

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Instituto de Ciências Agrárias
Curso de Graduação em Administração

Ingrid Stéfany Ferreira Silva

**ECONOMIA CRIATIVA, MÚSICA E A CENA NOTURNA: Uma Análise do Trabalho
dos Músicos em Montes Claros**

Montes Claros
2025

Ingrid Stéfany Ferreira Silva

ECONOMIA CRIATIVA, MÚSICA E A CENA NOTURNA: Uma Análise do Trabalho dos Músicos em Montes Claros

Trabalho de Conclusão de Curso II apresentado ao curso de Administração da Universidade Federal de Minas Gerais – *Campus* Regional Montes Claros, como requisito parcial para o grau de bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Cledinaldo Aparecido Dias

Co-orientadora: Profa. Dr. Patrícia Lima

Montes Claros
2025

Ingrid Stéfany Ferreira Silva

ECONOMIA CRIATIVA, MÚSICA E A CENA NOTURNA: Uma Análise do Trabalho
dos Músicos em Montes Claros

Aprovado pela banca examinadora constituída por:

Prof. Dr. Cledinaldo Aparecido Dias - Orientador ICA/UFMG

Prof. Dr. Frederico Antônio Mineiro Lopes – ICA/UFMG

Profa. Dra. Marilda Teixeira Mendes – ICA/UFMG

Profa. Dra. Patrícia Morais Lima

Montes Claros
2025

*Para Bina, que alegrou a minha existência com
a sua.*

AGRADECIMENTOS

Se eu fosse contar a história da minha graduação, falaria sobre todas as vezes em que minha mãe, Josiane, foi meu porto seguro quando quis desistir diante das dificuldades. Contaria sobre todas as vezes em que minha irmã, Giully, me deu conselhos, forças e broncas quando eu achava que a universidade não era para mim. Sobre todas as vezes em que meu pai, Dedê, me incentivou e as vezes em que Leo me mostrou que, para ser pai, não é preciso ter laços sanguíneos. Falaria sobre os abraços de Leozinho, Loren, Samarah e Anna, que me deram a energia necessária para continuar lutando pelo meu sonho. Mencionaria todas as orações da minha avó Lucília para que eu continuasse nesse caminho e a torcida dos meus tios e tias. Falaria também sobre meus primos, que sempre vibraram com minhas vitórias, em especial Isabela, que é como uma irmã para mim.

Sem dúvidas, eu não poderia contar essa história sem mencionar que ganhei uma nova família quando conheci Bianca, Max e Bel. E que essa família ficou ainda mais especial quando adotamos Kiko e Pretinha. Se eu fosse contar a história que vivi nesses últimos anos, falaria sobre Wellyngton, Luciana, Alexa, Emanuely, Magda, Carlos, Ana Luiza, Adrielly e Ketley e como essas amigas, formadas na graduação, são aquelas que quero levar para a vida.

Essa história não estaria completa se eu não falasse sobre como a Fundação Mendes Pimentel foi essencial, permitindo que eu cursasse a graduação de forma digna. De fato, não estaria completa se eu não mencionasse Sidney, Ayono, Mel, Day e todos os funcionários do Restaurante Universitário. Com certeza, essa história não estaria completa se eu não dissesse como os funcionários do ICA foram importantes, em especial as meninas da Ágile e das portarias dos blocos, que sempre nos receberam com um sorriso e foram amáveis, acolhend-nos e fazendo-nos sentir em casa.

Para contar essa história, eu falaria sobre como os professores Helder dos Anjos Augusto, André Luiz Athayde, dentre tantos outros, traduzem a melhor e mais bela definição do que significa ser professor. Com certeza eu citaria também Cledinaldo Aparecido Dias, que orientou este trabalho e compreendeu como ninguém minhas dificuldades, acatou minhas ideias e considerou minhas paixões. Também não deixaria de mencionar Patrícia Lima. Sem eles, este trabalho não existiria. E por fim, mas não menos importante, se eu fosse contar a história da minha graduação falaria sobre os músicos e sua admirável contribuição à sociedade, que me inspiraram para a escrita deste trabalho.

A todos vocês que fizeram parte dessa história e a construíram junto comigo, meu muito obrigada!

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar o trabalho dos músicos em Montes Claros sob a ótica da economia criativa, investigando suas relações de trabalho, desafios e condições de atuação. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, baseada em entrevistas semiestruturadas com nove músicos que se apresentam em bares, restaurantes e eventos privados na cidade. Adotou-se a Análise de Conteúdo para interpretação do corpus textual proveniente das entrevistas transcritas. Dentre outros resultados, os resultados indicam que a música é um componente essencial da economia criativa local, sendo uma atividade economicamente relevante, porém marcada por desafios como a informalidade dos contratos, a precarização do trabalho e a dificuldade de acesso a políticas públicas de incentivo. Além disso, a pesquisa aponta que os músicos enfrentam barreiras para negociar cachês justos e se organizar coletivamente, evidenciando a necessidade de maior suporte institucional. A valorização da cultura local, aliada a políticas públicas eficazes, pode contribuir para a profissionalização do setor e para o fortalecimento do papel da música no desenvolvimento econômico e cultural da cidade.

Palavras-chave: Economia Criativa; Trabalho Musical; Cultura; Montes Claros; Políticas Públicas.

ABSTRACT

The present study aims to analyze the work of musicians in Montes Claros from the perspective of the creative economy, investigating their labor relations, challenges, and working conditions. The research adopted a qualitative approach, based on semi-structured interviews with nine musicians who perform in bars, restaurants, and private events in the city. Content Analysis was used to interpret the textual corpus derived from the transcribed interviews. Among other findings, the results indicate that music is an essential component of the local creative economy, being an economically relevant activity, but marked by challenges such as informal contracts, precarious working conditions, and limited access to public policies for support. Additionally, the research highlights that musicians face barriers to negotiate fair fees and to organize collectively, emphasizing the need for greater institutional support. The valorizations of local culture, combined with effective public policies, can contribute to the professionalization of the sector and to strengthening the role of music in the economic and cultural development of the city.

Keywords: Creative Economy; Musical Work; Culture; Montes Claros; Public Policies.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Classificação da Indústria Criativa	13
Quadro 1 – Perfil dos Entrevistados: Tempo de Atuação Profissional e Características	23

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

DCMS	<i>Department for Digital, Culture, Media & Sport</i>
DJ	<i>Disc jockey</i>
FIRJAN	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
SIMC	Sistema Municipal de Cultura
SISMIC	Sistema Municipal de Incentivo à Cultura
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 Economia Criativa	10
2.2 A música na economia criativa	14
2.3 Políticas Públicas para cultura: uma preocupação necessária	15
2.4 Estudos anteriores	17
3 METODOLOGIA	20
3.1 Caracterização da pesquisa	20
3.2 Atores sociais pesquisados	20
3.3 Instrumento de coleta de dados	21
3.4 Técnica de análise de dados	21
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	22
4.1 Caracterização dos músicos	22
4.2. Motivação e Trajetória no Início da Carreira Musical	23
4.3 Relações de trabalho	27
4.3.1 Tipos de contrato e relacionamento com contratantes	27
4.3.2 Colaboração entre músicos	29
4.4 Participação em políticas e incentivos públicos	30
4.5 Desafios do músico em Montes Claros	34
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS	38
APÊNDICE	43

1 INTRODUÇÃO

A economia criativa tem sido um conceito debatido e explorado de forma intensa nas últimas décadas (Figueiredo; Jesus, 2020). Segundo Valiati *et al.* (2017), este conceito abarca setores como artesanato, design, música, entretenimento e gastronomia, destacando-se pela sua capacidade de promover inovação e desenvolvimento socioeconômico local.

A economia criativa integra cultura, inovação e empreendedorismo, abrangendo atividades baseadas na criatividade, nas habilidades e nos talentos individuais, possuindo um significativo potencial para gerar empregos através da exploração da propriedade intelectual e cultural (Valiati *et al.*, 2017). Isso, além de acrescentar valor econômico direto, também desempenha um papel crucial na construção de comunidades mais inclusivas e dinâmicas (Newbiggin, 2010).

Os estudos de Benini (2018) e Salles (2022) indicam que a economia criativa gera empregos, promove a diversificação econômica, além de gerar receitas, comércio e inovação, ajudando também a promover a preservação de patrimônios históricos de um país (UNCTAD, 2010), abrangendo um vasto conjunto de atividades e sendo um dos setores mais dinâmicos da economia global (UNCTAD, 2018).

O maior insumo da economia criativa, a criatividade, tem ganhado atenção e passou a ser percebido pelas empresas não apenas como um bem de produção, mas também como recurso essencial de geração de valor (Miguez, 2007), sendo a chave para “a promoção de um novo desenvolvimento socialmente inclusivo, ecologicamente sustentável e economicamente sustentado” (Marchi, 2014, p. 195).

No contexto da economia criativa, a música se posiciona como um segmento crucial que não apenas gera empregos, mas também contribui significativamente para a identidade cultural de uma região, atraindo turismo e investimentos (Carneiro; Queiroz, 2014). No Brasil, a música constitui uma força cultural profunda que permeia os aspectos da vida social e econômica (Carneiro; Queiroz, 2014).

Na cidade de Montes Claros, a cena cultural é rica e diversificada, sendo um centro de convergência cultural e econômica para a região, com uma crescente valorização das atividades culturais e artísticas (Prefeitura Municipal de Montes Claros, 2024 a). A cidade possui ainda, o que podemos chamar de uma vida musical, referindo-se à grande variedade de representações artísticas que se pode encontrar (Carvalho, 2011). Nesse sentido, os músicos locais desempenham um papel essencial, tanto na atuação em cenas noturnas, quanto na promoção do

desenvolvimento econômico. Porém, enquanto agentes centrais neste ecossistema, os músicos enfrentam complexidades na gestão de carreira, na adaptação às demandas do mercado (Santos; Barros; Oliveira, 2019) e também desafios nos processos e relações de trabalho (Requião, 2008).

Desta forma, a presente pesquisa se propôs a analisar e discutir, sob a lente da economia criativa, o perfil do músico em Montes Claros, assim como suas relações de trabalho no contexto das atividades desenvolvidas na cidade. A escolha foi motivada pela crescente valorização da economia criativa, como força impulsionadora do desenvolvimento socioeconômico, sendo um dos pilares fundamentais da inovação quando se fala em sociedade e pela importância da música como pilar da economia criativa (Valiati *et al.*, 2017). Além disso, motivou-se também pela existência de estudos anteriores que demonstram que os músicos enfrentam desafios ao exercer a profissão (Requião, 2008; Santos *et al.*, 2020; Alves e Martins, 2019).

A presente pesquisa norteou-se pela seguinte pergunta: Qual o perfil dos músicos de Montes Claros e como se dão suas relações de trabalho no contexto das atividades musicais desenvolvidas na cidade? O estudo, portanto, teve como objetivo geral analisar o perfil dos músicos de Montes Claros e compreender as relações de trabalho estabelecidas no contexto em que essas atividades musicais são desenvolvidas na cidade.

Subsidiando o alcance desse objetivo, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos: Contextualizar conceitualmente a ideia de economia criativa e da música como um de seus segmentos; identificar leis e políticas públicas voltadas ao setor da economia criativa no Brasil e analisar as condições de trabalho dos músicos, incluindo formas de contratação, acesso a políticas públicas de incentivo e participação em editais.

Este estudo é composto por cinco seções. Após esta seção de introdução, será apresentada, a seguir, a fundamentação teórica da pesquisa, aprofundando-se acerca da conceituação da literatura sobre economia criativa, os conceitos e classificação da música como um motor econômico dentro desse contexto e as leis e políticas públicas de incentivo às atividades da economia criativa. Posteriormente, serão apresentados os procedimentos metodológicos adotados no estudo, como a caracterização da pesquisa, população e amostragem, instrumento de coleta de dados e técnicas de análise de dados. Por fim, os resultados empíricos serão apresentados e discutidos à luz da teoria, seguidos de considerações finais, com a apresentação de sugestões para estudos futuros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Com o objetivo de gerar uma compreensão sobre este trabalho, este capítulo foi dividido em quatro seções, sendo a primeira para apresentar os conceitos e definições da literatura sobre economia criativa; a segunda para discutir os conceitos e classificação da música como um motor econômico dentro da economia criativa; a terceira para abordar as leis e políticas públicas de incentivo às atividades da economia criativa e a quarta para abordar estudos anteriores realizados sobre a temática.

2.1 Economia Criativa

Nesta seção, abordaremos o conceito de economia criativa, enquanto um termo abrangente e inclusivo, representante de um setor econômico; o contexto da economia criativa no Brasil e os desafios desse setor.

Com a globalização e o rápido progresso da tecnologia, a conectividade se tornou um elemento essencial no estilo de vida moderno, impactando diretamente as decisões e comportamentos cotidianos (Reis, 2017). Isso traz às pessoas uma nova forma de consumo cultural em todo o mundo e muda a maneira como produtos e serviços criativos são produzidos, criados, reproduzidos e distribuídos. No século XXI, cresceu o reconhecimento de que o talento humano e a criatividade são instrumentos poderosos para fomentar ganhos de desenvolvimento econômico e social (Santos-Duisenberd, 2017).

Embora as discussões acerca do conceito de economia criativa e seu estabelecimento como um objeto de estudo tenha ganhado notoriedade e relevância na década de 2000 (Araújo; Oliveira; Silva, 2013), nas últimas décadas do século XX esta temática já vinha alcançando espaços nas discussões acadêmicas (Guilherme, 2018). Segundo Miguez (2007), é apenas em 2004 que a temática da economia criativa surge no Brasil, a partir da XI Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), reunida em São Paulo, cuja pauta era dedicada exclusivamente à questão da economia criativa na perspectiva dos países em desenvolvimento.

Howkins (2001) defende a ideia de que a economia criativa é fundamentada na interação entre criatividade, simbolismo e economia. De acordo com Miguez (2007), a economia criativa se refere aos bens e serviços que são baseados em símbolos e imagens, dizendo respeito ao conjunto de atividades fundamentadas na criatividade, na habilidade individual ou talento e que

“abarcam do artesanato tradicional às complexas cadeias produtivas das indústrias culturais” (Miguez, 2007, p. 07). Para Machado (2009), a classificação da economia criativa tem como ponto de partida a ideia de que a produção cultural de bens e serviços, traz em si um valor cultural e também um valor econômico.

A economia criativa se apresenta com a proposição de um novo modelo econômico, baseado em recursos intangíveis e inesgotáveis como matéria-prima (Cruz; Magalhães, 2016). Se apresenta também, como uma oportunidade de resgatar o cidadão e o consumidor através de um ativo que se origina de sua própria cultura, formação e das suas raízes (Reis, 2017). Ponto importante é que é essa concomitância entre o universo simbólico e o concreto que converte a criatividade em catalisador de valor econômico (Reis, 2017)

A economia criativa tem, como centro de agregação de valor, a criatividade, apresentando natureza intangível na maior parte dos produtos, com forte contribuição do conhecimento nos processos e maior flexibilização nas alterações dos processos e criação de produtos (Serra; Fernandez, 2015). Segundo Gomes (2015), a economia criativa é um tema que se desenvolve em vários setores, dialogando com outras esferas como políticas públicas, sustentabilidade, turismo, inovação, gestão cultural e propriedade intelectual.

Lima (2007) ressalta que as atividades culturais estão, cada vez mais, contribuindo para a geração de renda, emprego e incentivo em investimentos. Além disso, diversas destas atividades apresentam envolvimento econômico em relação aos seus processos de produção, circulação e consumo de bens e produtos (Lima, 2007). A UNCTAD (2010) defende que a economia criativa é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que geram crescimento e desenvolvimento, estimula a geração de renda e exportação de ganhos, além de promover a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano.

À medida em que as economias mundiais vão se tornando mais competitivas e mais produtivas, o segredo para o sucesso econômico passa a ser a genialidade e as habilidades individuais (Newbiggin, 2010). De acordo com Guilherme (2018), a economia criativa se estabelece no valor agregado do produto e na inovação dos novos modos de interação, na incorporação de tecnologias digitais ligadas às experiências econômicas e existenciais dos empreendedores e profissionais criativos nos territórios.

Há, na literatura, um crescente debate sobre a relação entre a economia criativa com o desenvolvimento em sentido amplo, apontando para a capacidade da economia criativa de impactar a economia e a sociedade, para além dos seus setores produtivos (Figueiredo e Jesus, 2019).

Os setores da economia criativa variam de atividades consolidadas nos conhecimentos tradicionais, como festas tradicionais e artesanatos, até subgrupos que são mais tecnológicos e voltados à prestação de serviços, como as novas mídias (UNCTAD, 2010). Para a UNCTAD (2010), classificar a economia criativa em grupos ou setores facilitaria a compreensão das interações entre eles, podendo ainda proporcionar consistência em análises qualitativas.

A indústria criativa é um subconjunto dentro da economia criativa, referindo-se a setores específicos que transformam criatividade em produtos e serviços econômicos. Tem seu foco em setores diretamente voltados para a produção e comercialização de bens culturais e criativos (GOMES, 2016).

Em um contexto histórico, o termo "indústria criativa" surgiu no final dos anos 1990, inicialmente na Austrália e depois na Inglaterra, com o objetivo de identificar atividades criativas de relevância econômica. Em 1998, o *Department for Digital, Culture, Media & Sport* (DCMS) definiu essas indústrias como setores econômicos em que a criatividade é insumo e o resultado é conteúdo ou propriedade intelectual, porém na XI Conferência da UNCTAD (2004), o conceito foi ampliado para abranger qualquer atividade econômica que produza produtos simbólicos, fortemente dependentes de propriedade intelectual e voltadas para grandes mercados (POTTS; CUNNINGHAM, 2010 & UNCTAD, 2010).

As indústrias criativas dividem-se, em quatro grandes grupos e novos subgrupos, incluindo áreas como cinema, música, design gráfico, jogos, moda, literatura e artesanato, como apresentado na Figura 1. Esses setores têm maior dependência de propriedade intelectual como fator econômico e são mais facilmente classificáveis em grupos (Herscovici, 2015).

Figura 1 – Classificação da Indústria Criativa



Fonte: Adaptado da UNCTAD, 2010.

Através desses aspectos, percebe-se que a indústria criativa exerce influência em diversos setores da economia, incluindo os de bens e serviços. Nesse contexto, a valorização do capital intelectual e da criatividade nas produções se destaca como o principal diferencial em relação à indústria tradicional (Machado, 2023).

A atividade valor, a economia criativa e, em particular, a indústria criativa, solidificam-se como motores de inovação, desenvolvimento econômico e avanço cultural. Dentre os vários setores que compõem esse ecossistema, como observa-se na Figura 1, a música se destaca como um dos elementos fundamentais, não só pela sua capacidade de produzir conteúdo artístico e simbólico, mas também pela sua influência econômica direta com outros setores criativos como o audiovisual (Ferreira, 2023).

2.2 A música na economia criativa

A música possui um grande valor cultural e econômico, caracterizando-se como um dos principais setores da economia criativa (FIRJAN, 2022). Além disso, mostra-se uma indústria dinâmica no comércio mundial gerando emprego e renda no mundo inteiro, o que torna difícil mensurar o tamanho dos mercados internacionais e a contribuição desta indústria para as economias ao redor do mundo (UNCTAD, 2010).

O setor musical dentro da economia criativa é altamente diversificado, abrangendo diversas áreas de atividade. De acordo com a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN (2022), o setor abrange a produção musical, organização de eventos ao vivo, ensino de música e também a produção de conteúdo audiovisual. Todas essas áreas contribuem de forma singular para a economia, gerando oportunidades para inovação e crescimento (FIRJAN, 2022). O impacto econômico da indústria do setor da música é tão significativo, que de acordo com estudos sobre a economia criativa no Brasil, este setor emprega quase um milhão de pessoas e inclui mais de 130 mil empresas (Wainberg, 2024).

Devido às mudanças estruturais nas indústrias culturais durante a década de 1980, a indústria musical está buscando uma reestruturação e é um setor com alto grau de aderência aos modelos de negócios digitais. Também busca organizar *clusters* criativos relacionados ao entretenimento e à vida noturna que energizem fontes de receita e estabeleçam redes de trabalho para a conclusão de projetos temporários (Poli, 2014).

Através da criação musical, produção de eventos, ensino e licenciamento de músicas, o setor musical gera valor econômico significativo. Carneiro e Queiroz (2014) também discutem como a música se integra à economia criativa, destacando a sua capacidade de gerar valor econômico através da exploração de propriedades intelectuais e da comercialização de produtos e serviços musicais. Essa integração não só diversifica a economia, mas também promove a inovação e a inclusão social. (Carneiro; Queiroz, 2014)

Segundo Queiroz (2005), a relação entre música, cultura e sociedade é evidente em estudos da antropologia e em demais áreas que buscam compreender a relação entre esses sistemas de organização e expressão humana. O autor complementa que a música transcende aspectos estruturais e é vista como um importante meio de comunicação e expressão humana, sendo determinante para a construção de singularidades que dão forma às práticas culturais dos mais variados contextos.

Sendo assim, as performances musicais são representações dos fenômenos significativos nas configurações de diferentes grupos étnicos, estando presente em manifestações diversas da vida cotidiana desses grupos. Desta forma, percebe-se que a música é definidora de aspectos importantes para a identidade de determinada sociedade (Queiroz, 2005).

Calvete, Morrone e Cauzzi (2020) apontam que, quando observada como componente da economia criativa, a música é um dos setores culturais mais afetados pelas mudanças nas tecnologias, sofrendo transformações na sua cadeia produtiva e modos de distribuição. É um setor que segue as tendências da digitalização, se adaptando para adotar um novo modelo de negócio que traz a transição para um consumo centrado em plataformas digitais.

A atividade desenvolvida pelos músicos enquanto profissionais é cercada de desafios, como a precarização do trabalho, contratos instáveis e complexas relações de trabalho (Cerqueira, 2018; Requião, 2008). Carneiro e Queiroz (2014) sugerem que as políticas devem apoiar a formação de redes colaborativas e oferecer suporte financeiro e logístico para os artistas para a realização das suas atividades. A FIRJAN (2022) enfatiza a necessidade de políticas públicas que fomentem o ambiente criativo e facilitem o acesso ao financiamento e ao desenvolvimento de habilidades empresariais e de gestão. Essas políticas são fundamentais para sustentar o crescimento do setor musical. Por isso, na próxima seção serão discutidas as políticas públicas e leis de apoio à cultura.

2.3 Políticas Públicas para cultura: uma preocupação necessária

A implementação de políticas públicas enfrenta múltiplos obstáculos que dificultam seu avanço e eficácia. A burocracia excessiva e as altas cargas tributárias tornam os processos mais lentos e custosos, desestimulando iniciativas. O baixo investimento, tanto no setor público quanto no privado, limita os recursos disponíveis para projetos inovadores. Além disso, há uma carência na valorização da diversidade cultural, o que restringe ações mais inclusivas. Por fim, a falta de informações técnicas e práticas dificulta a elaboração e aprovação de projetos que poderiam atender melhor às necessidades da população (IPEA, 2013).

Com intuito de solucionar este problema, é necessário que as políticas públicas sejam compensadas para promover uma economia criativa de forma ampla. Isso envolve iniciativas que fomentam a inovação, o empreendedorismo e a diversidade cultural, como fundos e editais públicos direcionados a projetos de arte, design, tecnologia e produção cultural (Souza, 2022).

É essencial investir em programas de capacitação técnica e empreendedora, além de parcerias de incentivo público-privadas que mobilizem recursos para o setor. A simplificação da burocracia também é crucial, facilitando a criação e manutenção de empreendimentos criativos. Essas políticas têm o potencial de aumentar o crescimento econômico, gerar empregos e promover a inclusão cultural, fortalecendo a economia criativa no Brasil (Emmendoerfer, 2021).

A FIRJAN (2022), destaca a importância de políticas públicas que incentivem a formação de redes colaborativas entre artistas, produtores e distribuidores. Segundo o relatório, as políticas públicas, além de fortalecerem o setor, também facilitam o acesso ao mercado e a expansão do público-alvo. Programas de capacitação, incentivos fiscais e investimentos em infraestruturas culturais são exemplos de medidas que podem promover a sustentabilidade e o crescimento do setor musical na economia criativa. Atualmente no Brasil já existem leis e políticas públicas para incentivo da cultura.

A Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 (Lei Rouanet), é uma das principais ferramentas de incentivo à cultura no Brasil. Ela permite que empresas e indivíduos deduzam parte do Imposto de Renda ao financiar projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura. A legislação oferece diversas modalidades de incentivo, como o mecenato, contribuindo para a promoção de pequenos artistas e o fortalecimento da sociedade artística no país (Brasil, 1991).

A Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020 (Lei Aldir Blanc), sancionada para diminuir os impactos da pandemia da Covid-19 na economia da cultura, tem como uma das suas dimensões a proteção de trabalhadores do campo cultural (Brasil, 2020). Seus objetivos incluem pagamentos de renda emergencial para trabalhadores da cultura, subsídio para manutenção de micro e pequenas empresas de organizações culturais e de espaços artísticos e realização de ações de incentivo à produção cultural (Góes *et al.*, 2022).

A Lei Paulo Gustavo (Lei Complementar nº 195/2022) representa o maior investimento direto já realizado no setor cultural do Brasil para a execução de ações e projetos culturais em todo o território nacional. Se destina a profissionais da cultura, permitindo o acesso a recursos por meio de editais, chamamentos públicos, prêmios, aquisição de bens e serviços ou outras formas de seleção pública simplificada. Os entes federativos podem solicitar os recursos e cadastrar um Plano de Ação para ter acesso aos valores destinados. O Ministério da Cultura supervisiona a execução da Lei, mas não realiza os repasses diretamente aos beneficiários e sim ao estado, distrito federal ou município. Com a verba recebida o ente federativo lança editais,

prêmios ou chamamentos públicos que podem ser acessados pelos profissionais de cultura (Brasil, 2023).

Em Montes Claros, no ano de 2024, foi implantado o Sistema Municipal de Cultura - SIMC, com base na construção do Sistema Municipal de Informação e Indicadores Culturais. O município instituiu o Observatório Cultural e o Sistema Municipal de Incentivo à Cultura (SISMIC). O Observatório Cultural promove encontros periódicos entre os gestores públicos da cultura e os agentes culturais da cidade, através de reuniões técnicas setoriais. O SISMIC visa à construção de políticas culturais com base nos indicadores e informações obtidos pelo cadastramento de agentes culturais, espaços e pontos de cultura (Prefeitura Municipal de Montes Claros, 2024 b).

As leis e políticas públicas brasileiras formam uma base essencial para o apoio e desenvolvimento da economia criativa, com um impacto significativo no setor musical. Como evidenciado pela FIRJAN (2022), essas iniciativas promovem a sustentabilidade e o crescimento da música como uma força vital da economia criativa no Brasil. Arroyo (2002) e Souza (2014) ressaltam a importância das políticas públicas no fortalecimento da música como componente essencial da economia criativa e a necessidade de considerar a música em suas dimensões sociais, culturais e econômicas, para promover maior equidade e sustentabilidade no trabalho dos músicos.

2.4 Estudos anteriores

Nesta seção, serão apresentados estudos que contribuem significativamente para a compreensão das dinâmicas de trabalho dos músicos e do papel da música na economia criativa, tendo como objetivo contextualizar os desafios e transformações enfrentadas por esses profissionais, fornecendo uma base teórica para esta pesquisa e estabelecendo conexões entre os resultados observados e os cenários já explorados na literatura. Esses estudos são fundamentais para compreender como os contextos socioeconômicos e culturais moldam as relações de trabalho no setor musical, destacando as contradições e especificidades que permeiam o campo.

No trabalho realizado por Requião (2008), foram discutidos os processos e relações de trabalhos de músicos que fazem apresentações ao vivo. O estudo buscou demonstrar que para compreender os processos de produção da música, é necessária uma análise do contexto socioeconômico, político e cultural em que os músicos estão inseridos. Neste trabalho o foco

foi o bairro da Lapa, na cidade do Rio de Janeiro, em que pôde-se observar as características e as contradições das relações de trabalho que vem se estabelecendo no capitalismo tardio. O estudo discutiu a crescente associação entre cultura e desenvolvimento econômico, apresentou a cadeia produtiva da música e as especificidades do trabalho do músico. A Lapa, que tem forte oferta de música ao vivo, ofereceu resultados importantes para a observação e análise das relações de trabalho do músico. Os resultados demonstraram que, apesar da romantização do trabalho do músico, são percebidas precarização, relações informais e exploração do trabalho.

Em “Trabalho, cultura e criatividade: autonomia/heteronomia dos ‘empreendedores da música’”, Santos *et al.* (2020) problematizam a contradição autonomia/heteronomia do trabalhador cultural enquanto músico em contexto de transformação da indústria fonográfica. Neste trabalho são discutidas as mudanças e processos nas relações de trabalho do músico no Brasil. Diante dos processos históricos, foram evidenciados a precarização do trabalho dos músicos, que muitas vezes necessitam acumular funções sem que tenham a devida segurança trabalhista, além de remuneração instável e longas jornadas de trabalho.

No estudo de Alves e Martins (2019), são exploradas as dinâmicas de trabalho dos músicos em Belo Horizonte, demonstrando que conforme o músico passou a ser incorporado no circuito mercantil, foram surgindo novas formas de exploração. Antes, o que era considerado improdutivo, passou a ser componente da economia local. O trabalho destaca que, com as leis e políticas públicas de incentivo à cultura e outros incentivos, o trabalho dos músicos passou a ser mascarado, escondendo a verdadeira realidade a partir da demonstração de um mercado cultural mais dinâmico. O artigo discute como essa nova ordem musical acentua as disparidades entre músicos que conseguem acesso a esses incentivos e aqueles que ficam à margem do sistema. Este estudo ressalta que, apesar da valorização econômica do trabalho do músico, este ainda enfrenta situação de vulnerabilidade com frágeis e informais vínculos empregatícios, remuneração instável e sem acesso a direitos trabalhistas formais.

Na pesquisa de Ulhôa (2000), na década de 80 a música ao vivo era uma parte essencial do entretenimento da cidade, mas que os músicos precisavam complementar sua renda com outras ocupações. A indústria musical local era composta por rádios, lojas de discos e bares que ofereciam música ao vivo, refletindo o gosto musical da população, que transitava entre a música romântica, a música sertaneja e o rock. Nesta pesquisa, ela discute como Montes Claros passou de uma sociedade rural e tradicional para uma mais moderna e industrializada. Essa discussão também é abordada no estudo de Carvalho (2011), discutindo como diferentes gêneros musicais ocupam espaços específicos na cidade, incluindo bares, festas universitárias,

igrejas e eventos culturais. O autor destaca que os bares são um dos principais locais para apresentações de gêneros como MPB, sertanejo, pagode e rock, reforçando o papel desses estabelecimentos como pontos de encontro e difusão da música local

Abordados esses relevantes estudos realizados sobre a temática, a seguir, serão apresentados os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa, iniciando pela caracterização da pesquisa e seguindo, posteriormente, pela coleta e técnica de análise de dados.

3 METODOLOGIA

Buscando possibilitar uma melhor compreensão sobre o presente trabalho, essa seção traz luz ao percurso metodológico usado para o alcance dos objetivos propostos.

3.1 Caracterização da pesquisa

A presente pesquisa é caracterizada, segundo Kauark, Manhães e Medeiros (2010), como pesquisa de natureza aplicada, por ter o objetivo de gerar resultados para a aplicação prática, envolvendo interesses universais e visando a resolução de problemas. No presente estudo, pretende-se compreender o cenário da economia criativa na cidade de Montes Claros a partir de entrevistas com músicos da cidade. Do ponto de vista da abordagem do problema, a presente pesquisa pode ser caracterizada como qualitativa, pois, ainda segundo Kauark, Manhães e Medeiros (2010), há um vínculo inseparável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números, considerando que há uma relação dinâmica entre o mundo e o sujeito.

No tocante aos objetivos da pesquisa, esta caracteriza-se como descritiva. O foco essencial dos estudos que utilizam a natureza descritiva, incide no desejo de conhecer a comunidade, seus traços característicos, seus sujeitos e problemas (Trivinos, 1987). Este tipo de pesquisa busca descrever as características de alguma população ou fenômeno e utiliza de técnicas padronizadas de coletas de dados (Kauark, Manhães e Medeiros, 2010). A presente pesquisa também se caracteriza como exploratória, pois tem-se o objetivo de obter maior familiaridade com o problema (Gil, 2002). Este tipo de pesquisa envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiência com o tema estudado e a realização de análise de exemplos que estimulam a compreensão (Gil, 2002).

3.2 Atores sociais pesquisados

Os atores sociais de interesse desta pesquisa foram músicos que obtêm renda por meio da produção de bens imateriais culturais musicais em Montes Claros e que, portanto, conseguem descrever a rotina, os desafios e dificuldades encontradas na função. No presente estudo, adotou-se a amostragem não probabilística por acessibilidade para escolha dos músicos, além de considerar o tempo de exercício da profissão, sendo também adotada a amostragem não

probabilística por julgamento.

3.3 Instrumento de coleta de dados

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 09 (nove) músicos de Montes Claros. Isso porque a entrevista é um instrumento de coleta de dados que permite ao observador obter, verbalmente, informações relacionadas ao tema a ser estudado por meio de conversação de natureza profissional (Lakatos; Marconi, 2003). Sendo considerada por muitos autores como um instrumento de excelência na investigação social, a entrevista é de grande importância para pesquisas das Ciências Sociais (Lakatos; Marconi, 2003).

A entrevista semiestruturada parte de questionamentos já estabelecidos pelo entrevistador baseados em teorias que interessam à pesquisa e, durante a conversação, vão surgindo novos pontos a serem discutidos. Assim, o entrevistado passa a participar do conteúdo da pesquisa, seguindo espontaneamente seus pontos de vista e experiências. Uma entrevista semiestruturada oferece cenários para que o entrevistado alcance liberdade e espontaneidade, enriquecendo a investigação (Lakatos; Marconi, 2003).

3.4 Técnica de análise de dados

Foi adotada como técnica de análise de dados a Análise de Conteúdo. Esta técnica tem sido bastante difundida, a fim de analisar dados qualitativos obtidos nas entrevistas. Baseando-se nos conceitos e proposições de etapas adotados por Bardin (1977). Segundo a autora, a análise de conteúdo pode ser descrita como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando, por meio de procedimentos, obter indicadores que permitirão a inferência de conhecimentos relativos às mensagens (Bardin, 1977). As etapas da análise de conteúdo são a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, sendo a pré-análise a etapa em que se faz a leitura do material eleito para análise, além da organização do material para levantamento de indicadores que fundamentem a interpretação final. Já a etapa de exploração do material, consiste na construção das operações de codificação do material, sendo a codificação definida como o recorte em unidades de registro para possibilitar a análise do conteúdo. A última etapa, o tratamento dos resultados, consiste em captar os conteúdos do material coletado para realizar a análise comparativa (Bardin, 1977).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para a realização da análise dividiu-se a presente seção em subseções que correspondem aos objetivos específicos do trabalho. Desta forma, serão apresentadas quatro subseções, sendo elas, respectivamente: Caracterização dos músicos; motivação e trajetória no início da carreira musical; as relações de trabalho e, por fim, os desafios da profissão e satisfação profissional.

4.1 Caracterização dos músicos

Esta seção traz luz à caracterização dos músicos de Montes Claros. Para melhor descrever o perfil dos entrevistados, músicos que compõem o espaço cultural do município, buscou-se identificar aspectos que descrevem esses artistas como idade, gênero musical que trabalham, tempo de atuação no mercado, a dedicação exclusiva ou atuação em atividades paralelas, que podem ser informações importantes para compreender as dinâmicas que envolvem os artistas deste setor.

Quanto aos participantes da pesquisa, foram entrevistados 09 (nove) artistas, sendo: um músico instrumentista, atualmente instrumentista de duas bandas e, além de músico, professor universitário. Este será citado como Entrevistado 1 (E1); um DJ e produtor, que atua hoje também como assistente administrativo, o qual será referido como Entrevistado 2 (E2); duas cantoras e instrumentistas, as quais serão referidas como Entrevistada 3 (E3) e Entrevistada 4 (E4), respectivamente; um cantor, instrumentista e produtor, que será citado como Entrevistado 5 (E5); um DJ, que será citado como Entrevistado 6 (E6); uma cantora e instrumentista, que será citada como Entrevistada 7 (E7); um cantor e instrumentista, que será referido como Entrevistado 8 (E8); um cantor e instrumentista, que será citado como Entrevistado 9 (E9).

O Quadro 1 sumariza as informações dos entrevistados, para o tempo de atuação, foi considerado o tempo de atuação na área musical.

Quadro 1 – Perfil dos Entrevistados: Tempo de Atuação Profissional e Características

Participante	Atuação	Características
Entrevistado 1	Instrumentista	Homem, idade não informada, músico há 15 anos.
Entrevistado 2	DJ e instrumentista	Homem, 29 anos, músico há 11 anos.
Entrevistada 3	Cantora e Instrumentista	Mulher, 37 anos, música há 18 anos.
Entrevistado 4	Cantora e Instrumentista	Mulher, 28 anos, música há 17 anos.
Entrevistado 5	Cantor e produtor	Homem, 29 anos, músico há 13 anos.
Entrevistado 6	DJ	Homem, 24 anos, músico há 1 ano e 6 meses.
Entrevistado 7	Cantora e instrumentista	Mulher, 25 anos, música há 10 anos.
Entrevistado 8	Cantor e instrumentista	Homem, 32 anos, músico há 10 anos.
Entrevistado 9	Cantor e instrumentista	Homem, 34 anos, músico há 16 anos.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2025.

4.2. Motivação e Trajetória no Início da Carreira Musical

Com relação ao início da carreira, os artistas entrevistados mencionaram a afinidade com a música como principal motivação para começar a desempenhar a profissão. Para alguns, a atividade se iniciou por lazer e posteriormente se tornou uma atividade remunerada. Para outros, como o Entrevistado 6, a necessidade de mudar de profissão a fim de trabalhar com algo com que ele conseguisse expressar sua personalidade foi o que o fez iniciar como DJ.

Em algum momento eu encontrei com alguns amigos e a gente conseguiu montar um conjunto, fez um grupo, e foi nesse processo que eu pensei “nossa, eu acho que eu consigo fazer isso aqui”, mas ainda demorou um tempo até eu, de certa maneira, determinar que isso poderia ser realmente um caminho mais sólido. (E5)

Eu sei tocar e canto, desde os meus 11 anos. Foi quando eu ganhei meu primeiro violão, aí aprendi a tocar, quando eu fui ver, você já tá ali cantando também e desde então eu levava como hobby, cantava ali pros amigos e tal. Aí em 2018 que eu comecei mesmo profissionalmente, que eu ganhei meu primeiro cachê. (E4)

Eu comecei aos 10 anos de idade, tocando na igreja, e aí eu tocava teclado. Aí do teclado eu fui aprendendo outros instrumentos. Cantar mesmo, só comecei bem mais tarde, porque eu já tinha uns 19 anos quando eu comecei a cantar [...] e na faculdade já comecei a cantar, por necessidade, digamos, inicial mesmo, só para ter aquele lazer, né? (E3)

Então, eu fiz uma transição de trabalhos. Como eu falei, eu trabalhava como animador infantil. E quem coordena as animações aqui para a empresa que eu trabalhava é a minha mãe, né? E aí, eu, mesmo sendo filho, faço parte da equipe também dando auxílio nessas coisas. Aí, eu vi a necessidade tanto pessoal e profissional de querer trabalhar com a coisa que eu gostava mais, né? [...] Eu queria fazer uma coisa que tivesse mais a minha personalidade, entendeu? Uma coisa que eu conseguisse ganhar dinheiro com a minha criatividade, entendeu? Com a minha assinatura. (E6)

Percebe-se, pelas falas dos entrevistados, que a afinidade e vivência com a música, a conexão com outras pessoas e a busca por mais expressão pessoal e realização profissional foi o que constituiu influência quanto à decisão de se tornar músico profissional. Segundo Souza (2014), a presença das instituições sociais pode também demonstrar como a identidade do indivíduo vai se formando e o tornando consciente da sua singularidade (Souza, 2014). O fato de ganhar um violão, de cantar na igreja, de ter afinidade com áreas do entretenimento a partir das atividades de trabalho de outros membros da família, bem como o contato com a música através dos amigos demonstra a forte relação que as instituições sociais exercem na construção da identidade do músico. Como descrito por Arroyo (2002), as práticas musicais envolvem um complexo de aspectos para os músicos. O que eles produzem, o modo como produzem e todo o contexto social e cultural dá sentido às próprias ações musicais (Arroyo, 2002).

Descritas as principais motivações para o desempenho da função, os entrevistados também foram arguidos sobre a seleção dos gêneros musicais escolhidos para seus shows e apresentações.

A entrevistada 3 citou que para se diferenciar da concorrência, opta por fazer algo diferente do que a maioria dos músicos na cidade toca. Segundo ela, o gênero mais popular na cidade é o sertanejo e ela buscou trazer gêneros diferentes para o seu show, tendo focado no Axé e Axé Retrô.

Eu hoje me baseio mais no que é bom e que me faz bem, sabe? E outra coisa que eu procuro sempre é fazer algo diferente do que o pessoal costuma fazer [...] e eu queria fazer uma coisa diferente, eu queria que quando a pessoa fosse no meu show, ela falasse assim “nossa, graças a Deus... não estou aguentando mais ouvir o que eu costumo ouvir em todos os lugares”, aí eu procuro, até hoje, focar muito nisso, de tentar fazer diferente do que os outros fazem. [...] Desde quando eu vim morar em Montes Claros, quando começou o sucesso de Jorge Mateus, que foi aquela explosão que foi o ápice, o auge e o início também do sertanejo universitário, quando veio (para Montes Claros), eu não me aderi muito, sabe? (E3)

A entrevistada 4, por outro lado, optou por trazer o foco da sua carreira para o sertanejo por ser um gênero que, segundo ela, representa o país. Porém, ela também opta por trazer uma variação de gêneros no seu repertório para que consiga alcançar todos os públicos presentes no show.

O meu gênero musical de trabalho é o sertanejo, que é o que eu lanço as minhas músicas, né? Eu, para ser sincera, não é o que toca no meu fone de ouvido, para eu ouvir não. [...] Mas eu gosto de cantar sertanejo, é um estilo que representa o Brasil, não tem jeito. [...] Se você for no meu show, você vai ver que o meu show não é sertanejo, 100%. Ele começa no sertanejo e acaba no sertanejo, mas no meio eu acabo

cantando de tudo, porque quando você faz evento, principalmente quando são eventos de formatura, casamento, é um tipo de evento que tem vários tipos de público, então eu tento agradar todo mundo. (E4)

Outro ponto abordado pelos entrevistados se refere à necessidade de atender a uma demanda comercial.

Então, o principal gênero é o sertanejo, o mais comercial. Porém, o pessoal gosta muito do forró, do piseiro, do brega. E quando o contratante vem com um repertório específico, com aquela demanda de repertório específico, a gente atende, né? Conforme a gente consegue... (E7)

O entrevistado 8 citou que trabalha atualmente com dois tipos de trabalho para atender a diferentes demandas e tipos de evento.

Então, geralmente no meu trabalho cultural, né? Eu faço as músicas autorais, né? Minhas composições e também algumas releituras, versões, são homenagens aos artistas que a gente admira, que a gente tem influência [...]. São músicas que não faltam no repertório da gente, no repertório do reggae, que é mais cultural, que obedece um nicho, entendeu? As pessoas que vão lá querendo aquele tipo de música, né? Agora já nessa parte mais profissional, a gente trabalha um repertório mais eclético, que é mais democrático, para agradar vários tipos de público, né? E também uma demanda, né? Que às vezes as pessoas estão ali, elas querem dançar, querem ouvir um tipo de música, que já é costumeiramente não feito só por mim, mas por outros cantores que trabalham nessa área, entendeu? (E8)

Já os DJ 's mencionaram que têm a opção de trabalhar com o formato “*Open Format*”, podendo, a partir desse formato, atender maiores públicos.

Para o DJ tem duas opções. Ou ele vai para o Open Format, que é a tradução livre de formato aberto, em que você pode sincretizar estilos diferentes dentro de uma mesma apresentação. Já existe o Live Set, que é quando você faz tudo cronometrado e tudo já bonitinho, como são os DJ's de house, dentro da música eletrônica, e existe o hip hop (E2).

Então, você já deve ter percebido que existem DJs que são do ramo de raves, tem DJs que são do ramo de shows de palco, tem DJs que são produtores e tem DJs que são classificados como open format, né? Os DJs de formato aberto, dos quais eu me incluo. Nós fazemos todos os tipos de eventos. (E6)

Sobre esse tópico, percebe-se que a escolha dos gêneros musicais trabalhados pode se dar pela afinidade do artista com aquele gênero, bem como pela escolha do gênero que se conectaria mais com o público. Nota-se que no processo de escolha dos gêneros, também é levada em consideração a forma de se diferenciar da concorrência. Isso pode ser feito

implementando mais de um gênero nos shows ou abarcando, dentro do mesmo gênero, músicas que agradem a pessoas de diferentes faixas etárias que podem estar presentes no mesmo ambiente.

O relato das entrevistadas E4 e E7 sobre a escolha da música sertaneja ser mais representativa e difundido na cidade é apontado também em outro estudo que relatou que o gosto musical do público em Montes Claros se articula com o papel mutável da música num contexto social também mutável, tendo as preferências musicais na cidade mudado de modinhas e valsas para boleros e samba-canção e depois para música sertaneja, rock brasileiro e música romântica (Ulhôa, 2000). Além disso, em Montes Claros, a música sertaneja já era uma manifestação artística representativa que movimentava uma gama de shows em bares e boates (Carvalho, 2011).

Quando questionados sobre sua rotina de trabalho, os entrevistados relataram que a rotina dos músicos é composta principalmente por shows, ensaios e apresentações que acontecem principalmente durante os finais de semana. Foi relatado também, que no pós-pandemia da Covid-19, houve uma abrangência maior de dias da semana em que os donos de bares oferecem música ao vivo. A entrevistada E6 relatou que, a fim de conciliar estudos e trabalho, opta por se apresentar preferencialmente nos finais de semana. O entrevistado E8 contou que os músicos acabam praticando uma rotina contrária à das pessoas que desempenham outras funções, descansando enquanto os outros normalmente estão trabalhando e trabalhando enquanto os outros estão descansando.

Hoje, graças a Deus, os bares têm aberto mais à música ao vivo na semana, porque é tradição da cidade, o povo gosta, a música ao vivo atrai mesmo, e aí muitos bares se rendiam só no final de semana, deixavam só sexta e sábado [...]. Com a pandemia, o pessoal ficou muito recluso, ficou muito em casa, então acho que depois disso o povo teve necessidade de sair. (E3)

Mas eu acho que, quando a gente pensa no lugar da música em geral, do músico, se ele pertence a esse estrato de tocar em bar, por exemplo, uma pessoa que vive exclusivamente disso, ele vai ter uma rotina basicamente de shows, né? Várias possibilidades, seja em banda, individual, em dupla, né? Pra poder ter uma agenda do mês todo, pra poder ter uma renda mínima, né? (E1).

No caso, eu te falei que eu estudo na semana e dedico mais à carreira musical no final de semana. Porém, ontem apareceu um show na semana. Aí eu vou, entendeu? O tempo que tem e eu consigo, eu vou. Mas vamos supor que sexta-feira tem um show. Sábado, normalmente, tem dois. Vamos supor que eu trabalhe seis a oito horas semanais. (E7)

Geralmente, a gente fala que a gente trabalha ao contrário das pessoas, né? às pessoas do cotidiano. Porque a gente trabalha no fim de semana, enquanto as pessoas estão descansando. E quando as pessoas estão trabalhando, a gente está descansando, né? A

gente é assim. Então, geralmente, a gente pega de quinta a domingo, a gente chega a fazer 5, 6 shows, nesse tempo a gente faz 2 por dia, depende (E8).

As falas transcritas apontam para uma dualidade no trabalho dos músicos. Eles têm a autonomia e flexibilidade, mas por outro lado, precisam se adaptar às necessidades dos bares e estar disponíveis para shows nos fins de semana, que são os períodos de maior demanda. Além disso a mudança da dinâmica de trabalho após a pandemia, apesar de oferecer mais oportunidades, traz novas exigências aos músicos, que precisam se adaptar a essa nova distribuição de tempo. Isso demonstra que a rotina dos músicos é marcada por uma natureza autônoma e instável.

4.3 Relações de trabalho

Para analisar as relações de trabalho dos músicos, optou-se por abordar temas concernentes aos locais em que eles se apresentam, às formas de negociações de cachês, aos tipos de contratos estabelecidos, às relações existentes nas redes colaborativas, dentre outros assuntos pertinentes, podendo ser observados nos subtópicos abaixo.

4.3.1 Tipos de contrato e relacionamento com contratantes.

Os entrevistados relataram que a maior parte das negociações de show e cachês são feitas de forma verbal quando se trata de bares e demais estabelecimentos. Aqueles que também se apresentam em eventos privados além dos estabelecimentos, contaram que trabalham com contratos escritos a fim de respaldarem a si próprios e aos contratantes.

Em bar não se faz contrato, eles pedem a agenda disponível, aí você manda os dias que estão disponíveis, eles escolhem lá os dias, mandam tal dia, tal horário, tal dia, tal horário, e manda a agenda, aí dá-se como fechado, né? Tanto que, às vezes, se o público estiver um pouco fraco e eles cancelarem, a gente não tem nenhum respaldo sobre isso, a gente não pode fazer nada. Tipo assim, cheguei lá. Se não tem público, infelizmente não vai ter show hoje. Então tá, obrigado, né? E volto pra casa [...] E quando é particular, eu sempre faço contrato, a pessoa manda, e se eu tiver disponível, aí eu passo o valor, né, a forma de pagamento, geralmente eu coloco 30% de sinal, o restante até no dia do evento. [...] aí eu vou e faço o contrato, já assino e mando pra ela (E3).

(Nos bares) 90% é no “boca a boca”. Se você vira para um contratante de barzinho e fala assim “eu vou fazer um contrato aqui” ou “fulano, meu show vai ser mais caro, que eu vou gerar uma nota fiscal” você pode esquecer, você não toca naquele lugar

ali nunca mais. (E4)

Geralmente é verbal. Só alguma outra situação na qual se tem a oportunidade de entrar com um contrato (E2).

Hoje, atualmente, aqui em Montes Claros, é tudo de boca a boca, praticamente. Por exemplo, o contratante chamou “você tem disponibilidade de tal data?” Sim. [...] Mas no bar, já é muito difícil fazer um contrato, porque se eu tenho um show amanhã, num bar e choveu, vai ser cancelado. Vai cair, como a gente fala. E eu não vou receber o valor. Mas isso a gente já é meio que acostumado (E7).

Percebe-se, pelas falas dos entrevistados, que para os shows feitos em bares há dificuldade de se firmar um contrato escrito. Alguns relataram resistência dos donos de bar em aceitar a proposição de um contrato formal.

A contratação dos shows em sua maioria se dá de forma verbal, não havendo segurança ou respaldo para os músicos, o que dificulta a garantia de direitos básicos, como pagamento justo e cumprimento de condições previamente acordadas. Essa demonstra ser uma situação já conhecida por eles. Tal prática limita a capacidade dos músicos se proteger contra possíveis problemas e prejudica a profissionalização da relação de trabalho no setor artístico, especialmente em ambientes como bares. Isso muda quando se trata de shows particulares em eventos privados, em que o contrato é redigido e assinado por ambas as partes.

Quando perguntados sobre a negociação dos cachês, os músicos relataram como se dão essas negociações, tanto para os bares quanto para festas privadas.

Aqui, em Montes Claros, criou-se quase um cartel em relação aos estabelecimentos, em relação a bares. Eles meio que estipularam um valor que mais ou menos tem que ser pago, entendeu? Então, você não consegue fugir muito daquilo. Um ou outro que se destaca (E3).

Quando é festa privada é melhor, porque eu consigo já pegar um cachê mais justo. Eu já consigo negociar, por exemplo, no final de ano, pelo menos, 300 reais (E2).
Porque, por exemplo, tem casa que cobra seis reais couvert, né? E, às vezes, pega ainda, o couvert recebe no dia, vai pagar, sei lá, fez o show na sexta, vai pagar na terça-feira, por causa de uma rotina administrativa do dono do bar, né? E é um dinheiro que não sai do custo do bar, né? Sai do público, né? Então, não teria necessidade nenhuma a não ser uma rotina administrativa para aumentar o lucro, melhorar essas rotinas do bar (E1).

Então ali varia entre 200 e 350, o cachê de um bar, entendeu? Depende do bar, quantos mesas um bar tem, o tamanho do bar, a localidade do bar, entendeu? Isso tudo influencia no cachê. Então é um valor, uma linha entre 200 e 350 reais, assim, é muito difícil ultrapassar esse valor. [...] Os casamentos é onde os músicos têm a melhor remuneração, onde os shows têm a duração maior, são repertórios mais ecléticos e mais dançantes. Costumam ter bandas maiores, entendeu? Então, é uma área que a gente consegue fazer um faturamento maior (E8).

Para o barzinho, isso tanto faz, isso depende do humor do dono do bar, que é uma

coisa que dá muito trabalho para a gente. Os donos de bar, acham que eles estão fazendo um favor para a gente contratar a gente, meu show pode ser o melhor do mundo, mas se ele achar que o bar dele só vai pagar cantor de 200 reais, ele vai me oferecer 200 reais. Então o bar, a dificuldade, eu acho que vai ser para sempre essa negociação de bar, e vai ser ruim (E4).

Quando é show privado, por exemplo, teve um na semana retrasada, se não me engano, que eu toquei num evento particular [...] Ele me pede o orçamento, eu falo, por exemplo, 950, voz, violão e teclado (E7).

As falas transcritas acima sugerem que na negociação com os donos de bares falta autonomia para os músicos, uma vez que tais contratantes costumam estabelecer tetos de valores a serem pagos ou trabalharem com *couvert* como forma de pagamento, não sendo possível, algumas vezes, que os músicos cobrem o valor considerado justo por eles. Nota-se que essa situação muda quando se trata de festas privadas, em que os músicos conseguem ter mais autonomia na negociação, na discussão dos orçamentos e no formato oferecido no show. Tal realidade é vista também no estudo de Requião (2008), onde a autora relata que os contratos informais, feitos “boca a boca” são os mais recorrentes e que os donos de bares e casas de show, nesses casos, ditam as regras para os músicos serem contratados. A autora relata ainda que a atividade de trabalho do músico tem como forte característica a informalidade. Segundo a pesquisa citada, há uma exploração da força de trabalho em um mecanismo criado pelos contratantes, que, por possuírem os meios de produção, estabelecem como se dará o preço pago pela força de trabalho e a forma de pagamento, determinando limites sobre a quantia paga e também estabelecendo se será em forma de cachê ou uma porcentagem do *couvert*.

4.3.2 Colaboração entre músicos

Quando questionados sobre como se dão as redes colaborativas dos músicos de Montes Claros, os entrevistados relataram tanto pontos positivos dessa interação, quanto os desafios enfrentados. Entre os pontos negativos, foi mencionado a ausência de associação que representa os músicos, o que dificulta a articulação coletiva e o fortalecimento da categoria. Esse cenário revela a necessidade de estruturas formais que promovam maior apoio, organização e defesa dos direitos dos músicos.

Ela (rede colaborativa) é desorganizada. E é uma das coisas que a gente sofre, porque é o que faz, principalmente, a questão do cachê diminuir. Na hora de negociar, o pessoal negocia um valor muito abaixo, porque nem todo mundo quer levar a sério. Por mais que eu não esteja tão profissional, mas em respeito à classe, eu não aceito

alguns cachês (E9).

Olha, eu tenho exemplos tanto positivos quanto negativos que já aconteceram comigo. Mas eu já adianto que, por exemplo, aqui em Montes Claros, os DJs, no geral, são muito unidos. Só que essa união vai depender da sua rede de contatos e da geração na qual você se encontra. [...] Agora, existem DJs também que são extremamente... Eu não sei se eu posso dizer mercenários, mas, assim, são inconvenientes no meu julgamento. Por exemplo, já aconteceu de eu ter uma festa combinada com um contratante e aparecer um outro colega cobrando metade do meu valor e falando assim “olha, eu toco para você por esse valor aí e tal, você cancela com fulano e marca comigo.” (E6).

Aqui em Montes Claros é muito complicado, dentro de união, muito ruim, muito mesmo. Eu vejo em outras cidades o pessoal falando de como os músicos se mobilizam até em relação a poder, nos bares, ganhar mais. [...] A associação de músicos em Montes Claros nunca conseguiu ser criada. Todas as vezes que se fala em associação, em criar a associação dos músicos, já aconteceu de donos de estabelecimentos que falaram “se você faz parte da associação, se você fizer, você não toca mais aqui no bar.” Entendeu? Muita retaliação, então... Talvez seja esse o motivo da desunião, né? (E3).

Tem hora que é um pouco frustrante, porque a gente rema, rema, rema nos bares, por exemplo, porque a festa particular tá nas minhas mãos a negociação, mas o bar, tem hora que você tenta, tenta, tenta, aumentar os 50 reais, mas não adianta eu querer cobrar 500, se (outro músico) vai lá e vai virar pro cara e falar assim “não, eu faço 250”, então o dono do barzinho, ele não quer saber se você é bom, ele quer saber o que vai dar lucro maior pra ele (E4).

No geral, para os entrevistados citados acima, a desunião dos músicos é um dos principais desafios enfrentados nessa dinâmica, tanto por não conseguirem de fato concretizar a criação de uma associação de músicos que, segundo eles, poderia melhorar a dinâmica de cachês, quanto por existirem músicos que cobram cachês mais barato, baixando o valor que o dono do bar ofereceria. Para Guindani (2024), a música tem o potencial de gerar coesão social e impulsionar práticas colaborativas que podem minimizar custos e aumentar o valor agregado das produções e atividades. A criação de coletivos ou associações poderia servir como uma resposta aos desafios relatados, promovendo maior organização e negociação coletiva, pois a música contribuiria para a sedimentação das teias das relações interpessoais e da construção das sociabilidades interpessoais.

4.4 Participação em políticas e incentivos públicos

Quando perguntados sobre a sua participação em programas e políticas de incentivo à cultura, três dos entrevistados já foram contemplados. Porém, todos eles relataram dificuldades na elaboração e submissão dos projetos.

Eu acho que eu considero muito difícil, porque é muito burocrático, principalmente as políticas públicas. As municipais, elas são basicamente inexistentes mesmo, e as que têm, elas são muito mal gerenciadas, a meu ver mesmo [...]. Então, é muito difícil. (E5)

Não sei se você já teve contato com a elaboração de projeto, é muito complexo. Envolve questão jurídica muitas vezes, então você tem o portfólio da banda, fazer o currículo, a pessoa que vai mandar tem que ter um currículo, e aí essa coisa da prestação de conta e toda uma administração burocrática é difícil de administrar. Então, acho que essas políticas públicas são muito reduzidas. (E1)

Aqui ainda falta muita capacitação de quem escreve os artigos. Falta uma capacitação legal, uma capacitação de escrita, capacitação de compreensão e aplicação dos requisitos dos editais. E falta também o acesso à informação, porque tem muito músico que foi beneficiado durante esse período de pandemia (E2).

Eu acho que tem que ter um suporte maior para instruir porque eu me inscrevi duas vezes. O meu primeiro foi praticamente perdido, porque eu fiz sem saber. Eles mandam um edital que tem palavras difíceis demais (E4).

Pode-se perceber, pelas falas transcritas, que uma grande dificuldade para a participação em editais de programas de políticas públicas é a burocracia. Segundo os entrevistados, a elaboração e inscrição de um projeto para esses programas é muito complexa, reduzindo a chance de contemplação. Além disso, destacaram também que os editais e canais de informação carecem de orientações sobre a inscrição do projeto, dificultando a inscrição correta nos editais de chamamento.

Poli (2014) destaca que as políticas públicas culturais no Brasil carecem de diálogos entre as esferas municipais, estaduais e federais. Essa falta de organização pode dificultar a eficácia dos sistemas de incentivo. Por outro lado, o fortalecimento do SIMC em Montes Claros pode atender à necessidade de descentralização. A integração do SIMC e do Observatório Cultural pode ser crucial para o fortalecimento de políticas públicas na cidade, mas se torna necessário o investimento em capacitação técnica e comunicação acessível para que essas iniciativas alcancem maior efetividade.

Outro ponto abordado pelo músico E6, como se observa no trecho da sua fala, refere-se divulgação dos editais públicos voltados para a cultura. O E6 entrevistado comenta que já foi contemplado em edital da Lei Aldir Blanc, contudo alega a falta de divulgação desses editais. Segundo eles, o suporte fornecido poderia ser melhor, prestando informações acerca dos processos e procedimentos a serem adotados na submissão dos projetos.

Eu já busquei me inteirar por meio desses projetos, mas, infelizmente, a gente carece também de informação, a gente carece de orientação. Por exemplo, como submeter um projeto nas secretarias de cultura, eu, pelo menos, não vi nenhuma página em nenhum site de prefeitura que pudesse ensinar a fazer isso, a preencher um projeto de

apoio à cultura (E6).

As políticas públicas existem, mas são restritas, burocráticas e exigem muito trabalho para acessá-las (E1).

Semelhante à fala de E6, o entrevistado E1 aponta que, embora existam políticas públicas de incentivo à cultura e à música, o acesso a elas é dificultado pela burocracia. O processo é complexo, restrito e exige muito trabalho, o que pode desmotivar ou impedir músicos, especialmente os de menor escala, de aproveitarem esses recursos. Isso destaca a necessidade de simplificação e maior inclusão nas políticas culturais.

Os entrevistados demonstraram também a importância das políticas públicas e o que eles consideravam de positivo nelas.

Mas é muito importante que tenha, muito importante que tenha as políticas públicas para isso mesmo, porque toda maioria dos incentivos é bem-vinda (E3).

Aqui em Montes Claros é muito voltado para questões específicas. [...] quanto mais você engrandecer a cultura local, mais fácil o seu projeto vai ser aprovado (E4).

E é uma coisa muito interessante, porque dá uma possibilidade das empresas grandes retornarem o dinheiro para o local. Então, é uma coisa superinteressante, que é uma forma que elas têm de retornar parte do lucro que elas têm (E5).

Os entrevistados foram convidados a falarem sobre a atuação dos governos federal, estadual e municipal e possíveis melhorias em relação à valorização dos músicos.

"O entrevistado E1 destacou a situação dos músicos inseridos no cenário underground, que, segundo Maia (2014), engloba grupos, produtos e manifestações culturais que não seguem padrões comerciais.", as políticas públicas deveriam oportunizar as possibilidades de fomento a trabalhos autorais e suporte à atividade criativa, desempenhando e abrindo espaços de visibilidade para as bandas, possibilitando um acolhimento nesse sentido. Para ele, a prefeitura injeta recursos financeiros numa cadeia produtiva que já possui recursos, no caso, o *mainstream*, sendo esses aqueles músicos que já são conhecidos e já estão no circuito comercial (Damasceno, 2017).

Claro que a gente está falando aqui de uma coisa que, se a gente for analisar, qual é a cadeia produtiva da música aqui em MOC¹? Que é hegemônica? É o agronegócio, é o parque de exposição, é o show do sertanejo. Quer dizer, os grandes eventos massivos e que têm oportunidades, vamos dizer, mais amplas, estão muito ligados à cadeia produtiva do agronegócio, do show, do agrobusiness (E1).

E1 complementa que quando se trata dos músicos independentes, aqueles que se

apresentam nos bares e casas noturnas, esse apoio não se expressa e precariza o trabalho do músico.

Porque (o músico independente) depende de uma relação muito precária com os únicos espaços onde ele tem para tocar, porque, se ele briga com o dono de bar, ele vai tocar onde? Então, essa cadeia produtiva do mercado independente seria o foco de uma política pública, tanto no fomento, você possibilitar financiamento para a criação, quanto também da gestão, nesse sentido, e também de visibilidade (E1).

A fala do entrevistado E1 sobre a precarização do trabalho de músicos independentes, especialmente em bares e casas noturnas, reflete pontos discutidos por Karina Poli (2014) sobre os desafios do setor musical no Brasil. A autora destaca como o mercado musical brasileiro sofreu transformações profundas que incluíram a dependência crescente dos músicos em apresentações ao vivo para garantir renda. Isso aponta a necessidade de um esforço conjunto entre gestores públicos e agentes culturais para transformar o mercado independente em um ambiente mais justo e sustentável

A Entrevistada E7 conta que o governo deveria dar mais suporte e segurança aos músicos, que eles vivenciam na profissão.

Eu acho que falta o governo dar uma segurança pra gente. Porque a gente é autônomo, né? [...]. Porque eu... Hoje eu moro com os meus pais e minha irmã. Eu não tenho segurança financeira pra sair de casa hoje. Entendeu? Porque é muito incerto. Tem mês que você ganha R\$800. Tem mês que você ganha R\$5.000. Entendeu? (E7)

Segundo ela, em casos de acidente ou outras intercorrências o músico fica desamparado, podendo existir apoio do governo nestas situações.

[...] Deus me livre. Sofrer um acidente. Cair, quebrar o braço, alguma coisa. Isso vai impossibilitar de trabalhar. 6 meses atrás mesmo, eu precisei me ausentar um pouco dos trabalhos. Porque eu fiz uma cirurgia na coluna. Tirei uma hérnia de disco. Mas aí, acaba com a questão financeira. Eu não consegui me ausentar. Eu fiz a cirurgia na quinta-feira. No sábado, eu estava lá no bar cantando. Eu estava gastando muito com remédio, internação, transporte, médico. Então, eu não tinha nenhuma segurança. Eu não tinha nenhum benefício para manter minha saúde em dia sem trabalhar. O autônomo é assim. Se você trabalha, você tem. Se você não trabalha, você não tem. (E7)

¹ Sigla vastamente utilizada para abreviação do nome da cidade de Montes Claros

As falas transcritas indicam que os músicos em Montes Claros enfrentam desafios significativos relacionados à falta de apoio governamental e à precarização de suas condições de trabalho. Enquanto músicos mais conhecidos, inseridos em circuitos comerciais, recebem maior atenção e recursos, os que atuam em espaços menores, como bares, enfrentam uma realidade de incerteza financeira e dependem de relações frágeis com os proprietários desses estabelecimentos.

4.5 Desafios do músico em Montes Claros

Os entrevistados foram convidados a falarem sobre os maiores desafios que eles encontram no exercício da atividade. Nesse sentido, foram exploradas as falas de E1, E2 e E6, que ilustram como os músicos descrevem esses desafios.

Eu acho que o grande desafio, em primeiro lugar, é a dimensão da remuneração. Eu acho que é um desafio para qualquer músico que você for conversar. Eu acho que é poucos que vão dizer que estão felizes com esse retorno, né? [...] Então, você conseguir, dentro de MOC e região, furar essa bolha dos shows em bares, eu acho que é o grande desafio de você atingir mercados que dão uma possibilidade de maior retorno financeiro para poder fazer trabalhos mais interessantes e melhores remunerados, né? (E1).

Os maiores desafios para trabalhar como DJ são o elevado custo dos equipamentos, depois a capacitação, tendo em vista que a gente carece de materiais introdutórios para pessoas que não sabem. [...] Mas, além do custo elevado dos equipamentos e da capacitação, uma das principais dificuldades que a gente encontra é em atingir públicos diferentes, atingir públicos maiores, entendeu? (E6).

Dificuldade a gente enfrenta todo dia. Primeiro, você sonha em ter um instrumento. Você passa um ano, dois anos, juntando dinheiro, aí você compra uma guitarra. [...] Segundo, vem o tempo de estudo, o tempo de performance que você tem com o instrumento [...] você tem que ir atrás da informação, pelos meios legais, conseguir as faixas legalmente, comprando, obtendo direitos de uso e encaixando e lançando músicas (E2).

A gestão de recursos demonstra ser um grande desafio para os músicos, visto que esse ponto apareceu em mais de uma resposta. Os entrevistados falaram sobre as dificuldades relacionadas à remuneração, destacando a imprevisibilidade de renda, o elevado custo dos equipamentos e o alto valor dos cursos de capacitação e demais investimentos a serem feitos na carreira. Além disso, demonstraram que há certa dificuldade em se destacar e atingir outros mercados da música quando se é músico de bar. Entretanto, as dificuldades que se referem à

gestão de recursos são diferentes para eles. Enquanto o Entrevistado 1 destaca principalmente a dimensão da remuneração e a limitação que a apresentação em bares traz, o Entrevistado 6 aponta o elevado custo dos equipamentos como um dos principais obstáculos para DJs, além da falta de capacitação, mencionando a escassez de materiais introdutórios para iniciantes.

Eu vejo que um dos maiores desafios tá mais na urbanística mesmo, porque faltam lugares mesmo, né? Lugares pra você fazer eventos. [...] Um dos maiores desafios aqui de Montes Claros é a questão urbana, porque não tem lugares com possibilidade de você fazer eventos e de ter música até, por exemplo, o Tempo X. [...] como músico, tive várias dificuldades, no sentido de estar em uma cidade que não está equipada, e eu consegui criar um mecanismo que fizesse isso que eu te falei, que capitalizasse minha influência (E5).

O entrevistado E5, por outro lado, destacou as dificuldades encontradas na realização de eventos, como o limite de horário que é permitido ter música. De acordo com ele, a cidade não está equipada e ele buscou formas de criar um modo de capitalizar sua influência. Foi quando ele começou a criar os eventos que hoje produz para que não dependesse apenas dos espaços de bar e outros estabelecimentos para trabalhar.

Já a entrevistada E4 citou falta de valorização e reconhecimento da profissão. Além dela, outros entrevistados falaram sobre não serem reconhecidos como trabalhadores. Segundo ela, o lançamento de músicas autorais muda essa visão, agregando valor ao trabalho.

As pessoas não enxergam a música como um trabalho de verdade, não enxergam, o pessoal acha que você vai chegar pela bebedeira, pela gandaia. Acha que músico, como se diz, acho que músico é vagabundo, desculpa a palavra, mas a maioria das pessoas acham mesmo, então a dificuldade é essa: é agregar valor, tanto que hoje a maneira de agregar valor é lançando música autoral (E4).

Esta fala reflete a percepção negativa e a desvalorização do trabalho dos músicos na sociedade, destacando que há estigma de que a música, especialmente aquela exercida em bares e similares, é vista como algo fútil, além de sugerir que uma das formas de agregar valor ao trabalho musical seria a criação de músicas autorais, revelando uma tentativa de legitimar a música como um trabalho sério e profissional. A pesquisa de Requião (2008) destaca que existe certa romantização em torno da figura do artista que por muitas vezes oculta as reais condições de trabalho da categoria. Esta ideia romantizada reforça a ideia de que o artista toca apenas por vocação ou prazer e não por uma profissão, tornando sua atuação precarizada e invisibilizada em termos de direitos trabalhistas e estabilidade financeira e profissional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral do presente estudo foi atingido, a saber: analisar o perfil dos músicos de Montes Claros e compreender as relações de trabalho estabelecidas no contexto em que essas atividades musicais são desenvolvidas na cidade. Ademais, obteve-se sucesso no alcance dos objetivos específicos. Foram detalhadas as formas de inserção dos músicos no mercado local, as formas de negociação e a dinâmica da cena noturna na cidade. Além disso, analisaram-se as dificuldades enfrentadas pelos músicos, como a informalidade, a precarização dos contratos e a baixa remuneração, bem como sua relação com políticas públicas e incentivos culturais disponíveis.

Os resultados revelam que os músicos não têm total liberdade para tocar o que realmente gostam, precisando adaptar seu repertório às exigências do mercado e às preferências do público e dos contratantes. Essa necessidade de adequação reflete a dinâmica comercial do setor e pode impactar a expressão artística desses profissionais. Ademais, os músicos nem sempre obtêm da música a sua principal fonte de renda, exercendo outras atividades laborais.

Os resultados apontaram que os músicos que atuam em Montes Claros enfrentam desafios significativos relacionados à instabilidade financeira, à falta de contratos formais e à dificuldade de negociação de cachês. Esses fatores podem contribuir para a precarização da atividade musical, principalmente quando se diz respeito às apresentações em bares e restaurantes. Além disso, evidenciou-se que os músicos enfrentam barreiras para acessar políticas públicas de incentivo, seja pela burocracia envolvida na submissão de projetos ou pela escassez de informações e suporte técnico.

A ausência de associação que represente os músicos também foi apontada como um desafio à articulação coletiva da categoria. Os resultados também sugerem que há uma forte dependência do setor privado para a realização de eventos musicais, sendo que grande parte das apresentações ocorre em bares e restaurantes, sem uma estrutura que possibilite maior diversidade de espaços culturais.

Acredita-se que o presente estudo contribui para a literatura da área em dois principais aspectos. Primeiramente, do ponto de vista teórico, este estudo amplia a compreensão sobre a realidade dos músicos no contexto da economia criativa, colaborando para a produção acadêmica sobre a atuação desses profissionais fora dos grandes centros urbanos. Dessa forma, este estudo pode servir como base para futuras pesquisas que explorem a economia criativa em municípios do interior. Em segundo lugar, do ponto de vista prático e gerencial, o presente

estudo contribui ao gerar discussões que podem servir de base para políticas públicas voltadas ao setor musical em Montes Claros. Compreender os desafios enfrentados pelos músicos pode auxiliar na formulação de estratégias mais eficazes para ampliar o acesso a editais e incentivos culturais e fortalecer a organização coletiva da categoria.

Esta pesquisa apresenta uma limitação metodológica concernente à sua amostra que precisa ser reconhecida. O processo de amostragem adotado foi não probabilístico por acessibilidade, então é natural que o perfil da amostra apresente características daqueles indivíduos de acesso mais acessível ao pesquisador. Além disso, o estudo focou apenas músicos que atuam em bares, restaurantes e eventos privados, deixando de fora aqueles que trabalham em outros segmentos musicais, como o ensino de música.

Sugere-se, como oportunidades para pesquisas futuras, que novos estudos sejam feitos com uma amostra mais ampla e diversificada, incluindo músicos de diferentes segmentos da indústria musical. Além disso, sugere-se a inclusão da perspectiva dos contratantes e agentes culturais locais, podendo fornecer mais informações sobre a dinâmica da economia criativa em se tratando do estrato da música.

REFERÊNCIAS

ALVES, E. P. M. A Economia Criativa do Brasil: modernização cultural, criação e mercado. **Latitude**, v. 6, n.2, p.11 - 47, 2012.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRASIL. **Lei nº 14.399, de 8 de julho de 2022**. Institui a Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2022/lei/114399.htm>. Acesso em: 30 mai. 2024.

BRASIL. **Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991**. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8313cons.htm>. Acesso em: 30 mai. 2024.

BRASIL. **Lei Complementar nº 195, de 24 de agosto de 2023**. Dispõe sobre a criação do Conselho Nacional de Inovação. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp195.htm>. Acesso em: 5 jan. 2025.

CALVETE, C. S.; MORRONE, H.; CAUZZI, C. L. Análise de impacto e características socioeconômicas. **Artes cênicas: estudos setoriais**, p. 62-96, 2020.

CARNEIRO, I.; QUEIROZ, L. R. S. **A música como segmento da economia criativa: reflexões necessárias**. In: Congresso da associação nacional de pesquisa e pós-graduação em música. Anais São Paulo, 2014. Disponível em: <https://anppom.org.br/anais/anaiscongresso_anppom_2014/3173/public/3173-9734-1-PB.pdf>. Acesso em: 3 jan 2025.

CARVALHAL, F.; MUZZIO, H. Economia criativa e liderança criativa: uma associação (im) possível? **READ. Revista Eletrônica de Administração**, v. 21, p. 659-688, 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1413-2311.0032015.54929>>. Acesso em: 10 jan 2025.

CARVALHO, T. Q. M. **Lord Of Hell: a prática musical da banda Vomer na cena do rock/metal em Montes Claros-MG**. 2011. Universidade Federal da Bahia UFBA. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/5590>>. Acesso em: 10 jan 2025.

DAMASCENO, A. R. S. **O luxo e o mainstream: a circulação intersígnica das marcas**. 2017. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

DE MARCHI, L. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 37, p. 193-215, 2014.

DE OLIVEIRA, J. M.; DE ARAUJO, B. C. P. O.; SILVA, L. V. Panorama da economia criativa no Brasil. In: **Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia II**. 1. Ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017.

EMMENDOERFER, M. L. *et al.* Empreendedorismo em políticas públicas no contexto da economia criativa brasileira. **Revista Reuna**, v. 26, n. 2, p. 91-110, 2021.

FERREIRA D. V. S.; *et al.* Repertórios Interpretativos Sobre A Economia Criativa Na Cidade De Uberlândia: O Mercado Da Música Na Ótica Do Ecossistema Laranja. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, [S. l.], v. 19, n. 1, 2023. DOI: 10.54399/rbgdr.v19i1.6544. Disponível em: <<https://www.rbgdr.com.br/revista/index.php/rbgdr/article/view/6544>>. Acesso em: 5 jan. 2025.

FIRJAN.- Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2022. 104 p.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GÓES, G. S. *et al.* O setor cultural na pandemia: o teletrabalho e a Lei Aldir Blanc. *In*: GÓES, Geraldo Sandoval *et al.* **Impactos da pandemia de covid-19 no mercado de trabalho e na distribuição de renda no Brasil**, p. 223 – 254, 2022.

GOMES, D. S. **Cultura, criatividade e inovação: reflexões sobre economia criativa e desenvolvimento**. 2016. 54 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Econômicas) - Unidade Santana do Ipanema, Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Alagoas.

GOMES, E. L. A valorização da cultura no novo rural mineiro: Piacatuba sob as lentes da Economia Criativa. 2015.

GUILHERME, L.L.. **Economia criativa, desenvolvimento e estado-rede: uma proposição de políticas públicas para o fortalecimento de sistemas produtivos e redes econômicas de setores criativos na cidade do Rio de Janeiro**. Tese (Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

GUINDANI, J. F. . Elementos sócio-históricos da música como economia criativa. **Revista História: Debates e Tendências**, [S. l.], v. 24, n. 2, p. 49-61, 2024. DOI: 10.5335/hdtv.24n.2.16217. Disponível em: <https://seer.upf.br/index.php/rhdt/article/view/16217>. Acesso em: 16 jan. 2025.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada **Política pública e economia criativa: perspectivas e desafios**. Texto para discussão nº 1880. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2013. Disponível em: https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf . Acesso em: 5 jan. 2025.

HANSON, D. Indústrias criativas. **Sistemas & Gestão**, v. 7, n. 2, p. 222-238, 2012.

HERSCOVICI, A. **Direitos de propriedade intelectual e inovação**. Biblioteca Central da Universidade Federal do Espírito Santo, ES, Brasil. 2015. ISBN: 978-85-7772-284-6.

HOWKINS, J. **The creative economy. How people make Money from ideas.** Londres, Penguin Press, 2001.

KAUARK, F.; MANHÃES, F. C.; MEDEIROS, C. H. **Metodologia da pesquisa: guia prático.** Itabuna: Via Litterarum, 2010.

LIMA, C. L. C. Políticas culturais para o desenvolvimento: o debate sobre as indústrias culturais e criativas. *In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*, 3., 2007, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: UFBA, 2007.

MACHADO, R. M. Da indústria cultural à economia criativa. **Revista Alceu**, v. 9, n. 18, p. 83-95, 2009.

MACHADO, M. S. **Gestão cultural: perspectivas e desafios dos gestores culturais na indústria criativa.** São Cristóvão, 2023. Monografia (graduação em Administração) - Departamento de Administração, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2023.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MENDES, J. J. F.; BRITO, L. J. F.; CARMO, R. A. M. L. Identificando práticas musicais e processos de aprendizagem musical no contexto urbano de Montes Claros - MG. 2007. Disponível em <https://repositorio.ufrn.br/handle/1/3114>. Acesso em: 31 mai. 2024.

MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar. **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares.** Salvador, v.2, n.1, p. 95-113, 2007.

NEWBIGIN, J. **A Economia Criativa: um guia introdutório.** Londres: British Consul, 2010.

NUNES, E. S. **Uma reflexão sobre a estimação da contribuição dos setores culturais e criativos para economia brasileira: uma proposta pela ótica da renda.** 2022. Dissertação (Mestrado) — Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/258728>. Acesso em: 10 jan. 2025.

PACHECO, A. P. C.; BENINI, E. G. A Economia Criativa em organizações intensivas em símbolos – uma análise da Rede MS de Pontos de Cultura. Pasos. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 16, n. 2, p. 353–366, abr. 2018. Disponível em: <https://www.pasosonline.org/Publicados/16218/PS218_06.pdf>; Acesso em: 16 jan 2025.

POLI K. **O setor da música como objeto das políticas culturais federais.** 2014. V Seminário Internacional - Políticas culturais, p. 5., 2014, Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTES CLAROS^a. **Aspectos gerais.** Portal Oficial da Prefeitura de Montes Claros. 2024. Disponível em: <https://portal.montesclaros.mg.gov.br/cidade/aspectos-gerais>. Acesso em: 10 abril, 2024.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTES CLAROS^b. SISMIC – **Sistema Municipal de Incentivo à Cultura**. Portal Oficial da Prefeitura de Montes Claros. 2024. Disponível em: <https://cultura.montesclaros.mg.gov.br/sismic>. Acesso em: 27 jun. 2024.

SALLES, Renata de Leorne. Economia Criativa: uma estratégia de desenvolvimento urbano em Belo Horizonte. **Cadernos Metr pole**, v. 24, p. 721-738, 2022. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/2236-9996.2022-5412>>; Acesso em: 16 jan 2025.

QUEIROZ, L. R. S. A música como fen meno sociocultural: perspectivas para uma educa o musical abrangente. **Contexturas: o ensino das artes em diferentes espaços**, p. 49-66, 2005.

REQUIÃO, L. “Eis aí a lapa...”: processos e rela es de trabalho do músico nas casas de shows da lapa. **Trabalho & Educa o**, v. 22, n. 1, p. 215-218, 2013.

SALDANHA, R. L.; GONÇALVES, C. A. O evento carnaval como motor da economia criativa: um estudo na capital mineira entre 2015 e 2017. **Revista Iberoamericana de turismo**, v. 9, n. 2, p. 54-67, 2019.

SANTOS, V. A.; BARROS, J. S. M. S.S.; OLIVEIRA, H. S. Trabalho, cultura e criatividade: autonomia/heteronomia dos "empreendedores da música". **Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 142, p. 203-220, 2019.

SERRA, Neusa; FERNANDEZ, Rafael Saad. Economia criativa: da discussão do conceito   formula o de políticas públicas. **RAI - Revista de Administra o e Inova o**, v. 11, n. 4, p. 355-372, 2014.

SOUZA, C. M. R. Economia criativa e políticas públicas. **Editora Senac** São Paulo, 2022. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=qduSEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=Economia+criativa+e+pol%C3%ADticas+p%C3%BAblicas&ots=-FCGDPvDwj&sig=63DgZfNxxw1mG3AOT9vdEzODt0xM#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 05 jan 25.

TRIVINOS, A. N. S. **Introdu o   pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educa o**. São Paulo: Atlas, 1987.

UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa**. Brasília, DF: Secretaria da Economia Criativa/Minc, 2010. 424 p.

UNCTAD. **Creative economy outlook: trends in international trade in creative industries**. **Genebra: Na es Unidas**, 2018. Disponível em: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2018>. Acesso em: 8 jan. 2025.

VALIATI *et al.* **Economia criativa, cultura e políticas públicas**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2016.

VINUTO, J. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, v. 22, n. 44, p. 203-220, 2014.

WAINBERG, J. A. Introdução à indústria criativa. **Cuadernos de Educación y Desarrollo**, v. 16, n. 7, p. e4689-e4689, 2024.

APÊNDICE - Roteiro semiestruturado de entrevista

Roteiro de entrevista

Nome:

Idade:

Tempo de atuação como músico:

Áreas que você atua como músico (Apresentação musical, gravação, ensino, etc)

1. Conte-me um pouco da sua história como músico e suas motivações para trabalhar com música?
2. Como você selecionou ou seleciona os gêneros musicais com os quais você trabalha?
 1. Fale um pouco sobre o retorno financeiro proveniente da música.
 2. Que atividade você desenvolve além da música?
 3. Como são negociados os cachês dos shows?
 4. Como são feitos os contratos para as apresentações?
 5. Como é a rotina de trabalho como músico em Montes Claros?
 6. Conte-me um pouco sobre a sua atuação (se sozinho ou em grupo)?
 7. Como são as relações colaborativas entre os artistas musicais da cidade?
 8. Quais são os maiores desafios ao trabalhar com música?
 9. E quais os desafios logísticos e de gestão de recursos que você encontra no desenvolvimento da profissão?
 10. Como é o suporte oferecido pelos estabelecimentos em que você se apresenta?
 11. Fale sobre a estrutura dos espaços, os contratos e as relações com os agenciadores ou contratantes.
 12. O que você me diz sobre os apoios, programas e políticas de incentivo aos músicos na cidade?
 13. Como esses incentivos, políticas e programas poderiam ajudar na sua carreira?
 14. Você já tentou captar investimento privado para projetos musicais?
 15. Como você percebe o reconhecimento do público e dos estabelecimentos em que se apresenta?

16. Quais são as diferenças que você nota entre os públicos dependendo do tipo de espaço e apresentação?
17. Há algum espaço em que você se sente mais valorizado?
18. O que você acha que o governo (municipal, estadual ou federal) poderia fazer para valorizar o trabalho cultural dos músicos e artistas da noite?
19. Há algo mais que gostaria de compartilhar sobre sua experiência enquanto músico?