

## **La informalidad en la industria cultural de la música y la promoción de la economía creativa en la ciudad de Natal/RN (Brasil)**

*Informality in the cultural industry of music and the promotion of the creative economy in the city of Natal/RN (Brazil)*

**Fernando Manuel Rocha da Cruz**

Universidad Federal de Rio Grande do Norte, Brasil

fmcruz@gmail.com

**Recibido:** 03/09/2018

**Aceptado:** 29/10/2018

### **Formato de citación:**

Cruz, F.M.R. (2019). "La informalidad en la industria cultural de la música y la promoción de la economía creativa en la ciudad de Natal/RN (Brasil)". *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 81, 54-68, <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/fmcruz.pdf>

### **Resumen**

La economía creativa se asume como una política cultural que busca promover la profesionalización, la generación de ingresos y el desarrollo culturales, a través del incentivo a la iniciativa emprendedora, utilización de las nuevas tecnologías de información y comunicación y una fuerte atención a todo el ciclo económico de las industrias culturales y creativas. Se trata también de una herramienta conceptual que nos permite criticar la realidad actual del sector de la música y la actuación de los poderes públicos, sea a nivel estatal, sea a nivel federal. Por lo tanto, buscamos en el presente artículo entender críticamente la acomodación de los músicos en el sector informal, a través de una investigación cualitativa de carácter exploratorio, en la ciudad de Natal, capital del estado brasileño de Rio Grande do Norte (RN).

### **Palabras clave**

Economía Creativa, Informalidad, Música, Natal/RN (Brasil).

### **Abstract**

The creative economy is a cultural policy that aims to promote professionalism, income generation and cultural development by encouraging entrepreneurship, use of new information and communication technologies and a strong attention to the entire economic cycle of the cultural and creative industries. It is also a conceptual tool that

allows us to criticize the current reality of the music industry and the performance of public authorities, whether at the state level or at the federal level. Thus, we seek in this article to critically understand the accommodation of musicians in the informal sector, through qualitative and exploratory research, in the city of Natal, in the state of Rio Grande do Norte (RN), Brazil.

## **Keywords**

Creative Economy, informality, music, Natal/RN (Brazil).

## **1. Introducción**

Natal es la capital del estado de Rio Grande do Norte (RN), en el nordeste brasileño. Esta ciudad tiene una población estimada en 877.640 habitantes (Ibge, 2018) siendo reconocidamente una ciudad de destino turístico debido a sus “bellezas” naturales, donde sobresale el segmento de sol y mar. En esta ciudad, la música se constituye como un importante sector que contribuye a su dinamización cultural. Sin embargo, ni todos los grupos musicales, músicos y cantantes cumplen los requisitos formales para el ejercicio profesional. Las actuaciones ni siempre son pagadas y se a menudo dependen de las gratificaciones dadas por los clientes de los establecimientos donde actúan, lo que lleva a la obtención de rendimientos bajos y a esquemas de subcontratación en la ciudad de Natal y en el estado de Rio Grande do Norte. La música se constituye, según la Firjan (2013), como la industria cultural y creativa más descentralizada del estado de Rio Grande do Norte en comparación con otras industrias culturales y creativas.

La ciudad recibe 2 millones de visitantes al año, donde se destacan el mayor cajueiro del mundo y cerca de veinte playas de dunas y de mar límpido y tranquilo. Es, por eso, uno de los destinos turísticos más buscados en la región Nordeste de Brasil (Setur, 2018). Tiene una variedad de equipos de hospedaje y alimentación de distintas categorías, incluyendo las redes con calidad nacional e internacional, así como un aeropuerto internacional –Aeropuerto Internacional Gobernador Aluizio Alves– inaugurado en junio de 2014, el cual cuenta con una terminal de pasajeros preparado para recibir más vuelos (Brasil, 2015).

En el sector cultural, las inversiones más altas están destinadas a los festejos de Carnaval (febrero o marzo), San Juan (junio) y Navidad (diciembre). Estos eventos consolidan la ciudad como destino turístico, al presentar diversidad de la oferta de ocio, entretenimiento y cultura (Galvão, 2016).

Nuestro objetivo es comprender las condiciones de actuación informal en el campo de la música, concretamente en Natal –capital del estado de Rio Grande do Norte–, buscando presentar eventuales propuestas, a partir de las políticas de promoción de la economía creativa y en particular del Plan de la Secretaría de Economía Creativa, aprobado en 2012 por el Ministerio de Cultura de Brasil.

Para ello, promovemos la adopción de la metodología cualitativa con el fin de profundizar el estudio de las condiciones de informalidad en esta industria cultural y creativa. La investigación cualitativa privilegia los registros narrativos de los fenómenos a través de técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas. Así, procura asociar las variables en contextos estructurales y situacionales para “identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica” (Fernández y Díaz, 2002: 76).

Por eso, recurrimos a la aplicación de entrevistas semiestructuradas, en el sentido de comprender este fenómeno social, económico y cultural en la ciudad de Natal. Para

Sampieri, Collado y Lucio (2013: 403), las entrevistas semiestructuradas “se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información”. La aplicación de una guía de asuntos o preguntas a todos los entrevistados tiene como ventaja la comparación de sus respuestas –al contrario de las entrevistas abiertas– permitiendo la identificación de lo que es común y de lo que es diferente.

Realizamos seis entrevistas a músicos elegidos de forma aleatoria que actúan o actuaron informalmente en algún momento de su carrera en la música. Las entrevistas se llevaron a cabo entre los meses de octubre y noviembre de 2014, se grabaron en audio y se transcribieron para facilitar la comparación de las respuestas y el análisis de contenido. A efectos de seguimiento, entendemos así la informalidad:

“Son informales los trabajadores de las unidades de producción no típicamente capitalistas en el interior del capitalismo, siendo que el conjunto de estas unidades de producción compone el sector informal. En ellas hay reducida o ninguna separación entre trabajo y propiedad de los medios de producción (el propietario trabaja directamente en la producción con la ayuda frecuente de familiares y, en algunos casos, con pocos asalariados) y el trabajo asalariado no constituye la base de su funcionamiento. Las unidades productivas informales no son plenamente capitalistas también porque la tasa de ganancia no es la variable clave de su funcionamiento, sino el rendimiento total de su dueño. La prioridad es el mantenimiento de la familia, para sólo después venir el mantenimiento del negocio o la preocupación con 'rendimientos de las inversiones’” (Pamplona, 2013: 228).

El artículo se divide en dos partes. En la primera, hacemos una breve contextualización de la economía creativa, en términos nacionales e internacionales. En la segunda parte, presentamos los resultados de las entrevistas aplicadas a músicos que actúan o actuaron informalmente en Natal y/o en el estado de Rio Grande do Norte.

## **2. La economía creativa brasileña**

En el año 2012, con la creación de la Secretaría de Economía Creativa (SEC), bajo la alzada del Ministerio de Cultura, también se aprobó su Plan definiendo las políticas, directrices y acciones para el cuatrienio 2011-2014 que en la práctica se efectuó entre 2012-2015. Durante el mandato del Ministro de Cultura Juca Ferreira y finalizado el cuatrienio, la SEC se extinguió<sup>1</sup>.

Sin embargo, la economía creativa brasileña nació tras dos debates importantes que podemos encontrar en momentos históricos distintos. El primero se refiere al concepto de “industria cultural”, con origen en autores como Adorno y Horkheimer (1985), filósofos de la Escuela de Frankfurt, que en 1960 vieron este concepto sustituido por el de “industrias culturales”, en el plural, una vez que la sociología francesa defendía la complejidad de la relación entre cultura, tecnologías de información y comunicación y capital (Hesmondhalgh, 2002).

Más recientemente, en la década de 1990, Australia y Reino Unido propusieron en sus respectivos países, el concepto de “industrias creativas”. Los primeros informes de seguimiento (1998 y 2001) del “Grupo de trabajo para las industrias creativas”, creado por el Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS, en inglés), revelaron la

---

<sup>1</sup> A mediados de 2018, la Secretaría de Economía creativa entró nuevamente en funcionamiento, hasta finales del Gobierno del Presidente Temer.

importancia económica de las industrias creativas (Bop Consulting, 2010). En estas, hay que señalar que:

“Entre sus conclusiones sobresalía el hecho de que generaban casi un millón de empleos y el 4% del producto nacional bruto de Gran Bretaña, y que facturaban 7.5 mil millones de libras en exportaciones. El estudio concluyó también que estaban divididas entre un grupo de pequeñas empresas y comerciantes, y un puñado de empresas gigantes y muchas veces multinacionales” (Bop Consulting, 2010: 13).

En consecuencia, Howkins (2012) fue el primer autor en utilizar el concepto de “economía creativa” en su libro *Economía Creativa: Cómo ganar dinero con ideas creativas*, lo que sucedió en 2001. Sin embargo, podemos afirmar que si el concepto de economía de la cultura surge en la academia, el de economía creativa tiene origen fuera de ella, especialmente en los foros políticos, nacionales e internacionales, para al final, ser considerado teóricamente por las universidades como concepto.

Para Bendassolli *et al.* (2009), hay un concurso retórico entre los defensores de las industrias creativas y los defensores de las industrias culturales. No obstante, considera este mismo autor que existió una renovación conceptual con el objetivo de neutralizar la visión peyorativa o crítica del segundo concepto que es también el más antiguo.

En términos internacionales, cabe destacar el papel de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD). En su “Informe de la economía creativa”, la economía de la cultura o la economía cultural se define como:

“(…) la aplicación de análisis económico a todas las artes creativas y escénicas, a las industrias patrimoniales y culturales, sean de capital abierto o cerrado. Se preocupa por la organización económica del sector cultural y con el comportamiento de los productores, consumidores y gobiernos en ese sector” (Unctad, 2010: 5).

La economía creativa en el mismo documento se define como:

“(…) un concepto en evolución basado en activos creativos que potencialmente generan crecimiento y desarrollo económico.

- Puede estimular la generación de ingresos, la creación de empleo y la exportación de ganancias, al tiempo que promueve la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano.
- Abarca aspectos económicos, culturales y sociales que interactúan con objetivos de tecnología, propiedad intelectual y turismo.
- Es un conjunto de actividades económicas basadas en conocimiento, con una dimensión de desarrollo e interconexiones cruzadas en macro y micro niveles para la economía en general.
- Es una opción de desarrollo viable que demanda respuestas de políticas innovadoras y multidisciplinarias, además de acción interministerial.
- En el centro de la economía creativa, se localizan las industrias creativas” (Unctad, 2010: 10).

Las industrias creativas (o sectores creativos, en la terminología del Ministerio de Cultura brasileño), según la UNCTAD presentan diferentes modelos, de acuerdo con el cuadro 1.

**Cuadro 1. Modelos de industrias creativas según la UNCTAD**

<b>1. Modelo del DCMS del RU</b>	<b>2. Modelos de textos simbólicos</b>	<b>3. Modelo de círculos concéntricos</b>	<b>4. Modelo de derechos de autor de la OMPI</b>
Publicidad Arte y Antigüedades Artesanía Diseño Moda Películas y vídeo Música Artes escénicas Editores Software Televisión y Radio Videojuegos y juegos de ordenador	<b>Industrias culturales centrales</b> Publicidad Cine Internet Música Editores Televisión y radio Videojuegos y juegos de ordenador  <b>Industrias culturales periféricas</b> Artes escénicas  <b>Industrias culturales sin distinción fija</b> Electrónica para el consumidor Moda Software Deporte	<b>Artes creativas centrales</b> Literatura Música Artes escénicas Artes visuales  <b>Otras industrias culturales centrales</b> Cine Museos y bibliotecas  <b>Industrias culturales más amplias</b> Servicios de patrimonio Editores Grabación de sonidos Televisión y radio Videojuegos y juegos de ordenador  <b>Industrias relacionadas</b> Publicidad Arquitectura Diseño Moda	<b>Industrias centrales de derechos de autor</b> Publicidad Sociedades de gestión colectiva Películas y vídeos Música Artes escénicas Editores Software Televisión y radio Artes gráficas y visuales  <b>Industrias de derechos de autor interdependientes</b> Material de grabación en blanco Electrónica para el consumidor Instrumentos musicales Papel Fotocopiadoras Equipamiento fotográfico  <b>Industrias de derechos de autor parciales</b> Arquitectura Ropa, calzado Diseño Moda Utensilios domésticos Juguetes

Fuente: UNCTAD (2010)

Entre 2012 y 2015, la economía creativa brasileña reunió sobre su ámbito las industrias culturales y las funcionales proponiendo el fomento del espíritu emprendedor y de las nuevas tecnologías de comunicación e información en todo el ciclo económico (vid. Cuadro 2). Por tanto, cultura, economía y gestión contribuyen a una nueva visión de la cultura, la cual propone una alternativa a la financiación pública. Otro objetivo de esta política pública fue contribuir a la generación de ingresos de los profesionales y poblaciones, así como a la formalización de los actores culturales (Cruz, 2016).

Aunque en la noción de economía creativa se elige la creatividad como elemento central en autores como Miguez (2007), Caiado (2011) y Faustino (2014), entendemos que debe ser definida por su objeto cultural, artístico o patrimonial. Así, toda la actividad económica (creación, producción, distribución o mercado) que tenga por objeto la cultura, el arte o el patrimonio se refiere a la economía creativa. Se incluyen también las actividades económicas que usan elementos culturales, artísticos o patrimoniales para crear o incrementar sus ingresos, aunque no siempre sea posible medir financieramente el valor de la participación de aquellos en la actividad económica

(Cruz, 2014). Es decir, por industrias creativas entendemos los emprendimientos que tienen por objeto la cultura, el arte o el patrimonio, en cualquier etapa del ciclo económico, así como los emprendimientos tradicionales que integran elementos de cultura, arte o patrimonio, para aumentar la renta o el beneficio de su negocio.

**Cuadro 2. Comparación de las industrias creativas entre la SEC y UNCTAD**

Secretaría de Economía Creativa (Brasil)		UNCTAD	
Categoría Cultural	Industrias creativas	Categoría Cultural	Industrias creativas
Patrimonio	Patrimonio Material Archivos Museos	Patrimonio	<b>Lugares culturales:</b> - Sitios arqueológicos - Museos - Bibliotecas, - Exposiciones
	Patrimonio Inmaterial Artesanía Culturas Populares Culturas Indígenas Culturas Afrobrasileñas		<b>Expresiones culturales tradicionales:</b> - Artesanía - Festivales - Celebraciones
Expresiones culturales	Artes Visuales Arte Digital	Artes	<b>Artes visuales</b> - Pinturas - Esculturas - Fotografía - Antigüedades
	Danza Música Circo Teatro		<b>Artes escénicas</b> - Música en vivo - Teatro - Danza - Ópera - Circo - Teatro de títeres
Audiovisual / del libro, de la lectura y de la literatura	Cine y vídeo Publicaciones y medios impresos	Medios de comunicación	<b>Editoriales y medios impresos</b> - Libros - Prensa y otras publicaciones <b>Audiovisual</b> - Película - Televisión - Radio y demás radiodifusiones
Creaciones Culturales y Funcionales	Moda Diseño Arquitectura	Creaciones Funcionales	<b>Diseño</b> - Interiores - Gráfico - Moda - Joyería - Juguetes <b>Nuevos medios</b> - Software - Videojuegos - Contenido digital creativo Servicios creativos - Arquitectónico - Publicidad - Cultural y recreativo - Investigación y desarrollo (I & D) creativo

Fuente: Elaboración propia.

Uno de los objetivos de la economía creativa brasileña –según la SEC– era el mapeo de la “economía creativa informal a través de investigaciones primarias en los municipios brasileños (distinguiendo las de grande y mediana dimensión de las de pequeña dimensión) en asociación con las alcaldías municipales” (Brasil, 2012: 49). El Informe de la UNCTAD plantea, por su parte, el énfasis económico y político en el sector informal, una vez que:

“Las industrias creativas no sólo proporcionan la posibilidad de generar ingresos, pero también ofrecen oportunidades de empleo más fáciles de reconciliar con las obligaciones familiares y comunitarias. Una unidad de negocios menor es también más intensamente asociada a la economía informal y al potencial de inversión del sector privado, encontrados en los segmentos más pobres de la economía. Proporcionará, por lo tanto, un vehículo más eficiente para las iniciativas dirigidas de desarrollo económico cuyo objetivo sea la erradicación de la pobreza” (Unctad, 2010: 34).

Como se menciona en este último documento, en los países pobres la mayoría de la producción cultural ocurre en la economía informal, pudiendo incluso constituirse como la única forma de generación de ingresos para comunidades enteras. Así, las políticas públicas de promoción de la economía creativa pueden facilitar la absorción de jóvenes marginados por encontrarse, muchos de ellos, involucrados con actividades culturales y creativas (Unctad, 2010).

Por consiguiente, entendemos que si la economía creativa versa sobre cualquier etapa del ciclo económico de las industrias creativas agregando industrias culturales e industrias creativas funcionales, donde el espíritu emprendedor y las nuevas tecnologías tienen un interés creciente en la dinamización de los servicios y productos culturales y artísticos, aunque con una gran preponderancia en América Latina (incluido Brasil), del trabajo informal, como forma de creación de renta.

### **3. El trabajo informal en la industria cultural y creativa de la música en Natal/RN**

En esta sección vamos a presentar los resultados de las entrevistas semiestructuradas realizadas durante nuestra investigación empírica, en la que buscamos conocer las respuestas para las siguientes variables: itinerarios profesionales en la industria de la música; géneros musicales compuestos/interpretados; ambiente de la organización; remuneración o rendimiento; y propuestas de políticas públicas.

Las entrevistas, como ya se ha apuntado, se llevaron a cabo entre octubre y noviembre de 2014. Los músicos entrevistados en la ciudad de Natal fueron Igor Bb, Abson Carvalho, Luanda Gabriella Damasceno, Luiz Rogério Souza, Placílio Diniz y Tarcisio Teodoro de Medeiros Segundo.

#### **3.1. Rutas profesionales en la industria musical**

Igor Bb inició su actividad como músico en la iglesia. Un tiempo después pasó a tocar en bailes y bandas por la noche. Fue profesor durante ocho años y se movía en un ambiente familiar propicio a la música. Como ha señalado: “En casa todo el mundo toca, mi padre era músico, mamá cantaba bien. Mis hermanos tocan, todos están en medio de la música también. Soy el más loco de la familia mismo, soy lo que realmente sobrevive de la música”.

Abson Carvalho inició su actividad como músico en la iglesia. Empezó en una banda en el Colegio Auxiliadora, en Natal, habiendo pasado posteriormente al grupo *Perfume*

de *Gardenia*. Pasados dos años, se convirtió en vocalista en el mismo grupo. Hace ya algunos años que se encuentra en la *Banda DuBê* después de haber pasado por el grupo *Arroxé* y otras pequeñas bandas.

Luanda Gabriella Damasceno comenzó a cantar en la iglesia con 10 años. A los 17 años de edad cantaba en una banda de forró de barrio, donde pasó cerca de seis meses. En 2009, con 19 años, pasó a una banda de baile llamada *Marizé*, donde estuvo entre uno a dos años. Durante ese período, hizo muchos contactos en medio de la música y cantó en muchos bares y discotecas de Natal. Cantó en la banda *Lengo Tengo*, una banda de forró, muy conocida en la ciudad y en el estado de Rio Grande do Norte, donde pasó cerca de 6 meses. Después de ese recorrido, siguió carrera a solas, cantando axé, *swingueira* y forró en sus shows. Después de la maternidad, pasó a cantar samba.

Luiz Rogério Souza se inició en la música en la escuela, en 2007. Después de 3 meses de ensayos, el grupo empezó a tocar en “barcitos cerca de la escuela, barbacoa de amigos, fiestas de pre-examen de vestibular”. En 2008, pasó a actuar en otra banda, también de amigos, cerca de seis veces por semana. A partir de ahí, formó otra banda que pasó a actuar también en discotecas. A continuación, organizó un proyecto que pasó a actuar de forma más “empresarial” y organizada que duró cerca de 2 años. Después de esa banda, pasó a actuar en otra, donde sólo tenía que tocar y recibir sus pagos por show. Hoy actúa en una banda con cinco miembros.

Placílio Diniz refiere que cuenta con unos quince años de experiencia en el sector musical y que siempre desarrolló sus propios proyectos y tuvo sus propias bandas, aunque en algunos momentos integradas en sociedades comerciales. Siempre ha buscado rescatar el forró auténtico dejado por ejemplo por Luiz Gonzaga, Jorge de Altinho y Alcimar Monteiro.

Tarcísio Teodoro aprendió concertina en 2003. Con poco tiempo pasó a integrar bandas pequeñas y más tarde, bandas más grandes. Se inició en un proyecto de forró “pie de sierra”, al mismo tiempo que actuaba en esas bandas. Ahora se dedica sólo a la banda constituida a partir de su proyecto.

El recorrido de los entrevistados revela la importancia del lugar de la iniciación y aprendizaje musicales desde la infancia/adolescencia, sea en la iglesia, en la escuela o en el entorno familiar. En realidad, Elías (1995) y Schroeder (2005) demuestran que el músico mientras estaba dotado de talento especial fue socialmente construido y que esta concepción no fue cuestionada hasta la actualidad (Rocha, 2013). En el mismo sentido, Barbosa (2013) argumenta que el talento musical es el resultado del aprendizaje y de la inmersión en el medio musical, alejando, por eso, la idea de la música como calidad exclusiva e innata en el individuo.

Otro aspecto relevante es la experiencia adquirida por los entrevistados con el paso por varias bandas y grupos de música, varios estilos musicales e incluso por la experimentación de varios instrumentos incluyendo la voz. Es por eso interesante analizar el ambiente creativo, el cual ofrece un conjunto de estímulos sociales, culturales y económicos, y es responsable por la promoción de la creatividad tecnológica, innovaciones y recursos (Landry, 2011). El proceso creativo es social que requiere por lo tanto formas de organización (Cruz, 2016). De ese modo, se comprende la importancia para la economía creativa de un ambiente creativo en el sector de la música que se apoye en diferentes experiencias en las bandas y grupos.

En este punto, verificamos que la informalidad es una característica de las bandas y grupos de música que empiezan a actuar en fiestas de cumpleaños, de escuela, de la iglesia y hasta en bares y que a veces perduran en el tiempo. Como dice Corazza:

“la mayoría de las negociaciones músico / empleador en Brasil es muy informal. Ellas no garantizan al profesional ninguna seguridad ni respetan



las leyes laborales. Incluso prestando un servicio de pocas horas en apenas un día, el músico no deja de tener su contrato caracterizado como temporal” (Corazza, 2016).

Por último, el emprendedorismo presente en la propuesta y ejecución de proyectos y en la creación de grupos de música es también uno de los principios definidores de la economía creativa, según el Plan de la Secretaría de la Economía Creativa, una vez que la innovación exige conocimiento, identificación y reconocimiento de oportunidades, capacidad para emprender y asumir riesgos (Brasil, 2012).

### 3.2. Géneros musicales compuestos/interpretados

Igor Bb considera que interpreta todo debido a su formación, desde música de iglesia a la de banda de baile o piano clásico. Como músico acabó por especializarse, no dejando, sin embargo, de acoger esas influencias de su formación.

Abson Carvalho prefiere el axé music especialmente las canciones de Bahía, de Ivete Sangalo, Saulo, Jammil y bandas de *swingueira* como *Harmonia del Samba*, *Pagodart*, *Pirigueto* y otras.

Luanda Damasceno prefiere samba, bossa nova y la música popular brasileña (MPB), mientras que Luiz Rogério Souza no le importa el marco del género musical a la hora de componer. Afirma el músico: “Cuando voy a componer, voy a componer una canción, independiente de cómo va a quedarse. Yo voy a componer una canción, en un golpe universal y ahí veo adónde ella va a encajar y veo también la necesidad con que voy a tener para usar”.

Placílio Diniz prefiere sobre todo el forró. Sin embargo, aprecia también MPB y samba. Finalmente, Teodoro Segundo compone y canta el forró auténtico, así como interpreta algunas canciones de MPB.

En este punto, es importante destacar la centralidad de la cultura en la economía creativa. De ese modo, reconocer la cultura como recurso es una ventaja económica de las ciudades ya que estas tienen historias o potencialidades que pueden ser utilizadas. Es el caso del forró en Natal como ciudad del nordeste brasileño, así como el MPB como ciudad brasileña, o axé music como ciudad cercana al estado de Bahía, o samba como ciudad que comparte la cultura carioca (Río de Janeiro). Como señala Landry (2008), los recursos culturales están presentes en las habilidades y el talento de las personas.

Si los estilos de música se pueden ver por el lado de la oferta, es importante comprobar el “gusto” por el lado de la demanda. De ahí el interés en la variedad de estilos musicales, desde estilos locales como el forró auténtico, a estilos nacionales como MPB o internacionales como la música clásica.

Bourdieu (2008) entiende que la aprehensión y la apreciación de la obra de arte no dependen sólo de la intención del artista, sino también de la intención del espectador y de las normas convencionales que regulan esa relación, en determinado período histórico y espacio social. Además, la aptitud del espectador se ajusta a esas normas.

Por tanto, el mercado de la música no depende sólo de la calidad de la obra musical y de la actuación de los músicos, sino también del sentido estético del público, del período histórico y del espacio social en que se encuentra ese público. De ahí el interés en una oferta variada en términos musicales, tanto entre bandas de música, pero también en el repertorio de los propios músicos.

### 3.3. El ambiente de la organización

Igor Bb toca en el grupo *Pedro y Erick*, el cual está constituido por cinco músicos (batería, teclado, concertina, guitarra y viola), dos cantantes y tres elementos en la

producción. La productora *Viva Producciones* es contratada e independiente de la banda.

La *Banda DuBê* de Abson Carvalho es, según él, una banda pequeña. Se compone de cinco músicos (percusionista, baterista, guitarrista, contrabajo y viola), un cantante (Abson Carvalho), un elemento en la producción (responsable de la organización del show), dos “hold” (arreglan y desarraman el escenario y el equipo) y un empleado de oficina para la parte financiera.

La banda de Luanda Damasceno está compuesta por cinco personas: vocalista (Luanda), guitarra, teclado, batería y contrabajo. En el equipo tiene aún dos “hold” y un empresario que acumula la función de productor.

La banda *Sam Vibe* de Luiz Rogério Souza está constituida por cinco músicos y la “empresa”, siendo los dividendos repartidos en dos partes (músicos y empresa). En los shows son cuatro músicos en la línea de frente y seis músicos contratados (*freelancers*) en la segunda línea. En esta banda trabajan también un productor-empresario y dos elementos en la producción y montaje de escenarios.

Placílio Diniz en su banda *Forró Bom de Verdade* tiene tres empleados –oficina, productor comercial y productor artístico– para tratar las cuestiones contractuales sea con los clientes, sea sobre los aspectos relacionados con el escenario. En total, la banda está compuesta por doce músicos.

La banda *Segundo Sanfoneiro* de Tarcísio Teodoro Segundo está compuesta por cinco músicos (baterista, bajista, guitarrista, trompetista y jugador de concertina), un productor, un “hold” y un técnico de sonido. Tarcísio toca la concertina y es el vocalista.

La composición de los grupos y las funciones asignadas a cada elemento permiten caracterizar el ambiente creativo de la organización. Este es el responsable del desarrollo de la creatividad para el mantenimiento o el aumento de la competitividad de los mercados, a través del estímulo a la aparición de nuevas ideas, de la imaginación y de la participación (Cruz, 2016).

Las nuevas formas de cultura organizacional implican la aparición de nuevas condiciones de pensamiento, planificación y acción que se ponen en práctica en la resolución de los problemas y desafíos organizacionales. Como muestra, Florida:

“Desde la proliferación de las *startups* y la instauración del programa formal de capital de riesgo hasta la relajación de los principios culturales tradicionales relativos al trabajo y a la vida, todo es intento de escapar de las amarras de la conformación organizacional” (Florida, 2011: 23).

El patrón revelado por los grupos de música –objeto de la investigación– presenta complejidad técnica en el área musical, pero normalmente presentan también a alguien –productor, empresa o empresario– que es responsable del área comercial y de producción. Hay aquí una disociación entre el poder decisorial y el grupo de músicos que tiende a aumentar cuanto más grande es el número de músicos contratados por el grupo. Esto tiene implicaciones en el proceso creativo, ya que puede tender no tanto sobre lo que el grupo quiere ofrecer en términos musicales, sino lo que el público –o por quien son contratados– quiere oír o quiere que sea presentado.

### **3.4. La remuneración o el rendimiento**

En cuanto al tema de la remuneración obtenida, Abson Carvalho, Luanda Gabriella Damasceno y Tarcísio Teodoro ganan por show. Igor Bb refiere que el salario de profesor de música es muy bajo, por lo que tocar en bandas permite ganar un valor fijo mensual en algunos casos. Sin embargo, lo normal es ganar por show.

Por su parte, Luiz Rogério Souza refiere que el dinero ganado es sólo para pagar gastos con la banda y las inversiones. La banda tiene menos de un año de edad y tuvo que comprar instrumentos para sus músicos. Por último, Placílio Diniz refiere que su remuneración es la de empresario y no sólo la de músico. Y, explica:

“[...] yo comparo mucho la carrera de músico, porque existe el músico y el empresario músico, yo no soy sólo un músico, porque el músico es aquel que apenas ejecuta la música. Soy un empresario músico, yo además de cantante, soy productor, soy compositor y vendo mi producto. Entonces, mi remuneración, lógico, hay meses que uno puede facturar un poco más, los meses de ascenso [como] San Juan y el mes de mayo y de julio son meses bien propicios a tener una remuneración mejor. Nuestro salario es muy incierto” (Placílio Diniz).

La economía creativa, como dijimos, se refiere a las actividades económicas de los sectores culturales y sectores funcionales que tienen por objetivo la creación de renta o ganancia (Míguez, 2007; Caiado, 2011; Faustino, 2014; Cruz, 2016). Todos los músicos entrevistados, empresarios o no –en la informalidad o no– tienen ese objetivo de creación de renta o ganancia.

Sin embargo, observamos una disparidad de situaciones entre los entrevistados desde el músico-empresario que recibe los beneficios de la actividad del grupo, pasando por los músicos que sólo reciben para pagar las inversiones realizadas con la banda, a los músicos que reciben por show, valor este que es variable y que tiene en cuenta la dimensión del espacio en que actúan. Al mismo tiempo, hay quien hace de la música su única actividad profesional y quien concilia con otra, como es el caso de la enseñanza de la música.

Se trata, de cualquier modo, de una actividad profesional (y cultural) que no garantiza valores mensuales regulares, variando en función del número de shows realizados. En las bandas existen, sin embargo, funcionarios (no músicos) que reciben un valor fijo mensual que, por consiguiente, no corren el riesgo de ver una variación de sus salarios.

### **3.5. Propuestas de políticas públicas**

En opinión de Igor Bb, la educación es la respuesta a la cultura y específicamente a la música. De ese modo, la política debería apostar a la cultura empezando por pensar en la educación, ya que actualmente un profesor de música no necesita ser formado en música, por ejemplo.

Abson Carvalho, por su parte, cree que deberían existir más proyectos en la ciudad de Natal, con música en vivo, como por ejemplo, en hospitales.

Para Luanda Damasceno debería existir una mayor unión entre las bandas, por lo que debería existir un sindicato fuerte en el área musical o políticas como el ‘Patrimonio Vivo’<sup>2</sup> que abarque las bandas de música, aunque eso involucra alguna burocracia.

Luiz Rogério Souza comparte la misma idea, en particular la existencia de una organización de los músicos. Él cree que es un incentivo del gobierno la organización de eventos abiertos al público con atracciones de fuera, pero incluyendo siempre artistas locales.

Para Placílio Diniz, hay que conocer la realidad de cada grupo para poder apoyar, mientras Tarcisio Teodoro Segundo recuerda que en el pasado el Ayuntamiento de

<sup>2</sup> Ley estatal nº 9.032/2007 sobre el registro del Patrimonio Vivo. En 2010, pagó becas vitalicias y mensuales de R\$750 a siete personas consideradas patrimonios de la cultura popular (personas físicas), y R\$1.500 a tres grupos folclóricos (personas jurídicas) para la preservación de aspectos de la cultura tradicional o de la cultura tradicional popular.

Natal apoyaba la realización de muchos eventos. En la actualidad, faltan incentivos financieros para los artistas locales, ya que se pagan remuneraciones elevadas a artistas de fuera del estado en los principales eventos de la ciudad.

Bertacchini (2011) defiende la adecuación de las políticas públicas para las cuestiones culturales en relación a las fuentes y activos locales. La eficacia de éstas depende de una visión a largo plazo por parte de los agentes implicados, así como de las coordinaciones y administraciones locales que se suceden en el tiempo e independientemente de la orientación política.

Los entrevistados piden una mayor atención al músico local ya sea a través de la creación de políticas públicas (sindicato de músicos, exigencia de formación en música para ser profesor de música), así como la promoción de eventos públicos y de los artistas/músicos locales.

Por consiguiente, dado que la música es un sector cultural y la economía creativa aboga por el espíritu emprendedor y la atención del mercado, son necesarias políticas públicas que regulen ese mismo mercado.

#### **4. Conclusiones**

La iniciación en la música revela, según los entrevistados, la influencia de la familia, de la escuela y de la iglesia. Se trata de una actividad cultural desarrollada a través de proyectos, formales e informales, en ciclos temporales variables, a título individual y no empresarial. La informalidad resulta, por tanto, en la inexistencia de declaración del grupo como persona colectiva, no poseyendo consecuentemente registro en el Catastro Nacional de la Persona Jurídica (CNPJ).

Cuanto mayor es el grupo, mayor es su complejidad funcional. Además, se trata de una actividad profesional que puede implicar inversiones elevadas en equipamientos y en los escenarios y que dependiendo de la dimensión del grupo, implica la contratación de personal de apoyo, además, de un gestor para las funciones burocráticas de la banda.

Cuánto a los géneros musicales compuestos o interpretados, la tendencia es para la especialización con la reducción de éstos al forró y a la música popular brasileña (MPB) o samba.

La remuneración resulta principalmente de los valores contratados en cada show. Algunos grupos dividen el dinero ganado por los socios, después de la deducción de los gastos, mientras que otros optan por ganar un salario fijo.

Concluimos también, de acuerdo con lo observado, que se generan expectativas en relación a la financiación pública y al papel de los poderes públicos en la regulación del sector tanto en cuanto a la formación, tanto en cuanto al ejercicio profesional.

Además, hay la falta de apoyo para estos actores de hacer de la música su profesión y poder proyectar sus carreras en el mercado de la música local, regional y nacional. Por último, se refiere un estatuto de “minoridad” frente a los músicos con proyección nacional e internacional que actúan en la ciudad, especialmente en las principales festividades de la ciudad como la Navidad, el Carnaval y las fiestas de San Juan.

En relación a esta realidad, verificamos que el espacio urbano construye sus particularidades históricas, siendo productor y reproductor de desigualdades sociales tanto entre los músicos locales y regionales/nacionales, como entre los músicos –que pueden competir a las licitaciones públicas– y los músicos que actúan de forma informal en el sector de la música.

La política de promoción de la economía creativa parte del principio del espíritu empresarial para la afirmación del profesional de las industrias culturales y creativas, proponiendo a estos profesionales la conquista de nuevos mercados, en particular con la utilización intensiva de las nuevas tecnologías de información y comunicación. Se trata

de una alternativa a las políticas culturales basadas en la financiación pública que no son suficientes para promover la cultura, el arte y el patrimonio en las diferentes dimensiones espaciales –local, estatal, nacional e internacional.

En este contexto, no se consolidan políticas que supongan un verdadero apoyo para que ese profesional de las industrias culturales y creativas musicales se profesionalice con formación adecuada imponiendo requisitos formales al ejercicio de la profesión como, por ejemplo, su inscripción como persona jurídica ante las entidades tributarias y de la seguridad social. Sólo se exige el cumplimiento de estos requisitos si ese “profesional” quiere concurrir a licitaciones públicas para ganar recursos para sus proyectos culturales, a través de la renuncia fiscal<sup>3</sup>.

En este ámbito, tienen la ventaja los músicos –en sentido amplio– con mayor notoriedad pública junto a las empresas que apoyan –a través de la renuncia fiscal– las industrias culturales y creativas de la música. Músicos menos reconocidos por el público y con menor experiencia tienen grandes dificultades en competir por el referido apoyo financiero, a lo que se añade el proceso burocrático que implica algunas dificultades en su cumplimiento.

La música es, sin duda, una industria cultural y creativa dinámica y las oportunidades de espectáculos locales y regionales se suceden, creando renta y ganancia, tanto para músicos como para los establecimientos y espacios donde se presentan. Sin embargo, no siempre la renta es suficiente para que el músico o la banda se afirme dada la elevada competición y complejidad en el sector, agravada por el fenómeno de la informalidad.

Por todo ello, es fundamental que el Estado adopte medidas y políticas públicas para las industrias culturales y creativas de la música. Como señala uno de los entrevistados, la educación para la cultura tiene que ser promovida desde la infancia, pero las instituciones públicas tienen que hacer su papel de protección de las profesiones y oficios relativos al arte, la cultura y el patrimonio.

La utilización de nuevas tecnologías en este sector se justifica por la posibilidad de explorar nuevos mercados, sean ellos regionales, nacionales o internacionales con la presentación de repertorios musicales y contactos. Sin embargo, los músicos entrevistados parecen limitar su actividad al mercado local y regional, por ausencia de apoyos.

Por último, es importante que los músicos adquieran conocimientos –o mejor, capacitación– en economía y gestión para que, por un lado, existan más músicos organizados como empresas y, por otro, no estén obligados a contratar gerentes que no conozcan las particularidades de la industria de la música.

## 5. Bibliografía

- Adorno, T. W. y Horkheimer, M. (1985). *Dialéctica do esclarecimento*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.
- Barbosa, M<sup>a</sup> F.S. (2013). “Concepções de desenvolvimento humano e práticas em educação musical”. En: V. L. Capellini, et al. Coord. *Formação de professores: compromissos e desafios da educação pública*, II (pp. 417-423). São Paulo, Cultura Acadêmica.
- Bendassolli, P.F. et al. (2009). “Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades”. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, Fundação Getulio Vargas e Escola de Administração de Empresas de S. Paulo, 49 (1), 10-18.

---

<sup>3</sup> Ley n° 8.313/91 (Ley Rouanet) de ámbito nacional, Ley N° 7.799/99 (Ley Câmara Cascudo) de ámbito estadual - Rio Grande do Norte y Ley n° 4.838/97 modificada por la Ley 5323/2001 (Ley Djalma Maranhão) de ámbito municipal - Natal.

- Bertacchini, E. (2011). “Da regeneração urbana à cidade criativa: o papel das políticas culturais na cidade de Turim”. En: Ana Carla Fonseca Reis y Peter Kageyama. Coord. *Cidades criativas: perspectivas* (pp. 70-77). São Paulo, Garimpo de Soluções/ Creative Cities Productions.
- Bop Consulting (2010). *Guia prático para o mapeamento das indústrias criativas*. London, British Council.
- Bourdieu, P. (2008). *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo, Edusp; Porto Alegre, Zouk.
- Brasil (2012). *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 a 2014*. Brasília, Ministério da Cultura.
- Brasil (2015). *Índice de competitividade do turismo nacional*. Natal, Ministério do Turismo, Sebrae e Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/Indice\\_competitividade/2015/Natal\\_RA\\_2015.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/Indice_competitividade/2015/Natal_RA_2015.pdf).
- Caiado, A.S.C. (2011). *Economia Criativa: Economia Criativa na cidade de São Paulo - diagnóstico e potencialidade*. São Paulo, FUNDAP.
- Corazza, N. (2016). “Profissão músico: negociando seu trabalho”. *TeclaCenter Instrumentos Musicais*. Disponível em: <http://blog.teclacenter.com.br/profissao-musico-negociando-seu-trabalho/>
- Cruz, F.M.R. (2014). “Políticas Públicas e Economia Criativa: subsídios da Música, Teatro e Museus na cidade de Natal/RN”. [Anais do] *IV Encontro Internacional de Ciências Sociais*. Pelotas, UFPel.
- Cruz, F.M.R. (2016). *Ambiente Criativo: estudo de caso na cidade de Natal/RN*. Natal, EDUFRN.
- Elias, N. (1995). *Mozart: Sociologia de um gênio*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.
- Faustino, P. (2014). *Indústrias Criativas, Media e Clusters*. Lisboa, Media XXI.
- Fernández, S.P. y Díaz, S.P. (2002). “Investigación cuantitativa y cualitativa”. *Cadernos de atención primaria*, 9, 76-78.
- Florida, R. (2011). *A ascensão da classe criativa... e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano*. Porto Alegre, L&PM.
- Firjan Sistema (2013). *Indústria Criativa: Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil*. Disponível em: <http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>.
- Galvão, D.T.F. (2016). “Natal é Cultural!”. *Anuário Natal 2016* (pp. 5-6). Natal, SEMURB.
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The cultural industries*. London, Sage.
- Howkins, J. (2012). *Economia Criativa – Como ganhar dinheiro com ideias criativas*. São Paulo, M. Books.
- Ibge (2018). *Natal: população*. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/natal/panorama>.
- Landry, Ch. (2008). *The creative city: a toolkit for urban innovations*. London, Earthscan.
- Landry, Ch. (2011). “Prefácio”. En: Ana Carla Fonseca Reis y Peter Kageyama. Coord. *Cidades Criativas: perspectivas* (pp. 7-15). São Paulo, Garimpo de Soluções/Creative Cities Productions.
- Miguez, P. (2007). “Economia criativa: uma discussão preliminar”. En: Gisele Marchiori Nussbaumer. Coord. *Teorias & políticas da cultura: visões multidisciplinares* (pp. 95-113). Salvador, EDUFBA.
- Pamplona, J.B. (2013). “Mercado de trabalho, informalidade e comércio ambulante em São Paulo”. *Revista Brasileira de Estudos de População*. Rio de Janeiro, 30, 1, 225-249. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbepop/v30n1/v30n1a11.pdf>.

- Rocha, R.B. (2013). “E para quem não “tem o dom?”: reflexões sobre o conceito de talento e musicalidade e suas implicações para educação musical”. *XXI Congresso Nacional da Associação Brasileira de Educação Musical Ciência, tecnologia e inovação: perspectivas para pesquisa e ações em educação musical*. Disponible en: [https://www.academia.edu/3737817/E\\_para\\_quem\\_n%C3%A3o\\_tem\\_o\\_dom\\_reflex%C3%B5es\\_sobre\\_o\\_conceito\\_de\\_talento\\_e\\_musicalidade\\_e\\_suas\\_implica%C3%A7%C3%B5es\\_para\\_educa%C3%A7%C3%A3o\\_musical](https://www.academia.edu/3737817/E_para_quem_n%C3%A3o_tem_o_dom_reflex%C3%B5es_sobre_o_conceito_de_talento_e_musicalidade_e_suas_implica%C3%A7%C3%B5es_para_educa%C3%A7%C3%A3o_musical)
- Sampieri, R. H., Collado, C. F. y Lucio, P. B. (2013). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education, México D.F..
- Schroeder, S.C.N. (2005). *Reflexões sobre o conceito de musicalidade: em busca de novas perspectivas teóricas para educação musical*. PhD Thesis. Campinas, FE/UNICAMP.
- Setur - Secretaria de Estado de Turismo do RN (2018). *Natal*. Disponible en: <http://natalbrasil.tur.br/polo-costa-das-dunas/natal/>
- Unctad (2010). *Relatório de Economia Criativa 2010. Conceito e contexto da economia Criativa. Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável*. Genebra: Nações Unidas. Disponible en: [http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103\\_pt.pdf](http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf)

\* \* \*

**Fernando Manuel Rocha da Cruz** es doctorado europeo en Sociología por la Universidad de Oporto (Portugal) y Profesor Adjunto en la Universidad Federal de Rio Grande do Norte (Brasil).