



**Governo de Sergipe**  
**Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe-**  
**FAPITEC/SE**

**RELATÓRIO FINAL DE PROJETO DE PESQUISA**

**ECONOMIA POLÍTICA DA MÚSICA EM SERGIPE:**  
**TRABALHO, TECNOLOGIA E MERCADO**

**ARACAJU-SE**  
**2013**



**Governo de Sergipe**  
**Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe-**  
**FAPITEC/SE**

**a) Identificação do projeto**

- Nº do Edital/ano: Edital Nº 013/2011
- Título do projeto: Economia Política da Música em Sergipe: trabalho, tecnologia e mercado
- Coordenadora do projeto: Verlane Aragão Santos
- Instituição: Universidade Federal de Sergipe
- Equipe: Allan Jonnes de Souza Araujo, Bruna Távora de Sousa Martins, Demétrio Rodrigues Varjão, Talita de Souza Mota

**b) Introdução**

O presente relatório apresenta sinteticamente e em primeira versão os resultados de pesquisa sobre a cadeia produtiva da música em Sergipe, desenvolvida entre 2010 e 2013, no âmbito do Programa de Iniciação Científica/UFS, para os anos em questão, e do Edital n. 013/2011/FAPITEC/SE, de Políticas Públicas, para 2012/2013.

A proposta desta pesquisa foi motivada inicialmente pelo Fórum Música Sergipe (FMS), coletivo de artistas e demais agentes da cena musical do estado, em demanda apresentada no final de 2009, sendo elaborada e desenvolvida pelo Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (OBSCOM/UFS). Sua viabilidade, contudo, só foi possível com o aporte financeiro, aprovado no referido edital da FAPITEC, em articulação com o NAPEC (Núcleo de Análises e Pesquisa da Secretaria de Estado da Cultura).

O projeto de pesquisa “Economia Política da Música em Sergipe: trabalho, tecnologia e mercado” aborda o problema da produção, distribuição e comercialização de conteúdo

musical no estado. Duas dimensões de análise são articuladas, uma relacionada à dinâmica econômica e tecnológica da indústria fonográfica, elemento central e referenciador da economia da música no mundo, e outra, a partir do levantamento das ações e perspectivas adotadas pelos artistas (solo/banda), em dois aspectos especialmente, o uso das novas tecnologias e as estratégias de negócios.

Com o propósito de estabelecer os elementos para a análise da produção, da distribuição e da comercialização tomou-se como instrumento o modelo da cadeia produtiva para o setor da música, utilizando-se como referências os estudos realizados para o estado do Rio de Janeiro (PRESTES FILHO, 2004) e para Belo Horizonte (SEBRAE; FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 2008).

A análise articula três eixos de discussão: o trabalho cultural, intelectual, criativo; a tecnologia digital, e o mercado, problematizando o predomínio das *majors* na indústria da música; tem como pressupostos o processo crescente de mercantilização das manifestações culturais (Indústria Cultural), a digitalização das indústrias culturais e a reorganização da indústria fonográfica; incorporando ademais o já apontado pela Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPC), a respeito da natureza específica dos bens culturais, sua unicidade, o problema da aleatoriedade de sua valorização/aleatoriedade de sua realização e a subsunção limitada do trabalho cultural, intelectual e criativo ao capital.

### **Música no século XX: o desenvolvimento da indústria fonográfica**

Attali (1995) demarca quatro grandes estágios de desenvolvimento da música no Ocidente, tomando a indústria fonográfica como referência: a música como sacrifício; a música como representação (precede a criação do fonograma); a música como repetição; a música como composição (considerando o autor as possibilidades técnicas não só de reprodução, mas de (re) criação musical).

Há cerca de um século, com o surgimento do fonograma, a música passou a assumir um espectro totalizante no seio da sociedade capitalista, invadindo de forma cada vez mais vulgar as reentrâncias dos espaços cotidianos. Ao mesmo tempo, como apontou Benjamin (1994), a reprodutibilidade técnica dos bens culturais incorporaria grupos maiores da sociedade ao campo de fruição antes restrito à aristocracia e à burguesia privilegiada. Este

otimismo não seria acompanhado por Adorno (1999), que destaca o caráter de mercadoria que passa a assumir a música, reduzida agora a meio de entretenimento.

**Figura 1**  
**Evolução Técnica da Indústria da Música**

### **Reprodutibilidade Técnica da Música - (Final do século XIX)**



### **Digitalização da Música - (Final do século XX)**

A criação do fonograma representa um ponto de inflexão só similar em importância ao desenvolvimento das ferramentas digitais, que possibilitam o compartilhamento livre de conteúdos musicais, transfigurando as formas de consumo, e permitem aos músicos – aos “trabalhadores culturais” – a apropriação de determinadas etapas do processo de produção e distribuição. Daí, retiram-se dois importantes objetos empíricos de estudo sobre a economia da música. Se a música hoje está disponível em vários formatos, não se restringindo ao CD e ao DVD, cabe uma discussão sobre a (re)organização da cadeia produtiva da música.

Ao mesmo tempo, cabe averiguar quais as consequências da apropriação por parte dos músicos das novas tecnologias, em termos, entre outros aspectos, do fim da exclusividade no papel de intermediação que as grandes gravadoras sempre assumiram entre o artista e o público.

Articulado com o desenvolvimento da tecnologia de produção e reprodução das canções, o mercado fonográfico de discos se estabeleceu. A estrutura da indústria fonográfica nascente a esta época desenvolveu-se com a expansão do cinema falado e do rádio e, desde o início, teve caráter monopolístico (MARCHI, 2009).

Ao longo do século XX esse modelo de produção fonográfica se consolidou. Em meados da década de 30, foi conformado um mercado de bens culturais que impulsionou a organização industrial de diversos setores culturais e modelos de administração e produção cultural de larga escala foram se estabelecendo constituindo o campo de produção da Indústria Cultural (ADORNO; HORKHEIMER, 1986).

O processo de produção industrial de mercadorias culturais se consolida quando da transição do sistema capitalista concorrencial para o sistema capitalista monopolista. Instituída no âmbito da crise mundial do capitalismo ocorrida na década de 30, a lógica de produção da Indústria Cultural fixa-se em um período de reestruturação e reorganização das forças produtivas. Nesta fase, foram estabelecidas readequações econômicas que serviram para reorganizar os processos produtivos e retomar o desenvolvimento do capitalismo. Neste contexto, a Indústria Cultural estabelece-se com funções de publicidade e propaganda (BOLAÑO, 2000) para dar conta de rearticular o sistema capitalista e manter a reprodução econômica (através da disseminação da publicidade) e ideológica (através da propaganda), ambas necessárias para a manutenção do sistema político-econômico, cumprindo assim papel de mediação entre o capital, o Estado e o público.

No setor musical, esse panorama de produção industrial de cultura manteve-se organizado sem alterações significativas de estratégias até a década de 70. Durante esse período, a indústria fonográfica se desenvolveu em torno da venda dos discos e do gerenciamento de direitos autorais (MORELLI, 1995).

No entanto, a partir da década de 70, com o processo de digitalização e a expansão da microeletrônica como marco técnico de produção, tem ocorrido mudanças nas estratégias desenvolvidas pelas empresas que disputam o mercado do setor. Isto vem conformando novas modalidades de organização econômica no campo da indústria cultural da música.

Novas estratégias de arrecadação econômica se estabelecem, como a comercialização de produtos *on line*, a venda de unidades por demandas, além da publicidade, de sistemas de recomendação de rádios *on line* como lastfm.com e o spotify.com. Além disso, tem crescido a formação de escritórios de música que se dedicam ao investimento em estruturas de shows e gerenciamento de carreiras.

Uma das principais transformações foi a perda da centralidade do disco no processo de produção musical. O surgimento do MP3 reduziu o consumo de CDs provocando uma reestruturação em toda a economia da música. Teixeira Jr (2004: 13) destacou que “em 2011, o total de MP3 em circulação na rede tenha sido uma vez e meia maior que o total de CDs vendidos em todo mundo: 2.5 bilhões de unidades”.

A ampliação do acesso à internet e da troca de dados entre usuários possibilitou que o consumo de música em formato MP3 fosse expandido. Com o advento da microeletrônica, a venda de computadores pessoais e equipamentos de gravação foram popularizados possibilitando um aumento da produção em si, potencializando também a distribuição e o consumo no mercado da música. Destaque-se que as novas tecnologias, de base microeletrônica, são de fácil dispersão na sociedade (PEREZ, 1986). Isto possibilita que ferramentas de produção que se mantinham restritas às fábricas sejam dispersas entre o conjunto da sociedade.

Na produção musical, isto se reflete nas formas de concepção e gerenciamento do trabalho. Com a expansão do acesso e a dispersão das ferramentas de produção, surge um crescente número de artistas que passam a produzir seus trabalhos sem o intermédio das gravadoras. Assim, podem participar dos processos de concepção e gerenciamento, diversificando os usos da produção musical e definindo as funções, a forma e o conteúdo da produção fonográfica.

O processo passa por uma simplificação considerável, além do que o artista também detém o controle imediato sobre seu trabalho, acompanhando cada fase elaborada. Desde a gravação em estúdio até a etapa final de venda, o grupo ou artista pode, através dos recursos oferecidos, sobretudo de formatos como o MP3, disponibilizar suas músicas pela Rede com qualidade técnica comparável ao CD (BANDEIRA, 2007: 7).

A dinâmica do setor musical se altera diante da possibilidade técnica de trocar músicas pela web, provocando mudanças na prática do consumo musical desregulando estruturas de comércio estabelecidas, como o era a venda do disco. As principais empresas

do setor resistiram à busca desta forma de consumo e lançaram estratégias como ações judiciais contra seus próprios clientes e uma “caça ao MP3”, com o objetivo de inibir o consumo e controlar o fluxo dos produtos.

No entanto, com o avanço da lógica da digitalização e a conseqüente expansão e criação de novas modalidades de negócios, logo as empresas fonográficas encontraram meios de reacomodar seus lucros.

Acompanhando uma tendência das Indústrias Culturais da época da digitalização (ZALLO, 2011), o setor passou a explorar os ramos da oferta de serviços (shows, festivais e música *stream*), a venda por unidade e por demanda, a comercialização de produtos por pacotes de assinatura, dentre outros.

Além disso, estratégias como a comercialização de catálogos para rádios *online* e fusões com outros ramos de atividade como a telefonia móvel tem sido realizadas.

Sobre mudanças na arrecadação das vendas, dados do relatório Recording Industry in Numbers 2013, produzido pela International Federation of the Phonographic Industry, apontam que as transformações têm provocado alterações nas fontes de arrecadação, mas que, não tem provocado decréscimos relevantes na receita total das gravadoras. A venda através de *downloads* tem compensado a queda na receita advinda de suportes físicos.

Growing digital revenues were the driving force behind the industry's positive result in 2012. Helped by exponential growth in the take-up of digital music services, digital revenues grew by 8.0% globally to US\$5.8 billion. There was continued expansion of the download model, acceleration in the take-up of subscription services, better monetisation around music videos and growth in digital radio audiences. Revenues from subscriptions and adsupported streams continued to increase in 2012, already accounting for a combined 20% of digital revenues globally. In Europe, this jumps to 31%. Downloads remain the leading digital revenue stream. Digital now accounts for 35% of global recorded music sales and, in an increasing number of markets, is now the main source of revenue (IFPI, 2013).

Como destacado no relatório da instituição, as gravadoras geram receita através do *download*, de serviços de assinatura, audiência de rádios digitais, e serviços como itunes e semelhantes, e isto corresponde a 35% do total arrecadado mundialmente. Sendo que, em algumas praças locais, o *download* já representa a principal fonte de arrecadação. Ainda são destacadas no relatório arrecadações advindas de direitos autorais por performances ao

vivo, que correspondem a 10% do total, e do uso de músicas em jogos eletrônicos, que correspondem a 2.1%.

No entanto, mesmo em curso de um decréscimo, a venda de suporte físico ainda representa o maior percentual de arrecadação global; 57% advêm da venda deste. Em 2008, este percentual correspondia a 74%. O relatório destaca ainda que, países como Japão e Coreia do Sul, apresentaram aumento na venda de suportes físicos no ano de 2012.

No cerne das transformações, já podem ser delineadas características emergentes neste novo momento da economia da música como a crescente importância da economia de serviços, pautada não em produtos físicos, mas sim na experiência.

### **A cadeia produtiva da música**

A cadeia produtiva da música conforma um conjunto de atividades e agentes, articulados em etapas, que vão da pré-produção, passando pela produção, distribuição/comercialização, chegando ao consumo, com o propósito do desenvolvimento de um produto (CD; DVD) ou de serviços (shows; espetáculos) (Figuras 9, 10, 11 e 12). “Conceitua-se cadeia produtiva, em geral, como o conjunto de atividades, nas diversas etapas de processamento ou montagem, que transforma matérias-primas básicas em produtos finais” (PRESTES FILHO *et alli*, 2004: 21).

A análise sobre a cadeia produtiva propõe-se a identificar as etapas (ou elos), sua demarcação e o grau de articulação entre as mesmas, permitindo: a) identificar debilidades e potencialidades nos elos que compõem as etapas da cadeia; b) identificar fatores e condicionantes da competitividade em cada segmento.

A cadeia produtiva da economia da música apresentaria as seguintes características: estrutura difusa; a criação musical, elemento básico da cadeia, é um bem intangível; sua elaboração obedece a parâmetros não sequenciais das diversas fases do processo produtivo.

### **c) Objetivos**

- Geral: Analisar a dinâmica de produção, distribuição e comercialização da música em Sergipe.
- Específicos:
  - ampliar as fontes cadastrais referentes aos artistas (solo/banda);
  - realizar o mapeamento dos agentes envolvidos na produção, distribuição e comercialização da música em Sergipe;
  - proceder à demarcação e estudo dos circuitos musicais no estado;
  - estudar o uso e a apropriação das novas tecnologias pelos “trabalhadores culturais”;
  - analisar as estratégias de negócios dos agentes musicais.

### **d) Atividades desenvolvidas**

O projeto respeitou as seguintes etapas de execução, desenvolvidas de forma sequencial e/ou concomitante:

- 1) Apropriação dos resultados e discussões do projeto, para cada ano de execução, primeiro entre 2010/2012, exclusivamente no âmbito do Programa de Iniciação Científica, e para 2012/2013; contando com os recursos oriundos do Edital de Políticas Públicas da FAPITEC/SE;
- 2) Revisão de Literatura, envolvendo os seguintes objetivos: acompanhamento do estado da arte no campo da “Economia da Cultura” e da “Economia da Música”, assentado nos estudos da Economia Política da Comunicação e da Cultura; da evolução da indústria fonográfica no mundo e no Brasil, em termos da sua base técnica e de organização econômica; e dos estudos de caso já realizados voltados para o entendimento da dinâmica do mercado da música no país;
- 3) Levantamento (e atualização) e análise das informações já sistematizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e pelo Ministério da Cultura (MinC) (2009), e pelo estudo sobre a cadeia produtiva da economia da música no Rio de Janeiro (2004) e em Belo Horizonte, produzido pelo SEBRAE e a Fundação João Pinheiro (2010);

4) Aplicação do questionário semiestruturado, junto aos artistas (solo/banda), formulado a partir da pesquisa de Prestes Filho (2004) e das rodadas de discussão com o Fórum Música Sergipe (FMS), ocorridas entre dezembro de 2010 e fevereiro de 2011. Em um segundo momento, em requalificada fase da pesquisa, ampliou-se o universo que serviu de base para a amostragem definida. O universo contemplou os municípios identificados com maior número de artistas cadastrados: Aracaju, Canindé de São Francisco, Estância, Frei Paulo, Itabaiana, Itaporanga D'Ajuda, Lagarto, Laranjeiras, Nossa Senhora da Glória, Nossa Senhora do Socorro, Propriá e Tobias Barreto.

Esses municípios foram definidos por apresentarem maior concentração demográfica de artistas, conforme as fontes consolidadas da lista do FMS, do site Palco MP3, do cadastro da Secretaria do Estado da Cultura (SECULT) e do documento Som da Terra. A lista do FMS foi considerada, pelo fato de a pesquisa ter sido ensejada por solicitação deste coletivo; a do Palco MP3, por ser uma plataforma ilustrativa de veiculação de conteúdo musical pela internet, além de identificar os(as) artistas por gênero/estilo musical e município; o cadastro da SECULT, por representar banco de dados oficial e; o documento Som da Terra, por ser o primeiro catálogo de música publicado em Sergipe. A consolidação desses cadastros somou um total de 936 (novecentos e trinta e seis) artistas.

Utilizando-se da técnica amostral, o questionário foi aplicado junto a 146 (cento e quarenta e seis) artistas (solo/banda), atendendo mais que o número mínimo para o tamanho da amostra.

O questionário, cuja segunda versão está disponível na plataforma Google <<https://spreadsheets.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dDdzS2QySXhsN2FHNEImWkMtUVIfSGc6MQ>>, passou pela crítica, no intuito de identificar se seus enunciados eram apresentados com clareza e objetividade, e se as questões levantadas refletiam a realidade vivenciada pelos respondentes, quando foi preenchido espontaneamente por 32 (trinta e dois) artistas (solo/banda).

O questionário foi aplicado presencialmente nos municípios de Aracaju, Canindé de São Francisco, Estância, Itabaiana, Itaporanga D'Ajuda, Lagarto, Laranjeiras, Nossa Senhora da Glória, Nossa Senhora do Socorro e Tobias Barreto.

**Quadro 1**  
**Parâmetros para a aplicação do questionário**

|                                                                                       |                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| População                                                                             | <b>936</b> artistas (solo/banda)   |
| Primeira versão: junho/2011 a janeiro/2012                                            | <b>32</b> depoentes (solo/banda).  |
| Segunda versão: novembro/2012 a agosto/2013                                           | <b>114</b> depoentes (solo/banda). |
| Avaliação dos aparelhos culturais (públicos e privados)                               | <b>118</b> depoentes (solo/banda)  |
| Amostra aleatória simples, considerando população de <b>936</b> artistas (solo/banda) | <b>112</b>                         |
| Total de questionários preenchidos                                                    | <b>146</b>                         |

5) Realização e transcrição de entrevistas abertas junto a outros agentes da cadeia produtiva, técnicos de som, produtores, etc. Foram realizadas 20 (vinte) entrevistas, em um total de 23 (vinte e três) entrevistados;

6) Acompanhamento e registro fotográfico de atividades as mais variadas, eventos e shows; acompanhamento de ações, em especial de divulgação, no site de relacionamento Facebook;

7) Elaboração de portal (<http://obscom.com.br/musica/>), vinculado ao OBSCOM, que se presta a reunir informações sobre a pesquisa, incluindo artigos acadêmicos sobre as temáticas envolvidas, e do Catálogo da Música de Sergipe, atualizado por ferramenta disponível de cadastramento, e que teve publicação impressa, lançada no dia 18 de setembro de 2013, no Museu da Gente Sergipana, com informações sobre artistas (solo/banda) e de demais agentes da cadeia produtiva da música do estado;

8) Tabulação e análise das informações colhidas, com o intuito de elaboração, apresentação em seminários e publicação de relatório técnico da pesquisa.

## **e) Resultados alcançados**

Considerando o período de realização da pesquisa (2010-2013), pode se destacar as seguintes publicações, ainda resultado de primeiro esforço de revisão de literatura e levantamento de dados secundários a respeito do tema proposto:

Artigos completos publicados em anais de evento científico internacional:

MARTINS, B. Digitalização, apropriação e reorganização da produção musical na indústria cultural. Anais do VIII Congreso Internacional da Ulepicc. Buenos Aires, 10 a 12 de julho de 2013.

VARJÃO, D. Música e Materialismo Histórico. In: VII Colóquio Internacional Marx e Engels, 2012, Campinas. CERMARX - VII COLÓQUIO INTERNACIONAL MARX E ENGELS ANAIS. Campinas: IFCH-UNICAMP, 2012. v. 1.

Artigos completos publicados em anais de evento científico nacional:

VARJÃO, D. & MARTINS, B. O desenvolvimento da indústria fonográfica e as metamorfoses da economia da música. Anais do IV Encontro Nacional da Ulepicc-Brasil. Rio de Janeiro, 09 a 11/10/2012.

SANTOS, V. Música e Convergência: a atuação das operadoras de telecomunicações no Brasil. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012.

SANTOS, V.; VARJÃO, D.; MARTINS, B. Música e Relações Sociais de Produção: impacto e possibilidades das novas tecnologias. In: Encontro de Estudos Interdisciplinares em Cultura, 2012, Salvador. Anais ENECULT, 2012. v. 1.

Capítulos de livro internacional:

BOLAÑO, C; SANTOS, V. "Cultura, desarrollo y economía política de la comunicación brasileña". In: Comunicación y Desarrollo. Buenos Aires: Ediciones Crujía, 2013.

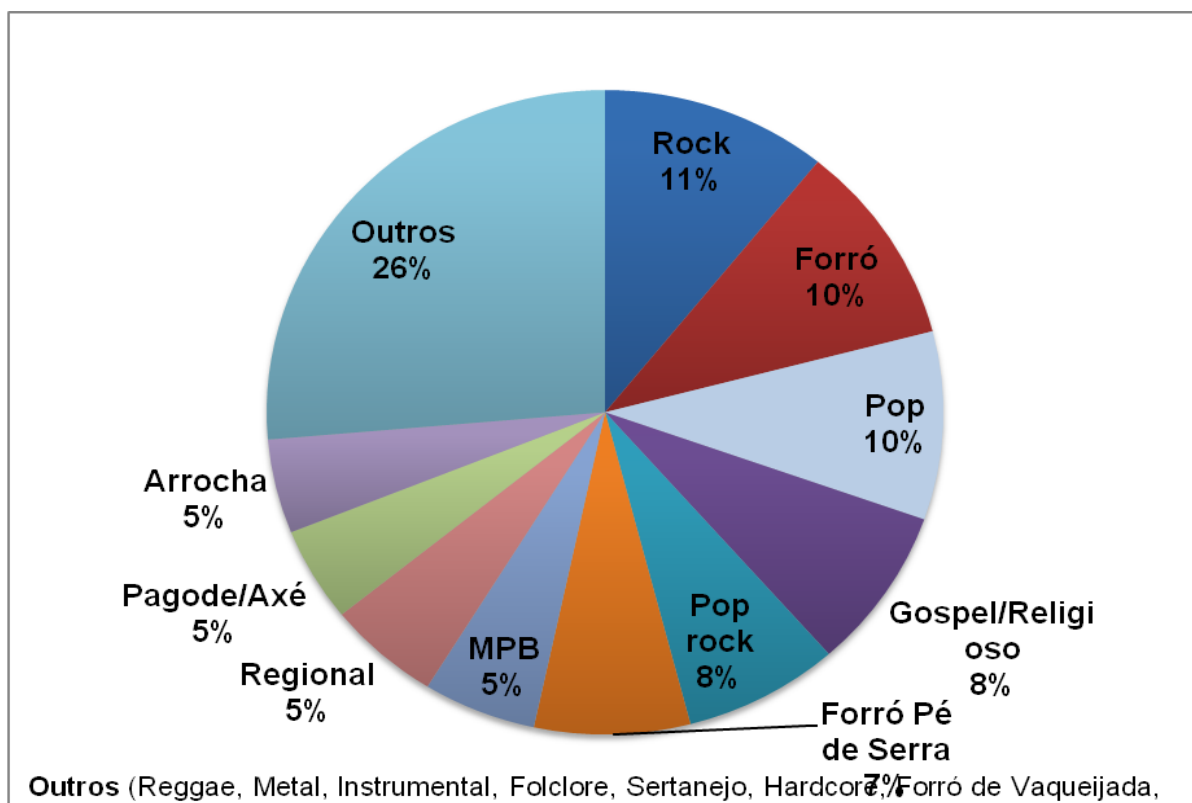
SANTOS, V. A. Os desafios e as possibilidades do uso das novas tecnologias no campo da música. In: Elias Said-Hung; Gaspar Brändle. (Org.). Las sociedades en red: libertad de expresión, consumo comunitario y desafíos profesionales y artísticos. 1ed. Bogotá: Colombia Digital, 2012, v. 2, p. 51-58.

A partir da análise das informações levantadas no último ano de pesquisa, projeta-se a publicação, sob a forma de livro e artigos, permitindo a socialização dos resultados alcançados.

### Dados gerais sobre os artistas (solo/banda): perfil e atuação

As informações dispostas pelo preenchimento do questionário aplicado junto aos artistas (solo/banda) dão conta de que quase 2/3 possuem CD lançado, o que comprova, em face do barateamento dos custos, o aumento de lançamentos de música sob este formato no estado (Gráfico 1). Destes, 10% foram lançados por selos ou gravadoras (Figura 4), sendo em geral vinculados à cena do rock e selos especializados neste gênero musical.

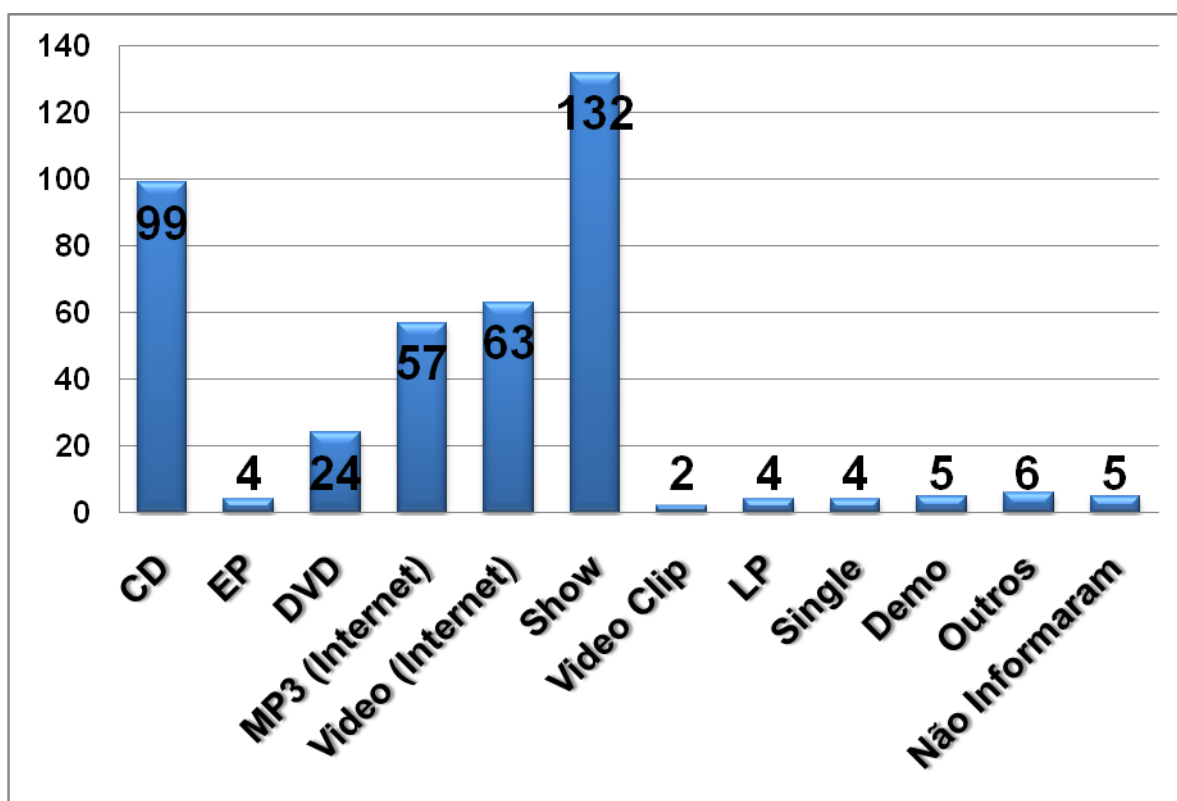
**Figura 2**  
**Gênero/Estilos Musicais**



Caracteriza-se assim um cenário onde se destaca uma produção autoral (Figura 3) e independente, marcado pela diversidade de gêneros, o que comprova o próprio perfil da amostra (Figura 2).

Observa-se a coexistência de vários suportes. Inclusive os LPs voltaram a ser produzidos e cada vez mais novos lançamentos contam com sua versão em CD e no formato ‘bolacha’, considerado por muitos artistas um fetiche, argumentando em face de características próprias – como o benefício à arte da capa e a fidelidade do som e suas nuances – facilitado, ademais, pelo acesso às fábricas fora e dentro do país.

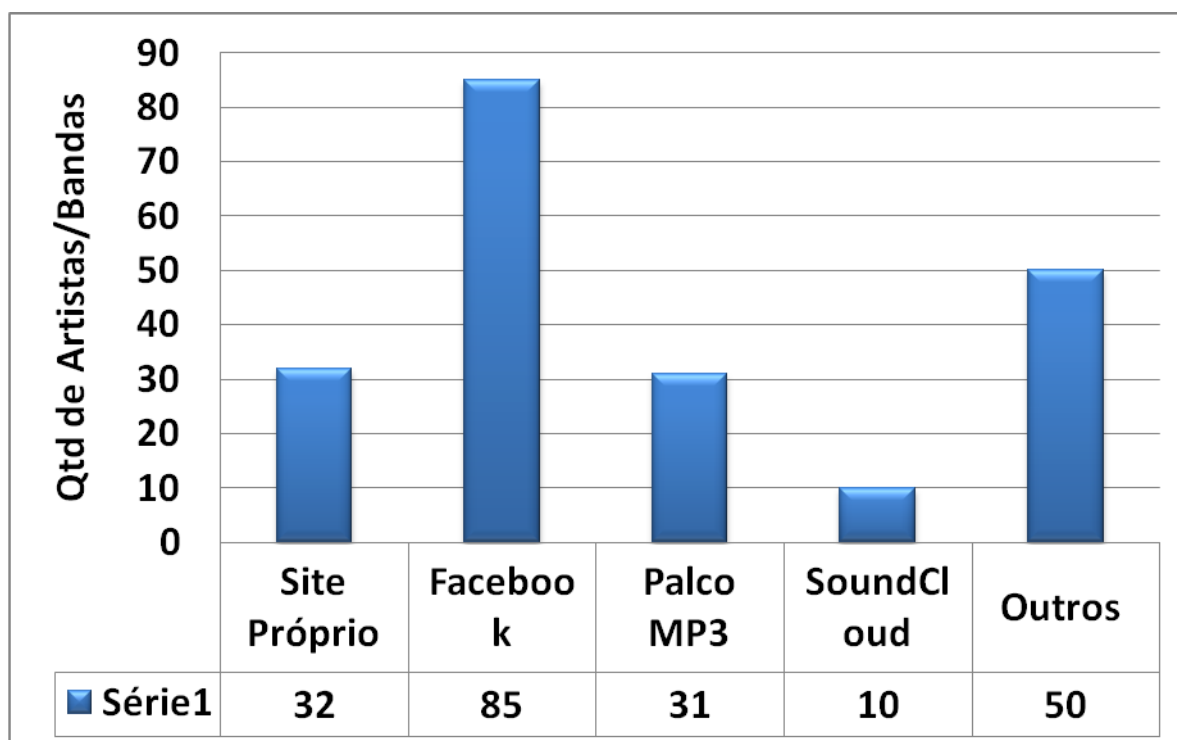
**Gráfico 1**  
**Produtos**



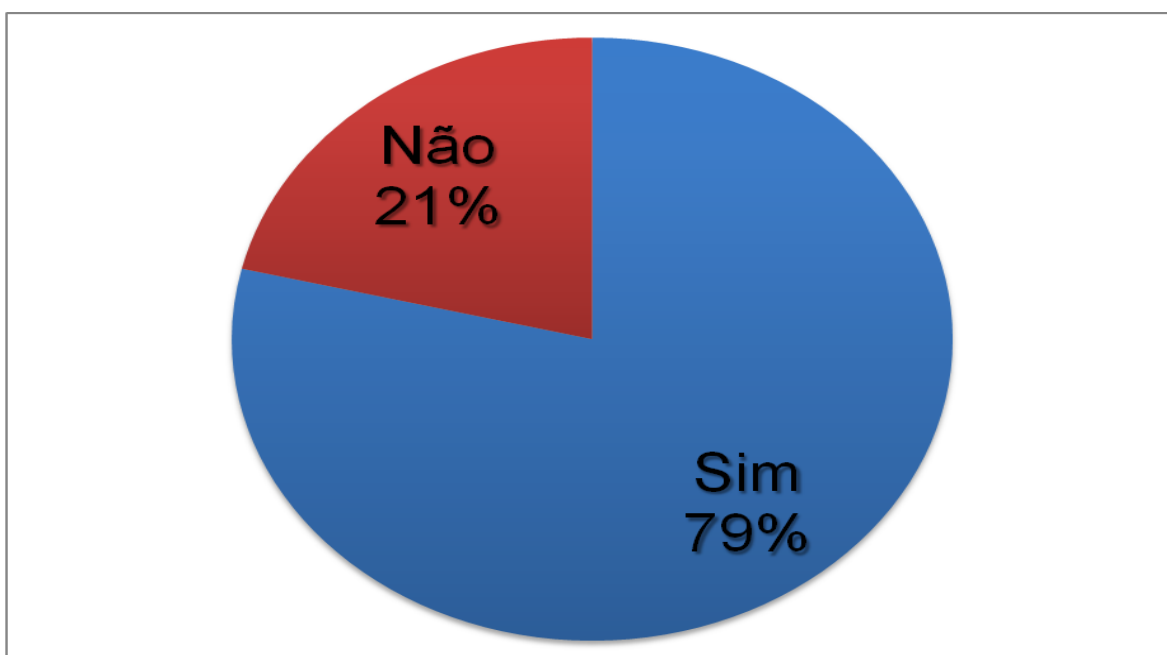
A maioria dos artistas (solo/banda) está na internet, sendo na sua grande parte sob a forma de perfis no site de relacionamentos Facebook (Gráfico 2). Perfis e músicas disponibilizadas, alguns artistas em sites especializados, porém sem registro de obtenção de renda pela venda de faixas na rede mundial de computadores.

Os dados levantados ainda conformam distinções entre dois grupos de gêneros/estilos musicais por uso/tipo de perfil. Artistas (solo/banda) do gospel, forró e pagode/axé possuem majoritariamente perfil no site Palco MP3 (<http://palcomp3.com/>); enquanto artistas (solo/banda) do rock e do “pop”, exclusivamente, disponibilizam perfil e conteúdo musical na plataforma Soundcloud (<https://soundcloud.com/>).

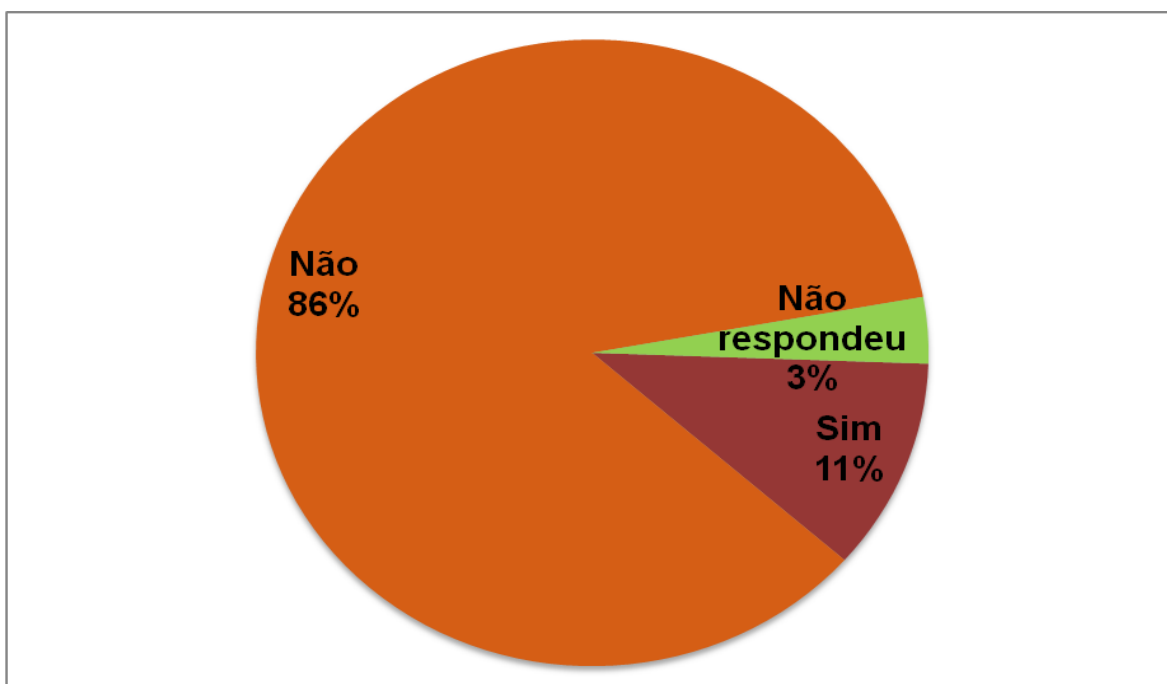
**Gráfico 2**  
**Sites e/ou outros perfis na Internet**



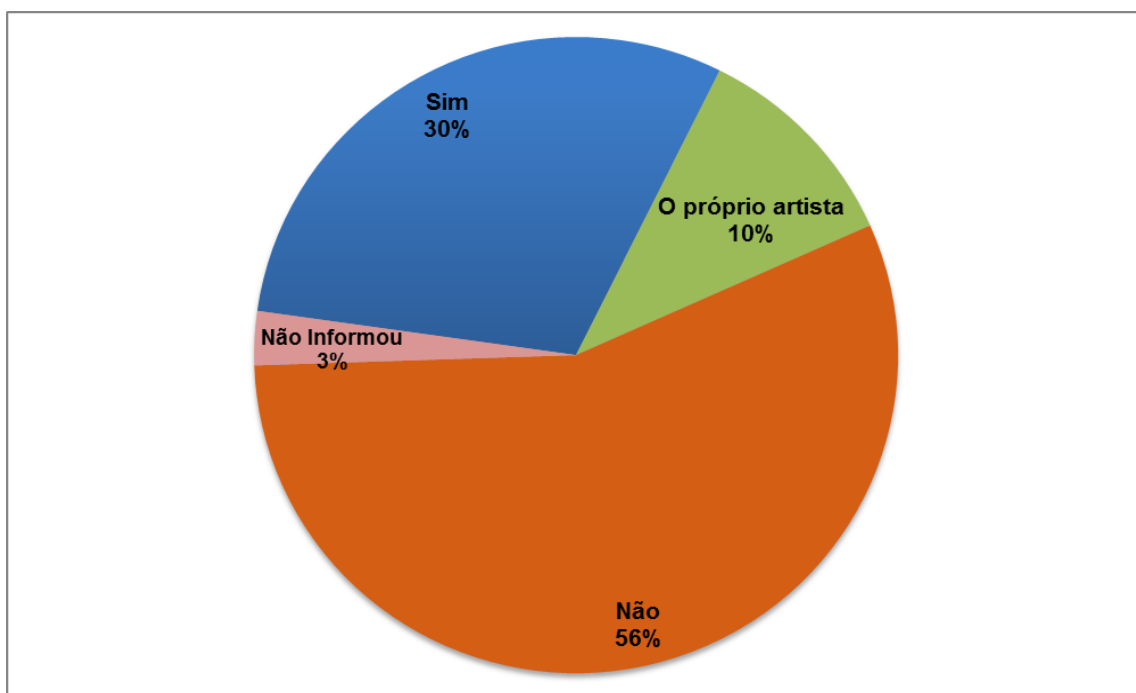
**Figura 3**  
**Produção Autoral**



**Figura 4**  
**Selo ou Gravadora**



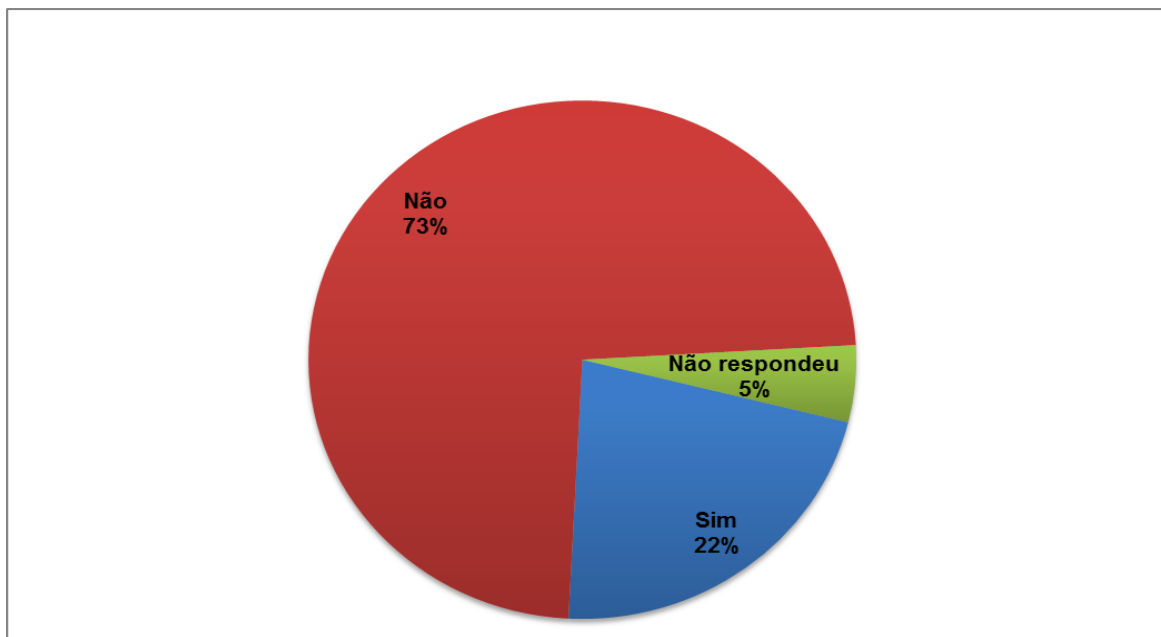
**Figura 5**  
**Produtor**



Uma característica da organização e gestão das carreiras dos artistas (solo/banda) locais é que boa parte deles assume a prerrogativa de produção, articulando e negociando em especial shows e cachês (Figura 5). Ademais, poucos informam fazer uso de Editais públicos seja para a participação em shows, prática ainda incomum junto aos governos locais, com exceção do Governo do Estado que, através da Secretaria de Cultura, abriu para o ano de 2013, edital para a composição das atrações locais do palco principal do Verão Sergipe; como para a realização de turnês dentro e fora do estado e a produção de CDs. Faltam informação, conhecimento e capacitação em relação a esse instrumento.

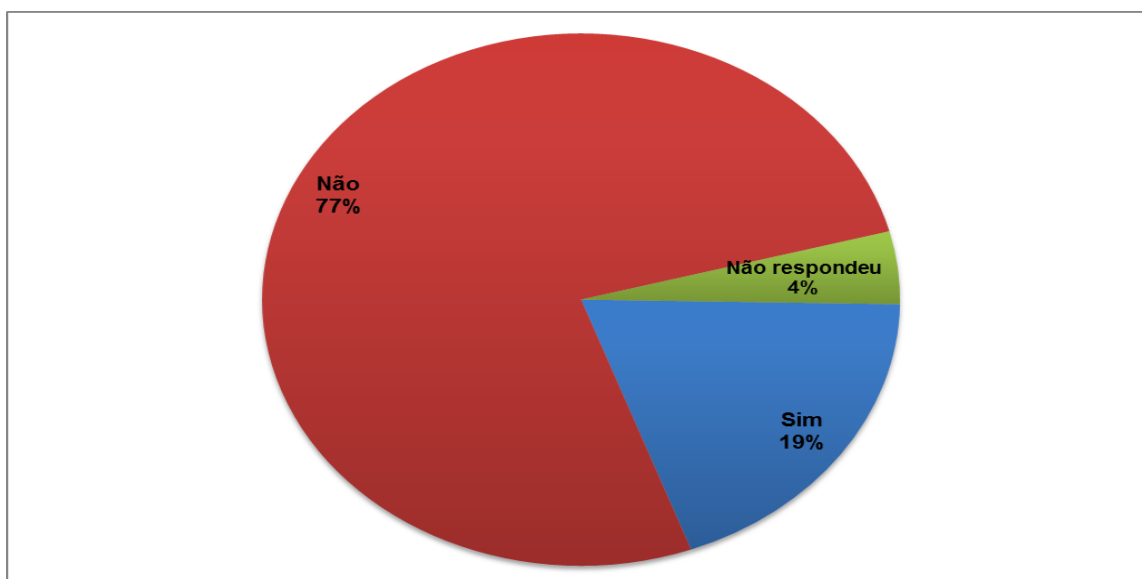
Os artistas (solo/banda) encontram-se dispersos, quando se considera sua vinculação a uma entidade de classe e a coletivos e/ou fóruns (Figuras 6 e 7). São citadas mais de duas dezenas de entidades, muitas delas não se configurando de fato como representação classista. O mesmo acontecendo para o segundo grupo de organização sugerida. Isto denota claramente a fragilidade da classe na apresentação e defesa de suas demandas junto aos poderes públicos municipais e estadual.

**Figura 6**  
**Entidade de Classe**



Entidades citadas: Associação de Compositores de São Paulo; Coletivo de Reggae; União Brasileira de Compositores; ABRAMUS; UFS; IFS; Conservatório de Música; Sindimusi/RJ; Sindimusi/SE; Associação de Músicos Estancianos; Representante dos Músicos de Glória; Ordem dos Músicos do Brasil (OMB); Vidas – Vigília da Arte Sergipana; SALVE; Sergipe All Stars; Sindicato dos Sanfoneiros.

**Figura 7**  
**Participação em Coletivos e/ou Fóruns**

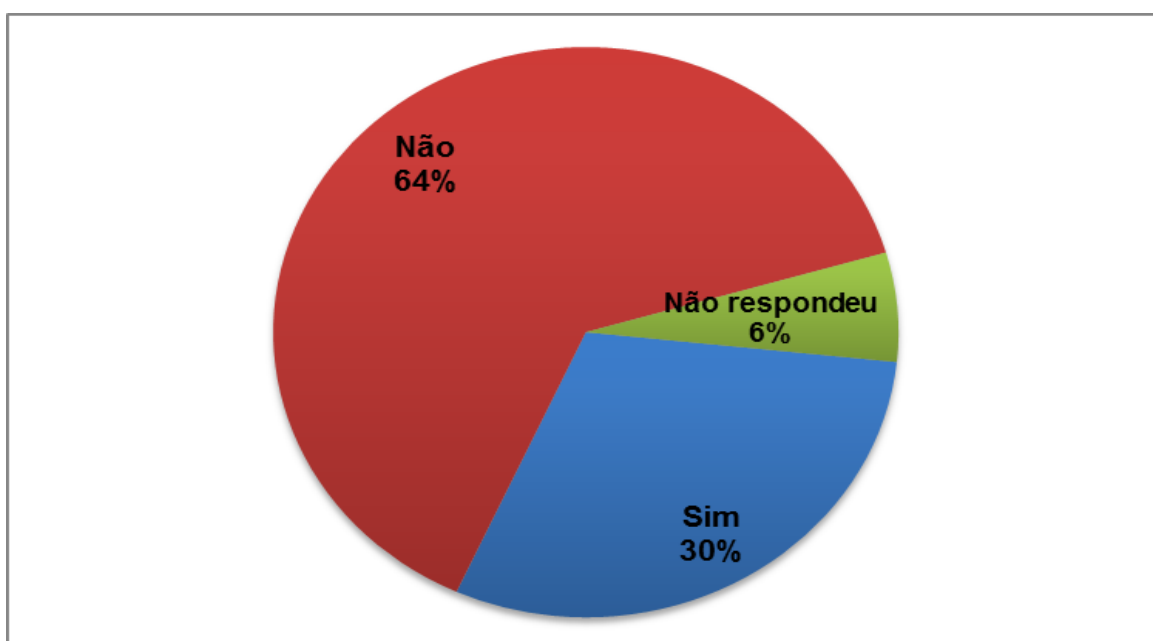


Coletivos e/ou Fóruns citados: Coletivo Ajuntatudo/ gente bares e poesias; Festival Crioulu's music cultural; Fórum pelo Direito à Comunicação em Sergipe; Sindicato dos Radialistas; Sindicato dos Músicos de Sergipe; Serigy All Stars; Grupos do Facebook: Músicos Sergipanos; Associação de Sanfoneiros; Fórum do Forró; Movimento SALVE; Toque no Brasil;

Trama Virtual; Coletivo Virote; FNM; Coletivo Rataria; Cifraclub; Coletivo de Produção Independente “Pela Cena”; Coletivo Nacional Barricadas Abrem Caminho; FPMS; FMS; Cebolada; Fora do Eixo; Representante dos Músicos de Glória.

A maior parte dos depoentes informou não ter na atividade musical sua principal ocupação (Figura 8). Paralelo e em consonância a esse aspecto, identifica-se que cerca da metade percebe até R\$1.000,00 mensal de renda na atividade musical (Gráfico 3), demonstrando que para a maioria a atividade é insustentável financeiramente.

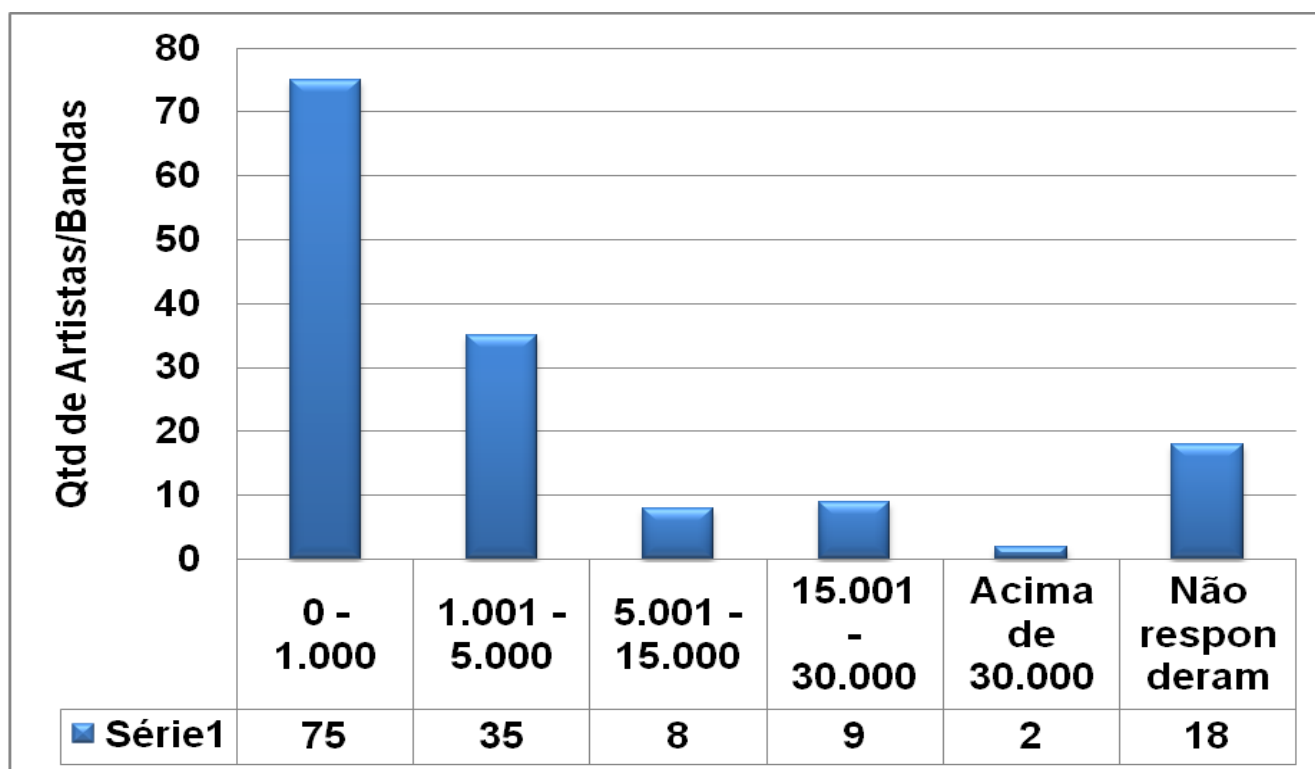
**Figura 8**  
**Principal Ocupação na Música**



Uma observação deve ser feita aqui. A continuidade e o interesse de muitos em adentrar na atividade musical resulta, não exclusivamente, mas especialmente, pela busca de reconhecimento, sendo a música entendida como um meio de manifestação inerente ao indivíduo e a sua realização pessoal e social.

Ainda assim, é possível apontar um grupo, não desprezível, que recebe entre R\$1001,00 a R\$5.000,00, além daquele que em face de uma estratégia já adotada comungada a uma estrutura, em particular de shows, semiprofissional e profissional, cobra cachês que alcançam valores acima de R\$30.000,00. Essa estrutura garante a promoção de ocupação de músicos e técnicos e de sua remuneração.

**Gráfico 3**  
**Renda Média (R\$) Mensal na Atividade Musical**



O perfil dos artistas (solo/banda) que responderam ao questionário é marcado, em resumo, por: não possuir formação musical específica; não ter na atividade musical sua principal fonte de renda; na atividade musical, a renda percebida concentra-se principalmente na venda de shows; não participar de entidades representativas e/ou de coletivos; adquirir fora do estado os instrumentos musicais, como os equipamentos de som e gravação; realizar shows preferencialmente no estado e em eventos públicos; comercializar seus produtos em shows; principais dificuldades apontadas: inexistência de espaços para shows, falta de incentivo do poder público e acesso aos meios de divulgação midiáticos, especialmente TV e rádio FM; financiar com recursos próprios os custos de CDs e shows.

Há, contudo, diferenciações, quando se considera o gênero e/ou estilo musical, quanto: ao cachê médio recebido; possuir produtor ou assumir o gerenciamento da própria carreira; média de shows realizados; o papel de emissoras públicas para divulgação, dos festivais e dos eventos públicos.

## A cadeia produtiva da música em Sergipe

A metodologia utilizada considerou, para efeito do levantamento das atividades e dos agentes atuantes nas quatro fases da cadeia produtiva da música (pré-produção, produção, distribuição/comercialização e consumo), como fio estruturante não só o CD mas também o show.

Na fase de pré-produção (Figura 9), os itens referentes às indústrias de instrumentos musicais e de equipamentos de som e gravação continuam a ser pontos frágeis da cadeia, não obstante se identificar uma tendência ao aparecimento de luthiers - haja vista uma tradição de luteria no estado -, e de lojas de comercialização de instrumentos, como da facilidade representada pelo comércio eletrônico, sendo a internet uma forte ferramenta para a aquisição dos bens supracitadas.

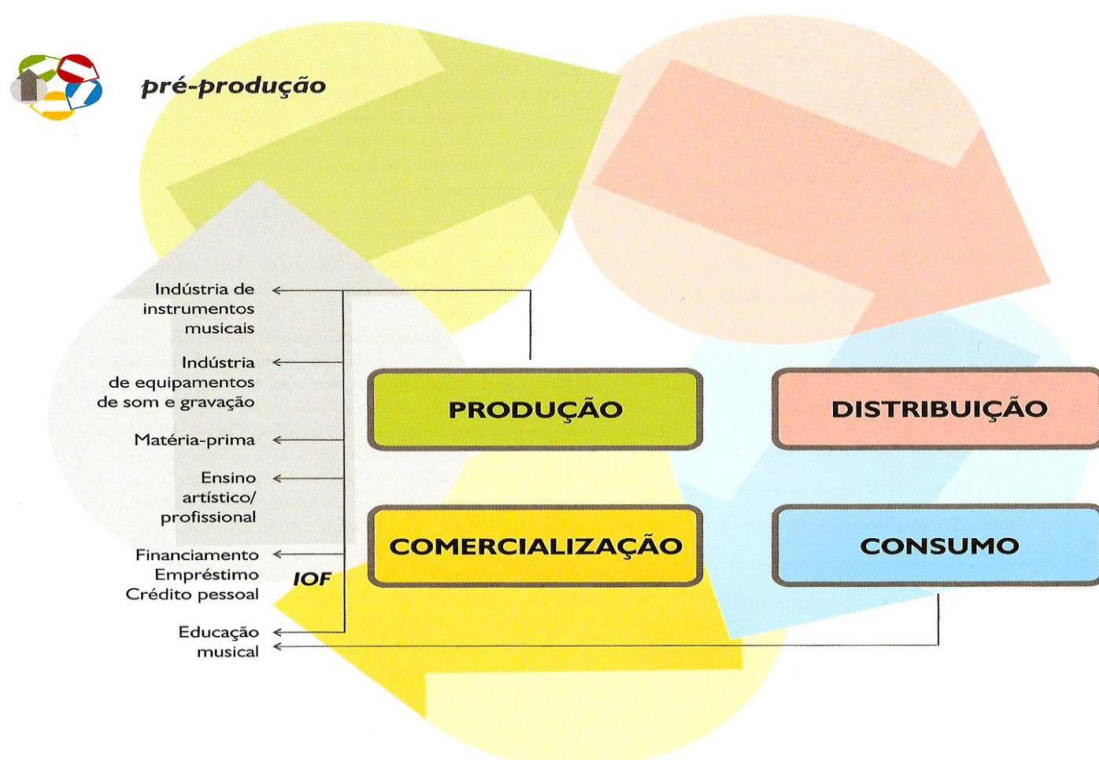


FIGURA 9 – Fase da Pré-produção da cadeia produtiva da música, Disponível em <http://www.barrosmelo.edu.br/blogs/fonograma/?p=6>. Acesso em 22/02/2010.

Outro ponto problemático é o da inexistência de canais de financiamento, com crédito específico para a área musical, disponíveis para os artistas. Basicamente, estes financiam seus produtos (CDs e shows) com recursos próprios.

No caso do Ensino Artístico e Profissional e de Educação Musical, concorrem positivamente para uma mudança qualitativa a criação do curso de Música na Universidade Federal de Sergipe, no primeiro caso, e a efetivação da Lei n. 11.769, que define a obrigatoriedade do ensino de música nas escolas de nível fundamental e médio. Em ambos os casos, ainda serão necessários alguns anos para se identificar e avaliar seus efeitos.

A partir da Figura 10, podem-se destacar os seguintes aspectos: a diversidade e quantidade relativa à produção autoral no estado mostra a evidente pujança criativa da cena local e com as facilidades hoje postas pelas ferramentas digitais, fases da produção fonográfica são assumidas por agentes locais, no uso tanto de *home studios* quanto de estúdios profissionais, em especial na gravação e na mixagem. Nas respostas ao questionário são apontados nominalmente profissionais e empresas atuantes na área de estúdios de gravação.

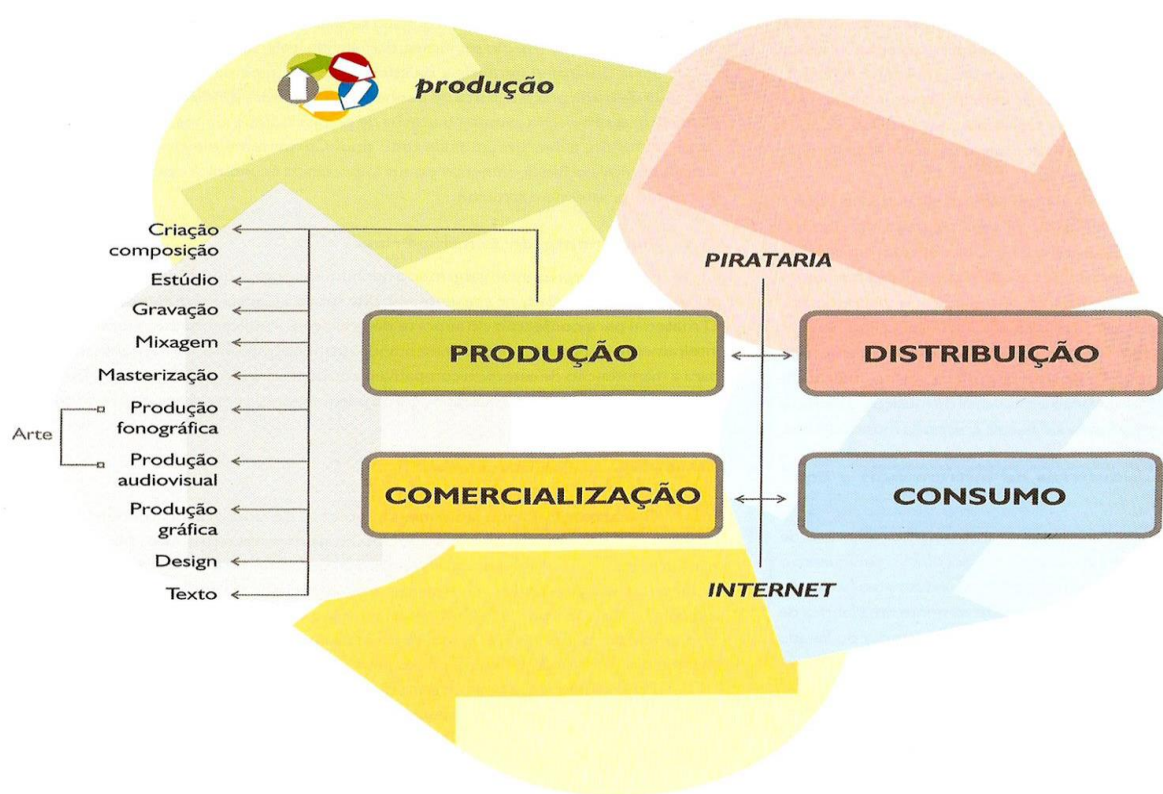


FIGURA 10 – Fase da Produção da cadeia produtiva da música, Disponível em <http://www.barrosmelo.edu.br/blogs/fonograma/?p=6>. Acesso em 22/02/2010.

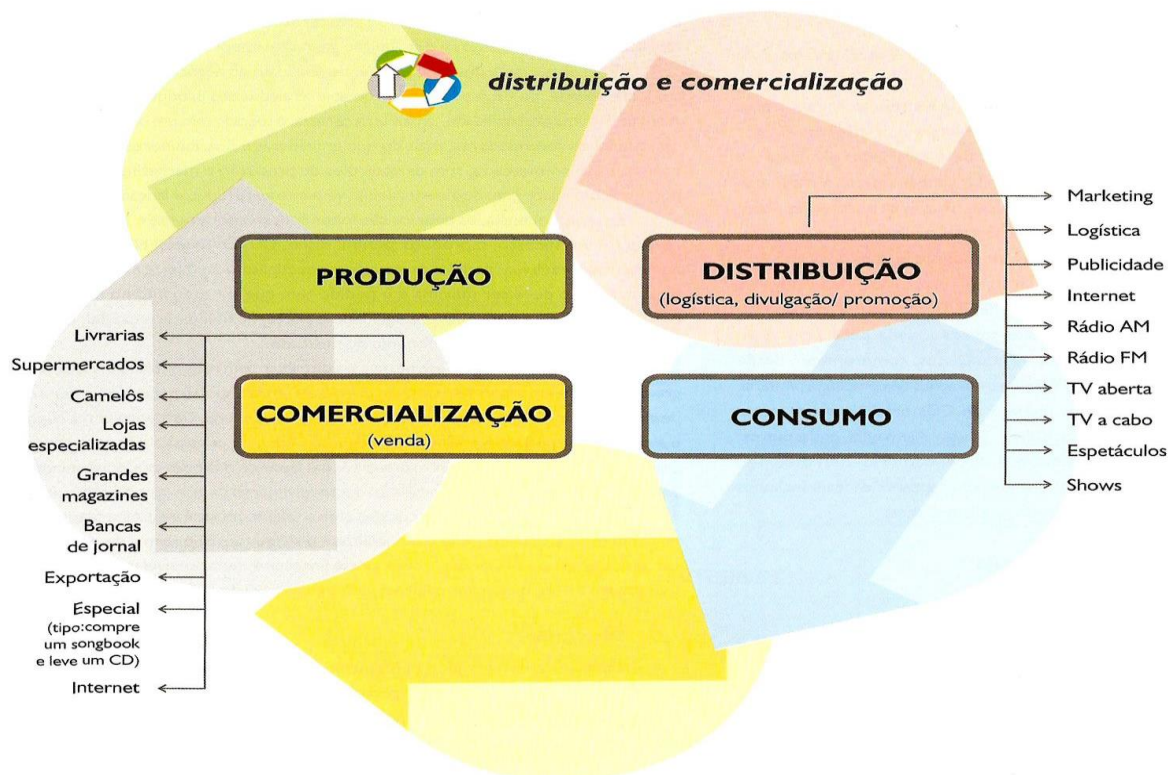


FIGURA 11 – Fase da Distribuição e Comercialização da cadeia produtiva da música, Disponível em <http://www.barrosmelo.edu.br/blogs/fonograma/?p=6>. Acesso em 22/02/2010.

Mesmo considerando as fragilidades nas fases de pré-produção, produção e consumo, neste último caso, relacionadas às restrições de espaço nos meios de comunicação massivos, como a TV aberta e a rádio FM, como no que tange também ao não recolhimento de direito autoral, isto relacionado ao desconhecimento dos artistas (solo/banda) dos trâmites para tal, como de espaços – bares e casas de shows – privados, o grande ponto de estrangulamento na cadeia produtiva da música de Sergipe é a fase de distribuição/comercialização.

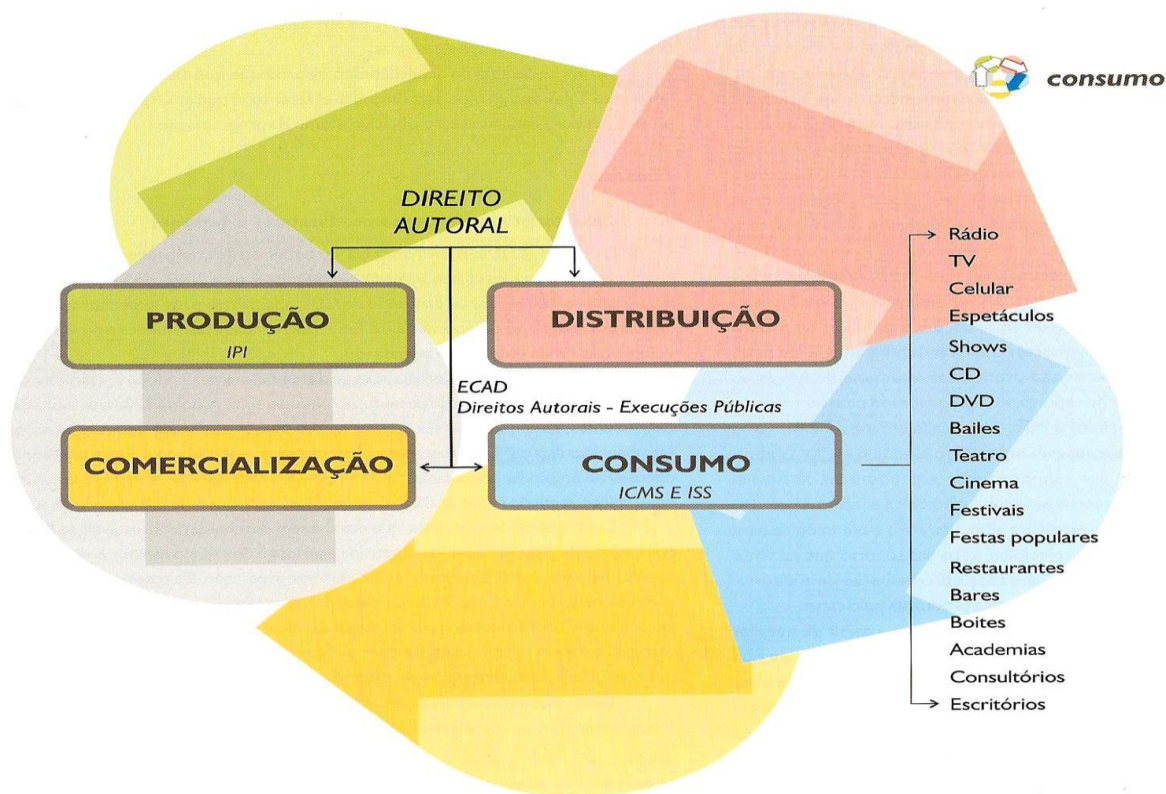


FIGURA 12 – Fase do Consumo da cadeia produtiva da música, Disponível em <http://www.barrosmelo.edu.br/blogs/fonograma/?p=6>. Acesso em 22/02/2010.

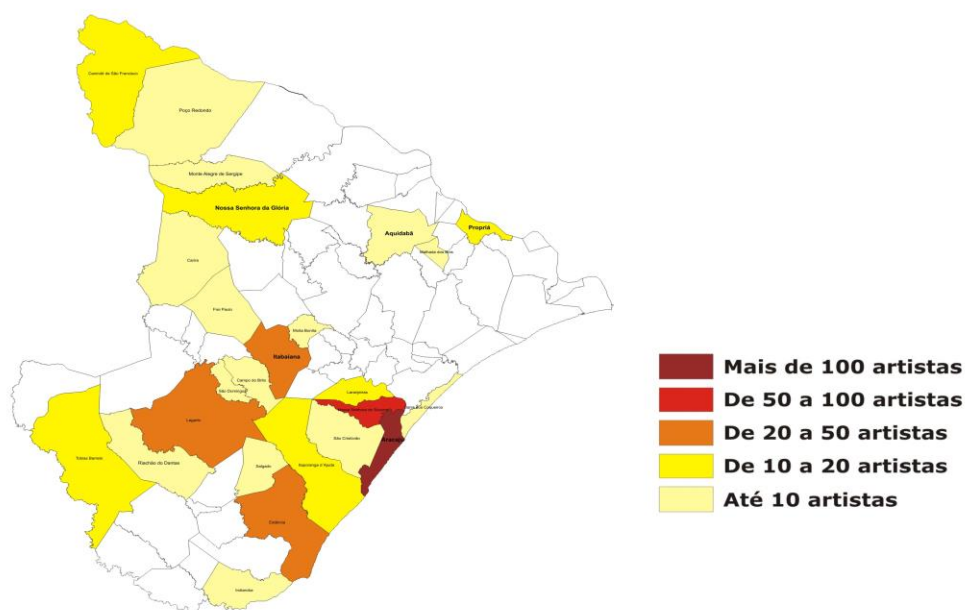
## O Catálogo da Música de Sergipe

Os dados sistematizados e consolidados pela pesquisa sobre a cadeia produtiva da música, considerando as quatro fontes listadas, mais o Catálogo da Música de Sergipe 2013, somam 966 (novecentos e sessenta e seis) artistas (solo/banda) (Figura 13). O Catálogo apresenta, sob metodologia própria, mais seis categorias, 'empresas e fornecedores', 'escolas e profissionais de ensino', 'festivais e casas de show', 'grupos e organizações', 'produtores', 'profissionais e técnicos. Todos os agentes totalizam 1.082 registros, cobrindo 32 municípios sergipanos para os quais há identificação clara.

A manutenção e o aperfeiçoamento da plataforma *on line* do Catálogo da Música de Sergipe (<http://obscom.com.br/musica/catalogo/>) permitirão a atualização e a ampliação dos registros dos agentes da música no estado, garantindo a divulgação e o (re)conhecimento de uma cena musical de riqueza singular e um conjunto produtivo com potencial de crescimento.

**Figura 13**

**Mapa Demográfico dos Artistas (solo/banda) da Música de Sergipe – 2013**



Fontes: Catálogo da Música de Sergipe (2013); Palco MP3 (2012); Cadastro SECULT/SE (2011); FMS (2011); Som da Terra (2010).

Apesar de não se poder falar de um mercado fonográfico próprio, já que não se chegou a constituir uma indústria fonográfica, o crescimento do número de lançamentos de CDs e a promoção de shows, e as possibilidades potenciais abertas pela digitalização da produção e distribuição de conteúdo musical, apontam para uma janela de oportunidade com vistas a um novo cenário para a música produzida no estado.

## **f) Conclusões**

A digitalização implica a demarcação de uma nova lógica social, já que altera os padrões de interação dentro do sistema, relativa à economia da internet ou das redes eletrônicas, estabelecendo novas oportunidades, inclusive no campo da música.

As mudanças, porém, segundo Enrique Bustamante (2010), seriam mesmo anteriores, ou seja, ainda na vigência do modelo analógico, próprias ao avanço do processo de mercantilização da cultura que acompanhou todo o século XX. Sendo assim, as mudanças trazidas pelas tecnologias digitais, mesmo que significativas, “não implicam uma

revolução ou uma ruptura brusca com a história anterior, porque, em última instância, as novas tecnologias não podem apagar a natureza central da mídia na sociedade capitalista atual” (BUSTAMANTE, 2010: 75).

Tal fenômeno agregado às estratégias adotadas pelos principais agentes redefiniria o desenho de suas cadeias produtivas, fazendo despontar novas relações e possibilitando a incorporação por estruturas locais de atividades, serviços e produtos, antes providos por agentes de fora do estado.

No estudo realizado para Sergipe apontaria para uma tendência, ou seja, ainda não constituindo como um panorama em definitivo, da endogeneização no estado de determinadas fases da cadeia produtiva da música.

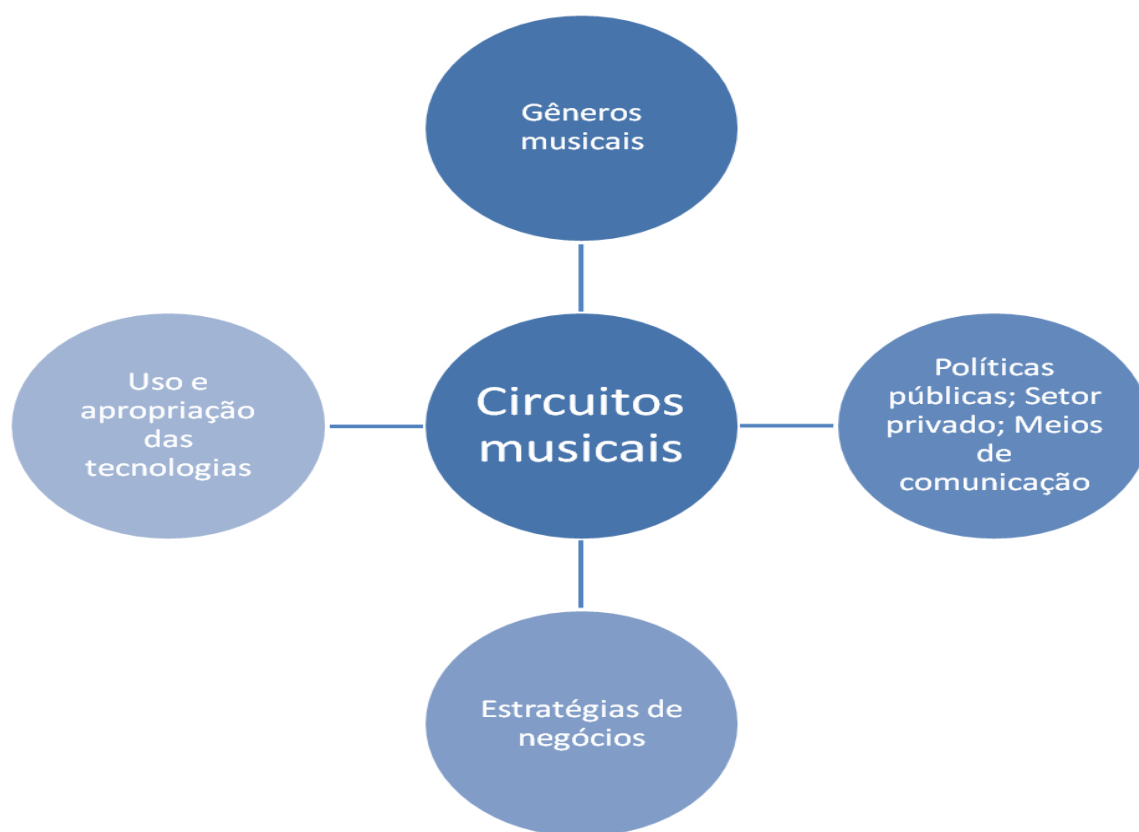
Entretanto, aspectos relacionados às ações do poder público e dos meios de comunicação locais constituiriam entraves, pois não contribuiriam para a valorização da produção musical local diversa e diferenciada em termos dos gêneros musicais consagrados pela indústria da música nacional e internacional.

### **Hipótese construída:**

Os “circuitos musicais”, como definidos, articulam-se, em primeiro plano, em torno de gêneros musicais próprios (arrocha, axé, forró, gospel, pagode, pop rock, rock, sertanejo, etc), e secundariamente, o que daria suas especificidades, em termos: 1) das relações entre as ações do Estado (‘políticas públicas’), do setor privado e dos meios de comunicação de massa; 2) do uso e da apropriação das tecnologias digitais pelos ‘trabalhadores culturais’, e; 3) das estratégias de negócios assumidas por estes (Figura 14).

A análise realizada em conjunto (questionário; entrevistas; acompanhamento da cena) confirma a hipótese. Contudo, sugere-se o aprofundamento e desdobramento do estudo.

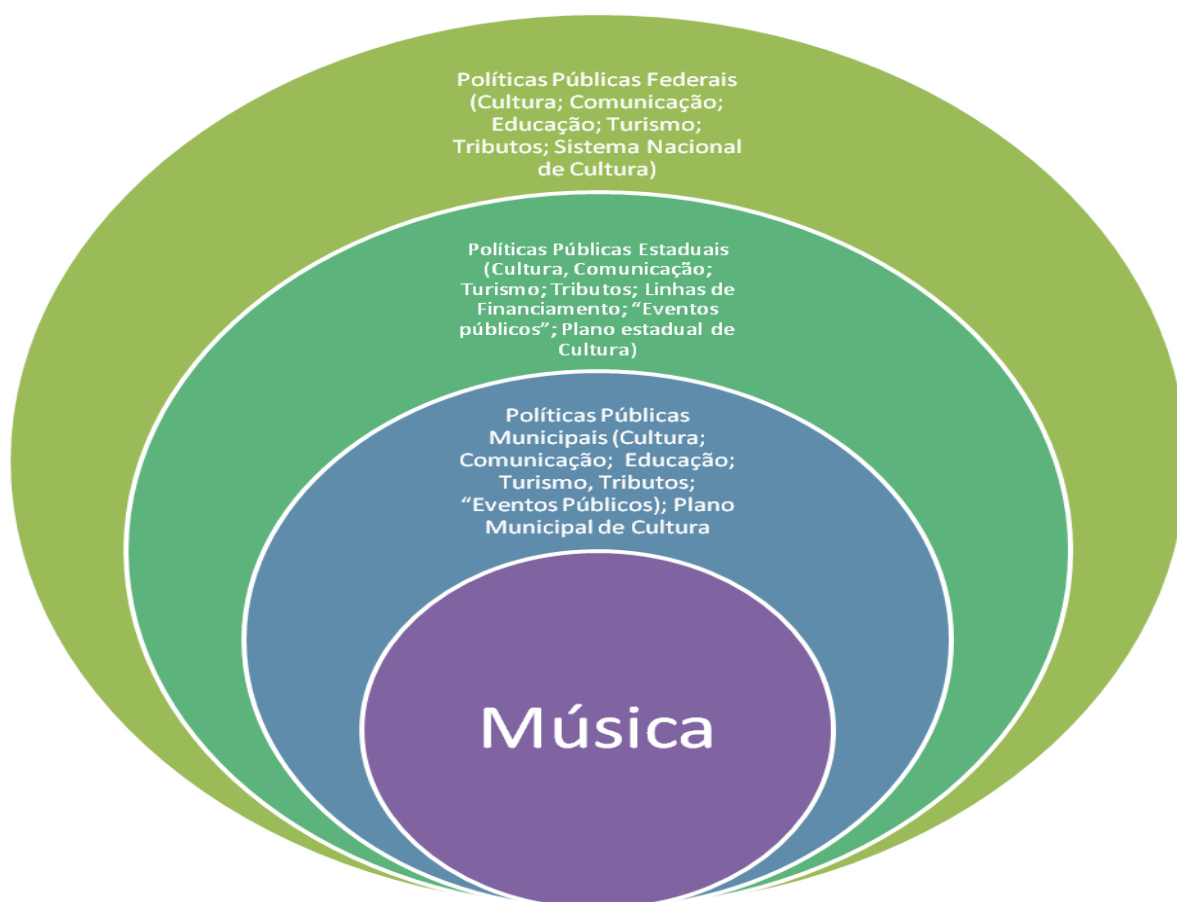
**Figura 14**  
**Circuitos Musicais**



Entretanto, pode-se destacar o circuito musical que agrega os gêneros rock - em suas diversas variações - e “pop” - que contempla as experiências estéticas e de linguagens sonoras que põem em diálogo referências locais e globais, em sua maioria autoral -, que se articula com forte apoio das emissoras públicas de TV e rádio FM, abrindo espaço na programação regular e na promoção de festivais, e com espaços privados em sua maioria, formada por pequenos empreendedores, para shows. Este conformaria um circuito virtuoso para a produção local e autoral. Contudo ainda sem força similar ao circuito musical formado na órbita dos ‘gêneros da moda’, como o sertanejo, axé/pagode, forró eletrônico e o arrocha, mais recentemente, que encontra, em especial nos eventos públicos e/ou com forte apoio público e nos meios de comunicação privados, forma mais eficiente de exibição e divulgação, garantindo o desdobramento por todo o ano, em festas privadas e pagas por um público cativo.

**Figura 15**

**Políticas Públicas para a Cultura: dimensões e transversalidades**



**Conclusões gerais do estudo:**

- Riqueza da produção local, autoral e na diversidade de gêneros/estilos musicais;
- Aumento da produção de CDs, sem impacto na remuneração, mas sim na divulgação;
- Disponibilização do conteúdo musical na internet, mas sem remuneração;
- Importância dos shows, como principal fonte de receita e de divulgação;
- O papel dos festivais, dos eventos públicos e dos meios de comunicação de massa (TV e FM);
- Fragmentação da classe artística;
- Principais dificuldades apontadas: condições financeiras; apoio público; espaços para shows; profissionalização; divulgação na TV e rádio.

### **Desdobramentos da pesquisa:**

- Manutenção e aperfeiçoamento do Portal EPM;
- Manutenção e aperfeiçoamento do catálogo online;
- Publicação da próxima edição (2014) do Catálogo da Música de Sergipe;
- Aprofundamento da análise sobre os circuitos musicais;
- Transposição da metodologia para o estudo de outras cadeias produtivas da cultura.

### **g) Referências**

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *A dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.

ATTALI, J. (1995). *Ruidos. Ensayo sobre la Economía Política de la Música*. México: Siglo Veintiuno Editores.

BANDEIRA, Messias. *Música e Cibercultura: do fonógrafo ao MP3 Digitalização e difusão de áudio através da Internet e a repercussão na indústria fonográfica*. 2001. Disponível em: <http://www.compos.org.br/pagina.php?menu=8&mmenu=0&fcodigo=1305>. Acesso em 15/05/2012.

BENJAMIN, W (1994). *Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense.

BOLAÑO, C.(2000). *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*. São Paulo: Hucitec.

BUSTAMANTE, E. (2010). A digitalização integral das indústrias culturais. In.: *Revista Observatório Itaú Cultural*. São Paulo: Itaú Cultural, n. 09, p. 71-85.

MARCHI, L. (2009). Reorganização da indústria fonográfica e suas conseqüências para a produção de bens simbólico. XIV Congresso Brasileiro de Sociologia 28 a 31 de julho de 2009, Rio de Janeiro (RJ)

MORELLI, R. (1991). *Indústria Fonográfica. Um estudo antropológico*. Campinas: Ed. da UNICAMP.

IFPI. (2013). *Recording Industry in Numbers*. Disponível em: [http://www.ifpi.org/content/section\\_resources/rin/RIN\\_Get\\_the\\_Report.html](http://www.ifpi.org/content/section_resources/rin/RIN_Get_the_Report.html). Acesso em 20/05/2013.

PEREZ, C. (1986). Las nuevas tecnologías: una visión de conjunto. Em: Onminami, C. (Ed.). La tercera revolución industrial. Buenos Aires, pp. 43-89.

PRESTES FILHO, L. C. *et. alli.* (2004). Cadeia Produtiva da Economia da Música. Rio de Janeiro: Instituto Gênese.

SEBRAE; FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. (2008). Cadeia Produtiva da Economia da Música em Belo Horizonte.

TEIXEIRA JR., S. (2004). MP3 – A Revolução da Música Digital. Coleção Para Saber Mais, 1ª ed. São Paulo.

ZALLO, R. (2011). Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital. Barcelona: Gedisa.

#### **h) Anexos** (comprovantes de publicações)

Capítulos de livro internacional:

BOLAÑO, C; SANTOS, V. "Cultura, desarrollo y economía política de la comunicación brasileña". In: Comunicación y Desarrollo. Buenos Aires: Ediciones Crujía, 2013.

SANTOS, V. A.. Os desafios e as possibilidades do uso das novas tecnologias no campo da música. In: Elias Said-Hung; Gaspar Brändle. (Org.). Las sociedades en red: libertad de expresión, consumo comunitario y desafíos profesionales y artísticos. 1ed. Bogotá: Colombia Digital, 2012, v. 2, p. 51-58.