

CADEIA PRODUTIVA DA MÚSICA: UM MAPEAMENTO DAS ATIVIDADES DE PESQUISA E EMPREENDEDORISMO NA FAMES

Cheryl Janice Ethier

Faculdade de Música do Espírito Santo (FAMES) cheryl.ethier@gmail.com

Resumo

As atividades de pesquisa fomentam o incentivo ao empreendedorismo e à inovação. Além de fomentar o empreendedorismo, por serem parte de seus princípios norteadores, as atividades de pesquisa compõem a cadeia produtiva da música. Essa cadeia engloba todos os atores envolvidos desde a formação do artista e das plateias até a concepção do produto, a comercialização e distribuição das músicas. O trabalho realizado procurou mapear as atividades de pesquisa da Faculdade de Música do Espírito Santo e as atividades de impacto aos processos da cadeia produtiva da música. Isso permite identificar onde as atuações da instituição contribuem para a produção de produtos músico-criativos no mercado econômico. O estímulo das atividades da cadeia produtiva de música leva as instituições acadêmicas a ter uma educação abrangente, além de empreendedora, inovadora e de impacto econômico.

Palavras-chave: Cadeia produtiva, Música, Economia criativa, Empreendedorismo, Inovação.

1. Introdução

Este trabalho procura mapear as atividades de pesquisa da Faculdade de Música do Espírito Santo (FAMES) e as atividades que contribuem para a cadeia produtiva de música. Serão discutidos: 1) a importância da inovação e do empreendedorismo na música; 2) as atividades de pesquisa como incentivo ao empreendedorismo e 3) sua classificação conforme os princípios definidos pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Finalmente será discutida a cadeia produtiva da música. Os resultados da pesquisa apresentados são o grau e o impacto que as atividades realizadas na FAMES têm entre as classificações das atividades de pesquisa e sua contribuição e atuação na cadeia produtiva da música.

A inovação e o empreendedorismo têm importância na educação musical. A essas atividades, que vão além do talento musical e do aprendizado formal de técnicas e teorias, torna-se necessário acrescentar inovação e gestão para tornar competitiva uma carreira musical. Paul Solman, professor de economia na Yale University, descreve a tendência dinâmica dos novos modelos de negócios na música, que bem como a busca do artista pela autonomia administrativa e financeira de sua carreira tornam o músico, além de artista, um empresário. Em uma entrevista com Greg Sandow; compositor, crítico e professor na Julliard, Solman e Sandow enfatizam a necessidade do artista de hoje de ser flexível, capaz de mudanças rápidas, e competitivo no mercado - ao todo, um empreendedor. A instituição de ensino, para poder alavancar os estudantes no mercado de trabalho, deve acolher e apoiar o desenvolvimento dessas atividades. Isso se chama capital acadêmico. Pierre Bourdieu, sociólogo francês, criou o termo em 1979 para descrever o que chamou de "espaço social" que o aluno ocupará na sociedade uma vez que completa uma formação superior. O termo vai além do "status social" e engloba elementos sociais, culturais e econômicos. O capital acadêmico inclui a duração dos estudos do aluno, o status da instituição de ensino a qual atendeu em quanto a mercado, as atividades de pesquisa que realizou incluindo publicações e a transmissão acadêmica que recebe da família. Entre mais capital acadêmico um aluno tiver na hora de se inserir no mercado de trabalho, mais sucesso terá.

A educação empreendedora deve incentivar a criação de negócios inovadores no mercado da música, oferecendo uma visão abrangente das diversas possibilidades de empreender no setor. Sendo assim, música e tecnologia hoje andam juntas. Quem pensa em empreender no negócio da música deve estar atento às novas tendências de como a música se insere no panorama da economia criativa e

na cadeia produtiva da música.

Qualquer incentivo e estratégia para fomentar o empreendedorismo, conforme o Sebrae, deveria incluir os quatro princípios norteadores do empreendedorismo. Estes são: 1) atividades que contribuam para a diversidade cultural; 2) inclusão social por meio da música (a inclusão produtiva com base em uma economia cooperativa e solidária; 3) sustentabilidade na área da música (percepção da sustentabilidade como fator de desenvolvimento local e regional) e 4) inovação musical (inovação como vetor de desenvolvimento da cultura e das expressões de vanguarda). Iniciativas empreendedoras devem-se alinhar com esses princípios e, quando implementadas com sucesso, causar impacto na cadeia produtiva da música e em torno, na economia.

Uma estratégia de fomento à inovação e ao empreendedorismo funciona como um catalisador do ecossistema econômico de uma região. A FAMES é uma instituição de ensino superior na área de música, portanto ela exerce um impacto significativo no ecossistema musical e fomenta inovações e produtos músico-criativos.

Um produto músico-criativo passa por um ciclo de criação antes de ir ao palco econômico e ser consumido pelo mercado; seja um concerto ou uma gravação – os passos são quase os mesmos. Esse processo, a cadeia produtiva, engloba todas as atividades desde sua concepção até o seu consumo no mercado como produto ou serviço.

A cadeia produtiva da música abrange todos os atores envolvidos desde a formação do artista e das platelas até a concepção do produto, a comercialização e distribuição das músicas. Os passos consecutivos da cadeia produtiva da música englobam todas as atividades da música desde sua concepção até o seu consumo no mercado. Segundo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), foram identificadas dez atividades econômicas que compõem a cadeia produtiva da indústria da música, abrangendo as atividades fonográficas, de direitos autorais e do *show business*, contemplando todas as etapas: formação, produção, distribuição, comercialização e exibição de bens ou de serviços musicais. Segue uma descrição de alguns dos passos.

O primeiro passo, que dá início ao processo da cadeia, está nas indústrias de instrumentos musicais, nas indústrias de equipamentos de som e gravação e nos estabelecimentos de ensino profissionalizante. O próximo passo é quando iniciamos o período de gerar o produto, processo que envolve criação e produção.

Aqui estão englobados os compositores, arranjadores, bem como a indústria fonográfica, editorial, as políticas de incentivo e fomento, estúdios de gravação, mixagem e masterização, sala de ensaio, produção de conteúdo e design para CDs e DVDs, serviços gráficos, prensagem. Finalmente, com o produto finalizado, é hora de divulgar, distribuir e comercializar. Nesse processo entram a indústria da distribuição, o marketing, publicidade e assessoria de imprensa, a logística de entrega, a venda, a realização de shows e espetáculos e o consumo.

2. Metodologia

A metodologia para avaliar o impacto das atividades de pesquisa que fomentam empreendedorismo e inovação e o impacto da cadeia produtiva da música foi um questionário web (disponibilizado na internet), distribuído por correio eletrônico. O questionário procurou avaliar: 1) as atividades de pesquisa que fomentam o empreendedorismo e a inovação e 2) as atividades relacionadas a cada passo da cadeia produtiva da música. O questionário tratou as atividades dos últimos 24 meses (2012-2013) e, ao todo, 95 questionários foram enviados e 59 foram respondidos de forma voluntária, uma amostra de 62,1% dos professores questionados. A metodologia para incluir todas as atividades englobou receber questionários virtualmente, além de realizar entrevistas pessoais com os coordenadores. As atividades de publicações e eventos foram complementadas pelos registros da Coordenação de Comunicação da Fames.

Para que os mapeamentos das atividades de pesquisa estivessem alinhados com os objetivos norteadores do empreendedorismo, a autora classificou as atividades de pesquisa e inovação realizadas pelos docentes da Fames em três tipos: 1) atividades para gerar e disseminar conhecimento; 2) coordenação e produção de pesquisas e 3) estudos e publicações. Seguem as definições de cada área para os propósitos desta pesquisa.

As atividades de pesquisa voltadas para disseminação de conhecimento são aquelas que geram conhecimento entre seu público. Essas são atividades que fomentam o conhecimento e a diversidade cultural no estado, ajudam a divulgar o conhecimento da instituição por meio dos seus parceiros, professores e alunos. Exemplos de atividades de disseminação são: seminários, workshops, oficinas, palestras, treinamentos ou performance.

As atividades de coordenação são aquelas atividades de pesquisa voltadas

para a coordenação e produção de projetos ou parcerias, com foco em metodologia e gestão dos projetos inovadores. Exemplos de atividades de coordenação são: projetos, grupos de pesquisa, supervisão de trabalho de conclusão de curso (TCC), fomento de parcerias ou comunidades.

Finalmente, as atividades de documentação de pesquisa são aquelas atividades de pesquisa voltadas para a produção e publicação de resultados, com foco em divulgação e metodologia. Exemplos de atividades de documentação de pesquisa são: publicações acadêmicas, publicações em revistas ou imprensa, blog, produções ou gravações.

O mapeamento da cadeia produtiva de música foi descrito para a amostra conforme a Classificação Nacional de Atividades Econômicas.

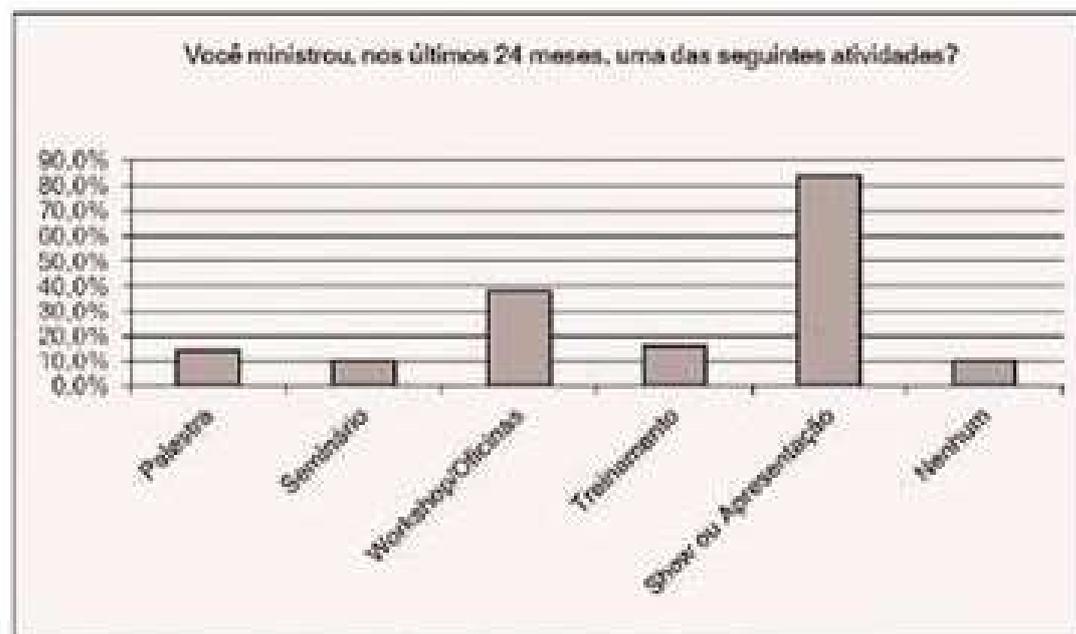
3. Resultados

As atividades de pesquisa voltadas para disseminação de conhecimento são aquelas que geram conhecimento entre seu público. Estas são atividades que fomentam o conhecimento e a diversidade cultural no estado, ajudam a divulgar o conhecimento da instituição por meio dos seus parceiros, professores e alunos. Exemplos de atividades de disseminação são: seminários, workshops, oficinas, palestras, treinamentos ou performance.

Os professores e coordenadores responderam à seguinte pergunta:

"Você já ministrou, nos últimos 24 meses, uma das seguintes atividades: palestra, seminário, workshop/oficinas, treinamentos, show/apresentação, nenhum?"

Um total de 59 professores e coordenadores responderam à pergunta, cujos resultados seguem abaixo.



Resultados das atividades de pesquisa para disseminação de conhecimento.

Entre os anos 2012-2013:

Palestras: 14% dos professores e coordenadores ministraram uma palestra;

Seminários: 10% ministraram um seminário;

Workshops/Oficinas: 38% ministraram um workshop ou oficina;

Treinamentos: 16% deram algum treinamento especial;

Shows ou apresentação: 84% dos professores realizaram shows e apresentações.

Dentre os entrevistados, 10% indicaram não ter realizado nenhuma atividade dentre as descritas acima.

Os resultados obtidos no questionário e nas entrevistas, junto a algumas informações complementadas pelos registros da Coordenação de Comunicação, permitiram identificar mais de 566 eventos de disseminação de conhecimento entre 2012 e 2013, com um alcance total de mais de 134.590 pessoas (esses resultados podem não incluir todas as atividades do período devido ao fato de

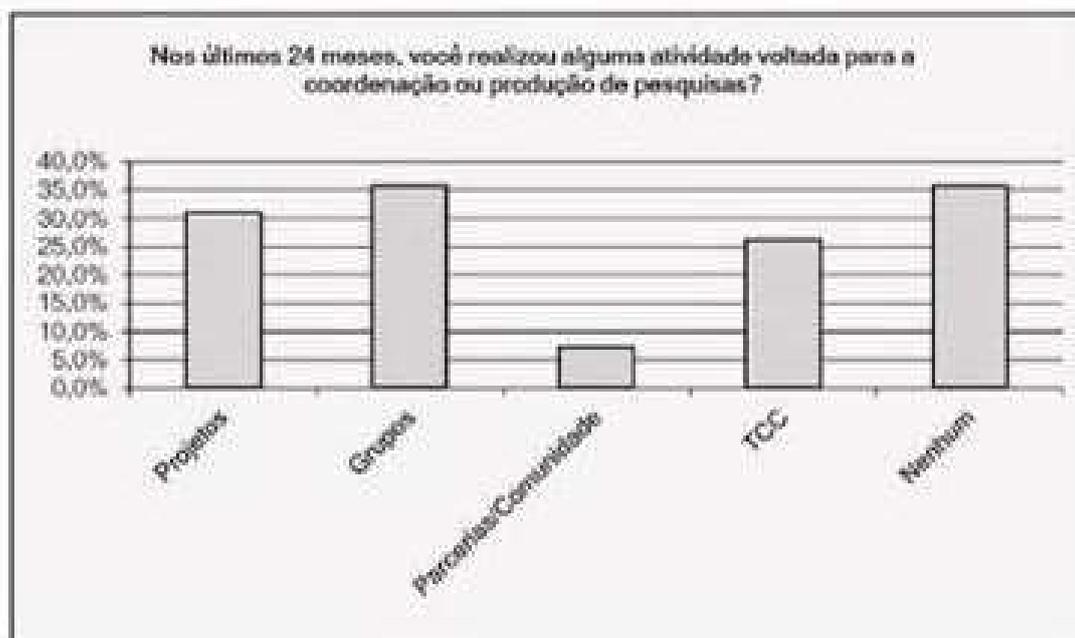
alguns professores e coordenadores não terem respondido aos questionários).

As atividades de coordenação são aquelas atividades de pesquisa voltadas para a coordenação e produção de projetos ou parcerias, com foco em metodologia e gestão dos projetos inovadores. Exemplos de atividades de coordenação são: projetos, grupos de pesquisa, supervisão de TCC, fomento de parcerias ou comunidades.

Os professores e coordenadores responderam à seguinte pergunta:

"Nos últimos 24 meses você realizou alguma atividade voltada para a coordenação ou produção de pesquisas?"

Um total de 42 professores e coordenadores responderam à pergunta, cujos resultados seguem abaixo.



Resultados das atividades de coordenação e produção de pesquisas.

Entre os anos 2012-2013:

Projetos: 31% dos professores e coordenadores coordenaram um projeto;

Grupos: 35,7% coordenaram um grupo;

Parcerias/Comunidades: 7,1 % coordenaram parcerias e comunidades;

Monitoramento de TCC: 26,2% dos professores monitoraram projetos de TCC.

Dentre os entrevistados, 35,7 % indicaram não ter realizado nenhuma das atividades descritas acima.

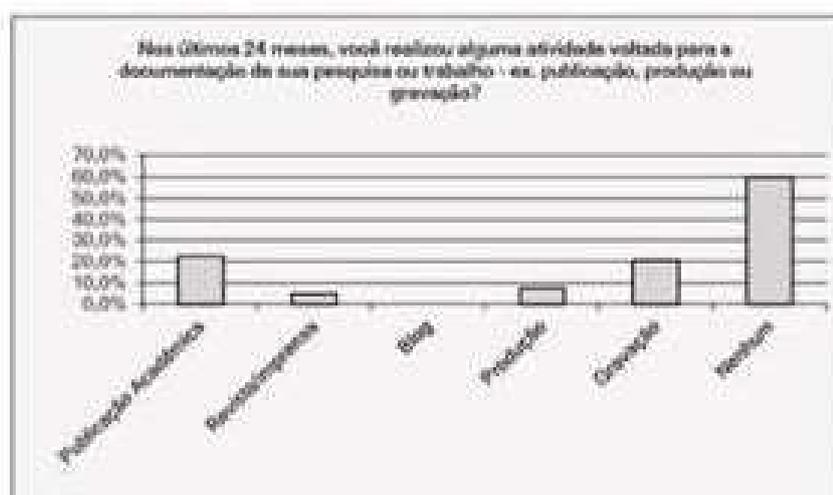
Os resultados obtidos no questionário e na entrevista, junto a algumas informações complementadas pelos registros da Faculdade, identificaram que existem 29 grupos oficiais, 8 oficinas, 1 projeto especial e 4 projetos externos realizados em parceria com outras instituições.

As atividades de documentação de pesquisa são aquelas atividades de pesquisa voltadas para a produção e publicação de resultados, com foco em divulgação e metodologia. Exemplos de atividades de documentação de pesquisa são: publicações acadêmicas, publicações em revistas ou imprensa, blog, produções ou gravações.

Os professores e coordenadores responderam à seguinte pergunta:

"Nos últimos 24 meses você realizou alguma atividade voltada para a documentação de sua pesquisa ou trabalho - ex.: publicação, produção ou gravação?"

Um total de 40 professores e coordenadores responderam à pergunta, cujos resultados seguem abaixo.



Resultados das atividades de documentação de pesquisa.

Entre os anos 2012-2013:

Publicação acadêmica: 22,5% publicaram um trabalho acadêmico;

Revista/Imprensa: 5% publicaram em uma revista ou na imprensa;

Blog: 0% publicam em blog;

Produção: 7,5% realizaram atividades de produção;

Gravação: 20% realizaram uma gravação.

Dentre os entrevistados, 60% indicaram não ter realizado nenhuma das atividades descritas acima.

Os resultados obtidos no questionário e nas entrevistas, junto a algumas informações complementadas pelos registros da Coordenação de Comunicação, mostraram que, entre 2012 e 2013, a Fames apoiou a publicação de 11 livros, 3 edições da revista científica *A Tempo* e 6 CDs. Ressalte-se que a Fames passou a produzir conteúdo editorial apenas no ano de 2011.

Para conhecer um pouco o impacto das atividades da Fames e seu corpo docente, foi perguntado para eles:

"Atividades da cadeia produtiva da música: nos últimos 24 meses, você realizou alguma atividade de impacto nos processos abaixo (com a Fames ou de forma independente)?"

As opções para responder incluíam: *sempre, quase sempre, às vezes, quase nunca e nunca.*

Para facilitar a visualização do impacto das atividades na Cadeia Produtiva como ciclo e processos foram atribuídas às respostas valores quantitativos:

sempre = 4;

quase sempre = 3;

às vezes = 2;

quase nunca = 1;

nunca = 0.

Segue a representação na cadeia:

Um total de 39 pessoas responderam à pergunta, cujas respostas abaixo:



Resultados das atividades na cadeia produtiva da música, totalizando todas as respostas.



Resultados de atividades na cadeia produtiva da música representados em proporções entre as opções de resposta.

4. Conclusão

O mapeamento das atividades de pesquisa da Fames e as atividades que contribuem a cadeia produtiva de música demonstraram ser: 1) de importância para a inovação e o empreendedorismo na música; 2) atividades de pesquisa que incentivam o empreendedorismo e 3) estimuladores dos princípios definidos pelo Sebrae. As atividades realizadas na Fames, pela instituição, professores e alunos têm entre as classificações das atividades de pesquisa uma considerável contribuição e atuação na cadeia produtiva da música.

Os resultados do mapeamento demonstram um número significativo de atividades de pesquisa realizadas na Fames e uma participação interessante pelos professores nessas atividades.

É importante notar que a Faculdade produz bastantes atividades para gerar e disseminar conhecimento, e assim como atividades de coordenar e produzir pesquisas. Notamos, porém, que faltam atividades documentação incluindo de estudos e publicações, tais como publicações de pesquisas, documentação e avaliação dos diversos projetos e documentação das atividades cênicas (independentemente de serem autorais). Esses resultados se refletem nas atividades de pesquisa e também na falta de atuação nos passos correspondentes na cadeia produtiva da música. Importante contudo notar aqui que, no exemplo da Fames, o número de publicações tem aumentado significativamente nos últimos dois anos.

As atividades fomentam o empreendedorismo conforme os princípios norteadores do Sebrae, por valorizarem a diversidade cultural local e a inclusão social por meio da música em nosso ecossistema local, resultando em sustentabilidade e inovação.

O ensino técnico da música e a realização de shows e espetáculos fazem com que os alunos tenham, além dos conhecimentos técnicos da música, uma experiência e bagagem de atuação cênica importante, ou seja uma capital acadêmica rico, tornando a Fames um ator de suma importância e impacto econômico-musical local.

O caminho para fortalecer o incentivo ao empreendedorismo é a inovação, e assim como estar sempre na busca de melhorias requer criatividade e dedicação. A educação vai além de cultivar o talento musical e do aprendizado formal de técnicas e teorias, é preciso acrescentar inovação e gestão para tornar competitiva uma carreira musical. A tendência dos novos modelos de negócios na música e a busca do

artista pela autonomia administrativa e financeira de sua carreira tornam o músico, além de artista, um empresário. A pesquisa é uma atividade essencial para levar o aluno no caminho da inovação e do empreendedorismo, bem como para sustentar a importante existência da instituição e seus projetos culturais e sociais.

Referências

BOURDIEU, Pierre. *The Forms of Capital*. New York, Greenwood: J. Richardson (Ed.), 1986.

Public Broadcasting Service: Newshour. Paul Solman. *Musician as Entrepreneur: How About Rossini's Gambling Casino?* 9 de Julho 2013. < <http://www.pbs.org/newshour/making-sense/musician-as-entrepreneur-how-a/>> Setembro 2014.

SEBRAE. *Termo de Referência: Atuação do Sistema de Sebrae na Economia Criativa*. Julho 2012. <www.sebrae.com.br/serviços>. Setembro 2014.

CNAE. *Tabelas de Códigos e Denominações (Cnae Completa)*, Versão 2.1. <http://www.cnae.ibge.gov.br/estrutura.asp?TabelaBusca=CNAE_200@CNAE%202.1>. Setembro 2014.

Agradecimento especial a Erlon Paschoal e Maria do Carmo Conopca