



ELEMENTOS SÓCIO-HISTÓRICOS DA MÚSICA COMO ECONOMIA CRIATIVA

Socio-historical elements of music as Creative Economy

Elementos socio históricos de la música como economía creativa

Joel Felipe Guindani¹

Resumo:

Este texto propõe reflexões teórico-conceituais e de âmbito sócio-histórico com o objetivo de desacomodar o pensar sobre a música como economia criativa. Para tanto, introduz a noção de economia criativa na perspectiva socioeconômica que observa a música em sua amplitude estética. Na sequência, pondera sobre o contemporâneo denominado de capitalismo artista, em que a música é produto/produtora dessa relação entre economia e tecnologias digitais. Por fim, a perspectiva sócio-histórica é acionada para ampliar a noção da música como arte complexa, também para encaminhar o olhar reflexivo da leitora e do leitor para duas miradas finais, da dimensão socioantropológica da música e da música como um recurso criativo e de potente impacto nos âmbitos econômico, social e político.

Palavras-chave: Cultura. Economia criativa. Música.

Abstract:

This text proposes theoretical-conceptual and socio-historical reflections with the aim of disentangling thinking about music as a creative economy. To this end, it introduces the notion of creative economy into the socioeconomic perspective that observes music in its aesthetic breadth. Next, he considers the contemporary so-called artist capitalism, in which music is a product/producer of this relationship between economy and digital technologies. Finally, the socio-historical perspective is used to expand the notion of music as a complex art, also to direct the reader's reflective gaze towards two final views, the socio-anthropological dimension of music and music as a creative and powerful impact on the economic,

social and political spheres.

Keywords: Culture. Creative economy. Music.

Resumen:

Este texto propone reflexiones teórico-conceptuales y sociohistóricas con el objetivo de desentrañar el pensamiento sobre la música como economía creativa. Para ello, introduce la noción de economía creativa en la perspectiva socioeconómica que observa la música en su amplitud estética. A continuación, considera el llamado capitalismo artístico contemporáneo, en el que la música es un producto/productor de esta relación entre economía y tecnologías digitales. Finalmente, la perspectiva sociohistórica se utiliza para ampliar la noción de la música como un arte complejo, también para dirigir la mirada reflexiva del lector hacia dos miradas finales, la dimensión socioantropológica de la música y la música como un impacto creativo y poderoso en la economía, esferas sociales y políticas.

Palabras clave: Cultura. Economía creativa. Música.

Introdução

O presente texto propõe algumas provocações sócio-históricas sobre a música como economia criativa. Trata-se de uma observação da música e com a música para a dimensão histórica e socioeconômica que a constitui, sobretudo, porque a música se apresenta como um dos segmentos centrais das classificações criativas contemporâneas.

A possível compreensão da música como economia criativa é um caminho reflexivo não apenas recente, e por isso permite esta possível construção de saberes sócio-históricos não conclusivos ou, nesse caso, propositiva da leitura da música como um recurso socioeconômico.

Estruturalmente, o presente texto intenta criar certas provocações com o objetivo de desacomodar o pensar sobre a música como economia criativa a partir do seguinte caminho: inicialmente, introduz a noção de economia criativa na perspectiva socioeconômica e que observa a música em sua amplitude estética. Na sequência, pondera sobre o contemporâneo denominado de capitalismo artista, em que a música é produto/produtora dessa relação entre economia e tecnologias digitais. A perspectiva sócio-histórica é acionada para ampliar a noção da música como arte complexa e para encaminhar o olhar reflexivo da leitora e do leitor para duas miradas finais, da dimensão socioantropológica da música e da música como um recurso criativo e de potente impacto nos âmbitos econômico, social e político

Breve introdução à noção de economia criativa

O conceito de economia criativa é parte de um movimento socioeconômico oriundo de pequenas atividades/setores ou indústrias que representam a interseção entre valores econômicos, tecnológicos, culturais e estéticos. É um conceito que surge nos anos 1980 para ampliar a discussão e a compreensão da produção de bens de consumo, nesse caso, a música e seus derivados sonoros. A emergente complexidade das formas técnicas e estéticas da produção musical, sobretudo quando se objetiva a geração de renda por meio da visibilidade em redes sociais, é um dos motivos que estão na base da criação do conceito de economia criativa. Veremos, mais adiante, que esta diversidade tecnológica, produtiva, bem como a disposição de plataformas digitais, além das facilidades, trouxeram desafios de compreensão, gestão e de otimização para muitos produtores e produtoras musicais, bem como para a própria ciência e suas teorias situadas na economia política da cultura.

Assim, a música, como uma área intensamente criativa (baseada primeiro no alto investimento de conhecimento que é abstrato/imaginativo individual/coletivo), também passou a desafiar o campo da economia, talvez não tanto pela dimensão materialista e objetificada das ciências administrativas, mas pela dimensão social, cultural e política. Por esse caminho, vale dar um passo atrás e esclarecer a noção de economia como uma ciência social aplicada e não exata. Economia não se estrutura apenas em números, mercados, objetos e bens tangíveis, mas contempla comportamentos, jogos simbólicos, a produção de sentidos individuais/coletivos que se mesclam/constituem a ordem do consumo, dos estilos de vida e das subjetividades. É nessa perspectiva que a noção de economia criativa emerge e fornece luz aos diversos setores artísticos, seja pela ampliação contemporânea das formas de produção da vida – material e imaterial –, seja pela necessidade de organização, gestão e fomento dessa complexidade (CASTRO; CACCIAMALI; SUZUKI, 2021).

Como dito, o campo da economia visto desde o prisma social até o tangível-material, possibilita alargar o entendimento das manifestações sociais, da disposição de bens de consumo culturais (sobretudo a música) que avança ligeiramente na combinação do econômico com o técnico e o estético.

Sintetizando, num corte histórico de três décadas, a economia criativa é uma área do conhecimento recente, que dispõe de categorias e modos de sistematização que buscam dar conta de fenômenos, produtos ou processos que tenham como base ou insumo principal o investimento intelectual-criativo. Um conceito que é apropriado, inclusive, para observar as manifestações artístico-culturais amplas, e nesse sentido se aproxima muito de outras noções

clássicas, como a de indústria cultural e cultura de massa.² No entanto, considera-se neste artigo a perspectiva da economia criativa como um campo de conhecimento que se debruça sobre a produção musical não limitada à indústria massiva ou meramente mercadológica, mas da produção musical emergente, que ressignifica os antigos modos de produção e visibilidade, que tem permitido o acesso das obras por meio das redes *on-line* e, com isso, a ampliação de novas possibilidades de trocas de experiências, técnicas, estéticas e políticas.

O contemporâneo chamado de capitalismo artista

A economia criativa da música a partir de novas possibilidades estéticas – antes limitada às produtoras comerciais, a um círculo de público presencial ou a uma comunicação ainda analógica – é decorrente das novas formas ampliadas de produção (técnicas e tecnologias). Pode-se afirmar que um dos caminhos para a compreensão da música como economia criativa é este viés da ampliação do olhar para essa nova relação entre economia-tecnologias digitais e a produção de sentido que se expande rede afora, na medida em que se alarga a visibilidade das obras produzidas.

Vale realçar que, de um ponto de vista sócio-histórico, isto não é sintomático apenas do campo musical. Desde a Revolução Industrial, pôs-se em curso a investida da subjetividade sobre os bens de consumo. E num recorte contemporâneo, cada vez mais em praticamente tudo há esta relação economia e tecnologias digitais envernizada por certa intencionalidade estética. Em outras palavras, a geração de lucro ou de comércio de qualquer objeto, ao longo do tempo, precisou estar esteticamente amparado (LIPOVETSKY; SERROY, 2015). E nisso a música se apresenta de modo indispensável: vale observar que nas produções de conteúdo digital nas redes sociais, como o *Instagram*, por exemplo, a música é base ou transveste vídeos, fotos, anúncios, etc.

Assim, é possível perceber que a economia emergente – também de forte apelo informacional (GANZERT, 2017) – estrutura-se nas bases da estética, na performance que, segundo Lipovetsky (2015), é artística. As contradições do liberalismo contemporâneo – base ideológica desse capitalismo artista – tentam ressignificar o sentido hamônico da vida por meio de bens com apelo poético. Em outras palavras, nenhum produto avança ou sobrevive sem um sentido estético que o constitui ou no mínimo permeia a sua performance, seja nas vitrines das ruas ou nas galerias das redes sociais. E a música, além de um elemento por si só criativo, estético, cultural, etc., agora também se apresenta como elemento transversal a todos os demais produtos vendáveis, comestíveis, usáveis, cambiáveis e, portanto, artísticos por necessidade (LIPOVETSKY, 2015).

Por esse caminho, a economia criativa também pode ser lida como presságio central de um capitalismo chamado de capitalismo artístico (LIPOVETSKY, 2015) e que se ancora na ideologia da incessante novidade tecnológica. Resumindo, o contemporâneo chamado de capitalismo artista é um convite à reflexão crítica, justamente para que a própria leitura da noção de economia criativa seja feita de modo complexo e não simplista. O capitalismo artista é um fenômeno perceptível em praticamente todas as ações sociais, sejam para a dominação ou para a emancipação, para a coisificação ou para a mobilização política. Assim, a ideologia de base do capitalismo artista é performance estética, mas também depende de como é apropriada. Por exemplo, a produção cinematográfica indígena, antes relegada a pouquíssima visibilidade, expandiu o seu poder de visibilidade e de intervenção por ter se apropriado das técnicas e metodologias de produção digitais e, com isso, diversificado seus públicos, suas formas de distribuição e de consumo.

Outro ponto de esclarecimento é o de que a economia criativa – base e fruto do capitalismo artista – é um campo do conhecimento que está a priorizar e a sistematizar essas experiências de produção cultural-artística que não se limitam a contextos exclusivos da produção cultural de massa.³ Isto porque é crescente, como vimos, essa transversalidade das artes com todas as formas de consumo. Com a música, nessa perspectiva da economia criativa, não é diferente. Ao mesmo tempo que ela é central nesse capitalismo artista, também é por si um elemento essencial dessa performance da criatividade artística. Isso porque, diferentemente de outros produtos criativos, como o artesanato, a música tem em sua base constitutiva um alto teor estético transversal.

Como discutido por alguns dos autores principais da economia criativa (HOWKINS, 2001; FLORIDA, 2002; BENDASSOLLI, 2009; JAGUARIBE, 2006), a obra criativa – muito além do seu valor de troca (que é o ciclo final para que os bens definam o seu preço no mercado) e seu valor funcional (determinado pelo modo como será usado no cotidiano) tem um valor expressivo que pouco tem a ver com os custos da sua produção ou utilidades.

Nesta perspectiva sociológica, o valor dos bens produzidos estão a se descolar das condições tradicionais e onerosas de produção antes possível apenas em massa. Por exemplo, a criação de uma música, desde a produção da escrita da letra, melodia, partitura, gravação, mixagem, masterização e distribuição, não requerem exclusividade, o aval ou o aparato de grandes estruturas ou produtoras comerciais. Não é mais o formato do disco de vinil, ou a necessidade de uma obra fechada com um quantitativo de várias músicas para o que o artista disponha de sua produção musical. Exemplo disso são as produções de uma música solo,

produzida para as plataformas sonoras digitais e que não corresponde mais à necessidade de um álbum com outras composições.

Ainda sobre as condições mais acessíveis de produção, vale observar a experiência de coletivos comunitários que atuam na lógica do trabalho colaborativo, minimizando os custos de produção e obtendo um alto valor agregado no produto final. A possibilidade do trabalho colaborativo (de teletrabalho por meio de plataformas *on-line*) é uma das características dessa economia que aqui se aditiva à noção de criativa. Um desses exemplos de música como economia criativa na perspectiva do trabalho colaborativo são as produções do Centro Cultural e Comunidade Criativa Vila Flores.⁴

Essa possibilidade mais alargada de produção musical, também por meio de *softwares* de uso livre,⁵ ampliou o fazer artístico contemporâneo no que tange, igualmente, ao próprio mundo do trabalho artístico, embora ainda relativo às relações estruturais desiguais, porém mais dinâmico e menos homogêneo e massificado.

Certamente, esta ampliação da produção musical devido a certa disponibilidade das tecnologias digitais não é um terreno de consenso ou que se exime de críticas necessárias. Este fenômeno da possível produção musical ou artística mais ampliada, no curso da história, em certa medida também se deve à “[...] generalização das estratégias estéticas com finalidade mercantil em todos os setores das indústrias do consumo” (LIPOVETSKY, 2015, p. 28). Isso tem gerado uma série de reflexões e de questionamentos fundantes que encaminha o nosso olhar para questões sobre a qualidade da obra, sobre a ética (im)possível, já que tudo parece estar à mercê do crivo do mercado ou das relações de criação para a performance das redes, etc.

Para fechar este tópico, vale esclarecer que se propõe aqui uma reflexão que produza provocações importantes para a constituição da própria noção de música como economia criativa numa perspectiva mais atenta ao curso sócio-histórico das tecnologias, curso este sem volta, pois a lógica produtiva deste capitalismo é a de encurtar o tempo de produção, de alargamento do poder impacto estético, para a maximização do valor dos produtos. Questiona-se, assim: como nada escapa às relações capitalistas – exceto aquilo que não se pretende visível ou vendável –, como se pode pensar a música como economia criativa numa perspectiva mais crítica e que possibilite avanços inclusive de ordem social e política?

Talvez, um caminho possível seja o de manter presentes alguns questionamentos caros, oriundos da história da estética e que têm contribuído para essa tarefa do desvelar contemporâneo da produção musical ou mesmo da música como obra de arte em tempo de capitalismo artista. Ou seja, são perguntas que abrem o olhar humano para novos horizontes identitários, que auxiliam nesse ofício de saber onde estamos e para onde vamos quando surgem

certos impasses, por exemplo: Quem está a determinar o significado de uma obra de arte? O artista, o seu público ou o mercado? O que faz com que um objeto seja valioso a partir do seu ponto de vista de sua beleza? A cultura? Algum critério independente do seu meio ou contexto? Quando duas pessoas discordam sobre o gosto ou a qualidade de determinada obra musical, há um critério objetivo para a decisão?

Para uma melhor elucidação dessas questões, apresenta-se como crucial a leitura mais atenta de obras que problematizam a arte nesta era de alto impacto e investimento em reprodutibilidade técnica (BENJAMIN, 2013).

Numa perspectiva histórica, por que a música se configura como economia criativa?

Até aqui, propôs-se a discussão contextual ou socioeconômica do contemporâneo e de como a música é parte desse novo capitalismo que se denomina de artista. A intenção daqui para frente é apontar outros fatores nesta discussão acerca da música não apenas como um instrumento desse capitalismo artista contemporâneo, mas sobre como a música se constitui de elementos culturais sócio-históricos mais complexos.

A construção de um possível entendimento sobre música como economia criativa precisa ser lida historicamente, ou seja, não é um fenômeno oriundo de um fazer tecnológico desconexo de um trajeto civilizatório. Por exemplo, a música como arte derivada/impulsionadora das funções rituais, sempre se compôs e se alterou por meio de técnicas e tecnologias. Quer dizer, a música é fruto desse sujeito histórico que – igualmente – desenvolveu e se apropriou das técnicas que produziu e se beneficiou. Por isso, a música é este campo de subjetividades e criatividade motivada e motivadora de técnicas e tecnologias correspondentes a cada período civilizatório. Como também há vários artistas nesse percurso histórico que se recusaram ou ainda se recusam a estar/utilizar de certas tecnologias, as digitais por exemplo.

A isto se somam algumas provocações acerca desse curso histórico e que construiu referências identitárias sobre o ser músico, o produzir música com mais ou menos tecnologia. Importante sempre manter atentas certas questões sobre esse processo histórico de como a produção musical ganhou aditivos que afetaram a própria construção identitária, como: Quem era o músico? Quem é o músico? Qual a função social do músico? Onde atuava e onde atua o músico? Como criava e o que cria o músico? E no contemporâneo, para que serve a sua obra/criatividade? O músico e sua produção sempre objetivaram o universo profissional e um valor de troca para o que produz? O *status* profissional do músico é recente?

As possíveis respostas também provocam implicações de ordem identitária. Ou seja, definir a música como economia criativa em sentido amplo é problematizar essas questões e observar se as possíveis respostas estão sinalizando para uma relação entre as raízes históricas dessas identidades, a diversidade de ações do músico nesse universo das tecnologias, da produção cultural e da geração de renda. Ficam essas perguntas como provocações iniciais e amplas, como forma de chamar a atenção para a complexidade de respostas possíveis.

Mesmo com o espaço limitado deste texto, ainda é possível algumas ponderações sobre a música no que tange visões cristalizadas ou de defesa de uma possível natureza, seja ela moral – dever ser – ou mesmo ética, no sentido de uma função social a ela desejada. Importante partir da reflexão histórica – e nunca resolvida – de que a música, como obra de arte, possuiu uma natureza ou essência não delimitada. Isto porque “[...] a arte se dá nesta relação entre as forças plurais e eternas da vida e a singularidade de um artista específico, em um momento determinado” (MOSÉ, 2018, p. 106).

Portanto, são vários os pontos de vista sobre a função relacionada à essência da arte musical. De modo relativo e amplo, uma possível essência da música é considerá-la como expressão artística por meio de sons organizados de forma harmoniosa (AMARAL; SILVA, 1992). Historicamente, a música também pode ser tomada como uma forma de comunicação universal, portanto, de acordo mais ou menos estruturado entre os sujeitos comunicantes, a depender dos seus recursos técnicos de produção e reprodução.

Num sentido histórico, mesmo que algumas áreas do conhecimento tenham sistematizado a música em códigos, símbolos e documentos, ainda permanecem abertos os seus sentidos estético-sociais de uso e de fruição. As ciências médicas exercem esse poder de demonstração objetiva dos fenômenos sociais, por exemplo, ao se valer de caminhos plausíveis de sistematização ou de objetificação da música. Na área da neurociência, por exemplo, demonstram-se graficamente os impulsos cerebrais provocados pela música, que afetam todo o corpo, que podem ser detectados por técnicas de escaneamento de neuroimagem. Esta perspectiva atua, pode-se dizer, na especialização e objetificação da obra de arte (GASPARINI, 2003), mas não responde às provocações da função social ou da amplitude estética ou socioeconômica da música.

É nessa abertura histórico-científica-conceitual que se avança na compreensão da música também como parte/sujeito da economia criativa. Vale retomar a concepção de que a economia criativa – na sua base conceitual histórica – é este universo convergente entre campos em ligeira transformação, como as artes, os meios de produção e a economia. Por isso a música, por ser

obra de arte na sua possível essência/abertura conceitual, permite que seja observada, desde as suas trajetórias históricas até o contemporâneo, como economia criativa.

Breve olhar para a música partir da dimensão socioantropológica

Como recomendação possível de entendimento ou para a construção reflexiva da música como economia criativa, é importante observar a história da música na dimensão socioantropológica, a exemplo de como Isaura Botelho (2001) observa e problematiza a própria noção de cultura. A referida autora lança o seu olhar para a cultura, bem como para os bens e produtos culturais, por dois prismas: o antropológico e o sociológico.

Tomando esses dois prismas, é possível observar que, pela dimensão antropológica, a música tem uma função expressiva individual/coletiva, instaura-se como central em rituais coletivos, como elemento por meio do qual o ser humano construiu grande parte das suas identidades/diferenças e a expressão das subjetividades.

Quer dizer, a música configura-se como força expressiva individual/coletiva e, neste caso, a sua amplitude é dificilmente objetificada ou mensurada. A música, nessa perspectiva histórico-antropológica, revela seu potencial interacional, que auxilia nos modos de pensar e sentir, na construção de valores sociais, na consolidação de rituais e de estratégias no âmbito do cotidiano (BOTELHO, 2001). A música, assim, fundamenta vários processos subjetivos, como a própria capacidade do humano de exprimir sua autoestima, de se situar no mundo, de criar seu entorno e de se comunicar. Assim, a música como elemento da linguagem expressiva das subjetividades, contribui para a sedimentação das teias das relações interpessoais e da construção das sociabilidades interpessoais.

É nessa direção que se avista a dimensão sociológica da música como elemento mais possível de significação ou de estruturação, sobretudo por meio dos campos de produção, dos bens artístico-culturais. A dimensão sociológica da música se constitui, assim, por sua potente e significativa atuação na esfera pública, nessa sociabilidade mais ampla e mais institucionalizada, revestida por uma função politicamente mais aplicada ou mais pragmática. É aqui que a noção ou entendimento da música se aproxima de outros campos sociais, como o político, o jurídico e o econômico. Aqui também é possível ponderar sobre a música adjacente às relações de poder, de institucionalidade que forja políticas culturais, etc. Quer dizer, em sua historicidade, como veremos na próxima seção, a música foi se configurando como recurso ordenador e demandante de políticas públicas, de mobilização social e de cidadania.

A música como economia criativa na perspectiva da cultura como recurso

Retomando a provocação do título deste tópico, é possível ampliar respostas sobre os porquês da música como economia criativa ao se propor entender esta dimensão sociológica, em que a música – sujeito/objeto cultural – apresenta-se como um recurso em si ou facilitador de outros processos sociais. Em outras palavras, a música conteria e expressaria elementos importantes para os agenciamentos da sociedade civil, ampliando os instrumentos e métodos para o desenvolvimento social e econômico. (Yúdice, 2006). Assim, não se trata de observar a música pela perspectiva da arte desinteressada ou relativa a noções que situam num relativismo conceitual. Também não cabe mais aqui observar a música pelo crivo do relativo ou do seu baixo poder de intervenção social, mas, sim, como possível recurso de alto impacto nos processos sociais, políticos e econômicos.

Assim, esta perspectiva da cultura como recurso é uma das vias de compreensão da música como economia criativa. Vejamos, daqui para diante, que a música pode ser concebida como um “recurso de coesão social” (YÚDICE, 2006, P. 23).⁶ Numa visada histórica, é possível observar que a música gerou coesão social e se tornou um elemento fundante em processos institucionais. E pelo mesmo caminho, na visada da economia criativa, hoje a música participa ou é protagonista, por exemplo, de eventos comunitários, religiosos e festividades, seja por meio de concertos, festivais de música e outros eventos musicais, promovendo e ampliando, assim, um senso de comunidade e pertencimento. Nesses espaços de celebração, além de proporcionar ritualidades, a música estrutura lógicas de trocas econômicas e sociossimbólicas (YÚDICE, 2006). Nas cerimônias, além de desempenhar um papel central na sociabilidade dos fiéis e de fortalecer os laços dentro da comunidade espiritual, a música instaura ciclos produtivos e se potencializa, assim, como lugar de investimento, de profissionalização e geração de renda. Igualmente é perceptível nas tradições e festividades, onde a produção de canções folclóricas ajuda não apenas na preservação das memórias, mas atua como recurso de fortalecimento da identidade cultural do grupo, que também acessa políticas públicas, amplia seu poder de intervenção por meio de equipamentos culturais, etc.

Ainda como recurso, outro campo explorado é o da pedagogia musical, visível no investimento e sistematização de metodologias e linguagens (CORREIA, 2003). Aqui é visível com mais clareza o campo da formação profissional, seja por meio de cursos técnicos profissionalizantes, licenciaturas ou bacharelados. Esta perspectiva é prova desse alargamento da função sócio-histórica da música, que constitui e ao mesmo tempo impacta o setor socioeconômico de áreas afins, como o da educação. Nessa dimensão social e pedagógica da

música, visualizam-se a formação e manutenção de grupos musicais, formação de coros, bandas ou orquestras, que movimentam não apenas os laços sociais, mas que promove espaços profissionais de trabalho em equipe, de *coworking* por exemplo.

Outra possibilidade da música como recurso (e economia criativa) é a sua função na criação de personagens ou ícones culturais. Certos gêneros musicais e seus respectivos artistas podem se tornar símbolos de identidade para grupos específicos, criando uma sensação de solidariedade entre os fãs e consumidores de uma estética musical especializada. Exemplo disso são os movimentos juvenis que movimentam a produção e o consumo musical por meio de outras materialidades derivadas do “universo *souvenir*” (grifo nosso).

Na perspectiva da inclusão social, a música é base e recurso para programas musicais em escolas e comunidades que auxiliam na integração de sujeitos de diferentes classes sociais, promovendo a inclusão, a empatia e o alargamento das ações de diversidade. Por esse caminho, a música é um método educativo potente para o desenvolvimento cognitivo e emocional, além de oferecer recursos teórico-metodológicos sobre trabalho em equipe e a criatividade colaborativa. Como recurso de inclusão e de mobilização sociais, a música tem sido utilizada, historicamente, na mobilização de movimentos sociais e campanhas, desde os direitos civis até a conscientização sobre questões socioambientais e de gênero.

A possível observação da música como um recurso social se apresenta, portanto, como uma das bases ou pilares da sua tipificação ou relação com economia criativa. Isto porque a música, além de gerar inovação em processos antes tradicionais, também desempenha um papel significativo na construção de conexões sociais, na promoção do bem-estar socioeconômico e no apoio à mobilização das lutas por cidadania (YÚDICE, 2006).

Considerações finais

Buscou-se neste artigo não apenas definir, mas sobretudo ampliar as possibilidades interpretativas dos vários elementos sócio-históricos que tornam a música um dos setores centrais da economia criativa. E o principal objetivo, como anunciado na introdução, foi o de provocar novos questionamentos e futuras escritas sobre a produção musical contemporânea cada vez mais atravessada ou constituída de processos tecnológicos que ampliam e não apenas massificam o seu potencial artístico-criativo.

Como certeza ou possível conclusão deste texto, permanece a ideia do caminho reflexivo – sempre em construção – que propõe certa abertura conceitual da noção música como obra de

arte fundamental de processos socioeconômicos, sobretudo quando são urgentes os desafios sociais no que tange ao enfrentamento às condições socioeconômicas cada vez mais desiguais.

Espera-se, portanto, que ao final deste texto o entendimento da música como economia criativa possa ser feito ou refeito perseguindo ou ampliando a estrutura reflexiva aqui proposta, de entendimento da noção de economia criativa numa perspectiva socioeconômica que observa a música em sua amplitude social, estética e política; na problematização/entendimento deste contemporâneo denominado de capitalismo artista, em que a música é produto/produtora dessas relação cada vez mais indissociável entre economia e as tecnologias digitais; no investimento de questões que partam da perspectiva sócio-histórica que amplia a noção da música como arte complexa, inclusive como recurso criativo e de potente impacto nos âmbitos econômico, social e político.

Referências:

- AMARAL, Rita de Cássia; SILVA, Vagner Gonçalves da. Cantar para subir: um estudo antropológico da música ritual no candomblé paulista. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, ISER, 1992.
- BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JÚNIOR, Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. 1. ed. Porto Alegre, RS: L&PM, 2013.
- BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. **São Paulo em perspectiva**, v. 15, p. 73-83, 2001.
- CASTRO, Rita de Cássia Marques Lima de; CACCIAMALI, Maria Cristina; SUZUKI, Júlio César. **Expressões da economia como ciência social**. Universidade de São Paulo. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, 2021.
- CORREIA, Marcos Antônio. Música na educação: uma possibilidade pedagógica. **Revista Luminária**, União da Vitória, PR, n. 6, p. 83-87, 2003.
- DURKHEIM, Émile. **Da divisão social do trabalho**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- FLORIDA, Richard. **The rise of the creative class**. New York: Basic Books, 2002.
- GANZERT, Christian. **Capitalismo informacional: reflexões sobre a (re)produção do conhecimento e a sistêmica econômico-social contemporânea**. São Paulo: Novas Edições Acadêmicas, 2017.
- GASPARINI, Gianpiero. Musicoterapia usa identidade musical para ativar cérebro. **Folha de S.Paulo**, 2003. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/equilibrio/noticias/ult263u2031.shtml>. Acesso em: 6 jul. 2024.
- HOWKINS, John. **The creative economy: how people make money from ideas**. London: Allen Lane, 2001.

JAGUARIBE, Anna. Indústrias criativas. Entrevista concedida a Bruno Dorigatti. **Revista Idiossincrasia**, 2006. Disponível em www.portalliterat.terra.com.br. Acesso em: 24 jun. 2024.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MOSÉ, Viviane. **Nietzsche hoje**: sobre os desafios da vida contemporânea. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

Notas:

¹ Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Docente Associado na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM – Campus Frederico Westphalen) e Docente permanente no PPGCIC da Universidade Federal do Pampa (Unipampa). E-mail: joel.guindani@ufsm.br / <https://orcid.org/0000-0001-9857-1001>

² Importante considerar que as atividades artísticas e culturais não estiveram incluídas como um componente da economia durante uma boa parte da história. Abrangia aquelas atividades nas quais as pessoas pensavam quando deixavam de trabalhar, mas não faziam parte da sua vida laboral/econômica/criativa. Assim, pensar a arte/cultura nessa visada econômica é uma ação de tornar relevante e visível socialmente a própria classe das trabalhadoras e trabalhadores da música. E, nesse caminho, a noção de economia criativa também provoca a reflexão sobre a forma como a classe musicista produz, distribui, vende, compartilha a sua força de trabalho, inteligência e criatividade.

³ Vale ressaltar que a noção de economia/indústria criativa não é sinônimo de indústria cultural. Essa diferença se dá não apenas pelo objeto/fenômeno estudado pelas duas perspectivas, mas, sim, no modo de compreensão que cada uma dela possui do fenômeno cultural. Enquanto a noção de indústria cultural emerge da teoria crítica contra a banalização da comercialização de obras na sociedade capitalista da época, a indústria/economia criativa, por outro lado, observa e contempla os aspectos positivos não apenas da comercialização, mas da geração de renda e a formação de um grande contingente de trabalhadores da cultura (BENDASSOLLI, 2009).

⁴ Ver mais em: <https://vilaflores.org>. Acesso em: 9 jun. 2024.

⁵ Software Livre (Free Software) também pode ser observado no histórico movimento político e filosófico que preza pela liberdade de acesso do código-fonte de qualquer software pela comunidade de usuários.

⁶ Segundo Durkheim (1999), a noção de coesão também pode ser lida como forma de consenso entre sujeitos de um grupo social sobre a percepção de pertencer a um projeto ou situação comum.