

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

ALEXANDRE PRINZLER KARPOWICZ

ENSAIOS ABERTOS:

*Estudo sobre a gestão econômica da criatividade em ambientes organizacionais de
orquestras no contexto da economia criativa*

Dissertação apresentada como requisito parcial para
a obtenção do título de Mestre em Sociologia, pelo
Programa de Pós-Graduação em Sociologia da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador

Prof. Dr. Sandro Ruduit Garcia

Porto Alegre
2014

ALEXANDRE PRINZLER KARPOWICZ

ENSAIOS ABERTOS:

Estudo sobre a gestão econômica da criatividade em ambientes organizacionais de orquestras no contexto da economia criativa

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Sociologia, pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador

Prof. Dr. Sandro Rudit Garcia

Porto Alegre

2014

CIP - Catalogação na Publicação

Karpowicz, Alexandre Prinzler

Ensaio Aberto: Estudo sobre a gestão econômica da criatividade em ambientes organizacionais de orquestras no contexto da economia criativa / Alexandre Prinzler Karpowicz. -- 2014. 188 f.

Orientador: Sandro Rudit Garcia.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Porto Alegre, BR-RS, 2014.

1. Sociologia Econômica. 2. Criatividade. 3. Orquestras. 4. Mercado da Música. I. Garcia, Sandro Rudit, orient. II. Título.

ALEXANDRE PRINZLER KARPOWICZ

ENSAIOS ABERTOS:

Estudo sobre a gestão econômica da criatividade em ambientes organizacionais de orquestras no contexto da economia criativa

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Sociologia, pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador

Prof. Dr. Sandro Ruduit Garcia

BANCA EXAMINADORA:

Dr. Arlei Sander Damo - PPG Antropologia Social/ IFCH/ UFRGS

Dr. Leandro Valiati - Departamento de Economia e Relações Internacionais/ FCE/ UFRGS

Dra. Letícia Maria Schabbach - PPG Sociologia/ IFCH/ UFRGS

Porto Alegre

2014

Para minha família, Luciana e Ernesto.

À Luciana, obrigado pelo teu amor e pelo companheirismo.

Ao amado Ernesto, que nasceu e cresceu junto com este trabalho, é minha alegria.

AGRADECIMENTOS

Inicio estas palavras de agradecimento dedicando um profundo e reconhecido obrigado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul e ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia, na figura dos seus Professores e Professoras que me possibilitaram um crescimento acadêmico e, sobretudo, crescimento humano. Obrigado PPG Sociologia! Obrigado Mestres!!

Aos maestros Márcio Buzatto (Orquestra da PUCRS) e Tiago Flores (OSPA), agradeço a vocês a disponibilidade e abertura aos meus questionamentos sociológicos, agradeço por me incentivarem a realizar esta aproximação entre sociologia econômica e música erudita. Aos músicos entrevistados, obrigado pela paciência e pela acolhida durante os ensaios – *ensaios abertos* - foram momentos extremamente gratificantes de diálogos e de aprendizagens sobre o universo artístico e profissional da música erudita.

Ao Professor Elder Patrick Maia (PPG Sociologia – UFAL), que desde a apresentação de meu trabalho na ANPOCS de 2013, no GT *Economia criativa e mercado de simbolizações*, se tornou um apoiador desta pesquisa e um importante interlocutor sobre os caminhos de desenvolvimento da economia criativa no Brasil.

Aos amigos *RD* e *RW*, respectivamente, Rodrigo Dilélio e Rodrigo Foresta, amigos e colegas de investigação no campo da Sociologia Econômica. Guris, a parceria e o apoio de vocês confirmaram um dos conceitos-chave da sociologia econômica: confiança! Eu não me esqueci do grupo de estudos do Capítulo 2 de *Economia e Sociedade*. Vamos tocar em frente!

Ao Professor Dr. Sandro Rudit Garcia, meu orientador, por me acolher como seu orientando, me conduzindo no estimulante caminho da pesquisa em Sociologia Econômica. Professor, aprendi muito com o teu exemplo de educador e pesquisador! Gratidão enorme!

A minha mãe, Edith, por ser uma das grandes incentivadoras da minha formação sociológica.

Extremamente essencial para a Sociologia da Música é, hoje, a tarefa levada a cabo em vários locais de investigar e analisar a base econômica da música; o momento no qual se atualiza a relação entre sociedade e música. Isso diz respeito, de saída, às questões atinentes à vida musical: não só até que ponto e com qual efeito esta última é determinada por motivos econômicos, mas, o que é mais profundo e relevante, por meio de quais legalidades econômicas e mudanças estruturais isto se dá.

(ADORNO, 2011, p. 404).

RESUMO

O tema central desta dissertação refere-se às formas organizacionais no contexto da chamada economia criativa, explorando-se mais especificamente o que ocorre em relação aos músicos de orquestra na cidade de Porto Alegre. A proposta ampara-se na abordagem da sociologia econômica, tentando-se apreender as relações entre organizações burocráticas e criatividade dos agentes, em meio às novas interações entre artes, tecnologia e mercado nos processos econômicos atuais. Trata-se, pois, de reconhecer características do ambiente organizacional que favoreçam ou obstaculizem a criatividade. A investigação acha motivação na constatação de que a valorização de bens, produtos e serviços da economia criativa, a partir dos anos 2000, configura uma importante mudança no que tange a nova orientação produtiva das economias mundiais, mediante novas interfaces entre artes – tecnologia – mercado. Para a realização da coleta dos dados empíricos, foram entrevistados músicos, maestros e gestores culturais, de duas orquestras da cidade de Porto Alegre, respectivamente uma orquestra pública e uma orquestra privada. Como principais resultados obtidos pelo estudo, destaca-se que o contexto de expansão da economia criativa tenderia estimular o surgimento de novas condições tecnológicas e de mercado da música, inclusive no segmento de orquestras, requerendo uma nova configuração organizacional e o desenvolvimento de novas habilidades pelos agentes. O estudo aponta também para a possibilidade de choque entre as crenças e valores institucionais, não constituindo necessariamente em uma limitação a manifestação da criatividade nas organizações pesquisadas. Por fim, o processo de gestão da música erudita evidencia traços de uma nova etapa de racionalização em suas dinâmicas, tendo em vista a complexidade de fatores de ordem social e institucional que constituem os processos de criação dos agentes.

Palavras-chave: Sociologia econômica. Criatividade. Orquestras. Mercado da música.

ABSTRACT

The central theme of this dissertation refers to the organizational forms in the context of creative economy, more specifically what happens in relation to orchestral musicians in *Porto Alegre* city. The proposal sustains itself in the economic sociology approach, trying to grasp the relationship between bureaucratic organizations and agents' creativity inside the new interactions among art, technology and market in the current economic processes. That is, to recognize characteristics of the organizational environment favoring or hindering creativity. The research has motivation in noting that the valuation of goods, products and services of the creative economy from the 2000s, an important change regarding the new production guidance of world economies through new interfaces among arts - technology - market. In order to achieve the empirical data collection, musicians, maestros and cultural managers from two orchestras of *Porto Alegre* city were interviewed, respectively, public and private ones. The main results obtained by the study are emphasized that the context of expanding creative economy would tend to stimulate the arising of new technological conditions and musical market, including orchestral segment, requiring a new organizational configuration and new skills development by agents. The study also points to the possibility of an impact between institutional values and beliefs; it does not necessarily constitute a restriction to the expression of creativity in the surveyed organizations. Finally, the process of erudite music management shows features of a new step rationalization in its dynamics, in view of the factors complexity from social and institutional orders which constitute the processes of agents' creation.

Keywords: Economic sociology. Creativity. Orchestras. Music market.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Arranjo produtivo da música no Brasil	46
Figura 2 – Classificação dos setores criativos	67
Figura 3 – A economia criativa brasileira: vetores e eixos de atuação	77
Figura 4 – <i>Ranking</i> das cidades criativas no Brasil	103
Figura 5 – Índice potencial criativo	104
Imagem 1 – Vista externa 1 do Parque Biblioteca San Javier	73
Imagem 2 – Vista externa 2 do Parque Biblioteca San Javier	74
Imagem 3 – Projeto arquitetônico Sala Sinfônica da OSPA	131
Imagem 4 – Segunda fase construção da sala Sinfônica da OSPA	132

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 – critérios de operacionalização das entrevistas	22
Quadro 2 – Operacionalização do critério de análise dos dados das entrevistas	23
Quadro 3 - Panorama da gestão dos direitos autorais da música no mundo	66
Quadro 4 - Atores institucionais para o desenvolvimento da Economia Criativa	78
Quadro 5 – Distribuição de orquestras por município do Brasil	84
Quadro 6 – Cursos de graduação em música por estado	85
Quadro 7 – Remuneração média por espetáculo	86
Quadro 8 – Remuneração média por arranjo ou regência	86
Quadro 9 – Instituições financeiras promotoras de projetos ligados aos setores criativos	90
Quadro 10 – Panorama das ações de estímulo à economia criativa no RS	96
Quadro 11 – Panorama das ações de estímulo à economia criativa em Porto Alegre	105
Quadro 12 – Perfil das orquestras pesquisadas	112
Tabela 1 - Evolução dos Investimentos via Lei Rouanet	83
Tabela 2 – Volume de vendas música digital 2011/2012	87
Tabela 3 – Municípios com maior participação nas Indústrias Criativa	94

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABO – Association British Orchestra

ABPD – Associação Brasileira dos Produtores de Discos

AGDI - Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Inovação

CCI – Centro Comércio Internacional

CITF – Creative Industries Task Force

ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing

FAMECOS – Faculdade de Comunicação Social da PUCRS

FAPERGS – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul

FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo

FEEVALE – Universidade do Vale

FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro

HAMBURGTEC – Parque Tecnológico da Universidade do Vale do Rio dos Sinos
cidade de Novo Hamburgo

IFPI – International Federation of Phonographic Industry

MINC – Ministério da Cultura

OBEC – Observatório Brasileiro de Economia Criativa

OCDE – Organização para o Comércio e o Desenvolvimento Econômico

ODM – Objetivos de Desenvolvimento do Milênio

OMPI – Organização Mundial Propriedade Intelectual

OSESP – Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo

OSPA – Orquestra Sinfônica de Porto Alegre

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

SCIT – Secretaria da Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico do Estado do
Rio Grande do Sul

SEBRAE – Serviço Brasileiro a Apoio a Pequena Empresa

TECNA – Parque Áudio Visual da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

ULBRA – Universidade Luterana do Brasil

UNCTAD – Conferência das Nações Unidas para o Desenvolvimento e Comércio

UNESCO – Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

VALETEC – Parque Tecnológico da Universidade do Vale do Rio dos Sinos

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1 CRIATIVIDADE E ORGANIZAÇÕES: CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS E CONCEITUAIS	27
1.1 ABORDAGENS E DEFINIÇÃO DE ECONOMIA CRIATIVA	27
1.2 ENTRE A LIBERDADE CRIATIVA E A BUROCRACIA ORIENTADA AO MERCADO: ASPECTOS DO PROCESSO DE RACIONALIZAÇÃO DOS ESPAÇOS DE SE OUVIR MÚSICA	35
1.3 FUNDAMENTOS SOCIAIS DA CRIATIVIDADE	42
1.3.1 A dimensão psicossocial do trabalho criativo	44
1.3.2 Arranjos organizacionais e trabalho criativo	57
2 A EMERGÊNCIA DE AÇÕES SOBRE ECONOMIA CRIATIVA	63
2.1 O PANORAMA INTERNACIONAL	64
2.2 O PANORAMA BRASILEIRO	76
2.3 O PANORAMA ESTADUAL	94
2.4 O PANORAMA MUNICIPAL	102
3 SOCIOLOGIA ECONÔMICA DA MÚSICA	111
3.1 HABILIDADE SOCIAL COMO FUNDAMENTO DA AÇÃO DOS GESTORES DE ORQUESTRA: ASPECTOS SOCIOLÓGICOS DA INTERAÇÃO ENTRE ORGANIZAÇÃO E O MERCADO	112
3.2 AS ESTRATÉGIAS DE INSERÇÃO DAS ORQUESTRAS NO MERCADO DA MÚSICA EM PORTO ALEGRE	127
3.3. MÚSICOS COMO AGENTES ECONÔMICOS	136
CONSIDERAÇÕES FINAIS	172
REFERÊNCIAS	178
ANEXO A – ROTEIROS DE ENTREVISTAS MÚSICOS	186
ANEXO B – ROTEIRO DE ENTREVISTAS REGENTES	187
ANEXO C – ROTEIRO DE ENTREVISTAS GESTORES CULTURAIS	188

INTRODUÇÃO

O tema central desta dissertação refere-se às formas organizacionais no contexto da chamada economia criativa, explorando-se, mais especificamente o que ocorre em relação aos músicos de orquestra na cidade de Porto Alegre. A proposta ampara-se na abordagem da sociologia econômica, tentando-se apreender as relações entre organizações burocráticas e criatividade dos agentes, em meio às novas interações entre artes, tecnologia e mercado nos processos econômicos atuais. Trata-se, pois, de reconhecer características do ambiente organizacional que favoreçam ou obstaculizem a criatividade, considerada, hoje, o principal recurso ao desenvolvimento econômico (Amabile, 1998; Caves, 2003; Florida, 2011; Howkins, 2013; Reis, 2012; UNCTAD, 2008).

Entende-se, com base na literatura especializada, que o setor da música é significativo sobre o que ocorre em face da expansão da economia criativa. A situação da atividade musical em orquestras torna-se particularmente interessante porque envolve organizações complexas e burocratizadas (Weber, 1995) que se acham desafiadas por tecnologias e por novos espaços de mercado. Neste sentido, o conhecimento sobre as chances e modos de criar em organizações de orquestra pode auxiliar na compreensão do que ocorre não apenas na música, mas também em outras organizações complexas na economia e sociedade contemporânea.

A investigação acha motivação na constatação de que a valorização de bens, produtos e serviços da economia criativa, a partir dos anos 2000, configura uma importante mudança no que tange a nova orientação produtiva das economias mundiais, mediante novas interfaces entre artes – tecnologia - mercado. De acordo com os dados do Relatório de Economia Criativa da UNCTAD (2008, p. 23), no ano de 2000, os setores produtivos relacionados à economia criativa seriam responsáveis por 8% do rendimento anual da economia global. Ainda conforme o documento, a economia criativa se caracterizaria por uma dinâmica de estímulo à diversificação econômica, de receitas, comércio e inovação, aspectos que, se considerados do ponto de vista sócio-econômico, contribuiriam para o reativamento de áreas urbanas decadentes, desenvolvimento de áreas rurais, preservação dos recursos naturais e dos patrimônios culturais de um país¹.

¹ O panorama de emergência da economia criativa será foco de análise no *Capítulo 2*.

Ao analisarmos o desenvolvimento de um ambiente que favoreça a valorização econômica da criatividade enquanto bem econômico, constata-se, conforme o trabalho de Meleiro e Fonseca (2012), que a perspectiva da sociedade do conhecimento seria um importante fator de estímulo à economia criativa. Desta forma, os autores destacam que: a) o fenômeno China (sua capacidade de produção industrial, que inviabiliza a indústria de muitos países); b) o desenvolvimento de tecnologias da informação/comunicação; c) o meio ambiente como importante fator das agendas mundiais, na medida em que o desenvolvimento sustentável torna-se um elemento a ser incorporado aos processos produtivos industriais. Isso ajudaria a explicar o fenômeno da recente ascensão de uma economia criativa.

Na perspectiva de Howkins (2013), na economia criativa existiria o aumento da valorização econômica de patentes e contratos de propriedade intelectual. Richard Florida, no livro “*A ascensão da classe criativa*” (2012), destaca que a classe de profissionais criativos englobaria profissionais da ciência e engenharia, arquitetura e *design*, educação, artes, música e entretenimento, tendo como principal tarefa, a função econômica de criar idéias, novas tecnologias e conteúdos criativos.

De acordo com Newbiggin (2010, p. 16), a economia criativa possibilitaria a intensificação dos processos envolvendo investimentos nas áreas de inovação e de tecnologia, uma vez que a inovação consistiria em um intenso fluxo de ideias criativas aplicadas a realidades práticas da vida econômica. Neste sentido, pode-se afirmar que a ação criativa desempenhada pelos agentes em seus ambientes de trabalho (orquestras, ciência, incubadoras tecnológicas, ensino, etc), resultaria em um contexto de *inovação* onde o desenvolvimento de novos produtos, processos e métodos apresentam-se como um fator econômico fundamental para a inserção das organizações no mercado. Assim, a expansão dos setores criativos da economia sugere que se retome as discussões acerca das potencialidades/aplicação da criatividade pelos agentes durante o exercício de suas atividades profissionais. Neste contexto, é crucial o papel da sociologia econômica no estudo das formas como as organizações burocráticas condicionam o modo como os indivíduos passariam a orientar habilmente suas ações criativas ao mercado.

No Brasil, atualmente, também podemos observar a emergência do debate acerca dos usos econômicos da criatividade, bem como, de estudos que analisam as possibilidades de estímulo ao desenvolvimento econômico e social baseados nos chamados setores de trabalhos criativos. Desta forma, conforme apontam trabalhos especializados recentes (Fonseca, 2011; Dalla Costa & Souza-Santos, 2011; Bolaño,

2011), a problematização sobre os sentidos e usos econômicos da criatividade no contexto brasileiro constitui-se em um objeto sociológico novo no campo da sociologia econômica.

Assim, considerando este contexto em específico, elaboramos a seguinte indagação para orientar a investigação: *quais os aspectos sócio-organizacionais que influenciam a relação entre burocracia e criatividade nas organizações?* Trata-se de saber de que forma a criatividade, entendida como uma habilidade cognitiva, torna-se um dos principais recursos a serem estimulados e desenvolvidos no interior das organizações, constituindo-se em um valor econômico de mercado.

Para discutir tal problema, enfocam-se as atividades de músicos de orquestra. Em seu clássico “*Os fundamentos racionais e sociológicos da música*”, Max Weber analisou os desdobramentos do processo de racionalização na música: em *termos econômicos*, no que se refere à profissionalização das atividades musicais, bem como sua comercialização, e também, em *termos sócio-culturais*, em relação à análise sobre a emergência da distinção entre música erudita (arte) e a música popular na Alemanha do século XIX. O período analisado por Weber em “*Os fundamentos...*”, de acordo com Martin (1995, p. 229), foi o momento de consolidação dos concertos públicos e da institucionalização de práticas e rotinas que hoje constituem os cenários dos espetáculos das orquestras sinfônicas modernas, manifestadas por meio de ações que demonstram uma *expertise* comercial existente nas práticas de músicos profissionais e empreendedores do ramo de entretenimento.

O contexto sócio-motivacional no interior da organização e o grau de habilidade com que os agentes irão direcionar suas ações nos diferentes níveis burocráticos da orquestra configuram-se, desta forma, em estímulo ou obstáculo ao desenvolvimento da criatividade em termos organizacionais. A intensificação dos processos de controle do trabalho dos músicos, maiores exigências quanto ao aperfeiçoamento técnico, desenvolvimento de habilidades artístico-gerenciais e o reconhecimento de diferentes níveis de hierarquia/controlado no interior da orquestra, corresponderia a uma das perspectivas do fenômeno da racionalização burocrática da música (WEBER, 1995).

Mais recentemente, a relação entre poder e reconhecimento das convenções que orientam as ações dos músicos no interior da orquestra, constitui-se no foco de estudo do trabalho de François (2005), que descreve detalhadamente os processos de negociação envolvendo formas tradicionais de execução musical e novas formas de composição/execução da obra artística musical. Para este autor, o trabalho musical em

uma orquestra envolve o reconhecimento de um grande conjunto de *convenções*. O modo como cada músico manipula estas convenções reflete-se diretamente na produção coletiva desta organização. Por convenção, pode-se compreender o processo de leitura/apropriação dos aspectos formais (burocráticos) que orientam a ação dos músicos na orquestra e o modo como os agentes passam a fazer a mediação entre novas formas de composição/execução/gestão da música erudita. Ou seja, o que se quer chamar a atenção é o modo como a criatividade dos agentes (músico/maestro/gestor) manifesta-se em um ambiente em que as normas organizacionais interferem diretamente na execução do *trabalho do músico*: os “ataques”, a homogeneidade dos timbres, a precisão dos ritmos; *dos maestros*: harmonização dos diferentes ritmos, orientação aos regidos; e *dos gestores*: captação de recursos financeiros, negociação da obra musical. Estes atributos de natureza artístico-burocrática indicam pistas do que consideramos ser um elevado nível de racionalização do trabalho dos músicos, maestros e gestores.

Neste caso, enfocou-se neste estudo a forma como uma orquestra estatal e uma orquestra privada mostram efeitos do poder burocrático sobre a manifestação da criatividade, assim como a forma que a criatividade manifestada pelos agentes se relaciona com atributos institucionais como convenções e normas. O que se pretende é verificar, a partir da análise de dados coletados junto a **Orquestra Sinfônica de Porto Alegre** (OSPA) e a **Orquestra Filarmônica da PUCRS**, respectivamente - uma organização pública e uma privada -, o modo como a criatividade é manifestada pelos agentes das orquestras (músicos, regentes e gestores), nestes dois tipos de *organizações burocráticas*. Cabe destacar que a capital gaúcha situa-se em um cenário privilegiado para o desenvolvimento de empreendimentos econômicos voltados aos setores criativos², em especial, atividades econômicas ligadas aos espetáculos musicais, criação de incubadoras da indústria criativa e na área de pesquisa e desenvolvimento³.

²A matéria “*Criatividade dá dinheiro. Saiba como usar princípios da economia criativa para abrir um negócio*”, apresentada na revista **Pequenas Empresas Grandes Negócios**, edição de outubro 2012, fornece um grande e detalhado panorama do atual momento da Economia Criativa no mundo e no Brasil. Entre outros dados relevantes que a matéria apresenta, destacam-se os dados sobre a participação dos estados brasileiros no PIB, a partir da Economia Criativa, em que o RS ocupa a 4ª posição, e, também, dados sobre a remuneração média dos profissionais da economia criativa, em que o RS ocupa a 7ª posição com uma renda média de R\$ 1.500,00.

³A matéria “*A ópera volta por cima*”, publicada no jornal Zero Hora em 18/08/2012, examina o panorama porto-alegrense para a realização de espetáculos envolvendo a apresentação de orquestras. Segundo a reportagem, “existiria uma coincidência de esforços de orquestras e instituições no sentido de transformar a capital gaúcha em um dos circuitos de produção e apresentação de espetáculos eruditos, destacando os trabalhos realizados pelas orquestras da PUCRS, do Instituto de Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e das orquestras do Teatro São Pedro e Unisinos. Em outra matéria publicada no dia 19/10/2012, no jornal Zero Hora, sob o título “*A estrela é a música*”, destaca-se

Em específico, considerando o contexto burocrático presente nas instituições acima mencionadas, este estudo também buscou mapear, a partir de elementos institucionais existentes no trabalho dos regentes e dos gestores das orquestras, pistas que indiquem a ocorrência daquilo que Weber (2009), denomina de *tipos puros de dominação: racional-burocrático, tradicional e carismática*. Com o objetivo de problematizar o grau de institucionalização dos agentes acima referidos, partimos da análise da arquitetura institucional da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (OSPA) e da Orquestra Filarmônica da PUCRS, tendo em vista verificar o modo como estas orquestras (enquanto organizações burocráticas), evidenciam formas racionalizadas do trabalho criativo dos músicos, regentes e gestores no que se refere à coordenação dos conhecimentos técnicos e artísticos.

O universo artístico-cultural das orquestras pesquisadas, no qual se manifestam as habilidades criativas dos músicos eruditos, dos regentes e gestores, se caracteriza por exibir os reflexos de outras organizações econômicas, como por exemplo, empresas ou o próprio mercado. Ou seja, as relações de trabalho em que estes profissionais desenvolvem suas habilidades criativas *são* orientadas a um determinado fim, qual seja: a inserção deste produto (a música erudita) no mercado. Nesta perspectiva, podemos relacionar este tipo de comportamento ao que Weber (2003, p. 20) define como “fenômeno economicamente condicionado”, tendo em vista que determinados contextos culturais (Artes/Música, por exemplo), exibiriam condicionamentos de ordem econômica pelo fato de estarem inseridos em realidades sociais mais amplas, que também são atravessadas por agentes que articulam suas interações (sociais e culturais) por meio de uma “racionalidade material” (Weber, 2009, p.52).

No propósito de estudar as relações entre burocracia e o estímulo à criatividade nos ambientes organizacionais de orquestras, parte-se das contribuições teóricas desenvolvidas no âmbito da sociologia econômica e da perspectiva teórica do neo-institucionalismo organizacional (em sua vertente sociológica), abordagem teórica que também é compartilhada pela sociologia econômica. Entende-se que a análise sócio-econômica das orquestras a partir de um ponto de vista organizacional permite

a realização, após um período de 10 anos, de uma ópera na íntegra. Em sua entrevista para a matéria, o diretor artístico da OSPA, Maestro Tiago Flores, justifica que o longo período sem a apresentação na íntegra de uma ópera deve-se a problemas de infra-estrutura, uma vez que não existiria uma sala sinfônica adequada para a apresentação de um espetáculo deste porte. A reportagem analisa que a construção da nova sala sinfônica da OSPA (prevista para 2014), representará um novo momento para o cenário do mercado de espetáculos eruditos em Porto Alegre.

compreender a influência de fatores como normas/regras/códigos sobre a ação (habilidade criativa) dos agentes no interior da instituição.

Partindo do contexto empírico referente aos ambientes organizacionais de orquestras, consideramos oportuno destacar que o estudo procura mapear os possíveis estímulos ao uso da criatividade pelos músicos em suas práticas profissionais, e o modo como estas práticas laborais passariam a ser desenvolvidas, obedecendo a uma lógica mercantil (mercado da música/arte). Neste sentido, conforme Steiner (2006, p. 45), a “sociologia econômica se interessa pelas conseqüências culturais da massificação e da ampliação das relações mercantis”, assim, esta abordagem conceitual possibilitaria a observação do diálogo entre aspectos de natureza *macrossociológica* (mercado da música/arte) e *microssociológica* (cultura organizacional/subjetividade dos agentes), em um contexto de uso econômico da criatividade enquanto diferencial mercadológico.

O universo organizacional em que são desenvolvidas as atividades artístico-profissionais dos músicos eruditos caracteriza-se por um intenso processo de interiorização de regras, normas, procedimentos e códigos que orientam e definem as condutas dos agentes no interior da orquestra. A interação dos músicos eruditos, conforme nos aponta o estudo elaborado por François (2005, p. 57), é orientada por relações *face a face*, que evidenciam disposições comportamentais que vão desde a autoridade até outros comportamentos de natureza mais difusa, que de acordo com o autor, evidenciariam a incorporação – pelos músicos – de formas e procedimentos como “práticas culturais”.

Assim, consideramos que os músicos enquanto agentes que buscam desenvolver suas habilidades profissionais a partir de um plano cognitivo – que tem a aplicação da criatividade ao trabalho técnico o seu diferencial mercadológico –, manifestariam aquilo que Fligstein (2009, p. 81) denomina como uma “habilidade social”. Ou seja, em um contexto organizacional caracterizado pelo reconhecimento por parte dos agentes (músicos), de um conjunto de valores e normas de ordem simbólica, que estruturam as “arenas” de disputa existentes no mercado, nas quais estão inseridas as orquestras de música erudita, considera-se que o estudo das influências do ambiente organizacional da orquestra sobre a atividade laboral criativa do profissional da música erudita, bem como, a análise do nível de inserção ao mercado destas orquestras, constitui-se em fenômeno sociológico relevante para a sociologia econômica, uma vez que este contexto de interação (músicos-orquestra-mercado), em nossa opinião, indica pistas que vão ao encontro do que Smelser e Swedberg (2005, p.16), destacam como sendo uma das

especialidades da sociologia econômica, qual seja, “a análise dos aspectos culturais e cognitivos das organizações”.

O objetivo geral do estudo é, portanto, analisar as relações entre arranjos organizacionais de orquestra e o processo criativo dos músicos eruditos em Porto Alegre, tendo em vista examinar sociologicamente aspectos das interfaces entre artes, tecnologia e negócios, no contexto da chamada economia criativa. Os objetivos específicos são:

- Mapear o contexto sócio-econômico da interação de orquestras com a chamada cadeia produtiva da música em Porto Alegre, considerando-se organizações relevantes, novas incubadoras de economia criativa, incentivos governamentais e privados, expansão/retração do setor na cidade;
- Identificar e descrever características e mudanças recentes nos arranjos organizacionais das orquestras, considerando-se acesso a recursos financeiros, estratégias de inserção no mercado, recursos técnicos, gestão do trabalho, incentivos à novidade e reconhecimento do músico, interação com universidades;
- Identificar e descrever aspectos do processo de criação dos músicos e de suas condições em diferentes orquestras, considerando-se criação e diversificação dos espetáculos, composições entre erudito/popular, valorização da novidade e da qualidade da obra, negociação da singularidade da obra, profissionalização dos músicos, condições ocupacionais.

Partindo da problemática acima elaborada, a coleta e análise dos dados empíricos foram guiadas pela seguinte hipótese de trabalho:

A expansão da economia criativa tende a requerer mudanças nas organizações, e no processo de criação dos profissionais da música erudita. Quanto maior a flexibilidade, a diversidade de interações e à tolerância ao novo proporcionados pela organização, maiores serão as chances de criação de experiências e produtos artísticos e de sua transformação em valor econômico pelos profissionais da música, expressando-se dinâmicas de adaptação às novas lógicas de interação entre arte – tecnologia e mercado no âmbito de uma economia criativa.

Neste sentido, ao se propor um estudo que reflita as manifestações de ordem socioeconômica, organizacional e cultural de orquestras de música erudita, deve-se lembrar que a *música* – enquanto fenômeno genuinamente social – supõe a contribuição de vários indivíduos que se agregam em grupos (conjuntos, bandas, *orquestras*, etc.) para criar, interpretar músicas dentro de certos estilos ou gêneros que pertencem às tradições culturais e institucionais nas quais os referidos indivíduos foram socializados ou educados.

A coleta dos dados empíricos nos dois caso selecionados foi desenvolvida a partir da utilização de duas técnicas de investigação (entrevistas e documentos):

- *Entrevistas*: A pesquisa de campo foi realizada por meio de *entrevistas semi-estruturadas* (FLICK, 2009), no período⁴ de abril a outubro de 2013, com 12 profissionais do campo da música erudita em Porto Alegre:

Orquestra Filarmônica da PUCRS: 4 músicos, 1 maestro, 1 gestor cultural;

Orquestra Sinfônica de Porto Alegre: 3 músicos, 1 maestro, 1 gestor administrativo e 1 gestor cultural (presidente da Fundação OSPA FOSPA).

O processo de coleta de dados realizado pela pesquisa de campo utilizou a técnica de *amostragem intencional*, buscando, neste sentido, reunir informações referentes ao processo de criação dos músicos eruditos, regentes e gestores culturais em contextos institucionais caracterizados por arquiteturas burocráticas distintas.

A abordagem qualitativa do universo empírico deste estudo utilizou a técnica de *entrevista semi-estruturada* e em *profundidade* (Pereira 2001; May, 2004; Rosa, 2008), tendo o *critério de saturação de sentido*⁵ como indicador de finalização da pesquisa, permitindo aproximação dos valores sócio-culturais que orientam os códigos,

⁴ O longo período de coleta de dados foi ocasionado pelo fato dos músicos entrevistados estarem trabalhando em apresentações em suas orquestras em outras cidades e estados no Brasil. Contexto que, em algumas situações, impediu o contato do pesquisador com os entrevistados de uma forma mais sistemática.

⁵ De acordo com Bauer e Aarts (2004, p.59) “saturação é o critério de finalização: investigam-se diferentes representações, apenas até que a inclusão de novos estratos não acrescente mais nada de novo, assumindo-se, desta forma, que a variedade representacional é limitada no tempo e no espaço social”.

estruturam as regras e guiam os usos que os agentes fazem de suas habilidades criativas em um contexto de mercado.

• *O desenho de estudo de caso* (May, 2004; Gil, 1999), guiou o processo de desenvolvimento das entrevistas junto aos agentes acima descritos integrantes do universo da pesquisa. Os critérios dispostos no quadro de operacionalização das entrevistas (Quadro 1) permitem uma visualização do modo como as entrevistas foram conduzidas:

Quadro 1 – critérios de operacionalização das entrevistas

AGENTES	FUNÇÃO DESENVOLVIDA NA ORQUESTRA	PERFIL TÉCNICO
a) Músicos	<ul style="list-style-type: none"> • Composição da obra artística musical; • Execução da obra artística musical; • Interação com diferentes configurações organizacionais 	<ul style="list-style-type: none"> • Atividade como músico erudito; • Trabalho em diferentes orquestras; • Compositor de música
b) Regentes	<ul style="list-style-type: none"> • Composição da obra artística musical; • Coordenação do arranjo da orquestra; • Criação de métodos/formas de execução da música erudita; • Criação do repertório musical 	<ul style="list-style-type: none"> • Músico compositor; • Experiência na coordenação de orquestras; • Contato com cursos/formações que desenvolvam novas habilidades de execução da música;
c) Gestores da Orquestra	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de estratégias de captação de recursos financeiros; • Elaboração de estratégias de inserção ao mercado da música; • Desenvolvimento da arquitetura organizacional (hierarquia) de interação entre os agentes da orquestra; • Interação com outros agentes que compõe a cadeia produtiva da música 	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento do mercado/negócio da musica; • Habilidades/Competências econômico-gerenciais; • Conhecimento em gestão de pessoas/ Gestão do conhecimento; • Conhecimento de profissionais que integram outros elos da cadeia produtiva da música em Porto Alegre/RS (por exemplo: pré-produção, produção,comercialização).

As informações obtidas juntos aos entrevistados foram tratadas através das técnicas de análise de conteúdo e análise documental, de acordo com as configurações metodológicas descritas em (Bauer, 2002; May, 2004; Flick, 2009; Gil, 1999). Os dados coletados por meio das entrevistas (fonte primária) e os dados obtidos através do estudo dos documentos referentes ao cenário social, cultural e econômico de efervescência do debate acerca da economia criativa (fontes secundárias), foram triangulados (Flick, 2002) a fim de potencializar o estudo das unidades de análise contidas no Quadro 2:

Quadro 2 – Operacionalização do critério de análise dos dados das entrevistas

CATEGORIAS	DIMENSÃO DE ANÁLISE	INDICADORES	FONTE DOS DADOS
a) Contexto de emergência da Economia Criativa	<ul style="list-style-type: none"> • Interação das orquestras cadeia produtiva da música; • Incubadoras da Economia Criativa em Porto Alegre; • Incentivos governamentais ao setor na cidade. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nível de integração aos processos de produção musical (pré-produção, produção, distribuição, comercialização e consumo); - Grau de inserção das empresas estabelecidas em incubadoras criativas no mercado; - Efetivação de acordos, projetos, incentivos e parcerias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista semi-estruturada com gestores culturais das orquestras; - Entrevista semi-estruturada com profissionais do setor criativo, integrantes de empresas em funcionamento em Incubadoras da Economia Criativa; - Análise documental de projetos e programas setoriais de estímulo à Economia Criativa.
		<ul style="list-style-type: none"> - Nível de influência das normas, rotinas e valores institucionais sobre o 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista semi-estruturada com

<p>b) Ambiente organizacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Características/mudanças nos ambientes organizacionais de orquestras; • Reconhecimento do músico; • Estratégias de inserção no mercado; • Recursos técnicos; • Gestão do trabalho (criativo); • Incentivo à novidade; • Interação com a universidade 	<p>trabalho do músico e/ou interação com membros da orquestra;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grau de envolvimento emocional e/ou satisfação do músico em seu ambiente de trabalho; - Recebimento da obra musical pelo mercado da música; - Infra-estrutura e acesso dos músicos à tecnologia musical (instrumentos, técnicas de execução e incentivo à educação continuada); -Perfil gerencial da organização; - valorização do novo: impacto da novidade sobre as rotinas dos sujeitos na orquestra (modos de criação e/ou interpretação musical; apropriação de técnicas); - Nível de influência da universidade sobre o modo de organização/atuação da orquestra. 	<p>músicos eruditos;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevista semi-estruturada com profissionais ligados às etapas de distribuição e comercialização da música erudita; - Entrevista semi-estruturada com gestores das orquestras; - Observação de ensaio e/ou apresentação da orquestra; - Entrevista semi-estruturada com representantes da universidade ligados a orquestra;
<p>c) Criatividade</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidade social do gestor/regente em mobilizar seus músicos; • Processos de criação dos músicos em diferentes arranjos (orquestras); • Valorização da novidade e da qualidade da obra; • Negociação da singularidade da obra musical; • Profissionalização dos músicos; • Condições ocupacionais. 	<ul style="list-style-type: none"> - Processo de criação do repertório musical (regente); - Nível de cooperação existente entre os integrantes da orquestra; - Modos como a orquestra estrutura seus ensaios (individual ou coletivo); - Influência da organização na criação da obra musical; - Nível de reconhecimento por parte da orquestra pela criação de uma obra e/ou novo modo de interpretação/condução de uma obra musical; - Parâmetros que referenciam o <i>valor econômico</i> da singularidade da obra musical 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista semi-estruturada com regente das orquestras integrantes da pesquisa; - Entrevista semi-estruturada com músicos;

		<pre>(preço CD/ingressos espetáculos); - Ações referentes à educação continuada dos músicos; - Existência de trabalhos <i>free- lance</i>, atividade profissional ligada ao ensino, nível de informalidade.</pre>	
--	--	---	--

- *Dados secundários*: Consistiu na análise de documentos oficiais em formato impresso, bem como, em versão para consulta na *internet* (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013). Foram analisados os documentos que seguem abaixo:
 - Plano da Secretaria da Economia Criativa, disponível em formato virtual, no site do Ministério da Cultura;
 - Programa Setorial da Economia Criativa do Estado do Rio Grande do Sul, também disponível em formato virtual, no site da Secretaria da Fazenda estadual;
 - Relatório UNCTAD de Economia Criativa (edições 2010 e 2013);
 - Acesso aos estudos sobre os setores criativos da economia brasileira, coordenados pelo SEBRAE e pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN); disponíveis em meio virtual, no site da FIRJAN;
 - *Sites* das orquestras pesquisadas.

A presente dissertação é estruturada em três capítulos, além desta introdução e das conclusões do estudo. No **Capítulo 1**, a finalidade é examinar os pressupostos teóricos que animam a discussão das análises empíricas dos dados. Assim, na primeira parte são destacadas as *abordagens em torno do conceito de economia criativa* e, na segunda parte, à luz das contribuições da sociologia econômica, são apresentadas propostas de operacionalização destes conceitos na pesquisa.

Em seguida, é apresentado um panorama sócio-histórico referente ao surgimento e desenvolvimento dos *espaços específicos de se ouvir música*. Neste sentido, o capítulo parte da análise de literatura especializada a fim de investigar o modo como o aperfeiçoamento da técnica (músicos) e da tecnologia (estrutura arquitetônica, acesso a

instrumentos e criação de novas metodologias de trabalho), intensificou os processos de racionalização ligados à criação e ao trabalho dos músicos eruditos, na medida em que estes profissionais passaram a interagir com lógicas organizacionais voltadas a valorização econômica da música erudita.

Dedica-se, ainda, a explorar os *fundamentos sociais da criatividade*, tendo em vista examinar aspectos relativos ao trabalho criativo dos músicos eruditos e a influência da organização sobre a ação dos agentes durante o processo de criação artística.

O **Capítulo 2** apresenta o contexto de *emergência e expansão da economia criativa na atualidade*. Com este propósito, são descritos as principais experiências, projetos e ações desenvolvidas por agentes governamentais e privados no ambiente internacional, nacional, estadual e municipal e seus desdobramentos em relação ao negócio da música.

O **Capítulo 3** utiliza as contribuições da sociologia econômica com a finalidade de investigar os elementos que constituem a *música erudita enquanto um fenômeno econômico*. Desta forma, partindo da análise dos dados empíricos coletados junto aos músicos, regentes e gestores das orquestras estudadas, o capítulo analisa a manifestação da criatividade dos agentes, por meio das habilidades sociais dos músicos, regentes e gestores na interação com as organizações burocráticas e com o mercado.

1 CRIATIVIDADE E ORGANIZAÇÕES: CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS E CONCEITUAIS

Este capítulo tem por finalidade explorar teoricamente aspectos relacionados ao contexto de emergência do debate sobre usos econômicos da criatividade. Desta forma, as análises desenvolvidas são organizadas em três partes: na *primeira*, são apresentados os principais estudos ligados ao panorama teórico de abordagem dos setores de bens, produtos e serviços caracterizados pela valorização econômica de atributos intangíveis como a criatividade, originalidade, expressividade e singularidade, caracterizando, assim, um tipo de ‘bem experiencial’. A *segunda parte* do capítulo é dedicada à análise do contexto sócio-histórico de surgimento dos espaços específicos de se ouvir músico, a partir do século XVIII. É discutido também, com base na literatura especializada, o impacto que o surgimento dos primeiros ambientes organizacionais de orquestras representou em relação à liberdade de manifestação da criatividade e da expressividade dos músicos eruditos. A *terceira* e última parte do capítulo tem por finalidade verificar aspectos sociais, culturais e organizacionais ligados à manifestação da criatividade nas organizações. A seção analisa, também, a influência do ambiente organizacional das orquestras sobre o trabalho dos músicos eruditos.

1.1 ABORDAGENS E DEFINIÇÃO DE ECONOMIA CRIATIVA

O foco de análise desta seção é a modificação das estruturas socioeconômicas ligadas ao processo de desenvolvimento das economias industriais a partir dos anos 1990 e o surgimento de categorias analíticas como economia criativa e indústrias criativas, que passam a serem utilizadas por economistas, sociólogos e analistas da economia simbólica, no que versa a inclusão de fatores como cultura, diversidade cultural, expressividade e criatividade. A literatura especializada sobre a economia criativa na atualidade apresenta um distinto panorama em relação ao processo de valorização econômica de atributos intangíveis, assim, os trabalhos de Florida (2012); de Howkins (2013); e de Caves (2003), se apresentam como contribuições iniciais e de referência sobre o tema da valorização da criatividade. O trabalho elaborado por Florida (2012) destaca o papel do contexto urbano no sentido de oferecer estruturas ao

desenvolvimento de uma qualidade de vida que permita aos *profissionais criativos* manifestarem sua força criativa.

Howkins (2013), chama a atenção sobre os processos de valorização econômica referentes aos registros de propriedade intelectual e de patentes. As novas dinâmicas financeiras e contratuais que passaram a vigorar no campo das artes e o modo como esta nova *disposição contratual* envolve a produção e comercialização no campo das artes, constitui o objeto de análise dos trabalhos de Caves (2003); e de Cunningham, (2008).

Ademais, a literatura especializada sobre economia criativa no Brasil, apresenta um enfoque voltado ao desenvolvimento social e regional, bem como, de estímulo à revitalização de zonas urbanas decadentes, com destaque para sua potencialidade na criação de riqueza econômica, como demonstram os estudos (Reis, 2012; Reis e Urani, 2012; Valiati, 2013). Por fim, cabe destacar, ainda, a expressiva produção latino-americana sobre economia criativa, produzida com vistas ao estudo dos processos ligados ao desenvolvimento de projetos de inclusão social baseados nas artes criativas (Alves, 2011; Solanas, 2008; Feria, 2008; Melguizo, 2011).

Neste contexto, conforme abordado anteriormente, os anos 1990 são reconhecidos como período de efervescência dos chamados setores produtivos imateriais da economia (JULIEN, 2010). Estes compreendem um tipo de produto/serviço desenvolvido especialmente com vistas a proporcionar sensações, vivências, que de acordo com o estudo de Pine & Gilmore (1998), representariam o consumo de *experiência*⁶. O uso intensivo de capital intelectual e das tecnologias de informação e comunicação (TIC's), destaca-se como outro aspecto central na constituição de produtos/serviços desenvolvidos nessa economia, que tem, na criatividade humana, um valor econômico dotado de singularidade, manifestando-se nas

⁶ O trabalho de Pine e Gilmore (1998), é referência em se tratando de estudos iniciais sobre o uso da criatividade enquanto ativo econômico. Neste sentido, os autores abordam o tema do uso econômico da criatividade por meio do consumo de *experiência*, expressão que irá ser incorporada à gramática de conceitos de economia criativa. Nos quase vinte anos do estudo dos autores, a experiência enquanto característica dos bens, produtos e serviços ligados à economia criativa, potencializou o mercado ligado aos setores criativos, refinando, ainda mais, os hábitos de consumo dos indivíduos. Hoje, as práticas de consumo de experiência/criativo, estão diretamente relacionados à dispositivos/plataformas em que o indivíduo possui total liberdade em escolher o seu produto. Desta forma, a atualidade é descrita, de acordo com o estudo de Lipovetsky e Serroy (2011, p. 57), como um período de uma nova revolução consumista, o hiperconsumo. O hiperconsumidor se caracteriza por um uso excessivo de *dispositivos pessoais*: computador pessoal, *smartphones*, GPS de bolso, videogames, *iPod*, *iPad*, *Tablets*. Nas palavras de Lipovetsky e Serroy (2011), esta personalização daria lugar a um descolamento do indivíduo ao universo coletivo, condição que o libertaria para consumir, tendo em vista a não existência das “amarras” sociais que existiam em outros períodos.

ações de artistas, músicos, *designers*, artesãos, publicitários, entre outros profissionais deste setor (UNCTAD, 2008; 2010).

As reflexões elaboradas por Tolila (2007), em estudo em que busca compreender a especificidade dos bens e serviços culturais quando comparados aos bens e serviços industriais, demonstram que a teoria econômica padrão direcionou suas atenções ao grande conjunto de produtos e serviços que, de alguma forma, tinham na *homogeneidade* o seu traço de análise da dimensão econômica. Ou seja, bens industriais, produzidos em série, de forma hierárquica e, sobretudo, que apresentem a mensurabilidade como uma das suas características, constituem o campo de estudos da economia clássica, orientada sempre por aspectos objetivos do desenvolvimento, produção e comercialização de bens e serviços.

A intenção ao propor um estudo sobre as dimensões subjetivas que compõem o trabalho criativo dos músicos eruditos é a de contribuir com o debate contemporâneo acerca da valorização econômica de atributos como autenticidade, singularidade, unicidade, originalidade, expressividade e novidade, existentes nas práticas laborais dos profissionais da economia criativa, de modo geral, e dos músicos eruditos em particular, que constituiriam, conforme aponta o Plano da Secretaria da Economia Criativa (Brasília, Ministério da Cultura, 2011), a categoria dos trabalhadores criativos. Como será adiante discutida, a literatura disponível tem-se esforçado em compreender como esses aspectos subjetivos se transformam em valor econômico nas organizações, em especial no contexto de ascensão da chamada economia criativa.

A ação laboral dos músicos eruditos, estudada como categoria de trabalho criativo, exhibe na atualidade o que os estudos desenvolvidos por Bendassolli e Borges-Andrade (2011, p. 144), identificam como um movimento de *captura* da cultura pela mentalidade econômica. De acordo com os autores, o trabalho dos setores criativos da economia evidencia a intensa aproximação entre novas tecnologias, criatividade e empreendedorismo, estabelecidos em campos que lidam com bens simbólicos ou imateriais, como o das artes tradicionais (teatro, dança, música, pintura), o das indústrias culturais de massa (rádio, televisão, jornal, cinema) e os setores intensivos em conhecimento (*design*, moda, arquitetura, *software*).

Ainda conforme os autores, o trabalho nos setores criativos da economia diferencia-se do trabalho praticado em outros setores pelo fato de o trabalhador ter um espaço maior de manifestação de sua expressividade, indicando uma tendência de um maior grau de identificação com o trabalho, conseqüentemente, um laço emocional mais

aprofundado com a atividade profissional realizada. Desta forma, poderíamos supor que, a natureza das atividades laborais criativas envolveria traços de uma identidade psicossocial dos profissionais mais implicada com a busca de satisfação pessoal e aspiração de prazer com o trabalho.

Ao introduzir uma discussão exploratória dos aspectos sociais e culturais que constituem o conceito de economia criativa, consideramos oportuno destacar que não se pretende esgotar a problematização que envolve, na atualidade, o significado sócio-econômico deste conceito. O caráter polissêmico existente nas denominações de economia criativa, trabalho/serviço criativo, ou mesmo, indústria criativa, evidencia uma primeira dificuldade com que nos deparamos ao abordar esta problemática.

Desta forma, apresentamos, a seguir, um detalhamento dos conceitos de *economia criativa, indústria criativa e trabalho criativo*

Como ponto de partida ao estudo das fontes sociais, culturais e econômicas que originam este emergente setor da economia contemporânea, considera-se as transformações nas antigas tradições do trabalho cultural e industrial (*design*, produção, decoração e representação), que passaram a aproximar-se a uma ampla gama de atividades produtivas modernas como a publicidade, o *design* de roupas, o desenho gráfico e a mídia de desenho em movimento (animação). Além desta aproximação junto a um novo conjunto de atividades produtivas que se caracterizam pelo desenvolvimento de produtos/serviços que tem na sua *singularidade* o seu diferencial econômico, os bens e serviços produzidos nos setores da economia criativa sofreriam, de acordo com Newbiggin (2010, p. 13), um maior poder de abrangência pelo uso de tecnologia digital.

Nesta dissertação, o conceito de economia criativa é compreendido enquanto um conjunto de atividades econômicas que apresentam uma nova proposta para o valor de produtos e serviços. Assim, o *valor econômico* de produtos e serviços (criativos), não seria mais determinado por ativos fixos, mas por ideias. Partindo desta perspectiva, ao se comparar a economia tradicional (industrial) com a economia criativa, verifica-se que o *motor* desta nova economia não seria a produção em série de máquinas, construções ou veículos. Mas, as boas ideias, o talento e a inovação, elementos que neste contexto específico, adquirem um grau de valorização econômica considerável.

Inserido ao emergente debate acerca da economia criativa, está a discussão sobre as chamadas *indústrias criativas*⁷. A indústria criativa diz respeito ao conjunto de todas

⁷O termo Indústria Criativa remete ao pioneiro conceito de *Indústria Cultural* (ADORNO e HORKHEIMER, 1985) perspectiva teórica/ideológica elaborada pelos intelectuais da Escola de

as atividades econômicas desenvolvidas a partir da comercialização da criatividade em forma de bem ou serviço. Para Bendassolli (2009, p.12), a indústria criativa apresenta 4 componentes principais: *a) a criatividade como elemento central, sendo necessária para a geração da propriedade intelectual; b) a percepção de utilidade gerada pelo objeto cultural é derivada da atribuição de valor pelo consumidor; c) as indústrias criativas transformam estes significados em propriedade intelectual, logo, em valor econômico; e d) a convergência entre artes, negócios e tecnologia.*

Outro aspecto importante para a compreensão do conceito de indústria criativa está na dimensão organizacional em que ocorrem a produção, promoção e distribuição de seus produtos. O modelo organizacional das indústrias criativas sugere uma arquitetura em rede, onde atributos como flexibilidade e domínio/integração à tecnologia constituem a base da produção criativa. Neste contexto, as atividades econômicas geradas a partir de elementos como flexibilidade, conhecimento e trabalho em rede (atributos da indústria criativa), convergem com o conceito de Castells (2010, p. 202) de *nova economia*, na medida em que os processos tecnológicos, organizacionais e institucionais existentes no interior das indústrias criativas, estabelecem contatos diretos com redes informacionais globalizadas, além de seus sistemas de produção adotarem formas mais flexíveis de gerenciamento e controle da produção.

Expressividade e identidade aplicada ao trabalho caracterizam o conceito de *trabalho criativo*. Associado a estes fatores de ordem subjetiva, o trabalho realizado no âmbito da economia criativa, se caracteriza pelo aumento da relevância do capital intelectual junto ao processo de elaboração de novos mercados e criação de novos produtos. A dimensão imaterial do capital intelectual existente no trabalho criativo dos músicos eruditos consistiria em um dos elementos que identificam a atividade musical enquanto uma atividade criativa, na medida em que, conforme apontam as reflexões desenvolvidas por Flew e Cunningham (2010), sobre as *performances artísticas*, será a

Frankfurt, ao analisarem o processo de esvaziamento de conteúdo crítico, ocorrido no campo das artes humanísticas por conta da racionalização capitalista, que passa a introduzir um modo padronizado de reprodução das obras artísticas, associando-as a uma mentalidade mercadológica. De forma preliminar, pode-se compreender que as indústrias criativas apresentam como traço característico de sua atuação, a valorização de atributos estéticos e simbólicos, não apresentando necessariamente um posicionamento crítico em relação ao mercado. Por outro lado, o conceito de Indústria Cultural permite a formulação de um posicionamento crítico em relação ao processo de captura promovido pelo capitalismo sobre as Artes humanísticas. Além disso, o horizonte teórico oferecido pelo conceito de indústria cultural permite analisar os conflitos envolvendo a relação entre a orientação artística e o mercado (BENDASSOLLI; WOOD Jr, 2009).

partir da criatividade que uma determinada performance poderá tornar-se geradora de valor econômico. Com isso, temos a produção de um bem que tem sua *singularidade* através da manifestação artística e do uso intensivo de conhecimento técnico aplicado, estimulando a inovação artística e desenvolvimento econômico no setor da Cultura/Música⁸.

De forma a qualificar um pouco mais o entendimento sobre as origens do termo economia criativa, o estudo de Reis (2011, p. 75), apresenta de forma muito clara as características do contexto (europeu) de emergência deste setor. Segundo a autora, no ano de 1997 foram promovidas medidas econômicas com o objetivo de reconfigurar os setores produtivos da economia do Reino Unido. Como resultado deste novo cenário econômico-produtivo, os setores ligados à cultura, às artes e ao artesanato, passam a ganhar maior reconhecimento e destaque, uma vez que elementos como fruição, singularidade e valor expressivo, tornam-se atributos constituintes de um produto econômico, inserido em uma determinada cadeia produtiva. Ainda conforme a autora destacada, com a nova estruturação dos setores produtivos, o Reino Unido busca ostentar novamente a bandeira da *criatividade*, sobretudo pelas influências dos *Beatles*, do *pop* e do *design*, iniciando, desta forma, um processo de salvamento do parque manufatureiro britânico, que sofria com a forte concorrência desleal com os produtos *Made in China*.

Ao estudar os aspectos econômicos, sociais e culturais presentes nos contextos sócio-culturais de regiões denominadas de “Centros de Criatividade”, Florida (2011), por meio de um extenso conjunto de dados empíricos, demonstra que o exercício profissional da criatividade estaria baseado em fatores como preferências sociais e culturais, hábitos de consumo e identidade social. O autor chama a atenção para o fato de que a *classe criativa* seria composta por trabalhadores como cientistas, engenheiros, profissionais de tecnologia da informação (TI), professores universitários, poetas e romancistas, artistas, atores, designers e arquitetos, editores, personalidades culturais, pesquisadores influentes, críticos e outros formadores de opinião. Todos estes profissionais apresentam, como ponto em comum de seus trabalhos criativos, uma

⁸O trabalho desempenhado pelo regente durante a execução de uma partitura ajuda a exemplificar nossa discussão. O modo como o regente desempenhará a condução dos músicos em uma orquestra, reúne, ao mesmo tempo, grande acúmulo de conhecimento técnico especializado e criatividade. Uma vez que será por meio de uma habilidade criativa, que o maestro saberá *como* manifestar - em cada um de seus músicos - o exato tom musical, e agrupá-lo ao conjunto de outros sons produzidos coletivamente no interior da orquestra.

formação educacional de alto nível, tendo em vista que todos estes trabalhadores lidam com um corpo de conhecimento complexo para desempenharem suas atividades.

Ao pensar a criatividade como um aspecto *genuinamente* humano, percebemos sem muita demora que ela existe de forma permanente em todas as partes do mundo, em culturas diversas e, sobretudo, em épocas diferentes ao longo da história da humanidade. Em períodos como a Antiguidade “clássica” grega, a Renascença Européia, a I Revolução Industrial, a *Belle Époque francesa*, a semana de Arte Moderna de 1922 - só para mencionar alguns momentos de explosão criativa no mundo -, podemos visualizar com grande grau de abrangência e diversidade, a emanação do potencial de criatividade de sociedades/culturas distintas.

Contudo, o elemento novo que se quer destacar, se refere ao modo como na atualidade o trabalho criativo – compreendido em suas várias dimensões –, passa a compor um vetor de grande força econômica quando associado a investimentos com pesquisa e desenvolvimento (P&D), a processos de trabalho intensivo em conhecimento e inovação, tornando-se, inclusive, objeto de políticas públicas de inclusão social. O direcionamento da habilidade criativa como atributo detentor de valor econômico se manifesta também, no que Florida (2011, p. 48), denomina de “estrutura social da criatividade”. Para o autor, a emergência da economia criativa receberia auxílio de outros setores considerados *novos*, como por exemplo, novos sistemas voltados para a criatividade tecnológica e empreendedorismo, modelos mais eficazes para produção de bens e serviços, e um vasto meio social, cultural e geográfico propício a todo tipo de criatividade.

A valorização de produtos/serviços criativos, considerados também como bens imateriais, é verificada no crescente reconhecimento dos chamados “intangíveis culturais”, constituintes dos mercados financeiros. Neste cenário, a valorização econômica dos intangíveis, conforme aponta Reis (2008, p. 19), buscariainspiração nos setores de marcas e patentes como forma de desenvolver um modelo de mensuração próprio para o bem/serviço criativo.

A discussão sobre o processo de valorização econômica de um bem *intangível* que é vivenciado por meio de uma experiência, como por exemplo: apreciar um determinado tipo de gastronomia, vivenciar uma nova cultura através de uma viagem, visitar exposição de quadros de determinado pintor, colecionar objetos oriundos do artesanato regional, customizar roupas e espaços com características que exibam a personalidade do cliente ou mesmo assistir a um espetáculo de música

erudita/popular/experimental, ganha um potente foco de discussão quando analisado sob o prisma da economia criativa.

Os setores produtivos imateriais, conforme destacado na introdução deste estudo, tornam-se cada vez mais decisivos para a geração e crescimento das economias na atualidade. A relação entre criatividade e intangibilidade - estudada sob o ponto de vista da sociologia econômica -, permite avaliar o grau de influência de aspectos organizacionais que orientam a ação dos agentes, bem como, compreender o sentido que uma *experiência criativa*, manifestada em determinado contexto sócio-cultural, pode significar em termos de valor econômico e criação de mercado. Ou seja, conforme apontam as análises elaboradas por Pine e Gilmore (1998, p. 101), a venda de experiências (por meio de espetáculos diversos, gastronomia, tecnologia, entretenimento, design, etc), avança como um dos principais mercados no interior dos setores criativos da economia contemporânea, constituindo, também, um importante ambiente empírico de pesquisa ao campo da sociologia econômica, na medida em que temos a valorização econômica de atributos como confiança, gosto, singularidade, novidade, aspectos que durante muito tempo foram considerados em segundo plano, mas que agora passam a compor o núcleo central de valorização econômica de produtos e serviços provenientes dos setores criativos. Por sua vez, os setores criativos também apresentam arquiteturas organizacionais distintas, fato que possibilita à sociologia econômica estudar em detalhes os diferentes fatores que influenciam a manifestação/aplicação da criatividade no mercado.

Como categoria profissional, os músicos eruditos caracterizam-se por manifestarem em sua prática laboral elementos como originalidade, singularidade, criatividade, expressividade, atributos que em grande medida encontram-se presentes, por exemplo, na ação do *Regente*, que de acordo com Lago Jr (2002, p. 136) “ele (regente) será o artista, o administrador, o *entrepreneur*, o pensador, o educador, o disciplinador e o guardião das tradições da música orquestral sob todas as suas formas e gêneros”. Por este prisma, o estudo do universo social da música erudita a partir da perspectiva da criatividade, bem como, do movimento de transmutação da arte (música erudita) enquanto valor cultural, para um valor econômico – manifestado, por exemplo, nos mercados das óperas, concertos, espetáculos teatrais – apresenta um amplo espectro de questionamentos sociológicos acerca do grau de interação entre agentes (músicos) e o campo institucional (orquestra), uma vez que esta relação, que nasce do diálogo entre a *aplicação* de um determinado conhecimento técnico especializado (saber musical), e o

contexto organizacional de normas/rotinas institucionalizadas, resultaria em um bem original e coletivo, valorizado economicamente por sua natureza estético-experiencial.

Ao analisar os traços cognitivos que compõem o ato criativo da composição/execução de partituras de piano, Boden (1999, p. 98), destaca o peso da dimensão correspondente à expressividade que se acha inserida na prática dos pianistas. Segundo a autora, durante o processo de escrita de uma partitura, o compositor adicionaria “marcas de expressão” para serem tocadas expressivamente. Ou seja, ao executar as notas de uma partitura, o pianista *deve* aplicar sua criatividade à composição, sob pena de a música soar musicalmente morta.

A partir do mapeamento das influências sócio-culturais dos ambientes organizacionais de orquestras de música erudita, localizadas na Região Metropolitana de Porto Alegre, busca-se analisar o grau de influência destes ambientes institucionais - através do estudo de suas normas, rotinas e códigos -, na dimensão criativa do trabalho artístico-musical dos agentes. Como forma de analisar as influências dos ambientes organizacionais de orquestra sobre a atuação do profissional de música erudita, a pesquisa investigará a Orquestra Filarmônica da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (OSPA). Quais as diferenças existentes no processo de interação com mercado da música considerando-se uma orquestra privada e uma orquestra pública? De que forma estes ambientes organizacionais estimulam/limitam a manifestação da criatividade no trabalho do músico erudito? Quais as características sócio-econômicas existentes no processo de inserção destes arranjos organizacionais de orquestra ao contexto da economia criativa?

1.2 DA LIBERDADE CRIATIVA À BUROCRACIA ORIENTADA AO MERCADO: ASPECTOS DO PROCESSO DE RACIONALIZAÇÃO DOS ESPAÇOS DE SE OUVIR MÚSICA

Ao abordar o tema da manifestação da criatividade pelos músicos eruditos em seu trabalho junto às orquestras enquanto problemática de investigação sociológica, é importante retomar alguns elementos de caráter histórico que conferem importância cultural, social e econômica a esta organização no ocidente. Com a intenção de destacar os fatores sócio-históricos que caracterizam a orquestra enquanto uma organização burocrática - responsável por reunir um conjunto de formas racionalizadas de

conhecimento técnico e artístico -, orientados a valorização econômica da arte musical, serão examinados dois gêneros musicais *eruditos* que a partir do século XVII, potencializaram a atuação dos músicos profissionais em orquestras: a ópera e o concerto. O surgimento do estilo musical erudito operístico, conforme nos informa Raynor (1972), deve-se aos encontros dos *Camerata* – grupo de artistas que discutiam seus problemas com Giovanni Bardi, conde de Vernio, Vincenzo Galilei, Caccini, Strozzi, Corsi, Peri e Rinuccini -, que juntos formavam uma *accademia*, ou clube de artistas de notável distinção intelectual e artística.

Outra influência diretamente relacionada ao desenvolvimento do estilo operístico situa-se na atuação de inúmeros poetas franceses que de forma semelhante aos *Camerata*, estavam fascinados pela possibilidade de integração entre música e poesia, promovendo, desta forma, encontros na *Académie de Poésie et de Musique*, em 1570. O objetivo da *Académie* era a restauração de um estilo que seus componentes acreditavam ter sido uma das glórias da era clássica da literatura grega. Este estilo nos é descrito por Raynor (1972, p. 181) como:

“[...] um estilo musical que não mais tratasse versos como simples matéria-prima para a exploração pelo compositor, mas um estilo no qual, reforçado pela música, os versos seriam declamados de modo que a música mantivesse o atrativo próprio ao mesmo tempo que o esquema verbal de ritmo e inflexão fossem realçados por sua união com valores musicais de ritmo e tom determinados”.

As primeiras óperas surgem no final do século XVI, e seguiam as idealizações criadas pelos *Camerata*, caracterizando-se por serem apresentações declamatórias em quase sua totalidade. Apresentavam como enredo aspectos pastorais-palacianos, histórias extraídas da mitologia clássica, com forte referência ao amor, sentimento que servia de estímulo à expressão verbal/musical. Um aspecto sócio-econômico relevante ligado ao então emergente ambiente cultural das óperas no velho continente, encontra-se na inauguração do primeiro teatro público de Veneza, no ano de 1637, com a finalidade de oferecer um entretenimento moderno a quem pudesse pagar. A venda de ingressos devia financiar a produção, e as produções tiveram, portanto, de ser sob medida das rendas razoavelmente possíveis de se obter-se nas bilheterias⁹.

⁹ A primeira ópera pública (não palaciana) em Veneza, foi a de São Cassiano – os teatros de ópera levavam os nomes das paróquias em que ficavam. O maior teatro da época, o teatro de São João Crisóstomo, começou a atuar em 1678. No final do século, haviam 16 óperas públicas. (Raynor, 1972).

Com o advento da popularização das óperas, popularizasse também o desenvolvimento de estruturas para a apresentação dos concertos que irão acompanhar estas óperas. Os concertos públicos ocorrem de forma cada vez mais freqüente, fato que contribui para a profissionalização dos músicos de orquestra. Um primeiro elemento autoral relacionado ao trabalho dos músicos eruditos evidencia-se na Inglaterra no século XIX, em relação à recompensa que o músico deveria ganhar por ter sua música tocada por outro músico ou até mesmo por uma orquestra¹⁰. A idéia de um *mercado de arranjos musicais* é descrita por Raynor (1972, p. 371), como prática que passa a ser comum em fins do século XIX, na medida em que o reconhecimento pelo trabalho do músico-compositor era algo que deveria ser realizado, tendo em vista este ser um direito do artista.

Ainda no século XIX, a rápida ascensão da *classe musical erudita* por conta da crescente procura pelo público de atrações operísticas e dos concertos públicos, torna a orquestra uma organização maior e mais complexa. O trabalho do regente, neste contexto, ganha mais relevância e destaque. O regente emerge como artista autônomo, executante, intérprete e virtuose, dotado de personalidade e senso próprio de criação. O maestro torna-se o diretor que irá gerenciar o grupo de músicos instrumentistas ou executantes: cantores, coros e solistas. Um detalhe acerca do universo do trabalho do regente - que nos ajuda a compreender o modo como sua atuação emerge como figura central na orquestra -, ocorre, conforme aponta Lago Jr. (2002, p.42), que até o início do século XIX havia a direção compartilhada, o regente mais um violino, ou um piano, configuração que caracterizava-se por inúmeros inconvenientes e um baixo rendimento dos músicos.

A dimensão humana a qual queremos destacar é que por conta deste conjunto de novas atribuições relativas ao trabalho dos músicos eruditos de forma geral, e do regente em específico, este, passa a ter que apresentar conhecimentos técnicos mais detalhados da música, uma maior habilidade em manifestar sua autoridade, capacidade interpretativa, senso de comunicação e de criação. A concepção moderna de orquestra e de atuação do maestro se deve a Beethoven. É ele quem irá promover uma mudança na ordem formal do estilo sinfônico, introduzindo um novo estilo de execução orquestral,

¹⁰ De acordo com Williams (2000), a partir do século XIX, tem início o grande desenvolvimento da tecnologia cultural, que potencializa da mesma forma as práticas de reprodutibilidade artística das artes em geral. Considerando a grande propagação dos processos de reprodutibilidade impressos no campo das artes gráficas (Literatura), este será o primeiro setor cultural a discutir a necessidade de *direito de propriedade da obra (copyright)*.

ampliação dimensional da orquestra (maior número de instrumentos), novas figuras de expressão e de sonoridade para a orquestra.

Esta nova dinâmica organizacional do trabalho dos músicos eruditos também foi acompanhada por uma evolução da estrutura institucional dos ambientes em que estes profissionais da arte orquestral manifestavam o seu talento e criatividade. A popularização das salas de concertos a partir do século XVIII constitui um importante aspecto sócio-cultural no estudo das orquestras enquanto ambiente organizacional, e sobre tudo, nos auxilia na compreensão das dinâmicas culturais relacionadas ao mercado. Em tal perspectiva, a análise das formas de organização econômica “pré-mercado” que constituíam o universo artístico entre os séculos XVI e XVIII, indicam, conforme diferentes estudos (Wolff, 1981; Williams, 2000; Heinich, 2008), a ocorrência de relações econômicas no campo das artes caracterizadas pela existência de relações de patronato¹¹, encomendas (de músicas, pinturas, poesias, bustos de personalidades, etc) e de patrocínios estatais.

A intensificação dos processos mercantis envolvendo a valorização econômica de atributos artísticos como expressividade, originalidade, singularidade e criatividade, auxilia no desenvolvimento de uma arquitetura econômica que estrutura definitivamente o campo artístico enquanto um tipo de negócio. A partir do século XIX, por conta da integração do campo artístico ao segmento mercadológico, este passa a manifestar uma dinâmica mercadológica caracterizada por segmentos de *pré-produção, produção, distribuição, comercialização e consumo*, aspectos que passarão a influenciar diretamente a valorização econômica da música e o surgimento de importantes processos sociais de inovação envolvendo arte, tecnologia, entretenimento e mercado.

Até meados do século XVIII, a música erudita estava subordinada a um variado conjunto de momentos sociais: música de fundo para cortesãos jogando cartas, música ambiente para se beber e comer em tabernas e cafés, ou mesmo como acompanhamento de cultos religiosos. Para poder se estabelecer como atividade cultural e econômica, dotadas de um *valor próprio*, a música orquestral conforme destaca Blanning (2011), deveria conquistar o seu espaço exclusivo. Assim, de acordo com o autor, considera-se

¹¹ Sobre as relações econômicas envolvendo o patronato, Williams (2000, p.39), destaca a ocorrência de quatro tipos de patronato: 1º) Caracterizado pela vinculação direta do artista a uma determinada família; 2º) O artista era contratado por uma corte ou uma família poderosa para produzir determinada encomenda. Neste tipo de patronato, destacam-se a pintura e a música; 3º) O apoio social a uma determinada instituição cultural (um teatro, por exemplo), constitui-se em exemplo deste tipo de patronato. Geralmente os patronos desta categoria realizavam ações com finalidade de destacarem seu nome/sua família na região; 4º) caracteriza-se pelo apoio ao artista por meio do patrocínio. Estimulando artista que estavam iniciando sua carreira, ou que eram incapazes de sustentar determinado projeto.

que o primeiro espaço destinado especificamente para este fim seja o *Holywell Music Room*, em Oxford, construído em 1748, para a *Musical Society*, que promovia seus concertos até então nos salões paroquiais da região. A *Hanover Square Rooms*, construída em 1775 foi a primeira sala de concerto construída, na capital, Londres, com fins estritamente musicais.

Na obra “*O triunfo da música*” (2011) Tim Blannig, descreve que o século XVIII foi generoso no que diz respeito à popularização dos espaços para a escuta da música erudita. Neste sentido, o autor destaca a construção do *Teatro Regio de Turim* (1740); o *Teatro Cuvilliès* de Munique e a *Casa de Ópera do Margrave de Bayreuth*, ambas do período de 1744 a 1748. Na França, no ano de 1780, é construído o *Grand Théâtre*, como demonstração do rápido processo de enriquecimento da região de Bordeaux, por conta do comércio ultramarino. No ano de 1740, o rei de Prússia, Frederico, o Grande, encomenda uma casa de ópera nova ao arquiteto Georg Wenzeslaus von Knobelsdorff. O rei prussiano irá considerar o seu teatro lírico como sua propriedade, uma expressão cultural de sua monarquia.

O século XIX irá apresentar uma variedade de casas de ópera espalhadas pelo mundo. Neste contexto, Blanning (2011, p. 169), destaca as cidades de Buenos Aires (1857), São Petersburgo (1860), Viena (1869), Praga (1881), Budapeste (1884), Manaus (1896), Rio de Janeiro (1909) e São Paulo (1911). Com o crescimento da oferta de salas de concerto e a institucionalização de uma estrutura arquitetônica e burocrática específica à escuta musical, desenvolve-se o processo de *sacralização da música*¹², ou seja, o público sentado como se fosse um culto religioso, a orquestra posicionada em uma plataforma elevada cercada por uma grade e um órgão no lugar do altar.

A potencialização sonora das apresentações das orquestras ao longo do século XIX estará, em grande medida, diretamente relacionada à grandiosidade dos espaços específicos para o desenvolvimento desta arte. Assim, a existência de orquestras *grandiosas* no sentido da quantidade de instrumentos, passa a ser considerado um ideal por maestros como Wagner e Berlioz, confirmando o que Schafer (2011, p. 160), analisa a respeito da atuação destes regentes, na medida em que almejavam uma orquestra com 120 violinos, 16 trompas, 30 harpas, 30 pianos e 53 instrumentos de percussão.

¹² Sobre o processo de sacralização da música, ver: Lovelock (1987); Attali (1996); Raynor (1972).

A proliferação de oferta de espaços especializados para a experiência estética da música ao longo do século XIX favoreceu o surgimento de uma estrutura de lazer e entretenimento denominada de *music hall*¹³. Seja motivado pela busca do contato com a música erudita, ou por uma experiência criativa, em que o agente é exposto a uma grande variedade de “texturas musicais”, o fato relevante que se quer destacar é o aumento dos espaços especializados (ambientes organizacionais), que passam a oferecer um grande conjunto de opções de contato com a arte musical¹⁴. O *music hall*, caracteriza-se, desta forma, em um ambiente em que a música (erudita/popular), é elevada a condição de produto econômico a ser consumido.

O conceito de *music hall* na atualidade auxilia na análise acerca de duas abordagens sobre o uso da música enquanto serviço criativo: as salas sinfônicas e as casas de espetáculos musicais. A idéia de sala sinfônica representa o processo de aprimoramento da busca por uma experiência estético-musical (criativa) de alta performance. Por meio do uso de tecnologia sonora de última geração e de um projeto acústico¹⁵ específico para a reprodução de música erudita, as salas sinfônicas se apresentam como símbolo técnico de maior expressão, no que diz respeito à música erudita contemporânea.

No Brasil, existem, hoje, dois espaços como este: a sala sinfônica (teatro) da orquestra sinfônica de São Paulo (OSESP) e a sala sinfônica da orquestra sinfônica de Porto Alegre (OSPA), que atualmente encontra-se na terceira fase de seu processo de construção.

Em relação às casas de espetáculo, o município de Porto Alegre reúne três empreendimentos que demonstram a convergência entre mercado, entretenimento musical e criatividade. O primeiro empreendimento, *Pepsi On Stage*, configura um interessante exemplo de serviço criativo da música. Além do mix de produtos artístico-

¹³ Segundo Blanning (2011), o Charles Morton (1819 – 1904), pode ser considerado como o primeiro *music hall*, no distrito londrino de Lambeth. Cabe ressaltar que, de forma geral, por conta da sua privilegiada situação econômica nos séculos XVIII e XIX, a Inglaterra concentrou a maioria dos espaços culturais especializados no entretenimento musical.

¹⁴ A proposta do *music hall*, quando estudada na atualidade, vai de encontro aos parâmetros econômicos que estruturam os negócios dos setores produtivos da economia criativa. Conforme procuramos evidenciar, a partir do século XIX, o *music hall*, enquanto espaço especializado para a fruição musical, caracteriza-se também por proporcionar aos seus consumidores um *mix* de produtos culturais: exposições de arte/fotografia; gastronomia; espetáculos teatrais; saraus literários, entre outras propostas.

¹⁵ O conceito de *projeto acústico* é descrito por R. Murray Schafer (2011), enquanto uma nova interdisciplina, que deverá reunir os talentos de cientistas sociais, cientistas de outras áreas e de artistas (músicos), no processo de planejamento e construção de espaços para a apreciação sonora da música, bem como, de outras experiências acústicas. Para o autor, a atualidade exige uma unificação dos campos artístico, técnico e industrial muito semelhante ao vivenciado pela escola de Arte *Bauhaus*, na Alemanha, no século XX.

culturais relacionados ao universo da música internacional, o estabelecimento é situado em frente ao Aeroporto Internacional Salgado Filho, de Porto Alegre, posicionamento estratégico que facilita a circulação e a ocorrência de espetáculos musicais: dança, teatro, *rock*, *pop rock*, *heavy metal*, *reggae*, *hip-hop*, sertanejo universitário, voltados para o público de diversas idades.

Os outros dois empreendimentos especializados no entretenimento musical estão localizados nas imediações da região com maior perfil de estímulo ao *éthos* criativo em Porto Alegre, o bairro Cidade Baixa. O *Bar Opinião* existe há 32 anos e está diretamente ligado à cultura musical *underground* de Porto Alegre, cenário de shows de estilos musicais variados, o estabelecimento está no centro do bairro Cidade Baixa, e é referência cultural dos consumidores de música. A *Arena Oi Araújo Vianna*, era um antigo teatro municipal construído nos anos 1960, está ligada à história cultural de Porto Alegre, uma vez que em seu interior se apresentaram ícones da música gaúcha e brasileira. O teatro Araújo Vianna a partir dos anos 1980 inicia um rápido processo de decadência e abandono por parte dos poderes municipal e estadual, fato que ocasiona seu fechamento por um período de quase duas décadas. O interesse da Empresa Oi, de telecomunicações, permite a reabertura deste importante espaço cultural porto-alegrense por meio de uma *parceria público-privada*, inserido-o ao mercado da música, por meio da formatação em *arena/music hall*, arquitetura organizacional que tende a potencializar de forma mais racionalizada, os espetáculos musicais em Porto Alegre.

Portanto, o panorama histórico das principais transformações ocorridas no mercado da música erudita entre os séculos XVII e XIX aponta elementos sobre certa institucionalização dos *espaços específicos de se ouvir música*, destacando-se aspectos referentes à criação de normas e convenções ligadas à atuação dos músicos eruditos, passando a constituir um tipo de *cultura organizacional* que, associada à expansão das relações de mercado naquele período, se constituirá em um importante fator de difusão da música e dos espetáculos/concertos enquanto um ramo de investimentos ligados à produção, comercialização e consumo da arte musical.

1.3 FUNDAMENTOS SOCIAIS DA CRIATIVIDADE

Qual a influência dos ambientes organizacionais no processo de desenvolvimento da criatividade pelos indivíduos? A criatividade é uma habilidade que pode ser considerada uma *qualidade*, que o sujeito manifestaria somente de forma individual, ou precisaria interagir com outros indivíduos para manifestá-la? Quais seriam as condições sociais, culturais, políticas ou econômicas que motivariam os indivíduos a criarem? Qual o lugar das organizações nesse processo?

Historicamente, a manifestação da criatividade esteve sempre associada a instituições sociais específicas. Em estudo realizado por Martindale (1999), acerca da manifestação da criatividade na poesia, é problematizado o modo como a sociedade contemporânea restringiu a compreensão da criatividade a determinados ramos de trabalho, como por exemplo, o trabalho desempenhado por cientistas e artistas.

Partindo da constatação acima destacada, ao considerarmos o *processo criativo* enquanto uma dimensão psicológica, de que forma se realizaria a passagem do trabalho criativo como um valor cultural/artístico para um valor econômico propriamente dito? Analisando o contexto do trabalho dos músicos eruditos - que produzem um tipo específico de bem cultural-, que parâmetros este profissional utilizaria para atribuir um valor econômico ao resultado de seu trabalho?

Sobre este aspecto envolvendo a valorização econômica da criatividade enquanto um *produto* resultante de um tipo particular de trabalho, destacamos o estudo elaborado por Rogers (1997, p. 411), que ao analisar os traços psicológicos que configuram o trabalho criativo e o processo de atribuição econômica a este trabalho, indica algumas pistas desta passagem do valor cultural ao valor econômico, desempenhada pelo sujeito, uma vez que

[...] o valor do seu produto é, para o indivíduo criativo, estabelecido, não a partir do apreço ou da crítica dos outros, mas de si mesmo. Criei algo que *me* satisfaz? Isto exprime uma parte de mim – o meu sentimento ou a minha maneira de pensar, o meu desgosto ou meu êxtase? São estas as únicas questões que preocupam realmente o indivíduo criativo ou qualquer pessoa num momento de criação.

No esforço de problematizar os elementos de caráter sociológico que permeiam o trabalho criativo dos músicos eruditos, avançamos um pouco mais naquilo que se considera ser o elemento central de manifestação da criatividade: o ambiente social e cultural, materializado pelas organizações. Ao estudar a formação da estrutura social da criatividade, o economista Richard Florida (2011, p. 55) argumenta que:

Um meio social que garanta apoio e seja aberto a todas as formas de criatividade – tanto artística e cultural quanto a tecnológica e econômica –, seria o último elemento da estrutura social da criatividade. Ele é também o que tem recebido menos atenção. Esse meio fornece o ecossistema ou habitat em que as formas multidimensionais da criatividade podem criar raízes e florescer. Ao longo da história, isso fica evidente com a ascensão de setores de conteúdo criativo como é o caso do mercado editorial, da indústria musical, da indústria cinematográfica e do mercado de videogames.

De acordo com as contextualizações acima demonstradas, considera-se que a interpretação sociológica da criatividade se constitui em um movimento analítico multifacetado. O que se quer chamar a atenção neste momento é sobre o fato de que em termos sociológicos a criatividade pode ser estimulada ou constringida pelo ambiente. As organizações tornam-se, pois, cruciais para compreender essa dinâmica, uma vez que as mesmas tanto condicionam a criatividade como são o meio pelo qual esta se realiza. Neste sentido, a pesquisa se propõe a utilizar aspectos de teorias produzidas pelas ciências humanas que conduzam a um esforço de refinamento da análise sociológica da criatividade. A partir dos pressupostos teórico-metodológicos desenvolvidos no campo da sociologia econômica¹⁶, busca-se explorar de que maneira a ação criativa do trabalho dos músicos de orquestra se caracterizaria como uma ação sócio-econômica, desempenhada em diferentes espaços institucionais.

¹⁶ Os estudos elaborados por (François, 2002, 2006, 2007; Roy e Dowd, 2010; Dowd, 2004). revelam interessantes questionamentos acerca das disposições sócio-econômicas existentes entre o trabalho dos músicos eruditos e o mercado da música.

1.3.1 A dimensão psicossocial do trabalho criativo

O objetivo desta seção é o de explorar aspectos da literatura em relação à manifestação da criatividade existente na ação laboral do músico erudito. Com este intuito, será realizado o movimento de aproximação entre campos teóricos distintos como a Sociologia, Psicologia/Psicanálise da Música e a Musicologia (história da regência), tendo em vista que a análise do fenômeno ora em exposição é multidimensional, condição que, obviamente, sugere a aplicação de um conjunto de perspectivas analíticas clássicas, bem como, contemporâneas, neste esforço de análise dos atributos psicossociais que permeiam a criatividade no cenário da música erudita. Outro importante aspecto a ser explorado nesta seção se refere aos desdobramentos econômicos no campo da economia criativa, onde as atividades artístico-profissionais dos músicos eruditos – caracterizadas a partir de fatores como expressividade, originalidade e envolvimento emocional –, analisadas sob o prisma da rotinização e da espacialidade, oferecem importantes indicativos das disposições psicossociais que orientam o ambiente social de uma orquestra.

Tradicionalmente as atividades econômicas desenvolvidas no setor da música estiveram associadas à economia da cultura. O desenvolvimento da economia criativa se caracteriza pelo aumento da relevância do capital intelectual junto ao processo de elaboração de novos mercados e criação de novos produtos. Conforme já referido neste capítulo, o estudo elaborado por Dalla Costa & Souza Reis (2011, p. 3), a economia criativa surge nos anos 1990 no Reino Unido, a partir da reestruturação dos setores da economia britânica, que passam a compreender os segmentos de Expressões Culturais¹⁷ como “um núcleo composto por serviços com a atividade criativa como parte principal do processo produtivo”.

O esforço neste estudo consiste em mapear os elementos de natureza simbólica (música) e o modo como estes elementos permeiam atributos como originalidade e expressividade (aspectos intangíveis) presentes na formação do valor econômico do trabalho criativo dos músicos eruditos.

¹⁷ O trabalho refere-se como Expressões Culturais atividades no campo das Artes Cênicas, Artes Visuais, Música, Filme, Vídeo, TV e rádio, Mercado Editorial, *Software* e computação, Arquitetura, Design, Moda e Publicidade.

De forma paralela ao estudo dos elementos sócio-organizacionais que orientam as ações dos músicos em seus ambientes de trabalho, consideramos que o domínio dos códigos/regras de interação entre os atores do campo musical representam, à primeira vista, um dos motivos que tornaram o estudo do universo musical esquecidos pelas Ciências Sociais. Segundo Campos (2007, p. 71), haveria pequeno número de estudos sociológicos sobre a música:

pelo fato de se tratar de uma das mais abstratas formas de expressão artísticas, a sua natureza eventual, indissolúvelmente ligada ao tempo, e incorpórea, explicará algumas dificuldades da sua abordagem e o caráter menos sistemático do seu estudo sociológico.

O elemento criativo existente na atividade profissional dos músicos, de forma geral, e em específico, os que trabalham em orquestras, situa-se em um ponto intermediário das análises entre a sociologia econômica e a economia criativa. Ou seja, enquanto fenômeno sociológico, a criação musical evidencia traços do que Roy e Dowd (2010) consideram como profundamente social, tendo em vista o fato de que, ao criar/interpretar um obra musical, o músico entraria em contato com sistemas de tonalidades, arranjos e técnicas desenvolvidas por outros sujeitos do universo musical.

Como forma de demonstrar a problematização sobre a relação entre a criatividade e seu uso mercadológico no setor da indústria musical, apresentamos um quadro esquemático (Fig. 1) onde encontram-se representados os elos produtivos da indústria da música no Brasil:



Figura 1: Arranjo produtivo da música no Brasil
 Fonte: Plano da Secretaria da Economia Criativa. Brasília, Ministério da Cultura, 2011.

Ao se ouvir uma obra musical, o que se pensa? O que se sente? A dimensão simbólica a qual fazemos referência é algo que definitivamente constitui todas as *formas artísticas*. Ou seja, ao pensarmos sobre a perspectiva simbólica existente no campo da música erudita, queremos destacar a chamada linguagem musical e o modo pelo qual esta linguagem é originada, produzida e expressa pelos seus agentes. Ao entrarmos em contato com a música, somos expostos ao que Sekeff (2007, p. 26), informa como sendo um processo lacunar, incompleto, na medida em que ele só se completaria a partir da experiência vivida pelo ouvinte¹⁸.

Sekeff (2007) observa ainda, que no decorrer deste movimento de apropriação da experiência musical vivenciada pelo agente (músico/espectador), evidencia-se um tipo especial de emoção, a *emoção musical*. Nas palavras da autora, a emoção musical:

¹⁸De acordo com a autora, o processo de percepção do som é composto por três sistemas: o sistema de percepção interna, o sistema visual e o sistema tátil. Pode-se dizer, que os sons nos penetram não só pelo ouvido, mas também pela pele, pelos músculos, ossos e sistema nervoso autônomo.

“[...] é uma forma de comportamento, envolvendo um conteúdo ativo (motor), intelectual (mental), afetivo (psicológico) e tributário dos sistemas de percepção, tanto quanto da relação do sistema nervoso com o endócrino, o conteúdo ativo se traduz na emoção musical, numa reação ao objeto apresentado ou representado (formas sonoras em movimento)”. (SEKEFF, 2007, p. 59).

Ao analisar o significado de elementos como originalidade e expressividade enquanto aspectos que compõem o universo simbólico¹⁹ da música erudita e, em especial, a emoção musical, o que se quer destacar é processo de encontro entre o músico (compositor), o espectador e o modo como o ambiente organizacional em que esta música é executada se estruturaria enquanto um tipo de *moldura de percepção*.

Fatores como expressividade corporal/facial, espacialidade e a relação dos agentes da orquestra com as disposições rotinizadas, quando analisadas sob a perspectiva do *manager*, ou melhor, do maestro enquanto agente hábil, responsável por gerenciar o grande conjunto ações de seus músicos. A análise deste contexto pode oferecer algumas pistas do modo como a dimensão simbólica existente nos setores criativos próximos ao da música erudita (os corpos estáveis), como por exemplo: a ópera, o teatro, o ballet, o *jazz*, dança contemporânea, influenciariam a manifestação da criatividade por parte dos agentes, condição que, se compreendida sob o prisma da economia criativa, é fundamental para a geração de valor econômico. O trabalho do regente, tendo em vista o contexto acima explicitado, será utilizado como recurso metodológico no esforço de exibir algumas análises exploratórias que demonstrem de forma mais aprofundada as disposições que influenciam a ocorrência de aspectos psicossociais entre os agentes da orquestra.

A comunicação gestual manifestada pelo maestro constitui um dos principais atributos de ordem simbólico-institucional. É por meio dela que ele dará as orientações quanto às entradas, aos ataques, as métricas, marcando o compasso e prescrevendo o tempo. Além deste conjunto de conhecimentos técnicos e estéticos que o regente deve reunir, ele também deve empregar sensibilidade e originalidade para exibir ao público uma música caracterizada pelo alto grau de expressividade. Para auxiliar na compreensão das influências psicossociais sob o trabalho criativo do *regente* e o modo

¹⁹ O conceito de *universo simbólico* utilizado neste trabalho dialoga com a fundamentação teórica elaborada por Berger e Luckmann (2012, p. 131), no sentido de o universo simbólico contribuir para a legitimação, o reconhecimento de prioridades e dos procedimentos operatórios em uma ordem institucional determinada.

como estas influências são apreendidas pelos músicos, discutiremos este contexto a partir das contribuições conceituais da musicologia.

Em *A arte da regência*, Lago Jr (2002, p. 248), descreve alguns dos códigos psicossociais que fundamentam a atuação do regente:

Apesar dos gestos peculiarmente técnicos, expressivos e marcadamente pessoais, eles guardam afinidades profundas com os signos da arte teatral, pois ambos se realizam pela unidade entre pensar e sentir, e pela força da transmissão dos movimentos ou atitudes da mão, do braço, da cabeça, do rosto, dos olhos, do corpo inteiro, criando e comunicando signos capazes de produzir uma multiplicidade e diversidade de emoções.

A orquestra, analisada enquanto uma *organização* tem na figura do regente, o seu *manager*. A atuação do regente conforme poderemos explicitar de forma mais aprofundada no Capítulo 3, vai além da questão musical/estética propriamente dita. Na atualidade, muitos regentes exibem qualidades gestoras, devendo, por conta disso, realizar ações de planejamento orçamentário, captação de recursos (editais, patrocínios) até a elaboração das apresentações dos espetáculos. Por outro lado, a orquestra enquanto organização, é caracterizada por um cenário em que os agentes (músicos), tendem a questionar as ações de seu *manager*, bem como, de tentar de alguma forma se opor ao poder burocrático manifestado pelo regente. Neste sentido, Theodor Adorno, em *Introdução à sociologia da música*, oferece uma valiosa análise crítica desta relação de “amor e ódio”:

É de modo ambivalente que a orquestra se coloca diante do regente. Enquanto aquela, pronta para mostrar um desempenho brilhante, deseja ser controlada com rédeas curtas por este último, o próprio regente é, ao mesmo tempo, suspeitosamente tido por um parasita, já que não tem de tocar nenhum violino ou soprar qualquer instrumento, exibindo-se às custas daqueles que de fato tocam. (ADORNO, 2011, p. 227).

O regente, compreendido neste estudo enquanto um agente hábil, manifesta aspectos apontados por Fligstein (2007, p. 62), ao descreve esta *qualidade* do agente como a “habilidade de induzir a cooperação dos outros com o objetivo de construir e reproduzir as ordens locais”. Na sua condição de músico e *gestor*, o regente deve estar atento não somente aos aspectos técnicos referentes ao andamento das execuções musicais dos músicos, ele deve também observar o modo como o espectador é atingido pela *sua* música. Sua música, pois, embora o regente não interaja de forma prática com os instrumentos da orquestra, - como bem destacado por Adorno -, é ele o responsável

por unir todos os “microssons” produzidos no interior da orquestra, e, a partir de sua sensibilidade, de sua apreensão do cenário social em que está sendo realizada a apresentação do espetáculo, ele se transmutará em um *compositor orquestral*, responsável por agrupar um grande número de personalidades sonoras coletivas, e exibí-las ao espectador, em um processo que podemos chamar de uma comunicação musical.

Os estudos de fenomenologia social de Alfred Schutz (2012), oferecem algumas direções sobre a relação entre compositor e espectador, por meio da comunicação musical. Para o autor, a relação social existente entre o compositor e o espectador se daria exclusivamente pelo fato de que o *espectador* de uma peça musical participar e, em certa medida, recriar as experiências do indivíduo, na medida em que esta obra se trata de uma intenção comunicativa.

Ao problematizar esta intenção comunicativa, Schutz (2012, p. 228), descreve a peça musical enquanto “um arranjo significativo de tons em um tempo interno”. A experiência musical problematizada por Schutz se desenvolverá a partir da análise temporal em que compositor e espectador estarão compartilhando. Assim, para compreender esta disposição de tempos que apresentam significados subjetivos distintos, Schutz passa a operar com o conceito de *durée*, do filósofo francês Henry Bergson²⁰. A fim de esclarecer um pouco mais a nossa problematização, destacamos, a seguir, o posicionamento de Schutz acerca da relação entre compositor e espectador, a partir da idéia de *durée*:

Existe uma relação social particular entre o compositor e o espectador. Embora separados por centenas de anos, o último participa do fluxo da consciência do primeiro em uma quase simultaneidade, ao percorrer com ele o passo a passo da articulação em curso de seu pensamento musical. Portanto, o espectador é unido ao compositor por uma dimensão temporal comum a ambos, que não é nada mais do que uma forma derivada do presente vívido partilhado pelos parceiros em uma genuína relação *face a face*, tal como aquela que ocorre entre falante e ouvinte.

(SCHUTZ, 2012p. 229). Grifo nosso.

A realização de música em conjunto (orquestra, jazz, coral, ópera, improvisações musicais), também consistiu em objeto de estudo por Alfred Schutz. O diálogo entre a

²⁰ Cabe destacar que para Bergson, a música era a arte da temporalidade e da memória. Desta forma, Bergson, ao elaborar o conceito de *durée* (tempo interno, subjetivo), pretendia estabelecer a diferenciação entre o tempo interno e o tempo externo (de caráter coletivo e espacial).

durée e o tempo externo (que pode ser medido), é abordado por Schutz pelo fato de que ao realizar a execução de uma obra musical em conjunto, os músicos passam a afetar o mundo exterior, na medida em que esta atividade musical ocorre em um tempo externo e espacializado. As expressões gestuais, *face a face*, os movimentos de manuseio dos instrumentos, o compartilhamento do tempo e do espaço, que constituem o repertório artístico-profissional de músicos de orquestras, bem como, de jazz, rock, samba, ritmos musicais regionais e outros inúmeros estilos musicais, constituiriam aquilo que Schutz (2012, p. 234) classifica por uma “relação social fundada sobre o compartilhamento de diferentes dimensões do tempo vividos simultaneamente pelos participantes”.

Um aspecto chave no que tange à avaliação da influência dos elementos psicossociais sobre a atuação do trabalho criativo dos músicos eruditos, está nos parâmetros de rotinização e espacialidade. Tanto a estruturação da rotina, como a existência de uma espacialidade, - onde o corpo do músico se apresenta como *referência espacial* entre a orquestra, o regente e os espectadores -, requerem uma análise dos fundamentos sociais que orientam estas interações.

Para podermos realizar um exercício de verificação de nossa proposição, utilizaremos os ambientes organizacionais da orquestra e das bandas de *jazz* como pontos referenciais nesta reflexão²¹. No limite, o que se deseja é comparar os efeitos psicossociais de atributos como *rotina*, *espacialidade* e *improvisação*²² no impulso criativo existente na ação laboral de músicos eruditos e músicos de *jazz* nos ambientes organizacionais em que atuam

Como ponto de partida, podemos usar o contexto dos ensaios. Os ensaios oferecem um dos melhores exemplos de *ritual*, característico da música realizada por orquestras e demais estilos musicais de conjunto. Sob este ponto de vista, a rotinização de práticas institucionais se verifica como fundamental na ação dos agentes das orquestras. É no ensaio que a interação entre músicos e regente irá iniciar, bem como,

²¹ É oportuno destacar que, ao realizar a aproximação de estilos musicais tão distintos quanto a música clássica e o jazz, não se deseja fazer uma simplificação das duas formas musicais. Cada uma das formas musicais mencionadas guardam particularidades e significados que são *únicos*, e, portanto, não podem ser utilizadas como equivalentes. O que se deseja é verificar o grau de influência que a rotina e a espacialidade podem conferir à ação criativa destes músicos em seus respectivos ambientes de trabalho.

²² Consideramos um importante exemplo empírico de nossa argumentação os trabalhos musicais desenvolvidos pela Orquestra Jazz Sinfônica, criada em 1982, no estado de São Paulo. Com formação bastante singular, a Jazz Sinfônica une a orquestra dos moldes eruditos a uma *big band* de *jazz*. O resultado é uma sonoridade exclusiva, que tem lhe conferido protagonismo na criação de uma *nova estética orquestral* brasileira por meio de arranjos contemporâneos e únicos.

Para um maior entendimento desta proposta musical que une música erudita e *jazz*, ver: <http://www.jazzsinfonica.org.br/historia/> Acesso: abril 2014.

servirá de momento de verificação por parte do maestro dos aspectos ligados a afinação das famílias de instrumentos, detalhes da partitura serão examinados e re-examinados entre os músicos e o maestro, o que irá possibilitar que executem repetidas vezes – individualmente, em grupo e coletivamente –, até atingirem o nível de *perfeição* desejado. Outro importante aspecto ligado aos ensaios está no momento em que a orquestra realiza a “leitura espacial” do local em que irá se apresentar: um parque, um teatro, uma igreja, uma sala de concertos renomada ou até um concerto em uma localidade popular. Esta leitura espacial que o músico realiza é algo estritamente sociológico, pois é a partir da constatação do local onde desempenhará sua atividade que o músico poderá escolher o melhor tipo de comportamento a ser adotado: descontraído, de atenção, de tensão ou mesmo de competitividade.

A rotinização e a segurança compreendem aspectos conceituais da *Teoria da Estruturação* de Anthony Giddens, que podem nos auxiliar no exame do contexto acima mencionado. Ao apresentar os elementos que fundamentam a perspectiva da estruturação, Anthony Giddens observa que:

“[...] a rotina faz parte da continuidade da personalidade do agente, na medida em que percorre os caminhos das atividades cotidianas, e das instituições da sociedade, as quais só o *são* mediante sua contínua reprodução. Um exame da rotinização, devo afirmar, dota-nos de uma chave-mestra para explicar as formas características de relação do sistema de segurança básica com os processos reflexivamente constituídos inerentes ao caráter episódicos dos encontros [apresentações]”. (GIDDENS, 2009, p. 70).

Até o momento, procuramos estabelecer algumas recorrências em relação à análise dos aspectos psicossociais constitutivos do ambiente organizacional de uma orquestra. Neste sentido, para prosseguirmos com os objetivos de nossa proposição, passamos a explorar alguns elementos organizacionais oriundos do *jazz*.

Nas páginas anteriores foram examinados aspectos relacionados a ocorrência de atributos como rotinização e espacialidade, e o modo como estes fatores constituem a prática artístico-profissional do músico erudito. Assim, a análise que se segue, utiliza a *improvisação*²³ como parâmetro de manifestação da criatividade pelo artista em um

²³ De acordo com Pina e Cunha (2005), a partir de 1800, por conta das mudanças estruturais que passam a ocorrer na configuração das orquestras européias, a improvisação passa a ser considerada uma prática musical *menor*. Nas palavras do autor, a improvisação havia sido uma “arte suprema de demonstração de talento e criatividade, demonstrada por ícones da cultura musical ocidental como Mozart, Beethoven,

primeiro momento, tornando-se, na atualidade, indicativo de inovação nas organizações. Ou seja, a improvisação entendida como estímulo à manifestação de comportamentos criativos por parte dos agentes.

A emoção musical, a originalidade e a expressividade, quando pensadas sob o ponto de vista do *jazz*, oferecem valiosos instrumentos analíticos para se verificar a manifestação da criatividade em uma perspectiva organizacional. Para Weick (2002), o universo social propiciado pelos músicos de *jazz* conduziria a formulação de uma “metáfora”, o *jazz* como metáfora para se estudar a improvisação nas organizações, condição que, de certa forma, permite um maior espaço ao erro, uma vez que, ao se improvisar, a existência da possibilidade de não se acertar a execução de uma melodia ou até mesmo de um trabalho de criação, realizado em equipe dar errado, passa a ser algo planejado.

Ao se explorar os efeitos que desdobramentos de fatores como espacialidade, rotinização e segurança passam a desencadear durante a execução da obra musical, poderíamos incorporar aspectos como a dimensão temporal e *geográfica*, que também se encontram presentes na prática dos músicos de *jazz* e que, conforme Weick (2002, p. 10), podem auxiliar no processo de construção de um modelo que contribua para a análise de comportamentos psicossociais ligados ao trabalho coletivo e a improvisação nas organizações. Assim, partindo do ambiente organizacional do *jazz*, o autor descreve que:

No *jazz*, tanto o solista quanto o acompanhante sabem onde estão. Eles tem um senso contínuo de localização. Atente-se para o fato de que as pessoas nas organizações que tentam improvisar coletivamente, sem coordenação temporal, enfrentam um problema que é duas vezes maior que aquele enfrentado por um músico de *jazz*. Uma pessoa trabalhando em um time de projetos para gerar novas idéias está simultaneamente tentando encontrar onde todo mundo está, ao mesmo tempo que tenta inovar, como se tivesse encontrado a parte comum do problema para a qual a atenção de todos está voltada.

Nesta perspectiva, ao explorar os fatores psicossociais existentes no universo das orquestras, recorreremos à análise de Becker (2008) sobre o ambiente institucional vivenciado pelos músicos profissionais de *Jazz*. Tendo em vista o pouco número de estudos referente a esta temática, o trabalho de Becker oferece um importante apoio teórico-metodológico ao estudo sociológico dos músicos de orquestra. Desta forma,

Chopin e Liszt, todos virtuosos improvisadores e praticantes de sessões que no *jazz* são denominadas de *cutting sessions* – concursos de habilidade musical que colocam os músicos em confronto direto.

uma das dimensões do trabalho de campo realizado por Becker, consistiria na verificação de padrões sócio-comportamentais recorrentes como: a) *compreensões que os músicos tem de si mesmos e dos não músicos (espectadores)*; b) *relações de trabalho de músicos de jazz (orquestra)*; e c) *os sentimentos de isolamento e de segregação em relação ao público e a comunidade, apontados pelo referido autor ao estudar os músicos de casas noturnas.*

Em “*Do you know...? The jazz repertoire in action*” (2009), Howard Becker escreve em parceria com o também sociólogo e jazzista Robert Faulkner sobre o universo fenomenológico existente nas práticas dos músicos de *jazz*. Partindo de suas próprias experiências, os autores descrevem os elementos sócio-interacionistas existentes no ato de tocar em conjunto, evidenciando, para isso, algumas pistas que podem ajudar na compreensão do modo como músicos de *jazz* – diferentemente dos músicos eruditos, que possuem uma rotina bem estruturada de ensaios e estudos -, os jazzistas, em muitas situações conhecem o parceiro de banda na hora da apresentação, e, a partir daí, utilizam sua criatividade como forma de desenvolver diferentes níveis de improvisação das músicas existentes no repertório a ser apresentado.

Howard e Faulkner (2009) apontam a existência de quatro elementos básicos que influenciariam o *fenômeno* da improvisação praticada por músicos de *jazz*: a) a variedade de formas/estilos com que a músicas de *jazz* são gravadas/interpretadas; b) as performances de cantores e músicos: a liberdade com que os músicos e cantores tem em, a partir de uma música determinada, elaborar uma nova forma/uma nova roupagem musical; c) situações: a execução do repertório de *jazz* em diferentes locais: reuniões de negócios, festas de debutantes; cerimônias religiosas, festas familiares, *happy hour*, etc; d) adaptação do repertório: o repertório, neste contexto, serve como um mecanismo de integração dos outros elementos, tendo em vista que, ao escolher o *repertório*, os músicos devem realizar uma análise do local, do público e, sobretudo, o significado social do evento em que irão demonstrar suas habilidades criativas e musicais.

Tanto o músico erudito quanto o músico de *jazz*, desenvolvem em suas performances artísticas habilidades voltadas para o trabalho colaborativo. Por este prisma, conforme reflexão elaborada anteriormente, o contexto dos músicos de *jazz* constitui um valioso cenário de análise de elementos psicossociais que envolvem o processo criativo destes artistas.

A relação entre criatividade, arte (*música erudita*) e o mercado, consiste em um espaço de interação onde os agentes (músicos) utilizam sua criatividade como mecanismo de transformação da arte enquanto valor cultural, para um valor de mercado. A análise dos atributos sócio-econômicos que orientam a execução do trabalho criativo dos músicos eruditos e a sua interação com o mercado da música aproxima-se do contexto estudado por Becker (2008, p.100), uma vez que:

o músico se vê como um artista criativo que deveria estar livre de controle externo, uma pessoa melhor que aqueles *outsiders* que chama de quadrados – que não compreendem sua música nem seu modo de vida, por cuja causa, no entanto, ele deve tocar de maneira contrária a seus ideais de profissão.

Esta dimensão *prática*, vivenciada pelos consumidores do trabalho criativo desempenhado pelos músicos eruditos em arranjos organizacionais determinados, representaria um tipo de interação econômica. O estudo socioeconômico da música, como produto que integra os setores produtivos da economia criativa, possibilita o entendimento dos elementos econômicos que operam neste cenário. Assim, o mapeamento dos aspectos psicossociais e tecnológicos existentes no trabalho destes músicos, tenderia a evidenciar aquilo que Roy e Dowd (2010), apontam como sendo uma espécie de *commodity*, uma vez que este tipo de música (erudita) é disseminada e negociada por meio das indústrias de filmes, rádios, aparelhos pessoais que reproduzem música (*iPods, iPads, Tablets e smarphones*), configurando um tipo de mercantilização da música que se caracterizaria pela influência de atributos como arte, criatividade, performance e tecnologia da informação, no processo de transformação da experiência estética musical em valor econômico.

Nesta seção foram explorados aspectos relacionados ao impacto que disposições como expressividade, originalidade e emoção, - quando associadas a aspectos institucionais como rotinização e espacialidade -, tenderiam a exercer sobre a ação criativa do trabalho de músicos eruditos. Assim, ao explorar teoricamente estas dinâmicas psicossociais recorrentes no ambiente organizacional das orquestras, foi utilizada a perspectiva da *improvisação* como escopo de verificação da manifestação da criatividade no trabalho do músico erudito. Cabe destacar ainda, que esta análise considera a esfera microssociológica como orientadora das disposições institucionais manifestadas pelos músicos de orquestras. A habilidade social manifestada pelos

agentes no interior da orquestra (músicos, regentes, gestores), no sentido de realizar a transposição deste ambiente *micro* para um ambiente *macro*, do mercado, é compreendida nesta análise por meio do uso de estratégias pelos agentes.

Ao se considerar a orquestra enquanto uma ambiente organizacional em que seus agentes tenderiam a incorporar em suas ações a improvisação como “dinâmica” organizacional, podemos estabelecer uma base de sustentação para o estudo da criatividade nas organizações e o seu contato com o mercado. A criatividade enquanto estímulo à capacidade de improvisação resultaria em um potente motivador da inovação e do empreendedorismo cultural, atributos que compõe o mercado de bens, produtos e serviços criativos. Inovação e empreendedorismo cultural resultam em um *tipo* de comportamento dinâmico manifestado especificamente por instituições econômicas. Compreender a formação de *mercados criativos* requer a compreensão dos fatores que impulsionam as relações econômicas dos setores criativos, entre elas a improvisação/inovação enquanto categoria dinamizadora, pois, conforme demonstra o trabalho de Jacobson (1992), a análise dos ambientes organizacionais pode ser realizada por meio da capacidade de resposta a “surpresas estratégicas”.

É interessante observar o modo como orquestras, teatros, salas de cinema, clubes recreativos, galerias de artes, ateliês e espaços culturais em geral²⁴, passam a ocupar posições estratégicas no mercado das artes criativas, uma vez que estas instituições manifestam um grande conjunto de ações econômicas: captação de recursos financeiros, formalização de parcerias público-privadas, patrocínios, concorrências por editais e financiamentos, doações, caracterizando o chamado *investimento social*. As dinâmicas psicossociais que permeiam as práticas colaborativas dos músicos eruditos constituem um aspecto relevante na problematização daquilo que podemos denominar de *fundamentos sociais da criatividade*.

A música *ao vivo*, pensada em termos de negócios, envolve, conforme procuramos evidenciar neste capítulo, a aproximação entre arte, tecnologia e negócios criativos, apresenta um variado conjunto de elementos econômicos que passam a convergir em torno da *experiência musical coletiva*. Ou seja, por um lado, o mercado da

²⁴ Na *seção 1.2* desta dissertação, apresentamos um panorama histórico do conceito de *music hall*, porém, cabe destacar que na atualidade estes *espaços* ganham uma maior importância, além da já reconhecida importância cultural. Do ponto de vista econômico, estas organizações reúnem em seu interior um conjunto de agentes responsáveis por manifestarem uma determinada prática cultural, bem como, de desenvolver um conjunto de ações econômicas com o fim de “comercializar a sua arte”. Este artista é ao mesmo tempo *artista* e *agente econômico* - um empreendedor cultural -, que manipula suas habilidades criativas (artísticas e econômicas), em um determinado ambiente organizacional, com a finalidade comercializar o seu trabalho.

música na atualidade é caracterizado pela grande ascensão do formato digital (fonogramas) de música, que oferecem a possibilidade de escuta e de experiência estética da música forma individual. Por outro lado, o panorama dos concertos de música: erudita (ópera, *ballet*, operetas), *rock*, música eletrônica, regional, MPB, entre outros, possibilita aos agentes a criação de laços sociais: geração de memórias e identidades coletivas, e catarses (HERSCHMANN, 2013). A valorização econômica dos espetáculos *ao vivo* de música, considerados a partir do ambiente de negócios da economia criativa, fornecem elementos importantes para analisarmos o processo de geração de alto valor agregado aos serviços e produtos provenientes da esfera musical, tendo em vista que o consumidor - motivado pela possibilidade de ver o seu artista preferido em um *show*/espetáculo musical - não se importa de pagar mais caro por um ingresso que possibilite a ele a *experiência musical* ou até mesmo, realizar, via redes sociais, a doação de recursos financeiros via *crowdfunding* ao seu músico, banda ou artista favorito.

Por fim, um último elemento que passa a ser considerado em nossa análise acerca dos aspectos psicossociais que envolvem a prática artístico-profissional do regente enquanto um trabalho criativo, diz respeito ao conceito de confiança. O regente, conforme já explicitado anteriormente, adquire no interior da orquestra a função de *manager*, de gestor. Por este ponto de vista, as orquestras na atualidade passam a desempenhar uma função maior do que somente a produção de uma obra artística. A música erudita, compreendida como produto econômico criativo, emerge como uma das grandes cadeias produtivas da economia criativa na atualidade, passando do status de arte erudita para o de paradigma organizacional de empresas.

A Orquestra Unisinos Anchieta, localizada na cidade de São Leopoldo, na Região Metropolitana de Porto Alegre, a partir de 2013, oferece o curso *Orquestra Empresarial*, sob orientação do regente e diretor artístico Evandro Matté. O objetivo da orquestra empresarial é mostrar as similaridades entre o cotidiano de uma orquestra e o funcionamento das estruturas organizacionais, ressaltando as analogias entre o grupo musical e a empresa, inovação, liderança, superação de metas, excelência e as concordâncias e dissonâncias no gerenciamento das pessoas.

A confiança, enquanto aspecto psicossocial que fortalece o *laço social* dos agentes no interior da organização (orquestra) evidencia, a partir da interação entre o maestro, os músicos e demais funcionários, aspectos institucionais que vão de encontro ao panorama relacional que Max Weber em *Economia e Sociedade* (2009), estabelece

como dominação burocrática e dominação carismática. O que se quer destacar neste momento é que o regente - analisado sob a perspectiva do agente hábil (Fligstein, 2001) -, centraliza em suas ações perante os músicos, a administração da orquestra e o público, categorias ligadas aos *tipos puros de dominação*²⁵: *racional, burocrático e carismático*. Estas categorias analíticas, por sua vez, constituem uma das referências epistemológicas da sociologia econômica weberiana, e que, ao serem aplicadas à análise das orquestras enquanto organizações econômico-burocráticas, podem indicar o modo como a legitimidade da ação desempenhada pelo regente tenderia a potencializar ou mesmo estimular a ação criativa dos músicos na orquestra.

Esta seção teve como objetivo levantar, a partir de uma exploração teórica, alguns atributos de ordem psicológica que integram a ação criativa dos agentes em um determinado ambiente organizacional, utilizando para isso, fatores recorrentes do universo artístico-profissional, como por exemplo: originalidade, expressividade, rotinização, espacialidade e confiança. Desta forma, procuramos destacar os desdobramentos destes condicionantes psicossociais em meio a situações que exijam dos agentes a necessidade de inovar/improvisar, seja em uma organização (orquestra/empresa), ou mesmo, no mercado cultural, na busca de captação de recursos financeiros para atividades ligadas às artes criativas²⁶.

1.3.2 Arranjos organizacionais e trabalho criativo

Esta seção se propõe a explorar teoricamente as perspectivas organizacionais, culturais e econômicas que permeiam a atuação do músico erudito na contemporaneidade. Ao considerar isso, gostaríamos de destacar que a nossa

²⁵ A análise dos *tipos puros de dominação* sob a perspectiva do trabalho criativo do maestro será explorada de forma mais detalhada no Capítulo 3, no item “*Habilidade social como fundamento da ação dos gestores de orquestra*”. Por ora, cabe destacar que a dominação burocrática e carismática são internalizadas pelos agentes da orquestra/organização por meio da rotinização das normas, valores e convenções da instituição. Segundo Swedberg (2005), a rotinização do carisma tende a auxiliar o financiamento da “administração carismática”. A categoria weberiana de administração carismática é direcionada neste estudo para a ação do regente, enquanto agente hábil que deve desempenhar certas ações frente à gestão da orquestra, aos músicos e o público, mas, sobretudo, o que iremos destacar em nossa problematização por meio do conceito de *administração carismática*, é o modo como o Presidente da Fundação OSPA (FOSPA), utiliza o fator carisma para viabilizar recursos econômicos para a orquestra na comunidade porto-alegrense.

²⁶ De acordo com o Plano da Secretaria da Economia Criativa (2012, p. 27), por *artes criativas*, compreende-se “setores cujas atividades produtivas tem como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica”.

compreensão do trabalho do músico erudito está situada em um contexto mais amplo, qual seja, a idéia de trabalho artístico. Ao pensarmos economicamente a atuação do trabalho do músico erudito enquanto um *artista* cabe também, pensarmos os diferentes processos que estão relacionados ao estímulo, desenvolvimento, produção e manifestação (circulação) de sua arte em um determinado mercado cultural.

O contexto de estímulo e aplicação da arte já era analisado pelo economista da arte, o inglês, John Ruskin em 1857, em um conjunto de seminários destinados a reflexão sobre o trabalho artístico na Inglaterra. Para Ruskin, pensar o trabalho artístico em uma perspectiva econômica consiste na observação de três dimensões:

“Temos de considerar em relação à arte: em primeiro lugar, como aplicar nela o nosso trabalho; em seguida, como acumular ou preservar os frutos do nosso trabalho; e, finalmente, como distribuí-los. Contudo, visto que na arte o trabalho a ser empregado advém de uma classe peculiar de homens – aqueles que tem uma genialidade especial para o negócio-, temos de considerar não somente como deve ser aplicado o trabalho, como também, e antes de mais nada, como faremos para gerar o trabalhador”. (RUSKIN, 2004, p.38).

O uso do trabalho *genial* do artista, destacado por Ruskin, se compreendido em termos de trabalho criativo, oferece algumas referências para pensarmos o uso econômico da criatividade pelo artista. Neste sentido, a natureza especial deste tipo de homem/trabalhador, o artista, também é analisada por Ruskin, em um trecho mais adiante, em que o autor reflete sobre as fontes sociais que estimulam a formação do artista:

A questão [da formação do artista] se desdobraria, portanto, em quatro aspectos: em primeiro lugar, como obter o homem genial; em seguida, como empregar o homem genial; depois, como acumular e preservar a maior quantidade possível de seu trabalho; e, por último, como distribuir o seu trabalho da maneira mais vantajosa para a nação. (RUSKIN, 2004, p. 39).

A arte musical manifestada pelos músicos eruditos, na atualidade, exibiria traços de um novo momento social em se tratando de reconhecimento da arte enquanto campo institucionalizado, como também, da própria profissão de artista. De forma a utilizar uma compreensão mais atualizada do conceito de artista/trabalho artístico, recorreremos ao posicionamento elaborado pela UNESCO, em 1980, que destaca as características do artista como:

“[...] qualquer pessoa que cria ou dá expressão a trabalhos de arte ou os recria, que considera sua criação artística uma parte essencial de sua vida, que contribui desse modo ao desenvolvimento da arte e da cultura e que é ou pede para ser reconhecida como artista, tenha ou não qualquer relação de emprego ou associação”²⁷.

Já em uma perspectiva sociológica, a atuação do músico erudito enquanto um *artista* da música pode ser estudada em termos do desenvolvimento das técnicas de formação e aprendizagem musicais ao longo da história, onde podemos constatar que a atividade profissional referente à música erudita, passa, em um primeiro momento, dos domínios do ambiente familiar (e feminino), para o de instituições ligadas à formação e ao entretenimento musicais, exibindo um crescente processo de racionalização da música, expressos por novas lógicas de especialização e de aprimoramento *ad infinitum* das técnicas musicais exercidas pelos músicos²⁸. A formação profissional/educacional ligada à atividade musical se caracterizaria, conforme aponta Colli (2008, p. 95), pelo desenvolvimento de uma competência profissional específica, adquirida em um longo período de formação e que não permite a contrapartida imediata de recompensa para a continuação de seu posterior aperfeiçoamento. O constante processo de aprimoramento e especialização, associados ao reconhecimento de normas e códigos institucionais, resultantes de uma estrutura burocrática no contexto das orquestras, evidenciam aquilo que Max Weber denomina por racionalização do universo da música.

Os arranjos organizacionais que estruturam o desenvolvimento das atividades profissionais dos músicos eruditos constituem-se em um interessante espaço de estudo das relações de trabalho criativo, bem como, de sua transformação em *valor* no mercado musical. Ao pesquisar as orquestras como um tipo de arranjo organizacional, recorreremos aos estudos elaborados por Dimaggio (1991, p. 267), em que analisa o processo de institucionalização e estruturação dos chamados *campos organizacionais* de museus nos Estados Unidos.

Ao se utilizar a abordagem da *teoria institucional*, o que se quer destacar são os aspectos cognitivos e culturais envolvidos no comportamento econômico nas

²⁷O texto com a definição está disponível em: http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13138&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Acesso: 17/05/2014.

²⁸ O processo de racionalização da música no ocidente além influenciar aspectos formativos e de execução da música erudita, será responsável por inaugurar novas dinâmicas de organização dos espaços de se ouvir música, sobretudo no que diz respeito à relação entre burocracia e liberdade do músico. (Ver Capítulo 1).

organizações²⁹ como decorrência do comportamento cultural dos indivíduos nas instituições. Para tanto, esta abordagem organizacional enquanto recurso teórico-analítico pretende explorar as influências do ambiente organizacional sobre o desenvolvimento da criatividade pelos músicos eruditos.

O que importa neste estudo é aproximar-se de uma concepção que tem na cultura uma rede de hábitos, símbolos e de cenários que orientam possíveis modelos de comportamento. A dimensão cultural existente no ambiente organizacional da orquestra oferece alguns cenários ligados às disposições comportamentais que passaremos a explorar de forma mais detida.

Um dos teóricos mais destacados no campo dos estudos sobre o institucionalismo de modo geral é Douglas North. A proposta de North para a compreensão das influências das instituições sobre o comportamento dos agentes utiliza o *consenso* como verificador do processo de aceite das regras que estruturam a interação econômica, cultural, social e política em uma sociedade. Assim, pensar a orquestra nos termos propostos por North consistiria em considerar:

“[...] que as instituições formam a estrutura de incentivos que permeiam as ações dos indivíduos na sociedade. As instituições compreendem as limitações informais (valores, tabus, normas de comportamento, costumes, tradições e códigos de conduta, etc.), e as regras formais (constituição, leis, direitos de propriedade, etc)”.
(NORTH, 2006, p. 13)

Tais elementos oferecem uma contribuição aos propósitos aqui estabelecidos na medida em que possibilita captar o modo como uma orquestra pode se estabelecer enquanto uma instituição econômica, uma que vez apresenta agentes que são mobilizados por interesses e estratégias, contratos são elaborados a fim de estabelecer regimes de trabalho/prestação de serviços, processo de concorrência, bem como, a realização de captação de recursos financeiros para a viabilização dos espetáculos, além da relação de prestação de serviço a um determinado público, que neste particular, busca a experiência criativa proporcionada pela obra artística-musical.

Conforme Meyer (2008), as organizações buscam constantemente exercer influência sobre as ações dos agentes por meio da combinação entre normas/hábitos e a

²⁹ Como se sabe, a perspectiva econômica do institucionalismo é inaugurada pelo economista e sociólogo americano Thorstein Veblen (1857 – 1930) no início do século XX, tendo como principal objetivo questionar o modelo racionalista da teoria ortodoxa, direcionando, assim, sua análise para a influência que as instituições, os hábitos, regras e convenções tenderiam a exercer na economia

cultura institucional. Esta aproximação, de acordo com o referido autor, influenciaria na construção (pelo agente) de possíveis cenários de tomadas de decisão, bem como, de modelos de interação entre os sujeitos da organização (no nosso caso, a orquestra).

Sob este ponto de vista, a dinâmica organizacional manifestada pelos agentes da música erudita (relação entre músicos/relação entre orquestras), evidencia tanto um aspecto intersubjetivo, quanto um aspecto cognitivo de que trata Fligstein (2001; 2009). Ou seja, as normas, regras, condutas produzidas pelos músicos/orquestra – enquanto um valor simbólico - são reconhecidas no *campo organizacional* da música enquanto práticas que estruturam este campo. O aspecto cognitivo situa-se no nível de habilidade (criatividade) do ator em manipular estes códigos: seja na relação com outros músicos, no grau de expressividade com que executa determinada obra musical, ou em uma dimensão macro, na forma com que a própria orquestra acessaria o mercado da música.

Em relação ao mercado da música erudita, se verifica a existência de uma complexa rede caracterizada pela intensa rotatividade de profissionais, pela alta cobrança de produtividade do trabalho artístico-musical, pela concorrência entre orquestras/companhias pela captação de recursos para realização de grandes espetáculos, pela existência de jornadas paralelas à atividade musical “oficial”, como por exemplo, a de professor de música (cursos particulares) ou a de “preparadores”: músicos profissionais que treinam estudantes para as provas práticas existentes nos processos de seleção à graduação, mestrado ou doutorado³⁰.

Outra dimensão que constituiria uma característica econômica existente no interior das orquestras diz respeito à relação entre orquestras permanentes e orquestras itinerantes. O estudo desenvolvido por François (2007), acerca dos mercados de concertos musicais, o autor demonstra a existência de uma considerável diferença nestes dois tipos de orquestras, em relação ao processo de captação de recursos financeiros para a realização de temporadas de apresentação. De acordo com o autor, orquestras que possuam um determinado período de existência e que fossem permanentes³¹, tenderiam a conseguir seus financiamentos - tanto de instituições públicas, como de instituições privadas –, de uma forma mais simples e com um menor grau de burocracia.

³⁰ As informações referentes às atividades profissionais desempenhadas de forma paralela pelos músicos eruditos são oriundas do *diário de campo* do autor da dissertação, e foram coletadas junto ao Maestro Marcio Buzatto (Orquestra Filarmônica da PUCRS), em entrevista exploratória realizada no dia 10.08.2012.

³¹ Orquestras que possuem um local definido para suas apresentações, como por exemplo, Orquestras de teatros, de universidades, de centros culturais, instituições governamentais, etc.

Juntamente a estes aspectos propostos pelo autor acima referido, sobre as disposições econômico-gerenciais que são experimentadas pelos trabalhadores da música no interior das orquestras, considera-se pertinente problematizar o contato entre os músicos/orquestras e universidades. Neste aspecto, parte-se das seguintes indagações: qual a especificidade social-cultural da produção artística (musical) desenvolvida no interior de uma universidade? Qual a influência que um ambiente caracterizado pela pesquisa e desenvolvimento (P&D), teria sobre o rendimento do trabalho do músico erudito? O ambiente organizacional acadêmico, da mesma forma que estimula as mais diversas áreas do conhecimento reunidas em seu entorno, exerceria um estímulo ao desenvolvimento criativo destes músicos?

Esta aproximação entre Universidade e setores criativos da economia, torna-se um objetivo que passa a ser cada vez mais buscado tanto por instituições de Ensino Superior, como de empresas que possuem a criatividade como traço de seus processos produtivos. Os estudos sobre a relação Empresa, Universidade e Governo, produzidos por (Etzkowitz, 2009; Guimarães, 2011), evidenciam os contornos político-institucionais que transformam a universidade, na atualidade, em um ambiente privilegiado de estímulo ao desenvolvimento econômico, baseado, sobretudo, em investimentos de processos intensivos em conhecimento e inovação.

As principais ações envolvendo a participação entre orquestras/empreendimentos criativos e os setores privado e governamental, são analisadas no *Capítulo 2*. Para isso, como forma de abordar este contexto de maneira mais detalhada, são analisados os planos, projetos, ações e estudos realizados com a finalidade de estimular os setores produtivos da economia criativa, destacando os fatores culturais, econômicos e organizacionais referentes ao cenário internacional, nacional, estadual e municipal em que estes investimentos são aplicados.

2 A EMERGÊNCIA DE AÇÕES EM TORNO DA ECONOMIA CRIATIVA

Neste capítulo são analisadas características culturais, econômicas e organizacionais em âmbito internacional e nacional, integrantes do panorama de efervescência do debate público e de ações de diferentes agentes em torno da economia criativa. A proposta é mostrar o recente processo de expansão da economia criativa, enfocando aspectos das mudanças nas possibilidades tecnológicas e nas condições de competição e mercado no setor/cadeia da música. Com este propósito, são discutidos dados, estudos e ações governamentais que constituem aspectos do cenário empírico da economia criativa no mundo e no Brasil.

Este capítulo utiliza a técnica da análise documental de dados provenientes do *Relatório UNCTAD de Economia Criativa (2010)*, do *Plano da Secretaria de Economia Criativa (2011)*, do *Programa Setorial da Indústria da Criatividade no Rio Grande do Sul (2011)*, do *Anuário de Estatísticas Culturais do Ministério da Cultura (2009)*, de estudos de consultoria relativos à implantação de pólos criativos (encomendados pela UNESCO), bem como, da análise de literatura especializada. O capítulo mapeia a diversidade de experiências ligadas à economia criativa na atualidade, destacando, com isso, as estratégias e as dinâmicas de interação de agentes e instituições que integram os setores produtivos da economia criativa em geral. São apresentados também dados referentes às atividades culturais, profissionais e econômicas no campo da música erudita no Brasil e no Rio Grande do Sul.

Assim, o presente capítulo é estruturado da seguinte forma: na primeira parte serão descritas as especificidades socioeconômicas das indústrias criativas em países como Inglaterra, Itália, Alemanha, Austrália, Canadá, EUA, Argentina e Colômbia. Na segunda parte, o foco é a apresentação do contexto brasileiro, com destaque para a análise das dinâmicas institucionais formadoras de planos, projetos e ações ligados ao desenvolvimento das indústrias criativas no Brasil. Na terceira parte, são abordadas as ações no âmbito da economia criativa realizadas no estado do Rio Grande do Sul. Na quarta e última parte do capítulo, o estudo estende sua análise aos movimentos de inserção do município de Porto Alegre na economia criativa.

2.1 O PANORAMA INTERNACIONAL

No ano de 2008, as Nações Unidas, por meio de seus órgãos de *trade* Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), a Unidade Especial para Cooperação Sul-Sul do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (Ompi) e o Centro de Comércio Internacional (CCI), organizam o primeiro documento destinado a oferecer subsídios empíricos e conceituais com vistas à discussão sobre o desenvolvimento da economia criativa no mundo: *o Relatório de Economia Criativa 2008 – O desafio de avaliar a economia criativa: em direção à criação de Políticas*. Esta iniciativa será repetida novamente em 2010, com a publicação da segunda edição deste documento, intitulada *Relatório de Economia Criativa 2010*³² – *Economia Criativa: Uma ação de desenvolvimento viável*. Em 2013 a UNESCO publica uma edição especial do Relatório de Economia Criativa, sob o título “*Creative economy report 2013 – widening local development pathways*”. Nesta terceira edição do Relatório, o centro das análises sobre a economia criativa é a relação entre cultura e criatividade como atributos interligados aos contextos locais. Estes documentos demonstram que na economia criativa haveria a convergência no uso intensivo das ferramentas de tecnologia da informação e comunicação (TIC’s), que, associadas a um movimento de ampliação do conteúdo de ordem simbólica – existentes em artefatos culturais diversos -, passariam a potencializar as ações de artistas, designers, músicos, publicitários entre outros profissionais.

Dados da UNCTAD apontam para um maior grau de crescimento da economia criativa em relação às indústrias de serviços e manufatura em países desenvolvidos. Conforme o relatório da UNCTAD (2010, p. 28), os países integrantes da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), que apresentam atividades econômicas criativas, estariam crescendo a uma taxa anual que é mais do que o dobro da taxa anual das indústrias de serviços, e mais do que quatro vezes superior à das indústrias de manufatura.

Em relação aos setores de serviços criativos ligados ao universo das artes criativas no mundo, Florida (2001), descreve o panorama da música erudita nos

³² Na edição de 2010, o Relatório de Economia Criativa é editado também em português.

Estados Unidos e os mecanismos utilizados pelos agentes ligados ao cenário da música erudita nos Estados Unidos utilizam para estimular uma maior dinâmica de público aos concertos e óperas. Para o autor, o principal diferencial relacionado ao aumento do consumo de música erudita pelo público, na atualidade, está na ampliação da *experiência* vivenciada pelos expectadores. Ou seja, proporcionar o contato com a música erudita em lugares exóticos, como por exemplo, em parques e galerias de arte. Florida (2011, p. 182), informa também, que uma das estratégias é a de aumentar o número de espetáculos itinerantes que dêem ênfase a apresentações multimídia e com alto grau de interatividade com a platéia.

Por fim, as características de apoio e abertura cultural, associadas ao universo de alta tecnologia e de pesquisa acadêmica existentes nas cidades americanas, são descritas pelo autor como elemento de estímulo ao desenvolvimento da criatividade e da música. Assim, conforme Florida (2011, p. 206), a cidade de Seattle é o lar de Jimi Hendrix, Nirvana e Pearl Jam, bem como, da *Microsoft* e da *Amazon*. Austin é a cidade do cantor de música country Willie Nelson e de Michael Dell (DELL).

Pensada em termos de volume de negócios no setor da música, no mundo, a economia criativa se caracteriza fortemente por aspectos legais relacionados à propriedade intelectual e direito autoral. Por este prisma, podemos analisar o mercado da música no mundo através dos processos de gestão e negociação da propriedade intelectual, aspectos que estão no centro das formulações desenvolvidas por Howkins (2013, p. 46), sobre o papel dos governos no que tange a elaboração de legislações que definam os contornos jurídicos, econômicos e culturais relacionados à propriedade intelectual e ao direito autoral.

De acordo com o Relatório UNCTAD de Economia Criativa (2010, p. 143), a indústria da música enfrenta na atualidade um paradoxo: de um lado, há a crescente demanda por música em formato digital, baixada por telefones celulares ou por computadores pela internet (especialmente pela juventude), do outro, os profissionais ligados a música como compositores, produtores musicais, arranjadores e artistas, tem recebido cada vez menos valorização econômica por suas atividades. Ainda conforme o referido documento, entre os desafios enfrentados pela indústria da música na atualidade estariam: *a) a aplicação de legislação de direitos autorais orientados ao desenvolvimento, por meio dos governos e tratados internacionais; b) o desenvolvimento de uma alternativa viável e legítima para o download ilegal e gratuito de conteúdos protegidos por direitos autorais.*

Com base nos dados fornecidos pela International Federation of the Phonographic Industry (Federação Internacional das Indústrias Fonográficas – IFPI), apresentamos no Quadro 3, informações sobre o modo de gestão da propriedade intelectual dos vinte maiores mercados mundiais consumidores de música:

Quadro 3 – Panorama da gestão dos direitos autorais da música no mundo

Papel do Estado na Gestão Coletiva de Direitos Autorais 20 maiores mercados de música			
Regulação da atividade de gestão coletiva e/ou Competências para a resolução de conflitos		Controle <i>Antitruste</i>	Base legal
EUA	Sim	Sim (sem monopólio)	DoJ Consent Decrees. Copyright Act ,§ 114
Japão	Sim	Sim (monopólio legal)	Lei 53/2009 Art. 105-108; Lei 154/04
Reino Unido	Sim	Sim (monopólio de fato)	CPDA, Sec. 152
Alemanha	Sim	Sim (monopólio de fato)	UrhWG 18(1), 18(3); 14, 16(1)
França	Sim	Sim (monopólio de fato)	CPI Art. L321-12
Canadá	Sim	N/E* (sem monopólio)	Copyright Act, Sec. 70(2)
Austrália	Sim	Sim (sem monopólio)	CA 2006
Itália	Sim	Sim (monopólio legal)	Lei, art.46, 56 e 110bis, Decreto Lei 63/05
Espanha	Sim	Sim (sem monopólio)	Real Decreto art. 147-159
Holanda	Sim	Sim (monopólio legal)	Lei de 2004, art. 15 e 30 e 26
Rússia	Sim	Não (sem monopólio)	Lei 5351-1/93(+2004)
Brasil	Não	N/E* (monopólio legal)	Lei 9.610/98
México	Sim	N/E* (monopólio de fato)	Ley de 1996, art. 193 e 217; Regl. 2005 art. 115-1555
Bélgica	Sim	Sim (monopólio legal)	Art 68 e 76 - Law of 20 May 1997
Suíça	Sim	N/E* (monopólio de fato)	Lei de 1992 (+2002), título IV
Áustria	Sim	Sim (monopólio legal)	Lei 2006. art.7, 8 e 9, 30
África do Sul	Sim	N/E* (sem monopólio)	Copyright Act 1978 (+1992)
Suécia	Sim	Sim (sem monopólio)	Lei, art. 52a
Coréia do Sul	Sim	N/E* (monopólio de fato)	Act No. 3.916/89 (+1995), Art. 79 e 81
Índia	Sim	N/E* (monopólio legal)	Copyright Act No. 49/99

Fonte: International Federation Phonographic Industry

*A legislação do país não exclui a atividade de gestão coletiva do escopo da ordem econômica.

Entre os vinte maiores mercados de música do mundo (IFPI/2009), encontramos países de todos os continentes e de diferentes estágios de desenvolvimento. Nesse grupo, o Brasil se destaca como um caso único de país que não possui algum tipo de regulação da atividade de gestão coletiva ou ao menos competências para a resolução de conflitos nessa área.

Após a apresentação de um panorama do mercado internacional da música, onde elementos como propriedade intelectual e direito autoral - enquanto atributos criativos

que evidenciam uma valorização econômica -, constituem aspectos fundamentais do *negócio da música*, passamos, a seguir, a apresentar um modelo esquemático do modo como a UNCTAD reconhece as diferentes conexões que envolvem os agentes inseridos na cadeia produtiva da economia criativa (entre eles, a música), responsáveis originar as indústrias criativas:

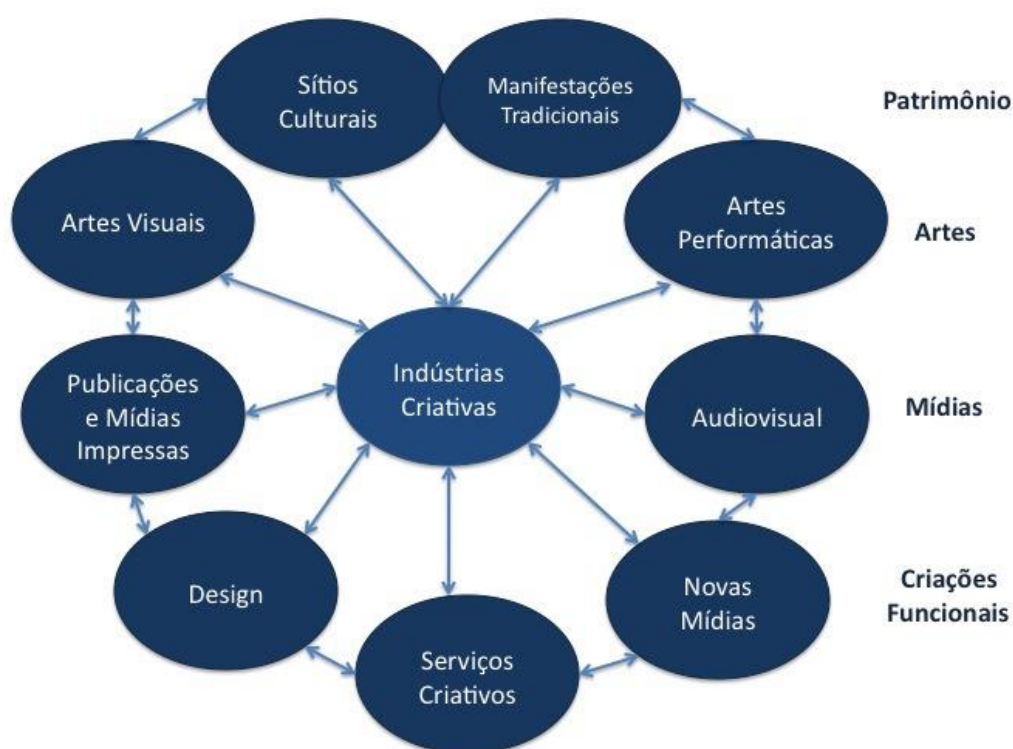


Figura 2 – Classificação dos setores criativos
Fonte: UNCTAD (2008)

Ainda conforme o Relatório de Economia Criativa da Unctad (2010) a atuação dos setores criativos inseridos nas indústrias criativas estariam divididos em:

- 1. Patrimônio** – sítios culturais (arqueológicos, museus, bibliotecas e galerias) e manifestações tradicionais (arte popular, artesanato, festivais e celebrações);
- 2. Artes** – artes visuais (pintura, escultura e fotografia) e artes performáticas (teatro, música, circo e dança);

3. Mídias – publicações e mídias impressas (livros, jornais e revistas) e audiovisual (cinema, televisão e rádio);

4. Criações funcionais – *design* (interior, gráfico, moda, jóias e brinquedos), serviços criativos (arquitetura, publicidade, *P&D* Criativos, lazer e entretenimento) e novas mídias (*softwares*, jogos eletrônicos e conteúdos criativos digitais).

Os diferentes mecanismos de ordem institucional, social, cultural e tecnológica que potencializam os agentes econômicos a desenvolverem produtos, bens e serviços que tenham a criatividade como foco desenvolvimento econômico, constituem aspectos fundamentais ao estudo do fenômeno criativo contemporâneo. Nesta perspectiva, diferentemente de outras épocas da história na história da humanidade, presenciamos o rápido crescimento do imaterial sobre o material, potencializados pela convergência entre conhecimento, tecnologia e a cultura.

Apresentamos, agora, as principais experiências e ações desenvolvidas no campo da economia criativa na Comunidade Europeia.

A ECONOMIA CRIATIVA NA EUROPA

No Reino Unido, conforme dados do relatório da UNCTAD (2010, p. 29), as indústrias criativas foram responsáveis por um crescimento de 6,2% na economia britânica, sendo também responsáveis por um crescimento de 5% do chamado rendimento criativo, em comparação aos 3% de crescimento do restante da economia britânica. De acordo com Corazza (2013), as atenções do governo inglês ao cenário econômico das indústrias criativas passam a ocorrer no ano de 1997, período em que o então Primeiro-Ministro Tony Blair inaugura o *Creative Industries Task Force (CITF)*, que irá integrar o Departamento de Mídia, Esporte e Cultura, promovendo, como primeira tarefa, o mapeamento dos setores ou segmentos criativos como forma de verificar as características socioeconômicas de seu crescimento. A fuga de investimentos industriais (montadoras e indústria pesada) para países emergentes, tendo em vista a concorrência chinesa, a partir dos anos 1990, passa a exigir medidas alternativas pelo governo inglês, como por exemplo, a valorização dos setores artísticos e culturais, sobretudo no que diz respeito à música, a moda e ao *design*.

A região norte da Inglaterra, próxima da fronteira com a Escócia, é considerada a menor região em termos geográficos (8592 km²) bem como, de população (2,6 milhões de habitantes), fatores que, evidenciados por Comunian (2012, p. 105), caracterizariam o processo de declínio em relação ao desenvolvimento econômico, pelo fato de ser tratar de uma região com um perfil *pós-industrial*. A autora atenta para o fato de que esta região, desde os anos 1990, passou a receber um grande volume de investimentos (inclusive estrangeiros), tendo em vista o conjunto de políticas destinadas a fomentar o desenvolvimento de empreendimentos no campo da cultura, sobre tudo na região de conurbação entre as cidades de Newcastle e Gateshead³³, contexto que sugere a relação entre o desenvolvimento regional/local e as indústrias criativas.

Na Alemanha, no ano de 2008, a receita total das indústrias culturais e criativas ficou estimada em € 132 bilhões, contribuindo para € 63 bilhões do chamado valor adicionado, contexto que, de acordo com o relatório da UNCTAD³⁴, foi responsável por 2,5% do PIB alemão em 2008. Ainda considerando o contexto alemão, os dados destacam a existência de 238.000 empresas no setor criativo (7,4% de todas as empresas da Alemanha), sendo responsáveis pela geração de 3,3% de todos os empregos no país.

No contexto espanhol, o que se verifica é que o centro do processo de desenvolvimento econômico das indústrias culturais e criativas baseia-se no crescimento sustentável. Em 2007, de acordo com dados do Relatório UNCTAD³⁵, o setor contribuiu com € 31 milhões para a economia em geral, caracterizando um crescimento anual de 6,7%.

Na Itália, por sua vez, as indústrias culturais e criativas conforme o Relatório da UNCTAD³⁶, no ano de 2004, responderam por 9% do PIB italiano, empregando mais de 2,5 milhões de pessoas. Entre os países desenvolvidos, a Itália se apresenta como a nação onde as indústrias criativas são responsáveis pela maior taxa de participação no PIB (9%), do país. A valorização social das artes e da cultura (berço da cultura renascentista), associada ao histórico de formação de arquitetos, pintores, designers e escultores - verificada ainda nos dias de hoje -, contribui para formação do *ethos* criativo bem como, no processo valorização de atributos como tradição e sensibilidade

³³ A abordagem *cartográfica* utilizada por Comunian (2012), é de extrema importância, tendo em vista a crescente utilização de termos como territórios criativos, cidades criativas, pólos criativos, entre outras nomenclaturas que contribuem para uso de uma nova gramática, no que diz respeito ao estudo dos empreendimentos da economia criativa no mundo, e, sobretudo, no Brasil.

³⁴ *Ibid* p.29

³⁵ *Ibid* p. 29

³⁶ *Ibid* p. 30

artística. A relação de proximidade da cultura italiana com as *Belas Artes* potencializou uma das mais importantes áreas ligadas às indústrias criativas, o *design*. Os designers italianos são reconhecidos mundialmente enquanto desenvolvedores de novas tendências de mercado, no que se refere ao mobiliário, decoração, arquitetura, carros, moda e equipamentos eletrodomésticos, contexto que, de acordo com o Relatório UNCTAD (2010, p. 157), contribuiu para consolidar o primeiro lugar dos italianos com um percentual de 9,76% de participação no mercado mundial de exportações de design.

Destacando ainda o contexto das economias desenvolvidas, a Austrália apresenta um interessante ambiente de estímulos e ações voltadas às indústrias criativas. O crescimento da economia criativa na Austrália, de acordo com o Relatório da UNCTAD³⁷, vem se fortalecendo a duas décadas, sendo o período entre 2007 e 2008 responsável pela geração de \$ 31 bilhões (dólares australianos), e empregando cerca de 5% da mão de obra daquele país. Outro importante estudo que pode auxiliar no entendimento das especificidades socioeconômicas do contexto australiano ligado à inovação, ciência e criatividade – inclusive corroborando os dados do Relatório da UNCTAD -, é o estudo intitulado “*Research and innovation systems in the production of digital content and application*” (2003), que integra o Relatório do Escritório Nacional de Economia da Informação da Austrália. Esta pesquisa sobre o desenvolvimento das indústrias de alta tecnologia está baseada nas análises elaboradas por Florida (2012), que identifica – a partir de estudo realizado nos EUA -, que os trabalhadores das indústrias criativas teriam a tendência a se concentrarem (residir/trabalhar), em localidades onde empreendimentos ligados a tecnologia e inovação estejam estabelecidos.

O panorama das indústrias criativas nos Estados Unidos, de acordo com Relatório UNCTAD, demonstra que no ano de 2003, os empregos ligados aos setores criativos responderam por 2,5% do total de empregos (2010, p. 24). Nos Estados Unidos, o traço principal das atividades econômicas relacionadas à criatividade é verificado nas comercializações ligadas à propriedade intelectual (indústrias dos direitos autorais). Em 2007, ainda conforme este documento, as indústrias criativas relacionadas aos setores de direitos autorais empregavam cerca de 5,5 milhões de trabalhadores, o que corresponderia a 4% do total de empregos do país.

³⁷ *Ibid* p. 30

A fim de potencializar os dados descritos anteriormente, no que tange as diretrizes do desenvolvimento das indústrias criativas nos EUA, que tem na propriedade intelectual a principal referência em termos de economia criativa, destaca-se o trabalho de John Howkins, em seu livro “*Economia criativa: como ganhar dinheiro com idéias criativas*” (2013), onde faz referência a existência de quatro tipos de propriedade intelectual: a) os direitos autorais, b) patentes, c) marcas e d) desenhos industriais. Howkins chama a atenção para a importância que os direitos autorais adquirem em uma economia baseada na valorização de ativos intangíveis, uma vez que, conforme o próprio autor destaca, nas sociedades industriais ocidentais, os agentes dão maior importância aos produtos criativos, baseados sobre tudo no ineditismo, na inovação científica e tecnológica e nos direitos de propriedade intelectual.

Outro aspecto interessante sobre a economia criativa nos Estados Unidos situa-se no modo como as ações econômicas ligadas à criatividade contribuem ao processo de revitalização das comunidades urbanas. Stern e Seifert (2008), destacam o grande número de estudos que desde 1983, partindo de cidades como Nova York e New Jersey, analisam as políticas urbanas para trabalhadores artesanais (artesãos), bem como, os setores culturais *sem fins lucrativos*, e o modo como estes expedientes organizacionais passaram a influenciar a cultura urbana local e regional.

A economia criativa como setor integrante das economias nacionais é caracterizada pela ênfase em processos de *P&D*, bem como, de estímulos ao desenvolvimento de capital humano altamente especializado (Florida, 2012). Porém, cabe destacar, que este perfil *high-tech* com que muitas vezes a economia criativa e os processos socioeconômicos existentes nas indústrias criativas são associados, apresentam, também, um tipo de arranjo organizacional em que a cultura local/regional emerge como potência econômica a ser desenvolvida. Países como Canadá³⁸ e Nova Zelândia, emergem como potências criativas distintas, se comparadas aos movimentos promovidos por outras nações, no sentido de que, conforme descrito por Corazza (2013), ao mesmo tempo em que reconhecem a importância de estímulos ao desenvolvimento de capital humano e *P&D*, estes países caracterizam-se pela defesa de

³⁸ De acordo com o Relatório da UNCTAD, no Canadá em 2007, o setor cultural foi responsável por 3,5% do PIB. Cf p. 30. Os contextos socioculturais de Canadá e Nova Zelândia apresentam aspectos interessantes, quando analisados sob o ponto de vista do estímulo ao desenvolvimento dos setores criativos. O Canadá é reconhecido mundialmente por sua diversidade lingüística (francês e inglês) bem como, os desdobramentos culturais (entre eles, a proximidade com os EUA) originados por esta dimensão lingüística da cultura canadense. Na Nova Zelândia, por sua vez, o ambiente cultural aborígine emerge como potente elemento de valorização econômica e simbólica da cultura daquele país, além da proximidade lingüística entre Austrália e Nova Zelândia.

diversidade sociocultural e de suas *culturas ancestrais*, por meio da valorização das chamadas políticas culturais, fato que se verifica nos processos de “anti-americanização” das culturas destas nações.

Nesta seção, foram destacadas as características socioeconômicas, culturais e institucionais existentes no contexto de emergência da economia criativa na Europa. O cenário europeu de desenvolvimento dos setores criativos é marcado por um grande potencial de flexibilidade dos governos nacionais às demandas econômicas oriundas da economia criativa. Valorização das artes, crescimento sustentável e reconhecimento de valores tradicionais figuram como elementos que orientam as decisões dos governos europeus sobre os rumos da economia criativa naquele continente. Por fim, cabe destacar que a geração de receita na Europa oriundos dos setores criativos, de acordo com os dados do Relatório UNCTAD (2010, p. 28), ficou entorno de € 654 bilhões, no ano de 2004, correspondendo a 2,6% do PIB total da União Europeia.

A ECONOMIA CRIATIVA NA AMÉRICA LATINA

São analisados, nesta seção, aspectos dos contornos socioeconômicos dos estímulos ao desenvolvimento de empreendimentos ligados aos setores de bens, produtos e serviços criativos em países da América Latina. Diferentemente do que acontece no contexto da União Europeia, onde o acesso dos indivíduos aos meios básicos de educação, segurança, saúde e trabalho tende a se realizar de forma mais efetiva, no contexto dos países em desenvolvimento, a atenção das Nações Unidas aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), na América Latina, se apresenta como foco prioritário no que diz respeito ao processo de inclusão social e sustentabilidade ambiental das comunidades latino-americanas. Desta forma, considerando o alto grau de vulnerabilidade social vivenciado principalmente por jovens e mulheres que, de acordo com o Relatório UNCTAD (2010), necessitam de um melhor acesso à educação e ao trabalho, os setores criativos constituem um importante meio de inclusão social tendo em vista a multiplicidade de trabalhos/serviços criativos existentes nos países da América Latina.

Em Medellín, na Colômbia, destaca-se o processo de reformulação do contexto urbano, com vistas à inclusão de jovens em situação de vulnerabilidade social. Conforme Melguizo (2011, p. 44), no ano de 2009, Medellín possuía uma população de 2,3 milhões de habitantes, formando uma região metropolitana com outras nove cidades que juntas totalizam 3,5 milhões de habitantes. O conhecido contexto colombiano de violência, homicídios e tráfico de drogas, passa a exibir sinais de mudanças a partir da união entre as comunidades colombianas e o poder público, que focam suas energias no desenvolvimento da educação³⁹, especificamente, na descoberta e desenvolvimento de talentos criativos pelos jovens (UNCTAD, 2010, p. 35). Ainda conforme Melguizo (2011), além de investimentos para o desenvolvimento de habilidades criativas por meio da educação, a Colômbia empenhou-se no desenvolvimento de ações de inclusão social, baseadas na cultura: redes de escolas de música erudita, bibliotecas populares abertas a comunidade, turismo urbano e teatros populares. A seguir, apresentamos imagens do *Parque biblioteca San Javier*:



Imagem 1: Vista externa 1 do Parque Biblioteca San Javier⁴⁰

³⁹ Conforme destacado por Melguizo (2011), além de investimentos para o desenvolvimento de habilidades criativas por meio da educação, a Colômbia empenhou-se no desenvolvimento de ações de inclusão social, baseadas na cultura: redes de escolas de música erudita, bibliotecas populares abertas a comunidade, turismo urbano e teatros populares.

⁴⁰ Fonte: <http://www.panoramio.com/photo/34207056>

Acesso: 23/05/2014



Imagem 2: Vista externa 2 do Parque Biblioteca San Javier⁴¹

Na Argentina, no ano de 2010, é realizada o 3º Congresso Nacional da Cultura, no mês de setembro daquele ano. A partir da análise dos dados do Relatório da UNCTAD (2010), constata-se um aumento da parcela da cultura na economia argentina, no período de 2004, de 2,3%, para 3,5% em 2009. Em relação ao contexto argentino das indústrias criativas, em 2008 foram realizadas três importantes ações no campo legislativo: revisão da lei de propriedade intelectual; estudo sobre a lei de transmissão por rádio e a criação do Conselho Federal da Televisão Pública.

Historicamente, a Argentina, como destaca Solanas (2011), esteve próxima às ações econômicas do que veio a se denominar de indústrias criativas. Assim, nos anos de 1960, as traduções de obras de Freud, Joyce e Dante, para o castelhano, eram elaboradas e editadas na Argentina e distribuídas para o mundo hispanofalante. Com a crise econômica dos anos 1990, a força das editoras argentinas é enfraquecida pelo crescimento de empresas multinacionais da literatura no mercado argentino. O cenário

⁴¹ Fonte: <http://www.panoramio.com/photo/34479852>

televisivo ligado à publicidade e a arte cinematográfica⁴² também passa a ser revitalizado a partir de 2005, momento que, para Solanas (2011, p. 169):

Apesar de constituir um país federal, a maior parte da produção cultural se concentra na capital. Para continuar com o caso da indústria cinematográfica, “mais da metade dos longas-metragens realizados no país (51%) e quase três quartos dos comerciais (74%) no ano de 2005 foram filmados na cidade.

Em Montevidéu, desde 2007 existe um *cluster* da indústria criativa voltado para o setor audiovisual. A partir de 2009, conforme os dados do Relatório UNCTAD edição especial (2013, p.29), foram somados a este empreendimento criativo os setores de música e de publicação de livros, correspondendo a 7% dos empregos disponíveis na cidade e movimentando uma receita de U\$ 19,2 milhões no ano de 2012.

No Chile, o ano de 2010 marca realização do “*Seminário Internacional sobre Cidades Criativas: o impacto da cultura sobre a economia urbana*”, organizado pelo Conselho Nacional de Cultura e Artes. De acordo com Relatório da UNCTAD⁴³, o objetivo era o de aproximar os poderes público e privado no sentido de analisarem conjuntamente o papel das artes e atividades culturais na economia das cidades.

A intensificação da produção e do consumo de bens, serviços e produtos culturais no México, corresponde a uma participação de 6,7% do PIB do país, no ano de 2006, indicando um crescimento da economia criativa no país, conforme destaca o estudo elaborado por Feria (2011). Estimativas evidenciadas pelo Relatório da UNCTAD⁴⁴ (2010), destacam o modo como informações, dados e estatísticas referentes aos setores culturais são disponibilizados em um sistema de informações culturais. O estudo realizado pelas Nações Unidas apresenta o grande potencial da indústria de jóias no México, tendo em vista o país ocupar o terceiro lugar como produtor mundial de jóias. Outro dado relevante é o que indica o crescimento do setor audiovisual, com ênfase na análise do período de 2007-2008, que empregou cerca de 30.000 pessoas de forma direta. A ação do governo mexicano também é verificada pelo estudo da UNCTAD, tendo em vista a criação no ano de 2008, de um fundo de U\$ 20 milhões de dólares para estimular a indústria audiovisual e de cinema no país.

⁴² No ano de 2011, o filme argentino “*El secreto de sus ojos*” (O segredo de seus olhos), do diretor Juan José Campanella, recebeu o Oscar de melhor filme estrangeiro.

⁴³ Ibid p.56

⁴⁴ Ibid p. 56

Conforme a problematização inicial apresentada nesta seção, o conceito de economia criativa constitui-se em uma abordagem ainda em formação. Neste sentido, foram apresentadas algumas das análises mais destacadas no que diz respeito ao cenário internacional de expansão da economia criativa.

Observa-se, ainda, que a economia criativa apresenta toda a sua potencialidade através dos inúmeros arranjos e cadeias produtivas existentes nas chamadas indústrias criativas. Conforme o relatório de economia criativa da UNCTAD (2010, p. 7):

A abordagem da Unctad para as indústrias criativas se apóia em ampliar o conceito de criatividade, passando-o de atividades que possuem um sólido componente artístico para *qualquer atividade econômica que produza produtos simbólicos intensamente dependentes da propriedade intelectual, visando maior mercado possível.* (grifo nosso).

As análises desta seção destacam o caráter de inclusão social que as indústrias criativas passam a assumir em alguns países, bem como, o desenvolvimento das indústrias criativas em países que de alguma forma já manifestem processos de valorização econômica das culturas locais. Deve ser considerado também que a intensidade de atuação das indústrias criativas nos países da região varia de acordo com o volume de oferta e de exportação de produtos, bens e serviços criativos de cada país. Destacamos ainda que um importante mecanismo de consolidação de ações que envolvem a economia criativa na América Latina, está no reconhecimento das políticas culturais como forma de valorização da diversidade cultural de cada país.

2.2 O PANORAMA BRASILEIRO

O debate brasileiro sobre a Economia Criativa ganha cada vez mais espaço e importância nas esferas estatais e privadas, resultando em inúmeras ações com vistas ao estímulo e desenvolvimento de economia, envolvendo iniciativas voltadas para o desenvolvimento social e cultural das comunidades brasileiras. Na figura a seguir podemos visualizar as ramificações organizacionais da Economia Criativa Brasileira, conforme síntese dos vetores e eixos de atuação da Secretaria de Economia Criativa:



Figura 3 – A economia criativa brasileira – vetores e eixos de atuação
 Fonte: Plano da Secretaria da Economia Criativa (Brasília, 2011).

Entre as primeiras iniciativas em torno da economia criativa no Brasil, pode-se localizar estudo realizado, em 2008, pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) e pelo Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa do Estado do Espírito Santo (SEBRAE-ES), com o objetivo de mapear as possíveis potencialidades criativas existentes no Rio de Janeiro e no Espírito Santo. Estes dois trabalhos de identificação das cadeias produtivas criativas *carioca* e *capixaba*, representam os primeiros estudos que apresentam dados com referência, sobre a dimensão econômica da criatividade em território brasileiro, expressando relativo atraso ao que se verifica em experiências com a da Inglaterra e da Austrália.

Em um segundo momento, destaca-se a iniciativa do Ministério da Cultura (MinC), que em 2010 cria a Secretaria da Economia Criativa, com o objetivo de concentrar as iniciativas federais de mapeamento, estudo e análise de cadeias produtivas da criatividade, territórios criativos e pólos criativos. Neste contexto, o “Plano da secretaria da economia criativa: políticas, diretrizes e ações de 2011 a 2014”, é criado como importante documento de referência em relação à posição do

Governo Federal sobre os rumos e ações a serem planejadas e executadas no campo da economia criativa.

Na condição de documento que inaugura o direcionamento das atenções do Governo Federal para o tema da economia criativa, destaca-se a compreensão que a Secretaria da Economia Criativa sustenta como princípios norteadores

“[...] a economia criativa brasileira somente será desenvolvida de modo consistente e adequado à realidade nacional se incorporar na sua conceituação a compreensão da importância da diversidade cultural do país, a percepção da sustentabilidade como fator de desenvolvimento local e regional, a inovação como vetor de desenvolvimento da cultura e das expressões de vanguarda e, por último, a inclusão produtiva como base de uma economia cooperativa e solidária”. (Brasília, Ministério da Cultura, 2012, p. 33)

Com base em dados coletados junto ao site da Secretaria da Economia Criativa e do banco de dados da pesquisa, estão elencadas no Quadro 4, algumas das principais ações de estímulo a Economia Criativa promovidas pelo Ministério da Cultura, Secretaria de Economia Criativa e seus parceiros institucionais:

Quadro 4 - Atores institucionais para o desenvolvimento da Economia Criativa

Ministérios/ Secretarias	Ação a ser desenvolvida
Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e Comércio Exterior (MDIC)	Parceria no desenvolvimento e realização da Bienal Brasileira de Design; Parceria com o Sistema Nacional de Moda; Fomento às organizações associativas e cooperativas de artesanato; Fomento à inovação e à competitividade de empreendimentos dos setores criativos de forma articulada com o Programa Brasil Maior.
Ministério Da Ciência e Tecnologia (MCT)	Fomento a redes e coletivos via aplicativos e ferramentas do ambiente digital.
Ministério da Educação (MEC)	Articulação com instituições de ensino técnico, tecnológico e superior, presencial e à distancia; Parceria no mapeamento georeferenciado realizado pelo MEC no sentido de identificar vocações regionais nas comunidades do entorno da rede pública escolar.
Ministério das Relações Exteriores	Apoio à instalação de agências internacionais de serviços – Criativa Birô Internacional – de suporte aos empreendedores e profissionais criativos voltadas para ações entre o Brasil e outros países.
Ministério do Desenvolvimento Social	Alinhado com o Programa Brasil sem Miséria, promover cursos de capacitação voltados para a inclusão produtiva da

(MDS)	juventude inserida no mapa da pobreza, a partir de atividades criativas e vocações locais.
Secretaria da Micro e Pequena Empresa	Gestão de empreendimentos e negócios dos setores criativos.
Ministério dos Esportes	Formação e qualificação de profissionais atuantes em empreendimentos e negócios dos setores criativos.
Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e Comércio Exterior (MDIC)	Formação e qualificação de profissionais atuantes em empreendimentos e negócios da Moda, do Design e do Artesanato.
Ministério Da Ciência e Tecnologia (MCT)	Formação e qualificação de profissionais atuantes em empreendimentos e negócios voltados para o desenvolvimento de jogos eletrônicos e novas mídias e; Formação e qualificação de profissionais atuantes em empreendimentos e negócios dos Setores Criativos via Centros Vocacionais Tecnológicos (CVTs).
Ministério das Comunicações	Apoiar a regulamentação voltada para o Rádio e a TV no sentido de fomentar o desenvolvimento destes segmentos no país e; Implementação do Plano Nacional de Conteúdos Digitais Criativos.
Ministério da Justiça (MJ)	Articulação com o MJ no sentido de qualificar os marcos legais associados aos temas: tributários, trabalhistas e de utilização da internet.

Fonte: Composição a partir do Plano da Secretaria de Economia Criativa (2011).

Em estudo elaborado por Alves e Carvalho Souza (2012), acerca do movimento de intensificação das relações entre economia e cultura em âmbito brasileiro, é demonstrado que o tema da economia criativa no Brasil vem sendo operacionalizado por três grandes agentes institucionais, quais sejam, o Ministério da Cultura (MinC), a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) e o Serviço Nacional de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE).

Nesta que pode ser considerada a primeira década de implementação de ações governamentais com o foco na economia criativa, Alves e Carvalho Souza (2012, p. 122) analisam o perfil das ações institucionais promovidas por estes três importantes órgãos governamentais, conforme os pesquisadores:

Essa relação aparece, nas ações institucionais desses agentes, como uma reciprocidade permanente, que aponta para a cultura popular brasileira (também filtrada e valorizada por meio de políticas para o patrimônio imaterial) como fonte viva e vibrante da diversidade artístico-cultural brasileira e, por conseguinte, como o grande manancial criativo, que pode ser explorado, seja por meio de bens, serviços ou atividades culturais. Essa rede de relações figura como uma justificativa ético-estética presente em diversas falas, ações e

projetos, desde estilistas e designers, passando por cineastas e publicitários até empresários do entretenimento e do turismo.

O ambiente sócio-cultural em que as ações voltadas à economia criativa brasileira estão estabelecidas tende a incorporar em suas proposições valores como diversidade, inclusão social e sustentabilidade. Diferentemente do panorama internacional em que a economia criativa se desenvolve com uma orientação voltada ao capitalismo de mercado, a realidade brasileira da economia criativa *tende*, na fase atual, a considerar fortemente aspectos sociais e culturais constituintes dos processos produtivos da criatividade. O que se quer colocar em destaque não é o fato de a economia criativa brasileira ser *menos* capitalista que a de outros países. Mas sim, a importância que adquire o debate associado ao desenvolvimento social que a economia criativa passa a manifestar no Brasil. Cabe notar que uma integração mais próxima com o desenvolvimento tecnológico e com o conhecimento poderia potencializar esses propósitos.

A criação do *Observatório Brasileiro de Economia Criativa* (OBEC), instituído pela Secretaria de Economia Criativa, do Ministério da Cultura, por meio da portaria nº 01 de 08/02/2012, tem por objetivo estimular a pesquisa, produção e difusão de dados e informações sobre a economia criativa em nível federal, promovendo, por sua vez, diálogos com os estados de todo o Brasil. O OBEC possui atualmente algumas parcerias regionais com Universidades Federais, neste sentido, respectivamente temos o Observatório Estadual da Economia Criativa em Manaus (UFAM), o Observatório Estadual da Economia Criativa no Rio Grande do Sul (UFRGS), o Observatório Estadual da Economia Criativa de Goiás (UFG), Observatório Estadual da Economia Criativa do Distrito Federal (UnB), o Observatório Estadual da Economia Criativa do Rio de Janeiro (UFF) e o Observatório Estadual da Economia Criativa da Bahia (UFBA).

O Ministério da Cultura, atento às necessidades de implantação de estruturas organizacionais que contribuam para o processo de dinamização do desenvolvimento dos setores criativos no Brasil, vem estimulando a criação de uma rede de pesquisa em todo o país, a fim de qualificar o debate, bem como, os resultados práticos de ações oriundas dos setores público e privado que tenham o foco no estímulo de ações envolvendo a economia criativa.

Neste sentido, o estudo de consultoria realizado para a UNESCO por Lima (2011), oferece uma interessante descrição sobre os elementos sociais, geográficos e culturais constituintes dos chamados *pólos criativos*. Conforme a pesquisadora, “entende-se por Pólos Criativos, o conjunto de empreendimentos criativos geograficamente próximos e circunscritos a um território de pequena dimensão” Lima (2011, p. 31). O trabalho, ainda, descreve os “critérios para a identificação de possíveis pólos criativos”⁴⁵: a) o próprio conceito de pólo criativo existente no Plano da SEC; b) campos da economia e da gestão, dispostos em 3 subcategorias, abaixo discriminadas

1. Campo da Economia e da Gestão:

- Desenvolvimento da atividade econômica local
- Convergências de atuação
- Concentração setorial de iniciativas
- Adensamento empresarial

2. Campo da Cultura e da Identidade

- Construção de imagem coletiva
- Valor agregado intangível

3. Campo das Relações Sociais

- Formas de governança próprias
- Desenvolvimento de tecnologias
- Sustentabilidade ambiental e social

Até o período de realização do estudo por Lima (2011), foram classificados como *pólos criativos* 7 empreendimentos, localizados em diversas regiões do Brasil. Os pólos criativos apresentados são: pólo criativo *Art'Escama*, em Porto Alegre (RS), o pólo criativo *Zonal Central*, em Goiás (GO), os pólos criativos *Delta Zero*, *Porto Mídia* e *Bomba do Hemetério*, ambos em Recife (PE), o pólo criativo *Caminhos das Artes*, em Belo Horizonte - Nova Lima (MG) e o pólo criativo *Parque Tucumã*, em Rio Branco (AC).

Ciente da efervescência que envolve este novo conjunto conceitual relativo à economia criativa, entre eles o de pólo criativo, a autora descreve, ainda, as dificuldades

⁴⁵ Ibid p. 55

encontradas e as aproximações teóricas necessárias durante o processo de pesquisa dos pólos criativos:

Nossa busca de referencial teórico para a conceituação dos Pólos Criativos encontra pouca produção tanto a nível nacional como internacional, tendo apenas algumas análises de experiências sobre Bairros Criativos, que trata-se de um conceito praticamente similar ao dos pólos: espaços de convivência urbana, ou seja, dedicados à vida em sociedade e espaços que possuem uma dinamização funcional com a realização de diversas atividades de dimensão simbólica unindo em sua geografia diversos grupos e pessoas com uma identidade cultural própria. (LIMA, 2011, p. 31).

Encontramos o posicionamento da Secretaria de Economia Criativa sobre os pólos criativos, em uma análise sobre a importância dos *territórios criativos*:

Nesse campo, serão trabalhadas a concepção e a implementação de metodologias, ações, projetos e programas que permitam o surgimento e a institucionalização de territórios criativos (bairros, pólos produtivos, cidades e bacias criativas). Serão prospectados espaços que tenham potencial para serem considerados territórios criativos e, dessa forma, possam potencializar a geração de trabalho, emprego e renda. (Brasília, Plano da Secretaria da Economia Criativa, 2012, p. 42).

Um dos principais programas da Secretaria de Economia Criativa, a *Rede de Incubadoras Brasil Criativo*, conta com recursos da ordem de R\$ 19,4 milhões, com meta de abertura de mais 12 incubadoras em capitais brasileiras até junho de 2014. A principal finalidade da Rede será a de:

oferecer aos agentes culturais cursos e consultoria em inovação, empreendedorismo, planejamento estratégico, assessoria contábil, assessoria jurídica, de comunicação e marketing, e acompanhamento contínuo. Também balcões de crédito, formalização, formação técnica, realização de cursos e uma área para trabalho colaborativo. As atividades serão desenvolvidas por equipes locais, em diálogo com as potencialidades criativas de cada região⁴⁶.

O esforço da Secretaria de Economia Criativa em estimular a geração de empreendimentos nos setores criativos, através das incubadoras criativas, é percebido por meio da publicação do resultado final do *1º Edital de Fomento a Incubadoras da*

⁴⁶ Disponível em: http://www.cultura.gov.br/destaque-sec/-/asset_publisher/JbUOfaXYB9Wk/content/ministra-da-cultura-inaugura-incubadoa

Economia Criativa, em 21/10/2013. Segundo informações disponibilizadas pela assessoria de comunicação da SEC⁴⁷, esta chamada pública contemplou 15 incubadoras, em 8 estados brasileiros: Pernambuco, Ceará, Rio Grande do Norte, Rio de Janeiro, Minas Gerais, São Paulo, Rio Grande do Sul e Santa Catarina, com apoio de R\$ 400 mil para cada projeto selecionado, totalizando um valor final valor de R\$ 4.493.557, 32.

O ambiente institucional da Economia Criativa no Brasil, conforme destacado nas seções anteriores, configura-se a partir de um tom fortemente social e cultural, em que aspectos como *diversidade, inclusão social e sustentabilidade* orientam o conjunto de estudos, planos, projetos e ações postas em prática tanto em nível público, quanto ao nível privado.

Com o objetivo analisar a música enquanto fenômeno econômico integrante do contexto de crescimento de ações com foco no desenvolvimento dos setores criativos da economia no Brasil, é apresentado, a seguir, um conjunto de dados referentes ao volume de investimentos via Lei Rouanet nas áreas de música erudita/Música instrumental e orquestras, contexto cultural, de trabalho/renda dos músicos eruditos, panorama da indústria da música no Brasil e aspectos envolvendo trabalho musical e direitos autorais.

Em relação aos investimentos financeiros em produções artísticas envolvendo a música erudita e instrumental, é apresentada a seguir, a Tabela 1, elaborada a partir dos dados apresentados pelo Coordenador-Geral de Ações Estruturantes da Secretaria de Economia Criativa, Senhor Gabriel Bortolini, na ocasião da “Conferência Internacional Multiorquestra: talento, gestão e impacto”, que demonstra a evolução dos investimentos no período de 2010 a 2014:

Tabela 1 – Evolução dos Investimentos via Lei Rouanet

	2010	2011	2012	2013	2014
Música erudita	95.531.117,80	124.926.652,82	113.112.259,23	108.460.383,63	10.667.644,14
Música instrumental e Orquestras	81.858.764,09	98.371.031,14	110.621.496,10	113.686.667,62	15.808.522,40

Fonte: BORTOLINI, Gabriel. Em busca da saúde financeira. Painel apresentado na “Conferência Internacional Multiorquestra: talento, gestão e impacto”. Disponível em: <http://transform.britishcouncil.org.br/pt-br/content/arquivos-para-download> Acesso: 07/05/2014

⁴⁷ Disponível em: http://www.cultura.gov.br/sec-na-midia/-/asset_publisher/lwbHQZhg52O4/content/sec-anuncia-projetos

O Anuário de Estatísticas Culturais⁴⁸ (2009), estudo elaborado pelo Ministério da Cultura, é uma publicação que reúne informações das áreas artísticas e culturais do Brasil, destacando aspectos relativos à formação acadêmica dos profissionais das artes, remuneração, espaços culturais distribuídos pelos estados da federação. No que se refere ambiente cultural da música erudita no país, o Anuário apresenta as seguintes informações, conforme disponibilizadas no Quadro 5:

Quadro 5 – Distribuição de orquestras por município do Brasil

Percentual de municípios com grupos artísticos de orquestras por Unidade Federativa	
Brasil	11,50
Pernambuco	41,62
Acre	40,91
Rio de Janeiro	20,65
São Paulo	20,47
Sergipe	16,00
Alagoas	15,69
Bahia	14,39
Roraima	13,33
Amapá	12,50
Ceará	12,50
Rio Grande do Sul	10,89
Pará	10,49
Paraíba	10,31
Maranhão	9,68
Rondônia	9,62
Santa Catarina	8,87
Amazonas	8,06
Paraná	7,77
Mato Grosso do Sul	7,69
Minas Gerais	6,57
Goiás	5,69
Espírito Santo	5,13
Mato Grosso	4,96
Rio Grande do Norte	4,79
Piauí	3,14
Tocantins	2,16

Fonte: Composição a partir do Anuário de estatísticas culturais (2009).

De acordo com o estudo do MinC, a ocorrência de orquestras é verificada em 11,5% dos municípios do Brasil. O estados com maior número de orquestras são Pernambuco 41,62% e Acre 40,91%. Em relação à ocorrência de orquestras por municípios, o Rio Grande do Sul figura na décima primeira posição, onde 10,89%.

⁴⁸ O Anuário de Estatísticas Culturais de 2009 é a edição mais atualizada disponibilizada pelo Ministério da Cultura sobre informações culturais no Brasil. Em contato com o Ministério da Cultura, o autor desta dissertação, obteve a informação de que um novo anuário sendo finalizado, com previsão de lançamento para 2015.

Em relação à formação de músicos (cursos de graduação), os dados do Anuário de estatísticas culturais descrevem as seguintes informações:

Quadro 6 – Cursos de graduação em música por estado

Cursos de graduação – Música	
São Paulo	47
Minas Gerais	19
Rio Grande do Sul	16
Rio de Janeiro	13
Paraná	12
Goiás	6
Amazonas	5
Pará	5
Santa Catarina	5
Espírito Santo	4
Paraíba	4
Rio Grande do Norte	4
Alagoas	3
Bahia	3
Distrito Federal	3
Pernambuco	3
Mato Grosso	2
Mato Grosso do Sul	2
Sergipe	2
Ceará	1
Maranhão	1
Piauí	1

Fonte: Composição a partir do Anuário de estatísticas culturais (2009).

A predominância de cursos de graduação em música encontra-se na região sudeste (São Paulo e Minas Gerais), o Rio Grande do Sul, é o terceiro pólo formador de músicos no país. Em relação à música erudita, o Rio Grande do Sul apresenta um número intermediário de orquestras por município. Porém, se considerarmos o perfil de formação acadêmica de músicos, é um dos estados destaque no país. Outro dado relevante sobre a formação acadêmica de músicos, no Brasil, é o fato de o Rio Grande do Sul possuir o único Programa de Pós-Graduação em Música⁴⁹, nível 7 da CAPES, estabelecido na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

A remuneração dos músicos eruditos é considerado outro dado relevante, quando se estudo o ambiente de atuação destes profissionais. O pagamento por apresentação (cachê) constitui-se em uma das práticas ligadas a profissão de músico erudito. Neste

⁴⁹ O PPG em Música da UFRGS foi criado em 1987, oferecendo o curso de Mestrado. Em 1995 passa a oferecer o doutorado em música.

sentido, Quadro 7, elaborado a partir dos valores de referência fornecidos pelo Sindicato dos Músicos do Rio de Janeiro (SindMusi), em dezembro de 2013, informa os seguintes valores de referência para apresentação de músicos eruditos:

Quadro 7 – Remuneração média por espetáculo

Concerto sinfônico/Câmara/Ballet/Ópera/Opereta	
Orquestra (por espetáculo)	Remuneração
<i>Spalla</i>	R\$ 727,00
Instrumentista/Cordas/Sopro/ Percussão/Outros	R\$ 649,00
Coralista	R\$ 645,00

Fonte: Sindicato dos Músicos do Rio de Janeiro (mês de referência: dez./2013). <http://www.sindmusi.org.br/site/> (Sindicato dos Músicos do Rio de Janeiro) (mês de referência: dez./2013) Acesso: 06/04/2014

Para as atividades ligadas à regência e de arranjo musical, os valores indicados pelo SindMusi são descritos no Quadro 8:

Quadro 8 – Remuneração média por arranjo ou regência

Arranjo e regência (por faixa)	
Tipo de atividade	Remuneração
Por arranjo	R\$ 1.765,00
Por regência	R\$ 1.765,00

Fonte: Composição a partir das informações disponibilizadas no site <http://www.sindmusi.org.br/site/> (Sindicato dos Músicos do Rio de Janeiro) (mês de referência: dez./2013) Acesso: 06/04/2014

No que se refere às receitas produzidas pelo mercado fonográfico no Brasil, conforme indicam os dados da Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD), no ano de 2012, o faturamento das receitas digitais (internet e telefonia móvel), somados às vendas de CD's e DVD's com conteúdo musical, apresentou um crescimento de 5, 13% em comparação ao ano de 2011, gerando um faturamento de R\$ 392,8milhões. Conforme dados da ABPD, dos vinte maiores mercados consumidores de música no

mundo, o Brasil está entre os nove países que tiveram crescimento no mercado de música gravada. O relatório anual da ABPD aponta que em 2012 o mercado da música digital chegou a 28,37% do mercado total de música no país (em 2011 esse percentual era de 16%).

A relação entre música e as tecnologias da informação e comunicação (TIC's), é responsável pelo rápido crescimento do mercado de música digital no país. Na tabela 2 podemos observar os dados referentes ao total de vendas entre os anos de 2011 e 2012 de música digital:

Tabela 2 – Volume de vendas música digital 2011/2012

2012		Mercado Digital Participação %	2011 R\$	Mercado Digital Participação %	2011/2012 Variação %
Downloads Internet	23.747.219,68	21,3%	2.353.255,28	3,9%	+ 909%
Telefonia Móvel	28.952.106,81	26%	15.092.750,45	24,8%	+91,8%
Subscrição para Streaming	28.199.247,92	25,3%	34.640.325,06	56,9%	-18,6%
Streaming de Vídeos musicais remunerado por publicidade (Ex: Youtube e Vevo)	30.537.267,26	27,4%	8.766.638,76	14,4%	+248,3%
Total	111.435.841,67	Mercado Total 28,37%	60.852.969,55	Mercado Total 16%	+ 83,1%

Fonte: Relatório anual da Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD) (2012).
Disponível em: <http://www.abpd.org.br/>

O relatório da ABPD informa o crescimento do mercado digital da música no Brasil, com destaque para o *download* de faixas avulsas (+691%), de álbuns completos (+3.525%), de vídeos musicais (+3.370%), quase todos, influenciados pelo *iTunes*, que em 2011 abriu sua loja para os usuários brasileiros.

As vendas físicas de músicas (DVD's, CD's e Blu-Rays) corresponderam a um faturamento de R\$ 281.420.318, significando 25.306.809 unidades vendidas no ano de 2012. Deste total de vendas físicas, 67,28% correspondeu ao repertório brasileiro, 29,73% ao conteúdo internacional e 2,99% de música clássica. É relevante destacar, conforme os dados fornecidos pela ABPD, o expressivo consumo de música nacional

pelos brasileiros, tendo em vista a força que as músicas em língua inglesa/artistas norte-americanos exercem no mercado mundial da música.

Paralelamente a esta busca dos consumidores brasileiros por artistas nacionais, verifica-se o aumento do mercado da música independente no Brasil (conhecida também como música *índie*), caracterizado entre outras coisas pela criação de gravadoras e selos musicais que tem como principal característica, a valorização da produção musical de cantores, bandas e compositores locais.

O Relatório do Mercado da Música Independente (2008), elaborado pelo SEBRAE, destaca a existência de 400 produtoras e/ou selos independentes em atuação no mercado brasileiro da música. Segundo o estudo de mercado elaborado pelo SEBRAE, em 2004 o volume de negócios gerados pelas gravadoras independentes no Brasil correspondeu a 25% do mercado fonográfico brasileiro, totalizando 13 milhões de CD's vendidos no ano de 2004. O documento aponta a existência de uma grande gravadora independente, a *Trama Music*⁵⁰, que em 2004 foi responsável por 8% das vendas no segmento⁵¹.

Um potente aspecto que aproxima as gravadoras independentes do ambiente de negócios da economia criativa no Brasil se refere, conforme destaca o Relatório do Mercado da Musica Independente (2008, p. 29) é fato de estas gravadoras serem direcionadas para pequenos nichos, caracterizados pela localização geográfica, estilo musical e pelo perfil sócio-cultural do público consumidor. Dito de outra forma, a música independente, considerada no âmbito da economia criativa, revela um alto potencial de valorização das manifestações e dos artistas e empreendedores culturais da música em cada região do Brasil.

Elemento integrante da cena da música independente no Brasil, os festivais de música independente são caracterizados por reunirem um variado conjunto de ritmos musicais: *rock*, MPB, sertanejo, música eletrônica, música erudita, samba, forró, axé além de outros ritmos regionais, possui um amplo papel na divulgação de selos/produtoras independentes, jornalistas e, sobretudo, estímulo as formas diversificadas de negócios com a música. No ano de 2006, conforme destaca o trabalho de Herschmann (2010, p. 26), em Goiânia, estiveram reunidos quatorze produtores dos

⁵⁰ Gravadora *Trama Music*: <http://trama.uol.com.br/homepage.jsp>

⁵¹ No Rio Grande do Sul, um dos primeiros cantores a criar um selo musical de música independente foi o cantor Vitor Ramil, com o selo "*Satolep*". Em 2013 Vitor Ramil lançou o disco "Foi no mês que vem", álbum de comemoração dos 30 anos de carreira do artista. O disco duplo foi realizado por meio de financiamento coletivo (*crowdfunding*), onde participaram 863 pessoas de 8 países.

principais festivais de música independente do Brasil com a finalidade de criação a Associação Brasileira de Festivais Independentes (ABRAFIN). Segundo a ABRAFIN, no ano de 2008 haviam 44 festivais de música independente no Brasil, entre eles: Tim Festival, Claro que é Rock, Nokia Trends, Skol Beats, Ceará Music, Planeta Atlântida e Festival de Verão de Salvador.

Outro importante fator de estímulo à indústria da música no Brasil está relacionado aos direitos autorais dos músicos. Considerado o principal ativo econômico da economia criativa (HOWKINS, 2013), o direito autoral no mercado da música é foco de discussões e análises envolvendo os *novos* formatos de consumo de música, potencializados, sobre tudo, pelos downloads (arquivos *peer-to-peer*) e da telefonia móvel. O estudo em âmbito mundial sobre a indústria da música, segundo o Relatório UNCTAD (2010, p. 144), carece de informações que informem sobre o cenário econômico envolvendo a música e os direitos autorais. Ainda no que diz respeito ao cenário internacional da música, o referido estudo destaca a existência de um mercado oligopolista dominado por quatro grandes gravadoras: Sony/BMG, Universal Music, EMI e Warner Music, juntamente com suas subsidiárias pelo mundo, concentrando cerca de 80% mercado mundial da música.

O contexto internacional relacionado aos direitos autorais da música nos auxilia na análise do panorama brasileiro desta discussão. Neste sentido, em 16/10/2013, é aprovado pelo Senado Federal a chamada PEC da Música. De autoria do Deputado Federal Otávio Leite (PSDB – RJ), a PEC institui uma nova regra no que se refere à defesa da cultura, da música e dos músicos no Brasil. Com a aprovação desta proposta, a produção de CD's e DVD's de artistas brasileiros passa a ser livre de impostos.

A partir desta lei, o cenário econômico da música no Brasil passa a exibir um grande potencial de competitividade no mercado mundial. A diversidade cultural existente no território brasileiro possibilita a existência de um grande número de empreendimentos criativos com foco na cultura local, com destaque especial para a música, que passa, conforme procuramos demonstrar, a figurar como um importante e emergente mercado, caracterizado por gravadoras, selos e artistas independentes que buscam, por meio de formas de trabalho colaborativas e de novos formatos de negócios, a divulgação e o reconhecimento de seus trabalhos musicais.

O ativo e diversificado ambiente cultural brasileiro é especialmente interessante quando comparado a outros contextos nacionais. A possibilidade de criação de uma cadeia produtiva criativa no Brasil surge como uma poderosa fonte de recursos ao

crescimento econômico do país. Por este prisma, o cenário econômico brasileiro onde atuam as microempresas e um grande número de empreendedores culturais é potencializado significativamente, pois, como afirma Reis (2007, p. 308) “sendo a criatividade um ativo individual, o foco desloca-se dos grandes conglomerados e recai sobre os agentes criativos, as micros e pequenas empresas e os empreendedores culturais”.

Em face de tais aspectos e processos relativos ao *estatuto* brasileiro da economia criativa, o que se quer evidenciar são os movimentos envolvendo os principais atores institucionais localizados fora do escopo governamental. Com este propósito, será apresentado um panorama de inúmeras ações promovidas com a finalidade de dinamizar as estruturas produtivas da criatividade no território brasileiro. Neste contexto, chama a atenção o modo como a cultura nacional e as culturas regionais adquirem uma nova importância em termos econômicos.

No que abrange o contexto de oportunidades de financiamentos para empreendimentos no campo das indústrias criativas no Brasil, o Banco Nacional de Desenvolvimento⁵² (BNDES), com o objetivo de oferecer um diversificado conjunto de instrumentos de apoio financeiro, passou a disponibilizar estímulos financeiros a empresas criativas e agentes criadores, possibilitando, com isso, o desenvolvimento do mercado de bens culturais. Considerando a esfera das instituições financeiras e sua relação com os setores criativos da economia, no Quadro 9, pode-se visualizar os principais agentes e o modo como suas ações buscam estimular o cenário dos mercados de cultura no país:

Quadro 9 – Instituições financeiras promotoras de projetos ligados aos setores criativos

Instituição Financeira	Objetivos
Itaú Cultural	Desenvolver e organizar processos e gerar conhecimento sobre as artes brasileiras, compreender as práticas culturais e, com base nelas, ampliar o acesso à cultura e promover a participação social. Ano fundação: 1987
Centro Cultural Banco do Nordeste	Estabelecer pontes entre saberes e transformando-se em um lugar de encontro dos vários públicos para refletir sobre nossa cultura, seria uma espécie de aglomerado cultural que permite a troca de informações entre as diversas áreas da cultura. Ano fundação: 1998

⁵²Para um entendimento da proposta do BNDES aos setores criativos, conferir em: http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Areas_de_Atacao/Cultura/

Centro Cultural Banco do Brasil	Ser referência em atividades culturais e de arte-educação, proporcionando experiências transformadoras e interativas. Ano fundação: 1989
Caixa Cultural	Fomentar a diversidade e patrocinar a realização de eventos em seus espaços. Desenvolver projetos culturais e sociopedagógicos. Estimular a cidadania e a inclusão social. Apresenta editais para projetos nas áreas de artesanato, patrimônio cultural, teatro e dança. Ano fundação: s/d.

Fonte: composição a partir dos sites institucionais: http://novo.itaucultural.org.br/http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/Centro_Cultural/Apresentacao/gerados/centro_cultural.asp
<http://www.bb.com.br/portalbb/home21,128,128,0,1,1,1.bb>
<http://www.caixacultural.com.br/html/index.html> Último acesso: janeiro de 2014

O Brasil está atento ao cenário internacional da economia criativa, fato que pode ser verificado tendo em vista a crescente demanda por estudos e ações governamentais que evidenciam as intenções dos setores públicos e privados desta que se constitui em uma das principais pautas do desenvolvimento econômico da sociedade brasileira atual.

Do ponto de vista acadêmico-institucional, observa-se a existência de um recente estímulo à realização de pesquisas e produção de bibliografia especializada com o foco na economia criativa, conforme podemos constatar em editais de incentivo à pesquisa de agências como *CNPq/MinC/SEC*⁵³ e *CAPES*, bem como, em editais de pesquisa de agências estaduais como *FAPESP* e *FAPERGS*⁵⁴.

A produção de literatura brasileira acadêmica sobre economia criativa é recente, porém, apresenta exemplares que revelam grande qualidade nas pesquisas de seus autores. A *Revista Bahia Análise e Dados*⁵⁵, revela o panorama de experiências e ações dos setores criativos na Bahia. Da mesma forma, a *Revista Latitude*⁵⁶, publicação do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), com organização de Elder P. Maia Alves, traz um dossiê intitulado *Cultura e desenvolvimento: o advento da economia criativa*. Na obra, são reunidos artigos de pesquisadores que abordam os impactos de ações voltadas à economia criativa no nordeste, análise da economia criativa nos mercados da moda, cinema, televisão, além

⁵³Edital nº 80/2013 publicado em parceria entre o CNPq, o Ministério da Cultura (MinC) e a Secretaria da Economia Criativa (SEC), referente a apoio para projetos na área da Economia Criativa.

⁵⁴ Edital publicado pela FAPERGS em agosto de 2012, para pesquisas na área das indústrias criativas no RS.

⁵⁵ v. 22, nº 4, out./dez. 2012

⁵⁶ v. 6, nº 2, jul./dez. 2012 Versão digital da revista:
<http://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/issue/view/84>

de uma reflexão conceitual acerca da construção teórica dos conceitos de capitalismo cultural e seus desdobramentos na cultura brasileira.

O aumento na oferta de cursos específicos na área das indústrias criativas com o objetivo de formação de profissionais para os setores criativos reflete a necessidade de qualificação de mão de obra para atuação nas áreas de produção e de serviços da economia criativa. A *Escola São Paulo de Economia Criativa*⁵⁷, localizada na capital paulista, emerge como uma das primeiras instituições a oferecer cursos de capacitação (rápidos) para a atuação de empreendedores nas áreas da economia criativa. A Universidade do Vale (FEEVALE), localizada na cidade de Novo Hamburgo, região Metropolitana de Porto Alegre, com o objetivo de formar pesquisadores em nível de Pós-Graduação, criou, em 2012, o curso de *Mestrado Profissionalizante em Indústrias Criativas*⁵⁸. A Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM - Sudeste), reconhecida nacionalmente pela qualidade de seus cursos na área de comunicação e marketing, apresenta uma ampla formação educacional em nível de graduação, pós-graduação e cursos rápidos, direcionados para a área de mídias digitais, publicidade e negócios criativos.

Na esfera do Governo Federal, o Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego⁵⁹ (PRONATEC), apresenta um eixo tecnológico denominado *produção cultural e design*, onde todos os cursos oferecidos dialogam com as demandas oriundas dos setores de trabalho ligados a cadeia produtiva da economia criativa. Assim, no eixo tecnológico *produção cultural e design*, a gama de cursos oferecida caracteriza-se por:

Abranger atividades de criação, desenvolvimento, produção, edição, difusão, conservação e gerenciamento de bens culturais e materiais, ideias e entretenimento, podendo configurar-se em multimeios, objetos artísticos, rádio, televisão, cinema, teatro, ateliês, editoras, vídeo, fotografia, publicidade e nos projetos de produtos industriais⁶⁰.

⁵⁷ <http://www.escolasaopaulo.org/>

⁵⁸ Para conhecer os objetivos do curso e áreas de concentração, sugerimos o endereço:

<https://feevale.br/ensino/pos-graduacao/mestrado/mestrado-profissional-em-industria-criativa>

⁵⁹ O Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) foi criado pelo Governo Federal, em 2011, com o objetivo de ampliar a oferta de cursos de educação profissional e tecnológica.

⁶⁰ Disponível em:

http://pronatec.mec.gov.br/cnct/et_producao_cultural_design/et_producao_cultural_design.php

Entre as ofertas de cursos técnicos disponibilizadas pelo PRONATEC, no Eixo *Produção Cultural e Design*, que dialogam com as demandas de trabalhadores capacitados a desenvolverem suas atividades nos setores de trabalhos da economia criativa, estão: Técnico em Composição e Arranjo, Técnico em Comunicação Visual , Técnico em Conservação e Restauro, Técnico em Dança, Técnico em *Design* de Calçados , Técnico em *Design* de Embalagens , Técnico em *Design* de Interiores Técnico em *Design* de Jóias, Técnico em *Design* de Móveis, Técnico em Documentação Musical, Técnico em Fabricação de Instrumentos Musicais, Técnico em Instrumento Musical, Técnico em Modelagem do Vestuário, Técnico em Multimídia, Técnico em Produção de Áudio e Vídeo, Técnico em Produção de Moda, Técnico em Publicidade Técnico em Rádio e Televisão

Chama a atenção a grande variedade de cursos técnicos que, analisados sob a perspectiva da economia criativa, constituem-se em trabalhos em que os agentes serão capacitados a aplicarem conhecimentos e habilidades criativas em seus ofícios, seja na condição de trabalhadores autônomos ou de prestadores de serviços. O perfil da formação técnica oferecida pelo PRONATEC, em se tratando de economia criativa, reforça o movimento de cooperação institucional referido no início deste capítulo, quando destacado as características entre a Secretaria da Economia Criativa e os demais órgãos ministeriais e secretarias de Estado. No que corresponde especificamente ao Ministério da Educação (MEC) e sua parceria com a Secretaria da Economia Criativa, verifica-se, por parte do MEC⁶¹, um esforço em mapear – em nível regional – as potencialidades criativas das culturas locais, bem como, identificar as demandas por formações em áreas ligadas ao mercado de trabalho da economia criativa.

A perspectiva de desenvolvimento de ações e empreendimentos no âmbito das indústrias criativas em nível internacional, bem como, no cenário brasileiro, coloca importantes questionamentos no que se refere aos *possíveis* “modelos” de arranjos socioeconômicos a serem operacionalizados pelos agentes responsáveis em introduzir nas economias internacionais as condições organizacionais necessárias ao desenvolvimento econômico pautado no modelo de empreendimentos econômicos criativos.

⁶¹ Na Tabela 1, deste capítulo, encontram-se disponíveis de forma sintética, algumas das ações a serem promovidas pelo MEC em seu trabalho de *parceria institucional* junto à Secretaria da Economia Criativa, em relação ao oferecimento de condições estruturais para o oferecimento de cursos pelo PRONATEC, no campo das Indústrias Criativas.

O Brasil, por sua vez, emerge como potente ator no cenário internacional da economia criativa, as diversas ações executadas pelos setores governamentais (esfera federal, estadual e municipal), associadas aos esforços dos setores privados, citadas nesta seção, demonstram a importância que este tema ocupa na atualidade.

A seguir, são apresentadas as movimentações ligadas ao desenvolvimento da economia criativa no estado do Rio Grande do Sul e no município de Porto Alegre.

2.3 O PANORAMA ESTADUAL

Em estudo realizado em 2012 com a intenção de mapear a existência de empreendimentos das indústrias criativas Valiati (2013), identifica que cerca de 88% dos municípios gaúchos apresentam alguma forma de atividade econômica no seguimento das indústrias de transformação. Entre o período de 2007 a 2010, calcula-se que o valor da indústria criativa no RS, corresponderia a R\$ 6,3 bilhões⁶². O número de postos de trabalho voltados aos setores da economia criativa no Rio Grande do Sul cresceu 8,5% a.a., conforme apontam estimativas do Programa Setorial da Indústria da Criatividade do Rio Grande do Sul, lançado em 2012⁶³. Ainda conforme este documento, a renda média de um trabalho criativo no Rio Grande do Sul é de R\$ 1.730,00.

A seguir, com base nos dados pesquisados por Valiati (2013), apresentamos os 10 municípios com maior Valor Adicionado da indústria criativa do comércio, de acordo a maior participação, de cada município, no setor:

Tabela 3 – Municípios com maior participação nas Indústrias Criativas

Município	2007	2008	2009	2010
Porto Alegre	418.095.620	549.333.145	512.900.132	515.793.255
Canoas	32.031.694	60.493.004	110.377.388	181.300.150
Caxias do Sul	94.550.285	125.040.573	106.297.151	110.350.154
Campo Bom	27.020.118	53.027.692	54.113.445	69.828.142
Cachoeirinha	47.721.418	50.964.124	54.484.566	66.418.339

⁶² Ibid. p.7.

⁶³ O Programa Setorial da Indústria da Criatividade no Rio Grande do Sul 2012 – 2014, foi lançado oficialmente em março de 2012, e consiste em um trabalho da Secretaria Estadual de Inovação, Ciência e Tecnologia, em apresentar o cenário gaúcho relativo à Economia Criativa.

Novo Hamburgo	48.490.476	63.827.214	50.507.926	52.852.334
Passo Fundo	37.090.233	47.894.194	47.659.655	49.463.372
Pelotas	26.229.468	35.689.405	34.871.273	37.722.905
Santa Maria	21.212.865	30.096.075	28.133.888	30.611.740
Camaquã	24.272.990	30.506.817	29.259.644	29.385.304

Fonte: VALIATI, 2013. Mapeamento da indústria criativa no Rio Grande do Sul.

Neste contexto, localiza-se no setor audiovisual⁶⁴ uma das principais iniciativas do Governo do Estado do Rio Grande do Sul no que se refere aos estímulos para o desenvolvimento das Indústrias Criativas e a geração de oportunidade de trabalho. Neste sentido, um dos destaques foi a criação do *selo* “RS pólo audiovisual” para produções audiovisuais realizadas ou finalizadas no estado do Rio Grande do Sul, e que tenham conseguido seus recursos por meio de editais. Outra característica destas produções realizadas em solo gaúcho está no fato de que elas já seriam finalizadas com legendas em espanhol e inglês, como forma de facilitar a circulação destas produções em festivais/mostras internacionais. Cabe destacar que o estímulo ao setor audiovisual favorece a indústria gaúcha da música, tendo vista a valorização das produções musicais regionais (tradicionalistas), que passam a dialogar com as produções musicais realizadas em países como Argentina, Uruguai e Paraguai, bem como, no que se refere a ocorrência de festivais de música independente, que passam a integrar o cenário econômico ligado a indústria da música no Rio Grande do Sul.

De acordo com dados do “*Balanço 2012 da Secretaria da Cultura*”, no ano de 2012 foi dada prioridade para a execução de projetos ligados à indústria criativa, sobretudo no setor audiovisual. A Secretaria da Cultura do Rio Grande do Sul em parceria com a Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Inovação (AGDI) promoveu um conjunto de ações com o objetivo de criar no estado plataformas fortes para o desenvolvimento da indústria da criatividade, no âmbito da política industrial.

É interessante observar a atuação do Estado no sentido de criar um mecanismo de “autenticação” para um produto que resulta da ação do trabalho de agentes criativos. Ou seja, umas das dificuldades com que a economia criativa lida, que é a de estabelecer de forma *mensurável/tangível* a substância de um bem, produto ou serviço criativo, tendo em vista o processo de valorização econômica de elementos *imateriais/simbólicos* que constituem a cadeia produtiva da indústria criativa, parece estar sendo levada em

⁶⁴ O setor audiovisual refere-se à criação de filmes para cinema, filmes publicitários, filmes empresariais, vídeo clipes e peças publicitárias para a indústria do turismo.

consideração pelo governo gaúcho, condição que pode ser considerada como estratégica. Os esforços empreendidos pelo governo gaúcho no sentido de criar uma rede de estímulos ao desenvolvimento da indústria criativa, por meio de ações que legitimem o trabalho realizado pelos agentes criativos vai ao encontro das ações realizadas em âmbito federal. Em relação ao contexto brasileiro da economia criativa, o Ministério da Cultura, através da Secretaria da Economia Criativa, realiza um grande conjunto de ações com a finalidade de valorizar a cultura regional produzida nos estados, o que é verificado através da produção de produtos e serviços criativos baseados na cultura de cada região, integrantes da proposta dos *pólos criativos*.

Além dos mecanismos institucionais adotados pelo governo gaúcho, com vistas à adequação de políticas indústrias orientadas ao desenvolvimento econômico com base na inovação e tecnologia e com foco nas indústrias criativas, verifica-se uma movimentação do setor privado em relação à definição de seus objetivos quanto à valorização econômica da criatividade através de investimentos em educação e tecnologia à serviço da criatividade. Desta forma, o Quadro 11 destaca os principais agentes e ações promovidas pelo Governo Estadual junto a seus parceiros, com foco no desenvolvimento da Economia Criativa no Rio Grande do Sul:

Quadro 10 – Panorama das ações de estímulo à economia criativa no RS

AGENTES	AÇÕES DESENVOLVIDAS	INSTRUMENTO
Governo do Estado do Rio Grande do Sul	Reestruturação da área de desenvolvimento econômico do Gov RS para adequação à premissa da sustentabilidade: trajetória em três dimensões (econômica, social e ambiental); Planejamento/ orientação planejada para evolução da economia; Governança/ coordenação entre os entes do Governo.	Decreto assinado pelo Governador nº 48.396, de 26/09/2011
Governo do Estado do Rio Grande do Sul	Política Industrial como condição primeira de instrumento transversal. Foco no fomento a atividade produtiva, formação de capital fixo, provisão de capital de giro e saneamento financeiro de empreendimentos.	Sistema Financeiro Gaúcho (Composto por Banrisul, Badesul e BRDE)
Secretaria da Ciência, Inovação e Desenvolvimento	Apoio a indústria criativa do RS por meio de incentivo às instituições científicas do RS a encaminharem	Programa RS Tecnópole

Tecnológico	projetos na área da Indústria Criativa, reforçando a articulação entre as universidades, setor produtivo e o poder público.	
Secretaria da Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico	Incentivo a pesquisa	Edital de apoio / financiamento
Secretaria da Cultura / RS	Prestação de serviços de consultoria, para pequenas e micro empresas.	Programa Criativa Birô
Secretaria da Cultura	Incentivo ao intercâmbio e promoção de experiências estéticas criativas e inovadoras, da pesquisa autoral e de novas linguagens artísticas.	Fundo de apoio a Cultura das Artes
Secretaria da Cultura	Divulgação das temáticas da sustentabilidade, identidade e criatividade.	Seminário Internacional de Gestão Criativa em Artes Cênicas
Secretaria da Cultura	Qualificar as relações de trabalho dos agentes culturais no setor de músicas e cadastrar pessoas atuantes no segmento como micro empreendedor individual (criação de CNPJ).	Programa Luzeiros / Semana do Empreendedor da música.
UFRGS	Descentralização e facilitação do acesso a informações referentes à Economia Criativa	OBECE (Observatório Estadual da economia Criativa)
UNISINOS	Disposição de módulos de formação de pessoas em Economia Criativa, direta e indiretamente.	Especialização em Gestão e Produção Cultural
FIERGS	Realização de Fórum e debates sobre a atualidade da Economia Criativa	5º Congresso Internacional de Inovação (2012)
SEBRAE	Seleção de empresas para participação na missão internacional com foco em Moda e design, orientados para a Economia Criativa.	Chamada Pública
SEBRAE	Incentivo ao empreendedorismo criativo, orientando as empresas a utilizarem o desenvolvimento de design com foco na brasilidade.	Palestra “ <i>A moda como inspiração para a economia criativa no Brasil</i> ”
SESC	Incentivos focados nas áreas da música e artes cênicas, em parceria com CARRIS e Prefeitura Municipal de Porto Alegre.	Palestras e oficinas destinadas a empresas do setor de serviços, suscitando a inovação na forma da prestação destes serviços.
SESCOOP	Organização de debate sobre Economia Criativa voltado a profissionais da comunicação e cooperativas.	3º Seminário Estadual de Comunicação Cooperativista.
SENAI	Construção do banco de dados da	Intermediação entre

	indústria dos talentos e articulação com as empresas que buscam trabalhadores para estágio ou emprego.	demandantes a emprego na área e empresas e empreendimentos interessados em contratá-los.
--	--	--

Fonte: Composição a partir dos *sites* institucionais: <http://www.rs.gov.br> <http://www.ufrgs.br>
<http://www.fiergs.org.br> <http://www.unisinos.br> <http://www.sebrar.org.br> <http://www.sesc.org.br>
<http://www.sescoop.org.br> <http://www.senai.org.br> Último acesso: janeiro de 2014

No que consta a participação da esfera privada no cenário de expansão da economia criativa no Rio Grande do Sul, destaca-se a atuação dos parques tecnológicos de universidades privadas. A construção do *cluster* audiovisual TECNA (*Parque tecnológico audiovisual*), localizado no *campus* da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande Sul, na cidade de Viamão, Região Metropolitana de Porto Alegre. Os processos envolvendo a economia da música no Rio Grande do Sul, por conta das atividades do TECNA, tendem a se desenvolverem pois a produção audiovisual (filmes publicitários, produções cinematográficas de curta, média e longa metragem, videoclipes, entre outros), necessitam elementos musicais para compor as filmagens. Neste sentido, a música (erudita, eletrônica, regional, nacional, internacional) se torna uma moldura das imagens, portanto, ao analisarmos a atuação de empreendimentos criativos voltados para o setor audiovisual, devemos obrigatoriamente considerar os aspectos técnicos e econômicos ligados aos econômicos da música.

O Parque tecnológico do Vale dos Sinos (VALETEC), empreendimento destinado a incubação de empresas do ramo da tecnologia e da criatividade, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), investiu no período de 2007 a 2011 um valor de R\$ 11,28 milhões em planos de pesquisa, projetos e laboratórios relacionados à indústria criativa, com previsão de investimentos de mais R\$ 2 milhões ao longo do de 2014, conforme dados do Plano Setorial da Indústria Criativa do RS (2012, p.28). Outra iniciativa desenvolvida pela UNISINOS no setor das indústrias criativas é o lançamento da *Escola da Indústria Criativa*. Inaugurada no dia 16/03/2014, no Campus de Porto Alegre, a escola reúne as graduações de Comunicação Digital, Design, Design de Produto, Fotografia, Gastronomia, Jogos Digitais, Jornalismo, Letras, Moda, Produção Fonográfica, Publicidade e Propaganda, Realização Áudio Visual e Relações Públicas, e ainda especializações em Cultura Digital e Redes Sociais, Design de Moda, Design Estratégico, Design Gráfico, Design Moveleiro, Jornalismo

Esportivo Transmídia, *Music Business* e Televisão e Convergência Digital. Além disso, possui cursos de pós-graduação em níveis de mestrado e doutorado.

O Hamburgtec (Parque Tecnológico de Novo Hamburgo) consiste em outro empreendimento relacionado às atividades das indústrias criativas. Situado na cidade de Novo Hamburgo, região metropolitana de Porto Alegre, foi projeto exclusivamente para trabalhar com empresas dos setores criativos, apresentando investimentos de R\$ 366 milhões, e com previsão de aportes de R\$ 300 milhões para a manutenção das empresas aportadas, de acordo com estimativas do Plano Setorial da Indústria Criativa do Rio Grande do Sul (2012). Dados sobre o contexto regional existente no Vale dos Sinos, onde encontram-se estabelecidas instituições de ensino superior, bem como, indústrias dos ramos de tecnologia, design e de transformação, apontam para um Valor Adicionado das indústrias criativas de transformação, da região, de R\$ 2 bilhões em 2010 (Valiati, 2013).

O papel das universidades, neste contexto, é de reunir os atributos institucionais para o surgimento de parques tecnológicos⁶⁵, bem como, de incubadoras voltadas à Indústria Criativa. Este diálogo entre governo, empresa e universidade, com foco na consolidação da Criatividade como fator de desenvolvimento econômico, fica claro na entrevista a seguir, do Secretário de Cultura do Estado do Rio Grande do Sul, Luiz Antonio de Assis Brasil, em solenidade de lançamento do TECNA (Centro Tecnológico Audiovisual do Rio Grande do Sul), que descreve a tarefa de tal empreendimento como um:

Estímulo a produção simbólica (a arte), a economia, com a produção de empregos e a inclusão social. "Sinto orgulho de o centro ser instalado nesta Universidade, pois conheço o quanto ela faz pela cultura. Tenho certeza de que estamos pisando em um terreno seguro", disse o secretário⁶⁶.

Pensar o papel das universidades enquanto núcleo de desenvolvimento de recursos humanos e de tecnologia, que podem ser direcionados para o desenvolvimento do negócio da música, compreendido aqui enquanto novas formas de trabalho musical, novas técnicas, maior grau de tecnologia incorporada ao trabalho dos músicos eruditos, novos espaços de interação da música erudita e o público. Em termos organizacionais, podem constituir importante paradigma de arquitetura

⁶⁵ No *campus* da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul encontra-se o já reconhecido TECNO PUC, parque tecnológico voltado para P&D.

⁶⁶ Entrevista dada à Assessoria de Comunicação e Marketing – ASCOMK, PUCRS. 03 ago. 2011.

organizacional, tendo em vista a multiplicidade de dinâmicas envolvendo a busca de novidades para a criação de repertório e a execução das músicas, o papel do regente enquanto gestor de um grande grupo de agentes, que deve apresentar um alto nível de sincronismo, desde aspectos propriamente técnicos e artísticos da música erudita, até elementos gerenciais de ordem artística e econômica. A orquestra Unisinos Anchieta, conforme destacamos na seção 1.3.1 (*A dimensão psicossocial do trabalho criativo*) constitui um exemplo de aproximação entre os contextos organizacionais da arte (música erudita) e da empresa.

O que queremos destacar em nossa proposição é que o ambiente institucional que caracteriza a universidade apresenta, de uma só vez, a união de atributos como tecnologia, conhecimento e diversidade cultural, fatores centrais para o desenvolvimento de um *ethos criativo*, contexto que se pode confirmar pelo crescimento da procura de empresas por possibilidade de incubação em parques tecnológicos de universidades. A música erudita, neste contexto, figura como um modelo de organização marcado por processos de alta complexidade, de burocracia, de rotinização e de confiança, que devem estimular os agentes no desenvolvimento de processos que utilizem a criatividade como possibilidade de inovação.

Na esfera estadual, o Governo do Estado também demonstra estar atento aos desdobramentos das ações que envolvem o estímulo aos setores criativos da economia e sua relação com a ciência e a tecnologia no estado. Neste sentido, a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS), por meio da Secretaria da Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico (SCIT), lançou no dia 8 de agosto de 2012, edital no valor de R\$ 1,2 milhões destinados a pesquisa e desenvolvimento de projetos de produtos nos setores criativos do design, novas mídias e audiovisual. A matéria “*Edital específico para a Indústria Criativa é ação inédita no Estado*”⁶⁷ publicada no dia 02 de agosto de 2012, pela Assessoria de Comunicação da Secretaria de Ciência e Tecnologia do Estado, avalia como um momento significativo para o Estado a existência deste estímulo aos produtos e serviços provenientes dos setores criativos. Na matéria, o Secretário de Ciência e Tecnologia, Sr. Cleber Prodanov, destaca que o núcleo gaúcho do setor criativo movimenta anualmente R\$ 5,2 bilhões, o que corresponderia a 5,6% de toda a cadeia criativa do país.

⁶⁷ A reportagem pode ser conferida em sua íntegra em:

http://www.fapergs.rs.gov.br/conteudo_puro.php?cod_conteudo=481&cod_menu=1

Os dados sobre a economia criativa no Rio Grande Sul apontam para um momento de intensificação de estudos, projetos e ações com vistas à viabilização de empreendimentos econômicos ligados aos setores criativos. Assim, nesta seção, foram destacadas algumas das mais importantes iniciativas que demarcam o empenho de inclusão do Rio Grande do Sul no cenário internacional da economia criativa, bem como, os empreendimentos que atualmente simbolizam os esforços dos setores público e privado em estimular atividades econômicas das Indústrias Criativas.

Em relação ao panorama de negócios da música no estado do Rio Grande do Sul, uma primeira constatação que pode ser realizada é sobre a ausência de dados oficiais precisos (e atuais), acerca das negociações envolvendo as produções musicais locais. A existência de tais dados auxiliaria na construção de um panorama econômico da música e suas ramificações com os setores criativos no Rio Grande do Sul.

No que se refere ao acesso à tecnologia e de estímulo a inovação no setor musical, a análise de dados secundários permite considerar a existência de um cenário econômico em expansão, caracterizado principalmente pela atuação da iniciativa privada, através do trabalho de empresas relacionadas ao setor audiovisual – que fazem uso da música erudita em suas produções –, fato contribui para aproximação entre a música erudita e a tecnologia, aspectos que fortalecem o papel das universidades no desenvolvimento da tecnologia musical e de recursos humanos.

A atuação do Governo estadual em relação ao negócio da música é verificada pelo programa “Plataforma RS de música”, do Instituto Estadual da Música, e tem como objetivo principal o estímulo e a qualificação dos festivais independentes, o programa “Luzeiros” de oficinas de capacitação para o setor produtivo e o apoio a projetos de integração e intercâmbio. Destacamos que o Programa Plataforma RS de música integra o cenário brasileiro de estímulo a artistas, selos e gravadoras independentes, conforme destacado na seção 2.2 – *Panorama brasileiro da economia criativa*, sobre o cenário da música independente no Brasil e as possibilidades de expansão dos produtos e serviços da música no contexto da economia criativa.

O Rio Grande do Sul e, em específico, a capital Porto Alegre, correspondem a um dos principais pólos de formação de profissionais da música, tanto em nível de formação erudita, como de profissionais ligados aos setores de produção, marketing e tecnologia musical, panorama que coloca o Rio Grande do Sul como referência no desenvolvimento de recursos humanos para o mercado da música.

O panorama da música erudita no Rio Grande do Sul se caracteriza pela sequência de desvalorização salarial dos músicos eruditos, bem como, da falta de investimentos representativos no setor. A sede da Orquestra Sinfônica do Rio Grande do Sul (OSPA), será a segunda sala sinfônica em operação do Brasil, apresenta um lento processo de finalização de sua construção tendo em vista as constantes mudanças nos editais de captação de recursos e a considerável e tradicional demora na construção de obras públicas no estado. O prazo para a conclusão das obras é 2016.

2.4 O PANORAMA MUNICIPAL

No município de Porto Alegre, um dos primeiros mecanismos de estímulo ao setor artístico e cultural local, é o FUMPROARTE, criado em 1994, no mandato do Prefeito Tarso Genro. Tem como objetivos financiar desde projetos de bolsas de pesquisa até produções artísticas em geral.

Considerando este período de vinte anos de estímulo da Prefeitura de Porto Alegre ao desenvolvimento artístico e cultural local, no ano de 2012, a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), através de seu *campus* em Porto Alegre (ESPM – Sul), promove iniciativas com vistas ao desenvolvimento e implementação da primeira incubadora de empresas da indústria criativa. A matéria “*ESPM-Sul e Prefeitura de Porto Alegre lançam primeira Incubadora de Empresas da Indústria Criativa do Brasil*”, publicada na Revista Voto, no dia 15/07/2012, apresenta o andamento da parceria entre a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Sul) e a Prefeitura da capital, para a abertura de uma incubadora de empresas da indústria criativa:

A ESPM-Sul e a prefeitura de Porto Alegre assinaram, na manhã desta quinta-feira (12/07/2013), um convênio cujo objetivo é tornar, dentro de poucos anos, a capital gaúcha em um pólo da indústria criativa do Brasil e do Exterior. O documento firmado pelo prefeito José Fortunati e pelo vice-presidente corporativo da ESPM, Emmanuel Publio Dias, prevê a implantação da primeira Incubadora de Empresas da Indústria Criativa do País. A prefeitura cedeu, por um período de 30 anos, um terreno de 7 mil metros quadrados, localizado na Rua Marcílio Dias, 1390, no Bairro Azenha, para que a ESPM-Sul faça a edificação a partir da captação de recursos junto a parceiros públicos e privados. O espaço será destinado à incubação de aproximadamente 50 empresas, com o desenvolvimento de serviços especializados e de alto valor

agregado, como, por exemplo, métodos e técnicas para gestão e negócios do setor criativo⁶⁸.

Além das ações realizadas entre a Prefeitura de Porto Alegre e a ESPM – Sul, com o objetivo de estabelecer uma base institucional que forneça a devida assessoria aos projetos e ações a serem desenvolvidos entre a Prefeitura e demais parceiros institucionais, no dia 09/10/2013, o Prefeito José Fortunati, assina o decreto de criação do *Comitê Municipal de Economia Criativa*, órgão que irá agregar a participação de inúmeras Secretarias Municipais, entidades privadas e demais representantes da sociedade civil. A criação do Comitê de Economia Criativa resulta, por sua vez, de uma iniciativa do grupo “Porto Alegre Criativa”, liderada pelo Gabinete de Inovação e Tecnologia (INOVAPOA) e Secretaria Municipal da Cultura. Diferentemente de outras cidades brasileiras onde a existência de uma rede institucional que atue como estímulo aos empreendimentos da economia criativa pode ser verificada, em Porto Alegre, pelo que se procurou evidenciar até o momento nesta seção, está em fase anterior, achando-se, ainda, em processo de desenvolvimento de uma arquitetura institucional que potencialize o mercado de bens, produtos e serviços dos setores criativos.

Estudo elaborado pela Federação do Comércio do Estado de São Paulo (FECOMÉRCIO), em março 2012, destaca o *ranking* das cidades brasileiras mais criativas. Neste *ranking*, a capital gaúcha figura no segundo lugar como a cidade mais criativa no Brasil, conforme podemos visualizar na figura 4:

Ranking – Cidades

ESTADO	CIDADE	GERAL ECONÔMICO		GERAL SOCIAL		GERAL CRIATIVO		ÍNDICE GERAL	
		Índice	Class.	Índice	Class.	Índice	Class.	Índice	Class.
SP	São Paulo	6	69,3	1	75,0	9	48,0	1	100,0
RS	Porto Alegre	1	79,9	9	49,3	3	59,9	2	98,2
MG	B. Horizonte	10	61,8	2	61,3	5	54,3	3	90,2
SP	Campinas	7	63,8	16	40,4	1	76,0	4	88,3
PR	Curitiba	5	69,7	5	52,1	12	40,8	5	86,3
RJ	Rio de Janeiro	9	61,8	4	56,9	8	49,3	6	86,3
DF	Brasília	4	71,9	19	38,0	11	41,0	7	80,9
SC	Florianópolis	2	78,0	42	21,7	6	51,5	8	80,2
PR	Londrina	14	57,6	24	34,8	2	70,1	9	79,4
PE	Recife	24	48,8	8	50,4	4	56,3	10	76,7
BA	Salvador	29	44,7	3	60,4	14	37,7	11	72,8
SP	S. B. do Campo	13	57,8	12	44,5	15	35,3	12	72,8

Figura – 4 Ranking das cidades criativas no Brasil

Fonte: Extraído de www.fecomercio.com.br Acesso: 25.03.2014

⁶⁸ Revista Voto (versão eletrônica)

As dimensões de análise que seguem consistem em: *geral econômico*: que é relacionado ao PIB *per capita*, porcentagem do PIB de serviços; *geral social*: consiste na existência de estabelecimentos públicos de saúde e acesso a saneamento básico e o total de trabalhadores empregados; *geral criativo*: oferta dos empregos criativos em cada cidade.

No processo de desenvolvimento do ranking das cidades com maior potencial de estímulo à criatividade elaborado pela Fecomércio/SP, foi considerado o *índice de potencial criativo*, exibido na figura 5:

Bases do indicador

ÍNDICE DE POTENCIAL CRIATIVO	CLASSES CRIATIVAS	Nº de empregados dos setores criativos
		Nº de empregados total
		Proporção entre emprego criativo e emprego total
		Por município
	CONDIÇÕES ECONÔMICAS	PIB <i>per capita</i>
		Porcentagem do PIB de serviços
		Empresas por habitante
		Renda por habitante
	CONDIÇÕES SOCIAIS	Porcentagem de pessoas com plano de saúde (Estado)
		Porcentagem de emprego por habitante (cidade)
		Vida perdida por violência (Estado)
		Posse de microcomputador (Estado)
Saneamento básico (cidade)		

Fontes: IBGE (POF, PNAD, Contas Nacionais), RAIS

Figura 5: Indicadores potencial criativo elaborado pela Fecomércio/SP.

Fonte: Extraído de www.fecomercio.com.br Acesso: 25.03.2014

Considerando o cenário porto-alegrense no que tange aos esforços da Prefeitura de Porto Alegre em estabelecer uma política de incentivo aos empreendimentos criativos na capital, destacam-se algumas ações, indicadas no Quadro 11:

Quadro 11 – Panorama das ações de estímulo à economia criativa em Porto Alegre

AGENTES ⁶⁹	AÇÕES DESENVOLVIDAS	INSTRUMENTO
Prefeitura Municipal de Porto Alegre	Programa contínuo de fomento à produção cultural e intelectual, envolvendo o trabalho com as tecnologias sociais, capacitação de mão de obra, como forma de “formalizar” relações de trabalho.	Criação do Núcleo de Economia Criativa
Secretaria Municipal de Porto Alegre	Incentivar formas inovadoras de produção artística, misturando linguagens diferentes manifestações visuais e audiovisuais.	Laboratório de Criação Coletiva de Porto Alegre
Secretaria Municipal da Cultura, Gabinete de Inovação e Tecnologia (INOVAPOA), Secretaria Municipal de Coordenação Política e Governança Local, Secretaria da Produção, Indústria e Comércio.	Promover e avaliar as iniciativas dos agentes (empreendedores e profissionais).	Observatório Municipal da Cultura
Atelier Contextura	Desenvolvimento de produtos de marca própria, via prestação de serviços a criadores de moda brasileiros/as.	Laboratório de experimento acadêmico. Articulação entre agentes (empreendedores e profissionais) têxtil que explora a interação entre design, artesanato, moda e sustentabilidade.
Perestroika	Unificar diferentes experiências de negócios, ligados à gastronomia, design, arquitetura, literatura, humor, empreendedorismo e comunicação.	Curso de empreendedorismo criativo em Porto Alegre.
Unisinos, Itaú Cultural e Instituto NT	Apresentação de tópicos a serem atendidos para realização de bons investimentos na Economia Criativa, como acesso a financiamento, direitos culturais, produção, sustentabilidade, redes culturais e direito autoral.	Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação e Curso de Gestão e Políticas Culturais.

Fonte: Composição a partir dos sites institucionais: (<http://www.portoalegre.rs.gov.br>, <http://www.contextura.art.br>, <http://www.perestroika.com.br>; <http://www.unisinos.br>, <http://novo.itaucultural.org.br/>, <http://institutont.blogspot.com.br/>) Último acesso: janeiro de 2014.

⁶⁹ Poder público - Secretarias de Governo; Instituições Privadas – empresas e estabelecimentos de produção em Ciência e Tecnologia; instituições públicas não estatais – universidades e Pólos Tecnológicos.

O resultado imediato dos movimentos de estímulos aos agentes econômicos locais ligados à economia criativa pode ser percebido pela criação, no dia 18/12/2013, do primeiro *Pólo de Economia Criativa* do município de Porto Alegre⁷⁰. A parceria envolvendo a Prefeitura de Porto Alegre e o Centro Universitário Metodista IPA, define a criação do *Pólo de Economia Criativa* de Porto Alegre, localizado na região do 4º Distrito Industrial da capital, apresentando como principais objetivos:

“[...] a promoção do desenvolvimento local sustentável e inclusão social. As atividades serão desenvolvidas através de seleção de propostas nos segmentos da Economia Criativa, alavancando ideias e empreendedorismo, em um processo de pré-incubação, formação e capacitação técnica dos atores vinculados aos arranjos produtivos locais e qualificação profissional. O IPA disponibilizará uma área de 100m2 para a instalação do *Pólo de Economia Criativa*, no 4º Distrito, Unidade DC Navegantes”⁷¹.

Historicamente, a região do 4º Distrito Industrial (bairro Navegantes), de Porto Alegre, onde o *Pólo* irá operar, é caracterizada por ser uma localidade de grande vulnerabilidade social. O *Shopping DC Navegantes*, conforme indica o trecho selecionado da notícia, constitui uma das principais ações do governo municipal ligadas ao processo de reurbanização daquela região. Inaugurado no início dos anos 2000, o shopping, - que está estabelecido em uma região onde funcionavam antigas indústrias químicas de Porto Alegre (indústria de tintas Renner) -, caracteriza-se por ser um centro de compras voltado para a área de decoração e *design*, além de oferecer um *mix* de produtos e serviços de lazer, gastronomia e entretenimento, tendo em vista a criação de novos espaços para música e casas de espetáculo. A região também se destaca por ser a localidade onde está a *Arena do Grêmio Foot-ball Portogrense*, estrutura esportiva e de entretenimento construída com as especificações esportivas e, sobretudo, econômico-gerenciais que dialogam com os padrões internacionais do mercado do esporte.

O que se quer destacar é que as ações e transformações em nível de implantação do *pólo criativo* do município Porto Alegre inauguram um contexto de análise de

⁷⁰Sobre a discussão empírico-conceitual envolvendo os chamados *Pólos Criativos*, sugerimos a leitura das informações dispostas na pág. 15 e seguintes.

⁷¹ Informação disponibilizada pela assessoria de comunicação do Gabinete INOVAPOA. Para maiores informações, ver: http://www.inovapoa.com/default.php?p_noticia=166354&CAPITAL+TERA+PRIMEIRO+POLO+DE+ECONOMIA+CRIATIVA

projeção de uma série de outros elementos estruturais ligados à esfera do planejamento urbano que, até pouco tempo, não constituíam pauta dos empreendimentos da economia criativa. Desta forma, como destacam os estudos de (Comunian, 2013; Bertacchi, 2011; Pardo, 2011; Reis e Urani, 2011), a existência e o crescimento do mercado dos setores criativos em grandes cidades é associada em muitos momentos, ao que estes autores denominam de *regeneração do tecido urbano*, ações que interfiram em nível de infraestrutura urbana, gerando, com isso, um ambiente urbano estimulante aos negócios da criatividade.

O panorama sócio-cultural, econômico e institucional relacionado ao emergente debate da economia criativa em nível internacional, nacional, estadual e municipal, demonstrados neste capítulo, procurou evidenciar as experiências e ações desempenhadas por agentes institucionais ligados aos setores produtivos da economia criativa. Em nível internacional, agenda de ações envolvendo os governos dos países desenvolvidos quanto dos países em desenvolvimento, é caracterizada por um perfil de abertura as possibilidades econômicas oriundas dos setores criativos das economias destes países. Cabe destacar, porém, que o tom do debate nos países desenvolvidos é acompanhado por ações que visam à valorização das potencialidades artísticas e culturais de nações com histórico de valorização social das artes e da tradição. Em relação aos países em desenvolvimento, a discussão envolvendo os estímulos aos empreendimentos criativos está situada na dimensão da inclusão social. A multiplicidade de realidades culturais existentes na América Latina, associadas aos cenários de vulnerabilidade social vivenciados por inúmeras comunidades latinas, permite que a economia criativa contribua para o desenvolvimento econômico destas localidades, tendo em vista que os bens, produtos e serviços produzidos no âmbito das indústrias criativas, são caracterizados por valorizarem os conhecimentos, tradições e culturas locais.

Em nível nacional, a economia criativa demonstra uma grande vitalidade tendo em vista a diversidade cultural existente no Brasil. Institucionalmente, conforme procuramos demonstrar, as ações e experiências voltadas para o desenvolvimento das indústrias criativas brasileiras se caracterizam por grande movimento de rede, congregando órgãos federais, estaduais e municipais para a criação de instancias governamentais direcionadas exclusivamente aos negócios provenientes da economia criativa. As ações envolvendo o estímulo a pesquisa acadêmica no campo da economia

criativa estão presentes em níveis federal, estadual e municipal no Brasil, com destaque especial ao crescente volume de editais de fomento à pesquisa.

Em relação ao mercado da música, as análises e problematizações do capítulo foram elaboradas de forma paralela ao contexto de emergência da economia criativa em na esfera internacional e nacional. A aproximação entre o mercado da música e a economia criativa desenvolvida com objetivo de destacar a relevância econômica desta arte enquanto segmento das indústrias criativas.

Os dados fornecidos pelo Relatório UNCTAD de economia criativa (2010), sobre o mercado internacional da música, ajudam no entendimento das principais dinâmicas mercantis envolvendo a música enquanto um ativo econômico criativo. O cenário mundial do mercado da música é caracterizado, conforme procuramos destacar, por crescente diminuição no consumo de artigos físicos de música (CD's, DVD's e Blue-Rays) em comparação ao vertiginoso crescimento no consumo de música em formatos digitais. No que tange ao mercado da criatividade, a música corresponderia a um dos ativos econômicos com maior grau de diversificação no que diz respeito a sua produção, comercialização e consumo. Assim, a discussão e implantação de normas que regulem os direitos autorais e a propriedade intelectual na música contribui para o estímulo à economia da música – no âmbito das indústrias criativas -, reconhecendo e divulgando o trabalho de artistas e culturas pelo mundo.

No Brasil, o contexto econômico relacionado à música também é marcado por mudanças significativas no que se refere à produção, comercialização e consumo de música. Além deste cenário, outra importante transformação em relação ao consumo da música no Brasil, é verificada pela ascensão dos selos e gravadoras independentes que passam a exercer um importante papel na divulgação da música e dos artistas regionais, que em muitas situações não teriam como integrar o *casting* de uma gravadora de renome.

O cenário da música independente no Brasil e a economia criativa apresentam uma tendência a se fortalecerem ainda mais. O contexto de valorização da música/cultura local que tem no trabalho dos músicos a sua plena manifestação, encontra um amplo estímulo de reconhecimento econômico, propiciado, entre outros fatores, pelas novas formas de trabalho colaborativo e pelos sistemas de financiamento coletivo de músicos e bandas. Graças às modernas tecnologias de comunicação e informação, os artistas do mundo da música podem divulgar e criar livremente suas

modelagens musicais, processo que, associado ao *crowdfunding*, contribui para o fortalecimento das arquiteturas horizontais de negócios da economia criativa.

Para além das análises que abordem o negócio da música como o principal ponto de estudo, gostaríamos de destacar, por fim, que para o desenvolvimento de estudos que possam verificar os inúmeros processos culturais, sociais e econômicos que envolvam o diversificado ambiente econômico da música, é necessária a existência de um conjunto de dados/estatísticas culturais oficiais que informem as principais dinâmicas de negócios que envolvem este setor. Ao analisarmos o ambiente de negócios da música em níveis internacional e nacional, constatamos a carência de dados públicos que informem a sociedade acerca dos negócios que tenham a música como o seu principal produto. O que se verificou foi a existência de um pequeno conjunto de dados e estatísticas de consumo de institutos privados como o *International Federation of Phonographic Industry (IFPI)* e da *Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD)*, respectivamente, as organizações que mais disponibilizam dados acerca do universo econômico da música no âmbito internacional e nacional.

A necessidade de dados públicos sobre o consumo de cultura no Brasil (e no mundo) constitui um elemento estratégico quando pensamos, no caso da música, por exemplo, a possibilidade de estímulos a criação e gestão de orquestras, bem como, da criação de selos e produtores musicais independentes, pois, a partir do momento que informações sobre o mercado da música ficam concentradas nas mãos de órgãos e institutos privados, conforme destacado por Herschmann (2013, p. 114), existe a tendência a haver uma baixa circulação de informações dos ambientes de negócios relacionados a música. Ainda de acordo com o autor, no esforço de geração de novos dados culturais oficiais, é necessária a participação de associações de artistas, de observatórios das indústrias culturais (e criativas) e de instituições de estatísticas ligadas às organizações públicas⁷².

No limite, o que se quer enfatizar partindo do universo cultural da música, é que esta carência de indicadores estatísticos oficiais referentes ao consumo cultural no Brasil é uma fragilidade, quando pensamos as perspectivas de desenvolvimento econômico entre os setores de produtos e serviços das indústrias criativas e os setores artísticos regionais no Brasil.

⁷² Cabe destacar que o primeiro documento oficial que apresenta estatísticas referentes ao consumo cultural no Brasil é o Anuário de Estatísticas Culturais (2009), elaborado em parceria entre o MinC e a Funarte.

Em resumo, as análises desenvolvidas neste capítulo tiveram como objetivo explorar, a partir da análise de dados empíricos, aspectos de ordem econômica, organizacional e cultural do mercado da música que, na atualidade, tendem a serem potencializados por mudanças relacionadas ao contexto de expansão da economia criativa, refletindo, desta forma, em novas dinâmicas relacionadas à criação de demandas, de produtos, tecnologia, competição/financiamento e propriedade intelectual.

O conjunto de análises elaboradas procurou destacar que a aproximação entre arte, cultura e tecnologia, quando consideradas a partir do contexto de expansão da economia criativa, tende a requer uma nova postura em relação ao desenvolvimento e aplicação de conhecimentos pelos agentes do campo da música. Especificamente no que toca as relações de mercado da música erudita, o panorama analisado nesta seção contribui no debate referente à busca de novos formatos de negócios (produção, comercialização e consumo) da música erudita

3 SOCIOLOGIA ECONÔMICA DA MÚSICA

Neste capítulo, são apresentadas as análises dos dados empíricos coletados junto aos músicos, regentes e gestores integrantes da orquestra sinfônica de Porto Alegre (OSPA) e a orquestra filarmônica da PUCRS. As análises são desenvolvidas com apoio no problema apresentado na introdução deste estudo, qual seja: *os aspectos organizacionais que influenciam a relação entre burocracia e criatividade nas organizações*, em especial, os ambientes organizacionais de orquestras.

As categorias analíticas que guiam a compreensão dos dados estão organizadas respectivamente em: *a) contexto de emergência da economia criativa; b) criatividade e c) ambiente organizacional*

A categoria que aborda o *contexto de emergência da economia criativa* buscou, por meio de um conjunto de análises que tiveram como foco o estudo de dados secundários, demonstrar o panorama de emergência da economia criativa em âmbito internacional, nacional, estadual e municipal, procurando evidenciar as proposições contidas no primeiro *objetivo específico*. No *Capítulo 2* são descritos de forma detalhada os aspectos sociais, econômicos, organizacionais e culturais que integram o debate em torno experiências e ações envolvendo a economia criativa.

A categoria *criatividade* buscou identificar e descrever os processos de criação dos músicos, bem como, do trabalho desempenhado pelos regentes e pelos gestores das orquestras pesquisadas, relacionando-se com o segundo *objetivo específico* do estudo.

A categoria *ambiente organizacional* visa a apreender elementos que caracterizam os aspectos institucionais existentes nos arranjos de orquestras, sendo operacionalizada a partir do terceiro *objetivo específico*.

O capítulo está estruturado em três seções: Na primeira, *Habilidade social como fundamento da ação dos gestores de orquestra: aspectos sociológicos da interação entre organização e o mercado*, tem por finalidade compreender aspectos organizacionais relativos ao trabalho dos gestores das orquestras em relação ao: *a) perfil educacional e b) dificuldades na gestão da orquestra*.

A segunda seção, denominada *Estratégias de inserção das orquestras no mercado da música em Porto Alegre*, são analisados os mecanismos econômicos utilizados pelos gestores no processo de captação e de sustentabilidade financeira das organizações culturais pesquisadas.

Na última seção, *Músicos como agentes econômicos*, são analisados aspectos relativos ao trabalho criativo e os processos de interação dos músicos no interior das orquestras e suas relações com atributos como: a) *perfil educacional*, b) *influências na performance artístico-profissional*, c) *nível reconhecimento por parte da orquestra pela criação de uma nova obra musical*, d) *singularidade da obra musical*.

3.1 HABILIDADE SOCIAL COMO FUNDAMENTO DA AÇÃO DOS GESTORES DE ORQUESTRA: ASPECTOS SOCIOLÓGICOS DA INTERAÇÃO ENTRE ORGANIZAÇÃO E O MERCADO

A presente seção tem por finalidade analisar a influência de aspectos organizacionais relativos ao trabalho dos gestores das orquestras em relação ao: a) *perfil educacional* e b) *dificuldades na gestão da orquestra*. Com a intenção de qualificar a operacionalização das análises sobre o trabalho dos gestores da OSPA e da orquestra da PUCRS, exibimos, a seguir, um quadro contendo os principais aspectos organizacionais dos dois casos estudados:

Quadro 12 – Perfil dos casos estudados

Orquestra	Fundação	Número de músicos	Principais recursos financeiros/Patrocínios das temporadas artísticas	Produtos	Mudanças na gestão/organização
OSPA	1950	78	Lei Federal de Incentivo à Cultura, Vonpar, Ipiranga, Gerdau, Souza Cruz e a Secretaria de Estado da Cultura – Governo do Estado do Rio Grande do Sul	Concertos didáticos; Concertos oficiais, concertos para juventude; Concertos populares	Criação do plano de carreira e salário em dezembro de 2012.
PUCRS	1973	43	Companhia Zaffari.	12 cd's gravados, sendo os mais destacados: <i>Orquestra Filarmônica da PUCRS – Viva esse mundo Vol. 1</i> e os cd's da série <i>Concertos Comunitários Zaffari</i>	Até 2012, a orquestra era vinculada ao Instituto de cultura Musical (ICM). A partir de 2013, a orquestra, juntamente com o instituto de Cultura Japonesa e o Instituto de Cultura Hispânica, passam a formar o <i>Instituto de Cultura (IC)</i> .

Fonte: Pesquisa de campo 2013 e composição a partir dos *sites* institucionais: (<http://www.ospa.org.br>/<http://www3.pucrs.br/portal/page/portal/ic/Capa/>) Último acesso: Novembro 2013.

O crescente interesse na atualidade por atividades culturais que ofereçam um tipo determinado de experiência como um produto tem possibilitado um estímulo ao público consumidor de arte, uma vez que, conforme procuramos evidenciar ao longo das análises, a música erudita contemporânea tem se caracterizado cada vez mais pelo diálogo e a experimentação com outras formas artísticas. Tal contexto, quando analisado sob a perspectiva da economia criativa, seria responsável por intensificar os setores econômicos caracterizados por oferecerem experiências criativas (Pine e Gilmore, 1996), geradas a partir de novas formas de trabalho e gestão do trabalho criativo (Florida, 2011), atuando no estímulo a criação de novos produtos culturais, baseados na criatividade dos agentes, resultando, portanto, em discussões acerca dos direitos autorais e da propriedade intelectual (Howkins, 2013).

Neste cenário, a música orquestral tenderia a sofrer um processo de valorização econômica nunca antes visto, motivado sobretudo, pela incorporação de novos atributos – de natureza simbólica – conferindo à arte orquestral o status de bem econômico, integrada ao circuito de produção, distribuição, comercialização e consumo.

Estas demandas ligadas à comercialização da música erudita, motivadas na atualidade pela diversificação de serviços e negócios no âmbito da economia criativa, deixam mais claras as nuances da orquestra enquanto uma organização econômica. A ausência de gestores culturais (com formação em gestão cultural); gestão das receitas da organização, possibilidade de inserção em mercados diferenciados – tendo em vista as habilidades sociais dos gestores -, captação de recursos financeiros via leis da cultura, a influência da burocracia em relação ao andamento de projetos, negociação da obra orquestral em mercados de entretenimento, dificuldades na gestão da orquestra, entre outras questões, trazem à luz uma variedade de aspectos com grande potencial de análise pela sociologia econômica.

Com esta intenção, são analisados a seguir, os dados coletados junto aos gestores da OSPA (entrevistados nº 10 e nº 11) e da orquestra da PUCRS (entrevistado nº 12) referentes ao perfil educacional.

a) Perfil educacional dos gestores

Em relação ao perfil educacional, em ambas as orquestras pesquisadas são verificadas atuações de gestores com formação e experiências administrativas de fora do campo das artes e da cultura. Neste sentido, as falas dos entrevistados descrevem o uso de conhecimento e habilidades aplicadas ao campo da cultura/música que respectivamente estão relacionadas ao contexto da *Administração* (entrevistado nº 10 – OSPA), da *Medicina* (entrevistado nº 11 - OSPA) e da *Arquitetura* (entrevistado nº 12).

Chama atenção o perfil dos entrevistados, pois, em se tratando do processo de gestão/administração do negócio da música erudita em suas respectivas orquestras, nenhum dos gestores informou possuir uma formação educacional relacionada ao campo das artes ou da cultura. Por outro lado, a ausência de uma formação específica para a gestão de organizações culturais/musicais, é amenizada pelo emprego de conhecimentos adquiridos em outras áreas e pela capacidade dos entrevistados em induzir à cooperação de outros agentes, tendo em vista a inserção dos entrevistados redes sociais (de contatos) diversas.

A Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (OSPA) apresenta uma arquitetura institucional que demanda a atuação de dois gestores, uma vez que a orquestra é administrada pela Fundação OSPA (FOSPA), vinculada à Secretaria da Cultura do Rio Grande do Sul. Assim, a gestão é realizada pelo presidente da FOSPA (entrevistado nº 11) e pelo gestor administrativo-financeiro (entrevistado nº 10). Quando questionado sobre o seu perfil educacional, o entrevistado nº 10 nos descreve:

Eu sou formado em Administração de Empresas e tendo já experiência quando eu fui nomeado para ser é... O diretor, superintendente da orquestra sinfônica de Porto Alegre, eu já tinha assim uma bagagem muito grande na área de recursos humanos, administrativa e financeira, então eu tenho 33 anos, atualmente, mais de 33 anos de serviço prestado ao Estado. É... Eu fui 17 anos gerente de recursos humanos e administrativo ahm...De uma empresa do estado, da companhia de habitação do estado do Rio Grande do Sul que era a COHAB na época. A experiência que eu tenho, como tu diz, um nível de interação com ambientes artísticos, culturais....Necessariamente o que eu precisava pra..Pra gerir digamos, assim, pra gerir uma empresa que tem a *fundação* que nem a orquestra. (Entrevistado nº 10 – 07 ago. 2013). (grifo nosso).

Em sua fala, o gestor da OSPA (entrevistado nº 10), descreve uma longa trajetória no setor da administração estatal, caracterizada pelo foco na área de gestão de

recursos humanos. Em tal perspectiva, a atuação do entrevistado nº 10 junto a OSPA apresentaria traços de uma administração orientada por uma *dominação legal* (Weber, 2009). Em “*Economia e Sociedade*” (2009), Max Weber desenvolve uma teoria da burocracia com vistas a fundamentar as bases de sua sociologia fiscal, e neste sentido, o autor esclarece que a dominação legal teria a sua materialização de forma mais pura dentro do quadro administrativo do “funcionalismo” ou, de acordo com as palavras do próprio Weber, dentro da “burocracia”.

Conforme destacado no início da seção, nenhum dos três gestores entrevistados possui formação na área artística, as experiências utilizadas no campo da gestão da música foram trazidas de outros espaços profissionais para serem aplicadas na atuação ligada a administração de uma organização cultural. A longa trajetória do entrevistado nº 10 é considerada como referência, no que se refere ao panorama do *quadro estatal* de funcionários, pelo fato de já possuir, de acordo com Weber (2009, p. 145):

“[...] toda a experiência, a forma mais racional de exercício de dominação, porque nela alcança tecnicamente o máximo de rendimento em virtude de precisão, continuidade, disciplina, rigor e confiabilidade – isto é, calculabilidade tanto para o senhor quanto para os demais interessados -, intensidade e extensibilidade dos serviços, e aplicabilidade formalmente universal a todas as espécies de tarefas”.

As análises de Weber oferecem um aporte conceitual para podermos perceber as nuances do trabalho de gestão de uma organização cultural (estatal) e ao mesmo tempo, de considerarmos as possibilidades de criação de uma *inovação gerencial* no que se refere ao uso dos recursos institucionais disponíveis. O nível hierárquico ao qual o entrevistado nº 10 está inserido em termos de *gestão* (administrativo-financeira), não permite – considerando a estrutura até este momento –, a possibilidade de desenvolvimento de novas disposições no que se refere à gestão patrimonial da orquestra, pois como afirma Weber, o administrador age a partir de um conjunto de normas, convenções e expectativas em relação a seu trabalho na instituição. Portanto, a habilidade social do entrevistado nº 10 em gerir esta organização cultural seria motivada pelo *domínio* em relação aos processos institucionais.

Em outra perspectiva, o entrevistado nº 11 (gestor- presidente da FOSPA) nos informa detalhes de sua formação educacional e o modo como aproxima os

conhecimentos e habilidades adquiridos por meio da sua atuação na medicina, no campo da gestão cultural:

Eu sou médico formado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e a minha atividade basicamente hoje, já assim há 50 anos, é que a minha atividade tá voltada pra cirurgia do coração é...Eu tenho nesse momento mais de 40 mil cirurgias cardíacas feitas, cardíacas e de vasos, a minha atividade se concentra aqui no Instituto de Cardiologia onde eu trabalho em tempo integral é...Voltado pra cirurgia cardiovascular e...Eu sou professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, onde eu fui professor e cheguei ao cargo de professor titular em cirurgia cardio-vascular. (Entrevistado nº 11 – 10 jun. 2013).

A multiplicidade de ações profissionais desempenhadas pelo entrevistado nº 11 caracterizadas pela sua atuação como médico, professor e pesquisador, contribuem para o processo de composição de uma habilidade gestora onde atributos como prestígio e reconhecimento social atuam no desenvolvimento de microfundamentos (FLIGSTEIN, 2007) destas disposições sociais ligadas a gestão cultural da orquestra. Diferentemente do entrevistado nº 10 que entrou no *quadro administrativo estatal* através de concurso, o entrevistado nº 11 passou a atuar como gestor cultural tendo em vista um reconhecido *carisma* na comunidade porto-alegrense. Assim, vejamos a seguir a explicação do entrevistado nº 11 de como se efetivou o processo de condução ao universo da gestão cultural:

O meu envolvimento com a OSPA vem muito antes de ser médico. Eu era estudante do Colégio Rosário, garoto ainda, e fugia às vezes no recreio pra assistir o maestro Pablo Komlós⁷³ que ensaiava lá no Colégio Rosário, na PUCRS que ficava do lado, antigamente a PUCRS ficava do lado do colégio. Então, eu ia no salão de atos pra assistir o maestro Pablo Komlós regendo a OSPA e sempre me impressionou aquilo como uma pessoa com gestos é capaz de coordenar um movimento importante de um grupo grande de pessoas. Então, desde pequeno eu gostava muito e quando jovem ia assistir muitos concertos da OSPA do tempo do maestro Pablo Komlós e aquilo me fascinou muito, foi o meu início de introdução na OSPA. Depois em 1983 o então governador do estado Jair Soares um dia me ligou e perguntou se eu não queria ficar presidente da OSPA, eu aceitei e levei um susto na hora pelo tipo de responsabilidade, mas aceitei logo porque eu gostava tanto da OSPA e gostava de música. E aí eu fiquei dois períodos, o período de 83 até 91 depois ficou um hiato... No qual eu fui presidente em duas Bienais do MERCOSUL aí então eu saí da música pras artes é... Artes plásticas, tá bom, e voltei em 2003 pra OSPA, de forma que somando os dois períodos quando eu completar esse período agora eu vou completar vinte anos de OSPA. É um tempo longo que eu dediquei muito o meu trabalho de forma é...Sem ganhar nenhum centavo,

⁷³ Pablo Komlós é o nome do primeiro maestro da OSPA. De nacionalidade húngara, permaneceu à frente da instituição de 1950 a 1978.

entende? Honorífica, eu não recebo nada apenas dão o meu esforço para o desenvolvimento da OSPA. (Entrevistado nº 11 – 10 jun. 2013).

O trecho acima reproduzido da entrevista com o gestor nº 11 fornece um conjunto de subsídios relacionados ao que Max Weber (2009), denomina como *administração carismática*. Em sua fala, o entrevistado descreve a existência de um laço afetivo com a instituição, iniciado em sua infância. A projeção e o reconhecimento social alcançado pelo entrevistado, por conta da sua atuação como cirurgião cardiovascular no Rio Grande do Sul, lhe conferem notoriedade na comunidade porto-alegrense, motivando o convite do governador para se tornar gestor cultural da orquestra.

Considerando esta descrição sucinta da trajetória de envolvimento do entrevistado com a OSPA, passamos a examinar os traços da administração carismática desenvolvida pelo entrevistado. De acordo com Swedberg (2005, p. 120), “a personalidade carismática é aquela com uma capacidade extraordinária ou sobre-humana que não pode ser encontrada na vida cotidiana; e os seguidores acham ou discípulos acham que é evidente o fato de deverem obedecer às ordens do líder”. O conhecimento médico associado ao trabalho de salvar vidas podem ser considerados como elementos que estruturam a habilidade social do entrevistado, bem como, orientam a criação de relações de confiança entre a sua instituição (OSPA) e instituições do próprio estado e do setor privado.

A habilidade social do entrevistado nº 11, constituída a partir de seus conhecimentos e habilidades oriundos do campo da Medicina, atuam, conforme já explicitado nesta seção, como um *pacote de recursos* que são disponibilizados pelo agente (agente hábil), durante sua interação com espaços sociais diversos como o próprio mercado (captação de recursos) e a comunidade porto-alegrense. Neste sentido, o próprio gestor oferece alguns elementos para a compreensão de sua micro-habilidade social:

É uma coisa que a medicina ensina é ouvir o paciente, então eu sei ouvir as pessoas e quando eu acho que tenho razão eu procuro aceitar e fazer desse, procuro realizar as.... Então a mesma coisa com os músicos, eu sempre tive uma relação muito próxima com eles e a razão é muito simples ahm.... A medicina se aproxima muito da música e das artes plásticas. O médico pelo tipo de atuação dele junto aos pacientes, ele é muito próximo ao desenvolvimento da arte, por exemplo, a cirurgia ela precisa tanto o desenvolvimento mental e manual como tocar um violino. E o trabalho de

equipe da cirurgia e o trabalho de equipe da orquestra se tu não sabe trabalhar em equipe... Trabalho de equipe. Eu opero ouvindo música barroca, ouvindo Bach. (Entrevistado nº 11 – 10 jun. 2013).

A manifestação de uma postura flexível, associada a um tipo de excentricidade, conferem ao entrevistado nº 11 um comportamento mais aberto e conciliador em relação às tomadas de decisão que o ambiente institucional da orquestra exige. Outra informação que é descrita pelo agente, diz respeito a sua atuação em campos artísticos distintos: artes plástica e música erudita. No trecho de sua entrevista reproduzido na seção anterior, o agente faz referência a sua atuação como presidente da Fundação Bienal do Mercosul, em duas ocasiões, sendo reconduzido ao cargo de gestor-presidente da OSPA. O panorama de experiências gerenciais ligadas ao campo das artes – artes criativas - permite considerar o tipo de gestão realizada pelo entrevistado do tipo criativa. Uma gestão criativa. A junção entre saber científico e sensibilidade estética (artes plásticas e música erudita), quando analisada em termos de habilidade social, seriam responsáveis por possibilitar ao agente aquilo que Florida (2011, p.78) denomina de “amalgama de múltiplas identidades criativas”, tendo em vista que a vivência de uma diversidade de normas organizacionais ocasionaria o surgimento de novos valores, novas posturas.

Nosso terceiro gestor cultural entrevistado, entrevistado nº 12 (orquestra da PUCRS), constitui o único caso entre os gestores entrevistados que atua em uma instituição privada, na função de gestor do instituto de cultura da universidade. Ao ser questionado sobre o seu perfil educacional e as demandas que o trabalho enquanto gestor cultural exige, o próprio entrevistado informa:

Eu sou arquiteto, eu sou professor aqui da faculdade de arquitetura e eu venho de um ambiente familiar assim, sou filho de músicos, sou casado com uma artista plástica, então... Eu sempre vivi assim nesse meio das artes, então pra mim não é um meio estranho. (Entrevistado nº 12 – 18 jun. 2013).

Neste caso, a formação do gestor cultural, repetindo os casos analisados anteriormente, é originada em um campo diverso ao da música e das artes. Porém, semelhante ao entrevistado nº 11, o gestor cultural da orquestra da PUCRS apresenta uma proximidade com o campo cultural motivado por suas relações familiares: pais e

esposa. O gestor cultural da orquestra da PUCRS exerce de forma paralela ao trabalho na universidade, a atividade de arquiteto, campo em que já atuou com projetos relacionados à construção de centros culturais. A experiência obtida com a construção de centros culturais/históricos (patrimônios culturais) é descrita por nosso entrevistado:

Eu acabei me envolvendo com muitos projetos de... de centros culturais né como a Casa de Cultura Mário Quintana, a Érico Veríssimo, a Casa de Cultura de Esteio, tem na charqueadas lá o Centro Histórico da Vila Santa Tereza em Bagé, a casa do Lutzenberger que não é exatamente um... É um patrimônio da arquitetura, mas não é exatamente privado, comercial, mas enfim, eu tenho é... Essa experiência e essa vivência e seria mais por aí. (Entrevistado nº 12 – 18 jun. 2013).

O trabalho junto à criação e desenvolvimento de centros culturais e centros históricos realizados pelo entrevistado nº 12, o aproxima da perspectiva dos trabalhadores criativos na medida em que existe um processo de valorização simbólica de elementos de culturas regionais que quando compreendidos à luz da economia criativa, tornam-se os vetores valorização da cultura material e imaterial. Outro dado relevante no que se refere à postura gerencial do entrevistado nº 12, é o fato de ser o único dos três entrevistados a possuir publicação autoral, respectivamente artigos acadêmicos e livros sobre arquitetura.

O ambiente organizacional da universidade oferece uma variedade de análises pois, diferentemente da OSPA, o espaço em que a orquestra da PUCRS está instalada é um espaço caracterizado por uma grande diversidade cultural, diversidade de áreas científicas ligados a pesquisa e, por fim, por uma emergente estrutura voltada a valorização das artes. No que tange ao processo de valorização das artes pela universidade, destacamos a seguir a opinião do entrevistado sobre sua atuação frente a esta nova dinâmica institucional envolvendo as artes e o ambiente acadêmico:

“[...] a idéia do centro de cultura é, justamente, desenvolver as outras áreas da cultura, a gente tem a orquestra e o Instituto de Cultura Hispânica e Japonesa, mas a gente se dá conta assim que tem muitas áreas descobertas, como o cinema, o teatro, a própria dança... Então, a idéia dos institutos de cultura é... É ampliar. O projeto do instituto de cultura é que todas essas áreas tenham algum vínculo com as unidades acadêmicas. Pegar o exemplo do cinema, então, nós vamos ter uma vinculação com a FAMECOS e assim por diante”. (Entrevistado nº 12 – 18 jun. 2013).

O depoimento do gestor cultural da orquestra da PUCRS é emblemático, na medida em que exemplifica o modo como na atualidade os chamados *Centros Criativos* tem motivado um novo arranjo envolvendo arte, tecnologia e conhecimento. No campo das artes, conforme nos descreve o entrevistado, o instituto tem procurado fazer parceria entre um ramo artístico/cultural e uma unidade acadêmica. Prova desta nova orientação envolvendo a universidade e o campo das artes, é o exemplo dado pelo entrevistado da faculdade de Comunicação Social da PUCRS (FAMECOS) que possui o curso de *Tecnólogo em Cinema*, além dos cursos das áreas de Comunicação Social e Publicidade.

Ao se referir ao caso do cinema e da FAMECOS, o gestor cultural quer dar ênfase ao caso Faculdade de Comunicação Social, que através do seu curso de cinema, tem constituído uma das principais iniciativas da universidade em relação aos produtos e serviços da economia criativa, por meio de ações ligadas ao setor audiovisual. Assim, considerando o contexto estadual da economia criativa, o parque tecnológico Audiovisual (TECNA - PUCRS), localizado na cidade de Viamão, na região metropolitana de Porto Alegre, constitui exemplo de ações envolvendo os setores privados do Rio Grande do Sul. Este empreendimento é estruturado por meio de uma parceria entre a PUCRS, a FEEVALE (Universidade do Vale – Novo Hamburgo), a TVE-RS, a Fundacine e o Arranjo Produtivo Local – Audiovisual do Estado, foram contemplados com recursos financeiros destinados a indústria criativa, no segmento audiovisual.

De acordo com a matéria intitulada “*TECNA recebe mais de R\$ 10 milhões em recursos estaduais e federais*”, as ações envolvendo instituições privadas, estaduais e federais serão realizadas conforme descreve a matéria:

“[...] representantes da PUCRS, da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (Fapergs) e do Governo do Estado formalizaram a liberação de recursos que serão investidos no Centro Tecnológico Audiovisual do Estado (Tecna), instalado no Tecnopuc Viamão. Do montante, que totaliza mais de R\$ 10 milhões, R\$ 7,7 milhões são provenientes do Ministério das Comunicações, através da Fapergs, e R\$ 2,5 milhões do edital 2/2013 do Programa Gaúcho de Parques Tecnológicos (PGTec). Os recursos serão investidos na implantação do Centro de Produção e Pós Produção de Conteúdos Digitais Criativos e do Estúdio de Cinema e Televisão. Cleber Prodanov, Secretário Estadual de Ciência, Inovação e Desenvolvimento Tecnológico, na ocasião representando o governador Tarso Genro, aponta que o projeto do Tecna está em consonância com os ideais do governo estadual, dando densidade às ações referentes à Indústria Criativa”⁷⁴.

⁷⁴ Fonte: <http://www.pucrs.br/portal/?p=noticias&n=1404334836.html>

O trabalho de gestão cultural existente na PUCRS é desenvolvido com vistas a proporcionar a aproximação da tecnologia, das artes e do aporte acadêmico. A estrutura organizacional da universidade, conforme apontado pelo entrevistado nº 12, possibilita uma variedade de contatos em nível acadêmico, artístico e tecnológico. O caso do TECNA, descrito acima pela matéria, constitui um exemplo do modo como a economia criativa tem estimulado a convergência em áreas diversas, mas que, ao serem colocadas lado a lado, ganham destaque por estabelecerem relações de pesquisa, desenvolvimento e produção de conteúdos, produtos e serviços originais.

Por fim, no que se refere ao ambiente de estímulo a criatividade existente na universidade, Florida (2011, p. 292), ao analisar as contribuições dadas pelas universidades ao desenvolvimento de empreendimentos criativos, observa a existência dos “*3T’s de lugares criativos*”: *tecnologia, talento e tolerância*. Segundo o autor, as universidades são centros para a pesquisa de ponta em campos que vão do software à biotecnologia, além de gerarem novas tecnologias e empresas *spin-off*. Em relação ao *talento*, as universidades são extremamente eficazes em atrair talentos, e seu efeito seria magnético. Ao atrair cientistas e pesquisadores eminentes, elas também captam alunos, geram empresas *spin-off* e estimulam outras empresas a se fixarem nas proximidades. Por fim, a *tolerância*, conforme esclarece o autor, o ambiente universitário contribui para a formação de uma atmosfera humana progressista, aberta e tolerante, o que ajuda a atrair e reter integrantes da classe criativa.

Passamos, agora, a analisar aspectos relativos ao uso das habilidades sociais dos gestores culturais no tocante as dificuldades na gestão da orquestra.

b) Dificuldades na gestão da orquestra

Ao serem questionados sobre as dificuldades em relação à gestão da orquestra, os gestores culturais apontaram como aspectos relevantes os seguintes pontos: 1) *ausência de uma estrutura ramificada no interior da universidade, que propicie o desenvolvimento em nível de pessoal e de organização cultural* e 2) *aspectos trabalhistas ligados a criação de um plano de carreira para os músicos*.

Até o momento, procuramos lançar mão de uma série de análises, contextualizações e exemplos com a intenção de demonstrar o modo como os ambientes organizacionais de orquestra, na atualidade, tenderiam a oferecer barreiras ou estímulos à criatividade no trabalho de músicos, regentes e gestores. Com esta intenção, o estudo examinou aspectos ligados a manifestação da criatividade em relação à disposição burocrática manifestada pela arquitetura organizacional da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre e da Orquestra Filarmônica da PUCRS. Dito isso, as análises sobre os aspectos institucionais que na opinião dos gestores entrevistados constituiriam dificuldades em seu trabalho de gestão, serão compreendidas neste estudo como aspectos que *limitam a manifestação da criatividade* nas orquestras pesquisadas.

1) Ausência de estímulos no ambiente institucional

Em relação à orquestra da PUCRS, a ausência de uma estrutura que incentive ações ligadas ao desenvolvimento científico, tecnológico e educacional da música erudita, é mencionado pelo gestor cultural como um impeditivo ao aprimoramento da estrutura da orquestra universitária. Conforme já observado neste estudo, o ambiente em que a orquestra está estabelecida é caracterizado por empreendimentos intensivos em conhecimentos (Guimarães, 2011), pela existência de estruturas organizacionais que atraem os profissionais criativos (Florida, 2011), e por concentrar um aglomerado de pessoas provenientes de vários pontos da região metropolitana de Porto Alegre, representando, com isso, uma grande diversidade cultural (Golgher, 2011).

O entrevistado nº 12 quando perguntado sobre os aspectos que representariam uma dificuldade em relação à gestão cultural da orquestra, nos informa:

A nossa orquestra não tem uma vinculação direta... Pois a gente não tem uma escola de música⁷⁵. A arte também, a gente não tem uma escola de arte, não tem uma faculdade de arte... As artes enfim, então algumas dessas áreas vão ter que se desenvolver um pouco independentes, que é o caso da orquestra, mas quem sabe né, se no futuro isso não vai gerar também a...Cursos de especialização, de extensão, seminários nessa área que seria bem interessante,

⁷⁵ Cabe destacar que considerando o panorama das *universidades* estabelecidas em Porto Alegre e região metropolitana, somente a Universidade Federal do Rio Grande do Sul possui curso de Graduação e Pós-Graduação (Mestrado e Doutorado - CAPES 7) em Música. Por outro lado, universidades privadas como a PUCRS (Porto Alegre), UNISINOS (São Leopoldo) e ULBRA (Canoas) possuem *corpos estáveis* de orquestras junto ao seu quadro de funcionários.

né? Então, com tudo isso, eu tô querendo dizer que, na verdade, a orquestra, ela fica um pouco isolada do próprio mundo acadêmico interno. (Entrevistado nº 12 – 18 jun. 2013).

No trecho da fala acima reproduzido, percebemos que mesmo a universidade sendo um ponto de referência em relação à P&D em campos como as engenharias, biotecnologia, informática/ciência da computação, o campo artístico ainda é tido como *moldura estética* da paisagem universitária. A convergência entre arte, tecnologia e criatividade, constituiria, conforme nos revela o entrevistado, uma ação a ser desenvolvida pela universidade. Assim, a produção de pesquisa voltada para o ambiente criativo das artes, como forma de disponibilizar a comunidade novas experiências em termos de texturas musicais, contato com o espaço (ambiente) e com o próprio corpo, significariam possibilidades de estímulo a inovação artística, tendo em vista a valorização da criatividade coletiva do campo das artes e o contato com o ambiente de produção do conhecimento.

Com base no que foi problematizado até o momento, uma reflexão a ser elaborada seria a seguinte:

Considerando todo o aparato de pesquisa e de tecnologia disponibilizado por esta universidade privada e dos usos intensivos da orquestra enquanto estrutura de marketing cultural junto ao mercado, quais as justificativas para a inexistência de cursos de formação, especialização e de pesquisas na área musical?

Para além do panorama descrito pelo próprio entrevistado, talvez possamos encontrar a resposta para esta questão no contexto organizacional da economia criativa. O potencial para a geração da novidade/originalidade existente nos setores produtivos da economia criativa podem induzir ao redescobrimto das *Belas Artes* na era da cultura da convergência, possibilitando uma nova dinâmica de aproveitamento das artes em espaços universitários. Contribuindo, assim, para aproximação entre os saberes acadêmicos por meio do desenvolvimento do capital criativo de estudantes, artistas e pesquisadores.

2) Aspectos trabalhistas

Finalizando o panorama de análise sobre a interação dos gestores das orquestras com dificuldades geradas no contexto burocrático em que atuam, trataremos, a seguir, das informações disponibilizadas pelo gestor administrativo-financeiro da OSPA (entrevistado nº 10) que ao ser questionado sobre as dificuldades ligadas a gestão da orquestra, descreve a sua participação em relação às tratativas ligadas *a criação de um plano de carreira para os músicos* da OSPA:

Não tinha um quadro de carreira na área administrativa era tudo CCs. Assim, administrativamente a orquestra ela é diferenciada dos demais, inclusive, dos demais órgãos do estado. Foi uma dificuldade muito grande quando nós criamos... Quando eu entrei aqui nós não tínhamos um quadro de... De plano de carreira da orquestra, tinha um plano que era dos músicos só, e a própria fundação, a fundação da orquestra sinfônica de Porto Alegre, a gente não pode... a gente fala muito em OSPA e esquece da fundação. A fundação o que que é? É a fundação orquestra sinfônica da Porto Alegre [FOSPA], então, a gente fala muito em OSPA, OSPA, e tem que levar em consideração as duas juntas. Dentro do Estado é tudo agora já é plano de carreira pros próprios músicos, a música não existe no Estado, não tem, não tem essa... Categoria profissional de música a não ser na orquestra, ela é uma categoria única, assim os músicos e como nós não tínhamos na área administrativa também não tínhamos todo o pessoal, é cargos comissionados, contratos, é... 62 anos. (Entrevistado nº 10 – 07 ago. 2013).

A explicação do gestor da OSPA constitui uma explanação muito objetiva do contexto de precarização do trabalho artístico (Segnini, 2007) vivenciado por músicos de orquestra na atualidade. De um lado, o trabalho desenvolvido junto a orquestras privadas a categoria necessita conviver com a falta de condições e estímulos ao desenvolvimento artístico-profissional, motivados pelo trabalho em mais de um lugar, tendo em vista a baixa remuneração salarial (Kothe, et al., 2012), de outro, a ausência de regulamentação para os trabalhadores do campo das artes no Brasil, é responsável por gerar situações como a descrita por nosso entrevistado, em que a segunda orquestra mais antiga em atividade no Brasil não tinha um plano de carreira para os seus músicos.

Em um momento mais adiante da entrevista, destacamos um trecho da fala do gestor em que finaliza as informações sobre a aprovação do plano de carreira para os músicos da OSPA:

Então, existia essa vontade do governo, coloquei isso pra eles que nós teríamos que fazer uma reestruturação da FOSPA, e foi acolhida essa minha intenção e então nós fizemos junto com a Secretaria de Educação, ficamos praticamente trabalhando dois anos em cima disso aí, dois anos e meio pra mais, e conseguimos no final do ano passado aprovar na Assembléia Legislativa o plano de cargos e vencimentos. (Entrevistado nº 10 – 07 ago. 2013).

O plano de cargos e salários dos músicos da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre foi aprovado por unanimidade na Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul no dia 19 de dezembro de 2012. Na ocasião, o Secretário de Cultura do Estado do Rio Grande do Sul (e ex-músico da OSPA), Sr. Luis Antonio de Assis Brasil, observa o significado desta conquista:

Trata-se de uma demanda antiga. Sessenta anos de espera foram hoje resolvidos. Não é apenas justiça salarial; esta aprovação significa também a possibilidade de manter na OSPA os músicos que não serão mais atraídos por salários melhores em outras orquestras.⁷⁶

O contexto relacionado à aprovação do plano de carreira dos músicos pode servir como um caso para pensarmos a criação de estratégias para a atração de profissionais criativos no setor público. Fatores que garantam a possibilidade aumento da qualificação profissional dos agentes criativos tendem a representar em crescimento da motivação dos agentes em relação ao seu trabalho na orquestra, configurando, portanto, em uma ampliação das possibilidades de manifestação da criatividade individual e coletiva dos músicos da orquestra. O acesso a mecanismos de incentivo ao aprimoramento profissional/acadêmico, de promoção no cargo, plano de aposentadoria representam um conjunto de conveniências sociais que garantiriam a atração e a retenção destes profissionais criativos (Florida, 2011).

O objetivo desta seção foi o de analisar o perfil educacional dos gestores culturais da OSPA e da orquestra da PUCRS e inferir, a partir do estudo dos conhecimentos e habilidades adquiridos pelos agentes em espaços de fora do campo das artes/música, o modo como estes profissionais tendem a exibir em suas administrações a relação entre habilidade social e estrutura burocrática. Conforme destacado no início desta seção, a falta de uma formação no campo das artes ou de uma formação em gestão cultural constitui um ponto de convergência entre os três entrevistados. Não queremos

⁷⁶ Disponível em: <http://www.cultura.rs.gov.br/v2/2012/12/aprovado-pl-do-plano-de-carreira-dos-musicos-da-ospa/> Acesso: 13/07/2014.

com isso levantar um questionamento acerca da qualidade do trabalho realizado por estes profissionais em suas respectivas instituições. Mas sim, queremos destacar o quanto os casos pesquisados nas duas orquestras vão ao encontro das reflexões elaboradas por (RUBIM, 2007; SIMIS, 2007; FREITAS, 2009), acerca da necessidade de formação de gestores culturais habilitados para o trabalho tanto em nível de esfera pública, quanto ao nível de esfera privada, como também, da mudança de postura em relação a criação de políticas públicas para a área cultural, que tendem a apresentar uma lógica de ação *pontual* e efêmera. Considerando este panorama, o documento elaborado pela UNESCO (2007), oferece algumas perspectivas que auxiliam na reflexão sobre o tema:

“Apesar da intenção de conferir à cultura o status real de política pública no Brasil, a área ainda sofre com a falta de recursos humanos qualificados, seja devido à falta de recursos na administração pública, ou em razão da maior abrangência do objeto da ação cultural, que exige perfis profissionais cada vez mais diversificados. Definir as responsabilidades dos órgãos públicos e privados e da sociedade civil, construir instrumentos de governança, introduzir atividades intersetoriais, intensificar a qualificação profissional e criar novos conceitos e mecanismos de financiamento da produção cultural são desafios enfrentados pelos setores público e privado e pela sociedade civil.”⁷⁷. (UNESCO, 2007).

Por outro lado, a ausência entre os entrevistados de uma formação caracterizada por conhecimentos na área da gestão cultural é atenuada pelo uso de um conjunto de habilidades sociais, adquiridas em espaços profissionais/acadêmicos em que foram originadas as formações educacionais dos agentes. Atributos com o prestígio social, domínio das relações/rotinas burocráticas no ambiente institucional e um perfil caracterizado pela busca de cooperação acadêmica com parceiros institucionais, configuram o panorama gerencial existente entre os entrevistados questionados pelo estudo.

No âmbito da orquestra pública, o estudo dos dados coletados junto aos entrevistados revela que condução de ações ligadas à sustentabilidade financeira da organização apresenta uma tendência a manifestação de um *personalismo*, ligado as qualidades dos líderes, que neste contexto, estariam imersos em sistemas de códigos,

⁷⁷ *O contexto brasileiro em cultura*. Disponível em <http://www.brasilia.unesco.org/> Acesso em 10 mai. 2014.

regras e convenções sociais que estimulam a gestão do trabalho burocrático por meio do reconhecimento do carisma e dos conhecimentos burocráticos da organização.

Por fim, a análise das informações sobre o perfil da gestão da orquestra privada aponta para a existência de um esforço de cooperação intra-institucional, realizado por parte do seu gestor, no sentido de valorização da obra musical, por meio de parcerias com unidades acadêmicas e estímulos a realização de projetos inovadores.

3.2 AS ESTRATÉGIAS DE INSERÇÃO DAS ORQUESTRAS NO MERCADO DA MÚSICA EM PORTO ALEGRE

Dedicaremos atenção agora às especificidades relacionadas às estratégias de inserção das orquestras estudadas no mercado da música em Porto Alegre. Nos dois casos examinados, se verifica a ocorrência de um *mix da sustentabilidade financeira* por parte das instituições. Por meio da análise das falas dos entrevistados, é possível perceber uma sobreposição de mecanismos relacionados à captação de recursos para a manutenção financeira das instituições. Assim, o estudo constatou a existência do *modelo norte-americano de financiamento*, caracterizado pela geração de receita por meio da venda de ingressos, doações de pessoas físicas e da iniciativa privada, bem como, a existência do *modelo europeu de financiamento* onde a origem dos recursos se dá por meio da atuação do Estado junto às instituições culturais.

O uso de recursos financeiros provenientes da iniciativa privada e do estado é recorrente nas falas dos gestores culturais entrevistados. Tal contexto, se analisado sob a perspectiva do papel do Estado brasileiro em relação às organizações culturais, tenderia demonstrar a sua ausência – já analisada sob o ponto de vista da criação e estímulo de políticas culturais e de formação de gestores culturais – ao mesmo tempo em que a sua *obrigação* tem sido cada vez mais compartilhada junto a ações promovidas pelos setores da iniciativa privada.

Conforme observado no início desta seção, o estudo de campo pôde constatar a existência de um *mix da sustentabilidade financeira* das organizações, que poderiam ser agrupados em: 1) *investimento público/leis de incentivo fiscal*; 2) *patrocínio*

*empresarial/apoio empresarial e 3) vendas de ingressos, assinaturas e programas de doações.*⁷⁸

Vejam, agora, os dados obtidos junto aos entrevistados sobre os aspectos que envolvem a construção da “pirâmide” financeira:

1) Investimento público e Leis de incentivo fiscal

Os gestores culturais das duas instituições fazem referência em suas falas à importância do papel do Estado em relação à oferta de recursos financeiros para as orquestras.

Em relação à OSPA, o gestor administrativo-financeiro (entrevistado nº 10) esclarece algumas especificidades sobre o processo de gestão econômica dos recursos recebidos pelo Estado para serem aplicados na instituição:

Nós temos um orçamento é... Entra na Lei de Diretrizes Orçamentárias plurianual também, o orçamento plurianual, é... A lei de diretrizes orçamentária que prevê, entende, que prevê já pra o ano seguinte, dentro de cada ano ele prevê um valor que eu posso usar pra... Pra fazer a orquestra funcionar. Então o que nós temos que fazer é ter uma programação, o maestro faz uma programação e eu faço dentro do nosso orçamento, dentro desse orçamento que tiver, ah a equipe vai fazer isso, assim, assim, assim, e aí a gente então desenvolve durante todo o ano dentro desse orçamento”.

“Tudo, tudo, uma compra, uma solicitação, tudo, tudo eu faço por ali, um montante de dinheiro, tudo, eu tenho um orçamento “X” lá, do ano, como eu te falei aí, desse orçamento aí eu tenho uma cota pra ser usada durante o ano, mensais, são cotas mensais, não é que eu tenho R\$ 1 milhão e meio e tá tudo no meu bolso, não. Tá no banco ali e posso usar o R\$ 1 milhão, não, ele é dividido em cotas mensais, então eu tenho R\$ 1 milhão e meio, vamos supor, é mais ou menos o que a gente tem ta, desse R\$ 1 milhão e meio eu posso usar até R\$100 mil no mês.... (Entrevistado nº 10 – 07 ago. 2013).

Em sua fala, o entrevistado nº 10 nos informa o modo como se dá o processo de planejamento, captação e uso dos recursos do Estado na orquestra. Se formos considerar em termos de relevância cultural, social e de gasto com a estrutura organizacional, o

⁷⁸ Em relação à venda de ingressos, assinaturas e programas de doações, foi observado na fala dos entrevistados referências a estas formas de captação de recursos. Porém, constituem breves comentários, não representando um conjunto de dados consistentes para a análise. Contudo, reconhecemos a relevância de estudo deste *meio* de captação de recursos financeiros para a Sociologia Econômica, tendo em vista que as formas de captação de recursos mencionadas são estabelecidas de *redes sociais*, de *associações* e de *laços de confiança*, conceitos fundamentais na Sociologia Econômica.

valor mencionado pelo entrevistado de R\$1.500.000,00, representaria uma quantia muito “justa”, no que se refere ao provimento dos gastos da instituição.

Comparativamente, a Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (OSESF), no ano de 2013 teve um orçamento no valor de R\$ 87 milhões, dos quais R\$ 53 milhões foram oriundos do governo do Estado de São Paulo.⁷⁹ No que se refere ainda as particularidades de gestão financeira da OSPA, nosso entrevistado apresenta seu posicionamento acerca das Leis de Licitações:

A lei das licitações é o que te engessa um pouco, tem um contrato com a empresa, tudo feito via licitações, mas tem coisas, por exemplo, que eu preciso assim pra pagar um trabalho barato que seja é... Um valor menor, pequeno, pra fazer uma licitação, não posso. Mas não posso pagar direto também. Às vezes eu saio prejudicado em função de alguma coisa que eu posso pagar direito que sai duzentos reais e eu não posso fazer, não tenho que pagar, por que eu tenho uma empresa que tá licitada pra isso aí. Vamos supor, só que ela vai me cobrar quatrocentos e cinquenta e aquele lá ia me cobrar duzentos, mas eu não posso fazer porque eu não posso pagar, por que eu tenho uma empresa já classificada, licitada, com tudo direitinho. (Entrevistado nº 10 – 07 ago. 2013).

O panorama descrito pelo entrevistado apresenta algumas dificuldades no que se refere à quantidade necessária de recursos para a gestão da instituição, bem como, ao “gargalo” que certas diretrizes passam a representar no uso da verba pública, como também certo “vício” em relação às leis fiscais.

A gestão cultural por sua vez também apresenta algumas particularidades em relação ao processo de captação de recursos financeiros via iniciativa privada ou doações da comunidade. No trabalho de captação de recursos financeiros desempenhado pelo entrevistado nº 11, podemos verificar o modo como o agente, por meio de *laços de confiança* junto à comunidade, utiliza do carisma como forma de induzir à cooperação de outros agentes. De forma a exemplificar esta ação orientada a fins, onde a indução à cooperação é desempenhada por este agente (carismático), será apresentado o contexto de trabalho realizado pelo entrevistado nº 11 em relação à captação de recursos financeiros para a construção da *Sala Sinfônica da OSPA*, em Porto Alegre.

Neste sentido, o entrevistado relata, em um primeiro momento, o seu trabalho quando chegou a OSPA como gestor cultural, e as ações desenvolvidas no sentido de procurar um novo espaço para ser a casa da OSPA:

⁷⁹ PRIKLADNICKI, Fábio. Sinfonia de um novo Brasil. **Zero Hora**, Porto Alegre, 18 mar. 2013. Segundo Caderno, matéria de capa. Nesta mesma matéria, o autor informa que o orçamento da OSPA no ano de 2013 custou R\$ 11, 8 milhões, valor quase integralmente oriundo de recursos do Estado.

Foi a minha primeira experiência é...Com a OSPA. A segunda experiência também na mesma época foi que o prédio da OSPA que é na André da Rocha, tava sendo é... Vendido pelo Estado pra pagar uma dívida que tinha com o maestro anterior e eu consegui reverter essa situação junto ao Tribunal de Contas e junto a Procuradoria Geral do Estado. Esse prédio a OSPA tem até hoje e funciona a escola de música [Conservatório Pablo Komlós]. (Entrevistado nº 11 – 10 jun. 2013).

Após esta breve apresentação do seu primeiro contato com a OSPA e com a problemática de falta de uma estrutura física adequada para o trabalho dos músicos, o gestor nos informa mais alguns detalhes sobre sua atuação junto à comunidade porto-alegrense, no processo de captação de recursos para a construção da sede da OSPA:

A orquestra, a nossa OSPA é um patrimônio do Rio Grande, é um patrimônio que hoje foi aprovado já pela Câmara de Deputados, pela Assembléia Legislativa, como patrimônio cultural da cidade né, patrimônio cultural do Estado do Rio Grande do Sul. É Patrimônio imaterial de Porto Alegre também. A manutenção da orquestra é bancada pelo governo do estado do Rio Grande do Sul, os seus músicos, instrumentos e tudo mais. Eu a partir de 2003 comecei a procurar um local pra construir um teatro foi uma tarefa extremamente complexa, ahm.... Visitamos pelo menos mais de trinta lugares. (Entrevistado nº 11 – 10 jun. 2013).

Em seu relato, o entrevistado apresenta com detalhamento os processos envolvendo sua atuação em nível político, junto à classe política no Rio Grande do Sul no sentido de viabilizar recursos para a construção da Sala Sinfônica da OSPA. Finalmente, em um trecho mais adiante, podemos visualizar os resultados da ação deste gestor em seu processo de estímulo à cooperação:

Aí eu fiz uma....Manifestação que tocou muito aos vereadores né e foi aprovada por unanimidade a construção do teatro nesta área onde está atualmente [Parque da Harmonia]. Aí se entrou com lei de incentivo a cultura se captou R\$ 6 milhões de reais com várias empresas do estado e de fora do estado, e daí os deputados federais entraram com uma emenda na bancada, todos os deputados da bancada gaúcha que aí teve um envolvimento grande do governador Tarso Genro no sentido de aprovar isso em Brasília e destinar R\$ 25 milhões de reais, R\$ 20 milhões do governo federal e cinco como contrapartida do governo estadual. O governador Tarso Genro teve uma importância muito grande e o Secretário da Cultura que é o Assis Brasil. Nós já estamos trabalhando, já estamos trabalhando na captação de recursos pra terceira fase. Que é exatamente a colocação das cadeiras, a compra de um órgão que tem que ser órgão de primeiro mundo. O fato de ser cirurgião e

dirigir o instituto de cardiologia me dá muita.... Muita credibilidade pra junto ao empresariado que eu procuro pra ter o recurso. Os empresários tem muito respeito pela OSPA. (Entrevistado nº 11 – 10 jun. 2013).

O longo trecho destacado da entrevista com o gestor cultural da OSPA, ao qual recorreremos para demonstrar o processo de captação de recursos financeiros para a construção da sala Sinfônica da OSPA, por se tratar de uma iniciativa do setor público, representará uma grande conquista no campo da educação (formação e aperfeiçoamento de músicos eruditos), e um avanço em termos de estrutura pública para a cultura. Por fim, em termos de inovação tecnológica, a sala sinfônica propiciará um impacto em relação à inovação artística, tendo em vista que a OSPA enquanto um *corpo estável*⁸⁰ tenderá a aumentar o processo de publicização de sua imagem junto ao mercado por conta deste espaço especializado de escuta da música.

As imagens a seguir representam, respectivamente, o projeto arquitetônico da sala Sinfônica da OSPA e as fundações construídas na segunda fase, por ocasião do uso dos recursos financeiros obtidos por intermédio da ação do gestor cultural da OSPA:



Imagem 3 – Projeto arquitetônico Sala Sinfônica da OSPA⁸¹

⁸⁰ Por “corpos estáveis”, nos referimos a grupos artísticos como orquestras, grupos de dança, de ballet, de teatro, que necessitam de um espaço para potencializarem suas performances, contribuindo, desta forma, com o estímulo a inovação artística.

⁸¹ Fonte: <http://www.ospa.org.br/?p=965>

Acesso: 21/05/2014



Imagem 4 – Obras da segunda fase⁸² (construção das fundações da Sala Sinfônica).

2) Patrocínio empresarial

A obtenção de recursos financeiros por meio de patrocínio corresponderia, conforme mencionado no início desta seção, a um dos “elos” da pirâmide de sustentabilidade financeira das orquestras pesquisadas. O caso a seguir, esboça um pouco do contexto de atuação de uma orquestra *privada* que mesmo estando inserida dentro de um contexto de estímulo a criatividade, inovação e a diversidade cultural (universidade), apresenta uma limitação no que se refere às formas de atuação no interior da própria organização, configurando, em certa medida, um utilitarismo da arte, conforme observa o entrevistado nº 12:

A nossa orquestra é muito vinculada hoje aos Concertos Comunitários que é um programa de concertos externos, que se dão no interior, em parques, mas internamente não tanto, nós temos a exceção é a sobremesa musical que é um concerto que tem ao meio dia nas quartas-feiras assim, um concerto rápido pra aproveitar o intervalo né, mas a gente não tem ahm.... Concertos regulares dentro da universidade, isso talvez fosse alguma coisa a ser mudada, claro, tem que se fazer um projeto, tem que ir atrás de patrocinador, é uma coisa bastante lenta. (Entrevistado nº 12 – 18 jun. 2013).

Em seu depoimento o entrevistado nº 12 reconhece as limitações de atuação da orquestra dentro do ambiente universitário, tendo em vista a ausência de um contexto de estímulo e valorização da arte musical. Em sua justificativa para o não aproveitamento

⁸² Fonte: <http://www.ospa.org.br/?p=967>

pleno da orquestra – excetuando as apresentações semanais, o “momento calouros” e o “momento formandos” -, a orquestra, nesta universidade, não estaria incluída dentro de ações com vistas à pesquisa, ao aperfeiçoamento e ao próprio ensino, ficando sua atuação, na dependência de recursos via patrocínio e de trabalhos artísticos pontuais.

A possibilidade de diversificação das atividades culturais desenvolvidas pela programação da OSPA constitui, de acordo com o entrevistado nº 11, um dos motivadores para a busca de recursos financeiros não estatais. Aspectos como formação de novos músicos eruditos, formação de platéia e o recebimento de músicos estrangeiros são um dos elementos relacionados à diversificação das atividades da orquestra, como bem informa o seu gestor cultural:

Mas a outra coisa importante é a qualidade do produto que tá sendo vendido, quando tu vai pedir um dinheiro pra uma empresa tu já tá dizendo: eu tô trazendo três maestros europeus, eu tô trazendo tais e tais músicos de renome... A contratação de um solista francês, da possibilidade de fazer os concursos de jovens solistas, os concertos educacionais, pra isso que se pede dinheiro pras empresas, são aqueles concertos diferenciais. (Entrevistado nº 11 – 10 jun. 2013).

Na busca de obtenção de recursos por meio de patrocínio ou apoio empresarial desempenhado pelo agente, o *produto* a ser oferecido é a música erudita. Em tal contexto, é importante realçar as nuances existentes na negociação entre produto/serviço tangível e produto/serviço intangível. Desta forma, o êxito na negociação deste produto/serviço que apresenta uma natureza ambígua, pois ele é ao mesmo tempo tangível (músicos, instrumentos musicais, estrutura artística) e intangível (habilidades criativas, expressividade, emoção, sensibilidade), originado a partir da *criatividade coletiva*, ocorrerá em uma dimensão simbólica.

No limite, a possibilidade de estímulo ao trabalho criativo dos músicos eruditos da OSPA, por meio de recursos provenientes do setor privado, representaria uma forma de incentivo ao desenvolvimento das indústrias criativas em Porto Alegre, bem como, no Rio Grande do Sul. Conforme já observado, durante a negociação deste *produto*, que é gerado pelo trabalho criativo dos músicos da OSPA, o gestor cultural coloca a disposição do mercado um produto/bem/serviço que reúne cultura e criatividade, com uma grande representatividade em termos sociais, políticos e intelectuais, atributos que se tornam *diferenciais* no processo de captação de recursos financeiros.

Esta seção teve por objetivo examinar os elementos que fundamentam a habilidade social dos gestores culturais existente no processo de interação entre a organização e o mercado. Assim, foram analisadas as disposições sociais referentes a: *a) perfil educacional dos gestores e b) captação e gestão dos recursos financeiros da instituição.*

No que se refere à abordagem dos *músicos como agentes econômicos*, o conjunto de entrevistados permite estabelecer aproximações do trabalho dos músicos eruditos com os chamados *trabalhadores do conhecimento*, uma vez que na amostra selecionada se verifica a ocorrência de rotinas de estudos, de pesquisa, e de ações voltadas a pesquisa em nível de mestrado e doutorado na área da música. Em relação aos fatores que influenciam a *performance* dos músicos entrevistados, as informações coletadas permitem inferir que a existência de uma postura de autoconfiança, de satisfação com o trabalho e de reconhecimento das habilidades técnicas (pelos pares e pelo público) representariam os principais estímulos ao desenvolvimento da performance dos entrevistados. A possibilidade de produção e recepção da inovação artística estaria associada à conjunção de fatores de ordem externa e interna que resultaria em ambas as orquestras, em uma *inovação do tipo incremental*. Por fim, quando questionados sobre os elementos responsáveis pela criação da *singularidade da obra musical*, a análise do conjunto de dados obtidos junto aos entrevistados das duas orquestras permite concluir que a singularidade da obra musical seria motivada por conta do uso de um conjunto de *altas habilidades* dos agentes: leitura, interpretação, escuta, toque do instrumento musical e a observação da reação/recepção do público e dos colegas de orquestra.

No tocante a relação dos *músicos e o ambiente organizacional*, o estudo das informações apresenta uma tendência à valorização das rotinas de estudo no ambiente privado tendo em vista que a orquestra privada possui uma localização definida. O ambiente privado possibilita um melhor acesso à infra-estrutura por parte dos músicos. Em relação a este aspecto, na orquestra pública, a ausência de uma referência física (sede), tenderia a impactar a rotinização de práticas institucionais dos músicos, devido às constantes mudanças de local de ensaio e de estudo da obra musical. Pode ser constatado nas duas orquestras a existência de uma postura de *diplomacia* em relação aos patrocínios, bem como, de uma burocracia orientada ao mercado. Neste particular, a burocracia na instituição privada é caracterizada pelo fortalecimento de laços institucionais, por meio de parcerias entre unidades acadêmicas diversas, enquanto que

na orquestra pública, a burocracia orientada ao mercado seria caracterizada pela habilidade dos agentes em estabelecer *redes* de interação com instâncias governamentais diversas (municipal, estadual e federal). O acesso à tecnologia pelos músicos na orquestra da PUCRS, tendo em vista os dados obtidos junto aos entrevistados, apresenta um perfil mais “utilitarista”, no sentido de oferecer certas facilidades no dia a dia dos profissionais. Por outro lado, na orquestra pública, conforme as análises realizadas ao longo do capítulo, foi verificada a ocorrência de elementos organizacionais que indicariam uma tendência maior a criação da inovação artística, originando a valorização econômica da música erudita.

Finalmente, a seção *Habilidade social como fundamento da ação dos gestores de orquestra: aspectos sociológicos da interação entre organização e o mercado* constatou, em relação ao perfil educacional dos entrevistados, a inexistência de formação no campo das artes ou em gestão cultural dos gestores de ambas as orquestras. Por outro lado, o estudo por verificar que o impacto da ausência de uma formação educacional no campo das artes/gestão cultural por parte dos entrevistados é diminuído de que, na *orquestra pública*, a existência de um personalismo (qualidade dos líderes), e da atuação de um poder carismático, responsável por potencializar redes de códigos, regras e convenções sociais, imersos na cultura organizacional da orquestra pública. Na *orquestra privada*, o perfil educacional do gestor – profissional com experiência em trabalho por projetos – é responsável por estabelecer um modelo de gestão da orquestra orientado a parcerias acadêmico-institucionais que resultem em projetos inovadores.

Constata-se, também, que o perfil das habilidades gerenciais dos gestores entrevistados se originaria a partir dos estímulos destes espaços culturais às habilidades sociais dos gestores, ocasionando a potencialização de atributos como *domínio das relações burocráticas, prestígio social e a indução a cooperação*. Em relação à captação e gestão dos recursos financeiros, as análises desenvolvidas dão conta da existência de uma *pirâmide* da sustentabilidade em ambas as orquestras, constituída pela participação do Estado, da iniciativa privada (patrocínios) e de contribuições da comunidade. As dificuldades ligadas ao trabalho de gestão dos entrevistados dividem-se em dois aspectos: na orquestra privada, a ausência de uma estrutura no interior da universidade de valorização e estímulo à pesquisa e ao desenvolvimento do campo artístico, para além dos usos mercadológicos (marketing cultural) da orquestra. Por sua vez, na orquestra pública, o aspecto trabalhista ligado a criação do plano de carreira para

os músicos constituiria um exemplo de atração e retenção de profissionais criativos no setor público.

3.3 MÚSICOS COMO AGENTES ECONÔMICOS

Dimensão analítica 1: criatividade

Em relação ao *perfil educacional* dos agentes entrevistados pela pesquisa, o que se percebe é um alto índice de formação educacional (especialização, mestrado e doutorado), condição que, a rigor, é evidenciada pelo tipo de trabalho especializado no qual os entrevistados encontram-se relacionados: música erudita.

Perfil educacional

Os dados referentes ao *perfil acadêmico* dos músicos, regentes e gestores das orquestras das orquestras da OSPA e da PUCRS, caracterizam um panorama educacional que se aproxima das categorias profissionais que, de acordo com Florida (2012), integram o chamado Centro Hipercriativo⁸³ da nova classe de trabalhadores (os trabalhadores criativos). Neste sentido, dos 12 entrevistados pela pesquisa, 9 possuem curso de graduação em música. Os gestores da OSPA, os entrevistados nº10 (gestor financeiro da orquestra) e nº11 (gestor financeiro da Fundação OSPA), possuem sua formação respectivamente na área de Administração e Medicina. O Gestor da Orquestra da PUCRS, entrevistado nº 12, tem formação na área de Arquitetura, além de ser professor universitário.

O entrevistado nº 7, regente da OSPA, apresenta como trajetória acadêmica uma formação inicial (não concluída), em Engenharia Elétrica, na UFRGS, permanecendo por 2 anos e, após, optando pelo curso de Música. Em sua fala, o entrevistado nº 7 demonstra uma relação com a música erudita muito precoce e de forte influência familiar, como podemos perceber em seu depoimento:

⁸³ Por Centro Hipercriativo, Florida refere-se aos profissionais criativos que desenvolvem seus trabalhos nos campos da Ciência, Professores Universitários, das Engenharias, da Administração, Poesia e Romance (Literatura), Artes, Dramaturgia, *Designers*, Publicitários e Arquitetos, que apresentam como característica dos seus trabalhos a resolução de problemas complexos que requerem o emprego de conhecimentos de alto nível.

Eu nasci numa família...Meu pai e minha mãe tocavam, eram amadores né, o meu pai tocava violão e mãe tocava acordeon e um pouco de piano também, então eu me criei num ambiente musical assim os meus irmãos mais velhos também tocavam e tal, então isso facilitou pra mim. Desde muito pequeno, primeiro eu me apresentei pela primeira vez aos três anos de idade cantando na televisão e tal, então eu comecei a tocar violão aos sete anos ahm...Estudei né, no colégio e tal e nesse meio tempo durante o período da adolescência toquei em conjunto, música...Toquei guitarra, toquei violão, toquei ahm....Baixo, tive uma formação também popular né, eu comecei a estudar piano aos dezoito anos e aí entre na faculdade engenharia primeiro, eu não entrei em música, eu fiquei dois anos na engenharia na UFRGS e aí pedi transferência pra música, aos vinte anos mesmo que eu passei pra música né, fiz o curso de composição, era separado os cursos, seis anos de composição ou seis anos de regência. Daí fiz na composição e no último semestre de composição eu pedi transferência pra regência e me formei daí. Eu fiquei oito anos na faculdade fazendo os dois cursos. (Entrevistado nº 7 – 22. jul.2013).

Ainda em sua fala, o entrevistado nº 7 informa possuir especialização em regência orquestral na Rússia, realizada no período de 1990 a 1992.

No que se refere ao *perfil acadêmico dos músicos*, tanto a OSPA quanto a orquestra da PUCRS, possuem em seus quadros, músicos que além de desenvolverem suas atividades artístico-profissionais, cursam mestrado e doutorado. Em ambos os casos, o objetivo é o de adquirir mais conhecimentos, possibilitando um maior grau de refinamento técnico para suas composições/obras nos ambientes profissionais em que atuam. Neste sentido, gostaríamos de ressaltar que a responsabilidade do trabalho dos músicos está relacionada apenas a execução de seu instrumento, ficando as outras ações do trabalho musical da orquestra a cargo do regente ou do diretor da orquestra. A análise dos aspectos que fundamentam o perfil educacional dos músicos é importante pois, a medida que se dedicam mais ao estudo do seu instrumento, que realizam mais atividades ligadas ao estudo acadêmico (mestrado e doutorado) estes profissionais tendem a desenvolver um maior número de possibilidade de crescimento no interior da própria orquestra, resultando, assim, na possibilidade de conquista da posição de *spalla*⁸⁴ da orquestra ou de *chefe de naipe*⁸⁵ do instrumento.

⁸⁴ Se refere ao *primeiro-violino*, este músico é o último a entrar na orquestra antes do regente, e é responsável por afinar a orquestra. Em determinadas ocasiões atua como regente-substituto.

⁸⁵ Termo utilizado para se referir as *famílias* dos instrumentos. Por exemplo: naipe de metais, naipe de cordas, naipe das madeiras e naipe dos metais.

Feitas estas considerações, vejamos a seguir, o depoimento dos músicos entrevistados nº 3 (Flautista - PUCRS) e nº 5 (Percussionista - OSPA), ao descreverem os fundamentos de suas formações acadêmicas:

“[...] tinha o Projeto Prelúdio que, na época, era vinculado à UFRGS, era um projeto de extensão da UFRGS e que trabalhava a formação assim ahm.... Até de uma maneira bastante lúdica, bastante ahm.... mas com muito riqueza de... de... de atividades extras né, ahm... então eu comecei lá com flauta doce e aula de canto, mas a gente passou... eu passei pra aula de laboratório musical... Nas aulas de laboratório... ahm... não me lembro exatamente, mas assim naquela fase assim entre 10 e 12 anos, 13 anos, por aí, eu participei de orquestras de criança, orquestras de flauta doce e lá pelos meus 12, 13 anos eu... Eu me criei pra flauta transversa. De lá eu sai pra extensão da UFRGS né, e logo em seguida já... já... já emendei o curso superior, a faculdade né, e to aí agora fazendo, mestrado”. (Entrevistado nº3 – 24 mai.2014).

O entrevistado nº 5 descreve que além da busca por uma maior qualificação acadêmica no campo da música, a sua relação com a música erudita visa também uma colocação de trabalho mais estável, tendo em vista que, conforme o próprio entrevistado nos informa, a música erudita apresenta melhores condições de trabalho para os músicos, conforme podemos constatar em sua fala:

“[...] eu percorri todo um caminho na música popular antes de ir pra música erudita e depois eu fui pra música erudita não só como intérprete, mas como compositor e depois eu fiz graduação, mestrado e tô fazendo doutorado em composição e..Minha formação como percussionista foi na escola da OSPA que é um conservatório e... na verdade, a música erudita ela além de um interesse que eu tinha em ampliar e trabalhar com música erudita além de trabalhar com música popular ainda tinha a questão do que é mais possível de conseguir uma trabalho fixo e a estabilidade financeira trabalhando com música erudita do que com música popular”. (Entrevistado nº 5 – 13. out.2013).

No que abrange o universo educacional, os três entrevistados selecionados: nº 7 (regente da OSPA), nº 3 (Flautista) e nº 5 (Percussionista), representam os entrevistados com maior nível educacional entre o grupo de pesquisados, e suas trajetórias educacionais e o modo como desempenham suas atividades profissionais, vão ao encontro do conceito de *Centro Hipercriativo*, discutido por Florida (2012, p. 69), e que diz respeito, entre outros fatores, às possibilidades que os agentes – a partir de uma

mudança na carreira ou do aperfeiçoamento educacional - passam a “produzir novas formas e conteúdos de aplicação abrangente passa a ser sua função principal”. Ou seja, a possibilidade de um maior acesso dos profissionais (músicos) criativos a uma formação mais especializada, tende a refletir no que diz respeito ao trabalho dos músicos eruditos, em processos de inovação técnica, baseados na experimentação e na criatividade dos agentes, que poder ser verificado na criação de técnicas de execução musical, como destaca o entrevistado nº 5 (Percussionista - orquestra PUCRS):

Hoje em dia eu procuro... Tem um procedimento recorrente na minha música que é o que eu chamo de repetição assimétrica e em cima disso eu procuro lidar com materiais que tem e pertençam a contextos muito diferentes. Então, a idéia hoje em dia é misturar ruído da rua com Bach, Stokhausen com o funk carioca, com sei lá... com modinha Ilundu . O que me interessa hoje em dia é..quebrar barreira entre territórios que geralmente não conversam. (Entrevistado nº 5 – 13 out. 2013).

Em um segundo grupo de entrevistados, o aperfeiçoamento do *perfil educacional* dos agentes se manifesta por meio da interação destes com ambientes culturais diversos e suas atividades profissionais junto ao mercado. Desta forma, o entrevistado nº 4 (Fagote – OSPA) e o entrevistado nº 6 (Piano – OSPA) se destacam pela forma como o ambiente cultural em que circulam quando *não* estão trabalhando com a música erudita, possibilita um prolongamento de suas habilidades técnicas, o que resulta na de criação de novas obras musicais. O entrevistado nº 4, informa que sua relação com a música erudita se deu por meio do contato com a igreja evangélica (luterana). Para este entrevistado, a igreja representa um estímulo ao desenvolvimento musical e de atuação profissional, pois, conforme sua descrição, será a partir do ambiente cultural da igreja que ele começará a atuar como músico-arranjador, prestando este serviço inclusive para a própria OSPA e para a orquestra da PUCRS. A partir do contato do entrevistado nº 4 com a igreja (espaço de educação musical não formal), passa a ocorrer a vontade de se desenvolver educacionalmente, o que passa a ser realizado a partir do momento em que o músico entra na Escola da OSPA (espaço de educação musical formal), conforme nos é demonstrado:

“E no caso o meu primeiro contato depois da igreja, foi a Escola da OSPA onde ali se abriu um leque de... de possibilidades que eu via professores de alto nível, professores da orquestra, da orquestra sinfônica, e aí a partir dali eu fui estudar instrumentos, eu estudei um instrumento de orquestra que é o fagote e

comecei com as aulas de teoria, também eu escrevia arranjos para... arranjos musicais para igreja, pra orquestra da igreja e eu digo que ali foi um laboratório pra mim de aprendizado por que ali eu fazia os meus arranjos musicais, as obras, testava na orquestra e então via o que funcionava e o que não funcionava e através da... da escola da OSPA no caso eu conseguia aprofundar isso, eu conseguia desenvolver muito mais talento na questão de como colocar isso no pape”. (Entrevistado nº 4 – 28 mai. 2013).

O espaço de convergência de elementos de natureza estética, negócios e propaganda (tecnologia), é o cenário onde atua o músico entrevistado nº 6. O músico nº 6 possui uma dupla formação acadêmica: Publicidade e Música (Piano). De acordo com seu relato, o interesse pela música (Piano), se deu por meio do contato com o *rock progressivo*, em especial, o músico pianista Rick Wakeman⁸⁶. Para este entrevistado, a formação musical atuou enquanto um complemento a sua formação como publicitário, tendo em vista que esta área possibilita a junção entre música erudita e imagem, o que nas palavras do músico se concretizaria por meio das trilhas musicais para comerciais que desenvolve atualmente, com influências no trabalho do músico e compositor norte-americano Philip Glass⁸⁷. Nas palavras do entrevistado nº 6, a formação musical em Licenciatura em Música, no Instituto Metodista do Sul (antigo IPA), complementou sua formação educacional enquanto profissional do mercado publicitário:

“Por isso que eu fui muito pra área da Publicidade, área do cinema, área... Da junção da música, do sentimento musical da atmosfera, da ambientação com a imagem né...; apoio total assim, isso aí eu sempre desde pequeno eu queria ir pras artes e então eu sempre fui focando pra... pra área da música e daí surgiu a oportunidade bem, bem depois assim que eu consegui fazer a formação acadêmica mesmo de músico né, já atuava no mercado publicitário, já atuava em bandas e tudo mais”. (Entrevistado nº 6 – 26 mai. 2013).

Pensar a formação e atuação dos profissionais que atuam no campo da música erudita requer a observação de fatores que na atualidade tendem a incluir os músicos no

⁸⁶ Ele é um pianista clássico treinado, e tornou-se bastante famoso por sua virtuosidade. Nos primeiros anos de sua carreira ele foi um pioneiro no uso de teclados eletrônicos e seu nome tornou-se sinônimo de tecladista cercado por uma vasta gama de equipamentos. Nos anos 1970, foi integrante da banda de rock progressivo inglesa, Yes. Informações mais detalhadas estão disponíveis em: <http://www.rwcc.com/>

⁸⁷ É um compositor muito prolífico tendo produzido inúmeros trabalhos entre óperas, sinfonias, concertos, trilhas sonoras para filmes e outros trabalhos em colaboração com outros músicos. Para maiores informações sobre a produção musical deste músico, sugerimos o endereço: <http://www.philipglass.com/>

setor dos chamados *trabalhadores do conhecimento*. Os gestores e músicos que foram entrevistados neste estudo dispõe - considerando tanto a formação na área da música, quanto em áreas de fora da música -, de um alto grau de investimento em educação, bem como, de influências institucionais oriundas de ambientes culturais diversos.

Conforme procuramos enfatizar, a partir da descrição dos relatos dos *entrevistados do grupo 1* (músicos que atuam especificamente em orquestras) e os *entrevistados do grupo 2* (músicos que atuam em ambientes de negócios fora da música erudita), existe uma tendência a potencialização do trabalho criativo destes profissionais quando se considera a aproximação entre aprimoramento acadêmico e o contato com elementos artísticos-culturais como cinema, *rock* e religiosidade. Ou seja, o que se quer destacar é que ao considerarmos o perfil educacional dos agentes bem como, suas experiências com ambientes culturais diversos, a formação e aplicação do capital intelectual destes músicos, exhibe traços do que Howkins (2013, p. 235), descreve como *capital criativo*, na medida em que existe um processo de aproximação entre os conhecimentos especializados (capital intelectual) e a inclusão de um alto grau de expressividade do agente neste movimento de criação de algo novo e original voltado ao mercado, neste caso, a obra musical.

O panorama sobre os aspectos ligados à formação educacional dos músicos eruditos entrevistados pela pesquisa, quando analisado sob o ponto de vista da relação entre formação educacional e estímulo à criatividade, permite aproximar os dados obtidos junto aos entrevistados ao que Alencar (2007) denomina como estímulos à criatividade, originados a partir da educação: *a) a criação produziria no ser humano sentimentos de autoconfiança, prazer e satisfação, importantes para a saúde emocional; (b) nesse sentido, impedir ou dificultar o desenvolvimento dos comportamentos criativos seria uma forma de limitar a auto-realização do homem; e, (c) diante do cenário atual, repleto de incertezas, desafios e mudanças em ritmo acelerado, é necessário promover o comportamento criativo, ou seja, criar condições que aumentem a probabilidade de sua ocorrência, como forma de tentar lidar com a imprevisibilidade.*

Performance artístico-profissional dos músicos eruditos

Em relação aos *elementos que influenciam a performance artístico-profissional dos músicos*, os músicos da OSPA e da orquestra da PUCRS, informaram a existência de um variado conjunto de atributos que na sua percepção atuaria no desenvolvimento de suas *capacidades e habilidades criativas*.

Compreendemos as performances destes agentes sob o ponto de vista da manifestação plena de suas capacidades, desta forma, para podermos analisar este *mix* de características que compõe o trabalho criativo dos músicos, dividimos o conjunto de influências em três níveis de necessidades: *a) necessidades individuais, b) necessidades organizacionais e c) necessidades ambientais*. Em nível individual, a análise das falas dos entrevistados revela que fatores como o reconhecimento pelo público (habilidade técnica), a proximidade com o ambiente organizacional (familiaridade e tempo de trabalho na instituição) e a possibilidade de uma maior liberdade de criação, tendem a produzir influências em suas performances artístico-profissionais. Em relação ao reconhecimento de suas habilidades técnicas pelo público, destacamos as falas dos entrevistados nº 1 (Tuba – Orquestra PUCRS) e nº 8 (Regente – orquestra da PUCRS) que nos informa algumas pistas sobre a relação entre *performance criativa* e aprimoramento técnico:

Tudo isso é um estímulo pra tu levar cada vez mais a sério e ser profissional com a tua profissão, mas o fato de ser músico e no momento que tu consegue tocar bem alguma melodia, que faça sentido pras outras pessoas, o reconhecimento das outras pessoas é o que realmente te faz...Te fortalece na profissão, te faz tu querer estudar mais e expandir cada vez mais. (Entrevistado nº 1 – 25 abr. 2013).

Na fala do entrevistado nº 8, a performance criativa do músico se dará por meio do contato do músico com ambientes culturais diversos, conforme podemos perceber no trecho destacado a seguir:

Essa questão da individualidade, como teria no teatro também, cada um analisa a partitura com base no que aprendeu sobre música, com base na sua cultura...O músico tem que transformar aquele papel em som e isso

exige criatividade, exige conhecimento, exige cultura, exige estudo, exige técnica, exige sentimento...Pra transformar um papel como isso aqui em som. E outra, esse som tem que ahm...Esse som ele vai chegar no ouvido de alguém e transmitir alguma coisa.... (Entrevistado nº 8 – 25 abr. 2013)

As falas dos entrevistados são emblemáticas em se tratando da análise da proximidade entre expressividade e singularidade existentes no trabalho dos músicos eruditos, bem como, em setores que integram as atividades profissionais ligadas às indústrias criativas no Brasil. Por este prisma, de acordo com as análises desenvolvidas na seção *Fundamentos sociais da criatividade* (Cap. 1), acerca das características socioeconômicas das indústrias criativas, elencamos um conjunto de atributos que auxiliam no processo de entendimento do funcionamento dos setores produtivos inseridos no contexto das indústrias criativas. De forma a não nos tornarmos repetitivos, lançamos mão de duas características do trabalho nas indústrias criativas descritas por Bendassolli (2009, p.12), que nos oportunizam um melhor posicionamento entre as necessidades dos agentes (músicos) e seu trabalho criativo, quais sejam: a) *a percepção de utilidade gerada pelo objeto cultural é derivada da atribuição de valor pelo consumidor [expectador] e b) as indústrias criativas transformam estes significados em propriedade intelectual, logo, em valor econômico.*

Os elementos que influenciam a performance artístico-profissional dos músicos eruditos ouvidos pelo estudo, são atributos de ordem motivacional que puderam ser observados na ação profissional destes agentes no interior das orquestras pesquisadas, sendo associados a uma *necessidade individual* (reconhecimento da originalidade, criatividade) dos músicos.

Em relação às *necessidades organizacionais*, compreendidas aqui enquanto o grau de *expertise* dos agentes e a interação com setores do mercado cultural, os dados levantados junto aos entrevistados corroboram as informações elaboradas por Amabile (1996), sobre o modo como os agentes adaptam suas habilidades criativas a um determinado contexto organizacional exterior. O trabalho da pesquisadora nos fornece elementos para pensarmos a atuação dos músicos eruditos em ambientes organizacionais diversos (o mercado de arranjos musicais, por exemplo), revelando a influência de atributos como tolerância, contato com a ambigüidade e *capacidade inovativa*, - considerados aqui enquanto fatores que influenciam a performance do

trabalho criativo dos músicos -, que irão compor o modo *exterior* como o agente irá aplicar suas habilidades musicais.

Até o momento procuramos destacar o caráter interno da influência da organização (OSPA e Orquestra da PUCRS), junto ao trabalho dos músicos eruditos. Ao analisarmos a relação entre a manifestação das habilidades criativas e as necessidades organizacionais dos agentes (músicos) no interior das organizações, percebemos, de acordo os dados obtidos juntos aos entrevistados, que os agentes demonstram um alto grau de proximidade e adaptabilidade em relação à organização, cenário que pode facilitar a manifestação da criatividade no interior da organização tendo em vista a familiaridade existente entre o músico e a orquestra.

Neste sentido, analisamos, a seguir, as necessidades organizacionais do músico da OSPA, Entrevistado nº 4 (Fagote), que atua também no mercado de arranjos musicais em Porto Alegre, contexto em que suas habilidades criativas ganham uma nova dimensão, uma vez que em se tratando de arranjo orquestral, exige-se do músico uma grande capacidade de adaptação das técnicas musicais a um determinado ambiente organizacional (orquestra), bem como, a aproximação da música erudita a estilos músicas diversos, como por exemplo: *rock and roll*, samba, MPB e ritmos musicais do mundo. Vejamos, a seguir, dois momentos da fala do entrevistado nº 4 sobre as influências que determinam sua atuação enquanto músico arranjador:

Tudo que eu puder ouvir, escutar, eu não tenho assim uma influência única, um compositor único, eu busco de todos né, eu busco a música em si, como se fosse um todo assim, com todos os ritmos, todas as harmonias possíveis, diferentes, a música da África né, a música européia, então é uma mistura de tudo eu acho que eu tento trazer isso tudo e na hora da composição, na hora do arranjo, tentar trazer essas influências dentro de uma coisa assim que fique dentro do contexto daquela música.

O ideal que eu vejo e se puder conhecer o grupo, a orquestra, isso seria interessante pra ter uma idéia do que...Como eu posso trabalhar, da ferramenta que eu vou ter, na verdade a orquestra é como se fosse para mim um instrumento, como fosse pra mim o meu instrumento, então tu tem que ver como aquele instrumento vai soar, como vai funcionar, então isso depende esses fatores assim dependem também da funcionalidade desse arranjo.

(Entrevistado nº 4 – 28 abr. 2013).

Passamos, agora, a analisar a última necessidade que consideramos importante no que se refere ao estudo dos fatores que influenciam a performance artístico-profissional dos músicos eruditos. A *necessidade ambiental*, diz respeito às demandas ligadas a uma infra-estrutura propícia a criatividade, onde o músico irá desenvolver sua atividade profissional. Partindo deste contexto, as necessidades ambientais que podemos destacar em relação às falas dos entrevistados, estão relacionadas ao acesso dos instrumentos musicais e os transtornos ligados a logística de ensaios (aluguel de espaço, aluguel de transporte, contratação de equipe de carregadores, etc.), por conta da falta de uma sede própria para a OSPA.

O entrevistado nº 2 (Trombone – orquestra PUCRS), quando questionado acerca dos elementos que influenciam sua performance artístico-profissional, informa que o acesso aos instrumentos (valores e qualidade do produto), seria um fator limitador em sua prática profissional. Nas palavras do entrevistado:

O custo, estamos falando especificamente de metais no caso que seria a minha área, nos metais fabricados no Brasil né, ..Tem um qualidade muito ruim né e com preço alto também então ahm... Então tu tem que recorrer ao instrumento importado e o instrumento importado né o Brasil tem 80% de imposto, pra ti conseguir adquirir, hoje já tem, mas tu teria que ir buscar o instrumento, então tu tem que pegar e tu não tem como importar direto pela internet ou mandar pelo correio alguma coisa assim né, tu tem que pagar passagem área, hotel tudo, ir pro exterior comprar e voltar comprovando isso, comprovando que é teu instrumento de uso e que tu é um músico profissional e pra isso tu já tem opção de três em três ano tu pode comprar um instrumento né sem o imposto. E então o custo do instrumento, realmente, eu acho que é um empecilho. (Entrevistado nº 2 – 26 abr. 2013).

Nas palavras do entrevistado nº 10 (Gestor financeiro – OSPA), as limitações que interferem na ação artístico-profissional dos músicos da OSPA, seriam decorrentes de fatores estruturais, originados pela ausência de um espaço apropriado para a execução da obra musical erudita⁸⁸. Nas palavras deste entrevistado as necessidades envolvendo o aparato de sonorização, transporte e alugueis de espaços estariam entre os principais problemas relacionados ao pleno desenvolvimento das atividades dos músicos:

⁸⁸ A Sala Sinfônica da OSPA, empreendimento cultural projetado especificamente para a execução da obra musical erudita, encontra-se em fase de construção. Este será o segundo empreendimento específico para a execução e audiência de música erudita no país, depois da Sala da OSESP (Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo). Para um maior detalhamento dos aspectos sócio-técnicos envolvendo a construção de espaços específicos para a escuta da música erudita, sugerimos o retorno ao capítulo 1.

É...sonorização, sempre tem que fazer esses contratos, transporte, aluguel de espaços para ensaios e toda essa parte de infra-estrutura, de logística, essa parte é comigo. Eu tenho que dar condições pra que eles [músicos] possam chegar lá é realizarem as apresentações. (Entrevistado nº 10 – 07 ago. 2013).

Em resumo, as influências que permeiam a ação artístico-profissional dos músicos eruditos foram consideradas, nesta seção, enquanto necessidades individuais, organizacionais e ambientais. Em relação aos elementos que influenciam a performance dos músicos pesquisados, os dados demonstram que as necessidades individuais e organizacionais dos músicos das duas instituições tenderiam a uma proximidade. Reconhecimento da capacidade técnica/artística, uso dos conhecimentos técnicos (e das habilidades criativas) para a criação de obras musicais *sob encomenda*, constituem fatores que permeiam as performances dos músicos da OSPA e da orquestra da PUCRS.

O exame dos fatores que influenciam as necessidades ligadas ao contexto ambiental (infra-estrutura) aproxima-se das análises elaboradas por Florida (2011) e Howkins (2013) no que se refere à importância de um ambiente que estimule a criatividade nos agentes. Conforme procuramos demonstrar por meio de análise teórica no *Capítulo 1*, os ambientes especializados em execução e escuta musical, potencializam - por meio da convergência de fatores como tecnologia, técnica musical, originalidade e sensibilidade estética – a performance do trabalho criativo dos músicos eruditos, uma vez que estes espaços, enquanto *espaços musicais racionalizados*, tendem a fortalecer as habilidades técnicas e criativas destes agentes, o que possibilitaria, conforme aponta (Cook, 2006), uma nova realidade sonora, caracterizada por um contato mais direto e imediato com a música produzida pelos músicos eruditos.

Reconhecimento da novidade

Avançamos, agora, em direção a análise ligada ao *reconhecimento por parte da orquestra pela criação de uma nova obra musical* pelos músicos eruditos que desempenham suas atividades na OSPA ou na orquestra da PUCRS. Consideramos

oportuno destacar que os questionamentos feitos aos entrevistados acerca do reconhecimento/impacto junto à orquestra em relação à criação de novas obras/modos de interpretação/condução da obra musical, tem a finalidade de compreender a relação entre criatividade nos processos de trabalho e a recepção da novidade no ambiente institucional, enquanto um tipo de inovação, gerada através de trocas e interações dos agentes em um ambiente cultural.

Pensar a novidade a partir do contexto acima mencionado oferece, em nosso ponto de vista, a oportunidade de analisarmos as contribuições que os ambientes culturais na atualidade - por conta da convergência entre arte e as TIC's -, tenderiam a potencializar o estímulo a criatividade -, uma vez que passam a representar novas possibilidades de desenvolvimento da inovação no interior das organizações. Desta forma, a partir das análises das falas dos entrevistados, propomos a idéia de que os espaços caracterizados pela produção da música erudita constituem um espaço especial de estímulo a criatividade e sua aplicação enquanto um tipo de inovação junto ao mercado.

A relação entre os setores ligados a economia criativa e o conceito de inovação (e inovação artística), são objeto de análise no Plano da Secretaria da Economia Criativa (Brasília, Ministério da Cultura, p. 34 – 35) que destaca:

“[...] antes o conceito de inovação tinha correspondência direta com o crescimento econômico, quantitativamente falando; hoje ele é compreendido tanto quanto aperfeiçoamento do que está posto (inovação incremental), quanto como criação de algo totalmente novo (inovação radical). Incremental ou radical, a inovação em determinados segmentos criativos (como o design, as tecnologias da informação, os games, etc.) tem uma relação direta com a identificação de soluções aplicáveis e viáveis”.

Em relação às artes, vejamos, em um trecho mais adiante, o posicionamento da Secretaria da Economia Criativa em relação ao contexto da inovação:

“No campo das artes, a inovação possui outros significados que não se referem aos demais segmentos criativos citados anteriormente. Pelo contrário, no campo da cultura, a inovação pressupõe a ruptura com os mercados e o *status quo*. Por isso, a inovação artística deve ser apoiada pelo Estado, o qual deve garantir, através de políticas públicas, os produtos e serviços culturais que não se submetem às leis de mercado”.⁸⁹

⁸⁹ O papel do Estado em relação ao estímulo de projetos, estudos e ações envolvendo o campo das artes e a economia criativa, constitui um dos focos de análise do *Capítulo 4* (itens 4.2 a 4.4).

De acordo com os dados levantados junto aos entrevistados, percebe-se nos espaços pesquisados (OSPA e orquestra da PUCRS) a existência de pesquisas acadêmicas em andamento (estudantes de mestrado e doutorado), estudo de técnicas e metodologias de trabalho artístico que irão resultar em um determinado tipo de trabalho colaborativo e de coordenação, características que, de acordo com os dados pesquisados por Hutter et al. (2010), resultarão em um determinado tipo de impacto [*experiência*] na sociedade, a partir do momento de sua ocorrência.

Quando analisadas em conjunto, a relação entre mídias (redes sociais), a tecnologia e a expressividade musical do músico, oferecem elementos para pensarmos a inovação no campo da música. Estes três fatores (comunicação, tecnologia musical e subjetividade) estarão, por conta das características do ambiente midiático, fornecendo um retorno quase que instantâneo sobre a obra musical produzida pelo músico. O entrevistado nº 6 (Pianista - OSPA) e Publicitário (trabalha em uma produtora de áudio), nos esclarece algumas questões sobre sua prática profissional, que envolve o universo da arte, tecnologia e mercado publicitário:

“[...] eu sou bastante cauteloso assim quando é um trabalho que eu compus, eu sou bem cri cri, bem chato na questão de mixagem, de parâmetros de som. Como é que vai pra TV, então eu sou bem cuidadoso com isso né, então, é uma coisa que varia de músico pra músico né, eu sou bastante zeloso com a minha obra então eu sou bastante rigoroso com o produto final, como esse trabalho vai sair da minha mão pro... pro.... pro cliente né, pra produtora de vídeo e tal que vai montar com o vídeo, eu sou bastante cauteloso e tanto também a questão da. Música, por que a música tu compõe pra publicidade e tu tá..tu tá doando né a tua música e tal, mas ahm... É uma troca também por que essa música de certa forma vai te dar visibilidade no mercado. É uma música que tu tá doando, vamos dizer, ah tu e aí às vezes tu pode pensar: “ah eu podia pegar essa música e fazer uma letra e fazer uma música”, mas não, como é uma coisa que a gente trabalha com isso as idéias fluem muito naturalmente e tem muita coisa pra vir, então é uma preocupação que a gente não tem assim, obviamente cada músico tem os seus projetos pessoais.” (Entrevistado nº 6 – 26 mai. 2013).

O entrevistado nº 6 representa, neste estudo, um tipo especial de agente, uma vez que desempenha suas atividades tanto em nível de músico erudita, como também no processo de elaboração de peças musicais em uma produtora de áudio em Porto Alegre. Em sua fala, podemos perceber as etapas envolvendo o processo criativo das peças musicais e, também, o modo como ele espera que esta obra musical seja recebida no espaço comercial. Por se tratar de um músico que transita em mais de um ambiente profissional, fatores como respeito às convenções, competitividade e

burocracia, não influenciam de forma tão direta os processos de desenvolvimento de novas texturas musicais/composições e sua recepção enquanto uma novidade na organização, diferenciando-se, assim, dos músicos a que desempenham suas atividades profissionais somente em orquestras, conforme poderemos analisar em suas falas a seguir. O reconhecimento da novidade, entendida enquanto criação de uma obra musical/novo modo de interpretação da obra musical, depende, também, - no caso dos trabalhos artísticos -, do modo como os agentes passam a codificar e a interpretar determinados processos de caráter simbólico que envolvem a reflexividade dos agentes em um espaço cultural (Hutter et ali.. 2010, p. 9). Ou seja, partindo da perspectiva que a música orquestral consiste em uma *produção cultural coletiva*, a construção de um espaço para a manifestação da novidade (novo modo de interpretação/condução), passa necessariamente por um processo de consentimento dos outros músicos em relação ao colega que está propondo uma nova textura musical.

Considerando isto, destacamos a seguir, trechos dos relatos obtidos junto aos entrevistados, que nos oferecem algumas pistas dos fatores que influenciam o reconhecimento da novidade no interior da orquestra. O entrevistado nº 1 (Trompa – Orquestra PUCRS) destaca alguns atributos que caracterizam o trabalho criativo e de coordenação no ambiente institucional da música erudita:

“[...] um exemplo quando algum outro colega faz algum solo e não vai muito bem, não cabe a ti criticar, fazer qualquer tipo de comentário, isso é uma ética, a gente tem que seguir respeitar a hierarquia na orquestra o *spalla* e depois o maestro e assim por diante, o coordenador. Então, é o tempo todo o prazer de tu tocar e ver a outra pessoa se emocionando com a música que tu tá fazendo, é algo mágico assim”. (Entrevistado nº 1 – 25/04/2013).

Outro fator apontado como decisivo no processo de reconhecimento da novidade – em se tratando de novas formas de prática orquestral -, é mencionado pelo entrevistado nº 4 (Fagote – OSPA), e pode ser considerado como uma *inovação incremental*, uma vez que está baseada no aprimoramento dos processos e habilidades, por meio do refino das técnicas do músico:

A questão da criação, do arranjo, sim, eu acho que eu tenho feito assim e estou satisfeito, assim e eu acho que eu tenho que buscar mais conhecimento ainda pra ampliar muito mais e que isso vai crescer mais ainda, a gente cresce com o

passar do tempo, com a questão de trabalhar diariamente com a prática de composição, com o estudo, a pesquisa. (Entrevistado nº 4 – 28 mai. 2014).

No que se refere ao *nível de reconhecimento por parte do ambiente organizacional pela criação de uma obra/novo modo de interpretação ou de condução da obra musical*, a manifestação da criatividade e sua relação com aspectos referentes à burocracia, as falas selecionadas permitem concluir que a existência da novidade é decorrente de disposições institucionais que envolvam diretamente aspectos ligados a: a) percepção e compreensão das convenções pelos agentes; b) a possibilidade de contato do agente com uma infra-estrutura que potencialize suas habilidades técnicas e estéticas enquanto artista produtor de uma obra musical e c) a manifestação pelos agentes entrevistados de uma postura que os aproximaria dos chamados “*trabalhadores do conhecimento*”: aperfeiçoamento técnico por meio de estudo e pesquisa que resultam em uma prática mais elaborada, com maiores possibilidades de exercício da criatividade.

Por fim, ressaltamos que ao serem comparados os espaços musicais da OSPA e da orquestra da PUCRS, se constata que a produção e o reconhecimento da *novidade* é, sim, uma etapa do trabalho criativo dos músicos eruditos, potencializado pela manifestação de disposições de ordem externa (contato com outras culturas organizacionais) e interna (aprimoramento técnico/acadêmico; respeito as convenções). Nas duas instituições pesquisadas, a produção e a recepção da novidade dependem da exposição dos agentes a uma combinação de fatores externos e internos, demonstrando que a novidade, no caso destas orquestras, resulta de práticas que tendem a potencializar os processos ligados ao estímulo de inovações artísticas do tipo *incremental*.

Singularidade da obra musical

No sentido de nos encaminharmos ao final desta seção, que se dedica à análise da categoria *criatividade*, iniciamos o estudo da última dimensão relacionada à manifestação da criatividade do no trabalho dos músicos eruditos, que trata da posição dos entrevistados sobre os *fatores que delimitam a singularidade da obra musical*.

O objetivo desta subcategoria é mapear os atributos que na opinião dos músicos ouvidos pela pesquisa, delimitam a singularidade da obra artística musical, e o modo

como esta *singularidade artística* – que resulta de um trabalho criativo –, sofre valorização econômica no mercado da música erudita.

Compreender a arte enquanto um bem, produto ou serviço, envolve, entre outros fatores, a compreensão de que este *produto cultural*, produzido a partir da manifestação da criatividade dos agentes de forma coletiva (músicos de orquestras, bailarinos, atores, etc.), ou de forma individual (pintores, escultores e escritores) é resultado não somente de habilidades especiais (criativas), mas também, pela existência de um processo intersubjetivo de expertise, da relação dos agentes com as instituições e o modo como a reputação do artista se constitui, a partir do contato com o mercado da arte (Beckert & Rössel, 2013). A partir disto, pensar a singularidade da obra musical e o processo de geração de preço e valor desta obra, envolve, como destaca o trabalho de Fialho (2014, p. 56), a observação de aspectos que vão desde: a reputação da instituição onde o músico desenvolve o seu trabalho, da produção de críticas/análises sobre o trabalho do conjunto de músicos até o número de patrocinadores que investem na organização.

Considerando posicionamentos apresentados pelos músicos da OSPA e da orquestra da PUCRS acerca dos *fatores que delimitam a singularidade da obra musical*, propomos a seguinte maneira: a) singularidade musical como resultante das altas habilidades do músico; b) singularidade musical enquanto produtora de um determinado tipo de atitude/reação nos sujeitos; c) a ausência da singularidade musical tendo em vista a existência de um repertório globalizado (sem espaço para a existência do singular) e d) singularidade musical enquanto *moldura* dos sentidos.

Para o entrevistado nº 2 (Trombone – orquestra PUCRS), a singularidade da obra musical tem seu fundamento a partir da formação e desenvolvimento de processos cognitivos que, segundo o entrevistado, caracterizam altas habilidades. Na opinião do entrevistado, a obra musical é singular pelo fato de que:

O trabalho coletivo e o próprio movimento de tocar um instrumento são várias ações ao mesmo tempo: tu está lendo, tu está executando e tá ouvindo o que tu tá fazendo, e vendo o que está acontecendo ao teu redor também. (Entrevistado nº 2 – 26 abr. 2013).

Ler, ouvir, interpretar, tocar e perceber a reação do público quanto à recepção da obra musical exigem *altas habilidades* do músico, que executa estes procedimentos em um contexto de trabalho coletivo e de coordenação. A idéia de altas habilidades, neste

estudo, é entendida como um processo de desenvolvimento ao estímulo de *competências criativas*, por parte dos trabalhadores inseridos nos setores produtivos da economia criativa no Brasil.

A singularidade, neste sentido, seria o resultado da aplicação de competências criativas em produtos, bens e serviços resultem em geração de conteúdo. O estímulo ao desenvolvimento de competências criativas estaria desta forma, relacionado a uma dimensão educacional tendo em vista o fato de:

A construção de competências ir muito além da construção e difusão de conteúdos de natureza técnica, mas envolver um olhar múltiplo e transdisciplinar, que integre sensibilidade e técnica, atitudes e posturas empreendedoras, habilidades sociais e de comunicação, capacidade de articulação. (Plano da Secretaria de Economia Criativa, Brasília, 2011, p. 37).

Uma reação, um tipo de atitude por parte do sujeito ouvinte, é o que consistiria a singularidade, conforme nos informa o entrevistado nº 4 (Fagote – Orquestra PUCRS), em suas palavras:

A música como uma arte, ela expressa sentimentos, ela vai expressar algo, ela vai te fazer sorrir, ela pode te fazer chorar, ela pode te trazer lembranças. Então, a música ela tem isso ela mexe com a pessoa, ela mexe com o sentimento e quando tu tá construindo uma obra musical, tu quer expressar alguma coisa com aquilo ali né, não é algo vazio, entende? (Entrevistado nº 4 - 28 mai. 2014).

A singularidade da música, nas palavras deste entrevistado, revelaria uma dimensão de grande apelo emocional. Esta manifestação da música, no sentido de gerar uma sensação, um sentimento, nas palavras de Sekeff (2007) seria uma *emoção musical*, resultante da relação entre músico e o ouvinte (espectador), durante o momento da exibição da obra musical.⁹⁰

A ausência de uma singularidade musical é apontada pelo entrevistado nº 5 (Percussão – OSPA) como resultado de um sistema cultural que na contemporaneidade é caracterizado pela geração de um repertório globalizado, uma construção simbólica que legitima uma determinada ordem/status musical, não deixando espaço para a experimentação musical em nível local e regional. A não existência de um *traço singular* na música erudita contemporânea seria um dos efeitos do processo de

⁹⁰ No *Capítulo 1, seção 1.3.1 – A dimensão psicossocial do trabalho criativo*, são analisados aspectos teóricos referentes a atributos como singularidade, expressividade e originalidade e o modo como estes fatores intangíveis relacionam-se com o trabalho dos músicos eruditos.

transformação do “lugar” e do “peso” da cultura em nossa era hipermoderna, como lembram os filósofos Gilles Lipovetsky & Jean Serroy em “*A cultura-mundo*” (2011). Para os autores, o processo de refinamento do capitalismo, que passa a englobar a esfera da cultura, tornando-se um *capitalismo cultural*, trouxe o rompimento de fronteiras responsáveis por estabelecer os limites entre alta e baixa cultura, arte e comércio, espírito e diversão.

Essa ausência de singularidade em relação à obra musical, decorrente do processo valorização econômica da cultura, é analisada pelo entrevistado nº 5:

Essa questão da aura e do modo como se formou um repertório, que é um repertório globalizado, isso é uma das coisas com as quais eu não concordo nem um pouco, porque o repertório é sempre o mesmo em todas as orquestras do mundo... Pelo menos 60% do repertório é elaborado com sugestão do repertório do século XIX. E essa questão do repertório é uma coisa que me incomoda, porque qualquer compositor pode ser trocado por outro, isso é uma questão de gosto, as pessoas não querem admitir e o sistema gera, endossa um certo tipo de repertório canônico como se esses compositores fossem insubstituíveis e isso é uma falácia isso aí, é mentiroso. Não é..superestrutura, não é infra-estrutura. Tu pode mudar o que tu quiser, é pensamento, é...Uma construção simbólica, uma construção simbólica pode ser mudada.... (Entrevistado nº 5 – 13 out. 2013).

A valorização econômica da música erudita que na atualidade tem acentuadas as características de um produto cultural, uma vez que encontra no processo de criação de repertórios das orquestras contemporâneas traços de uma racionalização econômica. Tal condição, de acordo com Lipovetsky & Serroy (2011, p. 43) tem se manifestado por meio de:

Uma técnica que se encontra em toda a parte, que requer os mesmos símbolos e o mesmo sistema de valores (a eficácia máxima, a racionalidade operacional, a calculabilidade de toda a coisa).

Neste momento, a idéia de *racionalidade operacional* se aproxima do panorama weberiano de racionalização dos meios artísticos, elaborados em “*Fundamentos racionais e sociológicos da música*” (1995). Para pensarmos o processo de empobrecimento (estético) e a conseqüente perda de singularidade da música erudita na atualidade, tendo em vista a “padronização do repertório” relatada pelo entrevistado nº 6, recorreremos à noção de progresso técnico descrita por Max Weber em “*Os Fundamentos...*” (1995, p. 51):

A separação plena das esferas de valor em relação ao empírico evidencia de modo característico que o emprego de uma técnica determinada não tão ‘progressiva’ diz muito pouco acerca do valor estético da obra de arte. A criação de novos meios técnicos significa inicialmente apenas diferenciação crescente e fornece apenas a possibilidade de um ‘enriquecimento’ crescente da arte no sentido do aumento de valor. De fato não raras vezes ela tem tido o efeito inverso do empobrecimento do sentimento formal.⁹¹

De acordo com as informações descritas pelo entrevistado nº 6 e considerando as perspectivas teóricas dos autores ora em análise, o espaço de estímulo a singularidade da música erudita é fortemente influenciado pelo contexto organizacional, entendido aqui enquanto um *ambiente burocrático*. Por fim, a existência de um conjunto de regras, técnicas e convenções, revela uma tendência para a diminuição do espaço de manifestação da singularidade musical em ambientes que a cultura institucional é caracterizada pela existência de uma dimensão consensual que informa constantemente aos agentes as regras que estruturam a interação econômica, social, cultural e política.

Esta seção se dedicou a analisar o comportamento dos músicos eruditos da OSPA e da PUCRS em sua condição de *agentes econômicos*. Com isso, partindo da categoria analítica *criatividade*, buscou verificar a influência da burocracia nos processos ligados ao trabalho criativo dos músicos de orquestra, observando atributos como: *a) perfil educacional, b) influências na performance artístico-profissional, c) nível reconhecimento por parte da orquestra pela criação de uma nova obra musical, d) singularidade da obra musical.*

A manifestação da criatividade no trabalho dos músicos entrevistados pela pesquisa demonstrou uma tendência de ocorrência em agentes com maior formação educacional, bem como, do refinamento em relação ao reconhecimento e manifestação da expressividade, indicando uma maior abertura ao novo.

Somada a esta dimensão educacional, a potencialização da criatividade junto ao trabalho dos músicos eruditos demonstrou que em se tratando da *performance*, tanto a orquestra da OSPA, quanto da PUCRS, as informações coletadas junto aos entrevistados permitem constatar que satisfação de necessidades de ordem *individual, organizacional e ambiental*, como conjunto de demandas a serem alcançadas pelos músicos das orquestras estudadas.

⁹¹ O trecho citado encontra-se em uma passagem de nota de rodapé nº 51, de “*Os fundamentos racionais e sociológicos da música*” (1995).

O nível de recepção ao novo (novidade) entre os músicos ouvidos pela pesquisa ocorre, de acordo com os entrevistados, no âmbito do aprimoramento de técnicas/metodologias de execução da obra musical. As análises desenvolvidas na seção sobre a recepção ao novo indicam que a novidade – no caso dos músicos de orquestra -, tenderia a se manifestar em espaços onde os agentes demonstrem um maior envolvimento com o seu aperfeiçoamento/domínio do instrumento, configurando uma inovação artística do tipo incremental. As falas dos músicos da OSPA e da orquestra da PUCRS revelam que a burocracia – no sentido de cumprimento de uma regra ou de uma convenção -, seria um obstáculo ao recebimento da novidade, pois justamente o que se espera dos músicos seria o respeito às normas. Neste sentido, a novidade entre os músicos de orquestra se desenvolveria mais em nível de desenvolvimento de uma habilidade técnica do que propriamente da criação de algo original⁹².

A singularidade da obra musical, por sua vez, resultaria de um estímulo as chamadas *altas habilidades*, manifestadas pelos músicos por meio da escuta, da leitura, interpretação, e do movimento de recepção da obra musical pelos espectadores. O contexto das altas habilidades por se tratar de uma disposição que exige do agente a convergência de múltiplas habilidades, sugere a existência de uma atmosfera que estimule as habilidades criativas.

Por fim, as orquestras da OSPA e da PUCRS, constituem um importante espaço para se analisar os efeitos da burocracia em relação à manifestação da criatividade no trabalho dos músicos eruditos. A partir desta perspectiva, a criatividade no trabalho dos músicos de orquestra passaria a manifestar reflexos da cultura musical *hegemônica*, que configuraria uma tendência a padronização musical, constituindo, de certa forma, uma limitação à criatividade, em face da burocratização do repertório erudito.

Dimensão analítica 2: ambiente organizacional

Dedicando o horizonte de análises ainda sobre o trabalho dos músicos de orquestras, passamos, agora, a discutir os fatores de ordem organizacional presentes na prática profissional dos músicos da OSPA e da orquestra da PUCRS. Neste sentido, esta

⁹² É importante destacar que este mesmo questionamento foi feito aos gestores das orquestras pesquisadas, neste sentido, os relatos dos gestores nas duas orquestras indicam que a atuação da gestão da orquestra possui um maior grau de liberdade tanto para a criação de processos de administração da obra musical, como para a inserção da novidade musical no mercado.

seção conforme mencionado no início deste capítulo, busca identificar juntos aos entrevistados, os seguintes elementos: a) *Desempenho da atividade profissional em relação ao cumprimento de normas/rotinas/valores institucionais*; b) *Acesso à tecnologia musical: instrumentos/cursos/interpretação/criação de novas estéticas sonoras por meio do uso da tecnologia*.

a) Normas, rotinas e valores institucionais

No que se refere ao cumprimento de normas, rotinas e valores institucionais, a análise das falas dos entrevistados demonstra que o ambiente organizacional da orquestra tenderia a reforçar disposições ligadas a: a) *rotina de estudo*; b) *desenvolvimento de habilidades de negociação na execução de obras diferenciadas*; c) *limitações decorrentes da burocracia*.

Ambiente de estímulo aos estudos

A necessidade de um ambiente que estimule a prática de estudos é apontada pelos entrevistados nº 1 (Tuba) e nº 2 (Trombone), ambos da orquestra da PUCRS, como fator decisivo no que se refere ao ambiente organizacional desta orquestra. Para os entrevistados, o ambiente da orquestra privada, ofereceria um conjunto de subsídios que atuam como estímulos ao estudo, na medida em que, conforme nos informa o *entrevistado nº 2*:

Então, aqui tu tens um nível aqui muito...Muito maior de músicos e tal, a organização as coisas, é...Lá a orquestra é mantida pela prefeitura, o subsídio é muito menor né então tu não tem certas regalias que tu tens aqui por exemplo. Aqui é tudo muito organizado, lá já a coisa já é menos organizado...Questão de...Concertos e coisas locais, tipos de apresentação, só que infelizmente o músico, tu tens que trabalhar em mais de um lugar pra tu conseguir o teu sustento, eu só daqui [orquestra pucrs] eu não consigo viver. Eu tenho período de estudo que eu separo pra mim poder manter o instrumento e estudar peças novas, preparar, preparação de aulas como um professor normal também. (Entrevistado nº 2 – 26 abr. 2013)

A influência do ambiente organizacional da orquestra da PUCRS em relação à rotina de estudos, também é destacada pelo *entrevistado nº 1*:

Então, toda uma estrutura pros músicos, eu como músico efetivo freqüento a universidade vários dias da semana, não só nos dias de ensaios e isso...Pro músico profissional é muito bom, ter um lugar de referência pra que possa estudar o seu instrumento e de convivência mesmo assim com os outros músicos e mesmo com..O outro pessoal que trabalha aqui na universidade. (Entrevistado nº 1 – 25 abr. 2013).

A possibilidade de um espaço que forneça condições a uma rotina de trabalho, ensaios e estudos do instrumento e o estímulo ao aprimoramento acadêmico, motivado pela proximidade da orquestra com a universidade, são descritos como fatores que, na opinião dos entrevistados, tenderiam a *qualificar* a rotina profissional destes músicos.

Considerando isto, a orquestra da PUCRS disponibilizaria um maior número de recursos institucionais voltados ao aprimoramento dos músicos, quando comparada com a OSPA. Os depoimentos destacados acima oferecem perspectivas que ajudam a compreender as nuances relacionadas à prática profissional do músico de orquestra no ambiente privado e no ambiente público. Tal contexto foi descrito de forma mais detalhada, neste capítulo, pelo *entrevistado nº 10* (gestor administrativo-financeiro OSPA, p.126) ao descrever as exigências relacionadas aos processos de alugueis de espaços para ensaios, contratação de carregadores/montadores de equipamentos e instrumentos dos músicos, e os impactos destas demandas na rotina dos músicos da OSPA.

Habilidades de negociação

O desenvolvimento de formas de interação entre os agentes no interior da orquestra, por meio de *habilidades de negociação na execução de obras diferenciadas*, é considerado como um segundo fator em relação à adequação dos músicos as normas, rotinas e valores institucionais. Neste sentido, a fala do entrevistado nº 5 (Percussão – OSPA), informa algumas pistas sobre a criação de afinidades ente os agentes e o modo como esta afinidade, auxilia na criação de um consenso:

“[...] as afinidades vão acontecendo, então, às vezes a gente já sabe até dentro do nosso naipe, por exemplo, pra quem é melhor pedir alguma coisa ou ver um revezamento ou do jeito que vai ver, agente vai aprendendo a lidar com as pessoas e no meu trabalho fora da orquestra é...Pra mim é o grande

aprendizado do compositor é ver quais músicos tem interesse nesse tipo de música, música contemporânea e que topam muitas vezes o trabalho é voluntário, tem que ter um laço de confiança muito forte, por que já aconteceu de...Músico desistir duas semanas antes e aí me deixa em uma situação absolutamente quase incontornável". (Entrevistado nº 5 – 13 out. 2013).

O processo de negociação entre os agentes da orquestra exibiria, conforme a fala do entrevistado, a necessidade de criação de uma proximidade, do reconhecimento de um laço de confiança entre os músicos como forma de estimular a abertura de um maior espaço a execução de obras diferenciadas. Tal perspectiva se aproxima do cenário já analisado sobre os atributos que influenciam a manifestação da criatividade e o seu reconhecimento enquanto uma novidade na organização⁹³, contexto que passa a exigir dos agentes um maior grau de flexibilidade no que se refere à percepção das normas e valores institucionais.

Limitações decorrentes da burocracia

O objetivo desta seção é o de analisar a tensão existente entre a dimensão burocrática que envolve as atividades artístico-profissionais de músicos e regentes da OSPA e da orquestra da PUCRS.

As informações descritas pelos regentes da OSPA (Entrevistado nº 7) e da orquestra da PUCRS (Entrevistado nº 8) representam um significativo conjunto de dados, na medida em que exemplificam o cotidiano de trabalho em *equipe* dos regentes, que exigem, além de suas ações enquanto músico de orquestra (maestro), ações junto às coordenações de suas orquestras, ligadas a captação de recursos financeiros/ patrocínios, e de estabelecimento de relações com diferentes atores governamentais (Secretaria Estadual da Cultura e o próprio Ministério da Cultura). O contexto de trabalho dos regentes entrevistados pela pesquisa evidenciaria, neste sentido, aspectos do uso das habilidades sociais dos agentes em relação à cultura institucional de suas organizações.

O entrevistado nº 8 (Regente orquestra da PUCRS) quando questionado sobre o tema da burocracia, inicia sua fala descrevendo a estrutura organizacional em que a orquestra está inserida:

⁹³ Ver: pg. 130 e seguintes.

Nós estamos inseridos dentro de um contexto, um contexto da PUCRS. O nosso departamento aqui ele..Ele funciona ligado a..Pró Reitoria de Extensão né, a Pró Reitoria de Extensão tem o...Pró Reitor, depois tem os diretores de departamentos e nós fazemos parte do Departamento de Cultura, ou melhor, do Instituto de Cultura da PUCRS. Tem ahm...outros institutos...Outros departamentos dentro deste instituto né...Nós fazemos o departamento da...Da orquestra e coral e nisto a gente tem ahm.. A carga horária.

Considerando a arquitetura organizacional descrita pelo entrevistado, em um trecho mais adiante, ele informa características do seu trabalho e o modo como a burocracia se expressaria:

“Nós temos assim, mais planos, estratégias de como...Como desenvolver o trabalho. E dentro disso a gente faz o possível com o dinheiro que a gente consegue, com o patrocínio que a gente consegue, com o dinheiro da própria PUCRS que a gente consegue. Então a gente vai operando com o que temos, mas existe sim uma...Um planejamento, por exemplo, de muita atividades, de atingir o nosso público aqui dentro, de levar a música para fora da universidade e também agregou isso os Concertos Comunitários eles entram na nossa programação, a gente também tem eles como objetivos, então acaba sendo não, não uma cobrança, mas sim uma direção”. (Entrevistado nº 8 – 25 abr. 2013).

A fala do regente da orquestra da PUCRS revela a existência de várias hierarquias no interior da Universidade, onde a orquestra integra a parte relacionada à cultura⁹⁴. No que se refere à gestão *burocrática* da orquestra, o entrevistado informa não haver uma gestão muito rígida no que se refere à relação hierárquica dos agentes que coordenam a orquestra. Por outro lado, é evidenciado pela fala do regente - e considerando nossas observações durante o tempo da pesquisa de campo -, um cuidado em não ultrapassar “certas fronteiras” no que diz respeito ao uso dos recursos oriundos da Universidade, bem como, de atender as solicitações do principal grupo patrocinador da orquestra.

O bom uso dos recursos destinados pela Universidade à orquestra e o cultivo de uma boa relação de parceria entre orquestra e os patrocinadores (diplomacia de mercado), configuram um dos aspectos relacionados à burocracia nesta orquestra. Os

⁹⁴ Em nossa pesquisa de campo junto à Orquestra da PUCRS, tivemos a oportunidade de entrevistar o Pró-Reitor de Assuntos Comunitários (Entrevistado nº 12), que desempenha, entre outras funções, a de gestor de recursos econômicos na área cultural da Universidade, que correspondem, além da orquestra, o Instituto de Cultura Japonesa e o Instituto de Cultura Hispânica (área de línguas). Na *seção 5.2* serão analisados de forma mais detida os aspectos de gestão econômica dos recursos destinados a manutenção da orquestra da PUCRS.

Concertos Comunitários mencionados na fala do entrevistado são resultado de uma parceria entre a Universidade (orquestra) e um dos principais grupos supermercadistas do sul do Brasil há mais de 25 anos, consistindo em contratos por demanda onde são efetivadas apresentações em todo o estado do Rio Grande do Sul. O vínculo de trabalho deste patrocinador junto à orquestra nestes 25 anos, é bem constituído, como nos informa o entrevistado n° 8:

É por demanda mesmo, são vinte cinco anos, agente vai para o vigésimo sexto ano de patrocínio do “XXX” (Grupo supermercadista), eles nos contratam. Onde a gente inclui na nossa programação e desenvolvemos o repertório, ahm...A nossa diretora, ela monta o show todo né, desde iluminação até cenário, figurino, solistas. Esta parceria ela acaba entrando na nossa rotina aqui, já está há mais de vinte cinco anos. (Entrevistado n° 8 – 25 abr. 2013).

Para Reis e Santos (1996), as atividades de patrocínio cultural consistiriam em um tipo de *sinergia social*, pelo fato de a participação financeira das empresas em atividades de cunho artístico, esportivo ou social possibilitarem a sociedade o acesso a um conjunto rico e diversificado de atividades. A partir deste contexto, ações envolvendo o chamado *marketing cultural*, que, por meio das Leis de Incentivo, conforme nos aponta o estudo de Belém e Donadone (2013), as empresas passaram a incluir o incentivo à cultura em suas estratégias tributárias, expandindo-se enquanto uma lógica mercadológica para estados e municípios, e integrando outras leis nacionais sobre este tema.

Ainda no que diz respeito às limitações decorrentes da burocracia existentes na relação entre arte e mercado, analisado sob a perspectiva dos ambientes organizacionais de orquestras, o entrevistado n° 7 (Regente – OSPA) descreve o panorama que envolve as relações entre os patrocinadores e a orquestra em que trabalha:

“[...] o diretor artístico ele tem que ter essa visão também de ahm...A programação tem que ser atrativa pra ter público e pro...Pros patrocinadores, pra mídia e pra todas essas questões. Agora, quem realmente capta pra orquestra é o Presidente da orquestra. Nós trabalhamos na estratégia disso, que seja bem divulgado, que seja a obra bem executada, que seja um repertório atrativo, etc, etc, pra que haja o interesse de que o patrocinador se sintam ahm... ahm...Valorizado inclusive de né de muitas pessoas estarem assistindo aquela orquestra que ele tá patrocinando”. (Entrevistado n° 7 – 26 abr. 2013).

O distanciamento do Estado em iniciativas relacionadas ao desenvolvimento de ações com vistas à valorização dos setores culturais permite a aproximação – tanto em nível da esfera privada, quanto na esfera pública -, entre arte e setor empresarial. Em tal contexto, o chamado *empresariamento da cultura*, processo que caracteriza a atenção cada vez maior das empresas privadas no processo de produção, circulação e comercialização de bens culturais que passam a ser considerados enquanto “investimentos em ativos”. Tal contexto é verificado por conta do aumento do número de empresas “interessadas” em promover o desenvolvimento cultural por meio de patrocínios, configurando conforme nos aponta o trabalho de Wu (2006) uma diplomacia de negócios.

As falas dos entrevistados, os regentes da OSPA e da orquestra da PUCRS oportuniza a visualização de como se desenvolve este processo de aproximação entre os campos da arte e do mercado. A existência de patrocínio é constatada nas duas orquestras, e na fala do entrevistado nº 8 (regente da orquestra da PUCRS) a parceria efetiva-se há anos, tendo a realização dos *Concertos Comunitários* o ponto deste processo que envolve patrocínio e marketing cultural/de eventos culturais. A longa duração dos *Concertos Comunitários* contribuiu para o processo de consolidação do grupo supermercadista que patrocina a orquestra, o que decorre, de acordo com Reis e Santos (1996, p. 23) “de uma construção de credibilidade da marca por meio da elegância e beleza das artes”.

A idéia de formação de público para a música erudita, nesta perspectiva, também passa a ser influenciada pela aproximação entre a orquestra e a empresa patrocinadora, tendo em vista:

“[...] que quando entra a questão do patrocinador é mais um motivo pra ti trabalhar em conjunto, então tu pensar que tu tem que formar público, ou seja, fazer concerto didático, tem que ter concertos pra públicos de música popular, pra público de música erudita, pra público de música barroca em geral, o clássico, o romântico e assim por diante”. (Entrevistado nº 7 – 26 abr. 2013).

A interação entre os agentes da orquestra junto outros atores governamentais – processo que consideramos um *processo burocrático*, tendo em vista o reconhecimento de diferentes graus de hierarquia, de normas e regras institucionais por parte dos agentes da orquestra -, também foi constatada pelo estudo. Dentro deste contexto, a esfera pública demanda dos atores um maior conjunto de habilidades no que diz respeito ao

domínio e uso dos recursos destinados a induzir a cooperação nos outros agentes (FLIGSTEIN, 2007).

A movimentação dos agentes em diferentes níveis burocráticos dos órgãos ligados a Cultura, resultaria, de acordo com o depoimento do entrevistado nº 7 (regente – OSPA) em uma abertura a possíveis movimentos de cooperação entre diferentes atores governamentais:

Ter uma boa relação com a Secretaria Municipal de Cultura que às vezes pode acabar fazendo algumas coisas em conjunto, a gente é subordinado à Secretaria Estadual de Cultura e aí sim a relação é direta e total né, muitas coisas a gente pede permissão inclusive pra secretaria, pra fazer algo diferente ou ajuda deles, trabalhamos em conjunto e...Com a universidade a gente tá...Tem uma boa parceria e a gente quer fazer uma parceria mais interessante ainda em relação a escola de música da OSPA. Então, é importante esse relacionamento com todas as esferas que tratam de cultura, tanto municipal, estadual ou federal com o Ministério da Cultura e com outras secretarias também, por que também tem que haver uma transversalidade no governo, umas coisas tu precisa de outra secretaria pra aquele trabalho e tal e pra isso é importante que tu esteja ahm...Envolvido e engajado também nesse trabalho. (Entrevistado nº 7 – 26 abr. 2013).

No que tange a esfera pública, a *habilidade social*, ou seja, compreensão dos recursos disponíveis aos agentes e o modo como estes recursos tenderiam a produzir uma cooperação entre diferentes atores governamentais, tenderia a produzir, no que se refere à orquestra estatal, uma maior ou menor possibilidade de acesso a recursos diversos, bem como, de alcance e formação de públicos diversos.

Em resumo, a seção se dedicou a analisar o impacto das influências do ambiente organizacional de orquestra em relação a normas, rotinas e valores institucionais percebidos pelos músicos eruditos, em relação a: a) *rotina de estudo*; b) *desenvolvimento de habilidades de negociação na execução de obras diferenciadas*; c) *limitações decorrentes da burocracia*.

Comparativamente, no que diz respeito à percepção de uma rotina de estudos pelos músicos eruditos, a orquestra da PUCRS, por se tratar de uma orquestra que está estabelecida em um ambiente acadêmico, ofereceria uma atmosfera institucional que estimula o estudo relacionado à prática musical. A instituição privada propicia uma estrutura mais organizada em relação ao estímulo do estudo, tendo em vista o fornecimento de espaços específicos para o estudo dos instrumentos pelos músicos na própria instituição.

Em outra perspectiva, o contexto experimentado pelos músicos da OSPA - que não possuem um espaço estabelecido definitivamente – acrescidos das constantes mudanças de locais para ensaios, bem como, do transporte de instrumentos e equipamentos necessários a montagem da estrutura técnica para os ensaios, resultaria no impacto da *referência espacial* dos músicos da OSPA, conseqüentemente, nos processos ligados à rotinização de práticas institucionais.

Os aspectos ligados as limitações da burocracia, dão conta da existência de uma burocracia orientada ao mercado no interior de ambas as orquestras pesquisadas. Por este prisma, a análise das falas dos entrevistados indica a manifestação por parte destes, do uso de um conjunto de habilidades sociais destinadas à indução e ao estabelecimento da *cooperação* entre os atores da própria instituição (caso da orquestra da PUCRS com a Universidade), como também, a cooperação entre agentes de diferentes instâncias governamentais (interação da OSPA com a Secretaria Municipal da Cultura, Secretaria Estadual da Cultura, o Ministério da Cultura e as Universidades).

O estudo permite constatar que em ambas as instituições existe a mobilização por parte dos agentes entrevistados, de recursos institucionais com vistas à captação de recursos financeiros por meio de patrocínios. Uma vez estabelecida a parceria entre as organizações culturais pesquisadas e as empresas patrocinadoras, é constituída uma relação de “diplomacia de mercado” caracterizada, por um lado, pelo acesso das orquestras aos recursos financeiros disponibilizados pelas empresas, e por outro, pelo uso das instituições patrocinadoras do *status cultural*. Tal relação em nosso ponto de vista se configuraria pela agregação de um conjunto de simbologias ligadas à sensibilidade e a erudição que tenderiam, neste contexto, a compor as ações e produtos econômicos das empresas patrocinadoras.

b) Acesso à tecnologia musical

Finalizando o panorama de análises com referentes à *dimensão analítica 2: ambientes organizacionais*, passamos, agora, a discutir os dados coletados junto aos músicos da OSPA e da orquestra da PUCRS, relacionados ao acesso à tecnologia. Ao serem questionados sobre o *acesso à tecnologia musical* e o modo como a aproximação entre o campo artístico e as múltiplas possibilidades oferecidas pela tecnologia refletiriam em suas práticas musicais, os músicos da OSPA e da orquestra da PUCRS

descrevem um variado conjunto de aplicações da tecnologia em suas práticas musicais. Tais aplicações consistem desde o uso mais “padrão”⁹⁵ caracterizado pela manipulação de aplicativos *android* de smartphones - para a afinação dos instrumentos -, passando pelo uso de softwares que facilitam a elaboração de partituras pelos músicos, até usos mais “inovativos”, ligados às possibilidades de expansão das experiências estéticas musicais proporcionadas pela aproximação entre automação musical e as tecnologias de informação e comunicação, resultando em produtos inovadores como músicas para o cinema e o direcionamento da orquestra ao mercado cultural relacionado à exibição de concertos via internet.

Ao analisar os efeitos do ambiente organizacional de orquestra no que diz respeito ao acesso a tecnologia musical pelos músicos eruditos, é oportuno destacar que as informações oriundas dos entrevistados da OSPA a este questionamento, oferecem subsídios mais consistentes e uma variedade maior de dados do que as informações fornecidas pelos músicos da orquestra da PUCRS. Neste sentido, considerando a proposta deste estudo, e as intenções de pesquisa do autor, serão apresentadas a seguir as análises obtidas junto aos músicos da OSPA.

Questionado sobre o acesso a tecnologia musical e os possíveis resultados obtidos a partir desta aproximação entre sensibilidade estética, criação musical e tecnologia, o entrevistado nº 6 (Pianista – OSPA) nos informa algumas peculiaridades que envolvem a sua prática profissional de músico erudito e produtor musical:

“[...] um trabalho de estilo musical, rock, pop ou música erudita, composição mais com cordas e orquestra e tudo mais, super naturalmente né, o que às vezes a gente gostaria é poder gravar um instrumento, um violino, um *cello*, uma coisa assim e isso aí é uma coisa que às vezes por questão de custos também né fica bem mais complicado. Então eu acho que isso é o que falta um pouquinho assim mais, a questão de trabalho nós temos tudo ao nosso alcance assim, é tudo rápido, tudo dinâmico, tudo com qualidade né, tudo pra melhor prestar a melhor forma possível e até às vezes o cliente ouve e não acredita que, por exemplo, esse violino é um instrumento virtual...A tecnologia que chegou nesse ponto que aquilo é um violino. Por que na verdade esses instrumentos virtuais são o próprio instrumento ampliado da melhor forma possível em um estúdio de Hollywood... Com microfones perfeitos, com ótima captação, então

⁹⁵ Por *uso padrão* queremos nos referir ao modo como os músicos entrevistados se referiram ao contato com as tecnologias disponíveis ao trabalho musical, não configurando em uma novidade musical, bem como, a ausência de uma visão direcionada ao mercado da música erudita. Enquadram-se neste perfil todos os músicos da orquestra da PUCRS.

A referência de *uso inovativo* da tecnologia se justifica pela forma como os músicos da OSPA, os entrevistados nº 6 (Pianista) e nº 7 (Regente) se referiram ao uso coordenado entre habilidades musicais e uma postura direcionada ao mercado, associadas às possibilidades de criação musical fornecidas pelas tecnologias musicais.

é como se fosse tocado, então não é nada virtual, não é uma... Não é uma onda, uma frequência que tá imitando o violino, é o próprio violino”. (Entrevistado nº 6 – 26 mai. 2013).

O entrevistado nº 6, conforme já explicitado em seções anteriores, exerce de forma paralela as atividades de músico de orquestra e de produtor musical em uma agência de publicidade em Porto Alegre. Neste sentido, podemos perceber que a aproximação entre o conhecimento/habilidade musical demonstra uma tendência a potencialização da qualidade da obra musical, verificada tanto em nível instrumental quanto em nível de percepção (audiabilidade) humana.

As relações criativas desenvolvidas por este *músico erudito-produtor musical* demonstram que ao pensarmos sobre a convergência entre tecnologia e arte (música), o uso da tecnologia, tenderia, conforme apontam Bacal e Naves (2010, p. 165), a se tornar uma categoria substantivada, oferecendo uma variedade de possibilidades relacionadas à autenticidade, sensibilidade e originalidade de produções musicais.

Na fala do entrevistado nº 6 percebemos sua referência aos chamados “instrumentos virtuais” e o modo como estes instrumentos virtuais passariam a ampliar ainda mais a qualidade e a experiência da obra musical. O uso de tecnologias digitais na música é lembrado por Bacal e Naves (2010) enquanto um processo característico do início dos anos 1990, que se destacou pela substituição dos “instrumentos analógicos” pelos “instrumentos digitais”, tendo em vista a popularização dos microcomputadores na década de 1990. Para os autores, este cenário de inovação tecnológica possibilitou o incremento da carreira artística de músicos e produtores na medida em que:

Poderíamos dizer que não só as diversas tecnologias e os ofícios de seus operadores são ressignificados ao longo das últimas décadas, como também as terminologias aplicadas às elaborações artísticas. Assim, por exemplo, termos como “experimentação” e “invenção”, entre outros, originalmente proferidos no domínio da ciência e apropriados pelas vanguardas artísticas do início do século XX, passaram a ser utilizados no mundo digital contemporâneo com um significado diferente. Diferente em que sentido? No contexto vanguardista, “experimentação” e “invenção” adquirem os seus sentidos a partir do ideal da *tabula rasa*, que prevê a construção de uma nova ordem estética e cultural sobre os destroços do que se considera tradicional. (BACAL e NAVES, 2010, p. 181).

A aproximação da arte e da tecnologia tenderia – no caso da música erudita –, a uma potencialização dos processos criativos relacionados ao desenvolvimento de texturas musicais singulares e originais elaboradas a partir da sensibilidade estética do entrevistado nº 6. A perspectiva da *inovação artística*, que foi apresentada na seção “Reconhecimento da novidade”, referente à categoria criatividade (p.129), diz respeito aos processos de desenvolvimento de criações em que os agentes qualifiquem os processos de desenvolvimento já existentes (inovação incremental) ou criem formas artísticas totalmente novas (inovação radical).

O trabalho do músico erudito quando analisado sob a perspectiva do seu acesso à tecnologia, oferece subsídios para pensarmos o papel das organizações no que diz respeito ao estímulo a inovação. A inovação artística pensada em termos de ambiente organizacional de orquestras tenderia a se manifestar em espaços caracterizados por relações de trabalho mais horizontais e menos hierárquicas (Howkins, 2013; Florida, 2011; Cunningham, 2004), contribuindo para a flexibilidade dos processos de criação musical, conforme nos esclarece o entrevistado nº 6 músico-produtor:

“[...] às vezes, fica muito engessado na pauta, na leitura musical, na expressão, por que lá [na orquestra] tem todas as informações, então ele apenas, ele interpreta as informações que tá lá, diferente às vezes do trabalho quando eu to aqui na produtora. Às vezes a gente tem que compor linhas de expressão, uma linha de violino que parta naturalmente e que seja livre né por que, por exemplo, a gente não tem esse tempo, por exemplo, de sentar e escrever no papel né, por exemplo, né como a maioria dos grandes compositores, a maioria dos grandes compositores sentam e vão fazendo no papel direto, na partitura, não, a gente já é um processo bem mais rápido né, por que a gente já vai pro instrumento e já faz a composição, comendo e gravando, mais ou menos assim, e toda, e...E essa questão tu falou a agência também colabora, os chefes colaboram.”(Entrevistado nº 6 – 26 mai. 2013).

A dinâmica de trabalho criativo com a música erudita e as possibilidades de experimentação musical decorrentes do trabalho de produtor musical, destacadas pelo entrevistado nº 6, oportunizam um interessante panorama de análises no que diz respeito ao acesso a tecnologia e seus resultados em termos de criatividade coletiva. Ao considerarmos o seu trabalho na orquestra (OSPA), o entrevistado tenderia a se relacionar com limitações institucionais sobre sua atuação de pianista, uma vez que, enquanto agente desta organização, está *imerso* em valores e convenções reconhecidas coletivamente, devendo, portanto, ser manifestada em sua prática individual de pianista da orquestra. A performance musical executada pelo entrevistado nº 6 na orquestra,

analisada sob a perspectiva da criatividade coletiva e das potencialidades oferecidas pela tecnologia, tenderia a resultar em algo novo a partir do momento em que o entrevistado interagisse com uma rede de agentes no interior da orquestra (músicos/regente), que apresentariam um maior ou menor interesse em utilizar os recursos tecnológicos em suas performances musicais na orquestra.

O que se quer destacar é que a passagem da *criatividade individual* a *criatividade coletiva* quando analisada sob a influência da tecnologia, tenderia a se relacionar ao uso dos recursos oferecidos pela organização, do reconhecimento dos constrangimentos e da habilidade do agente em coordenar informações e conhecimentos originadas em diferentes organizações.

Outro aspecto relacionado ao acesso a tecnologia que pode ser constatado durante a pesquisa de campo realizada junto aos músicos da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (OSPA), diz respeito à percepção dos agentes sobre as potencialidades relacionadas à transmissão *ao vivo* dos concertos da OSPA, via *internet*. O encontro das tecnologias de informação e comunicação com as artes performáticas - que tenham a existência de música em conjunto *ao vivo* como ponto em comum -, como por exemplo, óperas, operetas, concertos e ballet, têm proporcionado um maior acesso do público interessado em produtos culturais que tenham a oferecer a *experiência* sonora e estética como serviço diferenciado.

A mudança na estratégia de organização e gestão das orquestras nos últimos anos tem ocasionado uma maior aproximação entre músicos e uma diversidade cada vez maior de públicos. Ademais, considerando a criação de uma nova atitude em relação ao público, as orquestras na atualidade também são responsáveis por firmar parcerias entre atores governamentais em nível local, regional e global, bem como, de potencializar a divulgação de empresas privadas que buscam na arte um meio de atingir um determinado público consumidor.

O panorama contemporâneo caracterizado pelo *mix* entre música erudita, arranjos com outros gêneros musicais associados a um amplo e diversificado conjunto de tecnologias sonoras que vão desde sistemas automatizados e softwares de criação ligados em rede até a importância de salas sinfônicas destinadas exclusivamente à experiência com a música clássica, é apresentado na reportagem “*O guia moderno da música clássica*”⁹⁶. Na matéria são destacadas as novas performances realizadas por

⁹⁶ Ver: SZABATURA, Taísa. In: **Revista Alfa**, Editora: Abril. edição de junho de 2013.

orquestras internacionais como a Filarmônica de Berlim, Sinfônica de Los Angeles, Sinfônica de Londres, a Royal Concertgebouw, de Amsterdã e a Sinfônica Simon Bolívar, na Venezuela, que unindo atributos como valorização da tradição e excelência técnica, orientadas a busca do *novo* - através da atuação inovadora dos regentes e o diálogo com texturas musicais e artísticas diversas -, tornaram-se referência no mercado de shows/concertos pela internet.

A inovação artística no interior das orquestras através do acesso a tecnologia tenderia a resultar em estímulos para os *músicos*, que passam a integrar um maior número de espaços/ambientes culturais, fato que atuaria como estímulo as habilidades criativas. Para as *organizações*, conforme destaca o documento “*Orchestras in the Future*”⁹⁷, da *Association British Orchestra* (Associação Britânica de Orquestras - ABO) a divulgação do nome da orquestra através do mercado de espetáculos via *internet*, representa um novo e variado conjunto de investimentos, na medida em que a orquestra enquanto uma marca/uma grife reconhecida pela sociedade, se caracteriza por sofrer um processo de valorização econômica da criatividade coletiva.

Pensado em termos de instituições criativas, o estímulo ao desenvolvimento do mercado de concertos via internet encontra na atualidade aquilo que Florida (2011, p. 48) denomina de “estrutura social da criatividade” na medida em que: 1) constituem novos sistemas voltados para a criatividade tecnológica e o empreendedorismo [cultural]; 2) por representarem modelos mais eficazes para a produção de bens e serviços e 3) um vasto meio social, cultural e geográfico propício a todo tipo de criatividade [redes sociais].

A fim de analisar de forma mais detida os efeitos do acesso a tecnologia pelos músicos da OSPA, iremos retomar a problematização sobre a valorização da orquestra enquanto uma *marca* e o modo como, a partir do acesso dos músicos a tecnologia, poderíamos identificar elementos que confirmassem a inserção da OSPA no contexto global de comercialização de concertos via internet.

Os bens, produtos e serviços produzidos no contexto da economia criativa apresentam como principal aspecto distintivo a valorização econômica de atributos simbólicos que passam a ser utilizados de forma a oferecer algo novo e original. Ao considerar isso, o que se quer destacar é que a idéia de *simbólico* no caso de uma orquestra está diretamente relacionada à qualidade técnica e ao reconhecimento social

⁹⁷ Disponível em: <http://www.abo.org.uk/developing/publications.aspx>

que o conjunto de músicos obtém ao transformar criatividade coletiva em uma experiência musical, configurando, com isso, a valorização econômica de uma instituição cultural com grande reconhecimento cultural (simbólico) como é o caso da OSPA.

O êxito da inserção da OSPA no mercado de concertos via internet ocorreria, neste sentido, por conta do estabelecimento de uma rede social construída através do nível de prestígio da instituição, dotando-lhe de um grande poder social (STEINER, 2006). Para analisarmos o processo de reconhecimento social do prestígio da OSPA, como forma de mapearmos os principais elementos inseridos na valorização econômica desta *instituição*, em decorrência de sua entrada no mercado de concertos via internet, reproduzimos, a seguir, um trecho do depoimento do entrevistado nº 10 (Gestor administrativo – OSPA) ao ser questionado sobre o nível de integração da OSPA ao mercado da música em Porto Alegre:

A orquestra sinfônica de Porto Alegre ela é uma grife. Porque que é uma grife? Por que é um nome que todo mundo conhece, sabe? É..Como é que eu vou te explicar, todo mundo fala em OSPA, ela é top, é uma orquestra que tá inserida dentro do contexto cultural, oficial, do estado, como nacional, a orquestra sinfônica de Porto Alegre muitas vezes o pessoal confunde que é de Porto Alegre, não, mas ela não é municipal, ela é estadual né, até por que a gente é solicitado por todo o estado pra tocar, pra fazer apresentações, feiras, para empresas, nós temos vários, vários, eu acho até que o maestro falou contigo, mas pro interior a gente faz também, a gente faz caravanas pelo interior. Então, a orquestra, assim, ela é muito importante pra sociedade, principalmente pra cultura. (Entrevistado nº 10 – 07 ago. 2013).

A fala do entrevistado nº 10 possibilita a percepção do modo como a OSPA enquanto instituição (marca) integra uma variedade de redes econômicas, estabelecidas com base no reconhecimento cultural e social da organização. Em um ambiente de negócios marcado pela valorização de ativos intangíveis, fatores como criatividade, singularidade e prestígio, quando associados a uma base tecnológica no que se refere à variedade de instrumentos musicais, a estrutura acústica e as facilidades de comunicação de dados proporcionadas pelas TIC's, indicam algumas pistas de como se dá o surgimento de um *produtivo criativo*. Considerando este contexto, vejamos a fala do entrevistado nº 7 (Regente – OSPA), ao analisar o exemplo oferecido pela inserção da Filarmônica de Berlim no mercado de concertos via *internet*:

A Filarmônica de Berlim, por exemplo, eles gravam o concerto e já às vezes transmite ao vivo o próprio concerto... E depois eles vendem pela internet aquele concerto, aquelas obras, então isso certamente nós vamos fazer quando estiver na sala sinfônica... Por que é... É uma ferramenta que se usa agora, não é nem a ferramenta do futuro é a ferramenta atual, as orquestras não tem, não tem muito mais gravado CD, mas sim feito essas gravações e hoje tu transmite *ao vivo*, e depois vende pela internet o determinado concerto, a pessoa compra lá por um valor bem acessível e tal. É esse é o mercado atualmente. (Entrevistado nº 7 – 26 abr. 2013).

O acesso à tecnologia, no contexto acima reproduzido, seria responsável por oferecer uma variedade de oportunidades de negócios, envolvendo a música orquestral. Conforme procuramos destacar até o momento, o questionamento acerca do *acesso à tecnologia* obteve um grau satisfatório de informações somente quando considerados os músicos da OSPA. Neste sentido, é interessante verificar que em se tratando de acesso à tecnologia, a orquestra pública – que possui o maior número de problemas ligados a infra-estrutura -, oferece uma variedade de subsídios no que diz respeito à valorização econômica da música, originada pelo reconhecimento e prestígio a instituição. Em relação ao depoimento do entrevistado nº 7, cabe destacar a importância cultural e tecnológica da *Sala Sinfônica da OSPA*, que ao ser entregue a comunidade gaúcha, representará um marco tecnológico em se tratando das potencialidades de estímulo à inovação artística da música erudita⁹⁸.

Esta seção teve como objetivo analisar as principais características relacionadas ao estímulo da criatividade por meio do *acesso à tecnologia* pelos músicos da OSPA e da orquestra da PUCRS. Neste sentido, cabe destacar, conforme informado no início desta seção, que o questionamento sobre o acesso a tecnologia pelos músicos eruditos obteve um retorno satisfatório somente quando considerados os músicos da OSPA. Os dados coletados junto aos músicos da orquestra da PUCRS destacam um perfil *padrão* de uso das tecnologias de informação e comunicação quando comparados aos músicos da OSPA, caracterizado em grande medida, pelo uso de funções utilitárias, ligadas ao processo de afinação dos instrumentos por meio de aplicativos de *smartphones* e o uso de *softwares* para a criação musical.

Comparativamente, constatamos uma variedade maior de possibilidades ao estímulo da criatividade no ambiente organizacional, quando considerados o uso da

⁹⁸ Para um aprofundamento sobre os estímulos à inovação artística proporcionados pelas salas sinfônicas, indicamos o retorno à *seção 1.2* desta dissertação, dedicado a análise socioeconômica do surgimento e desenvolvimento dos espaços especializados de se ouvir música.

tecnologia pelos músicos da OSPA. A partir da amostra de entrevistados selecionados da OSPA, foi verificada a existência de dois tipos *potenciais* de uso da criatividade pelos agentes desta orquestra. O primeiro tipo é marcado pelo uso individual da criatividade pelo agente, e está baseado no processo de interação do entrevistado com o uso de tecnologias sonoras de ponta, tendo em vista a dupla atividade profissional do entrevistado: músico de orquestra e produtor musical. Neste caso, o contato com a tecnologia sonora e a percepção do ambiente cultural da música erudita, tenderia a produzir um conjunto maior de estímulos à criatividade do agente, que é direcionada tanto para o ambiente cultural da orquestra quanto para o ambiente de negócios da produção musical (publicidade).

O uso das tecnologias seria responsável por estimular um segundo tipo de uso da criatividade, conforme nossas observações de campo e os dados obtidos junto aos músicos da OSPA, configurando uma manifestação coletiva da criatividade. De acordo com o entrevistado (regente), as possibilidades de trabalho e de negócios envolvendo a música erudita na atualidade estariam diretamente relacionadas ao contato cada vez maior entre a música erudita e as TIC's, o que seria verificado no caso dos concertos e shows musicais vendidos pela internet. As potencialidades em termos de inovação artística também são apontadas na fala dos entrevistados, que identificam como marco tecnológico a *Sala Sinfônica da OSPA*, que representará um grande avanço no que diz respeito às possibilidades de estímulo a criatividade em nível individual e coletivo, integrantes de um cenário mais amplo de fomento a inovação artística e de estímulo ao mercado da música erudita no Rio Grande do Sul.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema central abordado neste estudo refere-se às formas organizacionais no contexto da chamada economia criativa, verificando, neste sentido, especificamente o que ocorre em relação aos músicos de orquestra na cidade de Porto Alegre. A pesquisa foi desenvolvida a partir da abordagem da sociologia econômica, buscando, com isso, compreender as características das relações entre *organizações burocráticas* e *criatividade* dos agentes.

De forma a operacionalizar a coleta de dados empíricos sobre o campo da música erudita em Porto Alegre, foram entrevistados músicos, regentes e gestores culturais da *orquestra sinfônica de Porto Alegre* (OSPA) e da *orquestra filarmônica da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul* (PUCRS). Com a finalidade de verificar as relações existentes entre as organizações burocráticas e a criatividade dos agentes, o problema de pesquisa que orientou a análise dos dados empíricos se constituiu a partir do seguinte questionamento:

Quais os aspectos sócio-organizacionais que influenciam a relação entre burocracia e criatividade nas organizações?

Considerando o problema de pesquisa e a hipótese de trabalho, foram elaboradas as seguintes categorias para a coleta e análise dos dados: *a) contexto de emergência da economia criativa; b) criatividade* e *c) ambiente organizacional*.

Estas categorias de análise, por sua vez, foram orientadas pelos objetivos da pesquisa, como antes descritos.

Após a retomada da problemática que orientou o desenvolvimento do presente estudo, nos dirigimos, a seguir, ao processo de conclusão das análises. Procuramos apresentar ao longo deste trabalho o panorama de estímulo às novas formas de reconhecimento e valorização do trabalho, manifestadas por elementos como expressividade, sensibilidade, criatividade, autenticidade e originalidade, que passam, na atualidade, a potencializar um conjunto de setores produtivos da economia caracterizados pela produção de bens, produtos e serviços que tem no uso da criatividade o seu diferencial em termos de *mercado*.

Em relação à *categoria analítica* denominada **contexto de emergência da economia criativa**, em face do conjunto de análises e discussões elaboradas ao longo deste estudo, pode-se concluir que a economia criativa se apresenta como alternativa viável ao desenvolvimento econômico, tendo vista que os elementos constituintes destas novas dinâmicas sociais, econômicas e organizacionais - ligadas à valorização econômica da criatividade - teriam como núcleo gerador deste desenvolvimento o reconhecimento da diversidade cultural, da abertura ao novo e da convergência de novas formas de interação social, estimuladas pelas tecnologias de informação e comunicação (TIC's). Assim, quando analisadas em relação ao nível de impacto da *burocracia* sobre os processos de criação de músicos, regentes e gestores culturais, as estruturas organizacionais das orquestras pesquisadas, respectivamente, uma orquestra pública e uma orquestra privada, demonstrariam a existência de traços semelhantes bem com o, divergentes.

Em relação à *categoria analítica* **criatividade**, verificada por meio dos estímulos a criação, existentes no trabalho dos músicos, o estudo permite realizar as seguintes conclusões:

a) A existência de um perfil educacional – por parte dos músicos – caracterizada pela ênfase no desenvolvimento educacional dos agentes foi verificada tanto na orquestra pública, como orquestra privada. Neste sentido, considerando o trabalho criativo dos músicos eruditos como um tipo de atividade profissional com alto nível de capital intelectual, da necessidade de um aparato institucional que possibilite aos agentes o estudo relacionado ao desenvolvimento e aprimoramento técnico (de ensaios individuais/grupo/coletivo até a realização de estudos de *pós-graduação* em nível de mestrado e doutorado) as análises realizadas ao longo deste estudo permitem concluir que quanto maior a possibilidade de acesso ao desenvolvimento educacional pelos agentes, maior a será a tendência a manifestação da criatividade, tendo em vista que no ambiente cultural da economia criativa as organizações representariam espaços para o estímulo a busca de novos arranjos de trabalho, baseados no uso do conhecimento.

b) A satisfação com a performance musical, de acordo com os entrevistados, seria conquistada por meio de fatores ligados à dimensão *individual* dos agentes (excelência técnica, possibilidade de desenvolvimento educacional, reconhecimento pelos pares e pelo público), uma dimensão *organizacional*, estabelecida por meio do acesso dos

agentes aos recursos institucionais como ambiente de trabalho e valorização econômica da atividade) e dimensão *ambiental* referentes a manifestação plena do seu trabalho junto ao público.

c) A possibilidade de criação e reconhecimento da novidade no ambiente da orquestra pública e da orquestra privada apresentariam como aspecto em comum as *limitações* decorrentes da cultura organizacional das orquestras (da música erudita em si). Neste contexto, se espera do músico/da orquestra a execução das obras musicais de uma mesma forma. Portanto, ao considerar as possibilidades existentes no contexto cultural das orquestras ao estímulo á novidade por meio da inovação, concluímos que os ambientes organizacionais de orquestras pesquisados neste estudo apresentam uma tendência ao estímulo da *inovação do tipo incremental*.

d) O presente estudo pode verificar que a *singularidade da obra musical*, ocorre através da convergência da criatividade individual e da criatividade coletiva. Em específico, a singularidade da obra musical seria o resultado de uma sobreposição de habilidades sociais (criativas) ligadas à dimensão da leitura, da escuta, da interpretação, da percepção da obra musical pelos pares e pelo público, que ao serem agrupadas resultariam em um tipo de experiência estético-musical.

Em relação à *categoria analítica ambiente organizacional*, as análises desenvolvidas ao longo da pesquisa sobre a relação dos músicos com os ambientes organizacionais de orquestras apresentariam as seguintes conclusões:

- a) Constata-se que o reconhecimento e a valorização da rotina relacionada ao estudo, aos ensaios e as apresentações, possuem um melhor nível de receptividade entre os agentes da orquestra privada do que da orquestra pública. A ausência de uma infra-estrutura/de um espaço em que os agentes da orquestra pública possam *estabelecer laços de confiança* e de *referência*, se daria por meio da criação de uma cultura institucional, que seria efetivada, dentre outras formas, pela criação de um *sentimento/postura de pertencimento* do músico com o seu local de trabalho.

b) No ambiente privado de orquestra, conforme procuramos evidenciar ao longo das análises, haveria uma tendência ao acesso a tecnologia por meio de um uso restrito ao que poderíamos definir como *baixo nível de inovação*: tecnologia par uso do dia a dia. A orquestra pública, por sua vez, considerando as informações disponibilizadas pelos agentes, evidenciou um maior número de elementos - a postura dos músicos e o perfil do regente, por exemplo - que indicam a tendência a valorização da tecnologia por meio do estímulo a inovação do *tipo radical*. Neste sentido, a aproximação entre música e tecnologia, representada pela tendência de entrada da orquestra pública no mercado de shows/concertos via *internet*, constitui uma possibilidade de *inovação radical* tendo em vista a potencialização de elementos como expressividade e sensibilidade que quando associados ao instrumental tecnológico de áudio e as TIC's, tenderiam a originar novas texturas musicais como produtos culturais passíveis de comercialização via *internet*. Por fim, retomando a questão relacionada ao uso pouco inovativo da tecnologia por parte dos agentes da orquestra privada, uma possível justificativa estaria no fato de esta orquestra, em específico, estar situada em grande centro de inovação a ciência e tecnologia, o que comprovaria, de certa forma, por meio dos depoimentos dos entrevistados, que a orquestra situa-se em um campo *a parte* no que se refere a sua entrada na chamada *cultura da inovação*.

Finalmente, as análises referentes à **Habilidade social como fundamento da ação dos gestores de orquestra: aspectos sociológicos da interação entre organização e o mercado**, apontam as seguintes conclusões:

a) De forma geral, o estudo constatou a ausência de uma formação acadêmica específica para a gestão cultural/da música. A capacitação dos gestores culturais entrevistados em gerir uma organização cultural ligada à música erudita se dá através das experiências adquiridas pelos entrevistados em campos profissionais como Administração, Medicina e Arquitetura. Em tal contexto, na orquestra pública, o perfil educacional dos gestores entrevistados seria responsável por estabelecer formas de gestão cultural caracterizadas por uma *dominação burocrática* evidenciada através do domínio das regras, normas e convenções da organização e do carisma. Na orquestra privada, por sua, a experiência do gestor entrevistado em relação ao trabalho por projetos, tenderia a se manifestar em um perfil da orquestra privada, direcionado a busca por projetos, patrocínios e apoios no interior da própria organização e no mercado.

- b) Em relação aos processos ligados a captação e gestão dos recursos financeiros, a pesquisa pode verificar a ocorrência de uma “pirâmide” da sustentabilidade nas duas organizações culturais. Esta pirâmide teria em cada uma de suas pontas, os seguintes tipos de recursos financeiros: captação via leis da cultura (Estado), dos setores da iniciativa privada, interessados no poder de exibição de suas marcas pelas orquestras (*marketing cultural*) e em menor medida, a participação da comunidade local por meio de doações.
- c) As dificuldades da gestão cultural apresentadas pelos gestores das duas organizações se resumiriam em: *na orquestra privada*, a ausência de uma rede de estímulo ao desenvolvimento de ações ligadas a educação, pesquisa e inovação cultural. *Na orquestra pública*, a ocorrência de aspectos ligados a trabalho realizado pelos músicos eruditos. Em específico, a possibilidade ao acesso de benefícios institucionais ligados ao plano de carreira e de salário (já conquistados), refletiram exemplos de ações por parte da esfera pública, de atração e retenção de profissionais criativos.

Em resumo, a hipótese de trabalho deste estudo pode ser confirmada parcialmente, na medida em que a manifestação da burocracia organizacional em relação ao trabalho dos músicos, regentes e gestores culturais de orquestras influenciaria nas disposições institucionais tendendo a impactar a criatividade dos agentes da seguinte forma:

Foi verificada a influência da burocracia nos dois ambientes organizacionais de orquestra. No que se refere a *mudanças nas organizações*, de acordo com as análises elaboradas ao longo deste estudo, não foi verificada nenhuma na dinâmica organizacional das orquestras pesquisadas no que se refere ao estímulo a criatividade por parte dos músicos, regentes e gestores culturais.

Em nossa perspectiva, a ausência de mudanças nestas organizações, com vistas a atender as demandas por produtos e serviços ligados a música erudita no contexto da economia criativa, ocorreria por questões estruturais ligadas à gestão econômica destes serviços culturais. Ou seja, a ausência de uma profissionalização da gestão cultural, tanto em nível de formação, como em nível de qualidade do trabalho gestor, tende a não potencializar os atributos *plenos* ligados ao trabalho de *corpos estáveis* (orquestras, ballet, grupos de teatro, grupos de dança), ocasionando, com isso, uma limitação à criatividade dos agentes nestas organizações. Considerando este contexto ainda, a

burocracia apresenta-se como um fator de limitação a criatividade na organização privada tendo em vista o baixo nível de aproveitamento da orquestra (criatividade coletiva dos músicos) em face da grande variedade de recursos institucionais disponíveis no ambiente acadêmico em que a orquestra encontra-se inserida: unidades de ensino, centros de pesquisa em tecnologia e inovação, ambos, imersos em um *ethos de inovação* onde a arte e a cultura ainda não constituem um estímulo ao cultivo da criatividade como potência à inovação artística.

Por fim, a burocracia no âmbito da orquestra pública estudada nesta pesquisa, e em específico, no que versa as *mudanças na organização*, impacta no processo de estímulo a criatividade dos agentes na medida em que se relaciona com a ausência de um aparato fornecido pelo Estado (*equipamentos culturais*: gestores formados/com experiência na área cultural, uma rede de captação de recursos que não causem “vício”, ou que sejam limitadas, políticas de estado, etc.).

A investigação conduzida nas duas orquestras sugere algumas considerações. Primeiro, como examinado no *Capítulo 2*, o fenômeno da expansão de uma economia criativa viria constituindo novas condições tecnológicas e de mercado no setor de música, inclusive no segmento de orquestras, requerendo adaptações organizacionais e novas habilidades. Segundo, como examinado no *Capítulo 3*, tal processo pode se apoiar ou se chocar em crenças e valores consolidados, mas não seria, necessariamente, incompatível com a expressão de capacidades criativas. Portanto, como aponta o trabalho no seu conjunto, essas indicações parecem demarcar uma nova etapa de racionalização nas formas de gestão desse tipo de atividade, constatando-se a complexidade do processo de criação que dependeria de diferentes fatores do ambiente social e institucional (por exemplo, competição, demanda, tecnologia, conhecimentos, direito de propriedade, modelos cognitivos, crenças e redes de interação).

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985. 254p.

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano. Promovendo um ambiente favorável à criatividade nas organizações. **RAE – Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v.38, n.2, p. 18-25, abr./jun. 1998.

_____. **Introdução à sociologia da música**. São Paulo: Editora Unesp, 2011. 420p.

ALVES, Elder P. Maia (Org.). **Latitude** – Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia – Maceió – vol.6-nº2, jul./dez. 2012.

_____. **A economia simbólica da cultura popular sertanejo-nordestina**. Maceió: EDUFAL, 2011. 499p.

_____; SOUZA, Carlos Alexsandro de Carvalho. A economia criativa no Brasil: o capitalismo cultural brasileiro contemporâneo. **Latitude**, vol.6, nº2, 2012.

AMABILE, T. How to kill creativity. **Harvard Business Review**, p.77-87, September 1998. p. 77-87.

Assessoria de Comunicação e Marketing da PUCRS (ASCOMK). **Lançado o projeto TECNA- Parque audiovisual do RS**. Entrevista com Secretário da Cultura do Estado do Rio Grande do Sul. 03 ago. 2011. Disponível em: <http://www.planetauniversitario.com/index.php/notas-do-campus-mainmenu-73/23368-lancado-o-projeto-do-tecna-centro-tecnologico-audiovisual-do-rs>. Acesso: 09.07.2012

BACAL, Tatiana; NAVES, Santuza Cambraia. Inventando tecnologia e produzindo sons: relações estabelecidas entre produtores sonoros e tecnologias musicais. In: **Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades**. SÁ, Simone Pereira (Org.). Porto Alegre: Sulina, 2010. 310p.

BAUER, Martin W.; AARTS, Bas. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Um manual prático**. BAUER, Martin W; GASKELL, George (Orgs.). Petrópolis: RJ, 2013. 509p.

BECKER, Howard. A cultura de um grupo desviante: o músico de casa noturna. In: **Outsiders. Estudos de sociologia do desvio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. 302p.

BECKERT, Jens; RÖSSEL, Jörg. The price of art. **European Societies**, 2013. p.1-19.

BELÉM, Marcela Purini; DONADONE, Júlio César. A Lei Rouanet e o “mercado de patrocínios culturais”. **NORUS – Novos Rumos Sociológicos**, v. 1, nº 1, jan./jun. 2013.

BENDASSOLLI, Pedro; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo. Significado do trabalho nas indústrias criativas. **ERA – Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 51, n. 2, pp. 143-159 mar./abr. 2011.

BENDASSOLLI, Pedro F; WOOD JÚNIOR Thomaz. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, vol. 49, nº 1 jan./mar. 2009, pp. 10-18.

BERGER, Peter; LUCKMAN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2012. 239p.

BLANNING, Tim. **O triunfo da música. A ascensão dos compositores, dos músicos e de sua arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. 425p.

BODEN, Margaret A. O que é criatividade. In: BODEN, Margaret A. (Org). **Dimensões da criatividade**. Porto Alegre: Editora Artes Médicas, 1999. 329p.

BOLAÑO, César. **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Itaú Cultura, 2011. 127 p.

CAMPOS, Luís Melo. A música e os músicos como problema sociológico. **Revista Crítica de Ciências Sociais**. n. 78, out. 2007, p. 71-94. Disponível em: <http://www.ces.uc.pt/rccs/includes/download.php?id=962> . Acesso: 13.05.2012

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. vol. 1. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2010. 698p.

CAVES, Richard. Contracts between arts and commerce. **Journal of Economics Perspectives**, v.17, n.2, p.73-83, 2003.

COLLI, Juliana Marília. Descendência tropical de Mozart: trabalho e precarização no campo musical. **ArtCultura**, Uberlândia, v. 10, n. 17, p. 89-102, jul.-dez. 2008. Disponível em: http://www.artcultura.inhis.ufu.br/PDF17/J_Coli_17.pdf. Acesso: 20.06.2012.

COMUNIAN, Roberta. Uma cidade criativa de tipo relacional: Para uma cartografia das ligações em rede entre os setores público, privado e sem fins lucrativos nas indústrias criativas. In: **Revista Crítica de Ciências Sociais**. nº 99, 2012. p. 99-124.

CORAZZA, Rosana Icassatti. Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas. In: **Revista Brasileira de Inovação**, Campinas (SP), Jan./Jun. 2013. p.207-231.

Cultura em números: anuário de estatísticas culturais, 2009. – Brasília: Minc, 2009. 246p.

CUNNINGHAM, S. et al. Financing creative industries in developing countries. In: Barrowclough, D. & Kozul-Wright, Z. Creative industries and developing countries: voice, choice and economic growth. London and New York: Routledge, 2008. p. 65-110.

DALLA COSTA, Armando; SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo. Economia criativa no Brasil: quadro atual, desafios e perspectivas. **Economia & Tecnologia** - Ano 07, Vol. 27 - Outubro/Dezembro de 2011, pp. 151 – 159.

DIMAGGIO, PAUL. Constructing an organizational Field as a Professional Project: U.S. Art Museums, 1920-1940. In: POWELL, Walter W; DIMAGGIO, Paul (Org.). **The New Institutionalism in Organizational Analysis**. The University of Chicago Press, 1991.

DIMAGGIO, PAUL; POWELL, WALTER. A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. **RAE**, vol. 43, nº 2, 2005. p. 74-89.

DOWD, T.J. The musical structure and social context of number one songs, 1955-1988: na exploratory analysis. **Empirical Essays in symbolic structure**. London: Routledge, 1992, p.130-157.

ETZKOWITZ, Henry. **Hélice tríplice. Universidade-Indústria-Governo**. Inovação em movimento. Porto Alegre: Edupucrs, 2009. 207p.

FAULKNER, Robert; BECKER, Howard. **Do you now? The jazz repertoire in action**. Chicago Press, 2009. 214p.

FERIA, Ernesto Piedras. México: tecnologia e cultura para o desenvolvimento integral. In: **Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: a visão dos países em desenvolvimento/organização** Ana Carla Fonseca Reis. – São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 167p.

FIALHO, Ana Letícia. Expansão do mercado de arte no Brasil: oportunidades e desafios. In: **O valor da obra de arte**. São Paulo: Metalivros, 2014. 238p.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R. & AMARAL, A.. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013. 239p.

FRANÇOIS, Pierre. Is “cost disease” contagious? The case of early music ensembles. **Sociologie du travail**, Paris, France, n. 49, p. 34-49, 2007. Disponível em: <<http://pierrefrancois.wifeo.com/documents/Convention-GB.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2012.

_____. Production, convention and power: constructing the sound of an early music orchestra. **Sociologie du travail**, Paris, France, nº 47 pp. 57 - 70 , 2005.

FLEW, Terry; CUNNINGHAM, Stuart. Creative industries after the first decade of debate. **The Information Society**, 26 (2), 2010, p. 113-123.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2002. 405p.

_____. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009. 164p.

FLIGSTEIN, Neil. Habilidade social e teoria dos campos. **RAE**, abr./jun. 2009. 20p.

_____. **The architecture of markets: an economic sociology of twenty-first-century capitalist societies**. Princeton University Press, 2001. 273p.

FLORIDA, Richard. **Ascensão da classe criativa**. Porto Alegre: L&PM, 2011. 434p.

GOLGHER, A. B.. A distribuição de indivíduos qualificados nas regiões metropolitanas brasileiras: a influência do entretenimento e da diversidade populacional. **Nova economia**, Belo Horizonte, v.21, n.1, p.109-134, jan./abr. 2011.

GIDDENS, Anthony. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 200. 458p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999. 278p.

GIL, Marisa Adán. Criatividade dá dinheiro. Saiba como usar os princípios da economia criativa para abrir um negócio. **Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios**. n°. 285, out. 2012.

GUIMARÃES, Sonia K. Empreendedorismo intensivo em conhecimento no Brasil. **CADERNO CRH**, Salvador, v. 24, n. 63, p. 575-591, set./dez. 2011.

HALL, Peter; TAYLOR, Romary C. As três versões do neo-institucionalismo. **Lua Nova**, n° 58, 2003. p. 193-223.

HEINICH, Nathalie. **Sociologia da arte**. Bauru, SP: Edusc, 2008. 177p.

HERSCHMANN, Micael. Crescimento dos festivais de música independente no Brasil. In: **Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades**. SÁ, Simone Pereira (Org.). Porto Alegre: Sulina, 2010. 310p.

_____. Carência de dados e desafios metodológicos para o desenvolvimento de estudo da indústria da música. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 20, n° 1, p. 131-148, jan./abril. 2013.

HOWKINS, John. **Economia criativa. Como ganhar dinheiro com idéias criativas**. São Paulo, Makron Books, 2012. 271p.

HUTTER, Michael et al. *Research Program of the Unit « Culture Sources of Newness »*. Discussion Paper SP III 2010-405. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), 2010. 38p.

JULIEN, Pierre-André. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010. 342p.

KOTHE, Fausto. et ali; A motivação para o desenvolvimento do trabalho de músicos de orquestra. *Per Musi – Revista Acadêmica de Música*, nº 25, jan./jun. 2012. 125p.

LAGO Jr., Sylvio. **A arte da regência: história, técnica e maestros**. Rio de Janeiro: Lacerda Editores, 2002. 647p.

LIMA, Selma Maria Santiago. **Pólos criativos. Um estudo sobre os pequenos territórios criativos brasileiros**. Brasília, Ministério da Cultura, 2011/2012. 168p.

LIPOVETSKY, Gilles & SERROY, Jean. **A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. 206p.

LOVELOCK, William. **História concisa da música**. São Paulo: Martins Fontes, 2001. 193p.

MACHADO-DA-SILVA, Clovis L.; GUARIDO FILHO, Edson R.; ROSSONI, Luciano. Campos organizacionais: seis diferentes leituras e a perspectiva da estruturação. Curitiba: In: **RAC – Revista da Administração Contemporânea**, Edição Especial, ANPAD, 2006. 137p.

MARTINDALE, Colin. Como podemos medir a criatividade de uma sociedade? In: BODEN, Margaret A. **Dimensões da criatividade**. Porto Alegre: Editora Artes Médicas, 1999. 287p.

MARTIN, Peter J. **Sounds and society: themes in the sociology of music**. Manchester University Press. Oxford, 1995. 281p.

MAY, Tim. **Pesquisa social: questões, métodos e processos**. Porto Alegre: Artmed, 2004. 237 p.

MELEIRO, Alessandra; FONSECA, Fábio. Economia criativa: uma visão global. In: **Latitude – Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia**, Maceió. Vol. 6, nº 2, p. 1-300.

MELGUIZO, Jorge. Medellín, uma cidade criativa. In: **Cidades criativas: perspectivas**. REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter, (Orgs.). São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. 274p.

MEYER, John W. Reflections on Institutional theories of organizations. In: **The Sage Handbook of Organizational Institutionalism**. Sage Publications, 2008. 424p.

NEWBIGIN, John. **Economia criativa: um guia introdutório**. British Council, 2010. 102p.

NORTH, Douglas. **Custos de transação, instituições e desempenho econômico**. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 2006. 40p.

PEREIRA, Júlio César R. **Estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais**. São Paulo: Edusp, 2001. 155p.

PINA e CUNHA, Miguel. A arte dos improvisadores: a busca da standardização na música e nas organizações. **Organizações e sociedade**, v. 12, nº 32, jan./mar. 2005. p. 93-104

Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. 154p.

PINE, Joseph; GILMORE, James H. Welcome to the experience economy. **Harvard Business Review**, july-august, 1998. pp. 98 – 106.

PRESTES FILHO, Luis Carlos (Org.). **Cadeia produtiva da economia da música**. Editora *e-papers*, 2005. 657p.

PRIKLADNICKI, Fábio. A ópera volta por cima. **Zero Hora**, Porto Alegre, 18 ago. 2012. Segundo Caderno, matéria de capa.

RAYNOR, Henry. **História social da música: da idade média a Beethoven**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981. 434p.

RAUD-MATTEDI, Cecile. A construção social do Mercado em Durkheim e Weber: análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. vol. 20, nº 57, p. 127 – 208, fev. 2005.

REIS, Ana Carla Fonseca; SANTOS, Rubens da Costa. Patrocínio e mecenato: ferramentas de enorme potencial para as empresas. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.36, n. 2, p. 17-25, abr./mai./jun. 1996.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável. O caleidoscópio da cultura**. Barueri, SP: Manole, 2007. 353p.

REIS, Ana Carla Fonseca; URANI, André. Cidades criativas: perspectivas brasileiras. In: **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de soluções, 2011. 167p.

Research and innovation systems in the production of digital content and application. **Report for the National Office for the Information Economy**, Australia, set. 2003. 74p.

ROGERS, Carl. Para uma teoria da criatividade. In: **Torna-se pessoa**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1997. 382p.

ROSA, Maria Virgínia de Figueiredo Pereira do Couto. **A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismo para validação dos resultados**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008. 107p.

ROY, William G.; DOWD, Timothy. What is sociological about music? **The Annual Review of Sociology**. Atlanta, USA, n. 36, p. 183–203, 2004 Disponível em: <<http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.soc.012809.102618>>. Acesso em: 30 jun. 2012.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas Culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios. In: RUBIM, Albino; BARBALHO, Alexandre (Org.) **Políticas Culturais Públicas no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007. p. 133 – 156.

RUSKIN, John. **A economia política da arte**. Rio de Janeiro: Record, 2004. 190p.

SEGNINI, Liliana Rolfsen Petrilli. Criação rima com precarização: análise do mercado de trabalho artístico no Brasil. **XIII Congresso Brasileiro de Sociologia**, Campinas: SP, 2007. 38p.

SEBRAE. **Estudos de mercado: música independente**, 2008. 84p.

SEKEFF, Maria de Lourdes. **Da música, seus usos e recursos**. São Paulo: Editora Unesp, 2007. 189p.

SCHAFER, R. Murray. **A afinação do mundo: uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora**. São Paulo: Editora Unesp, 2011. 382p.

SCHUTZ, Alfred. **Sobre fenomenologia e relações sociais**. Petrópolis,RJ: Vozes, 2012. 353p.

SIMIS, Anita. A política cultural como política pública. In: RUBIM, Albino; BARBALHO, Alexandre (Org.) **Políticas Culturais Públicas no Brasil**. Salvador:EDUFBA, 2007. p. 133 – 156.

SMELSER, Neil & SWEDBERG, Richard (Eds.). **The handbook of economic sociology**. New York: Russell Sage Foundation, 2005.

SOLANAS, Facundo. Economia criativa e as possibilidades de desenvolvimento na Argentina. In: **Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento/organização** Ana Carla Fonseca Reis. – São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

STEINER, Philippe. **A sociologia econômica**. São Paulo: Atlas, 2006. 134p.

STERN, Mark J.; SEIFERT, Susan C. From Creative Economy to Creative Society A social policy paradigm for the creative sector has the potential to address urban poverty as well as urban vitality. In: **Creativity & Change**. Jan. 2008.

SWEDBERG, Richard. **Max Weber e a idéia de sociologia econômica**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005. 388p.

THÉRET, Bruno. As instituições entre as estruturas e as ações. *Lua Nova*, nº 58, 2003. p. 225-254.

TOLILA, Paul. **Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas**. Tradução: Celso M. Pacionik. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007. 141p.

VALIATI, Leandro. **Indústria criativa no Rio Grande do Sul**. 2ª. Ed.. Porto Alegre: FEE, 2013.

WEBER, MAX. **Os fundamentos racionais e sociológicos da música**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1995. 159 p.

_____. **Ensaio sobre a teoria das ciências sociais**. São Paulo: Editora Centauro. 132 p.

_____. **Economia e sociedade**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2009. 464 p.

WEICK, Karl. A estética da imperfeição em orquestras e organizações. **RAE**, jul./set. vol. 42, nº 3, 2002. p. 6-18.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2000. 239p.

WOLFF, Janet. **A produção social da arte**. Rio De Janeiro: Zahar Editores, 1982. 167p.

WU, Chin Tao. **Privatização da cultura – a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2006. 406p.

UNCTAD. **Relatório de economia criativa**. 2010. 543p.

_____. **Creative Economy Report 2013**. Especial edition: widening local development pathways. 190p.

ANEXO A – ROTEIRO DE ENTREVISTAS - MÚSICOS

ROTEIRO DE ENTREVISTAS

GESTÃO DA CRIATIVIDADE: ESTUDO DOS ARRANJOS ORGANIZACIONAIS DE ORQUESTRAS NO CONTEXTO DA ECONOMIA CRIATIVA

Agentes: Músicos

CATEGORIA 1: CRIATIVIDADE

- A. Perfil educacional/Nível de interação com ambientes artístico-culturais diversos;
- B. Experiência na carreira musical: aspectos relevantes das experiências vividas;
- C. Compõe obra musical? Influência de seu repertório cultural/individual existente no processo de desenvolvimento do discurso musical (harmonia);
- D. Elementos que influenciam a performance artístico-musical do músico;
- E. Influência da organização na criação da obra musical: ESTÍMULOS/LIMITES;
- F. Nível de reconhecimento por parte da orquestra pela criação de uma obra e/ou novo modo de interpretação/condução de uma obra musical;
- G. Posição sobre os fatores que delimitam a singularidade da obra musical

CATEGORIA 2: AMBIENTE ORGANIZACIONAL

- A. Aspectos organizacionais das orquestras em que desempenha atividade profissional: normas/rotinas/valores institucionais;
- B. Descrição das influências das normas/rotinas/valores institucionais sobre o trabalho e/ou interação com outros agentes da orquestra;
- C. Grau de envolvimento do músico com a obra musical;
- D. Grau de satisfação/envolvimento do músico com o ambiente institucional;
- E. Percepção do músico sobre a recepção da obra musical pelo mercado;
- F. Acesso à tecnologia musical: instrumentos/cursos (composição/interpretação/educ.contin.).
- G. Papel dos laços de confiança no processo de produção da obra artístico-musical: relações com os colegas/superiores/mercado;

ANEXO B – ROTEIRO DE ENTREVISTAS – REGENTES

ROTEIRO DE ENTREVISTAS

GESTÃO DA CRIATIVIDADE: ESTUDO DOS ARRANJOS ORGANIZACIONAIS DE ORQUESTRAS NO CONTEXTO DA ECONOMIA CRIATIVA

AGENTES: REGENTES DE ORQUESTRA

CATEGORIA 1: CRIATIVIDADE

- A. Perfil educacional/Nível de interação com ambientes artístico-culturais diversos;
- B. Experiência na carreira musical: aspectos relevantes das experiências vividas;
- C. Percepção do regente sobre sua atividade artístico-profissional;
- D. Grau de envolvimento emocional com a obra musical;
- E. Processo de criação do repertório musical (individual/parceria com a direção artística da orquestra/com os músicos);
- F. Acesso à tecnologia musical;
- G. Nível de cooperação existente entre os integrantes da orquestra;
- H. Modos como a orquestra estrutura seus ensaios (individual ou coletivo);
- I. Posição sobre os parâmetros que referenciam o *valor econômico* da singularidade da obra musical (preço CD/ingressos espetáculos);

CATEGORIA 2: AMBIENTE ORGANIZACIONAL

- A. Aspectos organizacionais das orquestras em que desempenha atividade profissional: normas/rotinas/valores institucionais;
- B. Descrição das influências das normas/rotinas/valores institucionais sobre o trabalho e/ou interação com outros agentes da orquestra;
- C. Grau de envolvimento emocional com a instituição;
- D. Perfil gerencial da organização: aspectos que estimulam/limitam a ação da regência;
- E. Valorização do novo: impacto da novidade sobre as rotinas dos sujeitos na orquestra (modos de criação e/ou interpretação musical; apropriação de técnicas);
- F. Percepção sobre o recebimento da obra musical pelo mercado da música;
- G. Posição sobre a relação entre a criação da obra artístico-musical e a propriedade intelectual (aspecto institucional)

H. Nível de influência da universidade/governamental sobre o modo de organização/atuação da orquestra;

ANEXO C – ROTEIRO DE ENTREVISTAS – GESTORES CULTURAIS

ROTEIRO DE ENTREVISTAS

GESTÃO DA CRIATIVIDADE: ESTUDO DOS ARRANJOS ORGANIZACIONAIS DE ORQUESTRAS NO CONTEXTO DA ECONOMIA CRIATIVA

AGENTE: GESTOR CULTURAL DA ORQUESTRA

CATEGORIA 1: CRIATIVIDADE

- A. Perfil educacional/Experiências anteriores/Nível de interação com ambientes artístico-culturais diversos;
- B. Peculiaridades sobre a gestão econômica da obra musical;
- C. Processo de valorização econômica da novidade e da qualidade da obra musical;
- D. Percepção sobre o nível de inserção/integração da orquestra junto ao mercado da música;
- E. Critérios utilizados para gerenciar a *singularidade*, enquanto um bem econômico;
- F. Processo de negociação econômica da obra musical junto ao mercado da música;
- G. Fator criatividade - influência sobre a gestão econômica da orquestra: procedimentos/metodologias/postura da gerência frente criação de um “produto” artístico diferenciado no mercado;
- H. Percepção do desempenho gerencial por conta do uso de ferramentas informacionais;

CATEGORIA 2: AMBIENTE ORGANIZACIONAL

- A. Critérios utilizados pra elaborar o *desenho* organizacional da orquestra;
- B. Descrição do mercado da música em Porto Alegre;
- C. Descrição das estratégias de inserção ao mercado da música;
- D. Incentivo à novidade: novas formas de composição/interpretação/uso de tecnologia musical;
- E. Aspectos que influenciam a elaboração de estratégias de captação de recursos para a orquestra; Principais fontes econômicas da orquestra;

- F. Habilidades necessárias ao processo de mobilização dos agentes da orquestra: músicos/regentes/diretores da orquestra;
- G. Interação com outros agentes institucionais: universidade/governo;
- H. Características da interação/negociação com outros atores do mercado da música em níveis de pré-produção, produção, distribuição, comercialização e consumo;
- I. Gestão da propriedade intelectual: percepção sobre a relação entre o que as leis/estatutos defendem e o que é praticado pelo mercado;
- J. Percepção sobre a gestão do conhecimento (musical) enquanto elemento constituinte da propriedade intelectual;
- K. Como se dá o processo de definição dos elementos/atributos existentes na performance musical da orquestra que serão protegidos pelo “Direito autoral”.
- L. Principais dificuldades na gestão da orquestra: gestão de pessoas, disponibilidade de pessoal qualificado, financiamento, relação com universidade.