



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE ECONOMIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

ROZILENE ARAÚJO SILVA

**ESPETÁCULOS MUSICAIS AO VIVO E POLÍTICAS PÚBLICAS NA BAHIA: UMA
ANÁLISE SOBRE A POLÍTICA DE EDITAIS E SEUS EFEITOS ECONÔMICOS E
SOCIAIS NO CAMPO DA MÚSICA CONTEMPORÂNEA NA BAHIA**

SALVADOR

2015

ROZILENE ARAÚJO SILVA

**ESPETÁCULOS MUSICAIS AO VIVO E POLÍTICAS PÚBLICAS NA BAHIA: UMA
ANÁLISE SOBRE A POLÍTICA DE EDITAIS E SEUS EFEITOS ECONÔMICOS E
SOCIAIS NO CAMPO DA MÚSICA CONTEMPORÂNEA NA BAHIA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao
Curso de graduação em Ciências econômicas da
Universidade Federal da Bahia, como requisito
para obtenção do grau de Bacharel Economia.

Área de concentração: Economia criativa.

Orientador: Prof. Dr. Bouzid Izerrougene.

SALVADOR

2015

Ficha catalográfica elaborada por Vânia Cristina Magalhães CRB 5- 960

Silva, Rozilene Araújo

S586 Espetáculos musicais ao vivo e políticas públicas na Bahia: uma análise sobre a política de editais e seus efeitos econômicos e sociais no campo da música contemporânea na Bahia./ Rozilene Araújo Silva – Salvador, 2015.

40f. Il.; Tab.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Faculdade de Economia, Universidade Federal da Bahia, 2015.

Orientador: Prof. Dr. Bouzid Izerrougene.

1. Economia criativa. 2. Música - Políticas públicas. I. Izerrougene, Bouzid. II. Título. III. Universidade Federal da Bahia.

CDD – 338.5

ROZILENE ARAÚJO SILVA

ESPETÁCULOS MUSICAIS AO VIVO E POLÍTICAS PÚBLICAS NA BAHIA: UMA ANÁLISE SOBRE A POLÍTICA DE EDITAIS E SEUS EFEITOS ECONÔMICOS E SOCIAIS NO CAMPO DA MÚSICA CONTEMPORÂNEA NA BAHIA

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de graduação em Ciências econômicas da Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Bacharel Economia.

Aprovado em de novembro de 2015.

Banca examinadora

Orientadora: Prof^a Msc.

Prof^a
Universidade

Prof^a
Universidade

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha Família por ter me dado condições de ingressar nessa instituição. Aos meus colegas de curso que me incentivaram e me deram suporte nos momentos em que mais precisei. Ao meu orientador o professor Dr. Bouzid Izerrougene por ter me guiado e me dado as instruções para o desenvolvimento da minha pesquisa com destreza. Ao professor Dr. Lielson Coelho pela dica na temática, pois me abriu um leque de reflexões a respeito do assunto e me proporcionou a condução do trabalho.

RESUMO

A presente pesquisa consiste em analisar como as políticas públicas de fomento à cultura no Estado da Bahia, no período de 2011 a 2014, possibilitaram o desenvolvimento da música baiana sob a ótica da inclusão social e também do crescimento econômico a partir da Economia Criativa. Discute os seus efeitos no campo da música contemporânea e, trata dos critérios avaliativos da política de democratização e de acesso equânime dos recursos destinados à arte e a cultura através dos editais. Além de traçar um panorama dos órgãos públicos responsáveis pela sua implantação.

Palavra-chave: Economia criativa. Música. Políticas públicas.

ABSTRACT

This research examines how public policies promoted cultural development in Bahia state, between 2011 and 2014. We Annalise Bahian music from the perspective of social inclusion and economic growth as part of the Creative Economy. We discuss the effects of public policies in the field of contemporary music. A policy assessment criteria is established to measure the effects of democratization and equal access to resources for art and culture through public tenders. Finally, we give an overview of the public agencies responsible for cultural policy implementation.

Keywords: Creative economy. Music. Public policy.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	7
2	SEGMENTO DA MÚSICA NA ECONOMIA CRIATIVA	9
2.1	ECONOMIA CRIATIVA: CONCEITOS	12
2.2	ECONOMIA CRIATIVA E POLÍTICAS PÚBLICAS	14
2.3	ECONOMIA CRIATIVA E POLÍTICAS PUBLICAS NO BRASIL	16
2.4	ECONOMIA CRIATIVA E POLÍTICAS PUBLICAS NA BAHIA	18
3	MERCADO DA MÚSICA NA BAHIA: IMPORTÂNCIA E SEU POTENCIAL EM TERMOS DE EMPREGO, RENDA E INSERÇÃO CULTURAL	21
3.1	POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO À MÚSICA NO ESTADO DA BAHIA.	26
3.2	USO DOS EDITAIS COMO INSTRUMENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS NO SEGMENTO DE MÚSICA NA BAHIA	31
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
	REFERÊNCIAS	39

1 INTRODUÇÃO

As atividades musicais na Bahia fazem parte de uma dinâmica cultural que envolve a todos. As políticas públicas de fomento à cultura e criatividade estabelecem medidas para desenvolver e fortalecer este mercado, tornando acessível a entrada de artistas emergentes nele. Os editais, por sua vez, são os instrumentos utilizados para poder democratizar e dar maior oportunidade aos artistas, principalmente os que são relacionados às atividades musicais. Assim, o que essas políticas pretendem e o resultado que almejam alcançar, são suscetíveis a análises. Surgem então questões relacionadas à eficácia da elaboração de novas diretrizes, se as políticas de fomento à cultura ou tão somente o seu fortalecimento em longo prazo consegue possibilitar o desenvolvimento equânime da diversidade e expressões musicais na Bahia.

O Estado da Bahia é internacionalmente conhecido e reconhecido pela sua cultura popular, com fortes traços de afro-brasilidade. Essa cultura plural tem suas expressões fortes na música, que movimenta milhões. E, a existência de centenas de artistas populares, dentre os quais musicistas, cantores e compositores que ainda não conquistaram espaço midiático, mas que se apresentam em shows ao vivo, em praças, eventos públicos, bares e casas de espetáculos particulares, constituem um mercado à parte, no cenário do Mercado Cultural da Bahia.

Este mercado compõe uma faceta interessante da Economia Criativa, pelas especificidades do setor. Primeiramente, o mercado de música ao vivo é um mercado de prestação de serviços, que se relaciona à arbitragem, na medida em que os artistas necessitam de um agente que intermedeie os contratos e viabilize a venda dos espetáculos.

Outro fator relevante, é que os shows de música ao vivo são um serviço essencialmente performático, na medida em que o bem negociado – no caso, o Show dos talentos musicais– é indissociável da presença física dos artistas e das suas performances. Daí surge uma primeira dificuldade, ter o acesso ao local para apresentação e financiamento para cobrir o custo do espetáculo com todas suas estratégias de atração de público.

Assim, surge outro desafio do setor que diante da segmentação dos espaços culturais e a elitização do acesso, impede que os novos artistas populares e amadores usufruam de casas de espetáculo, espaços públicos de maior prestígio, pois não têm o capital para se financiar, necessitando do acesso ao financiamento do governo para promover a si, ou seja, das políticas do Estado que devem construir estratégias de desenvolvimento social e econômico no âmbito da cultura, da economia criativa e, por seu turno, das atividades musicais na Bahia.

O presente trabalho surge a partir da análise da realidade do mercado de música ao vivo em Salvador, dentro do qual participo ativamente no meu cotidiano- daí o maior interesse em discutir este tema- pois as atividades musicais são caracterizadas por desafios e amadorismos, e as políticas públicas responsáveis por fomentar o desenvolvimento dessas atividades têm também como princípio básico, como em toda e qualquer política de Estado que surge para o desenvolvimento e fortalecimento de um determinado setor, apresentar ao final de cada edital o funcionamento deste mercado e os resultados apresentados por meio das mesmas, das atividades musicais. Assim é possível estabelecer novas diretrizes que resolvam as carências desse segmento para o fortalecimento contínuo e qualificado no Estado.

Assim analisar estas políticas de estado, discutir seus efeitos no campo da música contemporânea e, se necessário propor medidas que ajudem a demonstrar mais um caminho ao governo no que tange a desenvolver as atividades musicais sob a ótica de inclusão social e também de desenvolvimento econômico a partir da economia criativa. É o caminho que se segue neste trabalho para se discutir novas possibilidades de democratização da música contemporânea ou tão somente ressaltar o quão importante tem sido as políticas de fomento à cultura para fortalecimento e crescimento dessa atividade no Estado da Bahia.

2 SEGMENTO DA MÚSICA NA ECONOMIA CRIATIVA

A música está sempre presente, perpassa, praticamente, todas as esferas do cotidiano: rádio, CD, Show, internet ou mesmo através do canto ao vivo. A prática de ouvir e cantar música decorre de séculos e séculos, e vem ajustando sua produção e reprodução às condições tecnológicas. Essa generalização é bem explicitada por Penna (1999) ao se indagar sobre o significado da música:

O que é música? Este é um tema aparentemente fácil ou mesmo óbvio. Afinal, em nosso dia-a-dia convivemos com música, e não temos muita dificuldade em saber do que se trata. Ligamos o rádio para ouvir um pouco de música enquanto dirigimos; cantamos no chuveiro; dançamos ao som de música. E por aí vai. As manifestações musicais são extremamente diversificadas: um concerto de orquestra sinfônica, um grupo de rock, de rap, de pagode - um grupo de ciranda, de maracatu, de reisado... O coral da igreja, o canto na procissão... A roda de amigos que canta e batuca na mesa de bar, o violão na varanda da fazenda... São manifestações musicais diferenciadas: produções populares, eruditas (a chamada música "clássica"), ou da indústria cultural - todas são música. Mas que características perpassam todas essas manifestações, tornando-as "música"? O que, em suma, caracteriza a música? A questão, desta forma, já não fica tão óbvia. (PENNA, 1999, p.14).

Mesmo nos primórdios da história, a música já era utilizada nos rituais. Além do mais, a música sempre esteve associada a outros fazeres artístico, como a dança e o teatro. Penna (1999) traz depois a definição de que “A música é uma linguagem artística, culturalmente construída, uma forma de arte que tem como material básico o som.”

Diante dessa definição, vê-se ainda que as manifestações musicais são extremamente diversificadas, e embora sejam de natureza universal, possuem uma linguagem cultural de um povo ou mesmo grupo social. O homem constrói a música intencionalmente e capta os sons com os mais variados instrumentos por ele desenvolvidos a fim de ajustar ao seu fazer artístico. Daí surgem os estilos musicais: as formas de fazer música que contribui para definir uma sociedade no âmbito Cultural e a diferenciar das outras em relação a forma, o jeito e os instrumentos de produção.

A música sempre esteve presente na história das civilizações: as primeiras manifestações musicais surgiram na África há 50.000 anos antes de Cristo, e a forma como era produzida e reproduzida sofria influência direta das relações socioculturais. A música possui uma linguagem global e ao mesmo tempo local. Cada grupo social tem características que são

transmitidas no processo de produção musical: sentimentos, atitudes, valores culturais, políticos, que, no desenvolvimento temporal da música, (enquanto um dos elementos de expressão cultural) compõem os estilos de época, e, a depender do contexto sociocultural, o momento histórico. O Barroco, Renascimento, Romantismo, Modernismo, entre outras definições escolásticas, influenciaram, ou mesmo definiram a forma como a música era produzida, principalmente na Europa, o centro da arte nesses períodos. Na Grécia antiga há 4.000 anos antes de cristo, a música alcançou um nível elevado de elaboração, principalmente porque era utilizada em rituais de valorização da natureza e nas atividades culturais no geral. Na Índia, por volta de 3.000 anos antes de cristo, a música era tida como portadora de um poder mágico. E esse caminho histórico que a música percorreu formou elementos para a sua concepção como manifestação cultural.

No Brasil, por sua vez, a música se configura como atividade acentuada, a partir do século XVIII, nos primeiros centros urbanos de Salvador e Rio de Janeiro, ainda no Brasil Colônia. Mas, a música genuinamente brasileira surge no século XIX e se configura numa mistura de sons indígenas, negros e europeus. O primeiro ritmo que se propagou nos centros urbanos foi o Lundu-canção, antes uma dança sensual de origens africana e que, inicialmente, não fora muito aceita pela burguesia, mas depois foi assimilada como um produto da cultura nacional. Neste ritmo, uma série de instrumentos musicais, principalmente a viola e o violão, dão lugar aos pianos nos salões da alta burguesia. De qualquer forma, nasce o primeiro estilo musical brasileiro. A partir de então novos ritmos foram surgindo nos centros urbanos como a modinha, nascida nos salões burgueses de influência europeia, sendo Caldas Barbosa, (poeta, sacerdote e músico brasileiro autor de lundus e criador da modinha em fins do século XVIII) e Chiquinha Gonzaga (1847–1847), compositora, pianista e regente brasileira, os principais personagens desse estilo.

No Século XIX surge o Choro, um estilo nascido no Rio de Janeiro, uma forma abasileirada que os músicos tocavam o tango, a valsa e a polca. Eles usavam, entre outros instrumentos, o bandolim, o violão, o cavaquinho e clarineta, que dão à música um aspecto sentimental, melancólico e choroso. O Choro domina, a partir de então, o estilo influenciado por batuques africanos e Lundu. A sua principal característica é a improvisação instrumental, e tem como principais personagens Chiquinha Gonzaga, Pixiguinha e, no século XX, mais uma legião de Chorões alavancados pela Mídia nascente no país.

Já na Bahia, ao longo do tempo surgiram ritmos genuinamente baianos como o *Axé music*, o Samba, o *samba-raggae* e, na atualidade, continuam surgindo novos estilos musicais.

A Bahia é rica em diversidade musical e, sendo o berço da cultura brasileira, nasceram aqui às expressões musicais que perduram até hoje. O samba de roda, que está relacionada à história cultural do povo baiano, utiliza instrumentos como viola, pandeiro, cuíca, além de outros. Nasceu no Recôncavo baiano e tem origem na Angola. Os escravizados trouxeram este estilo e com a abolição da escravidão muitos negros migraram da Bahia para diversas regiões do País, inclusive o Rio de Janeiro, em busca de melhores condições de vida, levaram consigo o Samba. No Rio, disseminou-se e desenvolveu-se o Samba que é nacionalmente conhecido.

Tem-se também na Bahia o Samba *raggae*, nascido na década de 80. Uma mistura de *Raggae* jamaicano e Samba. E, finalmente o *axé music*, um ritmo mais contemporâneo, composto por uma mistura de vários elementos musicais distintos. Este ritmo marca o carnaval de Salvador e tem como principal precursor, Luís Caldas, que com sua música deu início a uma nova fase de estilo musical na Bahia, dando espaço para nova abordagem de estilo e produção musical no Estado.

Assim, a música como elemento cultural se desenvolve a certo nível que transpassa contextos sociais e transcende economias.

A renda gerada pela atração musical é a forma de sua valorização e viabilização produtiva e reprodutiva. A vida normalmente é dividida, no seu cotidiano, por trabalho e lazer, e este último é importante na dinâmica sociocultural de uma sociedade e na reprodução das forças produtivas. Assim, os ofertantes de produtos de entretenimento, como a música, por seu turno, atraem uma demanda inesgotável, não somente pela sua dimensão cultural, mas também pela necessidade intrínseca de lazer.

Ao longo dos séculos a prática de remunerar a arte se intensifica e seu incremento no PIB dos países tem sido de uma importância tamanha na contabilidade nacional. Visto isso, a comunidade de pesquisadores econômicos observou a necessidade de mensurar a produção artística e cultural com mais critério, fazendo surgir, dentro desse contexto, a Economia Criativa. Assim, a música como produção intelectual e Cultural que gera renda para seus

produtores se configura, sem dúvida, num dos principais segmentos do setor de entretenimento; também como uma das principais expressões culturais definidoras de um povo, e que une as pessoas enquanto unidade social. Assim, para entender melhor o mercado de música na Bahia, pela perspectiva das políticas públicas, vale definir o universo desse Setor Econômico: a Economia Criativa.

2.1 ECONOMIA CRIATIVA: CONCEITOS

As atividades culturais ao longo dos últimos anos têm tomado uma proporção cuja importância transcende ao social e se estende ao setor econômico da sociedade, ou seja, o fazer criativo não apenas gera valor social que afirma a identidade de um povo, como também agrega um valor econômico que merece uma atenção maior na atualidade, considerando sua posição no sentido cultural mais global:

(...) conhecimentos, crenças, línguas, artes, leis, valores morais, costumes, atitudes e visões do mundo. Essa é a chamada Cultura com “c” maiúsculo, o amálgama e o diapasão da sociedade. Em um sentido estreito cultura com “c” minúsculo, refere-se aos produtos, serviços e manifestações culturais, ou seja, que propõem uma expressão simbólica da Cultura no sentido amplo. (LUCKWU , 2014, p. 30).

Conceitualmente, a Economia Criativa é um setor que tem no ativo intelectual o principal insumo produtivo, material e imaterial, gerador de renda. Ela abrange design, música, dança, cinema, moda, literatura, software, circo, arquitetura, entre outros segmentos, definidos sob conformidade como bens criativos. Surge como um novo setor econômico, cuja definição e delimitação brotam de várias raízes e reflexões acadêmicas, ao longo do século XX. Mesmo assim, segundo Luckwu (2014), discussões acerca de cultura e economia têm nuances na ciência econômica moderna. Alguns economistas, como Adam Smith no século XVIII, consideram improdutivas as atividades culturais. De qualquer forma, isso significa que a cultura já era objeto de análise por fazer parte do cotidiano das pessoas, formando um eixo construtor de identidades. Mas, sua definição, importância e consolidação acontecem no início do século XXI.

Num relatório emitido pela UNCTAD (2012) o fazer criativo toma uma dimensão econômica geradora de riquezas, mesmo que careça de políticas que o institucionalizem para melhor mapeá-la em cada País. Há consenso, hoje, de que as atividades de entretenimento contribuem significativamente para o desenvolvimento social e econômico. Decerto, uma série de autores

contribuiu para consolidação da dimensão econômica da criatividade, como Howkins (2012), um dos pioneiros sobre o tema, Florida (2011 *apud* MIGUEZ, 2015), (2011), com seu conceito de Classe criativa e muitos outros autores ao redor do mundo, cuja temática fora desenvolvida de forma amplamente absorvida pelos pesquisadores da Economia criativa.

O relatório referido da UNCTAD (2012) aponta os desafios que circundam entre segmentar as atividades ditas criativas e construir diretrizes capazes de desenvolver a economia do País a partir deste setor, sintetizando no mesmo as centenas de discussões em todo o mundo sobre o tema. Os segmentos criativos, neste novo setor econômico, devem receber uma atenção especial, segundo o relatório. Isso significa que profissionais devem exercer funções diversas e eficientes que permitam que os segmentos criativos sejam identificados no seu país, formando uma cadeia produtiva que participa ativamente do PIB, podendo-se traçar estratégias de fomento, incentivo, capacitação e institucionalização, sendo possível, também, ser registradas as atividades de seus produtores na contabilidade nacional. Ainda, a partir de dados estatísticos, observar a atual situação desse setor e de seus segmentos, a fim de melhorar a gestão dos órgãos responsáveis em desenvolver este mercado. O principal ponto de partida é identificar quais segmentos e quais atividades culturais são o ponto forte de cada país, para poder construir estratégias, pois, cada país tem sua particularidade cultural, ou seja, o percentual do PIB que se refere à economia criativa e a distribuição dos segmentos segundo sua participação difere de país para país a depender de seu grau de desenvolvimento tecnológico e de construção cultural.

O que se observa é que há uma mobilização de muitos países para que as indústrias criativas tomem uma dimensão de importância para opção de desenvolvimento sócio-econômico viável. Alguns países dão uma relevância maior ao setor, como Austrália, EUA, Inglaterra, Nova Zelândia, Cingapura que, além de estudos abrangentes sobre o tema, investem de fato na indústria criativa, por entender ser um setor gerador de riqueza e inclusão social. No Brasil a importância da Economia criativa é um pouco recente e era carente de pesquisas e estudos, mas a conferência da UNESCO serviu como propulsor para a implementação de diretrizes que promovam a produção intelectual no Brasil e o mapeamento de seus segmentos.

Desde a consolidação da economia criativa como setor econômico, houve um aprofundamento da economia no campo da cultura, tendo esta última ganhando forças e ferramentas para aperfeiçoar as estratégias de desenvolvimento do setor. Princípios

econômicos são utilizados para testar empiricamente o funcionamento deste mercado. Como qualquer setor econômico, conceitos de paradigmas, falhas de mercado, concorrência, barreiras à entrada e inovação, estão inclusas na Economia Criativa. Esta pode ser analisada sob a ótica de maximização, pois os indivíduos são racionais. Assim, todo este aprofundamento de estudos no campo da EC demonstra quanto este setor se tornou importante. Nos EUA e Inglaterra, por exemplo, segundo Miguez (2014), o setor participa de 6% e 8,2% do PIB, respectivamente.

2.2 ECONOMIA CRIATIVA E POLÍTICAS PÚBLICAS

Discorrido os conceitos e abrangência da Economia Criativa no mundo, vale analisar a importância das políticas públicas na consolidação deste setor. Já fora dito que o relatório da UNESCO serviu como principal propulsor do setor no mundo. Os países que não haviam ainda enxergado a relevância da Economia Criativa como opção de desenvolvimento socioeconômico passaram a assumir o compromisso de fomentar e incentivar o setor a fim de melhorar a condição econômica do país. Assim, as políticas públicas passaram a ser vistas como principal componente de eficiência no crescimento da EC. Em países desenvolvidos, é nítida a influência de como a criatividade e o investimento na mesma promove o crescimento equitativo de uma nação, gerando melhoria na estabilidade social, aumento da renda e redução do desemprego.

As políticas públicas surgem, no plano da EC, para construir estratégias que visam identificar as potencialidades de cada país, no campo da criatividade, e institucionalizar os segmentos a fim de promovê-los, tornando a produção próspera. É verificado que o setor, onde é recente sua importância, tem no governo o órgão principal de incentivo aos artistas, que precisam do apoio público para se promoverem, ou de uma regulamentação do mercado, a fim de poder mensurar a produção. Incentivos fiscais são também um meio que as políticas públicas usam para implicar o setor privado da economia na participar ao desenvolvimento do setor. É preciso que todos os agentes da economia participem do crescimento do setor, com o objetivo de mapear e sistematizar as iniciativas voltadas à dimensão do segmento criativo, pois segundo Infocultura (2014) “A Economia Criativa é de natureza transversal e, por isso, a formulação de política pública para a área requer ações multidimensionais e uma governança integrada de diversas instituições. ”

De fato, para o melhoramento do setor na economia as políticas públicas funcionam como um grande norteador, promovendo análises, estudos e reunindo diversos profissionais capazes de tornar a EC um setor em crescimento. Além do mais, a UNCTAD, em 2008, no seu relatório, propunha que as políticas públicas devem se organizar de forma a institucionalizar os segmentos criativos, pois dados já demonstram que os países desenvolvidos que investem nas indústrias Criativas têm desenvolvido de forma acelerada este segmento, que elevou a sua participação na renda nacional. O Reino Unido, por exemplo, já havia feito, no final da década de 1990, o mapeamento das indústrias criativas a fim de promovê-las de forma consistente, assim fora necessário uma política eficaz, capaz de identificar todos os segmentos criativos a fim de construir diretrizes condizentes com a carência do setor.

Os estudos desenvolvidos na década de 1980, por autores como Florida, Kowkins, e outros, contribuíram para tornar o elemento cultural aspecto fundamental na construção do modelo de desenvolvimento contemporâneo de um país e de políticas públicas para o setor, enfatizando o papel da arte e da cultura na promoção de inovação e crescimento econômico.

Em meio à crise econômica, a Inglaterra foi um dos primeiros países a ver a criatividade como uma opção viável para o crescimento sócio-econômico de uma nação. O governo do Reino Unido elaborou o primeiro documento mapeando as atividades criativas, para assim abarcar o segmento no âmbito econômico e torná-lo promissor, gerando emprego e renda.

As políticas públicas impulsionam a EC desde então e contagiam as políticas de muitos outros países. Com isso, profissionais criativos têm a oportunidade de inovar para melhorar, de aperfeiçoar sua atividade, de encontrar um mercado regulamentado e valorizado ao longo tempo. Estas políticas promoveram em muitos países desenvolvidos, engajados na promoção do setor, um incremento significativo na renda nacional a partir das políticas de fomento e também do investimento de instituições privadas, interessadas na criatividade e novas ideias da classe criativa, para inovar, gerar produtividade a partir de inovação tecnológica para ganhar uma parcela maior do mercado e agregar valor econômico.

Os artistas devem ser favorecidos por políticas públicas que propiciem um ambiente que estimule a criatividade nas escolas, universidades, empresas e lares sobretudo, pois o talento de cada um deve estar submetido ao espaço em que se vive. É uma ação conjunta de diversas áreas do governo a fim de promover a EC.

2.3 ECONOMIA CRIATIVA E POLÍTICAS PÚBLICAS NO BRASIL

No Brasil a Economia Criativa percorre uma trajetória tardia em relação aos países desenvolvidos. Muito embora o governo sempre apoiasse a cultura e a criatividade como mecanismo de identidade e união do povo, através do Ministério da Cultura, entre outros órgãos, a associação com a Economia é extremamente recente. A primeira iniciativa formal do governo federal foi observada a partir de 2003, com a criação da Secretaria de Economia Criativa. Mas, visto que este setor é novo, carece ainda muito de estudos abrangentes para definir o mercado, mapeá-lo e construir estratégias condizentes com a necessidade do mesmo no Brasil. Ou seja, as políticas públicas no Brasil precisam se movimentar mais no intuito de ter na Economia Criativa uma opção viável de desenvolvimento socioeconômico. No Reino Unido, por exemplo, o ritmo de crescimento desse setor gira em torno de 10% e a tendência é de um crescimento ainda mais acelerado. No Brasil não é diferente, desde que a dimensão econômica passou a ser um elemento chave da política cultural pelo MINC, ficou claro nas manifestações do governo federal a atenção à implementação de políticas que possam alavancar o setor. Ações de outros órgãos do governo, como as realizadas pela FIRJAN (sistema integrado que inclui várias ações relacionadas com desenvolvimento sustentável), no mapeamento das indústrias criativas no Brasil (FIRJAN, 2012). A participação do setor no PIB gira em torno de 16% (BRASIL, 2012).

Mesmo assim, é notória a carência desse setor, no sentido de implementação de diretrizes que possam alavancar os seus segmentos. Estas políticas devem garantir a institucionalização e fomento para os segmentos, promovendo inclusão social e garantindo a diversidade cultural de forma democrática. Alguns segmentos da EC têm uma visibilidade muito ínfima em relação a outros segmentos, como a música, por exemplo, que é uma categoria próspera, mas que participa do mercado sem clara regulamentação, muito embora o governo tenha se movimentado com apoio de diversas instituições para institucionalizar o segmento, que se encontra muito indefinido dentro do mercado.

O Ministério da Cultura, juntamente com a Secretaria de Economia Criativa, tem direcionado seus esforços na implementação de políticas eficientes para os segmentos através de câmaras setoriais da Economia Criativa, ou seja, cada segmento que faz parte da cadeia criativa no Brasil conta com uma gestão que trabalha de forma independente e integrada ao mesmo

tempo com os outros setores, no que diz respeito às políticas de fomento e democratização. Cada Estado brasileiro, com suas potencialidades culturais e criativas, possui uma secretaria que administra e planeja as ações voltadas para o desenvolvimento do setor. É uma rede de gestão interdependente com o propósito único de democratização, inclusão social e desenvolvimento socioeconômico pelo viés da cultura e da criatividade. Furtado (2008) ressalta, ao explicar sobre a importância da criatividade para o desenvolvimento de uma nação, que: "O desenvolvimento adquire certa nitidez em uma sociedade quando relacionamos com a idéia de criatividade".

E com reflexões como estas de Furtado que o governo busca um plano de desenvolvimento que visa institucionalizar, implementar e fomentar políticas para valorizar e apoiar as atividades produtivas em cultura. Pois, segundo o desempenho de políticas semelhantes e mais intensivas nos países desenvolvidos, observa-se que quanto mais rico o potencial e diversidade cultural de uma nação, maiores são suas possibilidades de desenvolvimento.

Assim uma política conjunta com várias instituições que podem colaborar através de estudos, qualificações, subsídios ou créditos, pode gerar estímulos valiosos para a EC. Órgãos públicos, como o BNDES, e privados, como a empresa Natura, através de abertura de editais correspondentes à cultura, demonstram empenho em tornar a EC um setor próspero, valorizar suas atividades e ampliar a repercussão das expressões culturais na economia e na sociedade.

Certamente que as políticas devem buscar também formar profissionais competentes no mercado. De fato, o setor, para ter eficiência econômica, precisa que seus profissionais sejam competentes para poder agregar valor. Os programas de iniciativa governamental que visam formar uma competência criativa contam com a habilidade de cada agente cultural para ter sucesso. O principal insumo é a capacidade intelectual de criar algo novo, de externalizar aquilo que lhe representa enquanto cultural e identitário e que pode gerar riqueza.

Estas políticas no Brasil têm o desafio de identificar os segmentos da EC que são mais promissores. Não adianta construir modelos de desenvolvimento do setor utilizando modelos de outros países com diferentes realidades cultural e estrutural. A referência para as políticas públicas no Brasil está pautada na metodologia utilizada no exterior, nas aplicações governamentais dos mesmos, relativos ao desenvolvimento do setor e, na certeza que a criatividade e a cultura são fatores, numa sociedade, capazes de desenvolver a economia.

Mas o Brasil deve afirmar sua singularidade, ainda mais porque é riquíssimo em expressões culturais, dentre as quais se destacam a música, dança, literatura e o cinema. A cultura brasileira é um recurso fortíssimo para o novo desenvolvimento. Muitos segmentos apresentam potencialidades de EC e o governo vem canalizando seus esforços em fomentar ainda mais as atividades no Brasil, com intuito não somente social, mas também de democratização.

2.4 ECONOMIA CRIATIVA E POLÍTICAS PÚBLICAS NA BAHIA

Já fora dito o quão importante tem sido para o governo buscar o desenvolvimento socioeconômico através da EC. Através do Ministério da Cultura na Bahia que essas políticas tomam forma e conduzem os segmentos rumo ao seu progresso. A Bahia tem uma diversidade imensa de expressões culturais que são valorizadas tanto a nível nacional quanto internacional. As atividades que giram em torno da cultura e criatividade geram uma fonte de renda para a maioria de seus profissionais: música, cinema, teatro, literatura, moda, dança, enfim, uma diversidade que somente pode ser mensurada se programas do governo do Estado, através da Secretaria de Cultura e a Secretaria de Economia Criativa, possam, com eficácia, delimitar.

Desde 2003 que o MINC tem colocado a EC como elemento chave da política cultural, proporcionando aos seus agentes ofertantes condições de se envolverem numa estrutura de mercado em que o setor é democratizado e eficiente. Entretanto existem grandes dificuldades em mapear as potencialidades na Bahia, pois como já fora dito, muitos segmentos da EC encontram-se muito indefinidos. Mas, as investidas têm tido um resultado positivo. A Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SECULT-BA) tem buscado parcerias para alavancar as expressões culturais e criativas na Bahia. Cada segmento conta com uma gerência com a competência de construir planos de fomento viável. Em 2012 foi realizado o I seminário Bahia Criativa. Foi a primeira reunião entre órgãos e entidades atuantes no âmbito da EC. Em abril de 2013 a Secretaria de Cultura do Estado da Bahia realizou reuniões individuais com cada uma das instituições integradas com o projeto de desenvolver o setor.

É de conformidade, como já fora anteriormente dito, que para que o segmento criativo possa se fortalecer no Estado, é necessário identificar suas principais potencialidades, o que deve

subsidiar as políticas públicas capazes de fomentar e fortalecer a EC no Estado. Assim na Bahia foram identificados os segmentos segundo seu campo de incidência. No campo do patrimônio tem-se o patrimônio material e imaterial, arquivos e museus. No campo das expressões culturais se têm festas e celebrações, artesanato, culturas populares, culturas indígenas, culturas afro-brasileiras, artes visuais e arte digital. No campo das artes dos espetáculos se tem dança, música, circo e teatro. No campo do audiovisual, cinema e vídeo, como da literatura, se tem publicações e mídias impressas e digitais. E, no campo das criações culturais e funcionais, se tem moda, design e Arquitetura. Assim, os órgãos ligados à SECULT-BA identificaram estas potencialidades dentro do setor, o que configura uma ampla gestão de cada setor com profissionais intimamente envolvidos com o segmento, com a natureza do planejamento para o segmento. Em junho de 2013, por meio do decreto n*14.529, o Governo do Estado da Bahia instituiu o grupo de trabalho Bahia Criativa, este grupo criou uma carteira de iniciativas para apresentar as ações realizadas, em andamento e planejadas (BAHIA...., 2015b).

Este grupo também buscou ao longo do primeiro ano parcerias com universidades, especialistas e órgãos e entidades relacionadas ao tema para poder fortalecer a pesquisa e construir um quadro de diretrizes mais consistentes e fornecer planilha de dados estatísticos confiáveis.

Segundo Bahia.... (2015b) dados do IBGE ressaltam que a Bahia figura como terceiro Estado de maior rendimento por ocupados do setor cultural , atrás apenas de Rio de Janeiro e São Paulo. O rendimento médio real dos ocupados no segmento cultural gira em torno de R\$1.195 na Bahia. O IBGE também buscou informações acerca do suporte dos órgãos governamentais, encarregados em apoiar a cultura em seus diversos elos (difusão cultural, preservação do patrimônio e promoção das artes). Os resultados obtidos demonstraram um aumento no total de investimentos governamentais, que passou de R\$4,4 bilhões em 2007 para aproximadamente R\$7,3 bilhões em 2010. Assim, foi verificado o avanço das investidas do governo para o setor criativo.

Órgãos como o Bahia criativa, do governo do Estado, buscam construir diretrizes estratégicas, de forma a permitir a sistematização de uma carteira de iniciativas integradas para o fortalecimento do segmento criativo na Bahia. Especificamente, sensibilizar e mobilizar os atores relacionados ao segmento criativo sobre a importância da dimensão econômica do

Setor, dando maior visibilidade às ações em curso relacionadas à EC na Bahia e estimular a institucionalização de políticas públicas voltadas à EC.

O governo também vem formulando e planejando políticas com o pressuposto de obter resultados efetivos que favoreçam a sociedade. O potencial de desenvolvimento do segmento criativo na Bahia oferece a oportunidade para o Estado associar a sua reconhecida criatividade e diversidade cultural. Para isso as iniciativas dos integrantes do Setor partem de linhas de atuação para o fortalecimento da Economia Criativa do Estado da Bahia. Elas subdividem em informação e reflexão, formação e qualificação, fomento especializado, promoção e territórios criativos. Estas carteiras de iniciativas do Governo do Estado está estruturada com seguintes itens: situação, meta, recurso, fonte de recursos, instituições envolvidas e coordenação. Todas com a função de avaliar o status das iniciativas das linhas de atuação (BAHIA...2015b).

Discorrido de uma forma extensa o Setor de Economia Criativa e partindo para o segmento de música, um dos principais do setor na Bahia, pela magnitude e representação social e cultural, como já fora dito no início deste capítulo, o desafio para o próximo capítulo é entender como se configura o mercado de música na Bahia e dimensionar essa atividade no plano Econômico e social.

A música é influenciada por elementos socioculturais, climáticos e até mesmo tecnológicos. A capacidade de captar a vivência do homem em sua amplitude, associada à sua linguagem universal e indefinida, torna a música dentro do conceito de Economia Criativa uma das principais e mais importantes atividades do setor. Então, deve-se compreender como funcionam as políticas de fomento do segmento da Bahia e propor soluções para possíveis problemas enfrentados pelos seus produtores no Estado.

3 MERCADO DE MÚSICA NA BAHIA: IMPORTÂNCIA E SEU POTENCIAL EM TERMOS DE EMPREGO, RENDA, INSERÇÃO SOCIAL

O Estado da Bahia é rico em diversidade de estilos e manifestações musicais, vinculadas às expressões culturais que constroem a identificação do povo baiano. Esta pluralidade de gêneros musicais atuantes em todo Estado faz com que se perceba que há um mercado potencialmente rico e crescente, muito embora cerca de 52,2% dos profissionais atuem no mercado informal. O músico precisa aprender a tocar o seu negócio e buscar os melhores meios de se estabelecer no mercado.

Segundo dados do Infocultura (2014) os ocupados no segmento criativo correspondem a 1% e do segmento criativo com atividades relacionadas 1,91% do total de atividades desenvolvidas na Bahia. A música corresponde a 9,11 % dentro do setor, sendo o quarto segmento na posição em representatividade. Sendo assim, esses dados reforçam a necessidade de construir mais medidas para pôr o segmento em maior evidência.

Axé *music*, pagode, samba, *raggae*, folclore, música eletrônica, há uma diversidade de gêneros presentes no estado que representam a sua cultura, que ajudam a construir a identidade baiana, além de fomentar a economia, uma vez que as atividades musicais geram renda para seus produtores, como também promovem atividades relacionadas ao mercado informal. E é nesse que se faz aqui a análise de como o mercado da música na Bahia vem se desenvolvendo.

Show de música é a segunda maior atividade cultural frequentada pelo brasileiro, estando dentro de uma lógica convencional de ganho de mercado a partir de inovação, capacitação, no sentido de obter ganho financeiro e público. Nessa lógica os profissionais na área sempre buscam incrementar algo novo a um estilo, criar nova tendência, trazer algo atraente para conquistar novos clientes. Nessa perspectiva, alguns profissionais conseguem conquistar parcela do mercado e outros não, como acontece em qualquer ramo econômico.

As barreiras para a entrada de novos músicos no mercado estão associadas a um série de condições entendidas pela lógica de mercado, como por exemplo: alguns artistas têm o capital para financiar a produção de um CD, o anúncio de um Show na TV; colocar cartaz num outdoor; colocar uma música numa rádio, investindo de fato na conquista do público. Outros

conseguem, pelo seu potencial artístico, fazer parte de uma produtora, que fará todo marketing para promovê-lo. Outros contam com talento, oferecendo algo inédito e atraente, conseguem através das redes sociais como o *youtube*, por exemplo, promover seu trabalho. Enfim, existe uma imensidão de situações casuais e intencionais que levam o artista a conquistar um público, este que lhe paga o ingresso do espetáculo que ele promove.

Mas uma grande parte de profissionais na área musical não possui condições financeiras para investir no seu talento, ou não surge uma produtora para financiar seus projetos. Sua música não faz parte do modismo, ou tão somente ele produz uma arte que não atrai o grande público, mesmo que seja culturalmente importante para a identidade cultural. A sobrevivência de certos estilos musicais só é garantida pela subvenção estatal, visto que o por se só não abraça tais manifestações musicais. Sabe-se que pela racionalidade do mercado, como um todo, existem produtos que atraem mais as pessoas e outros que não alcançam tanta visibilidade, do mesmo modo funciona o mercado de música.

Mas é muito subjetivo avaliar a importância de dada atividade relacionada com música, num sentido econômico, pois como já fora dito anteriormente o Estado da Bahia tem uma vastidão de produtores capazes de participar ativamente do mercado musical, possuem o talento para montar um público. A música, por se só, alcança uma importância em termo de geração de renda e emprego, pois as pessoas sempre estão inclinadas a ouvi-la, a promover espetáculo musical, a atuar no segmento. O Carnaval de Salvador, por exemplo, reúne uma imensidão de profissionais na música gerando renda, aquecendo a economia da cidade num curto período de tempo. A atenção da mídia ao longo dos anos e a crescente importância dessa festa, trazendo milhares de pessoas para cidade, elevaram também o interesse de empresas de diversos ramos econômicos para a festa. Isso se torna uma forma de propagar suas marcas e ganhar mais consumidores. Dos camarotes aos ambulantes, Salvador se torna uma grande vitrine para expor marcas.

É visto nesse exemplo a externalidade positiva presente nesse espetáculo, o quanto a economia do Estado ganha ao promover este espetáculo musical e os diversos ramos da economia se apropriam da visibilidade do mesmo.

Em Salvador, a Economia da Música é muito dinâmica em se tratando de por seu turno na realização de espetáculos, casas de shows diversas na cidade, pelourinho Dia e Noite,

barzinhos, produtoras promovendo shows de artistas, grandes atividades desenvolvidas na cidade que demonstram o quanto o mercado é ativo. A oferta é justamente para atender uma demanda que valoriza a música na Bahia, sem a qual o município empobrece. Na Bahia, como um todo, as pessoas sentem a necessidade, provavelmente pelo Estado possuir uma imensidão de atividades culturais, de irem a um espetáculo, principalmente de música. Isso define o quanto a cultura é importante para o baiano, não somente por ser seu direito usufruir lazer. E a música é um dos mais importantes segmentos artístico-cultural de lazer das pessoas.

A valorização da música, enquanto lazer, parte do princípio cultural e sem dúvida o ultrapassa para um princípio não pouco relevante, econômico. A geração de renda e riqueza têm efeitos multiplicadores significativos, que ainda não foram captados e corretamente computados para que se possa avaliar a dimensão das atividades musicais.

Uma parcela de profissionais se depara com os entraves citados e não consegue conquistar o público e ver reconhecido seu trabalho artístico. Fica sem renda e termina por abandonar a música, configurando um desperdício de talento, do ponto de vista cultural e uma situação de barreira-à-entrada, do ponto de vista de negócio ou de mercado de trabalho.

Ainda, por essa ótica, o mercado de música na Bahia, muito embora seja vasto e significativo para o setor de Economia Criativa, ele se encontra ainda muito descentralizado e pouco delimitado.

Uma vez que tal atividade faz parte do cotidiano das pessoas, é fonte de renda de forma direta e indireta através de um conjunto de atividades relacionadas que é imprescindível na realização de um espetáculo musical. A divulgação publicitária, a formação de público, até o show propriamente dito, percorrem um caminho onde diversos profissionais executam funções integrantes, não isoladas, para fazer com que os espetáculos musicais se realizem e tragam o entretenimento e a alegria para um grupo de pessoas, num determinado espaço. Isso requer organização, pessoas com capacitações diferentes, trabalhando para a realização do espetáculo. E, essa geração de externalidades positivas no segmento demonstra ainda mais o quanto o mercado musical é importante. O impacto econômico da música vai da geração de empregos, consumo de produtos auxiliares (como equipamento de som, palcos, iluminação, entre outros) até os serviços de hotelaria, alimentação e segurança. Uma série de ramificações setoriais associadas ao mercado ajudam a economia a crescer quando eles mesmos vão bem.

A música é a manifestação cultural que reúne o povo independente de classe social. Todos podem ter acesso à música, o direito está transcrito na própria constituição de 1988. As pessoas no geral vêm os espetáculos musicais como instrumento de lazer, de entretenimento. Dificilmente se encontra alguém que diz não gostar de música. As pessoas especificam estilos que mais lhe atraem: há os que preferem rock, outros *reggae*. E ainda existem grupos que buscam no hibridismo inovação como o grupo Baiana System. Eles trazem no seu ritmo uma mistura de música eletrônica e guitarra baiana e têm alcançado um grande público na Bahia, em outros estados e até no exterior, tendo uma repercussão positiva. Este é um exemplo se que a inovação musical faz parte da captação do mais abstrato e se materializa criando um novo. Na música enquanto um produto oferecido se mostra legítimo, as pessoas estão dispostas a receber o novo, a prestigiar-lo, pois demonstra formas diferentes de ver a arte e o mundo.

As expressões culturais como um todo, não somente a música, é de suma importância para garantir, proteger e respeitar o direito à cultura, e isso é de responsabilidade dos agentes públicos, privados e civis; todos em conjunto para disseminar e valorizar as expressões culturais das micro comunidades até os centros urbanos mais badalados. O direito à cultura é o que deve mover as entidades para que sejam valorizadas ainda mais as diversas manifestações artísticas, espalhadas pelo Estado.

Na música, no geral, sempre surge algo novo, agregando-se aos demais estilos já existentes, o que se deve deixar claro para todos é que a música, enquanto expressão cultural, não se resume apenas à preservação do que já existe, ou seja, do que já compõe a história musical baiana, mas também valoriza e incentiva as novidades derivadas do que já existia. Todo processo de inovação é variante de uma série de fatores subjetivos e objetivos correlacionados de algo já existente, fazendo com que as manifestações culturais seja contemplada em sua diversidade.

Não obstante, pensar num mercado de música é pensar na congruência de atividades cujo valor é dimensionado de forma subjetiva e também em fatores objetivos: preços, produto, insumo. Reside assim a dificuldade de como funciona a precificação dos espetáculos. Mesmo assim arrisca-se deduzir que o preço é mais cabível para análise do mercado do que o valor, que é um fator subjetivo neste segmento. Em geral, a visibilidade (demanda) é que determina

o preço do espetáculo. O espaço em que se realiza o evento também influencia a precificação do ingresso. Mas no geral, o artista em destaque na mídia é quem vai servir de base para a precificação, e o público que se quer atingir com este preço. Pois, muitas casas de Shows usam o preço como seleção e, para isso, é feita uma pesquisa de mercado de quanto uma pessoa com dado nível de renda está disposta a pagar por um show: técnica conhecida como “propensão a pagar”. Mas isso é um dos critérios de precificação coexistindo uma série de fatores que é analisado na precificação do espetáculo, como qual artista vai se apresentar, qual casa de show será alocada para o espetáculo, período do ano, a magnitude do evento e o marketing.

Hoje, há tendência à inversão de valores do sistema capitalista. Até agora a riqueza material tem sido muito mais valorizada, fazendo com que os valores culturais fiquem em segundo plano. Hoje, os bens e serviços estão cada vez mais carregados de conteúdos culturais e artísticos. Daí a necessidade de estimular a criatividade, via formação, capacitação artística e cultural em todos os níveis. O importante é a democratização da música para tornar as atividades musicais acessível às pessoas no geral.

Segundo dados da FIRJAN (2012), nas atividades musicais, a renda média dos profissionais de música gira em torno de R\$2.162,00, no Estado da Bahia. Tem crescido muito o número de estabelecimentos comerciais para o setor, que registrou de 1998 a 2008 alta de 324%. Ações públicas e privadas conjuntamente mobilizam o mercado musical de forma a desenvolvê-lo e democratizar o seu acesso. Essas ações, voltadas para melhoramento do segmento no Estado, têm tido diversos melhoramentos na formulação de diretrizes de fomento. Ações que se vêm ao longo dos anos com a necessidade de revisão, em razão das novas performances musicais e pelo fato de que algumas iniciativas não surtem os efeitos esperados.

O mercado de música na Bahia é movido por iniciativas públicas e privadas. Muitos espetáculos se caracterizam como um bem público, e outros como bem privado a depender de quem financia o evento. E, muito embora a intenção seja de gerar renda, importa promover a música enquanto cultura, enquanto bem público. No mercado privado, enfoca-se o ganho na determinação da oferta. A distinção entre o público e o privado na cultura é objeto de um debate controverso. Além do mais, o mercado de música se encontra ainda muito descentralizado, coexistindo atividades formais e informais dificultando a delimitação do segmento enquanto atividade econômica.

3.1 POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO À MÚSICA NO ESTADO DA BAHIA

Como já fora dito no capítulo anterior, as políticas públicas no Estado vêm no sentido de fortalecer e promover as atividades culturais geradoras de rendas. Essas políticas dentro da economia criativa buscam diretrizes de desenvolvimento, com construção de uma carteira anual de iniciativas, demandando recursos do Tesouro para a finalidade de capacitar os profissionais das artes como um todo.

As políticas voltadas para democratização das atividades musicais, por seu turno, sofrem uma série de mudanças na sua elaboração e prioridades a partir de 2005, quando fora fundada uma câmara setorial de música, uma iniciativa do Ministério da Cultura, Funarte e Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC). Assim como todas as câmaras setoriais, foi criada com a finalidade de propiciar a participação da sociedade civil na elaboração de políticas públicas para o segmento. Até o momento, desde que o ministério observou a necessidade de serem vinculadas as suas diretrizes ao setor de Economia Criativa e ter o segmento como uma opção de desenvolvimento econômico e também de proporcionar a democratização e inserção social, as formulações de políticas tem sido mais específicas à necessidade que a comunidade musical se depara quando entra no mercado de música local.

As novas formulações ocorrem na medida em que se elaboram cartilhas de iniciativas; em cada ano vão surgindo necessidades adicionais, novas diretrizes são elaboradas e outras excluídas. Isso ocorre ao serem concluídas determinadas iniciativas em cada ano, se fazendo uma análise de resultado em cada política construída para as atividades musicais. A FUNCEB criou em 2012 os colegiados setoriais de artes que inclui o setor de música. Estes colegiados colaboram com as políticas na área musical a partir de sugestões e opiniões da população, ou seja, há um trabalho conjunto em democratizar o segmento tornando mais acessível. Então as demandas populares ajudam a montar o quadro de políticas para serem postas em prática em cada ano.

A SECULT está à frente de políticas voltadas para o fomento das atividades musicais, tendo a FUNCEB, desde 2011, como unidade responsável por selecionar as propostas de profissionais na área musical, que buscam financiamento pelo Estado. E o Ministério da Cultura (MINC), a partir da implantação das medidas propostas pela UNESCO, promove o segmento musical

como fator de democratização e de desenvolvimento social e econômico. Tem utilizado uma série de iniciativas para promoção das atividades musicais: capacitação, internacionalização, financiamento, entre outras linhas de apoio. Foi elaborada uma carteira de funções e diretrizes capazes de tornar real a intenção de promover as atividades através da ação integrada da Secretaria de Cultura do Estado, a Secretaria de Economia Criativa, a Coordenação de Música da FUNCEB e o Centro de Culturas Populares e Identitárias da Bahia.

A SECULT tem executado as medidas propostas pelo Ministério da Cultura juntamente com Secretaria de Economia Criativa e demais órgãos associados, com a finalidade também de delimitar a atuação do Setor e construir diretrizes nos municípios a partir de suas potencialidades. Os profissionais responsáveis por capturar estas manifestações musicais em cada território de identidade devem ter a sensibilidade de entender a cultura do local e a partir daí propor medidas cabíveis. Os tomadores de decisão devem também contar com propostas da comunidade, uma vez que ela é o principal demandante.

Em contraste com a importância da música no cotidiano, está a sua descentralização, como um segmento do setor criativo. De acordo com a Tabela 1, sua participação no conjunto de contribuição no total de ocupação no Estado é de 9,11%, sendo o quarto em representatividade do setor. Isso pode significar para os órgãos do Estado que elaboram as políticas que suas medidas de institucionalização e fomento das atividades culturais requerem uma gestão que compreenda a condição do setor nos diferentes municípios baianos, respeitando as suas particularidades. Isso é necessário para reduzir a discrepância entre o valor das atividades musicais e sua realidade em termos de ocupação populacional.

A título de comparação, nos Estados do Rio de Janeiro e de São Paulo a mesma atividade no conjunto de realizações criativas corresponde, segundo dados do Infocultura (2014), a 8,11% e 6,54%, respectivamente. Percebe-se que a representação do segmento é pequena em todo país, pois até Estados em que políticas de democratização, valorização e institucionalização do setor têm dado um salto significativo ao longo dos últimos anos, a música ainda tem pouca ocupação formal no mercado.

Tabela - 1 Distribuição porcentual dos ocupados criativos, de acordo com os grupos ocupacionais, na Bahia e estados selecionados – 2010 (Continua)

GRUPO DE OCUPAÇÕES	BAHIA	SÃO PAULO	RIO DE JANEIRO	PERNAMBUCO	CEARA
MÚSICA	9,11	6,54	8,11	9,57	8,54
TEATRO E CINEMA	1,41	2,08	5,24	1,43	0,76
DANÇA E COREOGRAFIA	0,45	0,25	0,59	0,75	0,40
PRODUÇÃO LITERÁRIA	0,28	1,21	1,38	0,77	0,46
ARTES PLÁSTICAS, FOTOGRAFIAS E DEMAIS PROFISSIONAIS DA ARTE	37,67	16,06	25,19	36,14	32,70
ARTESÃOS	13,68	12,30	3,96	7,72	24,30
PATRIMÔNIO	3,16	1,69	2,63	3,58	1,64
PUBLICIDADE E DESIGN GRÁFICO	9,2	18,55	14,90	10,82	6,85
MODA E VESTUÁRIO	2,85	5,39	4,33	2,47	4,22
ARQUITETURA	3,61	6,61	7,44	4,00	1,64
TÉCNICOS NA ÁREA DE SERVIÇOS CULTURAIS/ CRIATIVOS	5,15	6,26	6,73	4,42	4,18
ESCRITA E LINGUAGENS	3,43	6,87	8,59	4,21	2,60
PROFISSIONAIS DAS TELECOMUNICAÇÕES	2,94	1,35	1,66	2,79	2,17
IMPRESSÃO GRÁFICA, EDIÇÃO E AFINS	6,01	12,64	7,47	9,62	8,55
PROFISSIONAIS DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	0,56	2,18	1,78	1,70	0,99
TOTAL	100	100	100	100	100

Fonte: INFOCULTURA, 2014

O Ministério da Cultura, Através da SECULT, tem trabalhado ano após ano, desde a implantação da Secretaria de Cultura, na elaboração de diretrizes no segmento de música, acompanhando as necessidades de cada município, e a verba do governo Federal e Estadual segue uma linha de prioridade de carência do segmento.

Essas políticas públicas de institucionalização e delimitação da música na Bahia, em termos de indústria criativa, são de suma importância para conhecer a realidade do mercado da

música, não somente em relação a empresas e profissionais que se inserem no mercado, mas também todos aqueles não têm muita inserção no *mainstream* cultural do Estado e que muitas vezes não possuem capital para financiar seu espetáculo e necessitam da interferência ou incentivo estatal. E são estes que, em geral, fazem brotar novas ideias e novos produtos.

A FUNCEB, como já foi dito, entidade associada à SECULT, é a principal responsável pela coordenação e execução das políticas de projetos que promovam, incentivem e desenvolvam a criação, além da difusão, produção, circulação. A construção e aprimoramento de diretrizes para desenvolvimento da criação de música no Estado tendem a obedecer às necessidades observadas em cada localidade do território de identidade da Bahia, assim como levar em conta as propostas da comunidade. A carteira de iniciativas desenvolvidas pelo governo do Estado é divulgada para todos os profissionais da área musical.

Os principais projetos desenvolvidos e direcionados exclusivamente para música e que contam com o orçamento do governo são: Mapa Musical da Bahia, projeto criado em 2012, coordenado pela FUNCEB e visa reconhecer e difundir a diversidade da Música produzida no Estado; e, o Setorial de Música, que compõe o quadro de projetos setoriais de Artes e conta com o orçamento do Fundo de Cultura da Bahia (FCBA).

Esses projetos visam democratizar e trazer ao cenário musical novas propostas de espetáculos musicais, valendo-se do financiamento de projetos na área de música em todo o Estado. Este projeto também conta com um colegiado criado pela FUNCEB em 2012, que possibilita o aperfeiçoamento de iniciativas para o setor a partir das propostas da população demandante. A FUNCEB, desde 2007, tem realizado encontros com o compromisso de manter um diálogo permanente com a sociedade e a comunidade artística na articulação de planejamento e diretrizes para o segmento.

De 2012 até 2014, o FCBA investiu R\$ 4 milhões com o projeto setorial de música e contemplou 71 projetos de música no Estado, sendo 56,34% na capital e 43,66% nas outras cidades do Estado. Em 2012, foi investido R\$1 milhão, em 2013 e 2014, R\$ 1,5 milhão. Isso significa uma crescente demanda de apoio ao governo por parte dos produtores musicais. A *Bahia Music Export* fora criada em 2009. Ela é um programa coordenado pela FUNCEB juntamente com a assessoria de relações internacionais da SECULT, que pretende contribuir com a difusão da música baiana e sua inserção no Mercado internacional.

Outros objetivos do Bahia Music Export são: agregar produtores e representantes de artistas e músicos baianos, com o intuito de compartilhar experiências e conhecimentos; capacitar artistas, grupos artísticos, produtores, agentes e profissionais da cultura; promover Fóruns e Feiras de Negócios Musicais; lançar produtos culturais promocionais, selecionados por uma curadoria especializada; fortalecer plataformas, programas e ações de intercâmbio cultural internacional, desenvolvidas por empreendedores individuais ou coletivos, artistas, produtores e agentes da cadeia produtiva da música. (FUNCEB, 2014, p. 63).

O programa de Qualificação em Música também é um projeto coordenado pela FUNCEB, realizado pelo Centro de Formação em Artes. Oferece cursos diversos para aperfeiçoamento para quem já tem experiência na área. Essa iniciativa se alinha à política de educação profissional do Ministério da Cultura (MINC). Suas ações privilegiam a música afro-baiana e seu universo percussivo, aliado à música contemporânea no mundo.

A Música em Trânsito é um projeto coordenado pela FUNCEB com a Goethe Institut Bahia. Ele propõe um intercâmbio musical entre artistas baianos, de outros estados e países através de um convívio de uma semana num estúdio de gravação em Salvador para um processo de criação colaborativa. O objetivo é investir no compartilhamento de expressões diversas da música contemporânea como meio eficaz para qualificação de profissionais e suas obras.

O Centro de Cultura Populares e Identitárias da Bahia, que é um órgão da SECULT, antes apenas um dos setores da FUNCEB, também se especifica nas expressões musicais e outras expressões artísticas que fortalecem a identidade baiana. Este órgão surge influenciado pelo pensamento da UNESCO e Ministério da Cultura, buscando a promoção de políticas públicas voltadas para as culturas populares e identitárias do Estado e tem nas suas atribuições promover eventos, festivais, manifestações, principalmente encontradas nas culturas étnico-raciais, sertanejas, indígenas e ciganas. O Centro é o braço da SECULT no que diz respeito à execução, proteção e criação de políticas para a valorização e fortalecimento das manifestações musicais do Estado. As suas ações impactam a economia e o turismo do Estado, pois diversos eventos são realizados durante todo o ano através de iniciativas do Centro de Culturais Populares e Identitárias da Bahia - CCPI-Ba.

As políticas públicas do Estado, segundo dados da SECULT para o segmento musical, estão distribuídas em conjunto de iniciativas que vão da promoção do produto à difusão, formação até o mapeamento, fomento e execução. As carteiras de iniciativas são destinada a fortalecer

as atividades musicais no Estado, viabilizar o surgimento de novos talentos e dar aos profissionais na área possibilidades de atuar no ramo de forma democrática, com o financiamento público para esses fins. Certamente estas políticas de Estado estão pautadas nos programas de fomento à atividade musical, desenvolvidas pelo Ministério da Cultura e a Secretaria de Economia Criativa (BAHIA, 2015b).

Para que a comunidade de profissionais da música possa participar de quaisquer projetos promovidos pela FUNCEB e CCPI-BA, é necessário que se inscreva nas chamadas públicas e nos editais. A comunidade passa a poder participar do processo seletivo dos projetos musicais a serem financiados. Os órgãos oficiais executam todo o processo, que vai da elaboração do Edital à seleção dos projetos dos proponentes que mais se aproximam das intenções das políticas do Estado.

No próximo capítulo será feita uma análise do uso dos editais, seu funcionamento e operacionalização. Os editais se constituem em instrumentos usados para promover as políticas públicas que as tornam democráticas e viabilizam a entrada de músicos novos que precisam do apoio financeiro para tornar visível seu trabalho. Estes editais constituem num mecanismo que finaliza a promoção do espetáculo e difunde as músicas além das fronteiras do Estado e do país, num limite de recursos que o Tesouro Nacional e Estadual disponibilizam para o segmento. Assim, o recurso do governo tem sido eficaz em promover, desenvolver e dinamizar as atividades musicais? E quais os impactos dessas políticas?

3.2 USO DOS EDITAIS COMO INSTRUMENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS NO SEGMENTO DE MÚSICA NA BAHIA

Os editais funcionam como instrumento de políticas públicas, com a finalidade de tornar democrática a atuação do Governo através de iniciativas de desenvolvimento de determinado setor, ou ocupação de cargos nos órgãos públicos. Conceitualmente, são manuais que as pessoas devem seguir, atendendo à capacitação mínima e aos demais requisitos para participar do processo seletivo.

Na música, os editais funcionam com a mesma lógica: selecionar de forma democrática os atores que demandam apoio do Governo. E, muito embora haja uma preocupação do Governo no desenvolvimento do segmento, o mesmo não dispõe, numa mesma chamada através de

edital, de recursos para financiar todos os projetos estipulantes. São priorizados os projetos que mais atendem aos requisitos pré-estabelecidos no Edital.

As possibilidades de financiamento são diversas e variam a depender do projeto proposto. Existem diversos perfis no segmento de música no Estado. Os programas orientados para incentivo e fomento do setor estão em consonância com cada perfil da atividade musical: show, eventos na cidade, capacitação, etc. Dessa maneira, os editais são formulados de acordo com o modelo de política; fomento, produção, capacitação do setor produtivo. Então existem vários tipos de Editais que podem ser voltados para projetos de maior ou menor porte, artistas consolidados ou iniciantes; podem ser transversais ou consolidar determinada linguagem artística ou elo da rede produtiva. As instituições que optam por lançar Editais definem suas linhas de apoio, que vêm discriminadas no Edital.

Existem ainda outras linhas que não precisam passar por seleção via Editais, como o apoio direto das empresas privadas convencionadas às Leis de incentivo que oferece isenção fiscal às empresas que apóiam projetos Culturais. O proponente encaminha o projeto à empresa que possa se interessar por ele. No geral, ocorre levando em conta o campo de atuação e o público-alvo, obtendo o mesmo apoio direto. Mesmo assim, existe uma série de requisitos a serem atendidos nos projetos do proponente. No geral, avalia se, além de atender à linha de apoio direcionada, se no conjunto ele possui as habilidades necessárias como atuante no Mercado Musical para executar um Espetáculo com competência, qualificando e dando uma contrapartida positiva às políticas públicas implantadas.

No Edital, o proponente encontra as regras do jogo, ou seja, há um regulamento que especifica os requisitos que o atuante deve atender. A proposta deve se enquadrar no Edital ao qual pretende concorrer. E uma vez escolhido o mecanismo de financiamento via Editais, é necessário ler com atenção e buscar atender a todos os itens do regulamento. Com a crescente demanda de proponentes para os programas, o nível de qualificação dos projetos dos mesmos se torna crucial. Os editais estão formulados num modelo que exige do atuante competência para realização do que foi discriminado no seu projeto e que ele se enquadre ao perfil da Política especificada no Edital. Diversos Editais são lançados pela SECULT, em parceria com a FUNCEB, editais que abrangem grande diversidade de propostas dentro dos diversos elos das redes produtivas de música, como os Editais Setoriais, por exemplo. Os itens de regulamentação dos editais estabelecem o mecanismo que filtra os projetos, e é selecionado

aquele que mais atende a políticas de incentivo e fomento da atividade. Os Editais estão sempre sofrendo alteração de ano pra ano, sendo necessário estar atento a estas possibilidades de reformulação.

Existem outros formatos de apoio à música na Bahia, como Chamadas Públicas, Portarias e outros Programas de fomento, que são lançados a depender do perfil de atividade dentro do segmento e da proposta da política voltada para o setor. O Edital se configura como um conjunto de regras, e nesse caso estes outros formatos de apoio do Governo passam a ser incorporados na discussão das políticas Públicas de desenvolvimento socioeconômico do segmento, pois estes demandam recursos do Estado para serem efetivados.

O órgão da FUNCEB tem buscado transmitir informação aos atuantes da música no Estado, quanto ao lançamento de Editais e quais os requisitos que os mesmos devem atender, para que eles tenham oportunidade de participar das políticas de desenvolvimento e valorização do segmento. A preocupação de levar ao conhecimento de todos os Editais lançados é tamanha que a SECULT distribui cartazes, folders e informativos nos principais estabelecimentos de educação e cultura de Salvador, além de disponibilizar nos site do órgão os informativos.

Em 2012 foi elaborado um Guia de elaboração de projetos que ensina como se deve elaborar um projeto, orientado como formular item por item, além de esclarecer como funcionam os editais, sua formulação, as comissões que selecionam os projetos, as regulamentações básicas para se produzir um bom projeto.

Esse guia do ponto de vista das políticas de inserção social e democratização viabiliza que atuantes no setor criativo, que não são peritos em elaboração de projetos, possam informar de forma precisa, clara e organizada sua proposta para que a comissão de seleção possa julgar e selecionar os projetos que mais se adequam as prerrogativas exigidas no edital. A intenção é o desenvolvimento e valorização do segmento musical na Bahia. É trazer ao cenário da música na Bahia artistas emergentes competentes, enriquecendo as manifestações musicais no Estado. E, quanto mais se é exigido aos atuantes uma qualificação, não somente na elaboração do projeto, como também da performance do artista e da produção do Espetáculo, quanto mais os resultados melhorem. Nos geral, a FUNCEB busca resultados positivos para qualificação do segmento musical no Estado a partir dos Editais, que valorizem ainda mais o segmento e seus atores. Busca-se através dos programas evidenciar artistas qualificados no mercado musical, que possam atrair um público sempre crescente. Dentro da perspectiva da Economia Criativa,

as políticas públicas devem estabelecer suas diretrizes no crescimento do segmento musical no mercado, o que justifica ainda mais as exigências contidas nos Editais de Música na FUNCEB.

Em entrevista com o coordenador de música da FUNCEB, desde 2011, Nobre (2015), ele diz que os editais precisam estar funcionando regularmente para que as políticas voltadas para o desenvolvimento do segmento musical funcione e possibilite um acesso democrático às políticas de fomento pelos artistas. Ele ainda afirma que desde o início de sua gestão e sendo ele um dos componentes da comissão de seleção dos projetos, tem selecionado a cada edital projetos novos, trazendo novos artistas para o cenário da música, demonstrando o compromisso da política em democratizar e evidenciar os artistas emergentes.

De 2011 a 2014 foram contemplados 71 projetos no setorial de Música, financiados pelo FCBA. Segundo o coordenador de Música da FUNCEB, o edital de setorial de música prevê tudo que a música pode trazer de contribuição, como gravação, circulação, rádio, espetáculo, diversos formatos de atividade musical reunidos em um só edital, que antes de sua gestão os editais eram separados em editais de circulação e editais de produção.

Nobre (2015) diz ainda que o FCBA não financia somente projetos que são voltados para mídia ou mercado, mas também aqueles que se aproximam da política do segmento. Logicamente, o mercado é um dos critérios, pois de acordo com as diretrizes de economia criativa presentes hoje nas políticas públicas culturais, busca-se uma opção para o desenvolvimento socioeconômico a partir do setor criativo e suas especificidades.

Cássio afirma que, na formulação dos editais, todos os coordenadores da FUNCEB participam da elaboração, cada um no seu segmento. A formulação segue um modelo próprio da FUNCEB, tendo como base modelos de editais de outros órgãos com políticas similares e que funcionam de forma eficiente. O formato do mesmo deve estar de acordo com as exigências da Superintendência da SECULT.

Quanto à comissão de seleção dos projetos, o coordenador de música, Nobre (2015), diz que escolhe pessoas de fora do poder público que atuam na área musical para selecionar. E, a partir de critérios de seleção já estabelecidos e esclarecidos no próprio edital, é feita a seleção por um mecanismo de pontuação para cada item contido na proposta. O mesmo Cássio

ressalta a importância na atuação de pessoas fora do poder público na comissão formada a cada ano. Para ele, há um equilíbrio entre o julgamento de pessoas de dentro do órgão público e especialistas na área que não trabalham para o governo. Há nessa estrutura de seleção a preocupação em dar transparência e tornar mais democrática a escolha dos projetos.

Mas o grande desafio é selecionar os projetos que são mandados para FUNCEB das diversas cidades do Estado, de forma equilibrada. Observa-se que a partir dos dados dos números de projetos enviados para o Setorial de Música no ano de 2014, por exemplo, que são divididos em RMS e interior, a seleção segue um padrão de percentual de envio das propostas nestas duas regiões discriminadas no relatório. Foram 384 inscritos, sendo 211 em Salvador e RMS, e 173 no interior. Em termos percentuais, 54,95% e 45,05%, respectivamente. Os selecionados somaram 25, sendo, 14 de Salvador e RMS e 11 do interior. Em termos percentuais, 56% e 44%, respectivamente. O ano 2012 e 2013 segue o mesmo padrão de escolha.

Cada projeto inscrito no setorial de música deve conter em anexo um orçamento de no máximo R\$ 200 mil. Após o proponente ter sido selecionado, o andamento do projeto é submetido à fiscalização por parte de representantes do órgão público, para ser avaliado se o proponente está usando o recurso público da forma adequada às regras estabelecidas no edital.

Além do edital do Setorial de Música coordenado pela FUNCEB, tem o Calendário de Artes, que é um mecanismo de incentivo a projetos artísticos de pequeno porte na Bahia. Criado em 2012, seu objetivo é estimular o desenvolvimento das artes na Bahia, concedendo prêmios de até R\$ 13 mil. O projeto abrange além da música, artes visuais, dança, circo, audiovisual, literatura, teatro e artes integradas. São priorizadas propostas oriundas e/ou realizadas em benefício da população baiana com menor acesso aos produtos culturais, visando prestigiar a diversidade cultural.

No edital são incluídas premissas que buscam abarcar propostas de todo o território baiano de forma igualitária: a avaliação dos projetos é feita de forma territorializada e os inscritos de cada microterritório da Bahia concorrem entre si.

O Calendário de Artes amplia e democratiza o acesso a investimento público em face da grande diversidade de realidade de produções e dimensões no território da Bahia. Assim, são

dadas maiores oportunidades para pequenos grupos musicais ou artistas se apresentarem, tendo duas chances no ano de poderem ser contemplado no Edital. Somente no ano de 2012, 85 inscritos foram selecionados, nas duas chamadas públicas distribuídas nos 50 municípios do Estado. O governo naquele ano, segundo dados da FUNCEB (2014), disponibilizou R\$ 1,092 milhão para execução desses projetos.

O Bahia *Music Export* é também um programa de difusão e promoção que busca levar a música baiana para outros estados ou países, e tem evidenciado artistas na Bahia pouco conhecidos no cenário musical até então. A proposta é voltada para inserção profissional de artistas no mercado internacional, de levar as manifestações musicais da Bahia para serem valorizadas além das fronteiras do Estado e do País.

A gestão de 2011-2014 da FUNCEB se configura num modelo de gestão aperfeiçoada no que diz respeito às buscas por melhoras no segmento, utilizando estratégias que funcionassem de fato e tivessem um impacto positivo e duradouro na população. A FUNCEB gerou em 2014 um relatório da gestão de 2011-2014 que contém uma avaliação das políticas desenvolvidas pelo órgão para fomento do segmento musical no Estado, além de dados e documentos sobre o impacto dos programas nesse período. , revelam que houve uma aumento significativo da demanda por os apoio do governo para promoção e inserção do mercado musical no Estado. Os proponentes buscam a cada edital, junto aos critérios estabelecidos no mesmo, aperfeiçoar sua atividade e ter uma visão mais criativa e inovadora do fazer musical.

A abertura de editais de música realizados pela FUNCEB e pela SECULT-Ba durante todo ano dinamiza as expressões musicais no Estado incentivando a uma maior valorização frente ao público baiano e principalmente dando oportunidade que artistas emergentes ou veteranos, possam participar ativamente do mercado musical com financiamento do governo para poder seguir carreira com condições de entrar no mercado, melhorando a participação do segmento dentro do setor de Economia Criativa.

Quanto a institucionalização que o Ministério da Cultura busca nas suas diretrizes é um desafio a ser alcançado, visto que apenas 1% das atividades culturais são computadas na Bahia , na participação do conjunto de atividades econômicas (INFOCULTURA, 2014). E como há um grande número de profissionais que atuam no mercado informal, existe a carência de maior empenho do governo para o mapeamento do segmento Cultural.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vista a grande diversidade cultural no estado da Bahia e o empenho dado ao fomento das atividades musicais, os dados coletados demonstram que a demanda por políticas de financiamento do Estado, para promover atividades artísticas, cresceu significativamente ao longo do período estudado – 2011 a 2014 –. Nesse período pode se verificar o uso de políticas de apoio mais eficazes ao desenvolvimento democrático da música nas diversas regiões do Estado.

Os artistas têm através das políticas de fomento um dos caminhos para ver seu trabalho em evidência, abrindo um leque de possibilidades para desenvolver o fazer criativo. Em cada edital não há recurso para todos os proponentes e, por isso, os critérios de seleção são bastantes rígidos. Observou-se que, de acordo com o resultado esperado de estímulo à criatividade e à produção artística, os editais se tornaram uma política efetiva para o desenvolvimento da arte na Bahia. A grande questão acerca dessas políticas é se elas conseguem realmente contemplar os músicos emergentes, que estão fora do grande mercado da música. De acordo com os dados coletados e já evidenciados ao longo do trabalho, o intuito das políticas do governo é mais voltado para disseminação e valorização da cultura no Estado. Pelo ponto de vista mercadológico da economia criativa, que configura a base que assenta toda discussão das políticas de fomento das atividades musicais, a maior abertura e distribuição dos recursos de forma mais equânime trouxe mais mobilidade cultural e possibilitou o surgimento de novos agentes criativos nas diversas regiões da Bahia.

Quando se pensa no mercado em que se deseja atingir, a comissão de seleção foca no impacto das propostas dos projetos analisados na cultura do Estado: se estes possuem poder de atrair um grande público, de serem um produto cultural consumível para além das fronteiras da Bahia. Mas a responsabilidade do governo e a preocupação em ver valorizadas as atividades artístico-musicais no Estado faz com que o proponente se depara com exigências quase inalcançáveis nos editais. Isso, segundo os responsáveis faz com que os artistas busquem se capacitar para executar seu trabalho musical com criatividade e destreza, para que os espetáculos promovidos pela SECULT, durante todo o ano, tenham o reconhecimento do público e façam com que a cultura do Estado seja mais divulgada. Assim, os editais com todas as exigências e critérios avaliativos não têm só como princípio evidenciar o artista, mas também priorizar a qualidade musical, nutrir algo inato na cultura baiana: criar o novo a partir

do velho e promover diversos espetáculos musicais com potencialidades de serem apresentados.

REFERÊNCIAS

- BAHIA. Secretaria da Cultura. **Bahia music export**. Disponível em: <www.cultura.ba.gov.br>. Acesso em: 17 jun. 2015a.
- BAHIA ANÁLISE E DADOS. Salvador: SEI, v. 22, n. 4, out./dez. 2012. Disponível em: <www.sei.ba.gov.br>. Acesso em: 05 jul. 2014.
- BAHIA criativa: diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa da Bahia. Salvador: SECULT, 2015b.
- BRASIL. Ministério da Cultura. **Câmara setorial de música**. Brasília, 2005. Disponível em: <www.cultura.gov.br>. Acesso em: 01 ago. 2014.
- _____. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014**. 2. ed. Brasília, 2012. 154 p. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>>. Acesso em: 20 ago. 2015.
- COELHO, Ana Maria. **Um ambiente de políticas para economia criativa**. Ribeirão Preto: FAAP, 2013.
- FIRJAN. **Indústrias criativas: mapeamento das indústrias criativas no Brasil**. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <www.firjan.gov.br>. Acesso em: 04 jul. 2014.
- FUNCEB. **Relatório de gestão 2011-2014**. Salvador: EGBA, 2014.
- FURTADO, Celso. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Cia. das Letras, 2008.
- HISTÓRIA da música. Disponível em: <www.infoescola.com/music>. Acesso em: 10 maio 2015.
- HOWKINS, Jonh. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. Brasil: M.Books, 2012.
- INFOCULTURA. **Ocupação e trabalho na economia criativa do Estado da Bahia**. Salvador: Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, 2014. v. 1.
- LUCKWU, Pacelli. Qualidade dos gastos em cultura no Brasil: uma abordagem sob a ótica da demanda. **Revista Desenhahia**, Salvador, v. 11, 2014.
- MIGUEZ, Paulo. **Economia criativa: uma discussão preliminar**. Disponível em: <www.repositorio.ufba.br>. Acesso em: 20 jun. 2014.
- NEWBIGIN, Jonh. **A economia criativa guia introdutório**. Disponível em: <http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide__Portuguese.pdf>. Acesso: 03 nov. 2015.

NOBRE, Cassio. **Editais do setorial de música da FUNCEB**. Salvador, 10 jul. 2015. Entrevista a Rozilene Araújo Silva .

ORIGENS da música popular brasileira. set. 2011. Disponível em: <www.brasilcultura.com.br>. Acesso em: 20 maio 2015.

PENNA, Maura. Dó, ré, mi, fá e muito mais: discutindo o que é música. **Revista da Associação dos Arte-Educadores do Estado de São Paulo**, São Paulo, v. 2, n. 3, p. 14-17, 1999.

PINDYCK, Robert S. ; RUBINFELD Daniel L. **Microeconomia**. 6. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

UNCTAD. **Relatório de economia criativa 2010**: economia criativa uma, opção de desenvolvimento. New York, 2012. 424 p. Disponível em: <http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em: 10 out. 2015.