. Dependendo do evento, é pago um valor preestabelecido por hora com um tempo também preestabelecido. Quando se trata de um show em auditório, praça pública ou data comemorativa, o tempo é geralmente uma hora e meia de apresentação e possui um valor fixo.

Estes dados revelam que a música passa a ser considerada *commodity*, sujeita a produção, estoque, comercialização e avaliação, criando um conflito com a essência da arte, colocando o músico em uma situação de pseudoliberalidade e autonomia, por estar vinculado às regras do sistema capitalista, defende Silva Junior (2021). Porém, os produtos criativos, pertencentes à economia criativa, são “diferenciados e únicos”, pois a mesma música pode ser consumida por muito tempo, com interpretações diferentes, atendendo públicos diferentes, não limitando-a a um bem de consumo, mas considerando-a como resultado do capital humano, considera Moreira Pinto (2021).

Os dados referentes às condições laborais durante as apresentações musicais descrevem o cenário do setor da música na cidade de Bauru no que diz respeito à categoria produção de espetáculos. A pesquisa revela que não há um padrão em relação a estas condições relacionadas à estrutura oferecida pela categoria produção de espetáculos. Os dados mostram que estas condições estão relacionadas ao tipo de apresentação: se é autoral, se é cover, se é um intérprete. Esta variável também inclui o número de apresentações que a casa ofertará naquele dia, bem como o porte do local.

Diante destas informações, Louro, Louro e Duarte (2020) argumentam que a carreira profissional do artista no Brasil, especificamente a carreira do músico, é cercada de anseios e angústias relacionados ao medo e às incertezas. Mesmo antes de ter uma capacitação formal, a categoria precisa ter conhecimentos específicos que contribuam com seu ingresso no mercado de trabalho. As principais dificuldades aparecem no início da jornada, como por exemplo a exigência de uma disciplina rígida de estudos somada à pressão de professores na educação formal, mercado competitivo somado à desvalorização da profissão pelos setores público e privado e ainda questões de ordem pessoal, como ansiedade, problemas de saúde devido aos estudos excessivos e rotina nada convencional.

Neste sentido, em relação aos desafios apontados nas respostas dos integrantes da categoria núcleo criativo, é possível destacar: valorização/reconhecimento dos músicos não somente relacionado ao dinheiro, mas em tratamento, estrutura, espaço; mudanças do mercado, que caminham em paralelo ao "modismo", pois a música que a mídia está ressaltando no momento torna-se um recurso para atrair clientes especialmente aos bares e restaurantes com música ao vivo; visibilidade da música autoral, que pode estar relacionada especialmente à necessidade de atrair o público com as músicas de massa; baixa frequência de editais públicos

que atendam à demanda da música autoral, atualmente são ofertados em determinadas épocas do ano somente.

Estes desafios estão coerentes com o que aponta Leite Junior (2017) em relação ao consumo compulsivo das canções de sucesso através dos meios de comunicação de massa, prejudicando o poder de escolha, crítica e reflexão das pessoas, conduzindo-as a uma dependência.

Para Amaral e Grohmann (2020) o mundo do trabalho torna-se uma forma de materializar a arte musical, a partir de suas condições concretas e midiáticas, bem como uma expressão do ser humano por meio do seu trabalho, processos inseridos nas cadeias globais de produção, disseminação e consumo. Os autores ressaltam uma característica semi-invisível da arte musical enquanto trabalho, visualizada a partir da cena musical e de suas dinâmicas espaciais e temporais. As materialidades estão relacionadas ao palco, instrumentos, estruturas e o próprio som.

É importante ressaltar que, quando as apresentações são realizadas em auditórios e/ou eventos particulares ou de economia mista, existe maior valorização do músico em relação à condição laboral, incluindo estrutura, organização e rigidez no horário de início e término. Integrantes do núcleo criativo apontam que se sentem tratados realmente como artistas, com zelo e atenção. O mesmo acontece com as apresentações fora da cidade de Bauru. Os dados revelam que o tratamento aos músicos, quando se apresentam em cidades da região, tende a ser melhor no sentido de valorização e reconhecimento.

As informações sobre frequência das apresentações, a forma de contratação, condições laborais e desafios são corroboradas através da opinião dos integrantes da categoria produção de espetáculos, especialmente bares e restaurantes com música ao vivo, conforme apresenta o Quadro 12.

Quadro 12 - Interação entre as categorias núcleo criativo e produção de espetáculos

| | Núcleo criativo | Produção de espetáculos |
|------------------------------|--|--|
| Frequência das apresentações | - semanalmente ou mensalmente, dependendo dos seus objetivos financeiros | - semanalmente, três vezes na semana, dependendo dos seus objetivos de público |

| | | |
|----------------------|---|---|
| Forma de contratação | - formal ou informal, por hora, por cachê fixo ou por valor arrecadado em portaria | - valor fixo pago pelo proprietário do bar/restaurante e valor arrecadado na portaria do estabelecimento |
| Condições laborais | - água à vontade, valor de consumação, alimentação no local antes das apresentações | - valor de consumação para os músicos, bem como água à vontade e alimentação no local antes do início das apresentações |
| Desafios do setor | - valorização/reconhecimento, estrutura, mudanças do mercado devido às tendências da mídia, visibilidade da música autoral e baixa frequência de editais públicos | - falta de cooperação, falta de incentivo da população bauruense e tendências da mídia |

Fonte: a autora

Em relação à frequência das contratações, uma das respostas da pesquisa relaciona a frequência da música ao vivo com a localização, principalmente por ser um ambiente aberto e inserido em uma área residencial. Relacionada à frequência, está a questão dos critérios para a seleção do gênero e estilo musical, que difere de acordo com o perfil dos integrantes e também pelo tipo de público que o espaço quer atrair. Neste sentido, outro dado relevante se refere a um bar com música ao vivo exclusivamente dedicado ao rock, cujo critério de seleção das bandas, por isso, é o comercial, no caso, excluindo-se as bandas autorais. As bandas são em sua maioria da cidade de Bauru ou da região bem próxima, sendo que a cidade mais distante em que uma das bandas já foi contratada fica a 125 km. Ainda sobre a frequência, as apresentações musicais ocorrem às quintas, sextas e sábados, em sua maioria.

Salazar (2015, p. 33) conceitua o ecossistema da música como um “conjunto formado por comunidades de negócios (show business, indústria fonográfica e direito autoral)”. Nestas comunidades, relacionam-se os fatores pertencentes ao microambiente de mercado, como clientes, concorrentes, fornecedores e colaboradores. De acordo com o autor, o mercado da música possui três eixos principais de receitas: venda de músicas gravadas (fonogramas) com distribuição física ou digital; direitos autorais e shows ao vivo.

Nesta pesquisa, sobre a forma de contratação e cachê, foram encontradas basicamente duas formas: valor fixo pago pelo proprietário do bar/restaurante e valor arrecadado na portaria

do estabelecimento. Inclusive, uma das respostas referentes à produção de espetáculos cita que em sua trajetória, sempre pagou os músicos por portaria arrecadada, bandas de grande porte e músicos com violão e voz, pois não acredita que seja justo fazer diferença entre os formatos: todos são músicos e estão oferecendo seus serviços. Diante disto, é possível lembrar características-chave da economia criativa, na qual o setor da música está inserido, como ter o capital intelectual como principal recurso, como afirmam Santos e Nanni (2018) e Ferreira, Lima e Lins (2019), bem como a geração de renda, oportunidades de emprego e desenvolvimento social, de acordo com Lelis e Lemos Junior (2019), citando ainda a economia criativa como as atividades que se desenvolvem em uma cadeia de múltiplos produtores para inúmeros consumidores.

Em acordo com os dados referentes aos integrantes do núcleo criativo em relação às condições laborais, as informações relacionadas aos integrantes da categoria produção de espetáculos mostram que, apesar de não haver um padrão de estrutura, oferecem um valor de consumação para os músicos, bem como alimentação antes do início das apresentações. A pesquisa revelou que esta estrutura relacionada a consumação e alimentação é importante para os músicos e intérpretes, especialmente porque muitos têm outras profissões e realizam dupla jornada de trabalho.

No Brasil, 0,21% da verba orçamentária é destinada ao fomento da cultura e arte, afirmam Louro, Louro e Duarte (2020). Neste cenário, a classe trabalhadora da arte se desdobra em múltiplas jornadas e em diversas funções para garantir renda suficiente para sua sobrevivência.

Além disso, assim como em toda profissão, o músico possui estágios em sua carreira, que podem ser classificados em três fases por Salazar (2015), sendo o primeiro estágio considerado amador, quando a música ainda é um passatempo, o segundo estágio considerado semiprofissional, quando a música complementa suas receitas, como grande parte dos dados da pesquisa demonstra, e o terceiro estágio, considerado profissional, quando a música é a fonte exclusiva de renda.

Ainda neste contexto, os dados da pesquisa demonstram que os principais desafios do setor estão relacionados à concorrência desleal que é uma consequência da falta de cooperação entre os integrantes, falta de incentivo da população bauruense em relação à valorização do músico, pois muitas vezes pensam que não é necessário pagar a portaria para assistir a

determinada banda e que este valor deveria ser custeado exclusivamente pelo estabelecimento, bem como público adolescente seguindo de forma significativa as tendências que a mídia insere no mercado. Neste sentido, Morin (1975) cita que esta “industrialização massificante” molda a vida moderna através da televisão, rádio e redes sociais, gerando hábitos que expõem os indivíduos às mesmas pressões externas mas que durante os momentos de lazer e descanso estão revestidas do entretenimento e informações, proporcionando uma ilusão de bem-estar.

Dados sobre frequência das apresentações, forma de contratação, condições laborais e desafios também foram levantados através das respostas de um dos integrantes que permeia duas categorias, núcleo criativo e produção de espetáculos, pois trata-se de um músico que prepara apresentações externas, que, devido à sua proporção, tornam-se espetáculos. As apresentações caracterizam-se de duas formas, banda e orquestra, e estão inseridas no ambiente escolar de formação técnica da cidade. Entretanto, em sua maioria, não são compostas de alunos desta escola, mas de pessoas que têm interesse em música na cidade, pois as apresentações têm como um dos objetivos divulgar a escola em Bauru e na região. O estilo musical das apresentações é popular, interpretando temas de filmes, homenageando artistas e atendendo às demandas culturais do contexto.

A frequência das apresentações depende dos convites recebidos através da comunidade/diretoria da escola, sendo que se torna necessário formalizar os pedidos por meio de ofício, com antecedência. Entretanto, os músicos participantes da orquestra e da banda são voluntários. O músico responsável pelas apresentações é contratado pela escola e recebe remuneração. Para a realização das apresentações dentro e fora da cidade de Bauru, o contratante arca com as despesas com transporte e alimentação do grupo. Os principais desafios relacionados a este integrante misto estão relacionados à logística, à disponibilidade dos participantes para os ensaios e apresentações, bem como ao alinhamento do nível de conhecimento musical do participante.

Outra situação de pertencimento às duas categorias, núcleo criativo e produção de espetáculos, são os estúdios de gravação, que também estão inseridos na categoria "Fornecedores" do APL da música apresentado pelo Plano de Economia Criativa (2011). Porém, a relação de integrantes do núcleo criativo com os estúdios depende das suas demandas, de acordo com os dados da pesquisa. Os estúdios são procurados pelos músicos, compositores e intérpretes quando precisam produzir um trabalho mais complexo como um EP, ou quando necessitam gravar uma música para divulgar um show, ou para ensaiar para uma apresentação.

Entretanto, percebeu-se durante as entrevistas que os estúdios também podem ser pontos de convergência entre as categorias do APL da música, pois estão presentes nas rotinas das categorias núcleo criativo, demais integrantes da produção de espetáculos, centros educacionais, mídias e carnaval e samba. Os dados da pesquisa demonstram que isto ocorre principalmente porque a maior parte do núcleo criativo depende desta interação para sobreviver no mercado da música na cidade de Bauru, permeando outras categorias para seu sustento. Desafios estes presentes também nas respostas referentes às outras categorias.

5.2.2 Interação entre as categorias centros educacionais e núcleo criativo

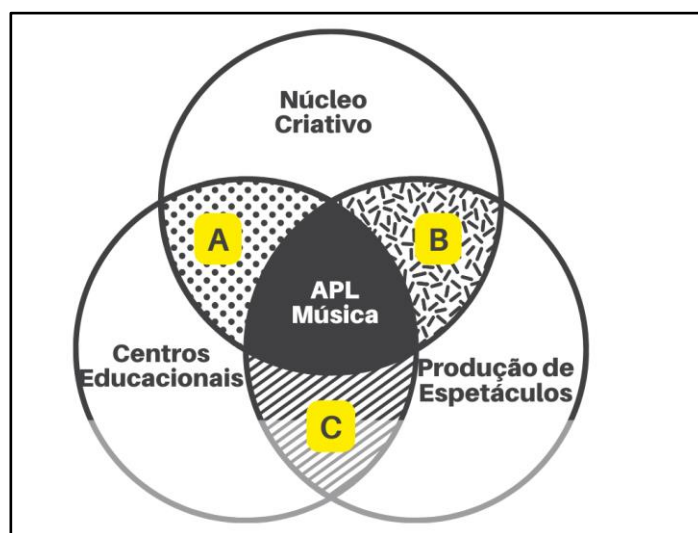
A categoria centros educacionais, que inclui neste estudo escola de música e professores de música, interage diretamente com o núcleo criativo, representado por compositores, músicos e intérpretes. Esta interação deve-se ao fato de que grande parte dos músicos da cidade também se ocupa da atividade de ensinar música na cidade, seja de forma particular ou através de escolas regulares e específicas de formação musical.

Outro ponto de vista em relação a esta interação diz respeito à oportunidade de formação musical que a cidade oferece, sendo que, conforme o levantamento realizado no primeiro semestre de 2023, existem na cidade de Bauru dezenove escolas de música e três universidades que oferecem a graduação nesta área. Esta oportunidade de aprender música reflete-se diretamente na oferta de músicos para o setor e compõe o núcleo criativo.

Traçando primeiramente um perfil relacionado às categorias apresentadas neste item, é possível perceber que os centros educacionais são tradicionais na cidade, com aproximadamente trinta anos de atuação. Os professores são remunerados por hora/aula ou por projetos realizados e possuem contratos de trabalho formais ou informais.

Os dados da pesquisa em relação a esta interação entre o núcleo criativo e centros educacionais estão relacionados à atuação dos professores de música como intérpretes e compositores, bem como com a forma pela qual a escola interage com outras categorias do APL da música, especialmente produção de espetáculos, contexto em que o núcleo criativo atua. A Figura 11 ilustra esta interação.

Figura 11 - Interação entre o núcleo criativo, centros educacionais e produção de espetáculos



Fonte: elaborado pela autora

A Figura 11 ilustra a interação entre as categorias núcleo criativo e centros educacionais através do ponto de intersecção A. Neste ponto A estão inseridos os músicos, intérpretes e compositores que atuam em escolas regulares de ensino infantil, fundamental e médio, escolas de música especializadas e conservatórios musicais como professores de música. O ponto de intersecção B ilustra a interação entre o núcleo criativo e a produção de espetáculos, sendo que o último é o cenário de atuação dos músicos, intérpretes e compositores, conforme descrito no item 5.3.1 deste estudo. Durante a pesquisa desvendou-se, ainda, através da opinião dos entrevistados, a existência do ponto de intersecção C, que ilustra a interação entre os centros educacionais e a produção de espetáculos, que acontece especialmente quando os professores de música são procurados pela comunidade, pela referência em educação musical e para a criação de arranjos musicais em músicas que serão apresentadas em shows, eventos e festivais, o que justifica a forma de remuneração dos professores citada anteriormente.

Os dados referentes às respostas dos integrantes dos centros educacionais sobre a atuação dos professores de música como intérpretes ou compositores mostram que ela acontece com frequência formalmente e informalmente. Isso quer dizer que realizam apresentações através de contratos, MEI ou editais, mas que convites informais para apresentações em locais diversos também fazem parte da rotina dos músicos. Os professores entrevistados relataram que também atuam no setor da música através de projetos da Prefeitura Municipal de Bauru,

variando de gêneros e estilos musicais, desde o erudito até o carnaval/samba, realizando arranjos, participando como músicos, compondo sambas-enredos, criando arranjos para músicas populares, corroborando para a opinião de como são procurados pela comunidade.

Nas escolas de ensino fundamental e médio, os dados referentes aos professores de música a respeito de sua atuação estão relacionados à musicalização infantil, prática em conjunto, canto coral e ensino de instrumentos musicais. Geralmente, estas atividades compõem a disciplina "Artes" nas escolas regulares.

Em relação às atividades do núcleo criativo e dos centros educacionais, Ray (2020) afirma que desde a década de 1980 a comunidade global se depara com a necessidade de ressignificar rotinas, principalmente a partir do surgimento da internet que impactou sobretudo as artes e os processos criativos. A autora ressalta que, para a arte musical, tais mudanças foram desafiadoras no desenvolvimento de atividades como o ensino e apresentações, que, até então, eram exclusivamente presenciais e denominadas até mesmo artesanais.

A inserção da tecnologia nas atividades pedagógicas e de performance foi gradativa, tendo primeiramente a tecnologia um papel facilitador, evoluindo para uma atuação indispensável. Entretanto, nem todo artista, professor, aluno e expectador estava preparado para tal transformação de forma natural, o que, por outro lado, gerou resistência às mudanças em determinados momentos, enfatiza Ray (2020).

5.2.3 Interação entre as categorias núcleo criativo e mídias

A categoria mídias, composta por rádio, TV e redes sociais tem uma relação direta com a categoria núcleo criativo, que também interage com outras categorias como centros educacionais e produção de espetáculos. Esta interação dos intérpretes e músicos com as mídias acontece principalmente quando a arte é submetida ao mercado, sujeita à passividade e ao processo de coisificação. Para Leite Junior (2017) este contexto é favorável a transformar inclusive as relações em mercadoria, em que ter se sobressai ao ser.

Abordando inicialmente o perfil dos integrantes da categoria mídias, nela estão inseridas uma rádio local e três músicos que trabalham com mídias digitais ativamente. A rádio local caracteriza-se como comercial, é segmentada pelo pop, pop rock e flashback e vem se transformando ao longo do tempo numa rádio adulta contemporânea, passando de uma

programação um pouco mais sóbria e apostando nos flashbacks. Sobre os músicos que trabalham com mídias digitais ativamente, um deles possui um EP disponibilizado em uma plataforma de *streaming* de música, bem como perfil nas redes sociais e um canal em uma plataforma de vídeos online. Os outros dois integrantes possuem as duas últimas estratégias para divulgar seus trabalhos.

Dados sobre o núcleo criativo revelam as mudanças do mercado da música diante das mídias digitais. Antes delas, havia os empresários que gerenciavam as bandas, que faziam as conexões entre os locais para apresentação e os músicos. O empresário trabalhava com um catálogo de bandas e oferecia suas apresentações de acordo com o perfil de cada local. Atualmente, com as mídias digitais, praticamente este papel do empresário perdeu o sentido. Os contratantes procuram diretamente os músicos, bandas ou intérpretes nas redes sociais ou estas enviam uma mensagem para locais em que possuem interesse em se apresentar.

É possível somar este contexto ao contínuo uso das tecnologias em detrimento da força humana e inovações intangíveis. Este ambiente torna-se ao mesmo tempo propício para modelos de processos pautados na criatividade e no conhecimento, constituindo as indústrias criativas, de acordo com Queiroz (2019). Um dos integrantes da categoria mídias trabalha atualmente com o estilo de pop rock e comercial e não tem um apelo para difundir música autoral, independente. Entretanto ela está focada mesmo numa *playlist* que todas as rádios comerciais recebem devido aos direitos autorais.

Vale ressaltar que na cidade de Bauru, existem as emissoras educativas, com grande abertura para o conteúdo autoral, pois os profissionais da área têm a oportunidade de elaborar de forma independente toda a programação musical e de conteúdo informativo. Na opinião do integrante entrevistado, é possível comparar estes dois perfis, o perfil comercial e o perfil educativo que intercala as músicas comerciais (*mainstream*) com a produção autoral, inclusive a produção local e regional.

Esta característica da rádio educativa vem ao encontro de um dos conceitos-chave da economia criativa, que, de acordo com Serra e Fernandez (2014), é um novo campo de estudos no qual emergem pontos de reflexão como o papel da criatividade e dos talentos. Queiroz (2019) reitera que estas indústrias se tornam cada vez mais presentes na sociedade devido a novos hábitos de consumo das pessoas que buscam um consumo com sentido e não banalizado.

Porém, a pesquisa mostra que uma rádio que segue padrões comerciais não foca no conteúdo autoral, regional e local: recebe uma *playlist* comercial, compartilhada por outras rádios do segmento. Esta informação reafirma o que Silva Junior (2021) defende sobre a música passar a ser considerada *commodity*, sujeita a produção, estoque, comercialização e avaliação, conflitando com a essência da arte, colocando o músico em uma situação em que ele se sente livre e autônomo, entretanto, se mantém vinculado às regras do sistema capitalista. Neste sentido, segundo Cook (2006) a música foi considerada como um tipo de produto autônomo pela musicologia na década de 1990, conceito vinculado a aspectos sociais caracterizados pela comunicação direta do compositor com o ouvinte e pela interação entre atores envolvidos no processo de produção e comercialização, tais como cantores, instrumentistas, produtores, empresários, entre outros.

Justamente sobre esta interação entre os atores envolvidos, os dados apontam que a frequência de trabalho com artistas locais é pontual. Esta ponte entre o artista local e a rádio local é estabelecida quando o artista tem um evento para fazer na cidade, ou quando existe um apoio institucional da própria rádio para este evento, ou até mesmo quando é realizado algum festival na cidade e região. Estas interações entre compositores e mídia acontecem através do jornalismo e das agendas culturais. Neste sentido, a parte artística é fechada no que diz respeito à execução fonográfica. Isso quer dizer que as rádios comerciais não reproduzem a música autoral/local, mas promovem eventos que atuam com o incentivo da música autoral através do jornalismo.

Assim, de acordo com os dados referentes à categoria mídias, a rádio tem o papel de mostrar o que está acontecendo através dos nossos canais informativos, como uma prestação de serviço para a cidade. Pensando nisso, foram identificados programas com uma abertura para os artistas da cena independente, inclusive com execução das músicas. Desta forma, pontualmente, existe uma interação entre artistas locais e a rádio comercial em datas e horários específicos.

Desta forma, existe uma intenção por parte da rádio em ter uma programação específica para o conteúdo autoral, o que demandaria produção e esbarra em uma das dificuldades da rádio do interior do Estado de São Paulo, relacionada à contratação de profissionais. Neste sentido, torna-se frustrante saber que compositores precisarão trabalhar um pouco mais do que antigamente.

Por outro lado, as oportunidades se expandiram, pois na opinião dos integrantes das categorias núcleo criativo que também pertencem à categoria mídias, é fácil gravar com qualidade e distribuir a música autoral via *streaming*, via rede social, mesmo que seja com uma visibilidade limitada. Porém, o principal desafio está deste ponto em diante porque os artistas têm comunidades específicas em que divulgam para o público específico e o rádio, que deveria ser o grande articulador, aspergir, divulgar essa música, amplificar essa música para grandes centros, apresenta-se como um dificultador, tornando esta tarefa um grande desafio.

Diante do exposto, a tecnologia deveria proporcionar a democratização da cultura com o propósito de inclusão e compartilhamento, conduzindo as pessoas ao pensamento crítico. Entretanto, de acordo com Leite (2020) existe a massificação através da repetição das mesmas músicas durante o dia, excluindo as composições locais, bem como as bandas e artistas locais na programação de rádio.

Se por um lado na década de 1920, de acordo com Abreu (2019), o rádio mudou o padrão de consumo da música, as mudanças que ocorrem atualmente na sociedade, no comportamento do consumidor e nas organizações são decorrentes da digitalização e da conectividade que abrangem todos os setores da sociedade de forma transversal, inclusive o setor criativo, segundo informações da Firjan (2019).

É interessante destacar a interconexão entre as indústrias criativas devido à redução dos custos de produção gerada pela facilidade de acesso a softwares específicos. Isto evidenciou a participação de pequenos estúdios de gravação no mercado, incluindo os *home studios*, afirmam Michel, Machado e Sátyro (2019).

Na opinião dos integrantes da categoria mídias, a rádio comercial tem um compromisso de atender o anunciante e seu público-alvo, gerando, conseqüentemente, a necessidade de oferecer uma programação para a massa, bem como muitas críticas dos integrantes da categoria núcleo criativo. Entretanto, a rádio possui compromissos financeiros que dependem desta parceria.

Neste contexto, Alcântara *et al.* (2014) ainda acreditam que o pensamento autônomo se sobressai à cultura de massa, mesmo fazendo parte de um contexto de padronizar a arte para o consumo na lógica do mercado, trazendo reflexões e criticidade até mesmo como estratégia para aumentar as vendas.

Na opinião de um dos integrantes, na época do vinil comprava-se um disco muitas vezes por conta de uma música e somente depois de cerca de três meses costumava-se apreciar o disco inteiro. Por isso, rádios que trabalham com músicas autorais em sua programação perceberam que é importante intercalar músicas que já são conhecidas pelo público com aquelas músicas novas, o que foi chamado de blindagem do artista autoral.

Há algum tempo o rádio era como um divisor de águas. Na década de 1990, por exemplo, lançava-se uma música a cada duas semanas porque existia uma grande dificuldade em criar um artista. Não era diferente nas décadas de 1970, 1980 e 2000, tanto que quando se fala em clássicos da música é nestas décadas que se buscam referências. Atualmente, existe a grande possibilidade de você criar uma música e ela ser descartável. Por exemplo, o artista independente lançou aquela música no canal dele, ele sabe que daqui a dois ou três meses ele vai ter que lançar uma outra música porque a possibilidade de as pessoas ouvirem, usarem por algum tempo e descartarem é muito maior.

Os dados referentes às respostas dos integrantes desta categoria mostram que sempre existirá demanda para a música na sociedade, entretanto observa-se que a forma de o músico trabalhar não está acompanhando a forma como se consome música atualmente. Há alguns anos, as formas de consumir música estavam limitadas a um disco, um aparelho de som, um rádio ou através da contratação de músicos para música ao vivo em uma festa particular. Atualmente, a realidade dos *streamings* trouxe a possibilidade de consumir as músicas favoritas criando simplesmente uma *playlist* ou recombinação sons, e não é necessário ser músico para ofertar esses produtos no mercado.

Estes três principais eixos de receita listados sofreram mudanças significativas devido à transformação digital que possibilitou a democratização da produção e do acesso (distribuição). Abordando o eixo da venda de músicas gravadas, no mundo analógico, os pontos de venda eram limitados e a exposição dos trabalhos, muito disputada; já o ambiente digital permite uma distribuição ilimitada, além de diminuição de custos com a fabricação, capa e estoque. O mercado responde a esta tendência, já que carros e computadores atuais não oferecem mais *drivers* de CD, afirma Carvalho (2019).

Esta predisposição do mercado atual à convergência digital altera o valor de uma obra de arte ou de uma composição, uma vez que este valor não poderia ser definido a partir dos custos ou preço de venda somente. Esta reflexão está pautada no mercado dos bens simbólicos

estudado por Bourdieu (2005), que diferencia a produção erudita, voltada ao público de bens culturais, da indústria cultural, mais abrangente. Neste contexto, Serra e Fernandez (2014) citam que a transformação digital "liberta" a produção científica, artística e cultural, exemplificando que os textos são libertos do papel, assim como os sons estão libertos do vinil ou dos CDs.

Mesmo assim, é interessante perceber que o mercado dos fonogramas é composto de uma parte intangível, que se refere ao conteúdo musical e um suporte, que se refere ao produto físico que sofreu profundas transformações ao longo dos anos. Por este motivo, Nakano (2010) afirma que é possível quebrar o paradigma da indivisibilidade deste processo produtivo. A Figura 12 ilustra a evolução do mercado da música gravada.

Figura 12 - Evolução da música gravada



Fonte: (Coelho, 2018)

Informações do Instituto Federal do Piauí - IFPI (2018) destacam o papel da distribuição de conteúdo digital como fundamental no crescimento do mercado da música, que cresceu 1% entre 2016 e 2017.

De acordo com o relatório “Global Music Report 2017” da International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), as receitas derivadas do ambiente digital aumentaram 49% em relação ao mercado da música gravada. Este aumento alerta a uma questão relacionada a um dos principais eixos de receita, os direitos autorais.

A realidade é que o trabalho de artistas é desvalorizado quando o assunto é pagamento nas plataformas digitais. Destacam-se fatores como a transparência e a "facilidade de acesso e compreensão das regras utilizadas pelas plataformas, o que gera a necessidade de intermediários para negociar e entender as regras de pagamento" (E-Digital, 2018, p. 85).

O governo brasileiro regulamentou aspectos relativos à legislação referente a utilização de plataformas, porém, o assunto requer a discussão do tema internacionalmente. Assim, em conjunto com outros países da América Latina o tema está em discussão na Organização Mundial da Propriedade Intelectual - OMPI.

A comercialização da música digital, como os serviços de *streaming*, é realizada por empresas que pagam o licenciamento das músicas ou muitas vezes oferecem um acordo de participação de lucros de publicidade, o que as torna ainda vinculadas a grandes gravadoras, explica Cruz (2016). Porém, a sustentabilidade é questionável, pois a receita não supre o pagamento dos direitos autorais aos compositores.

A transformação digital proporcionou mudanças evidenciadas também em outros setores, como a substituição de revistas e jornais especializados por blogs e redes sociais. Este movimento influencia as tendências do mercado da arte musical. Grupos musicais não dependem mais de gravadoras ou meios físicos para veiculação da produção, pois as redes sociais contribuem com a visibilidade de novos artistas, transformando-se em meios de geração e repercussão de conteúdo.

Neste sentido, Carvalho (2019) ressalta que o hábito de ouvir música também sofreu alterações, que são desvinculadas dos meios físicos, uma vez que plataformas digitais oferecem de forma gratuita músicas de todos os gêneros e quantidade inestimável. Porém, é importante considerar que a internet não é o único canal para a arte musical, pois artistas que se destacam são exceções e ainda existe relevância na TV e no rádio no contexto da sociedade atual.

Entretanto, para Grohmann (2020), entre os variados tipos de plataformas, está a concretização do tratamento de dados para extração de valor e oferta de personalização dos serviços aos consumidores por meio da sociabilidade visível presente na infraestrutura da rede. Neste contexto, o termo *plataformização* pode ser definido por Nieborg e Poell (2018) como a inserção de aspectos econômicos, governamentais e de infraestrutura no ecossistema da rede e seus aplicativos.

No entanto, este fenômeno de plataformização afeta diversos setores da sociedade, entre eles a economia criativa e especialmente a produção cultural e o mercado de trabalho inserido neste contexto, como é o caso do setor da música. Grohmann (2020) estende o termo plataformização ao trabalho, propondo a expressão plataformização do trabalho, que possui características específicas e diferentes formas de apropriação de valor. O autor ressalta que a complexidade e a heterogeneidade da classe trabalhadora não são diferentes no ambiente do trabalho digital.

Para Abilio (2019), a plataformização do trabalho é também conhecida como uberização do trabalho, para referir-se a uma nova forma de gestão e processo de trabalho como uma tendência global. No que se trata do setor musical, esta realidade não é diferente.

5.2.4 Carnaval e samba e sua interação com as categorias núcleo criativo, produção de espetáculos e mídias

A categoria carnaval e samba é composta neste estudo pela opinião de dois profissionais que atuam diretamente com este estilo musical e um deles, indiretamente, por participar também de outras categorias de forma mais frequente. Esta composição justifica a escolha da análise realizada neste item, conectando carnaval e samba com outras três categorias já analisadas. Traçando um perfil dos integrantes desta categoria, é possível destacar que em média, atuam há 26 anos no setor da música na cidade de Bauru, sendo que somente um deles já teve experiência fora do Brasil. Os integrantes possuem formação em produção cultural, artes e um dos entrevistados considerou-se autodidata. A principal forma de contratação tem sido como MEI. Um dos integrantes coordena um importante movimento na cidade relacionado ao samba, que visa a propagar o samba tradicional, raiz, na cidade. A interação apresentada neste item considera critérios como forma de atuação, condições laborais e desafios nas opiniões dos entrevistados.

Em relação à forma de atuação, os dados da pesquisa revelam que o músico deste gênero e estilo musical é responsável por diversas tarefas ao mesmo tempo, assumindo papéis de coordenação, divulgação, atuação, entre outros. Além disso, promovem o samba através da criação de projetos que incentivam o aprendizado musical através deste estilo, para que seja valorizado e tenha participação da comunidade. Um exemplo citado por um dos integrantes é o projeto Quintal do Brás, que visava a valorizar o samba autoral através de prévias de rodas de samba para que o público aprendesse a cantar e participasse no dia da apresentação. Um dos

integrantes, envolvido com o carnaval há trinta e nove anos, relatou que para manter o carnaval durante a pandemia, precisou utilizar as mídias digitais e realizou uma live de carnaval, demonstrando mais uma vez a versatilidade da categoria.

A condição laboral, de acordo com a pesquisa, é considerada precária em relação ao cachê e estrutura. Em relação à estrutura, especificamente, dois dos entrevistados relataram que torna-se necessário criar em torno de si uma estrutura de trabalho, uma logística, envolvendo equipamentos, instrumentos, requisitos necessários para a realização do trabalho. Assim como computadores, *softwares* e outros recursos que você acaba tendo que adquirir. Os dados demonstram que isso não é uma tarefa fácil, tranquila de se ter acesso, porque são itens que custam caro. Em contrapartida, para oferecer o serviço aos contratantes, bem como participar de eventos ou de editais, é necessário ter esta estrutura.

De acordo com Greffe (2015), a classe criativa voltada à arte musical sofre com a falta de informações dos consumidores sobre o real valor de seu trabalho, uma vez que os bens artisticamente criativos são intangíveis e se deparam ainda com um consumo gratuito destes bens. O autor ressalta que por este motivo, os denominados 4 Ps do marketing (produto, praça, promoção e preço) devem ser substituídos pelos 4 Cs (consumidor, consumo, conveniência, comunicação). Isto envolve uma mudança de paradigma em relação à forma de oferta e consumo do produto musical.

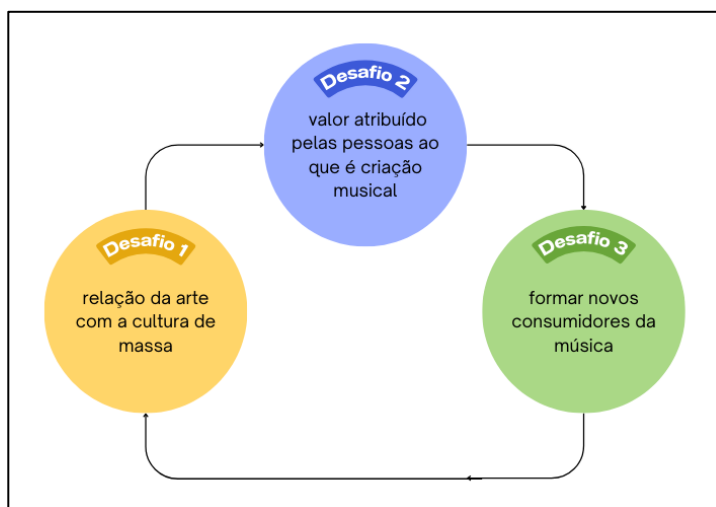
Neste contexto, os principais desafios em relação à categoria carnaval e samba na cidade de Bauru, de acordo com a pesquisa, baseiam-se em: relação da arte com a cultura de massa, o valor atribuído pelas pessoas àquilo que é criação musical, comparado aos itens de consumo do dia a dia, e formar novos consumidores da música que estão muito presos à cultura de massa atualmente.

A relação da arte com a cultura de massa, um dos desafios da categoria carnaval e samba, está coerente com os desafios listados pelos integrantes das categorias núcleo criativo, produção de espetáculos e mídias. A pesquisa demonstra que os compositores encontram dificuldades em relação à forma de consumo da música atualmente, impactando no público frequente em bares e restaurantes com música ao vivo, especialmente aqueles bem segmentados. As mídias estão envolvidas neste ciclo de desafios porque impactam tanto na formação dos consumidores em relação ao estilo consumido (principalmente as rádios comerciais que trabalham com programação restrita à aceitação do momento), quanto em

relação à pressão dos compositores e artistas locais referente ao espaço que gostariam de ocupar. A Figura 13 ilustra este ciclo de desafios.

Neste cenário, voltando os holofotes à atividade artística enquanto profissão, Carvalho (2019) destaca a instabilidade diante da dicotomia arte x mercado. Para o autor, o artista fica dividido entre praticar suas habilidades reais ou ganhar dinheiro praticando o que o consumidor espera dele. Esta é uma contradição presente na área musical, minimizada em alguns momentos pelo empresário artístico, que visa a equilibrar esta dicotomia rentabilizando a sua produção cultural.

Figura 13 - Ciclo de desafios relacionados à categoria carnaval e samba



Fonte: elaborado pela autora

De acordo com os resultados da pesquisa as pessoas esperam aquilo que a mídia está enfatizando no momento. Isso leva o artista a deixar de apresentar, muitas vezes, uma composição muito boa e qualificada para atender à expectativa do público. As respostas dos questionários demonstram que quando o público pede uma música ao intérprete em um bar ou restaurante com música ao vivo é isto que acontece: o músico deixa de apresentar o que ele tem de melhor para se inserir no mercado.

Esse relato explica o ciclo de desafios relacionados à categoria carnaval e samba apresentados na Figura 13. Neste sentido, Freitas (2005) cita que a cultura de massa tem sua força devida ao fato de que seus consumidores necessitam de algo que ela oferece como produto, explicando a causa do desafio número um, referente à relação da arte com a cultura

de massa. Isso quer dizer que a cultura de massa gera demandas que a arte por si só não consegue atender, pois o consumo acontece através de hábitos simples como assistir à televisão, ir ao cinema, ler jornais, relacionar-se pela internet e ouvir música.

Este hábito de consumo traz como consequência o desafio número 2, relacionado ao valor atribuído pelas pessoas ao que é criação musical, pois a cultura pode ser considerada um objeto, com valor agregado ao seu significado. Neste sentido, Silva e Fernandes (2019) argumentam sobre a tangibilidade da cultura através dos produtos que oferece no mercado, bem como a inter-relação entre arte, economia e tecnologia.

Por sua vez, esta tangibilidade gera o desafio número três, que trata da formação de novos consumidores da música, já que o contexto promove uma nova fase na economia e no sistema capitalista, pautada na habilidade de se vender experiências e sentido ao invés de *commodities*, de acordo com Carvalho e Azevedo (2020).

E o ciclo não se encerra no desafio número 3, apenas retorna ao desafio número um, uma vez que a arte é um dos insumos da indústria criativa, somada ao conhecimento, à criatividade e às novas tecnologias, explicam Bueno, Jorge e Feil (2017); Valiati (2017) e Souza, Avellar (2018).

5.3 Potencial do setor da música na cidade de Bauru: pontos e contrapontos

Em relação ao potencial da música na cidade de Bauru, as respostas dos entrevistados estão divididas entre aqueles integrantes das categorias estudadas que acreditam e aqueles que não acreditam neste potencial. Considerando o total de respostas obtidas na pesquisa, cerca de 30% dos entrevistados não acreditam no potencial do setor da música na cidade de Bauru, enquanto 70% acreditam que a cidade possui potencial para a música.

Entre aqueles que não acreditam no potencial do setor da música na cidade de Bauru, 40% são integrantes do núcleo criativo e justificam a resposta devido à falta de integração e desorganização do próprio setor. Os dados revelam que existe certa interação entre quem se conhece, indicando músicos, compartilhando convites, entretanto, é necessário ter iniciativa do setor público para a criação de eventos específicos, bem como para a população informada sobre os eventos e apresentações musicais da cidade. Na percepção dos integrantes do núcleo criativo, a oferta de música na cidade é alta porque Bauru tem muitos músicos, bandas, mas

isto de certa forma gera desvalorização por parte dos bares, que escolhem aqueles que exigem menos cachê, por exemplo. Neste sentido, os integrantes desta categoria desconhecem uma legislação ou regras que possam regular este mercado e consideram a classe musical desunida.

Para 60% dos integrantes do núcleo criativo, o setor da música na cidade de Bauru tem potencial. Entretanto, ao mesmo tempo existe muita competição e grupos que se fecham entre si, monopolizando o mercado e as poucas oportunidades existentes. Esta situação é mais perceptível aos músicos que se apresentam em bares e restaurantes com música ao vivo. Então, consideram que o setor da música na cidade de Bauru tem um grande potencial, especialmente por produzir grande variedade musical, gerando uma riqueza em questão de gênero musical: desde pessoas fazendo rap a outros artistas fazendo MPB, pop rock, entre outros.

Enquanto isso, nos centros educacionais existe um reduto de pessoas que querem consumir música ou que estão produzindo música. Então, é possível que a divisão de opiniões dos integrantes do núcleo criativo em relação ao setor da música na cidade seja uma consequência do desalinhamento destas potencialidades. Isso quer dizer que, se por um lado existem profissionais da música que se dedicam para a construção do setor da música na cidade de Bauru, por outro lado, algumas vezes este resultado não é perceptível pela falta de oportunidades e de espaço para esta atuação de forma democrática.

A percepção dos integrantes da categoria produção de espetáculos em relação ao potencial do setor da música na cidade de Bauru é positiva e isso se deve também ao perfil dos entrevistados, que, antes de serem proprietários de estabelecimentos ou estarem na liderança de estúdios, produções ou profissionais de apoio, já foram frequentadores da cena musical da cidade.

Inclusive, na opinião de um dos integrantes, há alguns anos a noite de Bauru era mais agitada, diferente do que é atualmente, e isso não está relacionado à pandemia. Diante da quantidade de apresentações musicais existentes na cidade, a população bauruense poderia valorizar mais os estabelecimentos e os músicos da cidade, na opinião dos entrevistados. Os proprietários de bares e restaurantes com música ao vivo têm a percepção de que a população pensa que o valor cobrado na portaria não é repassado aos músicos, entretanto não é isso o que acontece.

Segundo os dados referentes aos integrantes da categoria produção de espetáculos, a diminuição da cultura das boates na cidade resgatou o perfil do público que aprecia música ao

vivo, mas que, ao mesmo tempo, quer um ambiente apropriado para comer e conversar, o que surpreendeu um dos entrevistados, que adiou a música ao vivo em seu estabelecimento por alguns meses. Percebendo este potencial, começou a oferecer e teve um retorno considerável de público.

Um dos bares com música ao vivo trabalha com um gênero musical específico e, na opinião deste proprietário, a mídia influencia significativamente na escolha musical da população, o que determina a faixa etária dos estabelecimentos com música ao vivo. Este fenômeno, na sua opinião, acontece gradativamente e sem muita consciência, mas como uma consequência da cultura de massa. Os integrantes da categoria produção de espetáculos acreditam que, assim como eles, os músicos precisam ser valorizados porque trabalham muito.

Em relação à cultura de massa que influencia a escolha musical da população, de acordo com Adorno (2011) isso não quer dizer que tudo se torna mercadoria, nem que possuam as mesmas condições de mercado, pois a aceitação de um produto cultural mais elaborado é menor nesta mesma proporção, devido à característica imediatista da sociedade, representada pelo *fast food* que ilustra a superficialidade dos bens de consumo de massa.

Entretanto, Alcântara *et al.* (2014) ainda acreditam que o pensamento autônomo se sobressai à cultura de massa, mesmo fazendo parte de um contexto de padronizar a arte para o consumo na lógica do mercado, trazendo reflexões e criticidade até mesmo como estratégia para aumentar as vendas.

Os integrantes da categoria centros educacionais também possuem uma opinião positiva em relação ao potencial do setor da música na cidade de Bauru. Entretanto, relatam problemas parecidos com aqueles relatados pela categoria produção de espetáculos, como, por exemplo, a influência da mídia na cultura de massa. Os dados revelam que os contratantes muitas vezes cometem o equívoco de contratar um gênero ou estilo musical do momento, pois em meio à apresentação o público começa a solicitar músicas com outros gêneros ou estilos musicais, gerando mais movimento no estabelecimento do que aquele contratado com esta intenção.

Outro problema que, na opinião dos integrantes dos centros educacionais ocorre com frequência e atrapalha o potencial do setor da música na cidade é o valor pago aos músicos. Neste sentido, consideram boa a cena musical bauruense, com movimento para todos. Entretanto, novamente aparece a informação de que os músicos de fora da cidade são mais valorizados tanto financeiramente como em forma de reconhecimento.

Dados referentes à categoria centros educacionais mostram que Bauru tem bastantes músicos e é a interação que "mata" o segmento, em forma de competição, não de uma forma amistosa. Um dos exemplos citados é a falta de indicação de outros músicos quando não é possível assumir algum compromisso diante de um convite ou diante de uma demanda, mas não se entendem os motivos que levam a isto.

Na cidade de Bauru, os dados desta categoria revelam que não existe uma união para realizar algo diferenciado, o que destaca a ausência de governança, uma das dimensões de um APL, que consiste no exercício de uma liderança do APL, pública, privada ou efetivada pelo seu conjunto representativo.

Este contexto explica que em Bauru existem duas situações para a música: a arte e o mercado. Em relação ao mercado, Bauru não apresenta condições favoráveis. Por outro lado, em relação à música, Bauru está extremamente efervescente, uma cidade produtiva. Eventos locais favorecem outras categorias relacionadas, por exemplo, procura por estúdios para ensaio, comércio de instrumentos, acionamento de profissionais de apoio, entre outros.

Neste contexto, de acordo com Leite Junior (2017), quando a arte é submetida ao mercado, está sujeita a ser reduzida a uma coisa e o indivíduo, sujeito à passividade e ao processo de coisificação, favorecendo a transformação das relações em mercadoria, em que ter se sobressai ao ser.

Os integrantes da categoria centros educacionais relatam que as bandas com propostas de música instrumental, como jazz, apresentam músicos de altíssimo nível. Acredita-se que em todas as áreas culturais Bauru tem um potencial sensacional. Uma das causas, de acordo com a pesquisa, é a proximidade com a cidade de Tatuí-SP, que possui um conservatório musical que forma professores e estes vêm atuar na cidade de Bauru.

Os dados referentes a esta categoria mostram que Bauru é uma cidade que pode ser considerada um "celeiro" de músicos, por existirem muitos instrumentistas eruditos que aproveitam as oportunidades oferecidas pelas iniciativas públicas e privadas para se especializar e expandir suas carreiras em orquestras internacionais. Este é um motivo pertinente para o aprimoramento das formas de oferta dos editais públicos e propostas da iniciativa privada, uma vez que a cidade de Bauru possui áreas específicas de abordagem em relação às políticas públicas, tais como a ferramenta de cadastramento de artistas e espaços culturais e o chamamento público.

O mesmo acontece com o samba na cidade. A pesquisa revela que músicos que começam suas carreiras na cidade se especializam nos seus instrumentos musicais (violão de sete cordas, cavaquinho, trompete, bateria, piano) e expandem suas carreiras tocando com músicos conceituados no mercado, como Zeca Pagodinho, Dudu Nobre, Fábio Pascoal, entre outros. Estes músicos que iniciam suas carreiras na cidade de Bauru dependem de editais públicos serem abertos para que seus trabalhos sejam remunerados, com a gravação de um álbum ou a participação em eventos, pois não existem muitas outras formas de remuneração. Literalmente saem das salas de aula e vão para o mercado de trabalho sem muita perspectiva que não sejam os editais muito concorridos ou o trabalho autônomo. Entrevistados das categorias núcleo criativo, centros educacionais e carnaval/samba, expressaram suas opiniões sobre a sustentabilidade da carreira do músico girar em torno da cultura de massa, citando a música sertaneja como única forma de se sustentar com dignidade no setor.

Por outro lado, informações referentes aos integrantes da categoria mídias mostram que muitos atores têm se mobilizado para contribuir com o potencial do setor da música na cidade de Bauru, citando nomes como Paulo Maia, Wellington Leite, Josiel Rusmont, que começaram a criar seus próprios nichos. A pesquisa revela que existem casas autorais hoje na cidade que recebem esses artistas autorais e que possuem uma importância até maior do que o rádio porque propagam seus trabalhos, oportunizam a divulgação e, conseqüentemente, a geração de renda.

Um dos entrevistados desta categoria relatou que atualmente trabalha com profissionais na faixa etária de 40 a 45 anos e que tem o perfil de apreciar detalhes das obras musicais, por exemplo, arranjos, timbre da bateria, abordagem do contrabaixo. Na sua opinião, este grupo vivenciou a década de 1980, em que as bandas começaram a descobrir recursos técnicos para melhoria na qualidade das músicas gravadas. Então, observam que atualmente as músicas estão muito bem arranjadas, fazendo um contraponto com a música sertaneja, citada anteriormente, como cultura de massa e, na opinião dos entrevistados, pobre de ritmo, de melodia, de harmonia, de letra.

Enquanto músico e profissional de comunicação, um dos entrevistados relatou que este olhar minucioso é consequência de um hábito da década de 1980, quando as capas de disco traziam informações sobre a ficha técnica, como, por exemplo, quem gravou a bateria naquela música, quem foi o produtor. Por isso, enfatiza que a cena da música na cidade de Bauru tem esses expoentes que começaram a nascer localmente e tornam-se internacionais.

Uma opinião diferente sobre o potencial da música na cidade de Bauru vem dos integrantes da categoria carnaval e samba. Os dados revelam que aspectos favoráveis e desfavoráveis ao setor fazem parte de um ciclo.

Outro integrante relatou que atualmente o valor do cachê é menor do que há dez anos, quando o músico ganhava 50% do salário-mínimo – atualmente, ganha de 3% a 5%. Os entrevistados têm a percepção de que, diante disto, existe uma concorrência desleal que contribui com a desvalorização do músico, porque se um artista não aceita determinado valor de cachê, outro aceitará e, desta forma, definirá o valor do músico no mercado. Por outro lado, são poucas as possibilidades de trabalho e o músico é um trabalhador pertencente à economia criativa.

Diante do exposto, Skar (2016) aponta que a classe criativa pode ser diferenciada por essencialmente ser remunerada de acordo com suas habilidades. A classe trabalhadora convencional tem o foco na execução de tarefas previamente planejadas e estruturadas, muitas vezes sem autonomia e flexibilidade para criar. Neste sentido, Santos *et al.* (2018) denominam como Serviços 4.0 esta nova abordagem que é simples, intuitiva, personalizada e conectada em tempo real e com interação constante com os consumidores, por meio de diversos canais. O Quadro 13 apresenta uma comparação entre os serviços prestados de forma tradicional e os Serviços 4.0.

Quadro 13 - Comparação entre os serviços tradicionais e serviços 4.0

| Prestação de serviços tradicional | Serviços 4.0 |
|--|-----------------------------------|
| Reativo | Proativo |
| Especificado, separado | Integrado, empacotado |
| Padronizado | Customizado |
| Baseado na experiência | Orientado a dados |
| Explícita, interfaces físicas | Implícitas, interfaces virtuais |
| Centros de serviços remotos | Serviços onipresentes |
| Trajetos pré definidos | Trajetos flexíveis, em tempo real |
| Infraestruturas fragmentadas | Infraestrutura compartilhada |

Fonte: (Adaptado de Santos *et al.*, 2018)

Esta comparação ressalta que o atendimento, a qualidade e a maneira como o serviço é prestado são características essenciais no contexto dos serviços 4.0. Para isso, torna-se necessária a capacitação dos colaboradores, para que este serviço contribua efetivamente com a sociedade. É interessante evidenciar que a tecnologia está presente neste processo. Entretanto, Florida (2011) explica que classe trabalhadora e de serviços atuam pautadas em um planejamento e a classe criativa tem o foco na autonomia e flexibilidade para criar possibilidades. Isto explica os diferentes pontos de vista em relação ao setor da música na cidade de Bauru, uma vez que as respostas podem estar pautadas em uma percepção do trabalho realizado tradicionalmente, embora os integrantes estejam inseridos no contexto da economia criativa. O Quadro 14 apresenta a divergência de opiniões em relação ao potencial do setor da música na cidade de Bauru.

Quadro 14 - Divergência de informações em relação ao potencial do setor da música na cidade de Bauru

| Potencial do setor da música na cidade de Bauru | Argumentos referentes à arte musical | Argumentos referentes ao mercado da música |
|---|--|--|
| Setor da música na cidade de Bauru tem potencial | <ul style="list-style-type: none"> - variedade musical - riqueza em questão de gênero musical - bandas com propostas de música instrumental, como jazz, apresentam músicos de altíssimo nível - todas as áreas culturais de Bauru têm um potencial sensacional - proximidade com a cidade de Tatuí-SP, que possui um conservatório musical que forma professores e estes vêm atuar na cidade de Bauru | <ul style="list-style-type: none"> - reduto de pessoas que querem consumir música ou que estão produzindo música - a diminuição da cultura das boates na cidade resgatou o perfil do público que aprecia música ao vivo - eventos locais favorecem outras categorias relacionadas - músicos que começam suas carreiras na cidade, se especializam nos seus instrumentos musicais e |

| | | |
|--|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - "celeiro" de músicos por existirem muitos instrumentistas eruditos - existem casas autorais que propagam trabalhos autorais - expoentes que começaram a nascer localmente e tornam-se internacionais | <p>expandem suas carreiras tocando com músicos conceituados no mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> - casas autorais que oportunizam a divulgação e, conseqüentemente, a geração de renda - oferta de música na cidade é alta |
| <p>Setor da música na cidade de Bauru não tem potencial</p> | <ul style="list-style-type: none"> - falta de integração e desorganização do próprio setor - classe musical desunida - a população bauruense poderia valorizar mais os estabelecimentos e os músicos da cidade - a influência da mídia na cultura de massa - falta de indicação de outros músicos quando não é possível assumir algum compromisso diante de um convite ou diante de uma demanda | <ul style="list-style-type: none"> - desvalorização por parte dos bares que escolhem músicos que exigem menos cachê - classe desconhece uma legislação ou regras que possam regular este mercado - existe muita competição e grupos que se fecham entre si, monopolizando o mercado e as poucas oportunidades existentes - valor pago aos músicos - músicos de fora da cidade são mais valorizados tanto financeiramente como em forma de reconhecimento - mercado da música tem condições desfavoráveis - músicos saem das salas de aula e vão para o mercado de trabalho sem muita perspectiva que não sejam os editais muito |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>concorridos ou o trabalho autônomo</p> <p>- existe uma concorrência desleal e que contribui com a desvalorização do músico</p> |
|--|--|---|

Fonte: elaborado pela autora

A divergência de opiniões em relação ao potencial do setor da música na cidade de Bauru ilustrada no Quadro 14 levanta indicadores favoráveis ao potencial da música na cidade de Bauru, mas não necessariamente ao mercado da música. A divergência entre arte e comércio acontece há anos, segundo Silva Junior (2021), conduzindo a transformação das “indústrias culturais” para as “indústrias criativas” como proposta de conexão entre a arte, a cultura, a tecnologia e os negócios.

Neste sentido, para Buss (2020) e Moreira Pinto (2021), apesar de a arte estar inserida no conceito de “indústria”, compõe um processo criativo gerador de renda e também vinculado à tecnologia. Isto proporciona transformações que vivenciamos no contexto do século XXI se utilizando do conhecimento e da criatividade como diferenciais para gerar aspectos positivos para todos os setores da economia e da sociedade. Entretanto, esta contribuição pode gerar divergências, como apresenta o Quadro 5, construindo uma sociedade desenvolvida tecnicamente, no caso, artisticamente, mas com poucas oportunidades de expressão mercadológica. Esta divergência pode prejudicar o desenvolvimento integral do setor da música na cidade de Bauru.

Iniciando as reflexões sobre o desenvolvimento artístico identificado por esta pesquisa no setor da música na cidade, os dados revelam que existe um potencial através de argumentos apresentados no Quadro 14. A variedade musical e a riqueza em questão de gênero musical, são duas informações relevantes neste aspecto, que inclusive compõem o perfil dos entrevistados, como por exemplo rock, flashback, samba, MPB, sertanejo, gospel, presentes especialmente nas categorias núcleo criativo e produção de espetáculos.

Além disto, bandas com propostas de música instrumental, como jazz, apresentam músicos de altíssimo nível, todas as áreas culturais de Bauru têm um potencial sensacional,

proximidade com a cidade de Tatuí-SP, que possui um conservatório musical que forma professores e estes vêm atuar na cidade de Bauru, "celeiro" de músicos por existirem muitos instrumentistas eruditos, existem casas autorais que propagam trabalhos autorais, expoentes que começaram a nascer localmente e tornam-se reconhecidos em nível internacional.

Entretanto, ainda em relação ao desenvolvimento artístico do setor da música na cidade, respostas como a falta de integração e desorganização do próprio setor e classe musical desunida são consideradas como informações que negam o potencial da música neste aspecto. Complementando estes argumentos, os dados revelam que as categorias sentem falta de valorização dos estabelecimentos com música ao vivo, bem como dos músicos da cidade por parte da população bauruense, embora este comportamento possa ser uma consequência da influência da mídia na cultura de massa, como já citado anteriormente. A falta de indicação de outros músicos quando não é possível assumir algum compromisso diante de um convite ou diante de uma demanda demonstra a ausência do trabalho em equipe entre os músicos, o que também pode estar relacionado a aspectos mercadológicos relativos à concorrência.

Aproveitando esta reflexão, em relação aos argumentos que não consideram o potencial do setor da música na cidade de Bauru, é interessante constatar que parte deles se refere ao mercado, tais como reduto de pessoas que querem consumir música ou que estão produzindo música. Entre estes argumentos, destacam-se a concorrência devido aos baixos cachês, desvalorização por parte dos bares que escolhem músicos que exigem menos cachê, bem como a competição e os grupos que se fecham entre si, monopolizando o mercado e as poucas oportunidades existentes, corroborando assim a falta de referências entre a própria categoria, citada anteriormente.

Outro aspecto importante diante da negação do potencial do setor da música em relação ao mercado é o desconhecimento ou ausência da legislação ou regras que possam regular este mercado. Entretanto, os Quadros 8 e 9, apresentados no Capítulo 4 deste estudo, mostram a gestão de direitos, bem como as portarias, resoluções e leis que regulamentam o setor da música, como resultado do levantamento realizado na cidade de Bauru. Foi possível perceber que existe o desconhecimento sobre este aspecto, entretanto, esta pesquisa não abarcou uma interpretação da legislação e por isso não permite afirmar a necessidade de alterações. Este desconhecimento sobre o assunto também pode ser responsável por outro argumento considerável na questão da negação do potencial da música na cidade, pois argumentos como

músicos que saem das salas de aula e vão para o mercado de trabalho sem muita perspectiva que não sejam os editais muito concorridos ou o trabalho autônomo, compõem os dados desta pesquisa.

Segundo Xavier (2016), para que a forma de produção das regiões concentradas favoreça o desenvolvimento das atividades vinculadas à economia criativa, é necessário que exista uma legislação, desenvolvimento de infraestrutura, constante expansão dos serviços, a formação de agentes criativos e a instalação de equipamentos sociais criando contextos favoráveis para as atividades de criação e execução de produtos, processos e serviços culturais.

Porém, diante dos dados apresentados, identifica-se uma incoerência com um dos aspectos fundamentais de um APL, tais como a sinergia entre os empreendedores na assimilação de novas tecnologias e melhorias no processo de oferta destes produtos e serviços.

Por outro lado, existem argumentos que conduzem uma tendência do potencial do mercado da música, tais como o reduto de pessoas que querem consumir música ou que estão produzindo música na cidade, informação presente no Quadro 7 do Capítulo 4, que apresenta quantidade de itens das categorias do Arranjo Produtivo Local da Música, destacando aqui o número de produtoras, estabelecimentos com música ao vivo, que somam trinta e quatro itens, bem como o número de compositores, arranjadores, músicos e intérpretes, que somam cento e dez integrantes. Vale destacar o número de centros educacionais, que somam vinte e dois estabelecimentos. Isto justifica a informação levantada na pesquisa de que os músicos que começam suas carreiras na cidade se especializam nos seus instrumentos musicais e expandem suas carreiras tocando com músicos conceituados no mercado, gerando considerável oferta de música na cidade.

Um fator interessante nas respostas foi a observação de que a diminuição da cultura das boates na cidade resgatou o perfil do público que aprecia música ao vivo em bares e restaurantes, favorecendo o mercado e consequentemente outros segmentos.

Diante destes aspectos que afirmam o potencial do setor da música na cidade de Bauru, Coelho (2014) defende a necessidade de um olhar integral do segmento a ser estudado a partir dos arranjos produtivos, uma vez que a diversidade encontrada seja uma consequência do caráter dinâmico e diverso da cultura, cercada de possibilidades. Estas considerações, associadas aos dados desta pesquisa, corroboram que os produtos criativos não se restringem a

uma área ou segmentos específicos, mas a atividades que se complementam em um determinado espaço, oferecidas por empreendimentos de diferentes portes, com características inovadoras e relações com a mão de obra baseadas na versatilidade.

Neste sentido, desfiles de moda podem ser realizados em parceria com apresentações musicais, apresentações de dança podem estar vinculados ao audiovisual, de acordo com o Ministério da Cultura (2011), bem como, no caso do setor da música na cidade de Bauru, a gastronomia pode estar vinculada a apresentações de música ao vivo, ressaltando que no contexto da economia criativa os produtos interagem devido à facilidade gerada pela tecnologia e pela tendência multidisciplinar. Um exemplo desta interação na cidade são as casas autorais que oportunizam a divulgação e, conseqüentemente, a geração de renda, de acordo com a pesquisa realizada.

Vale ressaltar que aspectos fundamentais como a dimensão territorial, diversidade das atividades e atores, conhecimento e inovação, aparecem entre os argumentos favoráveis ao potencial do setor da música na cidade, sendo excluído o aspecto governança, neste caso.

Portanto, em relação aos pontos e contrapontos referentes ao potencial da música na cidade de Bauru apresentados neste capítulo, constata-se uma divisão de informações. Entre os entrevistados, considerando o total de respostas, cerca de 30% dos entrevistados não acreditam no potencial do setor da música na cidade de Bauru, enquanto 70% acreditam que a cidade possui potencial para a música. Mas a divisão de informações vai além do critério das categorias respondentes, expandindo-se para o potencial artístico e mercadológico.

A partir dos dados apresentados, é possível verificar que tanto em relação aos aspectos da arte musical quanto de mercado da música, a cidade de Bauru possui um potencial relevante para ser um APL da música diante das dimensões apresentadas no Quadro 5 deste estudo. Itens como dimensão territorial, diversidade das atividades, conhecimento tácito e inovações e aprendizados estão presentes nas informações da pesquisa, mas a dimensão governança não aparece como item favorável à formação deste APL, conforme apresenta o Quadro 15.

Quadro 15 - Dimensões de um APL e sua relação com as categorias do setor da música na cidade de Bauru entrevistadas neste estudo

| Dimensões de um APL | Categorias do setor da música na cidade de Bauru presentes neste estudo |
|--|--|
| Dimensão territorial: concentração de atores | Representatividade da pesquisa: núcleo criativo, produção de espetáculos, mídias, centros educacionais e carnaval/samba |
| Diversidade das atividades e dos atores: empresários, sindicatos, governo, instituições de ensino, instituições de pesquisa e desenvolvimento, ONGs, instituições financeiras e de apoio | Compositores, músicos, intérpretes, estúdios de gravação, bares com música ao vivo, profissões de apoio, rádios, redes sociais, escolas de música, universidades, escolas de samba, rodas de samba |
| Conhecimento tácito: conhecimento adquirido e repassado por meio da interação, conhecimento não codificado | Interação entre núcleo criativo e produção de espetáculos Interação entre núcleo criativo e centros educacionais |
| Inovações e aprendizados: inovações e aprendizados que surgem com base na interação dos atores | Interação entre núcleo criativo e mídias Carnaval e samba e sua interação com as categorias núcleo criativo, produção de espetáculos e mídias |
| Governança: liderança do APL, empresários ou conjunto representativo | Não foram identificados dados referentes a esta dimensão |

A dimensão territorial de um APL, de acordo com o Quadro 15, consiste em uma concentração dos atores referentes a um setor e, no caso deste estudo, os atores compõem o setor da música na cidade de Bauru, tais como núcleo criativo, produção de espetáculos, mídias, centros educacionais e carnaval/samba. Além disso, o Quadro 7, no Capítulo 4, apresenta a

quantidade de itens das categorias do Arranjo Produtivo Local da Música nas cidades de Bauru revelando a concentração destes atores, sendo que a produção de espetáculos possui trinta e quatro itens, o núcleo criativo, composto por cento e dez itens, mídias com vinte e oito itens, os centros educacionais constituídos por vinte e dois itens e carnaval/samba, com vinte e três itens.

Em relação à diversidade das atividades e dos atores, outra dimensão de um APL de acordo com o Quadro 15, a pesquisa revelou a presença de compositores, músicos, intérpretes, estúdios de gravação, bares com música ao vivo, profissões de apoio, rádios, redes sociais, escolas de música, universidades, escolas de samba, rodas de samba, todos profissionais da música que compõem a amostra deste estudo.

A interação entre as categorias estudadas, tais como núcleo criativo e produção de espetáculo, núcleo criativo e centros educacionais, núcleo criativo e mídias, carnaval e samba e sua interação com as categorias núcleo criativo, produção de espetáculos e mídias, conforme ilustra a Figura 10 corrobora as dimensões conhecimento tácito e inovações e aprendizados, devido ao conhecimento adquirido e repassado, bem como inovações e aprendizados que surgem com base na interação dos atores.

Especialmente nesta dimensão, os dados da pesquisa revelam que a interação está diretamente relacionada à participação transversal dos atores de uma categoria estudada em outra: por exemplo, atores do núcleo criativo como compositores e intérpretes, atuam nos estabelecimentos com música ao vivo, utilizam os estúdios de gravação, são professores de música e possuem perfis ativos nas redes sociais, itens pertencentes à categoria produção de espetáculos, centros educacionais e mídias. A pesquisa mostra que a categoria carnaval/samba também interage com todas as outras categorias, inclusive permeiam, muitas vezes, entre gêneros/estilos musicais diferentes.

Entretanto, em relação à dimensão "governança", que consiste no exercício de uma liderança do APL, pública ou privada, ou ainda exercida pelo seu conjunto representativo, não foram identificados dados pertencentes a esta dimensão que inclui empresários e/ou conjunto representativo como sindicatos e associações na pesquisa de campo realizada com as categorias do APL da música. O Quadro 8 do Capítulo 4 corrobora esta ausência de dados quando apresenta a quantidade de itens presente em cada uma das categorias do APL da música através de um levantamento de dados pois não existem itens como instituições, entidades, coletivos,

cooperativas culturais e núcleos, pertencentes à categoria "Instituições culturais". Somente a categoria carnaval/samba possui um item referente à dimensão "governança", pois possui um coletivo do samba.

Diante destas informações, apesar de a cidade de Bauru possuir uma Gestão de Direitos composta por Conselhos e Legislações que regulamentam a música conforme apresenta o Quadro 9 do Capítulo 4, bem como as Portarias e Resoluções presentes no Quadro 10 do Capítulo 4, os dados da pesquisa de campo revelam que o desconhecimento ou ausência da legislação ou regras que possam regular este mercado prejudicam o potencial mercadológico do setor da música na cidade.

Realizando um balanço entre os aspectos positivos e pontos de atenção em síntese com as categorias do APL da música na cidade de Bauru apresentados neste capítulo, a Figura 14 apresenta os fatores determinantes e características do APL no contexto criativo da cidade de Bauru, bem como os pontos de atenção em relação a este potencial.

Figura 14 - Síntese dos aspectos positivos e pontos de atenção relacionados às categorias do APL da música na cidade de Bauru



Fonte: elaborado pela autora

Na Figura 14, as setas direcionadas para a direita sintetizam aspectos positivos encontrados durante a pesquisa de campo, tais como a concentração de músicos e variedade musical, somada ao potencial consumo da música ao vivo na cidade, itens que compõem as categorias núcleo criativo e produção de espetáculos, bem como a interação do carnaval e do samba com outras categorias estudadas e, oportunidade para especialização e atuação de novos músicos na cidade, fazendo menção à categoria centros educacionais.

As setas direcionadas para a esquerda, na Figura 14, apresentam um resumo dos pontos de atenção deste capítulo. Entre eles estão a pouca integração entre os músicos, que, apesar de se concentrarem na cidade e proporcionarem variedade musical, concorrem entre si. Acredita-se que esta atitude seja consequência de uma ausência de governança, item presente nesta figura, já que as informações também mostram que o núcleo criativo é desorganizado na cidade. A remuneração insuficiente mencionada como ponto de atenção é ao mesmo tempo causa e consequência, pois pode ser o motivo pelo qual existe a concorrência e ao mesmo tempo é resultado da falta de um conjunto representativo relevante na cidade.

6. Conclusão

A trajetória do setor da música na cidade de Bauru, o levantamento de informações atuais referentes ao setor na cidade a partir das categorias do APL da música propostas pelo Plano de Economia Criativa (2011), bem como a pesquisa de campo realizada com os profissionais do setor da música, integrantes destas categorias em Bauru, apresentam dados cujas análises evidenciam os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local no contexto do setor da música na cidade de Bauru, objetivo geral deste estudo.

Analisando a trajetória do setor da música na cidade, foi possível evidenciar que a cena da música sempre esteve presente na cultura da cidade, uma vez que registros, mesmo que aleatórios, apontam a existência de apresentações musicais simples até as mais elaboradas no decorrer da história, bem como a presença de entusiastas da música que alavancaram projetos de bandas e orquestras, promovendo a cultura na cidade. É interessante destacar a primeira rádio local da cidade como um dos primeiros empreendimentos culturais, valorizando o artista local. Entretanto, Bauru não escapou da massificação da cultura, quando os programas de rádio passaram a cumprir programação nacional através de tecnologia importada, alterando o cenário musical desta história para sempre.

Neste sentido, esta trajetória é composta de fatos marcantes como o início na década de 1940 de um projeto que visa a levar boa música à população e que atualmente completa oitenta anos de existência, bem como relevantes festivais de corais na década de 1980 e a Semana do Hip Hop, que integra o calendário cultural do município desde 2013. Estes fatos contribuem para evidenciar os possíveis originadores do potencial arranjo produtivo local da música na cidade de Bauru.

Neste contexto, o levantamento de informações atuais referentes ao setor na cidade a partir das categorias do APL da música propostas pelo Plano de Economia Criativa (2011) contribuiu para destacar as áreas específicas da cultura na cidade de Bauru, que vão desde assembleia cultural regulamentada a orquestra sinfônica prevista em lei, como aspectos quantitativos referentes à representatividade das categorias do APL como o núcleo criativo, produção de espetáculos, mídias, centros educacionais, incluindo carnaval e samba. Esta representatividade foi utilizada na metodologia da pesquisa de campo deste estudo.

Em relação ao destaque de áreas específicas da cultura identificadas no levantamento, a assembleia cultural regulamentada diz respeito aos documentos e leis relacionados ao setor

da música presentes na cidade, como a Portaria SMC N.º 09/2021, que regulamenta a assembleia para escolha dos representantes dos segmentos artísticos do Conselho Municipal de Política Cultural de Bauru Gestão 2021/2023, a definição das competências dos Conselhos, bem como informações sobre os Conselhos existentes na cidade, os objetivos e informações necessárias para inscrição nos cursos oferecidos na divisão de ensino às artes. Esta é uma evidência de como a cena da música pode vir a ser um arranjo produtivo local na cidade, entretanto a questão da governança não aparecer como item favorável à formação deste APL pode estar prejudicando este fator.

Outra área específica que torna-se uma evidência neste sentido são as leis que instituem a Banda Sinfônica Municipal de Bauru e a Orquestra Sinfônica Municipal de Bauru, assim como a Lei Municipal nº 5.575-2008 – Programa de Estímulo à Cultura de Bauru, além de editais da cultura abertos com frequência.

Diante deste levantamento, a pesquisa de campo teve a intenção de cumprir dois objetivos pertencentes a este estudo. São eles: explicar como a cena da música pode vir a ser um arranjo produtivo local na cidade de Bauru; e demonstrar os possíveis originadores do arranjo produtivo local no contexto da arte musical que potencializariam o setor da música na cidade de Bauru.

Neste sentido, foi realizada uma análise de conteúdo relacionando-o aos fundamentos teóricos pesquisados, especialmente vinculados às características de um arranjo produtivo local. A análise envolveu a identificação das dimensões do setor musical na cidade de Bauru, tais como a sua dimensão territorial, a diversidade das atividades e dos atores, o conhecimento, as inovações e a governança, bem como a interação entre as categorias que compõem o arranjo produtivo local da música.

O grupo pesquisado foi composto de profissionais da música da cidade de Bauru-SP, presentes nas categorias do APL da música proposto no Plano de Economia Criativa (2011) e que se destacaram no mapeamento realizado entre os meses de janeiro e março de 2023 pela sua representatividade no setor da música na cidade.

Inicialmente foi traçado um perfil do grupo de profissionais da música, participantes da pesquisa de campo, apresentado detalhadamente no Quadro 11. Em relação ao perfil destes profissionais entrevistados, é possível destacar que possuem média de vinte e três anos de atuação na cidade, considerando todas as categorias estudadas. A formação destes profissionais

é diversificada, mas, apesar de algumas vezes possuírem também outras formações relacionadas a outras áreas de atuação, todos eles possuem conhecimento musical, seja formal ou informal. Sobre a contratação destes profissionais no setor da música, apesar de algumas vezes a atuação ser informal, com ausência de contratos de prestação de serviços ou qualquer outro registro, todos as respostas citaram possibilidades formais, mesmo que em ocasiões diferentes, como MEI, CLT ou microempresa. Estas informações iniciais decorrentes da pesquisa de campo podem afirmar a cultura musical presente na cidade, por meio do perfil dos participantes.

Diante das hipóteses levantadas neste estudo, tais como 1) na área cultural o APL musical propicia o crescimento de atividades como apresentações e atividades relacionadas à arte; e 2) na área econômica o APL musical incentiva o comércio de instrumentos musicais, gravação e edição musical e ensino da arte musical, em resposta ao problema "Como o setor da música na cidade de Bauru pode ser potencializado por meio de arranjo produtivo e quais fatores podem determinar este cenário?", o Capítulo 5 responde por meio da reflexão proposta entre os pontos e contrapontos referentes ao potencial do setor da música na cidade de Bauru.

Especialmente o Quadro 14 apresenta as principais divergências de informações em relação ao potencial do setor da música na cidade de Bauru, apresentando argumentos daqueles profissionais que acreditam no potencial do setor na cidade e daqueles que não acreditam.

Entretanto, estes argumentos mostram que as respostas dos entrevistados estão divididas entre aqueles integrantes das categorias estudadas que acreditam e aqueles que não acreditam neste potencial, distinguindo a arte musical e o mercado da música na cidade de Bauru. Considerando o total de respostas obtidas na pesquisa, cerca de 30% dos entrevistados não acreditam no potencial do setor da música na cidade de Bauru, enquanto 70% acreditam que a cidade possui potencial para a música.

De acordo com os dados do levantamento realizado na cidade cuja representatividade das categorias foi exposta na Figura 3, a hipótese 1 foi aprovada, uma vez que argumentos como variedade musical, riqueza em questão de gênero musical, bandas com propostas de música instrumental, proximidade com a cidade de Tatuí-SP, que possui um conservatório musical que forma professores e estes vêm atuar na cidade de Bauru, compondo um "celeiro" de músicos por existirem muitos instrumentistas eruditos, corroboram os benefícios de um APL musical no desenvolvimento dos aspectos culturais, de acordo com a pesquisa de campo.

Neste sentido, fatos da trajetória musical da cidade, tais como entusiastas que criaram bandas e orquestras que se apresentavam localmente e na região, projetos de promoção da música de qualidade que ainda se fazem presentes na cidade, inauguração de rádio local que valorizou o artista local, transformações no setor da música advindas da tecnologia da música gravada, que aproximaram a cidade de outras fontes artísticas, organização de festivais de corais relevantes, bem como a instituição no calendário municipal de uma semana cultural vinculada ao Hip Hop, corroboram a hipótese número 1.

Durante o levantamento realizado neste estudo, a representatividade das categorias do APL presentes no Plano de Economia Criativa (2011) como o núcleo criativo, produção de espetáculos, mídias, centros educacionais, incluindo carnaval e samba, também corroboram a hipótese número 1, uma vez que na Figura 3 é possível perceber que a categoria de maior representatividade é o núcleo criativo, composto por compositores, arranjadores, músicos e intérpretes, incluindo empresários e produtores, categoria que se caracteriza como o eixo central do APL da música, o que justifica sua alta representatividade.

Fortalecem a hipótese número 1 a relevância do carnaval e do samba na cidade de Bauru, uma vez que o primeiro é constituído por cinco escolas de samba e três blocos, oficialmente, de acordo com informações da Secretaria de Cultura da cidade. O samba tem ainda maior representatividade e está presente em bares com rodas de samba, bem como em movimentos específicos da cidade.

A afirmação da hipótese 2 merece uma reflexão, pois se refere ao mercado da música e, diante dos dados levantados, tanto no mapeamento da cidade como na pesquisa de campo, como resume o Quadro 14(que trata das dimensões de um APL e sua relação com as categorias do setor da música na cidade de Bauru), as informações presentes evidenciam que, alinhados aos argumentos dos profissionais presentes nas categorias do APL da música, uma das dimensões, a governança, apresenta falhas ou ausência de estrutura.

Além disto, o Quadro 8 apresenta numericamente os itens das categorias do Arranjo Produtivo Local da Música nas cidades de Bauru comparando-os com a cidade de Piracicaba-SP, expondo claramente a análise das possibilidades do arranjo produtivo local da música na cidade de Bauru com suporte de informações e sobre a cidade de Piracicaba, bem como ilustra o perfil musical destes municípios, conforme a proposta do Capítulo 4.

Ampliando estas reflexões sobre a hipótese número 2, em relação aos aspectos quantitativos, o Capítulo 4 apresenta os Gráficos 3 e 6, que ilustram a representatividade das categorias do Arranjo Produtivo Local da música na cidade de Bauru e Piracicaba. Neste aspecto, a cidade de Bauru possui oito itens que condizem com as categorias do APL, enquanto Piracicaba contempla cinco itens.

Entretanto, argumentos como o desconhecimento de uma legislação ou regras que possam regular este mercado, poucos profissionais aproveitando as oportunidades existentes, percepção de que músicos de fora da cidade são mais valorizados tanto financeiramente como em forma de reconhecimento, além da falta de perspectiva diante de editais muito concorridos ou o trabalho autônomo, vêm ao encontro desta reflexão sobre a hipótese relacionada aos benefícios à economia no setor.

Ainda refletindo sobre a hipótese número 2, é interessante apontar os desafios presentes nas respostas dos integrantes da categoria núcleo criativo durante a pesquisa de campo, tais como: valorização/reconhecimento dos músicos não somente quanto ao dinheiro, mas em tratamento, estrutura, espaço; mudanças do mercado, que caminham em paralelo ao "modismo", pois a música que a mídia está ressaltando no momento torna-se um recurso para atrair clientes especialmente aos bares e restaurantes com música ao vivo; visibilidade da música autoral, que pode estar relacionada especialmente à necessidade de atrair o público com as músicas de massa; baixa frequência de editais públicos que atendam a demanda da música autoral (atualmente são ofertados apenas em determinadas épocas do ano).

Os dados da pesquisa de campo também demonstram que os principais desafios do setor da música estão relacionados a concorrência desleal, que é uma consequência da falta de cooperação entre os integrantes e até mesmo de governança, falta de incentivo da população bauruense em relação à valorização do músico, pois muitas vezes pensam que não é necessário pagar a portaria para assistir a determinada banda e que este valor deveria ser custeado exclusivamente pelo estabelecimento, bem como o público adolescente seguindo de forma significativa as tendências que a mídia insere no mercado.

Em relação ao ensino da arte musical, apesar de a cidade de Bauru ser considerada um "celeiro" de músicos devido à profissionalização, a maior parte dos compositores e intérpretes também atuam como professores de música como forma de complementar a renda, formal e informalmente. Além disso, a pesquisa de campo ofereceu outras intersecções entre os setores,

apresentados no Capítulo 5 e que apoiam a hipótese número 2. A Figura 11 ilustra a interação entre as categorias núcleo criativo, centros educacionais e produção de espetáculos, através dos pontos de intersecção A, B e C, respectivamente. Especialmente a intersecção C, que ilustra a interação entre os centros educacionais e a produção de espetáculos, acontece quando os professores de música são procurados pela comunidade, pela referência em educação musical e para a criação de arranjos musicais em músicas que serão apresentadas em shows, eventos e festivais, o que justifica outras formas de remuneração dos professores. Neste sentido, é possível afirmar também a hipótese número 2, uma vez que o potencial econômico do APL musical na cidade incentiva o comércio de instrumentos musicais, gravação e edição musical e ensino da arte musical.

Diante da afirmação das hipóteses 1 e 2, conclui-se que os fatores determinantes e características do arranjo produtivo local no contexto da arte musical foram explorados e apresentados neste estudo por meio da revisão bibliográfica que embasou a aproximação da pesquisadora à cena da música na cidade de Bauru por meio do mapeamento realizado, bem como por meio da pesquisa de campo, proporcionando o conhecimento da trajetória da música na cidade, da estrutura sociopolítica existente, do perfil dos profissionais pertencentes ao setor, bem como a interação entre eles, revelando a interação entre as categorias.

Além disso, a pesquisa revelou a percepção dos profissionais do setor da música na cidade de Bauru acerca da sua atuação profissional e sistematizou um conhecimento sobre as condições que potencializam e que não potencializam a arte musical e o mercado da música. Acredita-se que esta pesquisa tenha alto potencial de contribuição a partir da identificação destes pontos e contrapontos visualizados nos resultados.

Esta contribuição para o fortalecimento do setor musical pode envolver as seguintes possibilidades: construção de um plano municipal de cultura na cidade, envolvendo músicos, compositores, intérpretes e estudantes, bem como outras áreas da cultura presentes na cidade de Bauru; acesso aos espaços públicos musicais locais, promovendo eventos gratuitos realizados por profissionais locais, valorizando o potencial da arte musical identificado neste estudo; criação e fortalecimento de grupos organizados por gêneros/estilos musicais, envolvendo a estrutura local já existente. Tais propostas são relevantes porque contribuem com o desenvolvimento da economia criativa na cidade.

Esta pesquisa abriu diversas possibilidades de análises e assuntos que não foi possível explorar. Entendem-se pertinentes estudos voltados para olhares mais profundos sobre fatores relacionados aos aspectos determinantes e características do arranjo produtivo local no setor da música na cidade de Bauru. Merece destaque neste aprofundamento a dimensão governança, em que estão inseridos os coletivos e políticas públicas voltados ao setor, artisticamente e mercadologicamente. É possível que pesquisas voltadas especificamente às políticas públicas que atendam às necessidades do setor da música na cidade possam contribuir de forma significativa para o seu desenvolvimento. Tais pesquisas poderiam estar embasadas em experiências de outras cidades do mesmo porte e do mesmo país, ou até mesmo de outros países, por meio de exemplos de ações públicas e privadas relacionadas ao setor da música. Além disso, pesquisas voltadas à comunicação entre as categorias do arranjo produtivo local seriam interessantes para a interação entre os profissionais que as compõem, diante dos pontos e contrapontos apresentados neste estudo a respeito do assunto.

Referências

ABILIO, L. C. . Uberização: Do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. **Psicoperspectivas**, v. 18, n. 3. Valparaíso, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivasvol18-issue3-fulltext-1674>. Acesso em: 21 jan 2021.

ABREU, Paula. A indústria fonográfica e o mercado da música gravada – histórias de um longo desentendimento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, [S.L.], n. 85, p. 105-129, 1 jun. 2009. OpenEdition. <http://dx.doi.org/10.4000/rccs.356>.

ADORNO, Theodor W., 1903-1969 **Introdução à Sociologia da Música: doze preleções teóricas**. Tradução: Fernando R. de Moraes Barros. São Paulo: Editora Unesp, 2011. 420 p.

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Tradução: Guido A. de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

AGHION, P., BOLTON, P. A Theory of Trickle-Down Growth and Development, **The Review of Economic Studies**, Volume 64, Issue 2, April 1997, p. 151–172.

Agenda Regional das Indústrias Criativas. **Desenvolvimento de um cluster de indústrias criativas na região norte**. Estudo Macroeconômico. Fundação Serralves, 2015.

AGUIAR, João. Do trabalho imaterial como valor: o exemplo da estrutura macroeconômica das indústrias criativas. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, [S.L.], n. 109, p. 229-268, abr. 2020. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0102-229268/109>.

ALCÂNTARA, Julie Caroline de; COELHO, Rafaela de Campos; SANTOS, Vanessa Matos dos. Música: entre a indústria cultural e a cultura da mídia. **Intercom: XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, Vila Velha, v. 1, n. 1, p. 1-10, maio 2014.

ASSIS PINTO, Suely Lima de. A cultura e as diferentes concepções apreendidas nas determinações históricas. **Itinerarius Reflectionis**, Jataí, v. 3, n. 1, p. 1-17, 4 set. 2008. Universidade Federal de Goiás. <http://dx.doi.org/10.5216/ir.v1i3.208>.

AUSTRALIA. GOVERNMENT OF AUSTRALIA. Creative Nation: commonwealth cultural policy. **Commonwealth cultural policy**. 1994. Disponível em: <https://apo.org.au/node/29704>. Acesso em: 1 out. 2022.

AVELAR, J. M. B. *et al.* A economia criativa e a economia solidária no fortalecimento dos arranjos produtivos locais. **Anais do III Seminário dos Cursos de Ciências Sociais Aplicadas do Campus de Campo Mourão da Universidade Estadual do Paraná**. Campo Mourão, PR, 13 a 15 de setembro de 2017, p. 17. Disponível em: http://anais.unespar.edu.br/iii_secisa/data/uploads/ciencias_economicas/033e.pdf.

BARILI, Fabiane; CARVALHO, Juliano Varella de; BEZ, Marta Rosecler. As indústrias culturais e criativas baseadas nos círculos concêntricos. **Gestão e Desenvolvimento**, Novo Hamburgo, v. 13, n. 2, p. 5-16, ago. 2016.

BATISTA, G.; e SAUSEN FEIL, G. Quatro lógicas para compreender as contribuições da indústria criativa. **Anais do Salão Internacional de Ensino**, Pesquisa e Extensão, [S. l.], v. 9, n. 2, 2020. Disponível em: <https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/SIEPE/article/view/98292..> Acesso em: 26 nov. 2023.

BEM, J. S.; GIACOMINI, N. M. R.; WAISMANN, M. Utilização da técnica da análise de clusters ao emprego da indústria criativa entre 2000 e 2010: estudo da Região do Consinos, RS. **Interações** (Campo Grande), [S. l.], v. 16, n. 1, 2015. DOI: 10.20435/interacoes.v16i1.48. Disponível em: <https://www.interacoes.ucdb.br/interacoes/article/view/48>. Acesso em: 26 nov. 2023.

BENDASSOLLI, Pedro F. *et al.* Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 49, n.1, p. 10-18, jan./mar. 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/kvm4rNbFpXGNmfDSknxVBSP/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 05 jan 2022.

BENDASSOLLI, P. F.; BORGES-ANDRADE, J. E.. Significado do trabalho nas indústrias criativas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 51, n. 2, p. 143–159, mar. 2011.

BENEDICT, Ruth. Padrões de cultura. Tradução: Ricardo A. Rosenbusch. São Paulo: Folha de São Paulo, 2021. 232 p. (Coleção Folha Os Pensadores)..

BERTONI, L. M. Arte, Indústria Cultural e educação. **Cadernos CEDES** [online]. 2001, v. 21, n. 54, p. 76-81. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0101-32622001000200008>. Acesso em: 07 fev 2022. ISSN 1678-7110. <https://doi.org/10.1590/S0101-32622001000200008>.

BLACKING, J. Música, cultura e experiência. **Cadernos de Campo** (São Paulo - 1991), [S. l.], v. 16, n. 16, p. 201-218, 2007. DOI: 10.11606/issn.2316-9133.v16i16p201-218. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/50064>. Acesso em: 26 nov. 2023.

BOURDIEU, Pierre. O campo econômico. **Política e Sociedade**, Florianópolis, v. 4, n. 6, p. 15-58, jan. 2005.

BRASIL. Lei 3.857, de 22 de dezembro de 1960. Cria a Ordem dos Músicos do Brasil e dispõe sobre a regulamentação do exercício da profissão de músico, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 1960.

BRASIL, Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**. Brasília, 2011.

BRITTO, J; STALLIVIERI, F. Inovação, cooperação e aprendizado no setor de software no Brasil: análise exploratória baseada no conceito de Arranjos Produtivos Locais (APLs). **Economia e Sociedade**, Campinas, v. 19, n. 2 (39), p. 315-358, ago. 2010.

BUENO, E. T. ; JORGE, F. C. ; FEIL, G. S. . Indústria Cultural e Indústria Criativa: Definições, divergências e convergências. In: **XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)**, 2017, Curitiba, PR. Intercom 40 anos: comunicação, memórias e historicidades. São Paulo: Intercom, 2017. v. 40.

BUSS, P. M. *et al.* Promoção da saúde e qualidade de vida: uma perspectiva histórica ao longo dos últimos 40 anos (1980-2020). **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, n. 12, p. 4723–4735, dez. 2020.

CAMBOIM, L. G., BEZERRA, E. P., GUIMARÃES, E. J. B. Pesquisando na internet: uma análise sobre metodologias usadas em dissertações de mestrado do programa de pós-graduação em ciência da informação da UFPB. **Biblionline**, João Pessoa, v. 11, n.2, p. 123 –134, 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/index.php/biblio/article/view/25380/15178>>. Acesso em: 27 mai 2023.

CAMILO, Maria Inês Fonseca de Oliveira. **Lisboa: cluster musical**. 2013. 270 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa, 2013.

CAMPOS, Ana Cristina. **Pesquisa mostra impactos da pandemia nos municípios brasileiros**. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-10/pesquisa-mostra-impactos-da-pandemia-nos-municipios-brasileiros>. Acesso em: 12 jul. 2020.

CARNEIRO, Italan; QUEIROZ, Luis Ricardo Silva. A música como segmento da economia criativa: reflexões necessárias. **XXIV Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-8, jan. 2014.

CARVALHO, A. V. Economia Criativa e Negócios da Música.. Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa, Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM/RJ, Rio de Janeiro, 2019.

CARVALHO, Juliano Maurício de; AZEVEDO, Janaina Leite. Indústrias criativas: incursões acerca dos bens simbólicos, imateriais e capital humano. **Temática**, João Pessoa, v. 16, n. 4, p. 146-160, abr. 2020.

CASSIOLATO, José Eduardo; MATOS, Marcelo Pessoa; LASTRES, Helena M. M. (org.) Arranjos produtivos locais: uma alternativa para o desenvolvimento: criatividade e cultura. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. 380p.

CASTRO, Francisco Gómez; FIGUEIREDO, Luiz Eduardo. A economia criativa como proposta de valor nos modelos de negócio. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 111-122, jul. 2016.

CASTRO, Marcos Câmara de. Música e indústria cultural: teoria e prática. **Asempch: Congresso Chileno de Estudios en Música Popular**, [s. l], v. 1, n. 1, p. 401-411, jan. 2011.

CASTRO, T. R. *et al.* Economia criativa: desafios, oportunidades de negócios e fator de desenvolvimento econômico sustentável no setor de artesanato de couro no município de Pacujá – Ceará. **Revista de Administração e Negócios da Amazônia**, v. 10, n. 3, p. 31–52, 28 jan. 2019.

CESARINO, G. K. **Os arranjos criativos na transformação da cidade / Creative clusters in the transformation of the city** [176 f.]. Dissertação (Arquitetura e Urbanismo), Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2016. Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/handle/tede/2896>.

CHAUI, Marilena. Cultura e democracia. *Crítica y Emancipación*, (1): 53-76, junio 2008.

IBGE, Concla. Classificação Nacional de Atividades Econômicas. CNAE. . 9001-9/02. 2020

COELHO, Bruno Fontes Dias. Diagnóstico do arranjo Produtivo da música de Rio das ostras. **V Seminário Internacional: Políticas Culturais**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 1-16, maio 2014.

COHN, Gabriel. **As duas faces da indústria cultural**. 2020. A Terra é redonda. Disponível em: <<https://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/600495-em-edicao-as-duas-faces-da-industria-cultural-artigo-de-gabriel-cohn#>>. Acesso em: 12 jan 2022.

COOK, Nicholas. **Entre o processo e o produto: música e/enquanto performance**. Per Musi, Belo Horizonte, n.14, 2006, p. 05-22.

COSTA *et al.* Indústria cultural: revisando Adorno e Horkheimer. **Movendo Ideias**, Belém, v8, n.13, p.13-22, jun. 2003.

COSTA, Armando dalla; SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo de. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Economia & Tecnologia**, Curitiba, v. 25, n. 7, p. 1-8, abr. 2011.

COSTA, Mariana Fraga *et al.* Apontamentos para a História da Música Erudita em Bauru. **Mimesis**, Bauru, v. 35, n. 2, p. 223-262, 2014.

CRUZ, Leonardo Ribeiro da, Os novos modelos de negócio da música digital e a economia da atenção, **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 109, 2016, p. 203-228.

DUARTE, Tatiane Lopes; MADRUGA, Lucia Rejane da Rosa Gama. Economia criativa: uma aplicação em projetos de orquestras infantojuvenis. **XVII Engema**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-13, nov. 2015.

DUFFY, Vanessa Costa; RAMOS, Marcelo Silva. O desafio de transformar a criatividade em inovação: O caso do Rio criativo. **International Journal of Knowledge Engineering and Management (IJKEM)**, v. 3, n. 5, p. 242-258, 2014.

E-DIGITAL. **Estratégia brasileira para a transformação digital**. 2018. Disponível em: <<https://brasildigitalparatodos.org.br/brasil-digital-para-todos/e-digital/>>. Acesso em: 06 fev 2024.

ECONOMIA, Ministério da. **Arranjos Produtivos Locais**. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br>. Acesso em: 26 jul. 2021.

EVANS, S. **Crescendo a Economia de uma Cidade Criativa com Clusters Criativos**. Seminário Internacional Clusters Criativos: reflexões e inspirações; Curadoria de Ana Carla Fonseca. São Paulo: Sesc; Fecomercio SP, 2015. 212 p.

FACHIN, O. **Fundamentos de Metodologia**. São Paulo: Saraiva, 2001.

FARAH JÚNIOR, Moisés Francisco. A Terceira Revolução Industrial e o Novo Paradigma Produtivo: algumas considerações sobre o desenvolvimento industrial brasileiro nos anos 90. **Fae**, Curitiba, v. 3, n. 2, p. 1-16, maio 2000.

FAUSTINO, João Paulo e MOREIRA, Sonia Virginia. Indústrias criativas – mídia, cultura, economia e criatividade. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação** [online]. 2017, v. 40, n. 3 [Acessado 16 Fevereiro 2022], p. 211-220. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1809-58442017312>>. ISSN 1980-3508. <https://doi.org/10.1590/1809-58442017312>.

FAUSTINO, P. *Boas práticas para políticas públicas de memória, ciência e património*. Porto, Media XXI – Publishing, Research and Consulting, 2018, pag. 19-51

FERREIRA FILHO, José Alexandre; LIMA, Tatiane Gonçalves de; LINS, Anthony José da Cunha Carneiro. ECONOMIA CRIATIVA: uma análise sobre o crescimento do mercado das indústrias criativas. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 20, n. 42, p. 4-21, 25 abr. 2019. USCS Universidade Municipal de Sao Caetano do Sul. <http://dx.doi.org/10.13037/ci.vol20n42.5501>.

FERREIRA, Maria Carolina Zanini *et al.* Economia criativa e novos negócios: o caso da pré-incubadora Cocreation lab em Florianópolis. **Conferência Anprotec**, Rio de Janeiro, p. 1-25, jan. 2017.

FILIPPO, Denise; PIMENTEL, Mariano; WAINER, Jacques. Metodologia de pesquisa científica em sistemas colaborativos. In: PIMENTEL, Mariano; FUKS, Hugo (orgs.). **Sistemas colaborativos**. São Paulo: Campus, 2011. p. 402. Disponível em: <https://sistemascolaborativos.uniriotec.br/>. Acesso em: 28 maio 2023.

FIORAVANTE, Alexandre Sette Abrantes; EMMENDOERFER, Magnus Luiz. Indústrias criativas: reflexões à luz da microeconomia. **Gestão e Desenvolvimento**, Novo Hamburgo, v. 16, n. 2, p. 170-185, mar. 2019.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Firjan, 2019. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>. Acesso em: 02 abr 2023.

FIRJAN. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. Rio de Janeiro: Firjan, 2022. Disponível em: <https://casafirjan.com.br/pensamento/ambientes-de-inovacao/mapeamento-da-industria-criativa-2022>. Acesso em: 02 abr 2023.

FREITAS, Verlaine. Indústria cultural: o empobrecimento narcísico da subjetividade. **Kriterion**, Belo Horizonte, v. 1, n. 112, p. 332-344, dez. 2005.

FUINI, Lucas Labigalini. Os arranjos produtivos locais (APLs): uma breve explanação sobre o tema. **Geotextos**, Salvador, v. 9, n. 2, p. 57-83, dez. 2013.

FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO (ed.). **Música**. Disponível em: <http://www.fnde.gov.br/index.php/ acessibilidade/item/4098-m%C3%BAsica#:~:text=%C3%89%20uma%20forma%20de%20arte,organiza%C3%A7%C3%A3o%20ao%20longo%20do%20tempo..> Acesso em: 26 mar. 2023.

GASPAR, J. V.; PINTO, S. L. U.; TEIXEIRA, C. S. A criatividade como vetor da transformação urbana: cases e aplicações. **Conferência Anprotec**, 2017, p. 19. Disponível em: <http://via.ufsc.br/wp-content/uploads/2017/11/A-Criatividade-como-vetor-datransformação-urbana.pdf>. Acesso em:

GASPAR, Marcos Antonio et al. GESTÃO DA CRIAÇÃO DE CONHECIMENTO NA INDÚSTRIA CRIATIVA DE SOFTWARE. **Revista de Negócios**, [S.l.], v. 14, n. 4, p. 28-42, mar. 2010. ISSN 1980-4431. Available at: <https://bu.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/1155>. Date accessed: 17 feb. 2022. doi: <http://dx.doi.org/10.7867/1980-4431.2009v14n4p28-42>.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOES, Graciele Tozetto *et al.* Teoria crítica: fundamentos e possibilidades para pesquisas em avaliação educacional. **Rev. Eletrônica Pesquiseduca**, Santos, v. 9, n. 17, p. 72-90, jan. 2017.

GONZALES, Erica. **A economia da música: o setor de serviços musicais. o setor de serviços musicais.** Disponível em: [https://economiasdeservicos.com/2016/09/06/a-economia-da-musica-o-setor-de-servicos-](https://economiasdeservicos.com/2016/09/06/a-economia-da-musica-o-setor-de-servicos-musicais/#:~:text=O%20setor%20musical%20abrange%20diversos,dentre%20outros%2C%20que%20caracterizam%20a)

musicais/#:~:text=O%20setor%20musical%20abrange%20diversos,dentre%20outros%2C%20que%20caracterizam%20a. Acesso em: 26 mar. 2023.

GREFF e, Xavier. **A economia artisticamente criativa.** Tradução: Ana Goldberger. 1 ed. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2015. 192 p.

GROHMANN, R. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura.** v. 22, n.1, p. 106-122, fevereiro 2020.

HANSON, D. **Indústrias Criativas.** *Sistemas & Gestão*, v. 7, n. 2, p. 222–238, 2012. DOI: 10.7177/sg.2012.V7.N2.A7. Disponível em: <<https://www.revistasg.uff.br/sg/article/view/V7N2A7>>. Acesso em: 13 jan 2022.

HOWKINS, J. **The Creative Ecologies: Where Thinking is a Proper Job.** Hawthorn: Penguin, 2010.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA . Censo Brasileiro de 2010. São Paulo: IBGE, 2023.

IDENTIFICACIÓNy cierre de brechas de capital humano para el cluster de música de Bogotá - región. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá, 2018. Disponível em: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/22677>. Acesso em: 26 jul. 2022.

IPEA. Cadernos ODS. Disponível em: < http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=34776 > Acesso em 16 de julho de 2019.

IPEA. ODS – Metas Nacionais dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2018. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/180801_ods_metas_nac_dos_obj_de_desenv_susten_propos_de_adequa.pdf > Acesso em 16 de julho de 2019.

IPIRANGA, Ana Sílvia Rocha; AMORIM, Mônica Alves; MOREIRA, Maria Vilma Coelho. Compartilhando Conhecimentos sobre os Arranjos Produtivos Locais: a história da comunidade de prática da rede nós. **Anpad**, Salvador, v. 1, n. 1, p. 1-16, set. 2006.

KOOP, Stefane Katrini. A indústria cultural e o conceito de alienação. **Pólemos**, Brasília, v. 7, n. 14, p. 125-140, jul. 2018.

LACOMBE, Fabiano. O Conceito de Indústria Cultural: leituras na contemporaneidade. **Entremeios**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 15, p. 1-12, jan. 2019.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa:** planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2010.

LANDRY, C. The Creativity City Index. *City, Culture and Society*, v. 2, p. 173-179, 2011.

LASTRES, Helena Maria Martins *et al.* Desafios e oportunidades da era do conhecimento. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 16, n. 3, p. 60-66, ago. 2002.

LAZZERETTI, Luciana; VECCO, Marilena (Ed.). *Creative industries and entrepreneurship: Paradigms in transition from a global perspective.* Edward Elgar Publishing, 2018.

LEE, Hye-Kyung. The political economy of 'creative industries'. **Media, Culture & Society**, [S.L.], v. 39, n. 7, p. 1078-1088, 13 fev. 2017. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/0163443717692739>.

LEISTNER, Rodrigo Marques. O debate da Escola de Frankfurt e suas contribuições para uma reflexão crítica da sociedade contemporânea. **Ciências Sociais Unisinos**, vol. 51, n. 2, mayo-agosto, 2015, pp. 110-122 Universidade do Vale do Rio dos Sinos São Leopoldo, Brasil.

LEITE JUNIOR, Francisco Carlos Ribeiro Costa. **A música do silêncio e o seu resgate crítico em Adorno e Horkheimer.** 2017. 44 f. TCC (Graduação) - Curso de Filosofia, Universidade Federal do Maranhão, São Luis, 2017.

LEITE, Wellington César Martins. **Os Músicos Independentes de Bauru e o uso de Tecnologias de Comunicação:** acesso e Aproveitamento. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação, Bauru, 2020.

LELIS, Henrique Rodrigues; LEMOS JÚNIOR, Eloy Pereira. Economia criativa e inovação tecnológica: uma análise comparativa dos aspectos legais e econômicos ligados aos setores criativos do Brasil e do Reino Unido. **Revista Paradigma**, Ribeirão Preto, v. 28, n. 1, p. 159-180, jan. 2019.

LIMA, Bruna Della Torre de Carvalho, SANTOS, Eduardo Altheman Camargo. (2018). Socialização e dominação: a Escola de Frankfurt e a cultura. **Tempo Social**, 30(3), 123-141. <https://dx.doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2018.145015>.

LIZ, Carlos *et al.* Sociedade de Consultores Augusto Mateus & Associados. **A Economia Criativa em Portugal:** Relevância para a Competitividade e Internacionalização da Economia Portuguesa. [S.l.], 2016. Disponível em: https://issuu.com/addict-creativeeconomy/docs/addict_economia_criativa_vf. Acesso em: 18 jan 2022.

LOIOLA, E.; LIMA, C. L. C. Aglomerações produtivas e segmento cultural: algumas considerações. *Enecult. Anais...* In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Salvador: 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14453.pdf>>. Acesso em: 27 jul. 2015

MANFRÉ, Edson Roberto; NARDEZ, Eduardo. Desenvolvimento local e o arranjo produtivo local – APLs / Local development and the local productive arrangement - APLs. **Geografia**

em **Atos** (Online), [S.L.], v. 6, n. 13, p. 96-112, 13 nov. 2019. Revista Geografia em Atos - Online. <http://dx.doi.org/10.35416/geoatos.v6i13.6201>.

MARCUSE, Herbert. **A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional**. Tradução: Giasone Rebuá. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

MARIA LIZTAYLON DA SILVA ; MARIA VANDIA GUEDES LIMA. A música como instrumento de aprendizagem. **Revista PLUS FRJ: Revista Multidisciplinar em Educação e Saúde**, ISSN - 2525-4014 p. 49, nº 2, out/2016.

MELGAREJO, Erlei Roldan. Economia criativa: alternativa para o desenvolvimento sustentável econômico e social para os países em desenvolvimento. **Atos do Congresso Responsabilidade e Reciprocidade**, Fundação Antonio Meneghetti & Faculdade Antonio Meneghetti, v. 1, n. 1, p. 228-238, jan. 2011.

MICHEL, Rodrigo Cavalcante; MACHADO, Ana Flávia; SÁTYRO, Natália Guimarães Duarte. Música, redes e tecnologia na periferia: impactos tecnológicos na produção de rap na zona sul de são paulo. **Nova Economia**, [S.L.], v. 29, número Especial , p. 1277-1303, 2019. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0103-6351/5797>.

MILLAN, Priscilla. Música na indústria cultural: um estudo de caso sobre o gênero sertanejo universitário. **Fapcom: Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-17, jun. 2014.

MOREIRA PINTO, Rafaela Moreira. **A contribuição da Educação Superior na formação de criadores para as Indústrias Criativas**: um estudo através das percepções da geração z. 2021. 83 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, 2021.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no século XX. O espírito do tempo – 1 NEUROSE**. Rio de Janeiro: Forense, 1975.

NAJBERG, Estela, *et al.* Educação superior e profissionalização de trabalhadores criativos: estado da arte. **Diálogo com a Economia Criativa**, [S.L.], v. 5, n. 15, p. 33, 17 dez. 2020. ESPM Rio de Janeiro. <http://dx.doi.org/10.22398/2525-2828.51533-57>.

NIEBORG, David B; POELL, Thomas. The platformization of cultural production: theorizing the contingent cultural commodity. **New Media & Society**, [S.L.], v. 20, n. 11, p. 4275-4292, 25 abr. 2018. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/1461444818769694>.

NOGUEIRA, Daniel Parente. Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação **43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL – 1º a 10/12/2020** Indústria fonográfica: o mercado de música no Brasil no início do Século XXI

NÚÑEZ, Tarson. O mercado musical e a cadeia produtiva da música no RS. **Ind. Econ. FEE**, Porto Alegre, v. 45, n. 2 p. 97-110, 2017.

Nutec - **Núcleo de Tecnologia e Qualidade Industrial do Ceará**. Disponível em: <<https://www.nutec.ce.gov.br/>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

OBSERVATÓRIO APL (2021). Disponível em: <<http://www.observatorioapl.gov.br/>>. Acesso em: 12 mai 2021.

OLIVEIRA, Ana Teresa Gonçalves. **Indústrias Criativas**: modelos de negócio na era digital. 2013. 87 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Economia, Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Porto, 2013.

PACHECO, Adriano Pereira de Castro e BENINI, Elcio Gustavo. A Economia Criativa em época de crise: o desenvolvimento endógeno brasileiro na obra de Celso Furtado. **Brazilian Journal of Political Economy** [online]. 2018, v. 38, n. 2, pp. 324-337. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/0101-31572018v38n02a06>>. ISSN 1809-4538. <https://doi.org/10.1590/0101-31572018v38n02a06>. Acesso em: 24 jan. 2022

PANOSSO, Carlos Eduardo. Economia criativa e arranjos produtivos locais: estudo das relações entre economia, cultura e desenvolvimento em palmas -TO. **VII Congresso Latinoamericano de Ciencia Política**: Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP), Bogotá, v. 1, n. 1, p. 1-25, set. 2013.

PEREIRA, Giovanni Tavares. Séries de animação, indústria criativa e consumo de bens culturais. **Diálogo Com A Economia Criativa**, [S.L.], v. 1, n. 2, p. 42-55, 11 out. 2016. ESPM Rio de Janeiro. <http://dx.doi.org/10.22398/2525-2828.1242-55>.

PIMENTA, Alex de Araújo. A música popular contemporânea sob a ótica da Escola Sociológica de Frankfurt: instrumento de alienação ou de libertação? **Quanta: Comunicação e Cultura**, Resende, v. 1, n. 1, p. 41-51, dez. 2015.

PIRES, Vladimir Sibylla; ALBAGLI, Sarita. Estratégias empresariais, dinâmicas informacionais e identidade de marca na economia criativa. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S.L.], v. 17, n. 2, p. 109-122, jun. 2012.

BAURU (SP). **Primeiros tempos da nossa Bauru**. Bauru: Prefeitura Municipal de Bauru, s.d. Disponível em: https://www2.bauru.sp.gov.br/arquivos/arquivos_site/publicacoes/Primeiros%20Tempos%20da%20Nossa%20Bauru.pdf. Acesso em: 26 mar. 2023.

PROCOPIUCK, Mario; FREDER, Schirlei Mari. Public policies and multilevel governance to promote the creative economy from the cultural field: inter-federative support for Curitiba's policy. **Nova Economia**, Belo Horizonte, v. 30, n. 2, p. 383-405, maio 2020.

PROSAS (ed.). **Associação Musical Liceu Noroeste**. Disponível em: <https://prosas.com.br/empreendedores/40613-associação-musical-liceu-noroeste>. Acesso em: 26 mar. 2023

QUEIROZ, Sabrina Medeiros Wanderley de. **Operacional ou estratégica?** um estudo de caso sobre a comunicação com empregados nas indústrias criativas do Recife. 2019. 214 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Indústrias Criativas, Universidade Católica de Pernambuco, Recife, 2019.

REIS, A. C. F. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. In: Ana Carla Fonseca Reis (Org.). São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 15 - 49.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. **Resolução nº 466**, de 12 de dezembro de 2012. Trata sobre as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisa envolvendo seres humanos. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 2012.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. **Resolução nº 510**, de 7 de abril de 2016. Trata sobre as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisa em ciências humanas e sociais. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 2016.

REZENDE, Natália Aparecida de. A indústria cultural na sociedade capitalista: coisificação e alienação da massa. **Revista Científica Integrada: UNAERP**, Ribeirão Preto, v. 4, n. 4, p. 1-6, out. 2020.

RIBEIRO, H.P., Um pouco de arte e cultura nos oitenta anos de Bauru. *Jornal da Cidade*, Bauru, **Edição Documento I**, Primeiro de Agosto de 1976.

ROMAO, Davi Mamblona Marques. Indústria cultural: o pensar cristalizado. **Rev. psicol. polít.** São Paulo, v. 20, n. 49, p. 518-531, dez. 2020. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-549X2020000300005&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 11 jan 2022.

ROODHOUSE, S. Defining the creative industries. **Creative Industries Journal**. v.1, n. 2, p. 137-150. Disponível em: <<http://interjunction.org/article/defining-the-creative-industries>>. Acesso em: 13 jan. 2022.

ROSA, Heloisa. Indústria criativa: a produção científica internacional. **Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis**, Curitiba, v. 5, n. 2, p. 1-15, maio 2020.

SANTOS, Laís Alves; NANNI, Henrique Cesar. Economia criativa como estratégia no desenvolvimento de negócios. **Processando O Saber**, Praia Grande, v. 1, n. 10, p. 93-112, jan. 2018.

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalism, socialism and democracy**. New York: Harper and Row, 1942.

SEBRAE (ed.). **Novas oportunidades no setor da música**. Brasília: Sebrae, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-as-novas-oportunidades-do-setor-de-musica,ee7f117852344810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 26 mar. 2023.

SERRA, N.; FERNANDEZ, R. S. Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **RAI Revista de Administração e Inovação**, v. 11, n. 4, p. 355–372, 1 out. 2014.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2013.

SIMONETTI, E. R.; KAMIMURA, Q. P. As políticas públicas direcionadas ao Desenvolvimento de arranjos produtivos locais. In: OLIVEIRA *et al.* (orgs.) **Arranjos produtivos locais e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Ipea, p. 21-36, 2017.

SILVA JUNIOR, João Roque. **Cultura, criatividade e desenvolvimento no Mercosul: desafios e possibilidades para as indústrias criativas e culturais**. 2021. 197 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação Interunidades em Integração da América Latina, USP, São Paulo, 2021.

SILVA, Anderson Diego Farias da. **O processo regulador na [Re] conversão de um Arranjo Produtivo Local: o caso do portomídia**. 2014. 113 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Centro de Empreendedorismo e Tecnologia da Economia Criativa, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

SILVA, Francisco Raniere Moreira da. As relações entre cultura e desenvolvimento e a economia criativa: reflexões sobre a realidade brasileira. **Revista Nau Social**, Salvador, v. 3, n. 4, p. 111-121, maio 2012. Disponível em: <file:///Users/camilaserra/Downloads/31173-Texto%20do%20Artigo-110520-1-10-20120524.pdf>. Acesso em: 01 mar. 2022.

SILVA, Marcela Guimarães; FERNANDES, Fabio Frá. A universidade como um espaço da indústria criativa. **Revista Comunicare**, São Paulo, v. 19, n. 1, p. 98-112, jan. 2019.

SILVA, Maria Listaylon da, LIMA, Maria Vanda Guedes. A música como instrumento de aprendizagem. **Revista PLUS FRJ: Revista Multidisciplinar em Educação e Saúde**. p. 49, n. 2, out/2016.

SILVA, P. P. da, VALIATI, L.. Digitalização e cadeia global de valor da música: uma abordagem evolucionária para emergência dos agregadores no mercado brasileiro. *Sociedade e Estado*, 34 (Soc. estado., 2019 34(1)), p. 85–105. <https://doi.org/10.1590/s0102-6992-201934010004>

SOUZA NETO, Manoel J. de. **A música como produto do capitalismo**. 2014. Disponível em: <https://culturaemercado.com.br/a-musica-como-produto-do-capitalismo/>. Acesso em: 03 fev 2022.

SOUZA, Caio Cesar Marinho Rodrigues de; SILVA, Gerardo. A reinvenção globalizada dos territórios criativos: do contexto global ao nacional. **Metrópole**, São Paulo, v. 24, n. 53, p. 363-386, jan. 2022.

SOUZA, Thiago Cavalcante de; AVELLAR, Ana Paula Macedo. Indústria criativa: um survey da produção científica indexada em uma abordagem meta-fatorial. **III Enei: Encontro Nacional de Economia Industrial e Inovação**, Uberlândia, v. 1, n. 1, p. 1-19, set. 2018.

TEIXEIRA, Vanessa Pancheri; TEIXEIRA, William; BENINI, Elcio Gustavo. A institucionalização da Economia Criativa no estado de Mato Grosso do Sul. **Interações**, Campo Grande, v. 20, n. 4, p. 1235-1248, out. 2019.

TIRONI RODO, Manuel. ¿Qué es un cluster? Geografías y prácticas de la escena de música experimental en Santiago, Chile. **EURE (Santiago)**, Santiago, v. 36, n. 109, p. 161-187, dic. 2010. Disponível em <http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612010000300007&lng=es&nrm=iso>. acessado em: 24 mayo 2022. <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612010000300007>.

TOWSE, Ruth. Creativity, Copyright and the Creative Industries Paradigm. **Kyklos**, [S.L.], v. 63, n. 3, p. 461-478, 14 jul. 2010. Wiley. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6435.2010.00483.x>.

UNESCO. Economia criativa. 2010.

VALIATI, Leandro. Economia da cultura e indústrias criativas: modos de usar e medir (um exercício taxonômico na lógica da mensuração). In: VALIATI, Leandro (ed.). **Economia da cultura: estatísticas e indicadores para o desenvolvimento**. 23. ed. São Paulo: Itáú Cultural, 2017. p. 1-246.

UNESCO. **Economia criativa**. 2010.

VARBANOVA, Lidija. Creative clusters: typology, characteristics, financial models and success factors. **Kultura**, n. 169, p. 249-276, 2020. Centre for Evaluation in Education and Science (CEON/CEES). <http://dx.doi.org/10.5937/kultura2069249v>.

WITTMANN, Tatiana. Cidades criativas: ativos intangíveis como recurso central de criação de valor. **Via**, Florianópolis, v. 6, n. 1, p. 5-10, abr. 2019.

XAVIER, JTP. Desterritorialização dos arranjos produtivos locais de cultura na ecologia criativa da cidade de São Paulo. In: SIMIS, A. *et al.* (orgs.) **Comunicação, cultura e linguagem** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014. Desafios contemporâneos collection, p. 359-385. ISBN 978-85-7983-560-5. Available from SciELO Books.

XAVIER, JTP. Mapeamento dos arranjos produtivos locais intensos de cultura: tecnologias sociais para a adoção de políticas públicas inclusivas nas cidades. In: CASADEI, E.B. (org.) **A extensão universitária em comunicação para a formação da cidadania** [online]. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016, p. 63-77. ISBN 978-85-7983-746-3. Available from: doi: 10.7476/9788579837463.

ZAMBON, Pedro Santoro; CARVALHO, Juliano Maurício de. Reflexões para uma abordagem de games enquanto indústria criativa. **XII Sbgames**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 58-64, out. 2013.

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Nome da Pesquisa: Questionário Potencialidades da cidade de Bauru para um APL da música

Pesquisadora Responsável:

[Camila Roberta Muniz Serra](#)

Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia
FAAC UNESP

Você está sendo convidado a participar da pesquisa intitulada Questionário Potencialidades da cidade de Bauru para um APL da música, cujos dados serão obtidos através de entrevista com perguntas abertas e fechadas.

A finalidade da pesquisa é explicar como a cena da música pode vir a ser um arranjo produtivo local na cidade de Bauru, bem como demonstrar os possíveis originadores do arranjo produtivo local no contexto da arte musical que potencializariam a cena da música na cidade de Bauru.

A participação solicitada para o desenvolvimento desta pesquisa requer que você responda perguntas sobre seu papel no setor da música na cidade de Bauru e sua interação com as categorias que compõem um APL da música como núcleo criativo, apresentações, mídias, educação e instituições culturais. O tempo de resposta será de 20 a 30 minutos, aproximadamente.

Sua participação nesta pesquisa é voluntária e muito importante. Se você optar por participar, as informações sobre seus dados pessoais serão mantidas de maneira confidencial e sigilosa. Apenas os pesquisadores autorizados terão acesso aos dados, mesmo que estes dados sejam usados para propósitos de divulgação e/ou publicação científica.

Você terá o direito de não participar de qualquer ação que lhe causar constrangimento/desconforto; também tem o direito de desistir de participar a qualquer momento sem nenhum prejuízo por isso e sem qualquer penalidade.

Pedimos que leia atentamente esse termo e, ao final da leitura, faça a escolha quanto à sua participação assinalando uma das opções *Concordo*/*Discordo*.

Caso concorde em participar, assine este documento, dando sua anuência mediante a escolha da opção *Concordo*. Caso não concorde em participar assinale *Discordo* e sua participação será encerrada.

A pesquisa será desenvolvida no segundo semestre de 2023. Você, como participante desta pesquisa, não terá nenhum benefício financeiro e também não terá custos financeiros.

Nenhum dos procedimentos usados durante a coleta de dados oferece riscos à sua dignidade, obedecendo aos Critérios da Ética em Pesquisa com Seres Humanos conforme as Resoluções nº. 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde (CNS).

A participação no estudo pode colocar os participantes em contato com questões sobre as quais não haviam pensado anteriormente, e isso pode despertar dúvidas. Contudo, estou disposta a esclarecer e orientar quanto a estes aspectos e, se for necessário e do seu interesse, estamos à disposição para maiores esclarecimentos antes e durante a pesquisa. Você poderá ter todas as informações que quiser, inclusive poderá ter a devolutiva dos dados na medida de seu interesse.

Finalizada a pesquisa, espera-se, também, que sejam produzidos textos para publicações científicas em periódicos especializados com o objetivo de difundir o conhecimento desenvolvido, mas não haverá qualquer identificação pessoal dos participantes.

Em qualquer etapa do estudo, você poderá ter acesso à pesquisadora para esclarecimento de eventuais dúvidas. Neste caso, entre em contato pelo telefone (14) 99787-7728, ou e-mail: camila.serra@unesp.br.

Li e/ou ouvi o esclarecimento acima e compreendi para que serve o estudo e a quais procedimentos eu serei submetido. A explicação que recebi esclarece os riscos e benefícios do estudo. Entendi que sou livre para interromper minha participação a qualquer momento, sem justificar minha decisão e que isso não me afetará. Sei que meu nome não será divulgado, que não terei despesas e não receberei dinheiro por participar do estudo. Eu concordo em participar do estudo.

Concordo

Discordo

Assinatura do respondente

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO POTENCIALIDADES DA CIDADE DE BAURU PARA UM APL DA MÚSICA

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Nome da Pesquisa: Questionário Potencialidades da cidade de Bauru para um APL da música

Pesquisadora Responsável:

[Camila Roberta Muniz Serra](#)

Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia

FAAC UNESP

Você está sendo convidado a participar da pesquisa intitulada Questionário Potencialidades da cidade de Bauru para um APL da música, cujos os dados serão obtidos de maneira online, mediante um forms disponibilizado através das redes sociais.

A finalidade da pesquisa é explicar como a cena da música pode vir a ser um arranjo produtivo local na cidade de Bauru, bem como demonstrar os possíveis originadores do arranjo produtivo local no contexto da arte musical que potencializariam a cena da música na cidade de Bauru.

A participação solicitada para o desenvolvimento desta pesquisa requer que você preencha este instrumento online, respondendo a um forms que contém um questionário com perguntas sobre seus dados pessoais, seu papel no setor da música na cidade de Bauru e sua interação com as categorias que compõem um APL da música como núcleo criativo, apresentações, mídias, educação e instituições culturais. O tempo de resposta será de 15 minutos aproximadamente.

Sua participação, nesta pesquisa, é voluntária e muito importante. Se você optar por participar, as informações sobre seus dados pessoais serão mantidas de maneira confidencial e sigilosa. Apenas os pesquisadores autorizados terão acesso aos dados, mesmo que estes dados sejam usados para propósitos de divulgação e/ou publicação científica.

Você terá o direito de não participar de qualquer ação que lhe causar constrangimento/desconforto; também tem o direito de desistir de participar a qualquer momento sem nenhum prejuízo por isso e sem qualquer penalidade.

Pedimos que leia atentamente esse termo e, ao final da leitura, faça a escolha quanto à sua participação assinalando uma das opções Concordo/Discordo.

Caso concorde em participar, assine este documento, dando sua anuência mediante a escolha da opção Concordo. Caso não concorde em participar assinale Discordo e sua participação será encerrada sem a apresentação do forms com os instrumentos.

A pesquisa será desenvolvida no segundo semestre de 2023. Você, como participante desta pesquisa, não terá nenhum benefício financeiro e também não terá custos financeiros.

Nenhum dos procedimentos usados durante a coleta de dados oferece riscos à sua dignidade, obedecendo aos Critérios da Ética em Pesquisa com Seres Humanos conforme as Resoluções nº. 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde (CNS).

A participação no estudo pode colocar os participantes em contato com questões sobre as quais não haviam pensado anteriormente, e isso pode despertar dúvidas. Contudo, estou disposta a esclarecer e orientar quanto a estes aspectos e se for necessário e do seu interesse, estamos à disposição para maiores esclarecimentos antes e durante a pesquisa. Você poderá ter todas as informações que quiser, inclusive poderá ter a devolutiva dos dados na medida de seu interesse.

Finalizada a pesquisa, espera-se também, que sejam produzidos textos para publicações científicas em periódicos especializados com o objetivo de difundir o conhecimento desenvolvido, mas não haverá qualquer identificação pessoal dos participantes.

Em qualquer etapa do estudo, você poderá ter acesso à pesquisadora para esclarecimento de eventuais dúvidas. Neste caso, entre em contato pelo telefone (14) 99787-7728, ou e-mail: camila.serra@unesp.br.

Li e/ou ouvi o esclarecimento acima e compreendi para que serve o estudo e quais procedimentos eu serei submetido. A explicação que recebi esclarece os riscos e benefícios do estudo. Entendi que sou livre para interromper minha participação a qualquer momento, sem justificar minha decisão e que isso não me afetará. Sei que meu nome não será divulgado, que não terei despesas e não receberei dinheiro por participar do estudo.

Categoria de atuação no setor da música

Núcleo criativo (compositores, músicos, intérpretes)

Produção de espetáculos (estúdio de gravação, bar com música ao vivo)

Mídias (rádio, TV, redes sociais)

Centros educacionais (escola de música, universidade)

Instituições culturais (centros culturais, teatros, auditórios)

Carnaval e samba (escola de samba, roda de samba)

Tempo de atuação no setor da música

Menos de 3 anos

3 a 5

6 a 10

11 a 20

Acima de 20 anos

Principal cidade de atuação no setor da música

Núcleo Criativo

Não faço parte desta categoria

Forma legal de atuação

Microempreendedor Individual (MEI)

Empresário Individual (EI)

Sociedade Limitada Unipessoal (SLU)

Sociedade Empresária Limitada

Sociedade Simples

Sociedade Anônima

Contratado CLT

Não tenho atuação legalizada

Outro

Qualificação profissional

Com qual estilo musical você trabalha com mais frequência?

Música erudita
Carnaval/samba
Gospel
Pagode
Blues
Sertanejo
Pop
Rock
Hip hop
Rap
MPB
Jazz

Locais em que se apresenta atualmente:

Bares com música ao vivo
Centros culturais
Teatros
Auditórios
Mídias digitais
Praça pública
Outros locais

Como você interage com as outras categorias do setor da música, como estúdios, rádios, TV, centros culturais, escolas, localmente?

Como você avalia suas condições laborais considerando os principais locais de apresentação? Organização, estrutura, receptividade.

Como ocorre a captação de recursos para investimento na sua atuação profissional?

Você conhece e/ou já participou de editais públicos para sua atuação? Se sim, quais? Se não, por que?

Na sua opinião, quais os principais desafios que você enfrenta no setor da música na cidade?

Você acredita que o setor da música da cidade de Bauru possui potencial?

Produção de espetáculos (estúdio de gravação, bar com música ao vivo)

Não faço parte desta categoria

Forma legal de atuação
Microempreendedor Individual (MEI)
Empresário Individual (EI)
Sociedade Limitada Unipessoal (SLU)
Sociedade Empresária Limitada
Sociedade Simples
Sociedade Anônima
Contratado CLT

Não tenho atuação legalizada

Outro

Com qual estilo musical você trabalha com mais frequência?

Música erudita

Carnaval/samba

Gospel

Pagode

Blues

Sertanejo

Pop

Rock

Hip hop

Rap

MPB

Jazz

Qual a sua frequência de trabalho com artistas locais?

Qual o valor médio pago atualmente para os artistas que se apresentam em seu estabelecimento?

Quais critérios você utiliza para organizar as apresentações em seu estabelecimento?

Qual a frequência de interação com os outros atores do setor da música da cidade, tais como centros educacionais, centros culturais, Secretaria da Cultura da cidade?

Você acredita que o setor da música da cidade de Bauru possui potencial?

Mídias (rádio, TV, redes sociais)

Não faço parte desta categoria

Com qual estilo musical você trabalha com mais frequência?

Música erudita

Carnaval/samba

Gospel

Pagode

Blues

Sertanejo

Pop

Rock

Hip hop

Rap

MPB

Jazz

Existe uma interação com os artistas locais?

Qual a sua frequência de trabalho com artistas locais?

Quais critérios são utilizados para organizar a sua programação?

Você acredita que o setor da música da cidade de Bauru possui potencial?

Centros educacionais (escola de música, universidade)

Não faço parte desta categoria

Forma legal de atuação

Microempreendedor Individual (MEI)

Empresário Individual (EI)

Sociedade Limitada Unipessoal (SLU)

Sociedade Empresária Limitada

Sociedade Simples

Sociedade Anônima

Contratado CLT

Não tenho atuação legalizada

Outro

Com qual estilo musical você trabalha com mais frequência?

Música erudita

Carnaval/samba

Gospel

Pagode

Blues

Sertanejo

Pop

Rock

Hip hop

Rap

MPB

Jazz

Os professores da sua escola também se apresentam como compositores ou intérpretes em estabelecimentos da cidade?

De que forma é feita a remuneração dos professores?

Quais os critérios de seleção dos professores na sua escola?

Como sua escola interage com outros músicos, bares, estúdios, centros culturais, mídias digitais, principalmente da cidade de Bauru?

Enquanto escola você se relaciona ou já se relacionou com outras escolas de música ou universidades da cidade? Se sim, de qual forma?

Você acredita que o setor da música da cidade de Bauru possui potencial?

Instituições culturais (centros culturais, teatros, auditórios)

Não faço parte desta categoria

Com qual estilo musical você trabalha com mais frequência?

Música erudita
Carnaval/samba
Gospel
Pagode
Blues
Sertanejo
Pop
Rock
Hip hop
Rap
MPB
Jazz

O estabelecimento possui estrutura de som próprios para ser utilizado nas apresentações que são realizadas no local?

Qual a sua frequência de trabalho com artistas locais?

Você acredita que o setor da música da cidade de Bauru possui potencial?

Carnaval e samba (escola de samba, roda de samba)

Não faço parte desta categoria

Como você avalia suas condições laborais considerando os principais locais de apresenta?

Você conhece e/ou já participou de editais públicos para apresentar-se? Se sim, quais? Se não, por que?

Como você interage com outros músicos, escolas de música, bares, estúdios, centros culturais, mídias digitais, principalmente da cidade de Bauru?

Na sua opinião, quais os principais desafios que você enfrenta no setor da música na cidade

Você acredita que o setor da música da cidade de Bauru possui potencial?