

SUBPROJETO V  
ASSESSORIA NA ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE PLANOS  
SETORIAIS DE QUALIFICAÇÃO – PLANSEQS

**Atividades de Desenvolvimento Metodológico**  
(Outras Atividades de Desenvolvimento Metodológico)

ELABORAÇÃO DE DIAGNÓSTICO PROPOSITIVO SOBRE  
O MERCADO DE TRABALHO NA CADEIA PRODUTIVA DA  
MÚSICA NA REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE

Convênio MTE/SPPE/CODEFAT – N°. 003/2007 e Termos Aditivos

2010

**DIIESE**  
DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE  
ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS



**Ministério do  
Trabalho e Emprego**



**Presidente da República**

Luiz Inácio Lula da Silva

**Ministro do Trabalho e Emprego**

Carlos Lupi

**Secretário de Políticas Públicas de Emprego**

Ezequiel Sousa do Nascimento

**Diretor do Departamento de Qualificação - DEQ**

Carlo Roberto Simi

**Coordenadora-Geral de Qualificação - CGQUA**

Fátima Rosa Naves de Oliveira Santos

**Coordenadora-Geral de Certificação e Orientação Profissional - CGCOP**

Ana Paula da Silva

Ministério do Trabalho e Emprego – MTE

Secretaria de Políticas Públicas de Emprego – SPPE

Esplanada dos Ministérios Bl. F Sede

3º Andar-Sala 300

Telefone: (61) 3317-6264

Fax: (61) 3317-8216

CEP: 70059-900

Brasília - DF

Obs.: Os textos não refletem necessariamente a posição do Ministério do Trabalho e Emprego.

**Direção Sindical Executiva**

Tadeu Morais de Sousa – Presidente

*STI Metalúrgicas Mecânicas e de Materiais Elétricos de São Paulo Mogi e Região - SP*

Alberto Soares da Silva - Vice-presidente

*Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias de Energia Elétrica de Campinas - SP*

João Vicente Silva Cayres – Secretário

*Sindicato dos Metalúrgicos do ABC - SP*

Ana Tércia Sanches – Diretora

*Sindicato dos Empregados em Estabelecimentos Bancários de São Paulo Osasco e Região - SP*

Antônio de Souza – Diretor

*STI Metalúrgicas Mecânicas e de Material Elétrico de Osasco e Região - SP*

Carlos Donizeti – Diretor

*Fed. dos Trabalhadores em Serviços de Asseio e Conservação Ambiental Urbana e Áreas Verdes do Estado de São Paulo - SP*

Josinaldo José de Barros – Diretor

*STI Metalúrgicas Mecânicas e de Materiais Elétricos de Guarulhos Arujá Mairiporã e Santa Isabel - SP*

José Carlos Souza – Diretor

*STI de Energia Elétrica de São Paulo - SP*

Mara Luzia Feltes – Diretora

*Sind. dos Empregados em Empresas de Assessoramentos Perícias Informações Pesquisas e de Fundações Estaduais do Rio Grande do Sul - RS*

Maria das Graças de Oliveira – Diretora

*Sindicato dos Servidores Públicos Federais do Estado de Pernambuco - PE*

*Paulo de Tarso Guedes de Brito Costa – Diretor*

*Sindicato dos Eletricitários da Bahia - BA*

Pedro Celso Rosa – Diretor

*STI Metalúrgicas de Máquinas Mecânicas de Material Elétrico de Veículos e Peças Automotivas da Grande Curitiba - PR*

Zenaide Honório – Diretora

*Sindicato dos Professores do Ensino Oficial do Estado de São Paulo - SP*

**Direção Técnica**

Clemente Ganz Lúcio – Diretor Técnico

Ademir Figueiredo – Coordenador de Estudos e Desenvolvimento

José Silvestre Prado de Oliveira – Coordenador de Relações Sindicais

Francisco José Couceiro de Oliveira – Coordenador de Pesquisas

Nelson de Chueri Karam – Coordenador de Educação

Rosana de Freitas – Coordenadora Administrativa e Financeira

**DIEESE – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos**

Rua Ministro Godói, 310 – Parque da Água Branca – São Paulo – SP – CEP 05001-900

Fone: (11) 3874 5366 – Fax: (11) 3874 5394

E-mail: [en@dieese.org.br](mailto:en@dieese.org.br)

<http://www.dieese.org.br>

**Ficha Técnica****Equipe Executora**

DIEESE

**Coordenação do Projeto**

Clemente Ganz Lúcio – Responsável Institucional pelo Projeto  
Sirlei Márcia de Oliveira – Coordenadora Executiva  
Rosana de Freitas – Coordenadora Administrativa e Financeira  
Mônica Aparecida da Silva – Supervisora Administrativa Financeira de Projetos  
Antonio Eduardo Rodriguez Ibarra – Coordenador Subprojeto I  
Lilian Arruda Marques - Coordenadora Subprojeto II  
Antonio Eduardo Rodriguez Ibarra – Coordenador Subprojeto III  
Pedro dos Santos Bezerra Neto – Coordenador Subprojeto IV  
Paulo Roberto Arantes do Valle – Coordenador Subprojeto V  
Angela Maria Schwengber - Coordenadora Subprojeto V  
Suzanna Sochaczewski Evelyn – Coordenadora Subprojeto VI

**Apoio**

Equipe administrativa do DIEESE

**Entidade Executora**

Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos - DIEESE

**Consultores**

Consultoria Educacional Peabiru LTDA - Consultores Associados em Educação  
DEP Tecnologia da Informação LTDA  
Jurema Regueira A. Monteiro Rosa

**Financiamento**

Fundo de Amparo ao Trabalhador – FAT  
Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos – DIEESE

**SUMÁRIO**

Introdução.....	6
1. Objetivos .....	8
1.1 <i>Objetivos gerais e específicos do diagnóstico</i> .....	8
1.2 <i>Objetivos da Oficina</i> .....	8
2. Considerações teórico-metodológicas .....	9
2.1 <i>A dupla dimensão do bem cultural</i> .....	9
2.2 <i>Economia da cultura</i> .....	10
2.3 <i>Complexidade do objeto estudado: a música</i> .....	10
2.4 <i>As dificuldades metodológicas e a escolha de uma metodologia própria</i> .....	11
2.4.1 <i>A metodologia escolhida</i> .....	13
3. Perfil geral e evolução recente das atividades culturais no Brasil.....	17
3.1 <i>Evidências das manifestações artístico-culturais nos municípios do Brasil</i> .....	21
4. Características gerais do mercado de trabalho das atividades culturais em Pernambuco e na Região Metropolitana do Recife .....	224
4.1 <i>População Ocupada e Rendimento</i> .....	224
4.2 <i>Os incentivos fiscais e financeiros de fomento à cultura</i> .....	33
5. A Cadeia Produtiva da Música na Região Metropolitana do Recife.....	444
6. Principais problemas do mercado de trabalho da música e proposições para superá-los.....	58
6.1 <i>Principais problemas detectados</i> .....	58
6.2 <i>Proposições, resultado das oficinas</i> .....	59
7. Conclusão .....	63
8. Referências Bibliográficas .....	65
9. Anexo – Entidades e agentes participantes da Oficina.....	67

## **INTRODUÇÃO**

O presente estudo faz parte do Convênio MTE/SPPE/CODEFAT N° 003/2007 e Termos Aditivos, firmado entre o Ministério do Trabalho e Emprego – MTE e o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos – DIEESE, que, de maneira geral, tem como objetivo a produção de informações que possam subsidiar a ação do MTE na implementação de políticas públicas relacionadas ao mundo do trabalho.

Este relatório é o resultado de uma avaliação sobre a situação do mercado de trabalho do segmento da música em Pernambuco com ênfase para a Região Metropolitana do Recife, em especial as cidades de Recife e Olinda. O diagnóstico aqui apresentado partiu da definição do espaço socioeconômico e territorial; para depois haver uma seleção dos atores sociais relacionada à cadeia produtiva. Na seqüência realizou-se uma revisão da literatura existente sobre a economia da cultura e a cadeia produtiva da música e um levantamento de dados e informações mais específicos e atualizados em fontes secundárias sobre o mercado de trabalho do segmento musical para subsidiar discussões, questionamentos e soluções com os atores sociais.

Para a elaboração do diagnóstico participativo sobre mercado de trabalho da música desenvolvido pelo DIEESE, organizou-se uma oficina de trabalho nos dias 15 e 16 de outubro de 2009 no Hotel Jangadeiro em Recife. Nessa oficina participaram trinta importantes integrantes da cadeia produtiva da música na RMR, entre gestores públicos, empresários e trabalhadores. As principais contribuições apresentadas por esses agentes para a compreensão dessa cadeia produtiva e seu mercado de trabalho associadas a informações de fontes de dados secundários que subsidiaram toda a discussão da oficina compõem esse diagnóstico. Com isso, tem-se um trabalho que preenche lacunas, revela a evolução do segmento e indica tendências e possibilidades de melhorias da atividade econômica da música.

Dois desafios iniciais foram de relevante análise: o primeiro refere-se à escolha da definição dos conceitos de “cultura” e “economia da cultura”, já que foram identificadas variadas conceituações, e segundo, tem-se a caracterização dos atores e suas manifestações presentes nestes dois conceitos. Ultrapassada esta etapa, outro ponto importante foi o exame de diferentes estudos e metodologias para a quantificação da economia da cultura, especialmente do seu mercado de trabalho; e para a descrição dos agentes envolvidos, que muitas vezes apresentam pontos de vista sociais, econômicos e políticos diferentes; e/ou variam também de acordo com os objetivos a que se propuseram cada um dos estudos examinados.

Esforço especial foi feito na busca por informações em fontes de dados secundárias que pudessem evidenciar a importância das atividades culturais no mercado de trabalho pernambucano e na Região Metropolitana do Recife. Destaca-se nesse levantamento estatístico os microdados da Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílios (PNAD) elaborado pelo IBGE, de onde foi possível estimar o número de pessoas ocupadas nos segmentos culturais selecionados. Do ponto de vista dos incentivos financeiros às manifestações culturais, utilizou-se informações contidas nos sites do Ministério da Cultura (no âmbito federal) e da Prefeitura da Cidade do Recife (no âmbito municipal). As informações dos incentivos estaduais foram disponibilizadas pela própria FUNDARPE – Fundação do Patrimônio Artístico de Pernambuco, no que diz respeito à distribuição dos recursos do FUNCULTURA.

Depois da iniciativa de quantificar e mensurar as atividades culturais produtivas, foi dado ênfase no exame da cadeia produtiva da música na Região Metropolitana do Recife, compreendendo seus agentes e elos, suas características básicas e seus principais desafios, sendo todas essas informações validadas na Oficina. No final foram sistematizadas e compiladas as principais contribuições feitas pelos agentes presentes na oficina de trabalho do DIEESE no que diz respeito à indicação dos principais problemas, entraves ao desenvolvimento do setor e proposições de soluções, tanto no âmbito do Ministério do Trabalho, como em outras esferas.

## **1. OBJETIVOS**

### ***1.1 Objetivos gerais e específicos do diagnóstico***

O principal objetivo deste diagnóstico é identificar os principais problemas do mercado de trabalho da cadeia produtiva da música na Região Metropolitana do Recife e identificar proposições para superação destes problemas junto com os agentes desta cadeia produtiva.

Contudo, não se perdeu de vista a dimensão maior na qual está inserida a música, ou seja, a cultura pernambucana como um todo. Assim, outros segmentos da produção cultural passaram por uma breve reflexão, principalmente no que diz respeito aos grandes números na geração de emprego e rendimento.

Entre os objetivos específicos que esse diagnóstico buscou alcançar, destacam-se:

- a) examinar o mercado de trabalho atual da cadeia produtiva da música na Região Metropolitana do Recife
- b) Estimar o número de trabalhadores e o rendimento das ocupações em atividades culturais para o Estado de Pernambuco e para a Região Metropolitana do Recife;
- c) Analisar a evolução recente dos incentivos financeiros e apoios aos projetos culturais em Pernambuco e Região Metropolitana do Recife;
- d) Descrever os principais componentes (agentes) e elos envolvidos na cadeia produtiva da música e seu funcionamento;
- e) fazer proposições para a superação dos problemas identificados.

### ***1.2 Objetivos da Oficina***

Discutir com os atores sociais (gestores públicos, empresários e trabalhadores) e instituições de pesquisa da cadeia produtiva da música o mercado de trabalho na qual estão inseridos; validar as informações apresentadas; identificar problemas desse mercado de trabalho e as ações para a superá-los.

## 2. CONSIDERAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

### ***2.1 A dupla dimensão do bem cultural***

Segundo o estudo de Ana Carla Fonseca Reis em seu livro *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável* (2007), o bem cultural possui duas dimensões que não se pode prescindir, a dimensão simbólica e a econômica.

Em sua forma SIMBÓLICA, a cultura representa um sistema complexo de valores que inclui conhecimento, crenças, artes, moral, leis, costumes, ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem que o identifique como membro de uma sociedade. O valor da cultura apresenta uma multiplicidade de fatores bem descritos por Reis (2007) em seis grupos:

- **Valor Estético** que deriva de percepções e julgamentos de valor da sociedade ou de um grupo social;
- **Valor Social**, reflexo da crença, modo de pensar e da identidade que uma sociedade atribui a determinado bem;
- **Valor de Existência/Valor de Legado** o qual representa a satisfação que uma pessoa sente ao saber que determinado bem existe, mesmo não tendo a intenção de visitá-lo ou adquiri-lo;
- **Valor Espiritual** que reveste uma obra ou tradição de uma aura intocável – pode em alguns casos gerar interesses conflitantes, um sítio arqueológico pode ter valor científico e histórico para arqueólogos, mas ter um valor religioso para comunidade, constituindo-se num local sagrado;
- **Valor Político** no qual obras podem ter valor político ou menos explícito – por um lado pode ter uso para fins de manipular a opinião da sociedade em prol do governo ou classe hegemônica; e
- **Valor Histórico** que são os objetos do dia-dia funcionais ou estéticos e passam a assumir também um valor histórico – museus e de objetos do cotidiano que se tornam antiguidades.

Além desses valores sociais simbólicos, a cultura pode representar e gerar valor econômico, na medida em que é capaz de se tornar um bem material, tangível e consumível pela sociedade. Porém, com a existência desse conjunto de valores simbólicos descritos

anteriormente, é natural que surjam muitos questionamentos sobre o real valor econômico de cada bem cultural que pode ser tangível ou não.

Na iniciativa privada há um esforço de quantificar os bens culturais em termos de preço, valor e propensão a pagar pelos entes da coletividade, mesmo que para algumas pessoas um determinado bem pareça imensurável.

Por outro lado, para os governos, os bens culturais possuem valor econômico diferente que representa todos os benefícios gerados na conservação ou estímulo à produção de bens culturais, sejam eles, o aumento da auto-estima das pessoas, da qualidade de vida, da valorização da diversidade, preservação de memória, inserção social, cidadania etc. Um dos principais benefícios do valor econômico da cultura é o seu potencial para criar oportunidades de emprego e renda.

## ***2.2 Economia da cultura***

A economia da cultura é um tema recente nos estudos acadêmicos e nas discussões sobre o desenvolvimento econômico da sociedade. Segundo Reis (2007) refere-se à área de estudo que procura identificar um conjunto de atividades econômicas relacionadas com as manifestações culturais. Dedicar-se a valorização, do ponto de vista econômico, da diversidade cultural (produtos e serviços culturais). Procura-se estimar PIB, empregos, ocupações, renda, impostos, demanda, oferta, entre outras variáveis. Neste esforço de quantificar as expressões culturais os especialistas da economia da cultura se valem de todo um conjunto de estatísticas, dados e informações que possam dar indícios e revelar o valor econômico da cultura e suas interações no sistema capitalista.

## ***2.3 Complexidade do objeto estudado: a música***

A música no Brasil, e em Pernambuco, apresenta-se especialmente diversificada e descentralizada. São várias as suas formas de expressão, estilos, origens e práticas, tanto em termos sociais quanto espaciais.

A musicalidade está presente em todos os lugares e no dia-a-dia dos brasileiros. Ouve-se música em casa, no trabalho, na rua, no carro, no ônibus, no supermercado e até em elevadores. A música pode ser tocada e ouvida ao vivo ou de forma gravada, nos shows, nas rádios, na televisão, no cinema, no computador e até em celulares e ipod.

Pouco se sabe sobre a origem da música. A produção de sons não é uma característica exclusiva dos seres-humanos. Provavelmente, o nosso primeiro instrumento musical foi a voz e a nossa primeira composição foi cantada. Mas não foi o som produzido que gerou a música. O mistério do nascimento da música está na primeira vez que ou vimos um som como música, o momento em que a reconhecemos como tal. Na infância da humanidade, o som fez sentido e o sentido se fez música. É bem possível que a organização dos sons e a criação dos primeiros instrumentos envolvessem formas rituais e significados místicos. A música, enquanto forma de expressão, está muito próxima do pensamento mítico e, até hoje, temos dificuldade em expressar o que sentimos quando ouvimos e fazemos música. (...) Existe uma curiosa relação entre música e memória. (Stangl e Filho, In PERPETUO, 2009)

A música como negócio, identificado por Leonardo Salazar (2009), é composto por um grande leque de mercados. Existe “música para ninar, música para brincar, música para dançar, música para se apaixonar, música para protestar, música para relaxar. Da música brega ao jazz, do axé à MPB, do pagode ao blues, do forró à música clássica, do sertanejo ao rock” (SALAZAR, 2009).

O Centro Josué de Castro, em parceria com a Prefeitura da Cidade do Recife, elaborou entre 2001 e 2002 um pioneiro e importante estudo sobre a cadeia produtiva da música. Com base neste trabalho, foi possível identificar mais de 30 estilos musicais presentes apenas nas manifestações culturais da cidade do Recife, os quais possuíam algumas semelhanças e muitas divergências nos seus sistemas de reprodução. Para não incorrer em especificações que privilegiassem um ou outro estilo, a música será tratada aqui de forma mais genérica possível, buscando alcançar o máximo de sua diversidade.

Neste diagnóstico a produção musical será tratada do ponto de vista econômico, como um negócio, como indústria fonográfica e prestação de serviços, mesmo quando a referência for um nicho de mercado, uma experiência individual ou o conjunto de manifestações artísticas, pois o objetivo é examinar e caracterizar a totalidade da produção musical em Pernambuco.

#### ***2.4 As dificuldades metodológicas e a escolha de uma metodologia própria***

Desde o final do século XX, observam-se alguns esforços no campo da economia da cultura de estudar e quantificar as manifestações culturais e suas interações com segmentos mais tradicionais na economia do Brasil, seja na indústria, no comércio ou nos serviços. Contudo, pela própria natureza e complexidade do bem cultural, não há uma metodologia única, nem preponderante que pudesse referenciar este diagnóstico.

“A produção de informação e indicadores culturais não existe aqui de forma sistemática, atualizada e coordenada, a despeito de diversas iniciativas em pesquisas e estudos realizados pelo Ministério da Cultura – MinC, pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE e outras entidades governamentais e não-governamentais.

É importante mensurar, compreender e explicar as diferentes dimensões da cultura, porém há grandes dificuldades em cada informe nacional devido à insuficiência de informações e à precariedade de dados estatísticos sobre as atividades de produção e serviços de bens culturais em nossa sociedade“ (LINS, 2006)

Além disso, por se tratar de um país de grandes proporções, onde há muita diversidade e heterogeneidade econômica e cultural, com características específicas regionais, é difícil adaptar uma metodologia aplicada numa região, num segmento cultural, ou mesmo na totalidade brasileira, para uma unidade da federação específica (como é o caso deste diagnóstico).

Entre os estudos mais importantes estão o pioneiro trabalho da Fundação João Pinheiro (FJP) encomendado pelo Ministério da Cultura sobre os gastos públicos (de 1985 a 1995); investimentos públicos e privados com cultura (de 1980 a 1995) e Estimativas do Produto Interno Bruto (PIB) das atividades culturais – Brasil 1980/1985/1994. Segundo dados levantados pela FJP, o PIB da cultura participou em cerca de 1% do PIB total do Brasil em 1994, ou aproximadamente 6,5 bilhões de reais da época. Naquela ocasião, para cada milhão de reais gastos em cultura, o país gerou 160 postos de trabalho diretos e indiretos. Com base neste trabalho sabe-se que “havia 510 mil pessoas empregadas na produção cultural brasileira, considerando-se todos os seus setores e áreas, distribuídas da seguinte forma: 391 mil empregadas no setor privado do mercado cultural (76,7% do total), 69 mil como trabalhadores autônomos (13,6%) e 49 mil ocupados nas administrações públicas, isto é, União, Estados e Municípios (9,7%)”. (Fundação João Pinheiro, 1998)

Outro interessante trabalho foi coordenado por Luiz Carlos Prestes Filho em parceria com Marcos do Couto Cavalcanti sobre a economia da cultura do Rio de Janeiro, publicado em 2002 pela FAPERJ. Segundo esta pesquisa, a indústria cultural carioca foi responsável por 3,8% (R\$5,1 bilhões) do Produto Interno Bruto (PIB) do Rio de Janeiro em 1999.

Recentemente, o Ministério da Cultura juntamente com o IBGE (órgão oficial de produção de estatística e informação do Governo Federal) vem trabalhando para criar uma referência metodológica. Em 2006 foi lançada uma pesquisa especial sobre a cultura chamada Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais – MUNIC 2006. A MUNIC levantou um conjunto de informações sobre a diversidade cultural e territorial dos

5.564 municípios brasileiros, sob a ótica dos gestores públicos municipais. Em 2007 o IBGE publicou o Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2003-2005, utilizando e compilando todo o seu arsenal de pesquisas sistemáticas (tais como a PIA, PAC, PAS, CEMPRE, PNAD, APU e POF1). Assim, houve um trabalho significativo de sistematização e um maior número de informações relacionadas à produção cultural do país, a partir das bases dessas tradicionais pesquisas. Contudo o Estado de Pernambuco não foi contemplado nesta pesquisa (que forneceu informações detalhadas para o total do Brasil, Grandes Regiões, e os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Bahia<sup>2</sup>). Além disso, a metodologia adotada considerou o setor de telecomunicações e de informática como produtores de cultura. Esta escolha é incompatível com realidade pernambucana que abriga pólos de informática e telecomunicações que atendem aos mais variados setores econômicos (educação, saúde, comércio, segurança, etc.) e não representam, majoritariamente, produção cultural.

O IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) em parceria com o Ministério da Cultura também publicou (2007) um caderno especial sobre políticas culturais no Brasil. Este documento traz um diagnóstico sobre o consumo das famílias brasileiras a bens culturais, empregos gerados por atividades relacionadas à cultura e os financiamentos. Para este caso não há análise para as Unidades da Federação, nem para os municípios, contudo trabalhou-se com metodologias claras e objetivas, utilizando-se de informações disponíveis ao grande público (dados da PNAD, da POF, da RAIS, entre outros).

#### **2.4.1 A metodologia escolhida**

A produção cultural é muito diversa e subjetiva, como foi descrito anteriormente. Mas, num esforço de selecionar as atividades de produção cultural, o Ministério da Cultura juntamente com o IPEA desenvolveram uma metodologia singular (SILVA, v. 3, 2007), que foi tomada como base para a realização do presente diagnóstico. As principais atividades foram identificadas e organizadas no intuito de serem representativas da produção cultural baseado nas expressões locais do Estado de Pernambuco.

---

<sup>1</sup> PIA – Pesquisa Industrial Anual, PAC – Pesquisa Anual do Comércio, PAS - Pesquisa Anual de Serviços, CEMPRE – Cadastro Central das Empresas, PNAD – Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio, APU – Estatísticas Econômicas das Administrações Públicas e POF – Pesquisa do Orçamento Familiar.

<sup>2</sup> As unidades selecionadas foram aquelas que possuíam mais de 6 milhões de pessoas ocupadas no ano 2006, resultando na escolha do Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Bahia. Essa definição foi uma forma de garantir uma melhor representatividade dos dados específicos para o setor cultural.

Entre as manifestações culturais identificadas tem-se:

Artes plásticas (com os mais variados produtos);

Artes cênicas (teatro, ópera e circo);

Artes gráficas e fotografia;

Produção musical;

Produção audiovisual (filmes, documentários, programas de TV, publicidade);

Produção literária (produção e editoração de livros e periódicos);

Artesanatos;

Danças populares e tradicionais;

Patrimônio histórico e cultural (museus, sítios históricos, jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental);

As atividades de pesquisas antropológicas e sociológicas ligadas àquelas descritas acima também foram consideradas na quantificação do mercado de trabalho, quando foi possível extrair estas informações das bases de dados.

Para estimar o volume de ocupações, empregos e renda gerados pelas atividades relacionadas à produção cultural foram utilizadas as informações da PNAD – Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio realizada pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística para os anos de 2003 e 2008.

A PNAD é uma pesquisa domiciliar e amostral realizada anualmente, tendo setembro como mês referência, que permite a observação de informações relativamente às características gerais da população, migração, educação, trabalho, famílias, domicílios e rendimento para a totalidade das do Brasil, Grandes Regiões, Unidades da Federação e nove regiões metropolitanas (Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Porto Alegre).

Para alcançar o tipo de ocupação exercido pelas pessoas e não apenas relacioná-la a alguma atividade econômica, foi utilizado a Classificação Brasileira de Ocupação – CBO. Desde a sua primeira edição, em 1982, a CBO sofreu alterações pontuais, sem modificações

estruturais e metodológicas. A mais recente edição de 2002 utilizou uma nova metodologia de classificação e fez a revisão e atualização completas de seu conteúdo. A CBO tem por finalidade a identificação das ocupações no mercado de trabalho, para fins classificatórios junto aos registros administrativos e domiciliares. A base de informação da CBO está organizada em dez grandes grupos, 47 subgrupos principais 192 subgrupos, 596 grupos de base ou famílias ocupacionais, onde se agrupam 2.422 ocupações e cerca de 7.258 títulos sinônimos.

A partir das bases da PNAD, a CBO possui um nível de desagregação muito grande, sendo incompatível com a metodologia e o tamanho da amostra utilizada na pesquisa. A equipe do IBGE reorganizou os tipos de ocupação da CBO e criou a CBO-Domiciliar com 512 tipos ocupacionais. Dentre estes, para o presente diagnóstico, foram selecionados 65 ocupações que apresentaram relação direta com as expressões culturais do Estado de Pernambuco e depois foram agrupadas conforme descrito no Quadro 1. No caso das informações obtidas pela PNAD, a informação básica refere-se às pessoas ocupadas no setor formal e/ou informal da economia (com ou sem carteira de trabalho assinada, com ou sem contribuição para o Instituto de Previdência Social) e diretamente relacionada às atividades culturais. Ou seja, não inclui, por exemplo, o pessoal de apoio administrativo como secretárias, gerentes, administradores, serviços gerais, etc. que trabalham em atividades econômicas diretamente relacionadas à produção cultural.

#### QUADRO 1

##### Ocupações selecionadas diretamente relacionadas a algum tipo de atividade cultural

Grupos de ocupação	Tipos de ocupação
Comunicação de massa (rádio, TV e jornal)	Editores e redatores; locutores e comentaristas; profissionais do jornalismo; técnicos em operação de estação de rádio e TV
Patrimônio e cultura popular	Arquivologistas e museólogos; designer, escultores, pintores e afins (artistas plásticos); profissionais da informação (bibliotecários e afins); líderes de povos indígenas, quilombolas e caiçaras
Trabalhadores artesanais (tecido, papel, couro, madeira, jóias, alimentos, entre outros)	Confeccionadores de artefatos de madeira, móveis de vime e afins; trabalhadores artesanais da confecção de calçados e artefatos de couro e peles; trab. artesanais da confecção de roupas; trab. artesanais da tecelagem; trab. de fabricação e conservação de alimentos; trabalhadores tipográficos, linotipistas e afins
Trabalhadores das artes gráficas e fotografia	Fotógrafos; técnicos em artes gráficas; trabalhadores da pré-impressão e impressão e gráfica; trabalhadores de laboratório fotográfico; trabalhadores de acabamento gráfico; especialistas em editoração;
Trabalhadores do segmento musical	Compositores, músicos e cantores; reparadores de instrumentos musicais; produtores de espetáculos; técnicos em operação de aparelhos de cenografia e sonorização; confeccionadores de instrumentos musicais

Trabalhadores dos segmentos audiovisuais, teatro e espetáculos	Apresentadores de espetáculos; atores, diretores de espetáculos e afins; cinegrafistas; coreógrafos, dançarinos e bailarinos (clássico e popular); decoradores de interiores e cenógrafos; palhaços, acrobatas e afins; cinegrafistas; técnicos em operação de aparelhos de projeção
Outros profissionais de nível superior	Arquitetos; filósofos, tradutores e intérpretes; profissionais de marketing, publicidade; profissionais em pesquisa e análise antropológica, sociológica, econômica, histórica, geográfica

### **3. PERFIL GERAL E EVOLUÇÃO RECENTE DAS ATIVIDADES CULTURAIS NO BRASIL**

Estimativas do IPEA indicam que em 2002 o PIB da cultura foi responsável por 2,4% do Produto Interno Bruto brasileiro. Neste mesmo ano os dispêndios das famílias somaram R\$ 31,9 bilhões, aproximadamente 3% do total de gastos familiares.

Segundo as informações contidas no Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2003/2005 do IBGE, as atividades produtivas culturais chegaram a contribuir com 11,1% do Valor Adicionado total gerado pela economia Brasileira em 2005, considerando os setores de telecomunicações e de informática. Excluindo-se as telecomunicações esse percentual passou de 6,1 para 6,8, entre os anos de 2003 e 2005. Estes dados foram obtidos a partir das relações de um conjunto de empresas formalmente constituídas na indústria, comércio e serviços.

As empresas formalmente constituídas em atividades direta e indiretamente relacionadas à produção cultural somaram mais de 321 mil estabelecimentos (6,1% do total de empresas brasileiras) e apresentaram um crescimento de 9,3% ao ano entre 2003 e 2005. Nestas empresas estavam ocupadas mais de 1,6 milhões de pessoas. Em relação aos salários, a média global para o setor cultural, expressa em salários mínimos, foi de 5,4 salários mínimos médios mensais, uma remuneração acima da média geral dos demais setores da economia (3,7 salários mínimos), em 2005.

Considerando o total de pessoas ocupadas em atividades culturais (formais e informais) o IBGE totalizou mais de 4,2 milhões de brasileiros, aproximadamente 4,8% do total de pessoas ocupadas. O rendimento médio real mensal do trabalho principal da população de 10 anos ou mais de idade ocupada no setor cultural, estimado em R\$ 846,00 em 2006, é muito similar à média encontrada para a população ocupada total (R\$ 848,00). Em 2006, na distribuição da população ocupada por classes de rendimento do trabalho principal, 72,3% ganhava até dois salários mínimos. Para os ocupados no setor cultural este percentual reduz para 68,0%. Para o total do Brasil as informações sobre o rendimento das pessoas ocupadas nos segmentos culturais revelam-se ligeiramente melhores que para o total do mercado de trabalho (dados da PNAD).

Com relação aos gastos públicos, consolidados nas três esferas de governo (União, estados e municípios), os pesquisadores do IBGE através das informações publicadas nas Finanças Públicas do Brasil (FINBRA) da Secretaria do Tesouro Nacional do Ministério da

Fazenda apontam que, em média, apenas 0,2% das despesas totais foram gastos com cultura em 2005. Contudo, esse percentual representa um volume total de 3,1 bilhões de reais.

A Confederação Nacional dos Municípios realizou um levantamento sobre os gastos em cultura dos três entes da federação, e constatou que os municípios brasileiros estão investindo mais considerando os seus próprios orçamentos, ou seja, utilizam uma maior percentual das suas receitas que os Estados e a União. Como se pode ver na Tabela 1, a União apresentou, nos três últimos anos, o menor percentual de investimento em cultura do seu orçamento em relação aos Estados e Municípios. Esses números, que variaram de 0,23% em 2005 a 0,27% em 2007, representam o orçamento do Ministério da Cultura em relação à Receita Corrente Líquida da União. Os Estados investem um pouco mais que a União, porém a proporção do orçamento gasto por estes representa ainda menos da metade dos gastos dos Municípios.

**TABELA 1**  
**Proporção do orçamento destinada à cultura em relação à Receita Corrente Líquida (RCL) - 2005-2007**

Entes	2005	2006	2007
<b>União</b>	0,23%	0,23%	0,27%
<b>Estados</b>	0,43%	0,46%	0,44%
<b>Municípios</b>	0,93%	1,03%	1,10%

Fonte: CNM - FINBRA.

As despesas municipais com cultura são separadas em três grandes grupos: difusão cultural, patrimônio cultural e outras despesas com cultura. Analisando separadamente, percebe-se que a maior parte dos recursos tem sido gastos com ações de Difusão Cultural, montante correspondente a 75% do total. Embora a fonte pesquisada não discrimine esses gastos com difusão cultural, sabe-se que geralmente se concentram em atividades de implantação e modernização de espaços culturais, realização de eventos culturais, produção e distribuição de material sobre arte e cultura, entre outras. Os municípios que mais priorizam os investimentos em cultura (maior percentual da RCL) no Brasil pertencem ao Estado de Pernambuco, enquanto a média nacional girou em torno de 1,1%, os municípios pernambucanos alocaram 2,6% em 2007, sendo inclusive o terceiro maior volume de recursos, perdendo apenas para o conjunto dos municípios de São Paulo e Minas Gerais. Entre as capitais brasileiras, Recife se destacou no ano de 2007 gastando 3,5% da sua RCL com cultura (o maior entre as capitais).

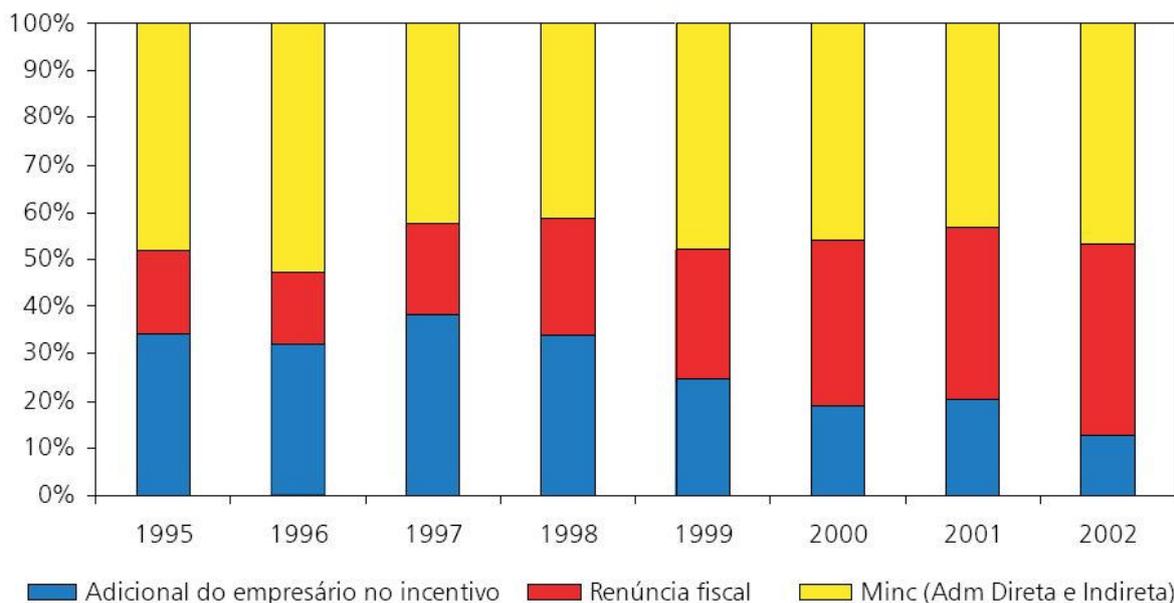
Segundo o estudo desenvolvido pelo IPEA, os recursos orçamentários destinados às políticas públicas de incentivo à cultura sempre foram escassos, concorrendo com outros setores. Contudo, de maneira a contornar esta situação foram criados, nas últimas décadas, dispositivos de financiamento, incluindo as legislações de incentivos fiscais (conhecidas como leis do mecenato e do audiovisual), com o objetivo de estimular a contribuição de recursos adicionais das empresas para a área.

Aos recursos orçamentários, deveriam ser somados aqueles provenientes dos incentivos. Portanto, os recursos do mecenato não deveriam substituir, em princípio, os recursos das instituições públicas, mas somar-se a eles no financiamento das políticas culturais. As instituições públicas de cultura proporcionam serviços culturais permanentes que não devem estar sujeitos às motivações empresariais, mas, ao mesmo tempo, o poder público pode e deve delimitar o campo onde o co-financiamento é possível e desejável. (SILVA, 2007)

As empresas que apóiam projetos culturais por meio das leis de incentivo pagam menos impostos, ou seja, os recursos repassados são oriundos de renúncia fiscal do Governo. O objetivo das leis de incentivo é estimular o patrocínio e apoio das empresas, de forma que o Governo arque com uma parte dos custos dos projetos e as empresas contribuiriam com outra parcela. Entretanto, o que se tem observado é o aumento do financiamento público via lei de incentivo, a despeito das diversas deduções sobre lucro líquido e imposto de renda. Segundo informações do IPEA, os recursos financiados pelas leis de incentivo praticamente correspondem a mais da metade dos recursos públicos federais (Gráfico 1)

Percebe-se no Brasil uma tendência de crescimento do volume de recursos destinados à cultura, tanto no âmbito das políticas federais, como das estaduais e municipais, incluindo também o apoio das empresas públicas e privadas. Entre 1995 e 2002, os recursos orçamentários para as atividades culturais mantiveram-se relativamente estáveis, com crescimento em torno de 1% ao ano no período.

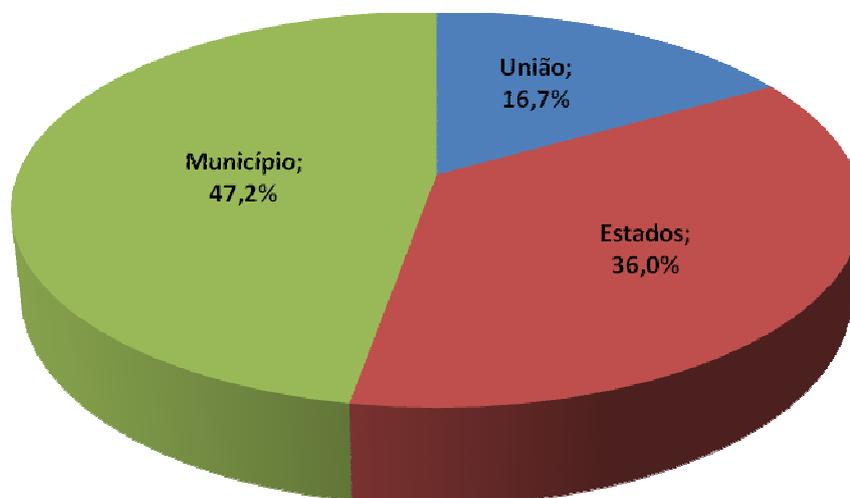
**GRÁFICO 1**  
**Evolução dos dispêndios em projetos culturais segundo a origem dos recursos – 1992-2002**



Fonte: Siafi/Sidor/IPEA. Ministério da Cultura. In: SILVA, 2007, p. 177.

As informações disponíveis nos Sistemas de Informações e Indicadores Culturais 2003/2005 do IBGE revelam a distribuição dos dispêndios com cultura segundo as esferas administrativas públicas. Os dados revelam que os gastos públicos voltados para o setor cultural aumentaram de R\$ 2,4 bilhões no ano de 2003 para R\$ 3,1 bilhões no ano 2005. O Governo Federal, que respondia por 14,4% do total destes gastos em 2003, aumentou a sua participação para 16,7%, em 2005, enquanto os governos estaduais passaram de 31,7% em 2003, para 36,0% em 2005. Os governos municipais, que totalizavam 54,0%, em 2003, continuaram a ser a esfera de governo que mais utilizou seu orçamento com o setor cultural, mas tiveram sua participação reduzida para 47,2%, em 2005. Esta redução na participação dos municípios contraria a tendência historicamente observada que aponta para uma crescente participação dos incentivos municipais frente aos Estados e a União. E mesmo com essa redução as entidades municipais, continuam, de forma conjunta, a serem os maiores incentivadores da expressão cultural. (Gráfico 2)

**GRÁFICO 2**  
**Distribuição relativa dos dispêndios com cultura, segundo esfera da administração pública - 2005**



Fonte: IBGE – Sistemas de Informações e Indicadores Culturais. Elaboração DIEESE

Do ponto de vista do consumo cultural realizado pela população brasileira a Pesquisa do Orçamento Familiar pode fornecer algumas pistas. Praticamente 82% dos gastos com cultura se referem às práticas realizadas dentro do domicílio, ou seja, com televisão, vídeo, música e leitura. As despesas fora de casa representam 18% e nelas predominam as práticas de freqüentar teatro, shows, circo, cinema, museus, zôo, discoteca, etc. As famílias brasileiras gastam em média R\$35,00/mês com cultura, respectivamente 2,4% das despesas totais. Para a Região Nordeste este valor é 43% menor, e corresponde a R\$20,1/mês. Em Pernambuco esta média é praticamente a mesma.

É importante registrar que enquanto o consumo das famílias chegou a mais de R\$ 30 bilhões, o montante de recursos aportados pelos três níveis de governo em pouco ultrapassou os R\$ 2 bilhões em 2002.

### ***3.1 Evidências das manifestações artístico-culturais nos municípios do Brasil***

O IBGE lançou em 2006 a Pesquisa de Informações Básicas Municipais do IBGE (MUNIC - volume especial sobre cultura) a fim de revelar a existência de equipamentos

culturais nos municípios e a forma de gestão do poder público no que se refere aos incentivos e preservação das manifestações culturais.

Pernambuco é destaque nacional assim como o Rio de Janeiro e Minas Gerais, na preservação do patrimônio histórico, principalmente no que se refere às edificações pertencentes aos períodos coloniais e imperiais.

Quanto à exposição de fotografia, feira de livros, festival de teatro e concurso de literatura, verifica-se, em geral, a sua predominância nas Regiões Sudeste e Sul do País. Todavia, três Estados nordestinos se destacaram nessas quatro atividades: Ceará, Rio Grande do Norte e Pernambuco. Também são nesses Estados que estão presentes os maiores percentuais de participação de municípios com festivais de cinema. O Rio de Janeiro apresenta os mais altos percentuais de participação de municípios com evidências culturais para a maioria das atividades artísticas, excetuando-se as de dança, em que é superado por Pernambuco (78,9%) e Santa Catarina (77,8%), e de orquestra, por Pernambuco (41,6%).

O artesanato pode ser encontrado em quase todos os municípios brasileiros, porém alguns estados se destacam e em especial o artesanato em couro é mais evidente no Nordeste, onde mais uma vez Pernambuco é enfatizado. Entre os tipos de artesanatos existentes e pesquisados pelo IBGE, o bordado é o mais presente entre os municípios do Estado de Pernambuco, seguido da madeira, barro, couro e materiais recicláveis.

A gastronomia como expressão artística de um povo é encontrada em quase todos os estados brasileiros, porém percentuais expressivos de municípios com tal evidência são encontrados no Acre, Amazonas, Tocantins, Pernambuco, Bahia e Minas Gerais.

Os Estados do Acre, Amapá e Maranhão apresentaram um alto crescimento no número médio de equipamentos culturais e meios de comunicação entre 1999 e 2006. Porém, os mais altos índices de participação foram constatados no Espírito Santo (6,5%), São Paulo (6,3%) e Pernambuco (6,0%), além do Distrito Federal e Rio de Janeiro. Maranhão, Piauí e Pernambuco são os Estados com maior presença de rádios comunitárias.

Dos 185 municípios existentes em Pernambuco em apenas dois a administração pública declarou não possuir estrutura política específica voltada à cultura. Em 158 municípios (85,4%) a área cultural estava sendo administrada em secretarias municipais em conjunto com outras políticas públicas. Em apenas três municípios contavam com uma

secretaria específica de cultura e nos demais a políticas culturais estavam contempladas em setores e órgãos de outras secretarias.

Nos últimos dois anos mais de 82% dos municípios de Pernambuco realizaram algum festival ou mostra artístico-cultural. Em 71 municípios houve festival de dança e música e em 109 alguma manifestação tradicional popular foi apresentada em evento específico. Os festivais teatrais estiveram presentes em 63 municípios e os de cinema em 26.

Em 132 dos 185 municípios (71,3%) houve alguma feira neste sentido nos dois últimos anos. Em 116 municípios foram registradas feiras de arte e artesanato; em 47 municípios houve feiras agropecuárias; em 29 feiras de livros e em 20 feiras de negócios relacionadas com confecção e moda. As exposições de artes e artesanato foram realizadas em mais de 77% dos municípios pernambucanos.

Pernambuco é o Estado brasileiro com o maior percentual de municípios onde há ocorrência de grupos de dança (79% ou 146 municípios). Em 122 municípios foram registrados a existência de grupos teatrais; em 133 há bandas de música e em 100 municípios existem ainda grupos de corais.

A capoeira também foi contemplada na pesquisa do IBGE, tendo sido registrada a existência de grupos de capoeiras em atividades, em 134 municípios pernambucanos. E como não poderia deixar de ser, os blocos carnavalescos estão presentes em mais de 63% dos municípios pernambucanos.

Por suas mais variadas expressões e manifestações presentes na grande parte dos municípios pernambucanos, fica evidente assim o potencial da cultura no Estado, seja no seu caráter de afirmação e identificação com as origens e as manifestações do “ser” pernambucano, seja por outro lado, na capacidade de se tornar uma atividade econômica geradora de emprego e renda.

#### **4. CARACTERÍSTICAS GERAIS DO MERCADO DE TRABALHO DAS ATIVIDADES CULTURAIS EM PERNAMBUCO E NA REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE**

Como visto na literatura nacional e nas políticas públicas, a cultura vem se tornando uma importante opção para o desenvolvimento sócio-econômico, inclusive de caráter sustentável<sup>3</sup>. Nos governos nacional, estadual e municipal, a idéia de que o setor cultural deve adquirir papéis estratégicos na dinâmica econômica vem se consolidando como uma alternativa viável e necessária. De fato, estudos a nível nacional atestam a importância econômica do setor, mas, até onde se sabe, não existe um detalhamento sobre o mercado de trabalho no setor cultural e nos seus diferentes segmentos para os níveis inferiores (Unidades da Federação, municípios e regiões específicas).

Como foi visto, o Estado de Pernambuco se destaca nacionalmente como um importante celeiro de expressões e manifestações culturais. Evidências culturais se revelam das mais variadas formas por todo o Estado, além de estar especialmente presente na Região Metropolitana do Recife. Na tarefa de elaborar um diagnóstico sobre o mercado de trabalho das atividades culturais no Estado de Pernambuco, procurou-se, como já foi dito, examinar os dados da Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio para anos recentes. Como descrito no capítulo metodológico, as informações foram agrupadas em sete grandes grupos por afinidade de origem e/ou traços de semelhanças no modo de trabalhar.

Este diagnóstico apresenta, de forma sintética, dados estatísticos e a análise das tendências gerais do mercado de trabalho cultural.

##### **4.1. População Ocupada e Rendimento**

Dos mais de 8 milhões de pessoas residentes em Pernambuco, a PNAD registrou em 2008 cerca 3,7 milhões de pessoas ocupadas, entre as quais 76.474 trabalhavam e se identificaram com atividades diretamente relacionadas à cultura. Isso representa uma participação de 2%, que pode parecer pouco, mas representa a essência das ocupações diretamente relacionadas à produção cultural, não inclui, portanto, atividades comerciais, de informática e telecomunicações como as informações apresentadas pelas pesquisas do IBGE descritas anteriormente.

---

<sup>3</sup> Por se tratar de atividades econômicas limpas, renováveis e que se reproduzem sem agredir o meio ambiente.

O subgrupo mais numeroso é o Patrimônio e cultura popular no qual se encontram os artistas plásticos e representantes da preservação do patrimônio histórico e cultural como os museólogos. Este subgrupo somou mais de 21.200 pessoas e responde por quase 30% do total do grupo, como pode ser visto na Tabela 2.

Os trabalhadores artesanais representam o segundo subgrupo mais importante com mais de 16,5 mil pessoas, composto de artesão que trabalham com couro e peles, madeira e vime, tecido, papel, metais preciosos e semipreciosos, inclusive os trabalhadores na fabricação e conservação de alimentos produzidos de forma artesanal.

**TABELA 2**  
**Pessoas de 10 anos ou mais ocupadas por grupo de ocupação relacionada às atividades culturais no trabalho principal – 2008 - Pernambuco**

Grupos de ocupação	2008		
	Pessoas	Distribuição % em relação às ativ. culturais	Participação no total de pessoas ocupadas
<b>Ocupações culturais</b>	<b>76.474</b>	<b>100,0</b>	<b>2,0</b>
Comunicação de massa (rádio, TV e jornal)	4.676	6,1	0,1
Patrimônio e cultura popular (artistas plásticos)	21.203	27,7	0,6
Trabalhadores artesanais <sup>1</sup>	16.523	21,6	0,4
Trabalhadores das artes gráficas e fotografia	9.627	12,6	0,3
Trabalhadores do segmento musical	10.809	14,1	0,3
Trab. dos segmentos audiovisuais e artes cênicas	4.450	5,8	0,1
Outros profissionais de nível superior	9.186	12,0	0,2
<b>Total de pessoas ocupadas</b>	<b>3.743.465</b>	<b>-</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IBGE – PNAD (microdados). Elaboração DIEESE

1 – em tecido, papel, couro, madeira, jóias, alimentos, etc.

O terceiro subgrupo trata dos trabalhadores ocupados no segmento da música, envolvendo: músicos, compositores, cantores, regentes, técnicos em operação de aparelhos de cenografia e sonorização, produtores de espetáculos, confeccionadores e reparadores de instrumentos musicais. Mas de 10.800 pessoas se identificaram com alguma ocupação do segmento musical, representando mais de 14% dos ocupados em atividades ligadas a cultura.

Os outros subgrupos somados correspondem a quase 28 mil pessoas e 36,5% do total do grupo.

Uma característica peculiar das atividades culturais é que elas podem, não necessariamente, representar uma atividade econômica em que a pessoas buscam emprego e renda. Muitas vezes as pessoas utilizam a cultura como lazer, terapia, fonte de distração,

hobby ou como perpetuação de uma identidade, de valores simbólicos, o que não é captado pelas estatísticas oficiais. Por suas características instáveis na geração de renda, a cultura pode se revelar também como uma atividade secundária.

A Tabela 3 registra o número de pessoas que se ocupam de alguma atividade cultural do ponto de vista do trabalho principal e secundário. No seu conjunto, as duas fontes de ocupação somaram quase 87 mil pessoas em Pernambuco, no qual os quatro grandes subgrupos são: patrimônio e cultura popular, trabalhadores artesanais, trabalhadores do segmento musical e trabalhadores das artes gráficas e fotografia. Chama atenção o fato da maioria dos trabalhadores secundários se ocuparem com a produção de artesanato (3.719 pessoas ou 35,8%) e música (2.223 pessoas ou 21,4%).

**TABELA 3**  
**Pessoas ocupadas por grupo de ocupação relacionada às atividades culturais no trabalho principal e no trabalho secundário – 2008 – Pernambuco**

Grupos de ocupação	2008		
	Trabalho principal	Trabalho secundário	Total
<b>Ocupações culturais</b>	<b>76.474</b>	<b>10.390</b>	<b>86.864</b>
Comunicação de massa (rádio, TV e jornal)	4.676	771	5.447
Patrimônio e cultura popular (artistas plásticos)	21.203	1.996	23.199
Trabalhadores artesanais <sup>1</sup>	16.523	3.719	20.242
Trabalhadores das artes gráficas e fotografia	9.627	771	10.398
Trabalhadores do segmento musical	10.809	2.223	13.032
Trab. dos segmentos audiovisual e artes cênicas	4.450	683	5.133
Outros profissionais de nível superior	9.186	227	9.413

Fonte: IBGE – PNAD (microdados). Elaboração DIEESE

1 – em tecido, papel, couro, madeira, jóias, alimentos, etc.

Para entender a importância das expressões culturais é preciso observar o seu dinamismo, não só o seu volume. Por isso as informações contidas na Tabela 4 são muito relevantes, nelas é possível verificar que o número de pessoas ocupadas em segmentos culturais cresceu muito mais que a média do mercado de trabalho.

Enquanto o total de pessoas ocupadas em Pernambuco apresentou uma expansão de 1,5% ao ano entre os anos de 2003 e 2008, neste mesmo período as ocupações culturais aumentaram 6,7% ao ano, passando de 62.811 para 86.864 pessoas. Curiosamente o subgrupo que mais cresceu foi o dos trabalhadores artesanais que quase dobrou de tamanho no período analisado. Por outro lado, o subgrupo dos trabalhadores do segmento musical apresentou o

pior desempenho (1,9% a. a.), embora acima da média do mercado pernambucano (1,5% a. a.), revelando, assim, mais uma vez, a importância de se estudar o setor da música no Estado.

**Tabela 4**  
**Pessoas ocupadas por grupo de ocupação relacionada às atividades culturais em trabalho principal e secundário - 2003/2008 - Pernambuco**

Grupos de ocupação	2003	2008	Taxa anual de crescimento
<b>Ocupações culturais</b>	<b>62.811</b>	<b>86.864</b>	<b>6,7</b>
Comunicação de massa (rádio, TV e jornal)	4.248	5.447	5,1
Patrimônio e cultura popular	15.543	23.199	8,3
Trabalhadores artesanais <sup>1</sup>	10.794	20.242	13,4
Trabalhadores das artes gráficas e fotografia	9.265	10.398	2,3
Trabalhadores do segmento musical	11.874	13.032	1,9
Trab. dos segmentos audiovisual e artes cênicas	4.383	5.133	3,2
Outros profissionais de nível superior	6.704	9.413	7,0
<b>Total de pessoas ocupadas</b>	<b>3.478.370</b>	<b>3.743.465</b>	<b>1,5</b>

Fonte: IBGE - PNAD (microdados). Elaboração DIEESE

1 – em tecido, papel, couro, madeira, jóias, alimentos, etc.

Além de gerar ocupações no mercado de trabalho as atividades culturais são fontes de renda. Em termo de salários mínimos, a primeira vista, percebe-se com a ajuda da Tabela 5 que as atividades culturais apresentam uma distribuição relativa muito semelhante ao conjunto total do mercado de trabalho. Contudo, uma observação mais detalhada revela participações mais elevadas, nas maiores faixas de rendimento<sup>4</sup>. O percentual de pessoas que ganham mais de 5 salários mínimos<sup>5</sup> em ocupações culturais é o dobro (8,9%) de todo o mercado de trabalho (4,2%).

Enquanto o rendimento médio mensal de todos os trabalhos das pessoas ocupadas em atividades culturais foi de R\$ 909,00 ou 2,2 salários mínimos em 2008, o rendimento médio mensal do conjunto de pessoas ocupadas em Pernambuco foi de R\$600,00 (Tabela 10), ou seja, 1,4 salários mínimos. Isso representa uma diferença de 50% a mais, ou seja, as pessoas em ocupações culturais ganham 50% mais que o total do mercado. Entre os segmentos culturais nos quais as pessoas auferem maiores rendimentos estão os outros profissionais de nível superior (R\$3.309,00) e os trabalhadores dos segmentos audiovisuais e artes cênicas (R\$1.184,00). Já o subgrupo dos trabalhadores artesanais vivia com menos que um salário mínimo ou aproximadamente R\$350,00, o pior rendimento entre os sete subgrupos selecionados.

<sup>4</sup> Para este nível de desagregação juntamente com os tipos de ocupação a amostra da PNAD não se revelou confiável, por isso a análise será feita de forma agregada.

<sup>5</sup> O salário mínimo vigente em setembro de 2008 equivalia a R\$415,00 (quatrocentos e quinze reais).

Os trabalhadores do segmento musical pernambucano ganhavam um pouco menos que a média das atividades culturais, cerca de R\$822,00 contra os R\$909,00 da média do grupo. Mesmo assim, essa remuneração é superior a média de todo o mercado de trabalho.

**TABELA 5**  
**Pessoas ocupadas em atividades culturais e no total do mercado de trabalho, segundo faixa de rendimento mensal no trabalho principal (em salários mínimos) – 2008 – Pernambuco**

Faixa de rendimento	Atividades culturais		Total do mercado	
	Pessoas	Distribuição %	Pessoas	Distribuição %
Total	76.474	100,0	3.743.465	100,0
Até 1 salário mínimo	36.728	48,0	1.799.828	48,1
Mais de 1 a 2 salários mínimos	14.670	19,2	814.321	21,8
Mais de 2 a 3 salários mínimos	7.860	10,3	223.319	6,0
Mais de 3 a 5 salários mínimos	5.091	6,7	160.261	4,3
Mais de 5 a 10 salários mínimos	5.001	6,5	101.287	2,7
Mais de 10 salários mínimos	1.817	2,4	55.479	1,5
Sem declaração ou sem rendimento	5.307	6,9	588.970	15,7

Fonte: IBGE - PNAD. Elaboração DIEESE

Nota: as pessoas sem rendimento trabalhavam normalmente para consumo ou uso próprio, ou ajudavam a família sem por isso ter alguma remuneração (membros da família)

Tomando por base as informações específicas da Região Metropolitana do Recife, observa-se uma maior participação percentual das pessoas que se identificaram com ocupações ligadas à cultura. Enquanto que para o total do Estado apenas 2% das pessoas ocupadas estavam alocadas em alguma atividade cultural, para a RMR este percentual foi de 3,1% em 2008.

Os trabalhadores do segmento musical se revelaram o segundo subgrupo mais importante (17,9%) em termos de participação no total de ocupações culturais depois das ocupações no patrimônio e cultura popular (25,9%). De uma forma geral, as ocupações estão mais bem distribuídas na RMR.

Outro importante subgrupo são os outros profissionais de nível superior composto por antropólogos, sociólogos, filósofos, profissionais de marketing e publicidade, profissionais em pesquisa e análise econômica, histórica e geográfica. Os trabalhadores artesanais representam um subgrupo de menor participação na RMR (15,1%) do que no total do Estado (21,6%), enquanto que os trabalhadores das artes gráficas e fotografia pesam mais nos municípios do Grande Recife (13,2%). Há, portanto, uma distribuição também geográfica

das ocupações culturais, onde algumas estão mais presentes no interior do Estado enquanto que outras se encontram mais no Grande Recife.

**TABELA 6**  
**Pessoas ocupadas por grupo de ocupação relacionada às atividades culturais (no trabalho principal) – 2008 - Região Metropolitana do Recife**

Grupos de ocupação	2008		
	Pessoas	Distribuição % em relação às até. culturais	Participação no total de pessoas ocupadas
<b>Ocupações culturais</b>	<b>48.190</b>	<b>100,0</b>	<b>3,1</b>
Comunicação de massa (rádio, TV e jornal)	2.500	5,2	0,2
Patrimônio e cultura popular (artistas plásticos)	12.500	25,9	0,8
Trabalhadores artesanais <sup>1</sup>	7.277	15,1	0,5
Trabalhadores das artes gráficas e fotografia	6.364	13,2	0,4
Trabalhadores do segmento musical	8.633	17,9	0,6
Trabalhadores dos segmentos audiovisuais, artes cênicas	2.274	4,7	0,1
Outros profissionais de nível superior	8.642	17,9	0,6
<b>Total de pessoas ocupadas</b>	<b>1.535.059</b>	<b>-</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IBGE - PNAD (microdados). Elaboração DIEESE

1 – em tecido, papel, couro, madeira, jóias, alimentos, etc.

As pessoas ocupadas no trabalho principal e secundário em ocupações culturais na Região Metropolitana do Recife apresentam-se um pouco mais desagregadas, podendo-se verificar os tipos de ocupações do segmento musical (Tabela 7). Existiam em 2008 mais de 52 mil pessoas ocupadas em atividades culturais, seja no trabalho principal ou no secundário, sendo o subgrupo de patrimônio e cultura popular o mais representativo (25,7%). O subgrupo do segmento musical revelou-se o maior no trabalho secundário, participando com 35,3% do grupo maior. Das quase 10 mil pessoas que declararam exercer alguma atividade no setor da música 1.363 não tinham a música como atividade principal (13,6%). Os compositores, músicos e cantores representaram os maiores tipos de ocupação no segmento musical em 2008, ou seja, eram 6.586 pessoas só na RMR. Outras importantes ocupações são os técnicos de som e iluminação (cenografia) que totalizaram 2.273 pessoas.

**TABELA 7**  
**Pessoas ocupadas por grupo de ocupação relacionado às atividades culturais como trabalho principal e secundário – 2008 - Região Metropolitana do Recife**

Grupos ocupacionais	Trabalho principal	Trabalho secundário	Total
<b>Ocupações culturais</b>	<b>48.190</b>	<b>3.862</b>	<b>52.052</b>
Comunicação de massa (rádio, TV e jornal)	2.500	227	2.727
Patrimônio e cultura popular (artistas plásticos)	12.500	908	13.408
Trabalhadores artesanais <sup>1</sup>	7.277	455	7.732
Trabalhadores das artes gráficas e fotografia	6.364	227	6.591
<b>Trabalhadores do segmento musical</b>	<b>8.633</b>	<b>1.363</b>	<b>9.996</b>
<i>Compositores, músicos e cantores</i>	<i>5.678</i>	<i>908</i>	<i>6.586</i>
<i>Produtor de espetáculo</i>	<i>682</i>	<i>228</i>	<i>910</i>
<i>Reparadores de instrumentos musicais</i>	<i>227</i>	<i>-</i>	<i>227</i>
<i>Técnicos em operação de aparelhos de cenografia</i>	<i>454</i>	<i>227</i>	<i>681</i>
<i>Técnicos em operação de aparelhos de sonorização</i>	<i>1.592</i>	<i>-</i>	<i>1.592</i>
Trabalhadores dos segmentos audiovisuais e artes cênicas	2.274	455	2.729
Outros profissionais de nível superior	8.642	227	8.869

Fonte: IBGE - PNAD (microdados). Elaboração DIEESE

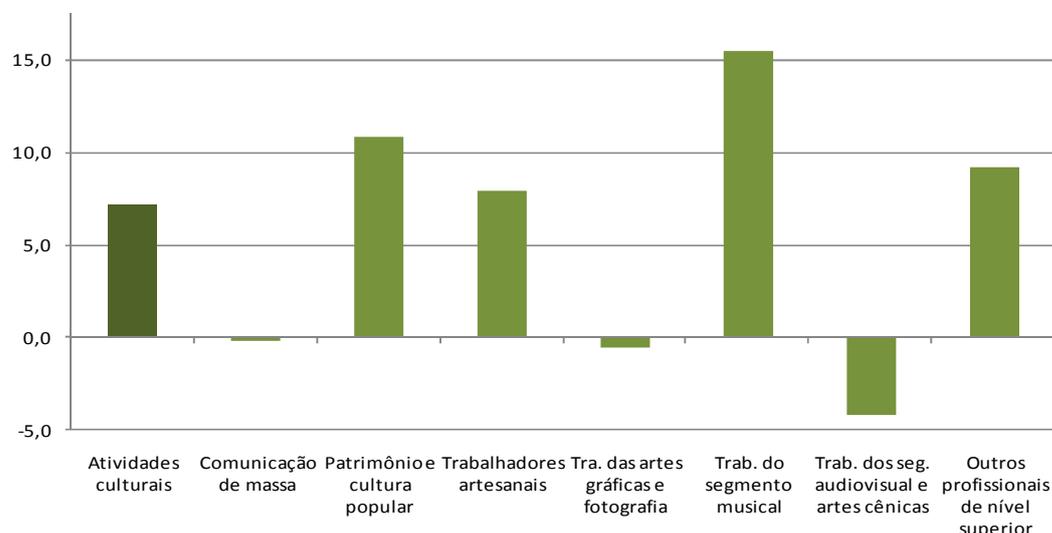
1 – em tecido, papel, couro, madeira, jóias, alimentos, etc.

Além de revelar-se um importante segmento no que se refere ao volume de ocupações geradas em 2008, o segmento musical mostrou grande dinamismo entre os anos de 2003 e 2008, crescendo a uma taxa média anual de 15,5%, isso significa que o subgrupo mais que dobrou de tamanho em apenas 5 anos, como pode ser visto no Gráfico 3 e na Tabela 8. Esse fato pode ser reflexo das políticas públicas ou do próprio mercado que se mostrou receptivo ou estimulante para os trabalhadores da cena musical do Grande Recife, não sendo neste momento possível afirmar os motivos principais para esse comportamento. O desempenho do segmento musical foi melhor que a média das ocupações culturais, que por sua vez, foi maior que a taxa média de crescimento do total do mercado de trabalho.

Entre os subgrupos que mais cresceram nos cinco anos analisados estão o dos trabalhadores do segmento da música (15,5% a. a.), patrimônio e cultura popular (10,8% a. a.), outros profissionais de nível superior (9,2% a. a.) e trabalhadores artesanais (7,9% a. a.). Três subgrupos tiveram desempenho negativo neste período, diminuindo o número de pessoas ocupadas, contudo o pior ficou a cargo dos trabalhadores do segmento audiovisual e artes cênicas que diminuiu de 3,3 para 2,7 mil pessoas.

Do ponto de vista regional percebe-se que há um crescimento das ocupações nos segmentos de comunicação em massa, trabalhadores das artes gráficas e fotografia e trabalhadores dos segmentos audiovisuais e artes cênicas no interior do Estado, em detrimento de uma diminuição na Região Metropolitana do Recife.

**GRÁFICO 3**  
**Taxa anual de crescimento (%) do número de pessoas ocupadas por subgrupo de ocupações culturais – 2003/2008 - Região Metropolitana do Recife**



Fonte: IBGE – PNAD (microdados). Elaboração DIEESE

**TABELA 8**  
**Pessoas ocupadas por grupo de ocupação relacionada às atividades culturais como trabalho principal e secundário - 2003 / 2008 - Região Metropolitana do Recife**

Grupos ocupacionais	2003	2008	Taxa anual de crescimento (%)
<b>Atividades culturais</b>	<b>36.746</b>	<b>52.052</b>	<b>7,2</b>
Comunicação de massa (rádio, TV e jornal)	2.745	2.727	-0,1
Patrimônio e cultura popular (artistas plásticos)	8.024	13.408	10,8
Trabalhadores artesanais <sup>1</sup>	5.281	7.732	7,9
Trabalhadores das artes gráficas e fotografia	6.759	6.591	-0,5
Trabalhadores do segmento musical	4.856	9.996	15,5
Trabalhadores dos segmentos audiovisuais e artes cênicas	3.380	2.729	-4,2
Outros profissionais de nível superior	5.701	8.869	9,2
<b>Total de pessoas ocupadas</b>	<b>1.306.767</b>	<b>1.535.059</b>	<b>3,3</b>

Fonte: IBGE - PNAD (microdados). Elaboração DIEESE

1 – em tecido, papel, couro, madeira, jóias, alimentos, etc.

Do ponto de vista dos rendimentos, assim como no total do Estado, verifica-se uma melhor distribuição em favor dos trabalhadores dos segmentos culturais. As informações da Tabela 9 registram que 7,1% das pessoas ocupadas em atividades culturais ganhavam de 5 a 10 salários mínimos, enquanto que para o total do mercado essa participação era de 2,6%. Verificou-se também que o rendimento médio mensal de todos os trabalhos das pessoas ocupadas em atividades culturais na Região Metropolitana do Recife era de R\$ 1.243,00. Este

valor é bem superior a média do total das pessoas ocupadas na RMR que girou em torno de R\$888,00.

**TABELA 9**  
**Pessoas ocupadas em atividades culturais e no total do mercado de trabalho,**  
**segundo faixa de rendimento mensal no trabalho principal (em salários mínimos) –**  
**2008 - Região Metropolitana do Recife**

Faixa de rendimento	Atividades culturais		Total do mercado	
	Pessoas	Distribuição %	Pessoas	Distribuição %
<b>Total</b>	<b>48.190</b>	<b>100,0</b>	<b>1.535.059</b>	<b>100,0</b>
Até 1 salário mínimo	19.549	40,6	688.540	44,9
Mais de 1 a 2 salários mínimos	10.455	21,7	456.422	29,7
Mais de 2 a 3 salários mínimos	5.230	10,9	130.713	8,5
Mais de 3 a 5 salários mínimos	5.227	10,8	97.750	6,4
Mais de 5 a 10 salários mínimos	3.411	7,1	40.010	2,6
Mais de 10 salários mínimos	1.362	2,8	39.331	2,6
Sem declaração ou sem rendimento	2.956	6,1	82.293	5,4

Fonte: IBGE - PNAD. Elaboração DIEESE

Nota: as pessoas sem rendimento trabalhavam normalmente para consumo ou próprio uso, ou ajudavam a família sem por isso ter alguma remuneração (membros da família)

Entre os segmentos mais bem remunerados estão os outros profissionais de nível superior (R\$3.485,00), trabalhadores do segmento audiovisual e artes cênicas (R\$1.930,00) e os trabalhadores da comunicação de massa (1.318,00); ou seja, a cima da média das ocupações culturais, conforme registra a Tabela 10. Os trabalhadores artesanais e os trabalhadores das artes gráficas e fotografia revelaram os piores rendimentos, com respectivamente R\$564,00 e R\$573,00 em média. As pessoas ocupadas em atividades relacionadas à música auferiam, em média, R\$ 861,00 por mês, valor pouco abaixo da média do mercado e 30% a menos que a média do total das atividades culturais.

**TABELA 10**  
**Rendimento médio mensal em todos os trabalhos das pessoas ocupadas por segmentos culturais - 2008 - Pernambuco e Região Metropolitana do Recife**

Segmento ocupacional	Pernambuco		RMR	
	Rend. médio mensal (R\$)	Pessoas ocupadas	Rend. médio mensal (R\$)	Pessoas ocupadas
<b>Ocupações culturais</b>	<b>909</b>	<b>74.339</b>	<b>1.243</b>	<b>46.599</b>
Comunicação de massa (rádio, TV e jornal)	935	4.676	1.318	2.500
Patrimônio e cultura popular	532	20.432	694	12.273
Trabalhadores artesanais*	349	16.523	564	7.277
Trabalhadores das artes gráficas e fotografia	563	9.627	573	6.364
Trabalhadores do segmento musical	822	10.355	861	8.179
Trab. Dos segmentos audiovisuais e artes cênicas	1.184	4.450	1.930	2.274
Outros profissionais de nível superior	3.309	8.276	3.485	7.732
<b>Total das pessoas ocupadas</b>	<b>600</b>	<b>3.698.004</b>	<b>888</b>	<b>1.507.550</b>

Fonte: IBGE - PNAD. Elaboração DIEESE

Notas: 1) Trata-se das pessoas ocupadas em trabalho principal e secundário com ocupações diretamente relacionadas à cultura; 2) Excluíram-se do cálculo as pessoas sem declaração do valor do rendimento e sem rendimento.

\* em tecido, papel, couro, madeira, jóias, alimentos, etc.

As informações apresentadas nesse capítulo revelam que Pernambuco apresentou um bom dinamismo no mercado de trabalho cultural, registrando um incremento de 24 mil de ocupações, em apenas 5 anos. Nesse crescimento, vale ressaltar que os trabalhadores artesanais apresentaram o melhor desempenho, dobrando o volume de ocupações, e os artistas plásticos representam o maior contingente separadamente. Embora o rendimento médio das ocupações culturais se mostrarem superiores à média do mercado, alguns segmentos específicos (como os trabalhadores artesanais) estão aquém do patamar institucionalizado que representa o salário mínimo.

Já para a Região Metropolitana do Recife, o segmento musical foi o subgrupo que se revelou mais dinâmico entre 2003 e 2005, dobrando o volume de ocupações, ou seja, passou de 4.856 para 9.996 pessoas. Também na Região Metropolitana, os artistas plásticos lideram a participação de forma isolada. Embora tenham apresentado crescimento expressivo, os trabalhadores das atividades musicais auferem ganhos inferiores à média das atividades culturais, tanto no Estado de Pernambuco como um todo quanto na RMR.

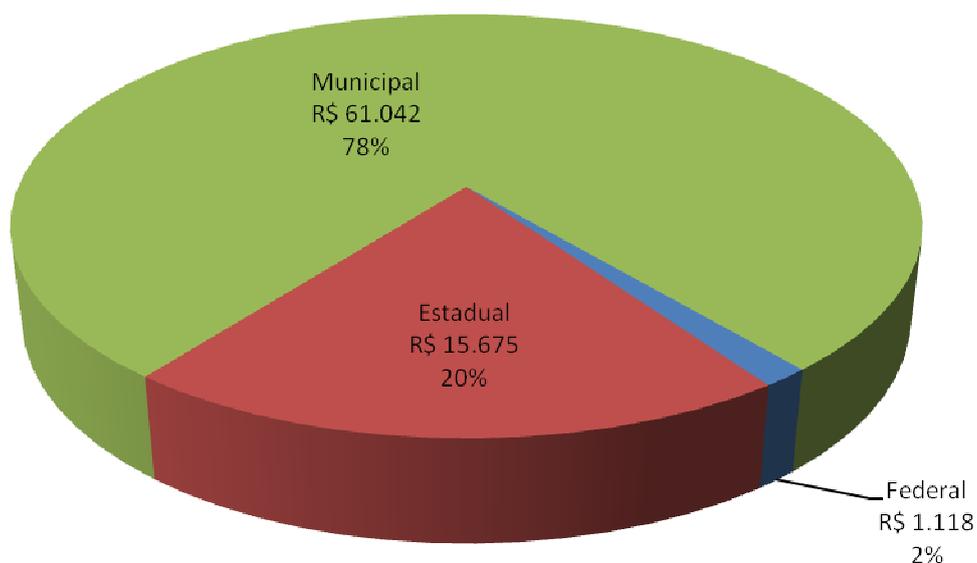
#### **4.2 Os incentivos fiscais e financeiros de fomento à cultura**

Os estudos desenvolvidos pelo IPEA (SILVA, v.2 e v.3, 2007) fazem uma correlação direta entre o crescimento dos empregos e ocupações nas atividades produtivas culturais com o aumento no volume de financiamentos público e privado no Brasil. Através desses estudos é possível examinar as características e a evolução recente dos incentivos financeiros à cultura.

Do ponto de vista da origem dos recursos por esfera administrativa, tem-se que, em 2002, mais de 78% advinham do orçamento das prefeituras dos 185 municípios do Estado de Pernambuco (Gráfico 4). Nesse ano, do total de R\$ 77,8 milhões, mais de R\$ 61 milhões ficou a cargo das administrações municipais, R\$15,6 milhões sob a tutela do Estado (20%) e R\$1,1 milhões pertenceu a União (2%), como mostra o Gráfico 4. A cidade do Recife foi responsável por quase R\$13 milhões, representando 16,6% do total gasto no Estado de Pernambuco nas três esferas, e mais de 21,2% considerando-se apenas o somatório dos municípios.

Segundo os dados da Secretaria do Tesouro Nacional do Ministério da Fazenda, a cidade do Recife apresenta o 6º maior orçamento voltado para o setor cultural entre todos os municípios brasileiros, perdendo apenas para São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Belo Horizonte e Porto Alegre, respectivamente nesta ordem. Em termos per capita, a capital pernambucana também se destaca com dispêndios acima da média nacional (R\$9,30 per capita), ou seja, para cada habitante a prefeitura gastou R\$10,20 (Dez reais e vinte centavos) em 2003 com cultura.

**GRÁFICO 4**  
**Distribuição dos recursos destinados à cultura segundo origem por esfera administrativa - 2002 – Pernambuco**



Fonte: STN/Siafi/Sidor. In: SILVA, 2007, p. 181.  
Nota: valores monetários em R\$ mil corrente.

## **Incentivos Federais**

No que se refere ao apóio do âmbito federal, ou seja, dos projetos aprovados e apoiados pelo Ministério da Cultura, verificou-se uma oscilação anual nos montantes e no número de projetos entre os anos de 2003 e 2008. Contudo, existe também uma tendência de crescimento, não obstante a maior vulnerabilidade dos financiamentos para as atividades culturais, em virtude da influência da conjuntura econômica nacional na decisão de investir em cultura. Essa é a provável causa para a queda do aporte financeiro verificado no ano de 2008.

No ministério da Cultura os projetos culturais estão divididos em sete grandes grupos: Artes cênicas, Artes integradas, Artes visuais, Audiovisual, Humanidade, Música e Patrimônio Cultural. Às Artes Integradas tem sido direcionada uma maior parcela dos recursos, sendo registrado em 2008 um montante de R\$ 4,8 milhões em 8 grandes projetos. Este segmento representa os festivais e grandes eventos que englobam várias expressões culturais, como o PE Music Festival e o Carnaval Multicultural do Recife. Patrimônio Cultural é outra área que vem recebendo bastante recursos, contemplando principalmente projetos de restauração, conservação e modernização de prédios históricos e igrejas.

Dois grandes projetos foram retirados da Tabela 11 para não distorcer as informações e a tendência geral da evolução dos volumes financeiros aportados, na medida em que representaram eventos pontuais e valores muito acima da média dos projetos. São eles o Núcleo de Comunicação Comunitária do Recife (R\$ 14,9 milhões, em 2005) e Rede de Pontos de Cultura do Estado de Pernambuco (R\$ 14,5 milhões, em 2007).

**TABELA 11**  
**Valor apoiado dos projetos aprovados no Ministério da Cultura por área cultural -**  
**2003-2008 - Pernambuco**

Área cultural	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Artes Cênicas	1.935.747	1.909.142	2.269.240	2.989.894	1.528.158	3.841.912
Artes Integradas	3.480.561	2.638.454	6.412.887	6.482.093	11.065.873	4.876.175
Artes Visuais	1.521.962	1.171.867	271.469	294.128	167.189	393.008
Audiovisual	1.237.507	1.622.976	1.283.449	1.013.385	1.023.583	1.043.592
Humanidades	771.770	558.229	2.590.288	1.745.368	2.640.713	974.657
Música	153.451	787.033	797.282	1.867.065	1.205.672	1.930.774
Patrimônio Cultural	3.364.499	1.953.093	4.185.249	9.121.169	4.370.368	4.689.176
<b>Total Geral</b>	<b>12.465.496</b>	<b>10.640.793</b>	<b>17.809.863</b>	<b>23.513.101</b>	<b>22.001.557</b>	<b>17.749.294</b>

Fonte: Ministério da Cultura. Elaboração DIEESES

Nota: 1) Por causa da distorção de valores foram retirados dois grandes projetos deste cálculo: o Núcleo de Comunicação Comunitária do Recife (R\$ 14,9 milhões em 2005) e Rede de Pontos de Cultura do Estado de Pernambuco (R\$ 14,5 milhões em 2007). 2) Valores nominais a preços constantes de 2008, deflacionados pelo IPC (Índice de Preço ao Consumidor) da FGV

Embora o montante de recursos tenha diminuído nos dois últimos anos da série, as artes cênicas e a música mantiveram a tendência de crescimento. O apoio financeiro para o segmento da música é mais pulverizado que as outras áreas porque privilegia um maior número de projetos, em média de menores valores. Em 2008, por exemplo, foram apoiados 15 projetos no valor total R\$1,9 milhões, o que representa uma média de R\$128 mil para cada um. Observa-se, também, um aumento gradual e constante do volume de recursos destinado a Música, entre 2003 e 2008 houve um crescimento em mais de 10 vezes, passando de R\$153 mil para R\$1,9 milhões.

**TABELA 12**  
**Número de projetos aprovados no Ministério da Cultura por área cultural - 2003-2008**  
**- Pernambuco**

Área cultural	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Artes Cênicas	6	10	10	13	7	8
Artes Integradas	6	11	31	15	21	13
Artes Visuais	4	2	5	4	2	4
Audiovisual	7	11	7	5	7	9
Humanidades	6	5	8	6	7	5
Música	2	14	16	17	15	15
Patrimônio Cultural	6	6	14	18	16	15
<b>Total Geral</b>	<b>37</b>	<b>59</b>	<b>91</b>	<b>78</b>	<b>75</b>	<b>69</b>

Fonte: Ministério da Cultura. Elaboração DIEESE

Nota: 1) Por causa da distorção de valores foram retirados dois grandes projetos deste cálculo: o Núcleo de Comunicação Comunitária do Recife (R\$ 14,9 milhões em 2005) e Rede de Pontos de Cultura do Estado de Pernambuco (R\$ 14,5 milhões em 2007)

O Ministério da Cultura, no que tange a execução orçamentária em administração direta<sup>6</sup>, trabalha com três mecanismos de financiamento, aqueles oriundos dos Recursos Próprios (de pequena importância), o Fundo Nacional da Cultura (FNC) e o Mecenato que representa o apoio das empresas públicas ou privadas via renúncia fiscal. Percebe-se que a tendência geral brasileira de aumento dos apoios financeiros pelo Mecenato se repete para Pernambuco (Tabela 13). Entre 2004 e 2006 o FNC participou com 15% do volume total, caindo em 2007 para 6,3% e em 2008 para 4,6%. No sentido contrário percebe-se a predominância do Mecenato, tanto no volume de recursos quanto no número de projetos. Mas esse fato não reflete maior independência dos projetos culturais em relação ao setor público na busca por financiamento, porque, como já foi dito, trata-se de renúncia fiscal.

<sup>6</sup> No que se refere à administração indireta de incentivo à cultura encontra-se o Iphan, Biblioteca Nacional, FCP, Funarte, Casa de Rui Barbosa, Agência Nacional de Cinema que tem uma participação média de 50% nos recursos do MinC.

**TABELA 13**  
**Valor apoiado e número de projetos aprovados no Ministério da Cultura por mecanismo de financiamento - 2003-2008 - Pernambuco**

Anos	FNC		MECENATO		Recursos do Tesouro		Total geral	
	Nº de projetos	Valor (R\$)	Nº de projetos	Valor (R\$)	Nº de projetos	Valor (R\$)	Nº de projetos	Valor (R\$)
2003	6	338.517	31	12.126.979	-	-	37	12.465.496
2004	15	1.478.450	42	9.158.713	2	3.630	59	10.640.793
2005	40	5.203.960	51	12.605.904	-	-	92	34.663.960
2006	14	3.504.003	64	20.009.098	-	-	78	23.513.101
2007	14	2.364.759	59	19.405.585	2	231.213	76	37.306.149
2008	5	825.275	62	16.274.416	2	649.603	69	17.749.294

Fonte: Ministério da Cultura

Nota: 1) Por causa da distorção de valores foram retirados dois grandes projetos deste cálculo: o Núcleo de Comunicação Comunitária do Recife (R\$ 14,9 milhões em 2005) e Rede de Pontos de Cultura do Estado de Pernambuco (R\$ 14,5 milhões em 2007); 2) Valores nominais a preços constantes de 2008, deflacionados pelo IPC (Índice de Preço ao Consumidor) da FGV

A distribuição espacial do apoio financeiro revela-se, mais uma vez, muito concentrada na RMR, onde estão alocados mais de 90% dos projetos. Além da RMR, há uma forte concentração dos recursos na cidade do Recife. Como se observa na Tabela 14, em 2008 mais de 71% do volume financeiro dos projetos pernambucanos encontram-se na capital. Nesta tabela encontra-se o total dos projetos apoiados, inclusive o Núcleo de Comunicação Comunitária do Recife (R\$ 14,9 milhões em 2005) e Rede de Pontos de Cultura do Estado de Pernambuco (R\$ 14,5 milhões em 2007), por isso em 2007 o município do Recife sozinho detinha mais de R\$ 31 milhões. Infelizmente não há estimativas do número de pessoas envolvidas nestes vultosos projetos, para que se pudesse captar quando empregos diretos são gerados.

**TABELA 14**  
**Valor apoiado dos projetos aprovados no Ministério da Cultura por município - 2003-2008 - Região Metropolitana do Recife**

Municípios	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Cabo de Santo Agostinho	-	149.495	-	-	-	81.275
Ilha de Itamaracá	-	-	-	-	70.752	-
Ipojuca	-	-	-	37.015	-	-
Jaboatão dos Guararapes	995	50.000	451.682	1.691.000	2.009.000	3.519.334
Moreno	150.000	-	-	-	-	-
Olinda	321.986	1.382.098	1.427.813	2.240.297	460.848	859.517
Paulista	-	180.000	-	-	-	-
Recife	8.243.854	6.474.648	27.733.524	15.897.812	31.482.853	12.666.368
<b>RMR</b>	<b>8.716.835</b>	<b>8.236.240</b>	<b>29.613.019</b>	<b>19.866.123</b>	<b>34.023.452</b>	<b>17.126.494</b>
<b>Pernambuco</b>	<b>9.884.835</b>	<b>8.954.629</b>	<b>30.840.835</b>	<b>21.492.506</b>	<b>35.344.893</b>	<b>17.749.294</b>
Participação % da RMR no total do Estado	88,2	92,0	96,0	92,4	96,3	96,5
Participação % de Recife no total do Estado	83,4	72,3	89,9	74,0	89,1	71,4

Fonte: Ministério da Cultura. Elaboração

Nora. A Região Metropolitana do Recife possui 14 municípios, dentre eles apenas os listados nesta tabela tiveram algum projeto aprovado no Ministério da Cultura

### Incentivos Estaduais

Os projetos apoiados pelo FUNCULTURA possuem características mais diversificadas e mais pulverizados que aqueles apoiados pelo Ministério da Cultura. Trata-se, pois, de um número maior de projetos aprovados de valores médios menores. De 2005 e 2008 foram mais de 480 projetos apoiados com um total de recursos na ordem de R\$25,8 milhões. Ou seja, em média, cada projeto foi apoiado com R\$ 53.696,00.

A preços constantes, o volume de recursos do FUNCULTURA quase triplicou em apenas 3 anos, entre 2005 e 2008, passando de R\$4,4 milhões para quase R\$12 milhões representando uma taxa anual de crescimento de 39,4% a. a.

**TABELA 15**  
**Valor de apoio dos projetos aprovado no FUNCULTURA - 2005-2008**  
**- Pernambuco**

<b>Segmentos culturais</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
<b>Total aprovado</b>	<b>4.427.648,14</b>	<b>4.332.078,89</b>	<b>6.266.245,67</b>	<b>11.991.839,82</b>
Artes Cênicas	995.763,48	1.125.329,38	1.199.676,81	2.707.619,37
Artes Integradas	667.586,78	401.546,72	800.281,52	929.987,17
Artes Plásticas e artes gráficas	158.927,10	337.173,23	552.755,47	781.734,91
Cinema, vídeo e fotografia	525.654,18	579.160,95	990.676,69	710.883,89
Cultura popular	258.746,06	217.872,09	258.901,35	626.452,42
Formação e capacitação	163.441,85	263.100,61	367.841,38	1.191.064,16
Literatura	186.348,88	184.720,82	244.555,90	997.356,21
Música	1.026.529,74	665.101,94	1.292.307,78	1.976.258,02
Patrimônio	222.285,26	217.644,23	274.688,00	834.185,42
Pesquisa cultural	222.364,82	340.428,91	284.560,76	1.018.073,11
Gastronomia	-	-	-	218.225,14

Fonte: FUNDARPE - Governo do Estado de Pernambuco

Nota: Valores nominais a preços constantes de 2008, deflacionados pelo IPC (Índice de Preço ao Consumidor) da FGV

Em termos de número de projetos beneficiados pela FUNDARPE, houve também um significativo aumento, passando de 69 para 230. O maior crescimento se deu no segmento das artes cênicas que triplicou o volume de recursos abarcados e projetos apoiados, neste período. Percebe-se que o segmento da música sempre se destacou e em 2008 chega como sendo aquele com maior número de projetos apoiados (49 projetos ou 21,3% sob o total), perdendo em volume financeiro apenas para as artes cênicas.

O montante de recursos aportados no segmento musical pelo Funcultura foi inclusive superior ao volume registrado no Ministério da Cultura. Mas, enquanto o MinC incentiva, na maioria das vezes, grandes eventos e festivais, o Governo do Estado atual mais na produção de fonogramas. Ou seja, foram 29 requisições neste sentido do total de 49 (59,2%) que incluíam gravação, mixagem, prensagem e divulgação de CDs. Os outros projetos requeriam registro fonográfico, apoio a eventos musicais, circulação e/ou divulgação nacional e/ou internacional de produtos musicais e apoio a programa em rádio comunitária.

**TABELA 16**  
**Número de projetos apoiados pelo FUNCULTURA - 2005-2008**  
**- Pernambuco**

<b>Segmentos culturais</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Artes Cênicas	14	17	19	48
Artes Integradas	6	4	7	10
Artes Plásticas e artes gráficas	3	6	10	16
Cinema, vídeo e fotografia	6	8	13	9
Cultura popular	5	4	4	11
Formação e capacitação	4	8	9	31
Literatura	4	4	5	26
Música	19	16	29	49
Patrimônio	4	2	3	10
Pesquisa cultural	4	7	7	16
Gastronomia	-	-	-	4
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>76</b>	<b>106</b>	<b>230</b>

Fonte: FUNДАРPE - Governo do Estado de Pernambuco

### **Incentivos Municipais**

As atividades culturais em Pernambuco no início deste século estão recebendo especiais estímulos tanto das instituições oficiais públicas (com os financiamentos), quanto da sociedade local, nacional e internacional (com o apoio, a presença nos eventos e o consumo das produções culturais).

No plano municipal merece destaque o Sistema de Incentivo à Cultura – SIC da Prefeitura da Cidade do Recife, que distribuiu entre 2003 e 2009 mais de R\$ 9 milhões (Tabela 17) entre os 266 projetos aprovados (Tabela 18). Isso significa que em média cada projeto foi apoiado com cerca de R\$ 34.300,00. Na série de anos disponíveis percebe-se uma taxa de crescimento de 6,3% ao ano e de forma contínua, sem oscilações de um ano para o outro, no volume de recursos disponíveis. Os projetos foram divididos em oito grupos, entre eles artes cênicas, artes gráficas e plásticas, cinema, vídeo e fotografia, dança, literatura, música, pesquisa cultural e outros (que inclui patrimônio cultural, gastronomia e outros não identificados).

**TABELA 17**  
**Valor dos projetos contemplados pelo SIC da Prefeitura da Cidade do Recife por segmento cultural (em R\$ constante) - 2003-2008**

Segmento cultural	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Total</b>	<b>1.038.845</b>	<b>1.101.509</b>	<b>1.155.120</b>	<b>1.372.866</b>	<b>1.422.954</b>	<b>1.550.250</b>	<b>1.500.000</b>
Artes cênicas*	164.917	307.199	252.441	336.825	173.843	345.045	305.385
Artes gráficas e plásticas	140.436	134.629	43.757	102.578	99.692	147.290	83.000
Cinema, vídeo e fotografia	153.230	199.495	118.035	258.107	340.003	328.490	229.900
Dança	68.823	-	76.180	76.764	132.595	51.623	-
Literatura	79.451	48.956	67.452	72.825	100.742	93.150	198.081
Música	354.076	337.796	378.412	418.382	475.732	552.633	585.330
Pesquisa cultural	-	-	30.708	80.902	72.202	32.018	36.000
Outros	77.913	73.434	188.136	26.484	28.144	-	62.305

Fonte: Prefeitura da Cidade do Recife - Sistema de Incentivo à Cultura

Nota: Valores a preços constantes de setembro de 2009, deflacionados pelo IPC (Índice de Preço ao Consumidor) da FGV

\*Artes cênicas contemplam projetos no teatro, circo e ópera

O segmento da música também se destaca no volume de recursos abarcados no SIC, tendo sido responsável em 2006 por 30,5% do total (menor percentual registrado no período) e em 2009 chegou a 39%. Neste último ano da série foram 18 projetos beneficiados com R\$ 585.330,00 no total, ou seja, em média R\$32 mil para cada projeto. Entre 2003 e 2009 o volume de financiamento para o segmento da música cresceu a taxa de 8,7% ao ano, bem superior a taxa média total do SIC (6,3% a. a.).

**TABELA 18**  
**Número de projetos contemplados pelo SIC da Prefeitura da Cidade do Recife por segmento cultural - 2003-2009**

Segmento cultural	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>34</b>	<b>39</b>	<b>37</b>	<b>39</b>	<b>43</b>	<b>48</b>
Artes cênicas*	4	9	6	8	5	7	8
Artes plásticas e gráficas	3	5	2	3	3	4	3
Cinema, vídeo e fotografia	5	6	6	8	8	9	9
Dança	2	-	2	2	4	-	-
Literatura	2	2	2	2	3	4	7
Música	8	10	14	11	13	17	18
Pesquisa Cultural	-	-	2	2	2	1	1
Outros	2	2	5	1	1	1	2

Fonte: Prefeitura da Cidade do Recife - Sistema de Incentivo à Cultura

\* Artes cênicas contemplam projetos no teatro, circo e ópera

Além do Sistema de Incentivo à Cultura municipal e o FUNCULTURA do governo estadual existe um volume de recursos que chega ao Estado de Pernambuco, público e privado, para o financiamento dos três grandes eventos culturais pernambucanos: o carnaval

(que é o maior deles), o São João e as festas de final de ano (Natal e Ano Novo). Até o momento não há disponível informações e estudos sobre estes recursos e seus impactos na geração de emprego e renda.

Somando as três fontes de recursos, disponibilizados através dos incentivos financeiros da União, do Governo do Estado e da Prefeitura da Cidade do Recife, o segmento musical recebeu em 2008 quase R\$ 4,5 milhões.

## 5. A CADEIA PRODUTIVA DA MÚSICA NA REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE

A produção musical é considerada por alguns como o mais importante entre os negócios da indústria criativa, por participar direta ou indiretamente de diversas outras atividades. De maneira geral, os produtos fonográficos perpassam as demais atividades do setor cultural e ainda outros setores econômicos que podem não estar diretamente relacionado às manifestações culturais, como a música no ambiente de um consultório médico, do cabeleireiro ou de lojas de comércio.

Com os avanços tecnológicos, os insumos para produção fonográficos foram barateados e descentralizados, gerando assim novas oportunidades no mundo da música. A produção fonográfica tornou-se mais acessível e democrática. Dessa forma surgiram novos segmentos e mudou-se a forma como os agentes participam na cadeia produtiva e se relacionam com o mercado e com as grandes produtoras (*majors*<sup>7</sup>).

Neste início de século, as pequenas e médias gravadoras, assim como os produtores independentes<sup>8</sup> (também conhecidos por *indies*) ampliaram seu poder. O desenvolvimento tecnológico digital e o maior acesso aos equipamentos relacionados à produção musical contribuíram para a queda sucessiva de barreiras à entrada em diversos estágios da cadeia produtiva da indústria fonográfica, favorecendo a participação de novos atores e alterando inclusive a noção de valor dentro da indústria (NAKANO e LEÃO, 2009).

A cadeia produtiva da música ora desenvolvida se baseou no estudo elaborado pela equipe de trabalho do Centro Josué de Castro (2002) e na análise realizada por João Leão e Davi Nakano (2009). Contudo algumas mudanças foram feitas e novas variáveis foram acrescentadas à análise a partir da atual experiência vivida pela indústria fonográfica pernambucana e das contribuições recolhidas nas oficinas de trabalho feitas no âmbito desse

---

<sup>7</sup> Termo em inglês que representa as grandes gravadoras, normalmente multinacionais, que dominam o mercado da produção audiovisual e fonográfica. Geralmente formada por oligopólios, essas empresas atuavam com forte integração vertical, desempenhando quase todas as funções da cadeia produtiva. São consideradas *majors* as gravadoras: Universal, EMI, Warner, Som Livre (pertencente às Organizações Globo) e Sony-BMG. Nos últimos 20 anos, com o advento da tecnologia e o barateamento dos insumos produtivos, há uma profunda reestruturação da indústria fonográfica no mundo.

<sup>8</sup> A ABMI (Associação Brasileira da Música Independente) estima que cerca de 15 milhões de discos independentes sejam vendidos anualmente no Brasil, o que corresponderia a aproximadamente 25% do mercado em 2005.

estudo. Como já mencionado no início deste diagnóstico, a produção musical será analisada de forma genérica e abrangente, focalizando os agentes produtivos do segmento da música.

A cadeia de produção musical abrange uma série de processos e segmentos, ora se aproximando de um modelo industrial tradicional, ora assumindo as especificidades de um sistema flexível, autônomo, heterogêneo e complexo como da produção cultural. De início, identifica-se a cadeia produtiva como a de um modelo de produção industrial que termina na prestação de um serviço muito específico e volátil.

Os estudos sobre a cadeia produtiva da música apontam para a existência de quatro grandes processos: criação, produção, divulgação e distribuição, os três últimos não necessariamente nesta ordem.

O processo de CRIAÇÃO envolve a criação da música propriamente dita, a identificação e o desenvolvimento dos estilos musicais. Trata-se de uma etapa de natureza puramente intelectual, é o exercício de idealização e composição (colocar em prática). O processo de criação inclui o treinamento individual e/ou coletivo, exige dedicação e tempo, pode ser fruto de um dom e/ou o resultado final da aspiração humana.

Na seqüência, tem-se o processo de PRODUÇÃO que representa o registro da música criada em algum suporte físico ou digital. Inclui as atividades de gravação, mixagem, masterização e prensagem. É a materialização do trabalho de criação.

O processo de DIVULGAÇÃO objetiva a venda da música produzida, seja passando nas rádios, na televisão ou no cinema, como também pela apresentação dos artistas em turnês, em festivais e realização de shows. De forma muito tímida percebe-se a utilização da internet<sup>9</sup> como veículo de comunicação entre os músicos e o público em geral.

A DISTRIBUIÇÃO envolve um processo mais complexo porque o segmento passa por um momento de transição, das formas tradicionais de venda da produção musical para novas formas de atendimento ao mercado consumidor; em outros termos, transitando da utilização de recursos tangíveis/materiais (um meio físico, CD ou DVD) disponível em lojas comerciais especializadas ou não, para a utilização de recursos da era digital, na qual o

---

<sup>9</sup> Segundo os dados da PNAD para o ano 2008, mais de 24% dos brasileiros possuíam microcomputador com acesso à internet em casa, 11,9% dos domicílios pernambucano também dispunham deste serviço e na Região Metropolitana do Recife este patamar passa dos 20%, totalizando mais de 224 mil domicílios e 757 mil pessoas.

produto fonográfico circula no meio virtual ou na pirataria<sup>10</sup>. A apresentação em shows também pode ser considerada como distribuição de um produto, porém com características de prestação de um serviço, pois nas apresentações públicas o produto consumido não pode ser materializado. A desmaterialização do consumo de música modifica profundamente a cadeia da indústria de produção musical, já que a música deixa de ser distribuída como um bem físico.

Entretanto, a cadeia produtiva da música não se resume a estes quatro momentos que apenas rascunham os processos existentes na indústria fonográfica. Segundo o trabalho do Centro Josué de Castro existem seis grandes instâncias que caracterizam a dinâmica da cadeia produtiva que podem ser entendidas como uma desagregação dos quatro processos descritos anteriormente.

As grandes instâncias detectadas são:

Base cultural local;

O nascedouro (grupos e movimento sociais e musicais);

Pré-mercado (primeiras apresentações públicas);

Ambientes institucionais de apoio (financeiro, ensino, profissionalização e organização);

Mercado (produção e distribuição de CD, participação em eventos oficiais - shows - e presença na internet, rádios, trilhas sonoras, jingles, ringtones);

Consumidor final

A produção cultural e musical de um lugar possui estreitos vínculos com a história e a formação da sociedade em que se manifestam. As diversas manifestações e expressões culturais, as tradições orais e toda a história da formação e da identidade do povo pernambucano representam a base cultural local. É inegável, portanto, a influência das tradições e manifestações da cultura popular, e mesmo erudita, na diversidade e potencialidade da produção musical em Pernambuco, e por isso mesmo é imprescindível.

---

<sup>10</sup> O Boletim de Política Industrial publicado em 2005, pelo IPEA, revelou que em 2002, o país tinha 9,5% dos CDs piratas comercializados no mundo. Isso significa que 65% dos CDs e 85% dos DVDs vendidos no Brasil eram piratas.

Os talentos locais surgem, pois, da base cultural local, em especial, nascem da identificação com os diversos movimentos e grupos sociais e musicais. Neste momento tem-se a fase do nascedouro, quando a vocação do artista se identifica com um ou mais estilos musicais, instrumentos e função na cadeia produtiva da música, participa de ensaios e dedica algum tempo à prática do exercício e aprimoramento de sua produção musical.

Na fase seguinte, o artista ainda não exerce atividades econômicas propriamente ditas, pois trabalha a música de forma amadora ou semi-profissional, não sendo capaz de gerar valor econômico à produção de maneira sistemática. O seu tempo é dividido entre a música e outras atividades, ficando a música com a menor parte. Este momento é caracterizado como pré-mercado, quando surgem oportunidades de praticar a atividade criadora para um pequeno público, sem muitas vezes ter qualquer remuneração de retorno ou apenas um pequeno ganho financeiro que pode eventualmente complementar o orçamento.

No Diagrama 1, que representa um esboço da cadeia produtiva da Música na Região Metropolitana do Recife, encontra-se descritos alguns eventos que caracterizam o pré-mercado da música (descrito em um retângulo pontilhado de cor vermelha). No movimento não erudito, são participações em festas de bairro, festas particulares, bares e restaurantes, ensaios sistemáticos e apresentações em movimentos sociais. Do ponto de vista dos movimentos eruditos verificou-se a participação em festivais universitários, apresentações em conservatórios e centros musicais e outros eventos e lugares voltados para este segmento produtivo.

Certo do caminho que escolheu, o artista procura os ambientes institucionais de apoio para assegurar sua profissionalização e remuneração. É quando, por um lado, busca-se formação, especialização, conhecimento e maturidade na produção musical, em ambientes institucionalizados de ensino e profissionalização como escolas e conservatórios de música<sup>11</sup>; associações, ONGs e grupos e movimentos sociais. E, por outro lado, procura inserir-se nas políticas de financiamento e fomento cultural das secretarias de cultura municipais, instituições estaduais e federal. Além disso, estes agentes buscam realizar e participar de eventos oficiais e ser reconhecido como profissional (remunerado e para um grande público). Nesta etapa, pode-se dizer que os artistas começam a ser inseridos no mercado (descrito no diagrama em um retângulo pontilhado de cor azul).

---

<sup>11</sup> No que se refere aos profissionais do movimento erudito, isto ocorre ainda na fase do nascedouro.

Na maioria das vezes existe um elo importante entre o pré-mercado e o mercado, chamado de produtor cultural<sup>12</sup>. No movimento erudito a presença do produtor cultural é menos evidente porque normalmente os músicos estão ligados a instituições que tomam a tarefa de divulgar e fomentar os artistas.

Três grandes produtos finais do segmento musical também caracterizam a presença do artista no mercado de trabalho e na atividade econômica da música: i) as apresentações públicas oficiais (o show); ii) a elaboração e a venda de CD e DVD; e iii) a remuneração a partir dos direitos autorais da reprodução do fruto do trabalho do artista. Estes são os principais negócios (fonte de renda) e os maiores objetos de desejo dos trabalhadores do segmento fonográfico, principalmente dos artistas.

Embora o CD e o DVD não sejam mais produtos lucrativos, representam ainda a materialização da dedicação e do fruto do trabalho do artista. É a prova cabal da capacidade de produção.

Atualmente outros produtos começam a despontar no mercado pernambucano da música, entre eles a elaboração e venda de trilhas sonoras para cinema (filmes e documentários) e programas de televisão, para teatro, circo e outras apresentações e espetáculos que precisem de fundo musical. A produção de jingles foi exemplificada e identificada pelos participantes da oficina de trabalho do DIEESE como produto fonográfico, assim como a elaboração de ringtones para os celulares. Os trabalhadores do segmento da música encontraram outra fonte de renda e de divulgação do seu trabalho no exercício do ensino de suas habilidades, ou seja, muitos artistas ministram aulas em oficinas de curto período ou possuem vínculo permanente com algumas instituições.

Como bem registraram os atores na Oficina de trabalho realizada pelo DIEESE, a busca pela sobrevivência no mercado da música, instável e oscilante, faz com que muitos profissionais realizem múltiplas funções na cadeia produtiva, trabalhem em instituições para garantir-lhes um rendimento fixo e, de forma autônoma, na criação de obras musicais. Podem ser, ao mesmo tempo, produtores culturais, artistas, empresários e

---

<sup>12</sup> O produtor cultural possui uma área de atuação muito ampla e controversa. Ele elabora e organiza projetos (orçamento, cronogramas etc.) culturais, tais como espetáculos de teatro, música e dança. Seu trabalho vai desde o desenvolvimento e planejamento à execução, desde a etapa da captação de recursos ao controle da organização na realização final do evento. Ele pode trabalhar tanto diretamente com os artistas quanto em organizações, empresas e instituições públicas voltadas para a área cultural.

professores. Nakano e Leão evidenciam esta realidade numa perspectiva nacional, ou seja, esta situação não exclusividade do segmento da musical na Região Metropolitana do Recife.

*“Esses artistas e grupos, aproveitando-se do barateamento dos custos de produção e dos novos meios de divulgação, verticalizam sua produção, compondo, gravando, produzindo, distribuindo e divulgando seus trabalhos por conta própria, assumindo para si tarefas antes realizadas por terceiros, especialmente pelas gravadoras.” (NAKANO e LEÃO, 2009)*

Entre os principais problemas relatados em entrevistas, estudos, trabalhos e na oficina realizada pelo DIEESE estão os meios de divulgação das novas produções musicais. Normalmente, o mais importante meio de comunicação é o rádio; e, fazer com que a música toque nas rádios locais, regionais, e nacionais é um dos maiores desafios. Por se tratar de uma ampla e diversificada produção musical (mais de trinta estilos distintos) a competição no mercado consumidor é acirrada. Normalmente as rádios tocam músicas homogêneas para públicos também homogêneos e a diversidade não é valorizada. Neste ponto, prevalecem as leis de mercado, as músicas que mais tocam são as que têm o maior público. Os participantes da oficina ressaltaram a prática da compra de espaços nos meios de comunicação em massa para a divulgação de determinada música, ou seja, o pagamento de elevadas quantias para a inserção de artistas nas rádios e em programas da televisão. Além das rádios, outros meios de comunicação de massa, como a televisão, jornais impressos e rádios comunitárias também compõem o rol de mecanismos de difusão, porém apresentando os mesmos desafios para os novos artistas.

O Tecnobrega, estilo musical que nasceu na periferia da Região Metropolitana de Belém no Pará, mas que se encontra hoje disseminado em todo o Brasil, inclusive faz muito sucesso em Pernambuco, desenvolveu um novo modelo de gestão. Mais do que um estilo musical, o Tecnobrega surgiu distantes das grandes gravadoras e dos meios de comunicação de massa. “Mais do que distancia territorial, é a distância cultural que se mostra determinante para a marginalização desse estilo musical pelas grandes gravadoras” (LEMOS, 2008). Dessa forma eles tiveram que criar e desenvolver no interior das bandas elementos da cadeia produtiva, como fazer a gravação e a distribuição por conta própria. A gravação começou de forma caseira e os CDs foram distribuídos nos camelôs (para serem tocados e vendidos) por um preço baixo. A partir daí este novo estilo ficou conhecido pelo grande público.

*“O mercado é movimentado por casas de festas, shows, vendas nas ruas e as aparelhagens – gigantescas estruturas sonoras que protagonizam as festas do Tecnobrega. Simplificadamente, podemos dizer que o mercado do Tecnobrega funciona de acordo com o seguinte ciclo: 1) os artistas gravam em estúdios – próprios ou de terceiros; 2) as melhores produções são levadas a reprodutores de larga escala e camelôs; 3) ambulantes vendem os CDs a preços compatíveis com a realidade local e os divulgam; 4) DJs tocam nas festas; 5) artistas são contratados para shows; 6) nos shows, CDs e DVDs são gravados e vendidos; 7) bandas, músicas e aparelhagens fazem sucesso e realimentam o ciclo.” (LEMOS, 2008)*

A popularização das tecnologias digitais torna a música um elemento que pode virtualizar-se, sendo acessada, lida e traduzida em suportes variáveis, podendo ainda ser editada, processada e reprocessada, sampleada e reconectada com outros sons através de softwares específicos, num processo aberto e potencialmente infundável.

Verificou-se a partir da Oficina de trabalho com os atores que este procedimento de criação musical inaugurado na Região Metropolitana de Belém com o estilo Tecnobrega já se encontra, de certa forma, reproduzido na Grande Recife, principalmente com os estilos musicais ligados ao brega, pagode e outros ritmos da periferia desta mesma linha, contudo sem o rigor técnico do primeiro.

A Internet e a revolução digital têm sido objetos de estudos e reflexões para vários campos do conhecimento científico, técnico e informacional. E como não poderia deixar de ser, a música também está presente nesta rede de comunicação. O impacto da Internet e das novas tecnologias digitais para divulgação de novos artistas e novas produções é muito questionável, porque o público consumidor utiliza a rede para procurar e encontrar um determinado produto que ele já conhece<sup>13</sup>.

Como procurar algo que não se sabe que existe? Logo os sites e homepages são utilizados, em sua grande maioria, pelos fãs e público já conquistado. Foi mencionado na oficina de trabalho do DIEESE que, embora a internet ainda seja limitada no sentido de revelar novos talentos, os artistas já consagrados, ou no mínimo conhecidos, podem ter sua produção divulgada (“pirateada” ou concedida oficialmente) e disponível na internet em

---

<sup>13</sup> Por ter a possibilidade e a facilidade de ouvir conteúdo específico, o consumidor passa a poder escolher conteúdos que estejam mais de acordo com suas afinidades. É a transferência de uma cultura de massa para uma cultura de nichos.

vários formatos (mp3) em sites que disponibilizam o download a partir de software e redes de compartilhamento (p2p) também acessíveis ao grande público.

As especificidades da internet também são apontadas por CORTÊS e REIS (2008) que afirmam que,

*“Diferentemente de uma transmissão televisiva, de uma radiodifusão, ou de uma edição de um jornal impresso, em que as informações estão estruturadas de maneira a atingir o público em massa, na internet estas se encontram dispersas e só podem ser encontradas segundo a vontade e o interesse do usuário. Os filtros são essenciais para que os usuários tenham acesso às informações que realmente lhes interessam”. (CORTÊS E REIS, 2008)*

Do ponto de vista do negócio, um levantamento realizado pela Associação Brasileira da Música Independente no início de 2008 mostrou que, entre os 134 associados, 30% não possuíam informações na internet e, entre os que faziam uso da rede, a grande maioria a utilizava para divulgação, e somente pouco mais de 25% realizavam algum tipo de negócios por meio dela (22% vendiam CDs pela internet, enquanto 5% vendiam música a la carte).



Uma cadeia produtiva genérica é composta por segmentos fixos e outros variáveis. Existem os agentes do núcleo da cadeia, as instâncias de apoio e serviços prestados por empresas que não são exclusivos para a cadeia da música (terceirização). Os dois principais produtos deste segmento produtivo, como já foi comentado, ainda são a comercialização de CDs e DVDs e as apresentações públicas e é sobre eles que será descritos os outros elementos chave deste mercado, os quais não fazem parte do núcleo, mas dependem quase que exclusivamente dele.

No pólo de criação desta cadeia, os compositores e autores de músicas e letras, arranjadores, intérpretes, músicos, maestros, DJs, VJs, cantores populares ou eruditos e produtores musicais, adquirem status de “autores” e “atores” do processo principal. Cada qual desses atores trabalha de forma específica e com instrumentos específicos, mas todos estão diretamente envolvidos com a produção da música. Algumas dessas atividades podem se sobrepor, por exemplo, o compositor pode também ser músico, ser o vocalista e o produtor cultural.

No processo de apresentações públicas oficiais, outros componentes e agentes entram em cena, na qual a figura do produtor do evento é centrada.

Antes das apresentações públicas verifica-se a existência da fase de ensaios e aprimoramento do repertório que pode ocorrer em um estúdio profissional ou mesmo em outros lugares. Segundo o estudo do CJC existem em Recife cerca de 30 a 40 estúdios exclusivamente para ensaios, dos quais 3 ou 4 são foram reconhecidos pelos entrevistados como de alta qualidade. Nos estúdios, além do tratamento acústico da sala é preciso ter um conjunto de equipamentos técnicos (amplificadores de guitarra, baixo, amplificador para voz, mesa de som e para as vozes) e equipe técnica de funcionários capacitados para trabalhar com todos os equipamentos.

O produtor do evento pode ser uma pessoa, ou uma empresa proprietária de uma casa de shows. Está entre suas atribuições o planejamento e a organização de festivais, shows, mostras e espetáculos para o público em geral, com aluguel do espaço, a contratação e montagem do palco, dos equipamentos básicos de som, iluminação e projeção, assim como da equipe técnica (quando esta se faz necessária) de som/monitor, de som/PA, do roadie. O serviço de som é composto por dois núcleos distintos com ajustes particulares, cada um com

sua mesa<sup>14</sup> e operador, responsável pelo som de palco, ou seja, aquele que é escutado pelos artistas (conhecido como “monitor”) e pelo som do público (conhecido como PA). O Roadie é responsável por várias etapas da apresentação, entre suas funções está a preparação e montagem da aparelhagem nos palcos, instalação dos instrumentos e amplificadores, afinação e teste dos instrumentos e módulos eletrônicos, juntamente com as ligações necessárias na mesa de som.

Também é o produtor do evento quem negocia os cachês e outras exigências das bandas junto aos seus respectivos empresários e encabeça a captação dos financiamentos e patrocinadores. Os técnicos de iluminação, de cenografia e a direção de palco também podem ser contratados diretamente pelo produtor do evento, ou indiretamente a partir de uma empresa que vai terceirizar este e outros serviços, como o de segurança geral, instalações elétricas, montagem do palco, limpeza, venda de alimentos e bebidas. Normalmente o produtor cultural, que também representa a figura do empresário do setor cultural, entra em contato com os produtores de eventos e vice-versa para fechar um contrato de apresentação. Os elos da cadeia produtiva referentes às apresentações públicas se relacionam horizontalmente, na qual cada um faz a sua parte e é responsável por uma fração do todo.

Alguns artistas mais renomados possuem os seus próprios equipamentos, roadie, equipe técnica e segurança particular. Levando consigo toda uma equipe de produção e conjuntos de equipamentos, chegando ao evento somente para se apresentar.

A qualidade das apresentações depende do potencial dos artistas e da qualidade técnica dos equipamentos e dos recursos humanos que vão manipular este aparato. A equipe técnica (som, iluminação, cenografia, de palco, roadie, entre outros) e a equipe administrativa e de coordenação de palco e do show propriamente dito (controle de tempo e da entrada dos artistas, etc.), como foi dito pelos participantes da oficina e das entrevistas, nem sempre tem uma formação profissional, normalmente são autodidatas que aprenderam com a prática nos eventos.

O que se percebe na RMR, dentre os novos artistas, é a participação em eventos públicos antes mesmo de confeccionarem um CD profissionais. Alguns possuem apenas o CD caseiro, os chamados CD Demo. As apresentações de maior porte servem como

---

<sup>14</sup> A “mesa” é o Equipamento que controla todos os canais de som, ou seja, cada um dos microfones existentes no palco, assim como a equalização de cada um deles. Este equipamento é controlado pelo operador de som. Para o monitor estes equipamentos juntamente com o seu operador ficam em uma área reservada no palco, o PA se encontra no meio do público juntamente com sua respectiva mesa de som.

vitrine para os novos valores tornarem-se conhecidos pelo grande público e produtores da indústria fonográfica.

No processo na produção de CD outros agentes se fazem necessários, no qual o primeiro é o produtor do CD. Normalmente existe uma etapa chamada a pré-produção, onde é feito um projeto de elaboração do CD, intensificação dos ensaios, elaboração e definição de arranjos e a captação de recursos. Neste momento o produtor do CD já está presente e pode ser tanto o próprio artista e seu produtor cultural, quanto outra pessoa, geralmente um profissional especializado em música. Este agente, juntamente com o produtor cultural, acompanha todo o processo de produção artística do CD, desde a escolha do repertório, a escolha de alguns músicos, técnicos, estúdio de gravação, masterização, mixagem, até a escolha de alguns arranjos e a elaboração da capa, contracapa e o encarte que vai acompanhar o CD. Esta etapa é muito importante para a definição dos custos do projeto e da qualidade do CD.

Nos estúdios de gravação, dá-se início ao processo de produção propriamente dito, e nele existe uma equipe técnica imprescindível para a produção de boa qualidade que são os profissionais técnicos de gravação, masterização e mixagem. Além da equipe de apoio, como os assistentes técnicos, as pessoas responsáveis pelo transporte e a alimentação dos artistas.

Embora Recife apresente todos esses elementos de qualidade para a produção de CD, muitos artistas ainda procuram os mercados do Rio de Janeiro e São Paulo para fazer a gravação, masterização, mixagem.

Na etapa seguinte de pós-produção ocorre a prensagem técnica de reprodução do conteúdo em um CD matriz. Muitas vezes a fábrica de prensagem também faz o trabalho de impressão gráfica da capa, contracapa e encarte.

Antes de iniciar a reprodução em série dos CDs, é necessária a liberação dos direitos autorais de todas as músicas e embora em alguns casos esta autorização seja dada pelo próprio autor das músicas, este papel é realizado, em geral, pela editora. Quando o autor edita a música, a editora fica responsável pela administração destes direitos. Além de garantir a receita dos direitos autorais, a editora administra e potencializa as negociações de execução das músicas, como por exemplo, a sua inserção na trilha sonora de uma novela ou filme, a gravação por outro artista etc. O mercado de direitos autorais está na mão das editoras que em

sua grande maioria são multinacionais, embora existam editoras nacionais que estão ganhando cada vez mais mercado.

Assim, depois da liberação das músicas para comercialização, seja pelo próprio artista, seja pela editora, o processo de produção das cópias é iniciado. No Recife ou no restante do Estado, não existem fábricas de prensagem. Em geral os CDs produzidos localmente vão para fora do Estado para serem reproduzidos.

As principais instâncias de apoio da cadeia produtiva da música são:

Instituições de ensino e formação, as quais fazem parte os centros musicais, ONGs, Universidades, conservatório de música, escolas particulares, entre outros;

Instituições de fomento público e privado, ou seja, agentes financiadores de projetos culturais como o Ministério da Cultura; o Governo do Estado através da FUNDARPE, as Secretarias de Cultura municipais e as empresas que utilizam o mecenato;

Fabricação, comercialização, manutenção, reparação e locação de equipamentos e instrumentos musicais. No caso do Recife, não existem fábricas de instrumentos musicais, mas merece destaque o trabalho desenvolvido pelos artesãos de instrumentos de corda (o chamado Lutier) e, principalmente, de percussão.

Estúdios de ensaios e gravação. Estes estúdios são considerados instâncias de apoio porque os agentes que neles trabalham não compõem o núcleo da cadeia, embora estes estabelecimentos existam exclusivamente para a produção musical.

Além das principais atividades da produção musical, das apresentações públicas e fabricação de CDs, com seus respectivos agentes e instâncias de apoio, existem outras atividades econômicas que se relacionam com a música, mas que não são exclusivas para estas atividades. São as chamadas atividades terceirizadas. São serviços prestados por outras atividades econômicas que dão suporte a atividade principal. No caso da cadeia produtiva da música, são as seguintes:

Serviços de elaboração e manutenção de homepage e hospedagem na internet para os artistas que desejam ter sua produção disponível oficialmente;

Serviços de segurança particular, nas apresentações públicas para proteção dos artistas e o público em geral;

Serviços de transportes e logística dos artistas e equipamentos;

Publicidade, propaganda e marketing;

Alojamento e alimentação;

Local de apresentação. Tanto pode ser um espaço público como uma praça quanto privado que normalmente é alugado e existe independente da música;

Elaboração de material impresso. Esta etapa é realizada pelo designer gráfico e pelas gráficas;

Serviços de montagem de palco e som, que tanto pode ser realizada por uma equipe contratada diretamente pelo produtor do evento quanto por uma empresa que presta serviços para as atividades da música e outras.

## 6. PRINCIPAIS PROBLEMAS DO MERCADO DE TRABALHO DA MÚSICA E PROPOSIÇÕES PARA SUPERÁ-LOS

### ***6.1 Principais problemas detectados***

Os principais problemas apontados pelos participantes da oficina e que também foram identificados em estudos que serviram de referência para elaboração deste diagnóstico foram:

- **Grande informalidade no segmento da música.**

O elevado grau de informalidade faz com que os profissionais da música fiquem à margem da proteção social e de direitos fundamentais. O resultado é a precariedade das condições de trabalho, remuneração baixa e inconstante, péssimas condições de vida e a desistência da carreira.

- **Falta qualificação técnica e profissional dos trabalhadores em todos os estágios da cadeia produtiva;**

Os participantes da oficina apontaram que não existem cursos técnicos para o segmento da música com formação sólida, certificação e reconhecimento. Segundo eles, falta inclusive capacidade técnica para os produtores culturais. Foi mencionado que são realizadas oficinas de formação e capacitação técnica para elaboração de instrumentos musicais, manuseio dos equipamentos eletro-eletrônicos da produção musical e formação de DJs financiados com recursos públicos via projetos culturais. No entanto, estas são poucas em relação às necessidades da cadeia, de curta duração e têm pouco reconhecimento do mercado.

- **Falta interação entre a cadeia produtiva da música e outras atividades econômicas**

A principal observação feita pelos participantes da oficina neste sentido é a pouca interação entre a produção cultural e o turismo. Foi mencionado o distanciamento do setor de turismo das manifestações culturais locais, da música em particular. Assim, muitas vezes, é apresentado ao turista um pacote turístico que não reflete a riqueza da cultura de Pernambuco.

- **Falta de sindicalização dos músicos.**

Os participantes da oficina apontaram o baixo nível de sindicalização dos músicos e as dificuldades encontradas por esses profissionais para se sindicalizarem, em decorrência de trâmites burocráticos que não condizem com a realidade. Foi mencionado que o sindicato dos

músicos vem trabalhando para desburocratizar a sindicalização e atualizar as leis. Há propostas para mudar o estatuto dos músicos para que os artistas populares possam se sindicalizar.

Foi ressaltado ainda a pouca organização dos artistas enquanto segmento, com poucas associações e cooperativas que poderiam fortalecer a mobilização desses profissionais.

- **Falta difusão da música pernambucana;**

Os meios de comunicação em massa – principalmente o rádio, que é para os artistas e produtores culturais da música o mais importante – não apresentam a diversidade cultural do Estado, dificultando que a diversidade das expressões culturais sejam reveladas. Assim, as expressões musicais mais arraigadas e que mais refletem a cultura pernambucana são pouco conhecidas pela população local, em decorrência da falta de divulgação.

### ***6.2 Proposições, resultado das oficinas***

Os participantes da oficina indicaram a grande informalidade e a falta de qualificação técnica e profissional dos trabalhadores em todos os estágios da cadeia produtiva como os dois problemas no âmbito de atuação do Ministério do Trabalho que deveriam ser priorizados.

A seguir, são apresentados outros subsídios coletados na oficina que podem orientar uma futura ação na esfera dos dois problemas apontados:

- **Capacitação, qualificação e formação profissional;**

A capacitação é necessária para que os profissionais da música, inclusive os produtores culturais, possam ser empreendedores, capazes de gerenciar e administrar seus próprios negócios e entender como o mercado funciona.

A partir da qualificação, os trabalhadores teriam mais condições para reivindicar melhores condições de trabalho e de exigir seus direitos (inclusive os direitos autorais).

Foi destacado que haverá uma grande demanda por professores de música, a partir da lei nº 11.769/2008 sancionada pelo presidente em 18 de agosto de 2008, até 2011. Conforme esta lei, a música terá que ser disciplina obrigatória nas escolas de ensino fundamental e médio de todo o Brasil e o governo precisa atentar para isto, elaborando políticas voltadas para este setor. Assim, o ensino da música será uma excelente opção de trabalho e renda para

os profissionais qualificados. Esta nova lei vai ajudar, inclusive, a formação de um público maior de admiradores da música.

Além disso, é necessária uma capacitação sólida em todas as funções técnicas, respeitando uma grade curricular (assuntos e carga horária) capaz de prover uma certificação reconhecida por instituições como o MEC – Ministério da Educação e por toda a sociedade. Essa iniciativa foi apontada como uma forma para assegurar melhores rendimentos.

Foi feita sugestão no sentido de que se realize curso de gestão de negócios culturais, com carga horária razoável, contínuo (com abertura de turmas anuais) e com certificação.

As seguintes entidades foram apontadas como capazes para elaborar, apoiar e/ou ministrar cursos:

#### **Universidades e faculdades**

UFPE – Universidade Federal de Pernambuco (Curso Superior em Música, Dança, Comunicação Social/Rádio e TV, Cinema, Artes Cênicas, entre outros)

UPE – FCAP- Faculdade de Administração de Pernambuco (vários cursos de pós-graduação na área de gestão)

UNICAP – Universidade Católica de Pernambuco (Curso Superior Tecnólogo em Gestão de Eventos)

AESO – Universidade Barros Melo (curso superior de Produção Fonográfica, Cinema de Animação, entre outros ligados a cultura)

#### **Órgão da administração pública**

Ministério da Cultura

Ministério do Trabalho

FUNDAJ – Fundação Joaquim Nabuco (curso de especialização em Economia da Cultura)

#### **Outras Instituições**

ABRAFIN – Associação Brasileira de Festivais Independentes

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

IPAD – Instituto de Planejamento e Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico e Científico

- **Informalidade do segmento;**

Os participantes da oficina apontaram a necessidade de se criar mecanismos de formalização dos profissionais da música, a partir da sindicalização e fomento à criação de associações de classe e cooperativas, para que organizados possam lutar por melhores condições de trabalho e remuneração, ter maior poder de barganha e contar com assistência jurídica, administrativa e contábil.

Foi indicada ainda a necessidade de que se aumente a fiscalização nos eventos e locais de trabalho dos agentes da cadeia produtiva da música para evitar abusos com esses profissionais.

Ainda em relação a esse aspecto, foi mencionada a importância de se melhorar a classificação dos profissionais da cultura, criando as categorias de “produtores culturais”, “cantores populares”, “roadie”, entre outros.

Foram mencionados ainda alguns aspectos que, embora não estejam sob a responsabilidade do Ministério do Trabalho, são gargalos para o desenvolvimento do segmento:

- **Mecanismos de divulgação da cultura**

Elaborar e melhorar as políticas e mecanismos de difusão da música pernambucana (respeito à diversidade de estilos) para pernambucanos e brasileiros de outras unidades da Federação e até para o exterior;

- **Integração das atividades culturais com outros setores econômicos**

É importante aumentar a integração deste setor com outros, principalmente com o turismo, visando estimular a demanda pelos produtos do segmento musical

- **Elaboração de um cadastro único dos profissionais da música no Estado de Pernambuco**

Embora existam algumas iniciativas neste sentido, é muito importa a elaboração de um cadastro único. Os cadastros identificados no Estado são:

- Cadastro Cultural do Recife
- Cadastro Cultural de Olinda
- Catálogo Musical do Recife
- Catálogo Musical de Olinda
- Pernambuco Nação Cultural
- Coordenadoria de Música da FUNDARPE

## 7. CONCLUSÃO

Observa-se uma tendência mundial, nacional e local de valorização das atividades culturais como importante segmento econômico, capaz de gerar emprego e renda. Neste sentido, percebe-se também o aumento do número de pessoas ocupadas em atividades culturais e o crescimento do apoio financeiro aos projetos culturais.

O volume de pessoas ocupadas no segmento da música dobrou entre os anos 2003 e 2005, revelando-se o subgrupo mais dinâmico entre os sete selecionados. Embora os dados da PNAD para a Região Metropolitana do Recife em 2008 exponham que o rendimento médio dos segmentos culturais está acima da média de todo o mercado de trabalhado, a remuneração média dos agentes da cadeia produtiva da música está abaixo da média do segmento cultural e da média geral da economia.

Os estudos desenvolvidos pelo IPEA fazem uma correlação direta entre o crescimento dos empregos e ocupações nas atividades produtivas culturais com o aumento no volume de financiamentos público e privado no Brasil. Percebe-se, de maneira simplificada, que houve um crescimento significativo tanto do número de pessoas ocupadas no segmento musical entre os anos 2003 e 2008 (taxa média anual de 1,9% para Pernambuco e 15,5% para a RMR), quanto do apoio financeiro nas três esferas administrativas: União (de R\$153 mil em 2003 para R\$1,9 milhões em 2008), Governo do Estado (de R\$1 milhão para 1,9 milhões entre 2005 e 2008) e Município do Recife (pelo SIC houve um crescimento de R\$354 mil para em 2003 para R\$585 mil em 2009).

De acordo com os agentes da cadeia produtiva da música presentes na oficina e com a literatura disponível, os principais problemas identificados na cadeia produtiva da música são: i) a baixa qualificação dos profissionais de nível técnico intermediário tanto na produção de CDs (equipe dos estúdios) quanto nas apresentações públicas (técnicos de palco); ii) a alta informalidade nas relações de trabalho, que ocasiona baixa remuneração e a falta de segurança profissional no que diz respeito às garantias fundamentais (férias, auxílio doença, aposentadoria, etc.) iii) falta de visão de mercado e empreendedora dos agentes; iv) precariedade nos sistemas de divulgação de determinados estilos musicais mais ligados às raízes pernambucanas nos meios de comunicação em massa; v) dispersão dos principais atores da produção musical (falta associativismo, cooperativismo e sindicalização) e vi) pouca demanda da produção local.

As sugestões encontradas neste diagnóstico para atuação do Ministério do Trabalho na elaboração de programas que devam ser contemplados em políticas públicas são: programa de capacitação, qualificação e formação profissional, principalmente no que diz respeito à gestão de negócios culturais e desenvolvimento de mecanismos de formalização dos profissionais da música.

## 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABPD – Associação Brasileira dos Produtores de Disco. **Mercado Brasileiro de Música 2008** Disponível em: [http://www.abpd.org.br/downloads/Mercado\\_Fonografico\\_BR\\_15abril09.pdf](http://www.abpd.org.br/downloads/Mercado_Fonografico_BR_15abril09.pdf) Acessado no dia 06/10/2009

Centro Josué de Castro. **Estudo da cadeia produtiva da música na cidade do Recife**. Prefeitura da Cidade do Recife, 2002

CNM – Confederação Nacional dos Municípios. **Municípios gastam mais com cultura**. Disponível em: [http://portal.cnm.org.br/sites/9000/9070/Estudos/Cultura/Estudo\\_sobre\\_gastos\\_em\\_cultura.pdf](http://portal.cnm.org.br/sites/9000/9070/Estudos/Cultura/Estudo_sobre_gastos_em_cultura.pdf). Acessado no dia: 24/10/2009

CORTÊS, Mauro Rocha; REIS, Leonardo Castro dos; *et al.* **A cauda longa e a mudança do modelo de negócio no mercado fonográfico: reflexões acerca do impacto das novas tecnologias**. XXVIII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 13 a 16 de outubro de 2008. Disponível em: [http://www.abepro.org.br/enegep2008/resumo\\_pdf/enegep/TN\\_STP\\_069\\_490\\_11917.pdf](http://www.abepro.org.br/enegep2008/resumo_pdf/enegep/TN_STP_069_490_11917.pdf) Acessado no dia 03/11/2009

CRIBAI, Isabela (Org.), **Economia da Cultura**. Fundação Joaquim Nabuco, Recife: Editora Massangana, 2009

DIEESE. Metodologia para a realização de diagnóstico de mercado de trabalho com a participação dos atores sociais. DIEESE, São Paulo, 2006

Fundação João Pinheiro. **Diagnóstico dos Investimentos em Cultura no Brasil**. Gastos públicos com cultura no Brasil: 1985-1995 (v.1). FJP: Belo Horizonte, 1998.

\_\_\_\_\_. **Gastos em cultura realizados por empresas públicas, privadas e suas fundações ou institutos culturais no período de 1990 a 1997** (v.2) FJP: Belo Horizonte, 1998.

\_\_\_\_\_. **O Produto Interno Bruto (PIB) das atividades culturais – Brasil 1980/1985/1994**: análise temporal e espacial das atividades que compõem o setor cultural – Brasil, grandes regiões e estados componentes 1980/1985/1991/1994. (v.3) FJP: Belo Horizonte, 1998.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais – MUNIC 2006**.

\_\_\_\_\_. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais 2003-2005**.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa do Orçamento Familiar 2002/2003**.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio 2003/2008**

IPEA Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **O Mercado pirata de CDs e DVDs a partir da POF 2002-2003**. In: Boletim de Política Indústria, Tópicos especiais, n.26, agosto de 2005, p.24-30. Brasília.

LEMOS, Ronaldo; CASTRO Oona; *et al.* **Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

LINS, Cristina Pereira de Carvalho, **Indicadores Culturais: Possibilidades e limites das bases de dados do IBGE**. Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2007/10/edc\\_cristinapereira\\_1148588640.pdf](http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2007/10/edc_cristinapereira_1148588640.pdf). Acessado no dia 10/10/2009

MENEZES, Danilo P.; LIMA Vitor de S.; *et al.* **É assim que a banda toca: modelagem da cadeia de valor da atividade de uma banda de música independente**. XXVI ENEGEP – Fortaleza - CE. Disponível em: [http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006\\_TR530354\\_8214.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006_TR530354_8214.pdf) Acessado no dia 01/11/2009

NAKANO, Davi; LEÃO, João. **O impacto da tecnologia da cadeia da música: novas oportunidades para o setor independente**. In: *PERPETUO e SILVEIRA (Orgs.)*. O futuro da música depois da morte do CD. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

PERPETUO, Irineu Franco; SILVEIRA, Sergio Amadeu da (Orgs.) **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

PORTA, Paula. **Economia da Cultura: um setor estratégico para o país**. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2008/04/01/economia-da-cultura-um-setor-estrategico-para-o-pais/> Acessado no dia 08/10/2009

REIS, Carlos Fonseca Reis. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**. O caleidoscópio da cultura. Barueri, São Paulo: Manole, 2007

SALAZAR, Leonardo Santos. **Música Ltda**. (o negócio da música para empreendedores). Projeto empresarial (especialização) – Universidade de Pernambuco. Faculdade de Ciências da Administração de Pernambuco. Pós-graduação, 2009.

SILVA, Frederico A. Barbosa da. **Política Cultural no Brasil, 2002-2006: acompanhamento e análise**. Coleção Cadernos de Políticas Culturais, v.2. Brasília: Ministério da Cultura, 2007. 220 p.

\_\_\_\_\_. **Economia e Política Cultural: acesso, emprego e financiamento**. Coleção Cadernos de Políticas Culturais, v.3. Brasília: Ministério da Cultura, 2007. 308 p.

## 9. ANEXO

**Entidades e agentes participantes da oficina****Recife, 15 e 16 de outubro de 2009**

<b>INSTITUIÇÃO</b>	<b>REPRESENTAÇÃO</b>	<b>NOME</b>
Grupo Só Instrumentos	Trabalhadores	Abílio Sobral de Lima
Centro de Educação Musical de Olinda - CEMO	Gestores Públicos	Anaide da Paz
Fundação de Cultura Cidade do Recife	Gestores Públicos	André Aquino
Centro de Educação Musical de Olinda - CEMO	Gestores Públicos	Basemate Lúcia das Neves
Ponto de Cultura Coco de Umbigada	Trabalhadores	Beth de Oxum
Estúdio Carranca	Empresários	Carlos B. Borges Filho
Ministério do Trabalho e Emprego	Gestores Públicos	Carlos Fernando da Silva Neto
Secretaria de Cultura de Olinda	Gestores Públicos	Clarice Andrade
Conservatório Pernambucano de Música	Gestores Públicos	Cláudia Aires
Fundação de Cultura Cidade do Recife	Gestores Públicos	Débora Nascimento
Fundação de Cultura Cidade do Recife	Gestores Públicos	Dida Maia
Produtora Caramiolas	Trabalhadores	Enaile Lima
Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco - FUNDARPE	Gestores Públicos	Evandro Sena
Secretaria de Cultura de Olinda	Gestores Públicos	Fabiano Guerra Costa
Afoxé Alafin Oyó	Trabalhadores	Fabiano Santos
Fundação de Cultura Cidade do Recife	Gestores Públicos	Fábio Cavalcante
Rede Nordeste de Cultura	Trabalhadores	Felix Cavalcanti
Secretaria de Cultura do Recife	Gestores Públicos	Fred Rodrigues Montenegro
Combo Percussivo da Zona Norte	Trabalhadores	Gilmar Correia da Silva
DIEESE		Jackeline Teixeira Natal
DIEESE		Juliana da Silva Matos Leal
DIEESE		Jurema R. A. Monteiro Rosa
Fundação de Cultura Cidade do Recife	Gestores Públicos	Leonardo Salazar
Conservatório Pernambucano de Música	Gestores Públicos	Manoel Cláudio Alves
Associação dos Maracatus de Baque Solto de Pernambuco	Trabalhadores	Manoel Salustiano
Associação de Maracatus de Baque Virado de Olinda	Trabalhadores	Marcio Carvalho Lima
DIEESE		Milena Prado
Astronave Iniciativas Culturais	Empresários	Paulo André M. Pires
DIEESE		Paulo Roberto Arantes do Valle
Virtue Música	Trabalhadores	Paulo Roberto Pinheiro
Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco - FUNDARPE	Gestores Públicos	Rafael Cortes
Musi Promo Cultural	Empresários	Ricardo Mendes Duarte
Ministério da Cultura	Gestores Públicos	Roberto Azoubel
Sindicato dos Músicos	Trabalhadores	Sara Nascimento
Sociedade dos Forrozeiros Pé de Serra e Ai!	Trabalhadores	Tereza Accioly
Ministério da Cultura	Gestores Públicos	Thalles Siqueira
Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco - FUNDARPE	Gestores Públicos	Wellington C. Nunes