

Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Ciências Administrativas
Programa de Pós-Graduação em Administração – PROPAD

Thiago Neves Cunha

**O Empreendedorismo Cultural Emergente da [re]Configuração
da Indústria da Música por Meio das Novas Tecnologias de
Informação e Comunicação: O Caso do Artista Pernambucano
Siba**

Dissertação de Mestrado

Recife, 2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

CLASSIFICAÇÃO DE ACESSO A DISSERTAÇÕES E TESES

Considerando a natureza das informações e compromissos assumidos com suas fontes, o acesso a monografias do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco é definido em três graus:

- “Grau 1”: livre (sem prejuízo das referências ordinárias em citações diretas e indiretas);
- “Grau 2”: com vedação a cópias, no todo ou em parte, sendo, em consequência, restrita à consulta em ambientes de biblioteca com saída controlada;
- “Grau 3”: apenas com autorização expressa do autor, por escrito, devendo, por isso, o texto, se confiável a bibliotecas que assegurem a restrição, ser mantido em local sob chave ou custódia.;

A classificação desta dissertação se encontra, abaixo, definida por seu autor.

Solicita-se aos depositários e usuários sua fiel observância, a fim de que se preservem as condições éticas e operacionais da pesquisa científica na área da administração.

Título da Dissertação: O Empreendedorismo Cultural Emergente da [re]Configuração da Indústria da Música por Meio das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação: O Caso do Artista Pernambucano Siba

Nome da Autor: Thiago Neves Cunha

Data da aprovação: 27/04/2016

Classificação, conforme especificação acima:

- Grau 1
- Grau 2
- Grau 3

Recife, 27 de abril de 2016.

Assinatura do autor

Thiago Neves Cunha

O Empreendedorismo Cultural Emergente da [re]Configuração da Indústria da Música por Meio das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação: O Caso do Artista Pernambucano Siba

Orientador: Fernando Gomes de Paiva Júnior, Doutor

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito complementar à obtenção do grau de Mestre em Administração do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco.

Recife, 2016

Catálogo na Fonte
Bibliotecária Maria Betânia de Santana da Silva, CRB4-1747

C972e Cunha, Thiago Neves
O empreendedorismo cultural emergente da [re]configuração da indústria da música por meio das novas tecnologias de informação e comunicação: o caso do artista pernambucano Siba / Thiago Neves Cunha . – Recife, 2016.
112 : il. 30 cm.

Orientador: Profº Drº Fernando Gomes de Paiva Júnior .
Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco. CCSA, 2016.

1. Indústria musical - Empreendedorismo. 2. Tecnologia da informação. 3. Comunicação na tecnologia. 4. Siba, 1969- . I. Título. II. Paiva Júnior, Fernando Gomes de Paiva (Orientador).

CDD (22.ed.) 658.421

UFPE (CSA 153-2016)

Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Ciências Administrativas
Programa de Pós-Graduação em Administração - PROPAD

**O Empreendedorismo Cultural Emergente da [re]Configuração da
Indústria da Música por Meio das Novas Tecnologias de Informação e
Comunicação: O Caso do Artista Pernambucano Siba**

Thiago Neves Cunha

Dissertação submetida ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco e aprovada em 27 de abril de 2016.

Banca Examinadora:

Prof. Fernando Gomes de Paiva Júnior, Dr. Universidade Federal de Pernambuco
(Orientador)

Prof. Nadilson Manoel da Silva, Ph.D. Universidade Católica de Pernambuco
(Examinador Externo)

Prof. Henrique César Muzzio de Paiva Barroso, Dr. Universidade Federal de Pernambuco
(Examinador Interno)

Agradecimentos

Aos meu pais, pela minha criação com amor. Vocês são fundamentais na minha vida e devo tudo o que sou a vocês.

Ao meu pequeno irmão, Gabriel, por simplesmente existir.

À minha vó Niedja, por sempre estar ao meu lado e ser um exemplo para mim.

À família Wanderley de Holanda, por ter me acolhido.

À Gabriela, pela sensibilidade, afeto e companheirismo.

Aos meus primos e amigos, pelo apoio e pelos momentos de descontração.

À música, pelos constantes conflitos e por ser minha lente nessa jornada.

Aos colegas do grupo de pesquisa, pela parceria e pela troca de conhecimento.

Ao mestre Siba, pela maneira humilde e atenciosa com que me atendeu. Agora, mais do que nunca, é uma grande referência de artista para mim.

Ao professor Dr. Fernando Paiva, pela orientação e por acreditar em mim neste projeto. O mestrado foi uma experiência de vida que aguçou o meu olhar e revelou um outro mundo. E isso só foi possível pela confiança depositada desde a época em que fui bolsista de iniciação científica. Por isso, e por todo o resto, minha sincera gratidão.

Aos professores Dr. Nadilson Silva e Dr. Henrique Múzzio, por terem aceitado fazer parte desta banca e pela contribuição para este estudo.

À CAPES, pela concessão da bolsa de estudo que proporcionou a minha dedicação integral ao mestrado.

“Quem tem dinheiro controla
Radar, satélite e antena
Palco, palanque e arena
Onde quem não tem rebola”
(Siba)

Resumo

Nas últimas décadas, as organizações têm sofrido transformações tecnológicas estruturantes que se refletem em novos modelos de gestão atrelados a interações que acontecem no campo do simbólico. O desafio de reposicionar os deslocamentos teóricos em torno do campo do simbólico remetem a [re]condução das esferas da cultura e economia e aos aspectos significativos da produção cultural. A indústria da música desvela um processo de transição impulsionado pelo advento da internet com o suporte de novas tecnologias de produção cultural. Sob o arcabouço teórico dos Estudos Culturais, foi utilizado um modelo teórico-metodológico pautado no chamado “circuito da cultura” que proporcionou a investigação da ação do empreendedor cultural na [re]configuração da indústria da música por meio das novas tecnologias de informação e comunicação. O estudo foi desenvolvido com base num estudo de caso do cantor, compositor e músico pernambucano Sérgio Roberto Veloso de Oliveira, conhecido pelo nome artístico de Siba. As estratégias empresariais utilizadas por Siba revelam sua ação empreendedora cultural voltada para um modelo de gestão que viabiliza sua articulação com suporte de novas tecnologias de informação e comunicação mediando a absorção de práticas inovadoras emergentes no setor da produção musical. O suporte dessas novas tecnologias de informação e comunicação potencializa seu esforço de comunicação a ponto de conduzir o público a reflexões com respeito às assimetrias de poder vigentes na dimensão política dos agenciamentos da música na cultura popular. Essa prática sociopolítica proporciona seu reconhecimento artístico pelos fãs e o fortalecimento de sua dinâmica de identificação na esfera da sociedade como empreendedor cultural engajado em ações sociais emancipadoras do sujeito no universo musical.

Palavras-chave: Empreendedorismo Cultural, Indústria da Música, Estudos Culturais, Novas Tecnologias de Informação e Comunicação.

Abstract

Over recent decades, the assimilation of new technologies has caused many organizations to be restructured, resulting in new management models that incorporate the field of symbolic interactions. The challenge of repositioning the theoretical shifts to the field of symbolic interactions consists of constantly reconciling the spheres of culture and economy, as well as significant aspects of cultural production. The music industry is undergoing a transition triggered by the advent of the internet with the support of new cultural production technologies. Under the theoretical framework of Cultural Studies, a theoretical-methodological model based on so-called "circuit of culture" was applied. Such model allowed to investigate the course of action of the cultural entrepreneur in the reconfiguration of the music industry through new information and communication technologies. The study was developed based on a case study of Sergio Veloso Roberto de Oliveira, also known as Siba, who is a singer, composer and musician from the state of Pernambuco, Brazil. The business strategies undertaken by Siba reveal his entrepreneurial cultural action in the direction of a management model that enables his connection with support of new information and communication technologies, through the integration of emerging innovative practices in the sector of music production. The support of these new information and communication technologies enhances his ability to lead the public to a reflection about power asymmetries present in the political dimension of the music agencies in popular culture. This sociopolitical practice provides his artistic recognition by fans and the empowerment of his identity in the sphere of society as a cultural entrepreneur engaged in emancipatory social actions of an individual in the musical universe.

Keywords: Cultural Entrepreneurship, Music Industry, Cultural studies, New Information and Communication Technologies.

Lista de Figuras

Figura 2-1: O Circuito da Cultura de Johnson	23
Figura 2-2: Modelo de codificação/decodificação	25
Figura 2-3: O Circuito da Cultura de Du Gay <i>et al.</i>	26
Figura 3-1: Cadeia de Valor da Indústria Fonográfica após a desverticalização	31
Figura 5-1: Publicação da página de Siba no Facebook – 01/08/2015	46
Figura 5-2: Publicação da página de Siba no Facebook – 29/12/2015	51
Figura 5-3: Publicação da página de Siba no Facebook – 09/10/2015	52
Figura 5-4: Publicação da página de Siba no Facebook – 27/04/2015	53
Figura 5-5: Campanha Siba De baile solto – Kickante	54
Figura 5-6: Publicação da página de Siba no Facebook – 03/06/2015	55

Lista de Quadros e Gráfico

Quadro 2-1: Abordagens sobre o Empreendedorismo Cultural e seus desafios	20
Quadro 2-2: Dimensões da Ação Empreendedora na Produção Cultural	28
Quadro 3-1: Continuidades e rupturas na indústria da música	32
Gráfico 3-1: Rendimentos de música digital 2009 - 2014.....	36
Quadro 4-1: Discografia Siba	39
Quadro 4-2: Nomenclatura conforme origem das entrevistas.....	42
Quadro 5-1: Dimensão Pública da Ação Empreendedora na Produção Cultural.....	58
Quadro 5-2: Dimensão Privada da Ação Empreendedora na Produção Cultural	64

Sumário

1 Introdução.....	14
1.1 Objetivos	19
1.1.1 Objetivo geral.....	19
1.1.2 Objetivos específicos.....	19
2 Referencial Teórico	20
2.1 Empreendedorismo Cultural	20
2.2 Estudos Culturais	24
2.2.1 O Circuito da Cultura	26
3.1 A indústria da música.....	33
3.2 A produção musical de Pernambuco.....	37
3.3 A produção musical e as novas tecnologias de informação e comunicação	38
4 Procedimentos Metodológicos.....	41
4.1 Tipo e natureza da pesquisa	41
4.2 Critérios de inserção do sujeito	42
4.3 Coleta de dados e construção do corpus.....	43
4.4 Análise dos dados.....	44
4.5 Critérios e formas de validação do estudo.....	46
5 Dimensões da Ação Empreendedora na Produção Cultural.....	47
5.1 Dimensão Pública da ação empreendedora do produtor cultural Siba	47
5.1.1 Representações Públicas	47
5.1.2 Formatos de organização.....	53
5.1.3 Estruturas institucionais	59
5.1.4 Infraestrutura técnica.....	61
5.2 Dimensão privada da ação empreendedora de Siba	63
5.2.1 Estruturas de sentido	63

5.2.2 Trajetórias individuais.....	64
5.2.3 Transformação de ideias em “produtos”	65
6 Conclusões.....	69
Referências.....	73
APÊNDICE A – Protocolo para Coleta de Dados	79
APÊNDICE B – Transcrição entrevista – Siba 1	80
APÊNDICE C – Entrevista – Siba 2.....	90
APÊNDICE D – Entrevista – Siba 3.....	95
APÊNDICE E – Entrevista – Siba 4.....	101
APÊNDICE F – Entrevista – Siba 5	110

1 Introdução

As últimas décadas têm sofrido a ocorrência de transformações tecnológicas estruturantes nas organizações, como é o caso de mudanças nos modos de relacionamento dos indivíduos na sociedade. (BOURDIEU, 2009). As novas tecnologias têm mudado os padrões da vida cotidiana das pessoas e reestruturado as configurações da relação produção-consumo, refletindo em novos modelos de identificação de comportamento social (KELLNER, 2001). Além dos avanços tecnológicos, a sociedade atual é concebida pela chegada da moda como instituição social, da lógica do consumo, além da ausência de freios institucionais e ideológicos (LIPOVETSKY; CHARLES, 2004).

As mudanças políticas, sociais e culturais assistidas no cotidiano das pessoas revelam que a estruturação da sociedade tem estado atrelada a interações que acontecem no componente simbólico dos produtos. Esse novo contexto amplia as linhas de investigação em Estudos Organizacionais, a exemplo do campo do empreendedorismo, cujos estudiosos que antes se atinham apenas aos problemas de gerenciamento de bens materiais e à provisão de serviços oriundos de empresas industriais tradicionais (KIRSCHBAUM, 2009).

Os primeiros estudos sobre empreendedorismo compreendem uma orientação econômica e comportamentalista, com postura individualista, não contemplando de forma plena a complexidade desse fenômeno multidimensional na atualidade (ALMEIDA, GUERRA E PAIVA JÚNIOR, 2013). O desafio de reposicionar os estudos em empreendedorismo traz os deslocamentos teóricos em torno da [re]condução das esferas da cultura e economia, uma vez que seu entendimento temático se efetua em torno de uma economia que se revela cada vez mais culturalizada, em meio ao advento de uma cultura cada vez mais economicizada (HALL, 2005, NEGUS, 1997).

A compreensão da dinâmica da produção cultural transcende a visão do empreendedorismo como fenômeno puramente mercantil e fornece ferramentas para o entendimento do processo de origem e manutenção de empreendimentos que visam produzir e vender significados (PAIVA JÚNIOR *et al*, 2013; LAWRENCE e PHILLIPS, 2002). Logo, o consumo de artefatos culturais está imbricado na sua concepção para além do valor utilitário, conectando-se aos símbolos envolvidos no

processo de produção que circulam na sociedade por meio de diferentes códigos e práticas sociais (HU, 2009; FONTENELLE, 2008).

A sociedade contemporânea tem a constituição da identidade cultural como princípio organizacional pelo qual o ator social se reconhece e constrói signos relacionados a atributos de determinado *ethos* (CASTELLS, 2010; HALL, 2005). Esse reconhecimento pode ser conduzido por meio da ação do empreendedor cultural na sua condição de sujeito que aflora em certo contexto, devido a sua capacidade de intermediar a produção e o consumo dos chamados bens simbólicos (DAVEL; CORA, 2014). Logo, a imprescindibilidade do empreendedor cultural também se associa à emergência da sociedade do conhecimento e à transição dos valores materialista para os valores pós-materialista (CASTELLS, 2010; PAIVA *et al*, 2013).

A consolidação dos valores pós-materialistas na sociedade atual é demarcada pelas novas tecnologias de informação e comunicação, de acordo com determinado status de práticas sociais vigentes num contexto que ressalta os imperativos da originalidade e da criatividade e celebra o culto às mudanças tecnológicas como extratos oriundos de movimentos dinâmicos de inovação (HOWKINS, 2001, GREFFE, 2016). Portanto, os avanços tecnológicos promovem a conectividade entre atores chave de esferas públicas e privadas e concedem novas configurações à dinâmica de consumo, fato que vem a modificar a maneira como os produtos culturais são criados, produzidos, reproduzidos, distribuídos e comercializados nas esferas nacional e internacional (DUISENBERG, 2008; MATEO PÉREZ, 2015).

O segmento musical se destaca no universo das atividades culturais como linguagem geradora de riqueza e que pode ser explorado na promoção de determinada cultura local. O movimento musical contracultura Mangubeat ilustra o protagonismo da cidade do Recife na cena musical do Brasil, tendo como expoente o músico Chico Science, líder da Nação Zumbi, junto com Fred 04, integrante do Mundo Livre S/A. Esse movimento surge nos anos 90 e se expande como uma manifestação autóctone da cultura local inspirada no ecossistema dos manguezais para o cenário nacional, chegando a alcançar até a esfera internacional. Essa projeção chega a contagiar o florescimento de outras expressões da cultura do estado de Pernambuco, a exemplo do o

cinema, da moda e das artes plásticas, além de fortalecer processos identitários de habitantes dessa região (FREIRE FILHO; VAZ, 2006).

No final dos anos 1990, a indústria da música desvela um processo de transição sentenciado por significativas transformações em sua cadeia produtiva, impulsionadas pelo advento da internet com o suporte de novas tecnologias de produção cultural (HERSCHMANN, 2010; MARSHALL, 2013). Diferentemente do contexto em que eclodiu o movimento mangue, atualmente, os produtores pernambucanos de música encontram um panorama artístico mais complexo e dinâmico do ponto de vista de relações com o mercado.

As novas tecnologias demarcam um período de transição sentenciado pelo barateamento do custo de produção, fortalecimento da cena independente e pelo mercado organizado em nichos descentralizados, em que a figura do artista da cena independente, como profissional à margem do *mainstream*, vem desenvolvendo um agenciamento empreendedor que o torna bem-sucedida relativamente no mercado, ao emergir num espaço musical de consolidação de seu público (NAKANO, 2010).

O advento das novas tecnologias de informação e comunicação impacta diretamente na criação, produção, distribuição e fruição das obras, demarcando novas possibilidades de mercado no que tange à dinâmica de consumo (BACAL; NAVES, 2010). No relatório anual de 2014, a International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) destaca a retomada do crescimento da indústria fonográfica no ano de 2012, fato que não acontecia desde 1999, não obstante o crescente aumento das receitas da área digital (internet e telefonia móvel) como principal vetor dessa retomada. Entretanto, a nova realidade precisa ser investigada não apenas sob o aspecto econômico, mas também no que diz respeito à pauta das tensões políticas e sociais encontradas pelo empreendedor cultural para fortalecer estruturas que preconizam a emergência de formatos inovadores de gestão dessas novas tecnologias.

As transformações resultantes da adoção de mídias digitais no processo de construção dos produtos culturais estão relacionadas aos imperativos da dinâmica da construção e manipulação de signos que se dá por meio da identificação e incorporação dos elementos atraentes para os consumidores na construção de bens simbólicos (PAIVA JÚNIOR *et al*, 2013). Na construção de artefatos culturais, deve ser destacada

a criatividade e a manipulação de símbolos, os quais se projetam no produto em meio à integração entre arte, negócios e tecnologia (BENDASSOLLI *et al*, 2009). O esforço de criação de valor simbólico “é determinado pelos significados sociais e culturais a ele associados, os quais permitem aos consumidores expressarem a identidade individual e social por meio da compra e uso do produto” (RAVASI; RINDOVA, 2013, p. 14).

A reorganização do mercado da música ao lado da busca por novos modelos de negócio oriundos do emprego das inovadoras tecnologias de gestão cultural com expansão de acesso a redes sociais encontra na web estratégias de “comunicação e circulação de conteúdo, de gerenciamento de carreiras artísticas, de formação e renovação de público, de construção de alianças com os consumidores” (KISCHINHEVSKY; HERSCHMANN, 2011, p. 3). Portanto, a necessidade de se compreender a construção dessas novas formas de relacionamento e de organização presentes no segmento musical contemporâneo incide no campo dos estudos organizacionais e áreas disciplinares afins como fenômeno cultural traduzido em diversas formas de representação social, a exemplo da emancipação de grupos de rap em mobilizações coletivas protagonizando jovens de origem pobre na cidade de São Paulo (TEPERMAN, 2015)

A ação cultural dos produtores musicais - figurada aqui sob um conceito que a atividade desenvolvida por compositores, intérpretes e produtores executivos - pode ser concebida sob a perspectiva do Empreendedorismo Cultural, uma vez que determinados setores produtivos da esfera da cultura vêm ocupando lugar de destaque no mundo contemporâneo. Esse fato pode ser ilustrado pelo ganho institucional alcançado por atividades culturais potencializadas politicamente como ações estratégicas direcionadas para a emancipação social e para o fomento do desenvolvimento regional (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2011, TEPERMAN, 2015). Logo, o empreendedor cultural favorece a construção de identidades contando com o suporte da cooperação entre seus interagentes e dá margem ao entendimento de que suas novas tecnologias de gestão são oriundas de práticas inovadoras, inclusive pelo uso de metodologias didáticas no campo da música popular como fizeram os integrantes de uma banda de punk rock inglesa denominada The Eruptörs, cujo estudo de caso narra o estímulo a jovens estudantes no esforço por buscarem empreender no universo das artes com a colaboração em redes

sociais articulando criatividade e engajamento político por meio da educação musical (PAIVA JÚNIOR *et al* 2012; SMITH; GILLET, 2014).

Este estudo investiga a ação do empreendedor cultural na [re]configuração da indústria da música por meio das novas tecnologias de informação e comunicação, visto aqui sob a égide dos Estudos Culturais, em que se compreende a cultura como uma dimensão explicativa da realidade social e remete a aspectos interligados à produção, construção de identidades, representação e consumo, bem como as tensões envolvidas na lógica de regulação desse processo. Para isso, foi utilizado o esquema teórico-metodológico oriundo dos estudos de Almeida, Paiva Júnior e Guerra (2013) e Guerra e Paiva Júnior (2012), constituído por intermédio da investigação de produção cultural no chamado “circuito da cultura” proposto por Du Gay *et al* (1997) e Johnson (2004) e no modelo de codificação/decodificação de Hall (2006), na condição de uma abordagem utilizada aqui como lente para a análise dos processos de significação cultural.

O presente estudo foi desenvolvido com base numa investigação a respeito de do cantor, compositor e músico pernambucano Sérgio Roberto Veloso de Oliveira, conhecido pelo nome artístico de Siba, nascido na cidade do Recife, em 16 de fevereiro de 1969. Logo, Siba revela sua produção artística com o grupo Mestre Ambrósio e seus projetos musicais denominados Siba e a Fuloresta, Siba & Barachinha e Siba e Roberto Corrêa. Atualmente, seu projeto solo se desdobra em dez álbuns lançados no mercado musical, compondo um repertório de ações que lhe confere indícios de reconhecimento da sua condição de empreendedor cultural, fato que ilustra esse debate sob o fundamento de que ele desenvolve seu trabalho de articulador musical de recomposição e difusão de conteúdos sonoros com o suporte das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC).

Para tanto, elaboramos a seguinte pergunta norteadora de pesquisa: **Como ocorre a ação empreendedora cultural do artista pernambucano Siba no processo de [re]configuração da indústria da música por meio de novas tecnologias de informação e comunicação?**

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo geral

Compreender o modo como ocorre a ação empreendedora cultural do artista pernambucano Siba em meio à [re]configuração da indústria da música com suporte de novas tecnologias de informação e comunicação.

1.1.2 Objetivos específicos

- a) Averiguar a maneira como o empreendedorismo cultural do produtor musical Siba se articula na dimensão pública para a configuração de novos modelos de negócios no setor da música oriunda de uma cultura popular regional.
- b) Descrever a dimensão privada do empreendedorismo cultural do produtor musical Siba como agente de protagonismo de emancipação social pelo uso de novas tecnologias de informação e comunicação.

2 Referencial Teórico

O presente capítulo tem como objetivo apresentar as discussões teóricas em torno de dois eixos temáticos: Empreendedorismo Cultural e Estudos Culturais. A primeira sessão do capítulo refere-se ao empreendedorismo cultural como fenômeno a ser investigado devido seu potencial de intervenção na lógica da produção cultural por meio de novas tecnologias de gestão e por sua capacidade de emancipação social (PAIVA JÚNIOR *et al*, 2013), assim oferecendo o suporte conceitual para análise da atuação do artista Siba na produção musical de artefatos originários da cultura popular de sua região, em que se contempla seu esforço empreendedor de expandir o olhar social a respeito dessa expressão autóctone de arte musical.

Na segunda sessão deste capítulo, apresentamos os Estudos Culturais, que constitui o arcabouço teórico-epistemológico, por ser concebida a cultura como prática social que constrói a ideia de sociedades e identidades a partir do crescente intercâmbio de símbolos e informação entre as diversas partes interconectadas do mundo (CASTELLS, 2010). O aporte dos Estudos Culturais nesse estudo se dá por sua abrangência no que se refere a dimensão de luta e reconhecimento da diferença devido à coexistência de formas culturais distintas e de grupos sociais emergentes da sociedade moderna. Nesse sentido, apresentaremos o modelo de codificação/decodificação de Hall (2006) e os circuitos da cultura de Johnson (2004) e Du Gay (1997), como estruturas analíticas das práticas sociais que constituíram o modelo teórico-metodológico de Guerra e Paiva Júnior (2012) e Almeida, Paiva Júnior e Guerra (2013) (Quadro 2-1) para investigação das dimensões da ação empreendedora na produção cultural.

2.1 Empreendedorismo Cultural

A utilização de diferentes tradições teóricas constantes na construção do pensamento no campo do Empreendedorismo se manifesta ainda de forma unidimensional e funcionalista, voltada para a geração de riquezas econômicas, não contemplando a complexidade desse fenômeno (DAVEL; CORA, 2014). Os estudiosos que pesquisam o campo do empreendedorismo devem incentivar a reflexão teórica na investigação de aspectos relativos a ideologias, a domínios simbólicos e à dinâmica do

poder organizacional e político subjacente à ação empreendedora como produção cultural (ALMEIDA, GUERRA E PAIVA JÚNIOR, 2013). Isso pode estar imbricado com práticas institucionais em ambientes como uma cidade (*polis*), em que o empreendedorismo se expande na formulação de políticas públicas, na articulação política e na governança, como formas de se gerar e distribuir os bens públicos (PETRIDOU; AFLAKI; MILES, 2015).

A compreensão da produção cultural fornece ferramentas conceituais de apoio ao entendimento do processo de criação e manutenção de empreendimento que visam produzir e vender significados (LAWRENCE; PHILLIPS, 2002). Logo, o consumo de produtos culturais está coadunado na sua concepção com códigos simbólicos que vão além do valor utilitário (BENHAMOU, 2001), demarcada na subjetividade do consumidor, cabendo ao produtor cultural o desafio de sintonizar sua produção aos valores simbólicos que dinamiza a cultura de uma sociedade (FONTENELLE, 2008; HU, 2009).

No cenário atual de transformações socioeconômicas vigentes no universo das organizações criativas, o empreendedor cultural se revela como agente que opera em um ambiente de mudanças trazendo novos modelos de gestão e organização de trabalho que apresentam em seu cerne componentes como: cooperação, criatividade, adaptabilidade e ampliação do conceito de recursos que suplantam a dimensão financeira dos empreendimentos socioeconômicos (DEHEINZELIN, 2006).

A ideia de cooperação está imbricada na concepção de redes de negócio, uma vez que as relações sociais se tornam parte do ato de empreender, quebrando a visão do empreendedor como ator individualizado e trazendo a perspectiva de sua atuação junto aos grupos sociais sob a inspiração de uma estética colaborativa inovadora ao combinar elementos e perspectivas musicais distintas e gerar um novo terreno musical compartilhável (a new “common ground”), em lugar de aderirem a consensos preconcebidos nesse campo (PEREIRA; MENDONCA, 2014; SMITH; GILLET, 2014; PAIVA JÚNIOR *et al*, 2012). Sob essa perspectiva, destacamos a figura do empreendedor cultural como agente que atua sob a dinâmica de práticas articuladas com fim de mobilizar recursos criativos e financeiros, atuando em redes sociais e buscando aperfeiçoar a gestão de empreendimentos que operam na esfera da cultura (LIMEIRA,

2008; MATEO PÉREZ, 2015).

Na indústria criativa, o papel do produtor cultural acaba sendo ampliado para além da criação a partir do momento em que sua sobrevivência depende de uma visão ampla da cadeia de consumo para seu produto (UNCTAD, 2010). O produtor cultural, inclusive operando na esfera da música, agrega ao seu trabalho a tarefa de administrador de seu artefato cultural, tendo que lidar com as atividades comerciais a fim de ser capaz de sobreviver em seu ambiente, desenvolvendo um estreitamento conceitual entre o produto criativo e aspectos negociais de seu empreendimento. Esse pode ser o caso dos artistas indie (*indie artists*) que optam por gerir a própria carreira com o intuito de obter uma maior liberdade artística (GORDON, 2015). Assim, o mundo profissional do empreendedor cultural se desenvolve com absorção de habilidades e conhecimentos especializados para lidar com trâmites que englobam arte, criação e negócios (UNCTAD, 2010).

A compreensão da dinâmica sócio-histórica do empreendedor cultural reside em investigar a contribuição de suas ações criativas voltadas para a geração do desenvolvimento regional como resultado de sua leitura com respeito às peculiaridades do seu ambiente produtivo. As atitudes e posturas desse ator assentado num ambiente de tradição musical como o estado de Pernambuco são analisadas sob um olhar múltiplo e transdisciplinar no que tange a suas habilidades e sensibilidades técnicas, sociais e de comunicação, bem como sua relação com a mercantilização de seu produto cultural (BRASIL, 2011).

O empreendedorismo cultural está relacionado à criação de valor que provoque mudanças nos mercados ao identificar oportunidades, assumir riscos, gerar empregos, estabelecer parcerias estratégicas e atender às necessidades dos consumidores que buscam suas obras artísticas (DANCIN, 2010). Portanto, a criação de valor que opera numa esfera simbólica diz respeito à produção de bens e serviços culturais, derivado da sua função como portador de significado em imagens, símbolos, sinais e sons (BANKS et al, 2000,).

Num estudo sobre o Empreendedorismo Cultural, Davel e Cora (2014) destacam que, a depender da forma como a cultura é compreendida, existem diferentes abordagens do empreendedorismo cultural com implicações distintas nos respectivos

campos disciplinares. Conforme pode ser observado no quadro 2-1 a seguir:

Quadro 2-1: Abordagens sobre o Empreendedorismo Cultural e seus desafios

Cultura como	Empreendedorismo Cultural	Principais pesquisas	Campos disciplinares	Desafios
Recurso	Mobilização retórica da cultura para convencer parceiros a aderir a empreendimentos arriscados	O poder retórico de persuasão das histórias (storytelling)	Cultura organizacional Semiótica	Integrar conhecimento sobre o consumo cultural (marketing e antropologia do consumo) na mobilização simbólica. Politizar e estetizar a mobilização simbólica
Processo	Mobilização da cultura para questionar entendimentos vigentes, criando e legitimando novos empreendimentos simbólicos	Mudança cultural Identidade Cultural Estilo de vida	Cultura organizacional Estudos Culturais Indústrias criativas	Integrar conhecimento sobre a criação de valor simbólico (sociologia da arte) na materialização simbólica Estetizar e corporalizar a materialização simbólica
Produto	Criação e difusão de produtos simbólicos que ao serem consumidos contribuem para transformar a cultura de uma sociedade	Crítica cultural Inovação como Produto	Sociologia da cultura Indústrias culturais Semiótica	Integrar conhecimento sobre o consumo cultural (marketing e antropologia do consumo) e valor simbólico (sociologia da arte) na consolidação simbólica Politizar a consolidação simbólica (o valor social do produto)

Fonte: Davel e Cora, 2014

Não obstante o fato de o quadro 2-1 trazer as peculiaridades de cada abordagem no que diz respeito à posição temática da cultura: recurso, processo e produto, essas distinções não são excludentes, uma vez que a linha de separação entre os conceitos é tênue e as definições acabam sendo perpassadas entre si. A realização de pesquisas junto aos empreendedores culturais é complexa, principalmente pelo caráter cultural de sua produção. Entretanto, o entendimento da cultura se aproxima aqui mais da definição de processo como prática social em que o empreendedor cultural é visto como agente mobilizador dessa cultura de modo a questionar os entendimentos vigentes a respeito do cotidiano social, criando e legitimando novos empreendimentos simbólicos (DAVEL; CORA, 2014).

A abordagem do fenômeno do empreendedorismo cultural indicada no quadro 2-1 está atrelada à necessidade da inspiração nos Estudos Culturais para a interpretação e compreensão da cultura como processo de prática social que realce a dimensão sócio-

histórica e política do fenômeno portador de cultura, no bojo de tensões e assimetrias presentes na ordem social que o demarcam na posição de algo singular, legítimo e propício a uma investigação permeada pela abordagem proposta (BRITTO, 2012).

2.2 Estudos Culturais

O campo dos Estudos Culturais surge, de forma organizada, em 1964 por intermédio do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), dirigido por Richard Hoggart, da Universidade de Birmingham na Inglaterra (ESCOSTEGUY, 2001; MATTELART; NEVEU, 2004). As obras *As utilizações da cultura* (1957) de Richard Hoggart, *Cultura e sociedade* (1958) de Raymond Williams e *A formação da classe operária inglesa* (1963) de E. P. Thompson formaram a base fundamental para a criação do campo dos Estudos Culturais em Birmingham (COSTA, 2012).

O sociólogo jamaicano Stuart Hall ficou à frente do Centro como diretor de 1968 a 1979 e também exerceu forte protagonismo na formação do campo dos Estudos Culturais (ESCOSTEGUY, 2001). Por meio das contribuições de R. Hoggart, R. Williams, E. P. Thompson e S. Hall o Centre for Contemporary Cultural Studies consolidou os Estudos Culturais como um trabalho intelectual que busca contribuir para o entendimento do processo de mudança social, afastando a ideia do campo como desenho de um referencial teórico (SCHLEDER; MORAES, 2012; ALMEIDA, 2012).

O conceito de Estudos Culturais revela um equívoco frequente de conexão aos estudos desenvolvidos com respeito ao universo da cultura, entretanto, ao fazer essa equiparação, corre-se o risco de sujeitar esses Estudos Culturais a uma série de outros estudos disciplinares tradicionais e negar sua constituição como projeto intelectual e político que visa a compreensão da realidade por meio da transdisciplinaridade (RESTREPO, 2015). Portanto, a noção de cultura constitui uma esfera primordial para os Estudos Culturais, contudo esse campo disciplinar não a compreende como um sistema fechado e lógico, e não se restringe apenas a investigar os processos que ocorrem no âmbito dessa fronteira conceitual (MATTELART; NEVEU, 2004). Os teóricos dos Estudos Culturais buscam investigar as relações e eventuais tensões entre áreas como Cultura, Economia e Política, demarcando essas relações disciplinares como

construtos históricos resultantes de processos sociais (GRIMSON; CAGGIANO, 2010).

Para os estudiosos dos Estudos Culturais (ESCOSTEGUY, 2001; MATTELART; NEVEU, 2004), a cultura é um terreno de investigação fértil de *insights* interdisciplinares por seu entendimento múltiplo como uma esfera de constantes tensões no que diz respeito à esfera do poder. Essas tensões transparecem no espectro de interações humanas nos *loci* onde surgem expressões contestadoras que resistem às ideologias dominantes, conforme destacado a seguir:

Há muitas formas de expressão contestadoras na cultura que resistem a códigos, práticas e ideologias da cultura predominante. Estas formas às vezes se evidenciam nos meios comerciais, mas são encontradas com mais frequência nas culturas alternativas e no dia-dia. Esse terreno é uma mina de ouro para os estudos culturais, e só está começando a ser explorado (KELLNER, 2001, p. 252).

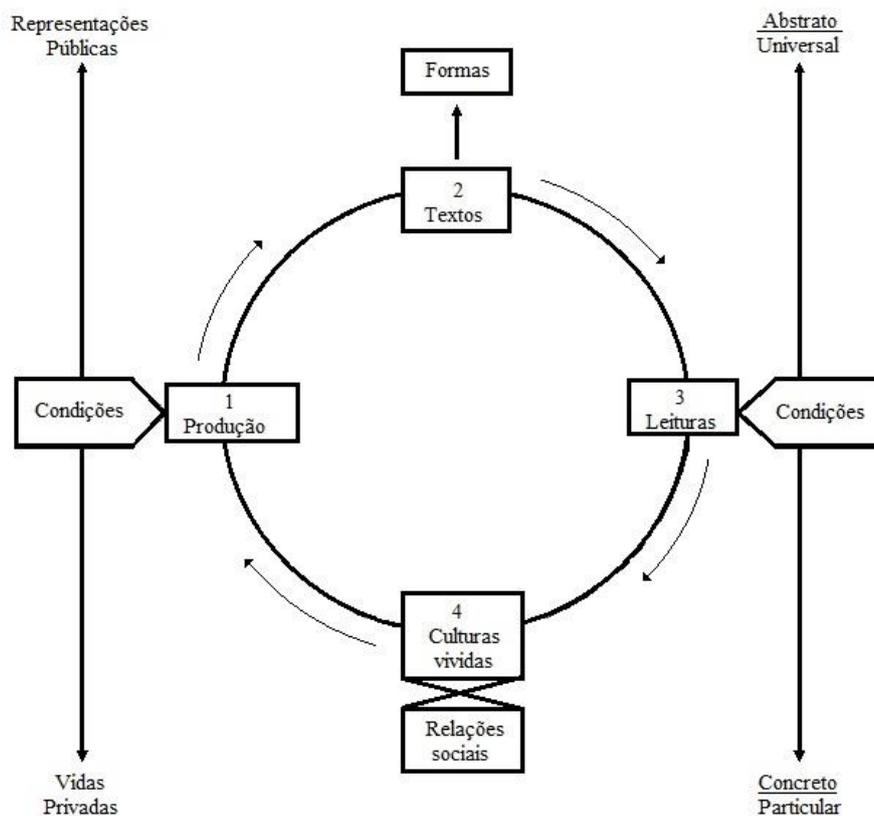
Kellner (2001) ainda descreve a cultura como uma atividade de alto grau de participação social que modela o indivíduo criando sociedades e identidades, esse processo seria conduzido por meio da participação ativa de veículos de comunicação. Portanto, o campo dos Estudos Culturais abarca a cultura e a comunicação como esferas que produzem uma arena de luta social e política na sociedade contemporânea, em que a prática da comunicação se estabelece na interação entre o meio e o receptor no horizonte de instâncias políticas, econômicas, sociais e ideológicas (NELSON; TREICHLER; GROSSBERG, 2002; MARTÍN-BARBERO, 2003).

O aporte dos Estudos Culturais como âncora epistemológica reflete uma leitura pluridimensional do fenômeno do empreendedorismo ao contemplar a dinâmica de sua ação nas arenas sociais, econômicas, políticas e tecnológicas. Por meio da abertura e flexibilidade teóricas intrínseca aos Estudos Culturais, o circuito da cultura surge como alternativa teórico-metodológica que investiga o fenômeno sob um prisma dinâmico e multifacetado orientado para processo de múltiplos sentidos criado ao longo da ação empreendedora (ALMEIDA; GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2010).

2.2.1 O Circuito da Cultura

Um modelo diagramático ilustrativo que oferece uma descrição de diferentes aspectos dos processos culturais pode ser visto no Circuito da Cultura de Johnson (2004). O autor representa em seu diagrama o circuito da produção, circulação e consumo dos produtos culturais (Figura 2-1) no qual cada quadro ilustra um momento distinto dentro do circuito, contudo esses momentos são estabelecidos numa relação de dependência entre eles e todos são imprescindíveis para o entendimento do conjunto.

Figura 2-1: O Circuito da Cultura de Johnson



Fonte: Johnson, 2004

A produção, momento 1, envolve as condições de tornar público os aspectos relacionados a vidas privadas por meio de representações públicas. Essas representações são publicadas por meio de textos contendo significados que dão formas diversas ao produto, a ponto de atingirem uma configuração universal e aberta à opinião pública, a exemplo da música e dos discursos publicados nas redes sociais. Isso permite o acesso

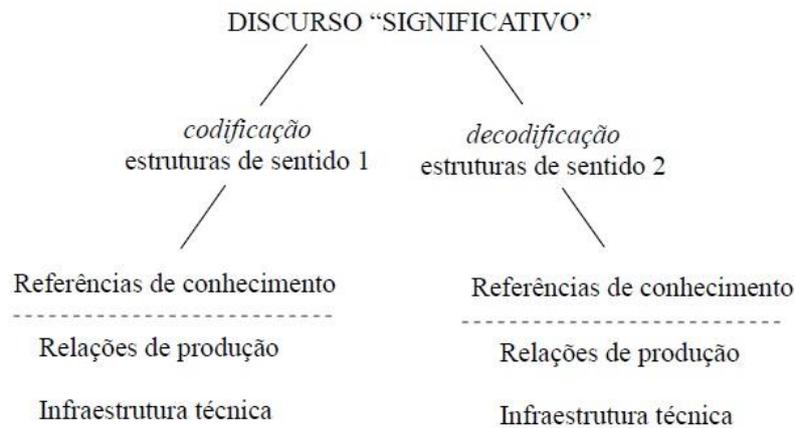
do público a uma abstração de sentidos que pode ocorrer de maneira independente daquelas concepções com que eles tenham sido criados, ou seja, alheios às condições que emergiram no processo de tornar público os aspectos das vidas privadas no momento da produção, e que está imersa em um “sistema linguístico e cultural: arbitrário, indeterminado e estreitamente ligado a relações de poder” (SILVA, 2014, p. 91). Essa possibilidade de o público gerar interpretações distintas daquelas concepções iniciais da criação do produto pode ser compreendida pelo processo de (re)construção de significados presente em todos os momentos da produção cultural (HALL, 2006).

Johnson (2004, pág. 34) sugere que no momento 3 ocorre a leitura ou o consumo do produto que adquire sentido por meio da condição concreta, experiências particulares, que “incluem os *ensembles* existentes de elementos culturais já ativos no interior de meios (*milieux*) sociais particulares (“culturas vividas”, no diagrama) e as relações sociais das quais essas combinações dependem” compreendendo as assimetrias de recurso e de poder. A partir desse receptáculo de discursos e significados constituído uma nova produção cultural é originada (PAIVA JÚNIOR et al, 2012). No circuito da cultura de Johnson (2004) não há uma fronteira entre os momentos do consumo e produção, nem devem estar associados a apenas umas das dimensões privada/pública ou concreta/abstrata, conforme destacado por Souza (2009):

A separação entre produção e consumo, própria da modernidade, que associava consumo a vida privada e a produção ao espaço público não existe mais. O uso das tecnologias da informação e comunicação, nesta sociedade midiática, tem transformado o indivíduo em consumidor independente do espaço em que ele esteja (SOUZA, 2009, p. 123).

A ideia de circularidade da produção cultural também pode vista no ensaio teórico Codificação/decodificação de Hall (2006) no qual os significados são produzidos em locais diferentes e circulam por meio de distintos processos e práticas, conforme ilustrado na imagem abaixo:

Figura 2-2: Modelo de codificação/decodificação



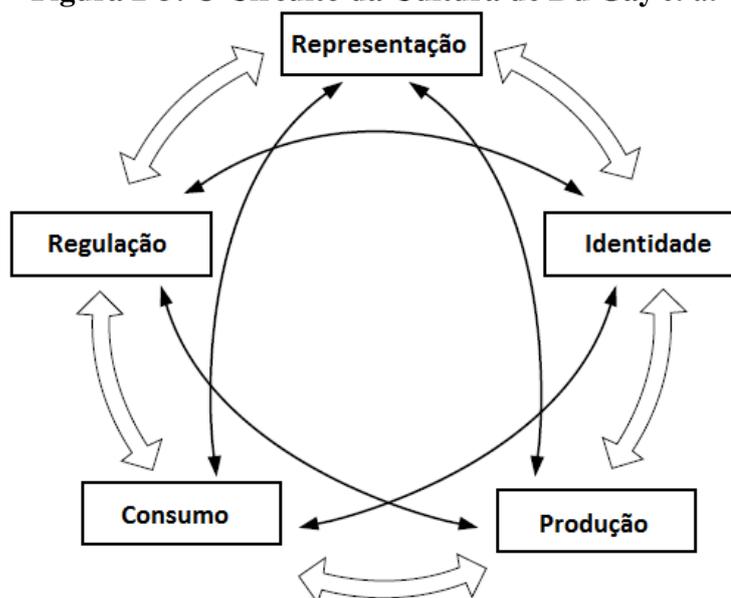
Fonte: Hall, 2006

O ensaio Codificação/decodificação traz a comunicação como processo não linear que revela uma “estrutura produzida e sustentada através da articulação de momentos distintos, mas interligados - produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução” (HALL, 2006, p. 160). Para Hall (2006), o campo discursivo é o lugar simbólico em que se evidencia a disputa pelo direito de imprimir um sistema de representação simbólico que rege a dinâmica de circulação dos bens culturais. Tal disputa se coaduna com elementos ideológicos, econômicos e políticos que alteram as formas de codificação e decodificação. Dessa forma, a decodificação poderia assumir três posições, dominante ou preferencial, negociada e oposição, conforme mostrado no trecho a seguir:

[...] uma posição “dominante” ou “preferencial” quando o sentido da mensagem é decodificado segundo as referências da sua construção; uma posição “negociada” quando o sentido da mensagem entra “em negociação” com as condições particulares dos receptores; e uma posição de “oposição” quando o receptor entende a proposta dominante da mensagem mas a interpreta segundo uma estrutura de referência alternativa (ESCOSTEGUY, 1998, p. 92).

Outro modelo de circuito da cultura (Figura 2-3) instituído na tradição dos Estudos Culturais está proposto no estudo de Du Gay *et al* (1997) acerca do artefato cultural Walkman que amplia o escopo da produção cultural para além das esferas da produção e consumo. Nesse estudo, o Walkman foi analisado a partir de cinco elementos: consumo, produção, regulação, identidade e representação, os quais compõem o processo no qual são atribuídos significados transitórios aos produtos culturais, conforme exibido na figura a seguir:

Figura 2-3: O Circuito da Cultura de Du Gay *et al*



Fonte: Du Gay *et al*, 1997.

Os cinco eixos do circuito da cultura de Du Gay *et al* (1997) formam processos distintos que articulados compõem o espaço no qual o significado cultural é criado, modificado e recriado (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2011). Sobre esses processos Lisboa Filho e Moraes (2014) fazem a seguinte associação:

[...] a *representação* refere-se a sistemas simbólicos, como os textos e imagens envolvidos na *produção* de um artefato cultural, por sua vez, esses sistemas geram *identidades* que lhes são associadas e têm um efeito de *regulação* na vida social, promovendo *consumo* (LISBOA FILHO E MORAES, 2014, p. 70)

Um dos fatores emergentes durante as transformações socioeconômicas das últimas décadas diz respeito ao eixo da **produção** que, de acordo com Negus (1997), não se trata apenas de se pensar formatos de fabricação, senão de dinamizar culturalmente a criação de significados. Essa modalidade de criação ocorre por meio de códigos inseridos por produtores culturais a partir de uma referência de sentidos e ideias com o suporte de estruturas organizacionais, assim sendo possível criar significantes culturais por meio de práticas sociais (NEGUS, 1997; HALL, 2006).

Esses produtores culturais vistos sob a ótica do empreendedorismo constituem agentes de transformação social por meio de uma ação coletiva, a considerar que a noção de cultura passa a compor uma dimensão explicativa dessa realidade (PAIVA

JÚNIOR et al, 2012). Além disso, não é possível inferir sobre o processo de produção do texto cultural sem serem levadas em consideração as quatro demais dimensões do circuito da cultura propostas por Du Gay *et al* (1997).

O conceito de **identidade** envolve dimensões fundamentadas em tópicos como: etnia, questões sociais e materiais, processo simbólico e nível psíquico (WOODWARD, 2000). Na contemporaneidade, o indivíduo está em constante processo de interação com os diferentes agentes de comunicação e sua identidade se torna móvel, reflexiva e sujeita a mudanças que possam vir a constituir até inovações (KELLNER, 2001). Na ideia dos estudiosos do “circuito da cultura”, o conceito de identidade está relacionado diretamente com representação, sendo que, para se entender a formação dessa identidade, deve-se estar interligado a “práticas de significação e os sistemas simbólicos por meios dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeitos” (WOODWARD, 2000, p. 17). Segundo Almeida, Paiva Júnior e Guerra (2013), a **representação** está diretamente vinculada à criação de valor simbólico:

A representação é uma prática que usa objetos e feitos materiais. Entretanto, o significado construído nesse processo não depende tão somente da qualidade material do signo, mas de sua função simbólica. Nesse sentido, representação é uma prática importante dentro do processo de construção e troca de significados entre os membros de uma cultura. Por isso, tal prática é concebida como um momento dentro do circuito da cultura (ALMEIDA, PAIVA JÚNIOR E GUERRA, 2013, p. 41).

A caracterização do mundo moderno acontece por intermédio de um circuito sem fim de signos inerentes as práticas sociais onde a construção das identidades estaria imbricada na relação com os repertórios discursivos gerados pelos meios de comunicação (CANCLINI, 2001). O processo de identificação, por exemplo, é expresso com suporte da noção de consumo, em que se substitui o papel que a produção representou no século passado, quando foram construídas identidades e determinadas as formas de organização social com base na lógica da produção (MILLER, 1997). Na sociedade atual, a esfera do **consumo** diz respeito ao espaço onde se completa a produção de sentidos por meio da apropriação e do uso dos produtos culturais (CANCLINI, 2001). Assim, o consumo é estabelecido não apenas na relação intrínseca da fruição do produto pelo consumidor, mas também na construção mútua de significados atribuídos pelos membros da sociedade a apropriação daquele produto

(LISBOA FILHO E MORAES, 2014).

O consumo está relacionado ao controle e distribuição dos produtos culturais que é estabelecido por meio de convenções regulatórias. A **regulação** constitui o momento evidente no interior do circuito da cultura que corresponde a leis, normas e convenções, por meio das quais as práticas sociais são instituídas e a sociedade é organizada (HALL, 2005). No espectro da regulação ocorrem disputas de poder no que tange aos meios de produção, articulados aos recursos no âmbito da tecnologia, modelar, controlar e regular a cultura que, “por sua vez, nos governa —‘regula’ nossas condutas, ações sociais e práticas e, assim, a maneira como agimos no âmbito das instituições e na sociedade mais ampla” (HALL, 1997, p. 39).

A partir do modelo de codificação/decodificação de Hall (2006) e dos circuitos da cultura de Johnson (2004) e Du Gay (1997), Guerra e Paiva Júnior (2012) e Almeida, Paiva Júnior e Guerra (2013) constituíram um modelo teórico-metodológico (Quadro 2-2) para investigação das dimensões da ação empreendedora na produção cultural. O quadro apresenta algumas categorias que orientam a ação do empreendedor cultural e servem de guia para a elaboração da análise do presente estudo:

Quadro 2-2: Dimensões da Ação Empreendedora na Produção Cultural

Dimensões	Categorias	Definições
Público	Representações públicas	Componentes abstratos de amplo alcance que permeiam as estruturas sociais.
	Formatos de organização	Formas pelas quais os grupos se organizam relacionadas com as estruturas sociais em articulação com os capitais que compõem as forças e condições de produção.
	Estruturas institucionais	Quadro das instituições responsáveis pela estruturação do setor.
	Infraestrutura técnica	Condições materiais relacionadas com a produção dos artefatos culturais.
Privado	Estruturas de sentido	Aspectos subjetivos e também socioculturais e políticos responsáveis pela construção de significados.
	Trajetórias individuais	Aspectos da subjetividade dos produtores relacionados com a dimensão privada de suas vidas.
	Transformação de ideias em “produtos”	Elaboração de produtos (um conjunto de textos) objetivos e públicos.

Fonte: Adaptado de Guerra e Paiva Júnior (2012) e Almeida, Paiva Júnior e Guerra (2013).

A dimensão pública da ação empreendedora na produção cultural é estabelecida por meio de aspectos objetivos e concretos que permeiam a realidade social, já a dimensão privada é permeada por elementos subjetivos e abstratos evidenciados no âmbito das relações mais próximas entre os interagentes (JOHNSON, 2004). Tais dimensões estão imbricadas em uma estrutura constituída no marco de um referencial repleto de sentidos compartilhados pelo grupo, no qual o produtor cultural exerce sua agência empreendedora (HALL, 2006).

As categorias elaboradas por Guerra e Paiva Júnior (2012) e Almeida, Paiva Júnior e Guerra (2013) servem para facilitar a compreensão do contexto constitutivo que opera como fonte dos significados gerados durante a produção cultural (NEGUS, 1997). As **representações públicas** compõem a dimensão das estruturas de sentido que orientam a ação e o posicionamento do empreendedor cultural frente às instituições representativas do setor e aos seus próprios pares. Os **formatos de organização** revelam as formas encontradas pelo produtor cultural para organizar e articular sua prática empreendedora com os aspectos sociais, culturais e econômicos, resultando em modelos de gestão mais orgânicos (NEGUS, 1997). As **estruturas institucionais** apresentam as instituições públicas e privadas que atuam na estruturação e regulação do setor, influenciando o modo como os empreendedores desenvolvem suas ações oferecendo suporte ou limitando sua atuação (NEGUS, 1997; HALL, 2006; GUERRA; PAIVA JÚNIOR 2012). Já a **infraestrutura técnica** diz respeito às condições técnicas de produção que o empreendedor dispõe para desenvolver sua produção cultural.

As **estruturas de sentido** apresentam as formações efetivas que ordenam a construção de significados entre os interagentes envolvidos na produção cultural pautada nas dimensões subjetivas, sociais e políticas (JOHNSON, 2004). Essas estruturas de sentido são concebidas pelas **trajetórias individuais** do produtor cultural que revelam as experiências sociais e as escolhas individuais que suscitam sua atuação e relação de trabalho. Com o suporte dessas estruturas conceituais, a **transformação de ideias em produtos** é delineada por meio dos aspectos subjetivos aflorados no momento da produção, os quais demarcam os significados que dão formas ao artefato cultural, a exemplo da música.

3 Cenário Analisado: produção musical de Pernambuco

As principais características do cenário do estudo contemplam a configuração atual da indústria da música, as transformações ocorridas nos últimos anos, os atores primordiais da cena musical e algumas tendências de organização, todos envolvidos nesse processo de reestruturação do setor musical. Depois, discutimos particularidades da produção musical do estado de Pernambuco de modo que sejam aclaradas as ideias a respeito de nuances idiossincráticas presentes no cotidiano dos produtores musicais que produzem o repertório popular local em pauta neste estudo. O último tópico deste capítulo contempla a tentativa de relacionar o tema das novas tecnologias de informação e comunicação à produção musical de Siba, que se projeta de forma dinâmica frente à reestruturação da indústria da música, em que são elucidadas práticas inovadoras nascentes de gestão cultural em meio às exigências de produção e consumo musical vivenciadas na contemporaneidade.

3.1 A indústria da música

No início do século XX, a indústria fonográfica se organizava de forma vertical, as grandes empresas do setor, *majors*, também referidas como “gravadoras” ou “selos”, dominavam o mercado detendo elencos de artistas e instrumentistas, estúdios de gravação, fábricas de suportes, além de produzirem os reprodutores de música (NAKANO, 2010). A música em seu formato físico, na condição de principal fonte de lucro das *majors*, consolidou a indústria fonográfica por várias décadas e as apresentações ao vivo dos artistas serviam como agentes de promoção para a venda dos discos (VIVEIRO; NAKANO, 2008).

Brunstein (2005) destaca que historicamente a organização da indústria musical pode ser definida como um oligopólio misto, pois poucas empresas de grande porte dominam o setor. Atualmente, cerca de 80% do mercado da música está dividido entre 3 *majors* (Sony, Universal e Warner) e suas subsidiárias espalhadas pelo mundo (HESMONDHALGH D.; MEIER L, 2014). Com o passar do tempo, essas empresas da indústria fonográfica foram progressivamente se desverticalizando, pois atividades que faziam parte do modelo de negócio das *majors* passaram a ser realizadas fora da alçada delas, até se limitarem à produção e divulgação de conteúdos, numa adaptação aos

novos modelos necessários para o cenário contemporâneo de mercado (NAKANO, 2010). Conforme observado na figura 3-1 as atividades voltadas para produção da música no formato físico deixaram de fazer parte da cadeia de valor das empresas da indústria fonográfica (indicadas na figura pela legenda “gravadora”):

Figura 3-1: Cadeia de Valor da Indústria Fonográfica após a desverticalização



Fonte: Menezes e Barreto, 2003.

A atual configuração de negócios das empresas da indústria fonográfica é direcionada para que a gravadora receba rendimentos de uma série de atividades musicais como shows, *merchandising* e videoclipes, que vão além da antiga configuração de negócios voltada apenas para receita de vendas da música em formato físico. Byrne (2012) destaca o surgimento do modelo chamado “360 deal” ou “acordo 360 graus”, conforme o qual o artista representa uma marca que pertence a determinada corporação e sua carreira passa a ser administrada por ela em todos os aspectos de sua vida profissional; dessa forma, os rendimentos desta corporação ficam atrelados a todos as atividades de negócio da carreira do artista.

O arranjo da cadeia da música está longe de ter atingido uma configuração estável, novos atores estão surgindo e a relação de forças pode ser alterada devido às novas formas de organização e gestão propiciadas pelo uso de tecnologias de informação e comunicação emergentes. Embora as grandes empresas produtoras de conteúdo pareçam ter lugar garantido no futuro da música, um modelo de apropriação tecnológica ainda está indefinido (MARSHALL, 2013).

O impacto das recentes evoluções tecnológicas em campos como a produção, a distribuição e o consumo da música ainda está longe de ter terminado, há necessidade de estudos para acompanhar as transformações do setor devem estar associadas ao surgimento de novos participantes na indústria, principalmente aqueles voltados para as plataformas digitais, ao enfraquecimento das grandes gravadoras e à consolidação de dos artistas independentes (REINKE, 2013). A indústria da música precisa se [re]inventar tecnologicamente como solução inovadora que permita a seus protagonistas lidarem com os desafios decorrentes de práticas culturais contemporâneas presentes no destino digital (DUBRAVAC, 2015).

A distribuição do fonograma nas plataformas virtuais representa um ponto de inflexão que possibilita o compartilhamento livre de conteúdos musicais, transfigurando as formas de consumo e permitindo a apropriação de determinadas etapas do processo de produção e distribuição por parte dos artistas. A disponibilidade da música em diferentes formatos e plataformas amplia a discussão sobre a organização da cadeia produtiva da música, tornando-se necessário o aprofundamento empírico dessa nova ordem (SANTOS, 2012).

Em seu estudo sobre a transição da indústria da música, Herschmann (2010), ressalta que é necessário analisar as mudanças estruturais que vêm ocorrendo no setor e aquilatar os desafios provocados pelas novas formas de organização dos estúdios no que tange a formatos referentes à produção e ao consumo de música. Essas continuidades e rupturas podem ser vistas no quadro 3-1:

Quadro 3-1: Continuidades e rupturas na indústria da música

Tópico	Indústria da música século XX	Tendências no processo atual de reestruturação da indústria da música
a) Empresas	Conglomerados organizados em unidades produtivas: estrutura organizacional hierarquizada e departamentalizada; terceirização de selos/ <i>indies</i> ; gravadoras independentes pouco competitivas e isoladas.	Pequenas e grandes empresas organizadas em rede: associativismo e parcerias (competem e cooperam); artistas e <i>indies</i> mais competitivas e organizadas em coletivos, associação e arranjos produtivos.
b) Mercado	Massivo: nacional e transnacional	Segmentação (pulverização de nichos de mercado): Local e glocal

c) Relacionamento com os consumidores	Unilateral pelos mercados e mídias: processo pontual e difusão; lojas e mídias tradicionais (rádio e TV).	Interativo pelas redes (sociais e internet): processos de constantes e interativos.
d) Comercialização/Distribuição	Através de lojas, megastores e supermercados.	Através da internet, de pontos de venda alternativos e vendas de shows.
e) Conhecimento	Mais um recurso entre outros: dados quantitativos de vendas da indústria nos mercados nacionais/internacionais.	Diferencial competitivo: estudos quantitativos e qualitativos de comportamento e tendência dos inúmeros nichos de mercado local/glocal.
f) Estratégias de venda	Mecanismos de difusão/sedução entre os consumidores: publicidade; lista top 40; star system dos artistas; esquemas para blockbusters; lobby com os formadores de opinião; catálogo dos gêneros musicais; grandes festivais.	Mecanismos de interação e coprodução com os consumidores (redes sociais): articulação e mobilização dos consumidores (na web); liberação de conteúdos (socialização, free); ferramentas de marketing e design; emprego de repertórios simbólicos em sintonia com a cultura local; pequenos e médios concertos e festivais.
g) Contratos e dinâmica de trabalho	Contratos: fixos, grande cast de artistas, staff de publicidade e de Arte & Repertório. Trabalhador: empregado da empresa.	Contratos: temporários e downsizing. Trabalhador: colaborador e/ou parceiro da empresa (em rede).
h) Inovação	Sazonal: desenvolvimento de tecnologia e know-how; renovação/criação de novos gêneros. Realizada por artistas e gestores da indústria.	Constante: desenvolvimento a partir de conhecimentos tácitos e/ou cultura local; resultados obtidos através de apropriações e colagens (como, por exemplo, através do ato de samplear) de repertórios simbólicos, ritmos e sons. Realizada por artistas e gestores da indústria.
i) Resultados	Produtos, mercadorias (suportes físicos) e serviços: Discos de vinil, DVDs, CDs e outros suportes físicos. Papel periférico dos concertos.	Bens imateriais e serviços: Videogames, ringtones, podcastings, concertos ao vivo (mais central), serviços de bancos de música <i>on-line</i> à la carte ou por assinatura.

Fonte: Herschmann (2010, p. 71)

O estudo de Herschmann (2010), conforme ilustrado no quadro 3-1, demonstra a tendência para uma configuração dinâmica e descentralizada da indústria da música, em que as novas tecnologias dão espaço à articulação dos produtores musicais com seu público por intermédio de plataformas web, que servem não apenas para atrair os fãs a assistirem as apresentações ao vivo, como também para o financiamento da produção e criação desses artefatos culturais de forma colaborativa. Sobre as formas de financiamento colaborativo, Martinez-Canas, Ruiz-Palomino e Pozo-Rubio (2012)

destacam o conceito do *crowdsourcing* como ato no qual o empreendedor cultural faz uma chamada aberta por meio da web para obter um grupo de pessoas para financiar um projeto particular, assim agregando ao seu modelo de negócio uma tarefa tradicionalmente realizada por outros agentes do setor musical (ORDANINI *et al*, 2011)

3.2 A produção musical de Pernambuco

A produção musical de Pernambuco é reconhecida por sua diversidade de ritmos e por guardar estreita identificação com grupos sociais locais. Os diferentes gêneros musicais encontrados no estado, a exemplo do maracatu, caboclinho, ciranda, forró, frevo, coco e o rock, são confundidos com novas propostas estéticas que permitem ao setor se fazer representar no cenário nacional. No início da década de 90, a fusão de elementos da cultura local, efervescidos pelos questionamentos políticos da época (LEÃO, 2008), resultou no movimento cultural Mangubeat, cujo marco de criação ocorreu pela publicação do manifesto “Caranguejos com cérebro” em 1991 (SILVA, 2003).

Pelo uso de uma denominação que remete à reapropriação de elementos centrais da cultura globalizante às referências culturais locais (SILVA, 2003), o movimento Mangubeat reacendeu o cenário cultural de Pernambuco ao se repercutir na expansão de outras linguagens culturais que eclodiram ao lado da música, tais como o cinema, as artes plásticas e as artes cênicas (FREIRE FILHO; VAZ, 2006). Tendo como seu expoente máximo o músico Chico Science - que liderou o grupo musical Nação Zumbi, o movimento Mangu demarcou uma nova perspectiva para o desenvolvimento das atividades culturais no estado de Pernambuco promovendo a cultura local internacionalmente e estabelecendo uma conexão com novas tecnologias, conforme relatado no trecho a seguir:

[...] o movimento Mangu estabelece uma postura de competição com produtos internacionais sem sucumbir ao bairrismo. Em meio à utilização de características rítmicas tão arraigadas na cultura local como os maracatus (de baque-virado e de baque-solto), nota-se a adoção de tecnologias de ponta da música eletrônica e o intenso uso da WEB como forma de divulgação (SILVA, 2003, p. 79).

O movimento Manguebeat não apenas projetou a cultura pernambucana, como também influenciou outros movimentos ao redor do mundo, como o Festival Tejo Beat realizado em 1998 para promoção da nova música realizada em Portugal (SILVA, 2011). Leão (2008) destaca que após a excitação causada pelo movimento mangue na década de 90 e início da década de 2000, a cena musical não conseguiu se consolidar como movimento cultural ao final da década de 2000.

Atualmente, a escassez de estudos na área organizacional com respeito à produção musical de artistas pernambucanos dificulta uma interpretação da gestão das práticas institucionais articulatórias de grupos locais. Estudos presentes na esfera nacional apresentam um cenário mais independente, descentralizado, diversificado e voltado para nichos espalhados por todo mundo (HERSCHMANN, 2010).

A produção musical local tem particularidades que influenciam diretamente as formas de organização do setor em relação às exposições de artistas e grupos, a exemplo das grandes festas e festivais como o Carnaval, São João, Circuito do Frio e Círculo Natalino que se apresentam como fontes atrativas de renda para artistas do estado de Pernambuco. Outra dessas particularidades consiste na possibilidade de serem angariados recursos por meio do Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura (Funcultura PE), principal mecanismo de fomento e difusão da produção cultural em Pernambuco.

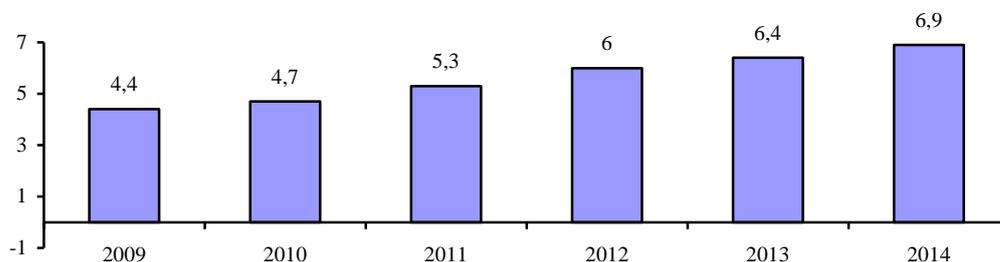
3.3 A produção musical e as novas tecnologias de informação e comunicação

A economia criativa transcende as fronteiras conceituais que limitam a hibridização de artes, negócios e conectividade (NEWBIGIN, 2010). Novos modelos de gestão vinculados aos canais de marketing e distribuição para a música usam a internet, smartphones e mídias digitais para atingir seus consumidores, aumentando sua extensão de experiências culturais e os transformando em coautores de conteúdo digital, os consumidores passam a ser ativos no processo de construção dos bens culturais (UNCTAD, 2010). No âmbito dessa nova configuração tecnológica, a economia criativa tende a representar a convergência das ações criativas com a composição de artefatos oriundos das indústrias culturais, recorrentes no contexto das novas tecnologias de

informação e comunicação que operam no escopo da economia do conhecimento, em que se articulam os consumidores-cidadãos interativos (HARTLEY, 2005).

A produção musical vem sendo influenciada pela rápida expansão e pela crescente importância das ferramentas das redes de comunicação social web. As redes virtuais provocaram a quebra do modelo tradicional de produção e distribuição imposto pelas *majors*, dando-se espaço para um sistema democrático e interativo que se expande no ambiente virtual (DUBRAVAC, 2015; MARSHALL, 2013; NAKANO, 2010). Os dados do “Digital music report 2015” da International Federation of the Phonographic (IFPI) demonstram que o mercado da música já vem se adaptando à nova configuração de linguagem tecnológica e aos rendimentos da música digital, os quais incluem assinaturas associadas a licenciamentos, *streaming*, vendas *online* e *mobile* (telefonia móvel), os quais apresentam crescimento constante, conforme demonstrado no gráfico 3-1:

Gráfico 3-1: Rendimentos de música digital 2009 - 2014 (em bilhões de \$)



Fonte: IFPI, 2015

A comercialização de música tem se tornado um fenômeno estreitamente vinculado à utilização das tecnologias de informação e comunicação (TIC). Portanto, a interação com redes *peer-to-peer* e o compartilhamento do sistema MP3 ratificam a necessidade de os produtores musicais terem maior controle sobre sua música e aperfeiçoarem suas realizações artístico-culturais com o uso de ferramentas digitais para que lhes seja garantido acesso aos mercados globais (UNCTAD, 2010). No contexto atual da indústria musical, surgem plataformas como o Spotify, Rdio, Deezer, iTunes, Radio e Google Music, que oferecem serviços de música por *streaming*¹ gratuita, no

¹ O streaming é uma tecnologia que possibilita a execução instantânea de conteúdo multimídia por meio da internet.

sentido de estarem seus custos de produção cobertos por patrocinadores que inserem peças publicitárias em espaços virtuais, sendo vistos ao se navegar ao longo dos sites, além da existência da modalidade de pagamento por assinatura, que se apresentam sem propagandas na navegação.

As novas plataformas supracitadas estão transformando as formas de produção, distribuição e consumo do segmento musical e possibilitando a retomada de crescimento do setor. Em 2013, a receita global de música em canais digitais teve um incremento de 4,3%, enquanto que a receita global de produto musical comercializada nos meios físicos retraiu 11,8% (IFPI, 2014). Houve também um grande crescimento em sites como Facebook, YouTube, Twitter e MySpace, que dão ainda maior impulso à relação entre a oferta e demanda:

Pensando nesse mercado digital, plataformas foram criadas para disponibilizar para download conteúdo musical gratuito. Em muitos casos, empresas anunciantes pagam uma quantia aos artistas pela quantidade de downloads ou visualizações. Esse é o modelo do ad-support (pago por publicidade), onde as músicas são disponibilizadas gratuitamente, mas estão atreladas a anúncios ou comerciais de empresas. (GENES, F.; CRAVEIRO, R. U.; PROENÇA, p.178. 2012)

Os autores ainda destacam a tendência de shows interativos com transmissão ao vivo serem viabilizados por conta da expansão da cobertura e do aumento da velocidade da internet oferecida ao público. Atualmente, essa tendência ganha força em virtude de as plataformas tecnológicas oferecerem serviços especializados na transmissão de shows ao vivo, a exemplo da netshowme.com, que surgem como ferramentas úteis no que concerne a auxiliar a comunicação com o público por intermédio da promoção de obras musicais e venda de shows.

4 Procedimentos Metodológicos

Os procedimentos metodológicos vislumbram o detalhamento do processo de investigação de modo que se compreenda a forma como o empreendedorismo cultural do produtor musical Siba se articula em torno da criação de novos modelos de negócios no setor da música popular com o suporte das novas tecnologias de informação e comunicação. Desse modo, este capítulo será dividido nos seguintes tópicos: tipo e natureza da pesquisa, critérios de inserção dos sujeitos, coleta de dados e construção do *corpus*, análise dos dados, bem como critérios e formas de validação do estudo.

4.1 Tipo e natureza da pesquisa

O tópico expõe a trilha metodológica no sentido do conjunto de crenças básicas que guiam a ação do pesquisador durante a pesquisa (CRESWELL, 2010). O estudo tem como arcabouço teórico o circuito da cultura proposto por teóricos dos Estudos Culturais, cuja característica contempla certa abertura e versatilidade teórica com a finalidade de produzir conhecimento útil no âmbito da transdisciplinaridade (MATTELART; NEVEU, 2004). À vista disso, entendemos que a pesquisa não parte de uma verificação teórica ou uma filosofia determinística, mas sim de um horizonte no qual há abertura para que outras tradições teóricas sejam “abordadas tanto pelo que elas podem contribuir quanto que elas podem inibir” (p.10, JOHNSON, 2004).

Sendo a produção musical uma atividade que revela em sua origem aspectos simbólicos vinculados à construção social e histórica, entendemos que os indivíduos dessa área desenvolvem significados múltiplos de suas vivências envoltos num mundo de signos conferido por sua cultura, ocasionando ao pesquisador uma interpretação do contexto do sujeito investigado mediante sua própria experiência e origem (CRESWELL, 2010). Dessa forma, a concepção epistemológica que guia este estudo é de cunho construtivista crítico, conforme a diligência transcorrida para extrair sentido dos significados que o artista pernambucano Siba atribui para sua atividade empreendedora no setor da música, demarcado pela busca da emancipação do sujeito.

Quanto à natureza da investigação, foi assumida a abordagem qualitativa por essa estratégia oferecer ao pesquisador a oportunidade de averiguar o modo como os significados são gerados a partir do ponto de vista do participante (CRESWELL, 2010). Nesse caso, a partir das ações empreendedoras do artista Siba, em que os postulados conceituais compactuam com preceitos inspirados nos Estudos Culturais. Para isso, o estudo foi transcrito a partir da estratégia de estudo de caso, conforme orientações de Stake (1995).

4.2 Critérios de inserção do sujeito

Ao nos depararmos com os profissionais do setor da música popular que atuam em Pernambuco, optamos pela escolha do estudo de caso do cantor e compositor Sérgio Roberto Veloso de Oliveira, mais conhecido pelo seu nome artístico Siba. O artista pernambucano, natural de Recife, iniciou sua carreira no grupo Mestre Ambrósio que se tornou ícone do movimento Manguebeat. A escolha de Siba para este estudo foi motivada por sua estreita ligação com as culturas sociais emergentes e por sua atuação empreendedora por meio das redes sociais web, conferindo-lhe uma trajetória sólida na música conforme podemos observar no quadro abaixo que apresenta a discografia do artista:

Quadro 4-1: Discografia Siba

Ano	Álbum	Artista/Grupo
1996	Mestre Ambrósio	Mestre Ambrósio
1998	Fuá na casa de Cabral	Mestre Ambrósio
2001	Terceiro samba	Mestre Ambrósio
2002	Fuloresta do samba	Siba e a Fuloresta
2003	No baque solto somente	Siba & Barachinha
2007	Toda vez que eu dou um passo o mundo sai do lugar	Siba e a Fuloresta
2009	Canoa furada	Siba e a Fuloresta

2009	Violas de bronze	Siba e Roberto Corrêa
2012	Avante	Siba
2015	De baile solto	Siba

Fonte: Elaboração própria, 2016

Outro fator a ser destacado com respeito à notoriedade do produtor diz respeito às indicações e os prêmios recebidos por ele durante sua carreira, como exemplo, a sua indicação para o prêmio de Melhor Álbum de Música Tradicional Regional ou de Raízes no Grammy Latino em 2008 com o álbum “Toda vez que eu dou um passo o mundo sai do lugar” e, mais recente, a indicação pela Associação Paulista de Críticos de Arte para o Troféu APCA 2015 nas categorias de Artista do ano e Disco do ano pelo seu disco “De baile solto”, podemos citar, além dessas indicações, a conquista, em 2015, o prêmio do Multishow na categoria Música Compartilhada por sua composição “De baile solto”, nome homônimo do disco do qual a música faz parte. Portanto, o produtor cultural e músico Siba também coleciona apresentações artísticas não apenas no Brasil, mas também em todo mundo, sendo reconhecido como artista expoente da música popular brasileira.

4.3 Coleta de dados e construção do *corpus*

A coleta de dados para a construção do *corpus* contou em um primeiro momento com uma análise de dados secundários com o intuito de se obter informações básicas sobre o artista Siba, o que proporcionou uma maior aproximação da trajetória de sua carreira. Para isso utilizamos as seguintes fontes:

- Site do artista Siba: <http://www.mundosiba.com.br/>
- Matérias e reportagens em sites especializados em crítica musical
- Página do artista Siba na rede social Facebook: <https://www.facebook.com/mundosiba/?fref=ts>. Acompanhamos um total de 224 publicações da sua página num período entre maio e dezembro de 2015.

Publicação: Concerne a um ato pelo qual uma mensagem é emitida para o público em geral através da linha do tempo da página, uma espécie de mural de notícias, ou pelo do *feed* de notícias dos seus seguidores. Uma publicação pode conter elementos textuais e/ou conteúdos visuais como fotos e vídeos.

Foi realizado o levantamento de dados secundários do caso Siba e, em seguida, procedeu-se à coleta de dados primários, efetuada por meio da entrevista individual semi-estruturada realizada com Siba, conduzida mediante a vigilância da cobertura temática de pontos demarcados no protocolo da pesquisa (APÊNDICE A), com base nas categorias do quadro teórico-metodológico de Almeida, Paiva Júnior e Guerra (2013) e Guerra e Paiva Júnior (2012) (Quadro 2-1). Um registro a ser feito com relação a essa etapa da investigação empírica reside no fato de que não foi possível vivenciar o encontro presencial com o entrevistado por conta de sua agenda de shows e por sua residência fixa ser domiciliada no estado de São Paulo, dessa forma utilizamos a ferramenta do Skype que permitiu o contato face-a-face e a efetivação da entrevista individual com o entrevistado de forma remota.

4.4 Análise dos dados

O estudo teve como base a análise do discurso, seguindo as orientações de Gil (2002). Na análise do discurso são os fatos que reclamam sentidos, daí a historicidade dos discursos (ORLANDI, 2003), sendo que estes nunca estão completamente fixados, pois constituem sempre um fluxo instável. Quanto aos produtos com os quais o mercado lida atualmente, a exemplo da música, eles são cada vez mais de natureza cultural, semiótica e, portanto, linguística.

A análise do discurso ofereceu a possibilidade de investigação da ação empreendedora do produtor musical na utilização dos modelos teórico-metodológicos presente nos estudos de Almeida, Paiva Júnior e Guerra (2013) e Guerra e Paiva Júnior (2012), que entendem a ação do produtor cultural como uma realização empreendedora pautada no entendimento da cultura como uma dimensão explicativa da realidade.

Após a realização da entrevista semi-estruturada, incluímos quatro entrevistas de

Siba coletadas na web para compor o *corpus* linguístico a ser analisado. Assim, organizamos o quadro 4-2 para distinguir, durante as análises, as origens dos relatos:

Quadro 4-2 - Nomenclatura conforme origem das entrevistas

Nomenclatura Utilizada	Origem da entrevista
Siba 1	Direta, por meio de roteiro de entrevista semi-estruturada
Siba 2	Website: Noisey Título: “O RECIFE SÓ TEM PIORADO”, DIZ SIBA Publicação: 13 de maio de 2015
Siba 3	Website: Revista Berro Título: Siba: “A música, dança e a poesia podem nortear um modo de viver distinto desse aí (da grana como a coisa central)” Publicação: 11 de agosto de 2015
Siba 4	Website: Revista Continente Título: "O artista deve lutar contra as armadilhas da dependência" Publicação: 4 de setembro de 2015
Siba 5	Website: Revista Fórum Semanal Título: “Sem iniciativas independentes só prateleira de supermercado” Publicação: 1 de outubro de 2015

Fonte: Produção própria (2016)

4.5 Critérios e formas de validação do estudo

Seguindo as orientações de Bauer e Aarts (2004), atentaremos para três aspectos referentes à construção do *corpus*: relevância, homogeneidade e sincronicidade. Sob o aspecto da relevância, o *corpus* foi construído mediante uma investigação de temas medulares para o estudo: Indústria Fonográfica, Mercado da Música, Estudos Culturais, Economia Criativa, Produção Musical em Pernambuco e Tecnologias da Informação e Comunicação. No que diz respeito aos dados primários, foram efetuadas ações de tratamento e validação dos dados em conformidade com as etapas de: seleção, análise e ampliação do material de análise até que os critérios de saturação fossem atingidos, ou seja, caso não houvesse mais variedades de categorias analíticas a ser descobertas ou que acrescentassem novos elementos à pesquisa (BAUER; AARTS, 2004).

Conforme os aspectos da homogeneidade e sincronicidade, a coleta de dados primários foi realizada com conteúdos empíricos que se projetam num mesmo espectro de tempo, efetivada entre os meses de maio a dezembro de 2015, todos eles expressos por meio de elementos textuais a fim de se buscar uma substância homogênea para a análise. As entrevistas concedidas por Siba, constantes em websites também eram de caráter individual, assim foi possível juntar esses conteúdos de investigação empírica num mesmo *corpus* de análise, em conjunto com a entrevista concedida exclusivamente para esse estudo.

Quanto aos indicadores de validade e confiabilidade dos dados, atentamos para a orientação disposta no estudo de Paiva Júnior *et al.* (2007), que sugerem a triangulação e a descrição rica, ambas indicando um esforço contínuo na interpretação dos dados e considerando a pertinência de situar os resultados obtidos na fase da análise, frente à dinâmica do fenômeno investigado. A triangulação de dados foi efetuada na combinação de fontes variadas para análise, cinco entrevistas, resultando numa descrição mais rica e detalhada do fenômeno. A triangulação do investigador foi desenvolvida a partir de reuniões sistemáticas entre o pesquisador-autor e o pesquisador-orientador conforme a evolução do estudo. A contribuição do pesquisador-orientador no estudo permitiu obter múltiplas observações no campo e também discussões de pontos de vista, o que contribui para reduzir possíveis enviesamentos

(AZEVEDO *et al*, 2013; PAIVA JÚNIOR *et al*, 2007).

5 Dimensões da Ação Empreendedora na Produção Cultural

As dimensões discursivas que demarcam a ação empreendedora de Siba na produção cultural ilustram a atuação desse produtor no setor da música e oferecem um panorama de suas ações divididas entre os estratos de dimensão pública e privada (JOHNSON, 2004) e pautados numa estrutura de referencial de sentidos compartilhados pelo grupo no qual o produtor cultural atua (HALL, 2006) constituída no âmbito de um contexto constitutivo que opera como fonte dos significados gerados durante a produção musical (NEGUS, 2004).

5.1 Dimensão Pública da ação empreendedora do produtor cultural Siba

A dimensão pública da ação empreendedora do artista Siba está organizada conforme as seguintes categorias: representações públicas, formatos de organização, estruturas institucionais e infraestrutura técnica. A partir da análise dessas categorias foram criadas subcategorias que elucidam os componentes abstratos de amplo alcance que permeiam as estruturas sociais da produção musical e as formas em torno das quais os grupos se organizam, como também os aspectos estéticos e políticos, materiais e imateriais, que se encontram em conexão com os capitais que compõem as forças e condições de tal produção.

5.1.1 Representações Públicas

As estruturas de sentido que orientam a ação e o posicionamento de Siba como empreendedor cultural frente às instituições representativas do segmento da música são compostas por representações públicas que permeiam as estruturas sociais (GUERRA; PAIVA JÚNIOR 2012). No âmbito dessas representações, emerge no relato de Siba uma demarcação a respeito da **discriminação para com a cultura popular**. Quando

perguntado sobre sua atuação no setor musical, Siba se recente de que a música de rua vem sendo representada ainda como expressão de uma cultura marginalizada:

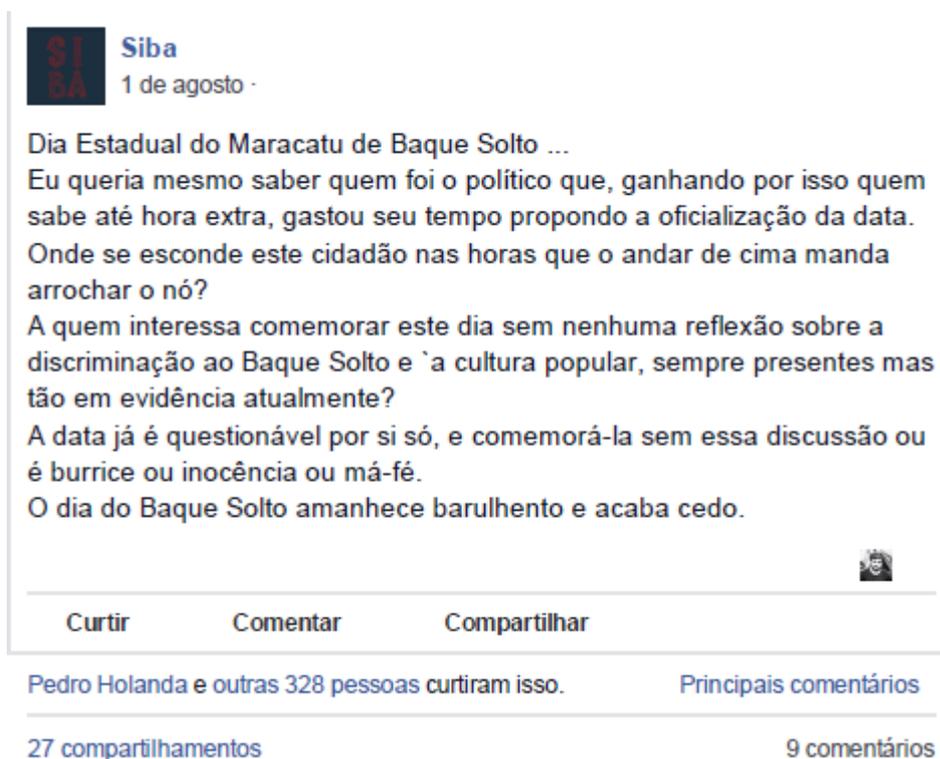
Não é só a Rabeca em si, mas é a opção de ter a música de rua como elemento central no meu trabalho, são culturas que são marginais, inferiorizada que tem uma forte carga de folclorização pejorativa, as próprias palavras que se usam para classificar e qualificar essas diversas formas de expressão que são por si só pejorativas, diminutivas ou restritivas, então o simples fato de pegar uma rabeca, cantar maracatu e ciranda, ou cantar músicas da Mata Norte, todos esses elementos têm uma conotação política, eles afirmam uma posição política que tem muito a ver com a necessidade de descolonizar mesmo a cabeça e os modos de como proceder (SIBA 1).

No caso da cultura popular, acho que precisaríamos começar banindo todo um vocabulário de palavras pejorativas como folclore, raiz, manifestação e até mesmo cultura popular, para, quem sabe, oferecer um lugar mais digno a cada uma dessas tecnologias sociais e artísticas que tanto têm a oferecer a um país que se afunda cada vez mais em seu sonho de enriquecer, esterilizando tudo ao seu redor (SIBA 4).

Essa representação pública também pode ser evidenciada na imagem 5-1 que exhibe uma publicação de Siba no Facebook, na qual ele questiona a oficialização do dia Estadual do Maracatu de Baque Solto diante da discriminação no que concerne à manifestação popular. A apropriação das mídias sociais como aporte comunicação alude a um espaço de resistência à dominação dos valores hegemônicos que se sustentam na exclusão de movimentos sociais periféricos (SOUSA SANTOS, 2009). A política de comunicação que historicamente leva a uma discriminação de movimentos culturais autóctones de periferia (FREITAS, 2015), como o maracatu de baque solto, é reconduzida por meio do apoderamento de recursos tecnológicos que abrem espaços para o debate sobre o minoritário e marginalizado como tema central. Assim constituindo ações políticas coadunadas para as questões sociais emergentes:

[...] a apropriação de meios e veículos de comunicação por grupos e comunidades subalternizadas é forte aliada da emancipação social através da constituição de ações políticas pelos movimentos sociais, sobretudo em sociedades constituídas com base na desigualdade (esse, o caso do Brasil) (FREITAS, 2015, p. 621).

Figura 5-1: Publicação da página de Siba no Facebook – 01/08/2015



Fonte: Página do artista no Facebook, 2016

A cultura popular é defendida por Siba não apenas por sua relação criativa com a área artística, mas também pelo fato de ela fazer parte de sua construção identitária como sujeito. As reivindicações emergentes das questões sociais envolvendo o maracatu orientam as suas práticas de significação e compõem a sua identidade (WOODWARD, 2000), sendo uma necessidade de “afirmação de dignidade pessoal” ter uma postura política clara diante da posição de visibilidade que ele ocupa.

É o que eu falei, eu faço o meu discurso como um indivíduo, como uma pessoa que tem relação com essa coisa que vem também dela, mas que tem a possibilidade de agir e, mais do que isso, de falar pra muita gente. Mas eu não represento o maracatu, tô falando por mim, pela minha relação com essa coisa toda e como uma questão de pensamento, como uma afirmação de dignidade pessoal. Não seria digno da minha parte vir de onde eu vim, ter tido essa experiência com o maracatu e ele ser tão central no meu trabalho e eu ficar calado frente ao que aconteceu recentemente e ao que acontece ainda. Seria indigno, vergonhoso. Então, pra mim, tem essa questão pessoal. Eu tenho que me colocar em relação a isso.

[...] Cada um faz o que quer, eu como tive o privilégio de ter tido acesso a esse conhecimento e isso ter me formado como pessoa, não

caberia a mim não me colocar. Mas eu não represento o maracatu, eu represento a mim mesmo (SIBA 3).

Outra subcategoria presente no discurso de Siba foi o **posicionamento contrário à ideia de instrumentalização da cultura**. Nessa subcategoria, seu relato revela uma posição política a favor de iniciativas de artistas da cena independente no sentido de que se manifeste uma resistência à cultura de “prateleira de supermercado”, o que pode ser expressão de resistência à ideia de massificação de práticas artísticas que favoreçam a prevalência de uma lógica de instrumentalização da cultura (YÚDICE, 2006), conforme ilustra o trecho a seguir:

Não valorizo a cultura regional. Acredito em desenvolver e cultivar um olhar local para lidar com problemas cada vez mais globais. A cultura popular faz isso, de um ponto de vista secularmente oprimido. A pressão da Indústria Cultural pode ser esmagadora, mas a do preconceito e racismo é ainda mais forte e as culturas locais seguem resistindo e se afirmando distintas e singulares. Sem iniciativas independentes não existe cultura, só prateleira de supermercado (SIBA 5).

Ao falar sobre a perseguição policial sofrida recentemente pelos maracatus da Mata Norte pernambucana, Siba reafirma de forma crítica a existência de um cenário de tentativa de instrumentalização da cultura e traz à tona o debate a respeito das políticas públicas de patrocínio para cultura.

Essa realmente foi uma cena bastante esclarecedora de qual é a lógica por trás do patrocínio público para a cultura, é a lógica da instrumentalização do artista, da produção cultural implícita claramente. Se isso é para o maracatu, é também para todos, todos os níveis, todos nós. Assim também é o patrocínio que acaba ocorrendo através de empresas privadas. Todo patrocínio para cultura em um ou algum nível ele acaba trazendo para si, pelo menos, essa tentativa de captura e instrumentalização da voz do artista ou para silenciar ou para direcionar uma voz que poderia ser de outro modo.

[...] Basta pesquisar a história recente de repressão ao Maracatu de Baque Solto pelo Governo de Pernambuco para saber qual o real lugar que a cultura local ocupa no Estado (SIBA 5).

Siba traz o alerta com respeito ao possível interesse subjacente ao patrocínio à cultura e, ao mesmo tempo, critica os agentes públicos e privados envolvidos nessa lógica de patrocínio que tenta tolher a liberdade do artista popular e que favorece aos segmentos específicos da cultura com maior potencial de gerar retorno financeiro (YÚDICE, 2006). Contudo o produtor se revela a favor da captação de financiamento

para a cultura, entretanto ele ressalta a necessidade de uma discussão maior sobre o modelo atual de financiamento cultural.

As diferentes expressões culturais têm contribuições iguais na constituição da sociedade, uma vez que a cultura é o que faz as pessoas se sentirem como partícipes de um grupo, ela é a condição necessária para a formação da cidadania (SILVEIRA, 2014). Assim, as esferas nas quais a deliberação sobre as questões do bem público é realizada devem ser permeáveis às diferentes culturas e suas peculiaridades (YÚDICE, 2006). Diante disso, pode ser assinalada a subcategoria conflito com a ideia do **patrocínio indiscriminado a linguagens culturais distintas**.

Dizendo isso, parece que eu sou contra o financiamento da cultura, mas não é o caso. Eu acho que o financiamento da cultura é importantíssimo, fundamental, o que tem que haver é que deve ser muito maior. A verba no Ministério da Cultura é irrisória, é uma piada, dentro de um país com uma força cultural que o Brasil tem. Ela tem que ser discutida sempre, mas é difícil porque cada setor tem questões muito particulares, a dita cultura popular é uma coisa, a música independente é outra, a dança e etc., são coisas muito distintas e são discussões muito complicadas (SIBA 1).

A **resistência à cultura do *mainstream*** também se manifesta no discurso de Siba quando relata que o Maracatu está vinculado a um discurso de diferença, a uma necessidade de o maracatuzeiro reivindicar a manifestação do seu sentimento de emancipação pela mudança social com respeito a uma cultura musical dominante vinculado a uma lógica estritamente mercantil. Isso pode estar coadunado com o conceito de identidade e diferença trazido por Woodward (2009), em que a construção da identidade do Maracatu está vinculada a expressões de diferenciação com respeito à cultura do *mainstream*, projetadas por meio de linguagens como: música, poesia e dança. Assim, o Maracatu se posiciona como um discurso de protesto à cultura do *mainstream*:

O Maracatu é um discurso de diferença, é um tipo de gente que se diz diferente pela música, pela poesia, pela forma como dança. O maracatuzeiro diz: “Eu não sou nada disso aí”. Hoje, rock e punk são a cultura *mainstream*, é a música do império americano. A possibilidade dessa música ser uma música de protesto hoje em dia é mínima. O maracatu tem isso tudo [o protesto e a mudança] de uma maneira mais pura (SIBA 2).

Siba não vincula apenas a música americana à cultura do *mainstream*, nem desvincula a música regional desse status, ele associa a ideia do *mainstream* à facilidade de ampla projeção pelos meios de comunicação e de promoção das grandes mídias. Essa configuração impossibilita a projeção no cenário nacional de expressões que não se enquadram nesses modelos massificados e realça a necessidade de emancipação do sujeito produtor de uma música periférica emergente da cultura popular numa espécie de movimento de resistência, conforme relatado no trecho abaixo:

Música regional é tudo o que não é “*mainstream*”? Então quase toda a vastíssima produção musical do Brasil é “regional”? Mas o Sertanejo, o Funk, o Pagode e o Forró Eletrônico não são também estilos que, embora com ampla projeção, tem uma origem regional bastante definida? Parece que a diferença está mais ligada à facilidade ou impossibilidade do acesso aos meios de promoção da grande mídia, que ainda se mantém arrogantemente na posição de dizer o que tem e o que não tem potencial de comunicação mais abrangente. Não existe intenção política de democratizar rádio e TV no Brasil. Nesse sentido, qualquer expressão que se afirme distinta dos modelos massificados tem automaticamente caráter de resistência e quem faz isso com mais radicalidade é a “Cultura Popular”, embora sem um discurso afirmativo à altura, pelo menos por enquanto (SIBA 5).

Outra demarcação que permeia o discurso de Siba é a **definição de artista da cena independente**, uma vez que essa definição estaria relacionada a não dedicação por parte do artista musical popular a ritmos segmentados de sucesso, ou aqueles vinculados ao mercado do *mainstream*, como também a uma independência das instâncias governamentais. Conforme ilustra o seguinte recorte:

Eu estou falando isso do ponto de vista daquilo que a gente chama de artista independente, que é aquele artista que tem uma certa independência em termos de estético mesmo. Ele não se dedica a nenhum dos ritmos segmentados de sucesso na rádio e na televisão, e não depende diretamente de nenhuma instância governamental, pelo menos não diretamente (SIBA 1).

Podemos associar a definição de artista da cena independente aos conceitos de identidade e diferença (SILVA, 2014). A afirmação da identidade e a enunciação da diferença exercidas por Siba devem ser compreendidas como resultado de um processo de disputa por recursos simbólicos. Essa disputa é evidenciada por meio das relações de poder pelas quais a identidade questiona os sistemas de representação que lhe dão sustentação (ESCOSTEGUY, 1998).

Silva (2014) destaca que a representação é um “sistema linguístico e cultural” estritamente vinculado aos sistemas de poder, sendo o poder determinante para ocupar os espaços de produção simbólica e discursivas na qual a identidade é concebida. No campo da música a mídia detém espaço privilegiado de produção simbólica e discursiva (NEGUS, 2004). O rádio e a televisão são plataformas midiáticas conectadas por Siba aos “ritmos segmentados de sucesso” do qual ele não se dedica, revelando assim as formas dominantes da música que possuem o poder da representação nessas plataformas.

5.1.2 Formatos de organização

Os formatos de organização estão associados a formas que os grupos artísticos se organizam relacionados com as estruturas sociais, nesta subcategoria uma das características percebidas sobre a relação profissional entre os profissionais do setor da música independente diz respeito a uma **lógica de colaboração**. Pelo fundamento nessa lógica, as práticas contemporâneas do mundo da música independente apontam para um cenário cada vez mais cooperativo no qual a prática do *networking* é considerada uma expressão de habilidade empreendedora significativa para promover troca de conhecimentos que instigue a emergência de novas formas de se desenvolver negócios e de se intercambiar criações artísticas (COULSON, 2012).

No nosso campo, o da música independente, nós podemos dizer que temos o privilégio de talvez de praticar um tipo de concorrência ou de competitividade não agressiva. Pelo menos não no primeiro plano. É um campo mais ou menos restrito que funciona por uma lógica de colaboração, compartilhamento de ideias e de experiência e trabalho em rede. Mesmo não sendo um trabalho em rede organizado e formalizado, pelo menos de uma maneira geral os artistas que você tem mais sintonia ou um tipo de troca de ideias que tem uma vibe parecida assim. De uma maneira geral, eu posso dizer que prevalece um tipo de postura de companheirismo mais do que concorrência [...] (SIBA 1).

Essa evidência retrata a prática empreendedora no setor da música vinculada a um modelo de negócio estabelecido mediante o suporte de uma equipe que opera em diversos setores inerente à atividade musical, o que se associa a necessidade de colaboração entre os empreendedores do setor para exercerem sua produção (COULSON, 2012)

Tem gente comigo, eu tenho uma parceria com a Melina da Fina Produção, minha sócia no meu empreendimento, no meu trabalho, tem bastante gente trabalhando, tem a Melina, tem o Zé Oliveira que é um cara que está mais dentro desse lance da banda do show mesmo diretamente. Essa parte da internet eu cuido junto com todas essas pessoas, a gente pensa junto todo dia, as vezes eu posto em primeira pessoa, as vezes são coisas mais gerais de movimentação, de agenda e de shows que são postadas pela equipe (SIBA 1).

Um dos pontos observados no discurso de Siba confirma algumas tendências no processo atual de reestruturação da indústria da música no que se refere à comercialização e distribuição de fonogramas (Quadro 3-1). O acesso do público a seus álbuns por meio dos sistemas de *download* gratuito em seu site (Figura 5-2) é visto como uma forma de potencializar sua projeção artística, uma vez que além do seu público poder baixar seus álbuns, é possível também acessar uma loja virtual que contenha produtos como CD, DVD, disco de vinil e camisa (Figura 5-3). Esses produtos, além de disponibilizados no site, são comercializados em seus shows. Dessa forma, podemos destacar como estratégia de comercialização/distribuição por meio de mídias sociais adotada para a **liberação gratuita dos álbuns** e a venda de produtos por intermédio de **pontos de vendas em shows e em loja virtual própria**, conforme observado no trecho a seguir:

Eu continuo achando que no Brasil para um artista como eu vale muito mais apenas, em termos de compartilhamento e projeção, dar o disco para download do que você teoricamente perde em termos de venda física. Na minha experiência o download não atrapalha a venda e a pessoa que gosta de ter o disco vai comprar. O movimento da nossa loja virtual é bem constante, não é milionário, mas é constante e justifica o investimento de todos os produtos, a venda de todos os produtos é justificada pela relação investimento e lucro, pela lojinha[virtual] e mais ainda pela venda em shows dos discos, vinis, camisas e tal. Então é um negócio pequeno, fragmentado, mas que se justifica bastante em termos de retorno.

[...] A disponibilização para download é importante porque potencializa a escuta da obra de um jeito infinitamente mais rápido e abrangente, pois as pessoas baixam, ouvem, compartilham e multiplicam o seu alcance. Quem gosta de comprar disco não deixa de comprar só porque baixou. E quem não compra não vai comprar mesmo, mas pode ouvir (SIBA 4).

Figura 5-2: Publicação da página de Siba no Facebook – 29/12/2015



Fonte: Página do artista no Facebook, 2016

Figura 5-3: Publicação da página de Siba no Facebook – 09/10/2015



Fonte: Página do artista no Facebook, 2016

A disponibilização das músicas na internet está aliada à estratégia de **interação constante com o público por intermédio das mídias sociais**. As redes sociais são usadas como ferramentas para divulgação de shows e produtos e como mediação de suporte para ele dialogar com seu público com respeito a suas ideias e formular discussões pertinentes com respeito a seu campo de trabalho. Os repertórios discursivos

gerados por meio das mídias sociais se dão por um circuito de significação inerente as práticas sociais que conduzem para a formação da identidade (CANCLINI, 2001). Siba também destaca a plataforma de rede social Facebook como espaço propício para serem potencializadas outras plataformas web e adotadas como sua principal ferramenta de comunicação no meio digital.

Esse é um campo que a gente vai aprendendo a lidar, vai descobrindo e errando, na tentativa de traçar uma estratégia que não existe pronta. Não existe nenhum livro que diz o que é certo fazer, ou como aquele certo a fazer vai dar certo para você e talvez para mim não vai dar. É um campo de muito improviso, mas ao mesmo tempo de muito aprendizado. É uma experiência muito concreta, direta, é você e seu público, o Facebook principalmente que potencializa todas as outras plataformas. Eu não sei, eu acho que a gente tem um modelo que está funcionando direitinho, lógico que eu gostaria que potencializar muito mais, mas a gente esbarra em pelo menos dois pontos que é a falta de recurso, um recurso maior para investir mesmo em divulgação, informação e tal, e o outro ponto é a rádio que poderia fazer realmente uma diferença. Mas dentro desse nível que a gente tem hoje o Facebook acaba funcionando super bem, você tem o contato direto com o público, divulga as coisas que você faz, os produtos que você tem e também dialoga no campo das ideias e discussões sobre assunto que você considera pertinente dentro daquele campo que você trabalha, alguns assuntos são políticos, outros não necessariamente (SIBA 1).

As figuras 5-4 e 5-5 ilustram a utilização da rede social Facebook para promover a campanha “Siba de Baile Solto” no *website* de *crowdfunding*, financiamento coletivo por meio de contribuições de internautas, Kickante. A campanha em questão consistia numa pré-venda exclusiva de CDs, discos de vinil, camisas e DVDs com o propósito de arrecadar recursos para a produção do novo disco. Esse tipo de estratégia de venda pode estar vinculado às novas tendências da indústria da música que, por meio da articulação e mobilização dos internautas nas redes sociais web, amplia suas possibilidades de arrecadação financeira (HERSCHMANN, 2010).

Por intermédio do **sistema de *crowdfunding***, surge um total de 408 contribuições de internautas que geraram uma arrecadação de R\$ 22.740,00, acima da média estabelecida de R\$ 20.000,00, conforme mostrado na figura 5-5.

Figura 5-4: Publicação da página de Siba no Facebook – 27/04/2015



Siba
Página curtida · 27 de abril de 2015 ·

SIBA-DE BAILE SOLTO
Participe do novo disco.
Link da Campanha Pré-Venda Exclusiva: <http://www.kickante.com.br/siba> ✓

Garanta o seu antes de todos nesta pré-venda exclusiva com frete incluso para receber no conforto do seu lar em todo o Brasil.

- 1 CD - De baile solto - R\$ 20,00
- 1 CD - De baile solto e 1 Camisa do Siba - R\$ 40,00
- 1 VINIL - De baile solto - R\$ 70,00
- 1 VINIL - De baile solto e Camiseta do Siba - R\$ 90,00
- 1 CD - De Baile Solto + Ingresso para Show de Lançamento do disco no Teatro de Santa Isabel (Recife) dia 26/06/15 - R\$ 40,00
- 1 CD - De Baile Solto + Ingresso para Show de Lançamento do disco no Teatro de Santa Isabel (Recife) dia 27/06/15 - R\$ 40,00
- PACK SIBA - CDS: De Baile Solto + Avante + Fuloresta do Samba + DVD Nos Balés da Tormenta + Camisa (Frete incluso para todo BR) - R\$ 120,00

Participar é muito, muito fácil. São 3 passos:
1 - Clique no Link da campanha: <http://www.kickante.com.br/siba> ✓
2 - Escolha o seu Kit Pré Venda
3 - Escolha a forma de pagamento, boleto ou cartão de crédito (parcela em até 6x com parcela mínima de R\$ 25).

Fonte: Página do artista no Facebook, 2016

Figura 5-5: Campanha Siba | De baile solto – Kickante

Siba | De baile solto

Música - Recife, PE



408kicks

R\$22.740,00

113%

Arrecadados da meta de R\$20.000,00

Encerrado!

Campanha flexível

Esta campanha recebeu todos os fundos arrecadados até 06/06/2015.

Recompensas

Embed Seguir

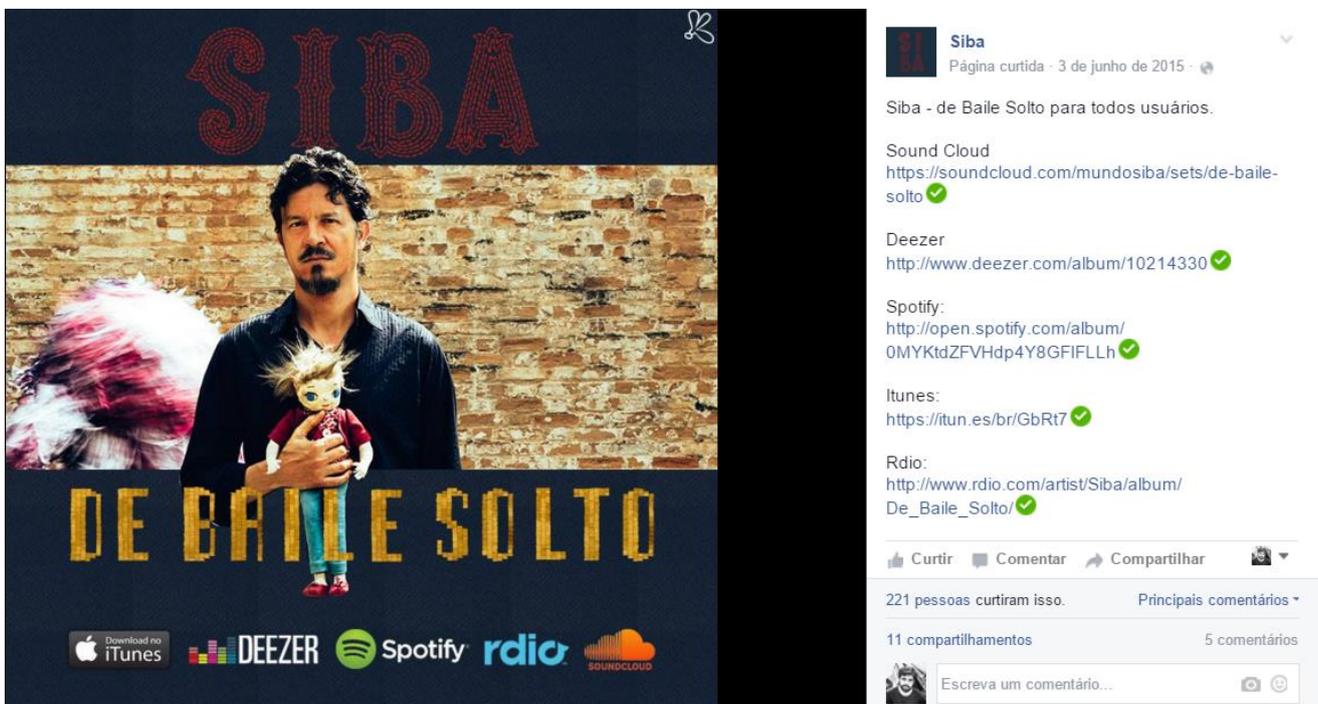
Fonte: Página do artista no Facebook, 2016

O uso das redes sociais da internet como um espaço interativo de comunicação e a utilização de plataformas de financiamento coletivo corresponde a tendências presentes no atual processo de reestruturação da indústria da música (KISCHINHEVSKY; HERSCHMANN, 2011), a considerar que é necessário estar aberto às mudanças tecnológicas e usar da **adaptabilidade e criatividade** com o desafio de se manter atuante no mercado da música, conforme apresentado no trecho a seguir:

Quem é artista fora dos grandes esquemas da mídia sobrevive num ambiente de variação constante. Não dá pra ter uma estratégia a longo prazo com objetivos específicos definidos muito claramente, mas tenho a sorte de ter construído uma relação profissional muito rica com minha empresária, Melina Hickson, que é responsável por grande parte de minhas conquistas mais concretas. Para mim, a grande estratégia consiste em me manter criativo, evitar a todo custo a estagnação das ideias e até mesmo do modo como me enxergo a cada dia. Enquanto há criatividade, há motivo pra se elaborar estratégias (SIBA 4).

Outra categoria a ser destacada é a **utilização de plataformas de streaming de música**, conforme podemos observar na publicação do Facebook (Figura 5-6):

Figura 5-6: Publicação da página de Siba no Facebook – 03/06/2015



Fonte: Página do artista no Facebook, 2016

O uso de plataformas de *streaming* de música segue a tendência do mercado que utiliza essas plataformas como estratégia para oferecer ao público uma maior facilidade para o acesso de suas músicas. As plataformas de *streaming* viabilizam o acesso à música em qualquer lugar e a qualquer momento configurando um novo padrão de consumo de música coadunado as práticas contemporâneas da "cultura de conectividade" (VAN DIJCK, 2013). Entretanto, Siba relata que enxerga com certa cautela o uso dessas plataformas por conta do controle que elas estão estabelecendo na indústria da música e devido à baixa remuneração aos artistas.

Essa coisa do streaming é meio controversa para mim, meio contraditório, eu me sinto ainda indo com uma maré que está indo agora e tento estar presente usando a mesma lógica que uso em oferecer o disco para download. Só que com streaming tem uma diferença, o streaming paga muito mais muito mal, mas ele gera uma receita. Aí não tem apenas a relação de oferecer o meu disco para quem quer baixar e compartilhar com quem queria, existem instancias superiores que estão monetizando uma obra e pagando muito pouco por isso para os artistas. Essa é uma relação que eu ainda não domino bem ao ponto de ter uma opinião clara, então eu prefiro deixar rolar dentro do que é uma direção que está se apontando no momento para poder dialogar com ela e poder entender. Mas é uma relação que eu acho que já começa com um certo sentido de controle, de fim daquela internet aberta que a gente tinha acreditado por um tempo e tal e me parece apontar para uma situação de controle que vai dizer o que vai ter ou que não vai ter de acessível. Isso é ruim, eu acho isso ruim (SIBA 1).

As subcategorias desveladas demarcam a utilização de plataformas web como peça central para articular os componentes simbólicos da produção cultural. As mídias tradicionais: rádios, jornais e televisão ainda apresentam expressivo papel na intermediação da música (HERSCHMANN, 2010), entretanto o acesso a esses veículos de comunicação é restrito aos ritmos segmentados de sucesso. Dessa forma, as novas mídias surgem como espaço alternativo e interativo de dinamização cultural da criação de significados junto ao público, possibilitando ao produtor cultural um formato de organização orgânico e colaborativo que se adapte às mudanças estruturais do setor.

5.1.3 Estruturas institucionais

A estruturação do setor da música para o artista independente retrata certa quebra de uma sujeição às instituições públicas. Considerando a visão manifestada por Siba, as instituições que deveriam estruturar o setor não conseguem fazê-lo e seus

papeis seriam muitas vezes limitados e contraditórios, conforme exposto no trecho abaixo:

Sei não [risos]. O setor da música não é estruturado nesses termos. As instituições têm um papel limitado, muitas vezes contraditório e algumas vezes curioso. Todas as instituições. Eu estou falando isso do ponto de vista daquilo que a gente chama de artista independente, que é aquele artista que tem uma certa independência em termos de estético mesmo. Ele não se dedica a nenhum dos ritmos segmentados de sucesso na rádio e na televisão, e não depende diretamente de nenhuma instância governamental, pelo menos não diretamente. Então é um ambiente que não é exatamente organizado onde existem instituições que exercem umas funções as vezes contraditórias, as vezes até de forma negativa. Mas tem ali o governo[federal], no caso de Pernambuco tem também o governo do estado e tem a Fundarpe, no nível nacional tem o ministério da cultura, são instituições que de alguma forma se propõe a normatizar ou direcionar ações no campo da cultura, mas que não conseguem dar uma estrutura global para o setor. No meu entendimento não há (SIBA 1).

Apesar dessa constatação, as **instituições governamentais** descritas por Siba assumem determinada representação no setor, porém não de forma efetiva direta, principalmente para o artista independente. A chegada da **internet** é destacada como um evento que originou mudanças no setor e que reconstituiu os papeis das instituições, criou novas possibilidades de relação com o público e exigiu que o artista acumulasse a função de gestor de sua própria carreira. Como pode ser evidenciado no trecho a seguir:

O contrato era de 3 anos, mas já no terceiro disco estava toda aquela coisa de pirataria rolando, a internet vindo, aí já não rolou o terceiro disco com a Sony. Para mim isso tudo foi bem positivo, acho que horizontalizou a relação do artista com o público e quem não sabia precisou aprender a administrar o próprio trabalho e se pensar como empresário, ser meio empresário meio artista e meio empreendedor também, empreender é desenvolver de alguma forma isso. A gente ganhou com a internet uma relação mais horizontal com o público, muito melhor do que era antes (SIBA 1).

A ausência de casas de shows para artistas autorais no estado de Pernambuco revela que eles se encontram numa situação de **dependência constante de políticas públicas de cultura** para viabilizar financeiramente suas produções musicais e para realização de festivais que possibilitem sua participação no mercado da música. Logo, tais instâncias acabam por inviabilizar a existência de um mercado local e estimular o deslocamento diaspórico de determinados artistas independentes pernambucanos para outros estados, a fim de que fosse garantida a sustentabilidade de seus empreendimentos culturais.

Minha geração não conseguiu, e as seguintes também não, a partir daquele momento que a gente criou uma certa visibilidade para produção cultural do estado e para a música que se produzia no estado, até pela estrutura que o lugar não oferecia a gente foi obrigado a migrar e logo em seguida o que tinha de potencial da música pernambucana independente foi sequestrada pelas políticas públicas de patrocínio. Pelo Funcultura, pela ação das diversas gestões de prefeitura e de governo, então houve um excesso, um peso muito grande nessa relação com o poder público e a gente não conseguiu criar minimamente, nem sequer minimamente, um mercado local para produção independente. Ficou basicamente restrito a carnaval, São João, Natal e os grandes festivais e eventos também patrocinados com o dinheiro público. Você vê que Recife não tem uma, duas ou três casas como poderia ter de tamanho pequeno para escoar a produção de uma cidade que é grande e que as pessoas não têm onde tocar. É uma condição que realmente expulsa o artista que realmente tem condição de sair e que não se conforma de viver se acordo com o jeito que o lugar oferece (SIBA 1).

As subcategorias reveladas sob o âmbito das estruturas institucionais apresentam as instituições governamentais com atuação não efetiva na estruturação e regulação do setor. Em Pernambuco, determinadas políticas públicas oferecem oportunidade para a atuação do artista de forma pontual por meio de patrocínio para as produções musicais e por via de exposições em festivais, entretanto essas ações por si não estabelecem uma estruturação de mercado para os artistas independentes desenvolverem sua atividade de forma sustentável. Contudo, a internet se consolida nesse cenário reconstituindo os papéis das instituições e oferecendo novas possibilidades de estruturação de mercado relação mediante protagonismo do artista como agente empreendedor cultural.

5.1.4 Infraestrutura técnica

As novas possibilidades de estruturação de mercado remetem às práticas contemporâneas de gestão concebidas mediante o suporte de uma infraestrutura técnica. A introdução de **tecnologias digitais** impactou nas formas de produzir e consumir música, principalmente a partir dos anos 90 (BACAL; NAVES, 2010), essas novas tecnologias permitem a democratização do acesso à produção e acabam com a subordinação aos grandes estúdios. Quando questionado sobre a diferença entre produzir um álbum no início da carreira, quando iniciou com o grupo Mestre Ambrósio, e a produção de um álbum na atualidade, Siba destaca que o advento dessas novas tecnologias proporciona a diminuição nos custos de produção e que no presente é possível realizar a gravação de um álbum usando um computador operado em casa.

Nesse sentido, começar hoje é muito mais fácil para qualquer pessoa, só ou em coletivo, tem condições de começar porque as tecnologias estão todas na mão. Você não precisa ser escravo de grandes estúdios de grandes custos porque dependendo do formato que você queria realizar o seu trabalho artístico com um computador em casa você tem um belo começo. [...] Por conta dessa facilidade então tem tanta gente começando bem com alto nível técnico e musicalmente falando, músicas bem produzidas com um som legal, tecnicamente bem feito em termos de áudio e vídeo. Então, todo mundo começa já soando bem e com uma puta imagem. (SIBA 1).

Após analisar as categorias analíticas da dimensão pública, expomos as subcategorias reveladas no Quadro 5-1:

Quadro 5-1: Dimensão Pública da Ação Empreendedora na Produção Cultural

Dimensões	Categorias	Definições
Público	Representações públicas	<ul style="list-style-type: none"> · Discriminação para com a cultura popular · Posicionamento contrário à ideia instrumentalização da cultura · Patrocínio indiscriminado a linguagens culturais distintas · Resistência à cultura do <i>mainstream</i> · Definição de artista da cena independente
	Formatos de organização	<ul style="list-style-type: none"> · Lógica de colaboração · Liberação gratuita dos álbuns · Pontos de vendas em shows e em loja virtual própria · Interação constante com o público por intermédio das mídias sociais · Sistema de <i>crowdfunding</i> · Adaptabilidade e criatividade · Utilização de plataformas de streaming de música
	Estruturas institucionais	<ul style="list-style-type: none"> · Instituições governamentais · Internet · Dependência constante de políticas públicas de cultura
	Infraestrutura técnica	<ul style="list-style-type: none"> · Tecnologias digitais

Fonte: Elaboração própria, 2016

As subcategorias emergidas na dimensão pública apresentam um ambiente estruturado por meio das realizações empreendedoras concebidas por meio da internet que se estabelecem mediante o suporte de uma equipe técnica e do uso de tecnologias digitais. Essa conjuntura permite a emergência de práticas articulatórias mediante a utilização das novas tecnologias de informação e comunicação que potencializam um modelo de negócio sustentável e proporcionam reflexões com respeito à discriminação da cultura popular junto ao público, assim favorecendo a atividade empreendedora não assistida por políticas públicas de patrocínio.

5.2 Dimensão privada da ação empreendedora de Siba

A dimensão privada está relacionada “ao fato de que a produção cultural estar permeada por aspectos subjetivos e privados que orientam a construção da realidade compartilhada pelos interagentes de determinado grupo” (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2014, p.6). Esses aspectos subjetivos são manifestados por associações socioculturais e políticas responsáveis pela construção de significados que guiam a criação dos produtos culturais. Esta dimensão da ação empreendedora cultural do artista Siba está organizada de acordo com as seguintes categorias: estruturas de sentido, trajetórias individuais, e transformação de ideias em produtos.

5.2.1 Estruturas de sentido

Um dos aspectos relatados como diferencial para a escolha da profissão foi o **suporte da família**, esse incentivo foi dado para Siba num momento em que não se tinha um contexto que proporcionasse uma perspectiva concreta de desenvolver atividade profissional relacionada a música, assim observado no trecho a seguir:

Como eu tive o apoio da família, que é de todas as coisas talvez a mais rara, é difícil nessa hora. Então, meus pais disseram que se eu quisesse isso eu ia ter que estudar, então eu tive esse privilégio que fez toda diferença para mim, mas não é o tipo de coisa para você analisar em termos de empreendedorismo, negócios. Claro que eu queria ter uma banda, ser artista e tocar, eu tinha uma ideia clara do que eu gostaria de fazer, mas não existia um contexto que desse para eu pensar nisso de uma forma concreta (SIBA 1).

Nesse cenário de dificuldades para se exercer qualquer atividade vinculada à música na década 80, o fator que motivou Siba a tentar seguir profissionalmente está associado a uma necessidade de **expressão da subjetividade**. No momento em que o produtor relata que essa escolha tinha mais a ver com um “desajuste com todo o resto do que algum tipo de ajuste que justificasse escolher aquilo”. Com isso, podemos entender o campo da música como um lugar que acolhesse este sentimento de diferença e que permitisse a expressão de um posicionamento político compatível com sua visão de mundo.

Essa foi uma escolha difícil no momento em que foi feito eu tinha 18 para 19 anos já tocava já curtia música já tinha vontade de ser música, mas para fazer uma escolha dessas nos anos 80 no Recife era um tipo de escolha que não tinha muito embasamento, uma realidade, em termos de possibilidade e potencialidade. Você escolhia porque não tinha outra coisa para escolher mesmo. Era o que eu queria fazer. Tinha mais a ver com o desajuste com todo o resto do que algum tipo de ajuste que justificasse escolher aquilo. Era anos 80 perspectivas nenhuma de coisa nenhuma para artista aqui em Recife (SIBA 1).

As estruturas de sentido observadas no relato do artista refletem aspectos de seu repertório simbólico construído ao longo de sua trajetória como indivíduo. Essa trajetória reverbera experiências que influenciaram aspectos de sua subjetividade na construção de significados entre os interagentes envolvidos na produção cultural. Essa é a necessidade de expressar uma subjetividade que ordena o repertório simbólico pautado nas dimensões culturais, sociais e políticas.

5.2.2 Trajetórias individuais

Ao analisar a trajetória de Siba fica evidente que a iniciação musical na infância foi basilar para aguçar sua curiosidade e o aproximar da área. Esse convívio com a música ainda quando criança fez com que se criasse o que ele chama de “dependência psicológica”, o que ressalta a identificação e a **necessidade de estar constantemente em contato com os valores oriundos do universo da música**.

Aos sete anos de idade meus pais me puseram numa escolinha de iniciação musical do colégio. Desde muito cedo eu já tinha uma relação ativa com a música, não só de tocar, mas de ouvir, um exercício de curiosidade que me fazia procurar discos e ler sobre o que ouvia (SIBA 5).

Com sete anos, minha mãe me colocou no curso de música do colégio – estudei no Colégio São Bento, em Olinda. Minha primeira infância foi no subúrbio de Olinda. Minha mãe achava que eu prestava atenção nos sons das coisas e minha iniciação musical aconteceu com a flauta doce. Tive essa musicalização bem cedo, não era nada sério, não tinha pretensão, não era um conservatório, mas foi uma musicalização precoce. No ambiente em que vivi não tinha esse negócio de musicalizar a criança – eu sou o mais velho, tenho uma irmã e um irmão. Desde o começo, gostei muito [das aulas de música]. Meu primeiro instrumento foi a flauta doce, queria tocar flauta transversal e me lembro que desde muito cedo já me imaginava músico. Queria estudar música de verdade, mas com 13, 14 anos eu queria surfar e ir pra praia e me afastei desse negócio de estudar música, mas eu já ouvia muita música, tinha uma dependência psicológica de música (SIBA 2).

Além dessa experiência de formação na música, uma questão determinante para compreendermos a trajetória de Siba diz respeito a sua **convivência com o Agreste**. A relação com o Agreste se deu pelas origens de sua família e seu lidar com os repertórios simbólicos desse ambiente se manifestaram na sua formação como artista, principalmente por sua aproximação com a experiência poética comum na região.

Nasci no Recife, mas minha família toda é do agreste, de Garanhuns, Caruaru, Lajedo. Tem uma experiência de poesia indireta, não tinha em casa, mas tinha indireta, no ambiente, de alguma forma.

[...] Essa coisa de como começou é muito difícil, porque você nunca lembra exatamente. Porque eu e minha família toda somos do agreste, do semiárido do Nordeste, que é uma região cultural que é uma coisa só, do Piauí, Ceará até o norte da Bahia. É uma região que tem uma poética própria e eu convivi desde pequeno, mas nada intenso, em casa não tinha isso, não sou filho de cantador, nada disso. Tinha isso no ar e tal e meu pai gostava bastante, mas depois vai ficando uma coisa mais presente (SIBA 3),

As subcategorias emergidas representam os aspectos da subjetividade relacionados com a dimensão privada da produção cultural. O contato iniciado ainda na infância com os valores do universo da música e sua relação com o Agreste compõem os *ensembles* culturais que tecem o *milieux* social (JOHNSON, 2004). Por meio dessas culturas vividas, momento 4 (Figura 2-1), são formados os reservatórios simbólicos que constituem “material bruto para uma nova produção cultural” (JOHNSON, 2004, p. 34).

5.2.3 Transformação de ideias em “produtos”

No que se refere ao processo de construção do produto cultural, nesse caso a música, é revelado que o **processo criativo vinculado ao texto/poesia** é uma das

características presentes no trabalho de Siba e que remete ao seu elo com a poesia, principalmente a poesia oral, uma vez que é por intermédio do texto, devidamente articulado com um “transporte musical”, que são criadas suas composições.

Como regra, meu processo criativo está sempre ligado ao texto, o que não quer dizer que trabalho sempre com o texto em primeiro plano. Mas a música trabalha em função do texto que virá. Boa parte do tempo o que faço é reunir fragmentos, tatear no escuro em busca de uma direção, tentar me manter atento ao que me rodeia. Misturado a isso está o exercício do instrumento, até que chega o momento de fazer um esforço maior de construir um todo possível no formato de um disco.

[...] Prefiro me definir como um poeta, ao mesmo modo de um repentista, cirandeiro, mestre de maracatu. A partir daí o que eu faço é articular um “transporte musical” para um texto que tem por referência uma estética específica, que é a da poesia oral praticada nesses formatos acima (SIBA 4).

Apesar de suas composições terem influências oriundas da cultura popular, elas transcendem a ideia de origem ou raiz com determinado estilo musical de determinada região. Essa postura é defendida pelo entendimento de que essas influências musicais são elementos fertilizadores de uma **criação orgânica e intrínseca**. Isso acaba quebrando uma lógica de referência de origem como algo concreto e rígido, pois estabelece a questão do artista como agente capaz de manipular e [re]construir símbolos e que acessa elementos culturais para fertilizar sua capacidade de [re]significação cultural, conforme observado no trecho abaixo:

[...] Mas essa coisa da relação da origem, da raiz é besteira. É pessoal, sou eu, eu tive uma experiência de sentir essa música diferente pra mim, de me sentir representado nela e de alguma forma me aprofundar nessa escuta, de usar ela como elemento de estranhamento, de fertilização. Porque pra mim a questão tá muito em quando você procura um caminho diferente, você precisa de um elemento que fertilize porque não dá pra você pegar um estilo e seguir ele quando já não tem mais o que dar. Pra mim a música do congo serve muito como isso, pra mim, só pra mim, mas não tem a ver com um elemento de origem (Siba 3).

Esse processo de construção das músicas também passa pela instância de trazer uma **reflexão política**. Siba afirma no trecho abaixo que “tudo o que fazemos e dizemos é político”, por isso ele busca se posicionar através de suas ações como indivíduo e artista. Inclusive, ressaltando que o seu último álbum “De Baile Solto” que foi lançado em 2015 remete a situação atual política do Brasil e carrega com ele uma série de reflexões políticas.

O lugar comum de que “tudo o que fazemos ou dizemos é político” vale aqui, nenhum trabalho meu deixou de ser fruto de escolhas que tiveram contexto e consequência políticos. Mas “De Baile Solto” tem um texto mais politicamente explícito mesmo, foi feito num momento em que tive que pensar com mais intensidade a dimensão política de minha relação com o Maracatu de Baque Solto e consequentemente meu posicionamento como indivíduo e artista.

[...] “De Baile Solto” parte da situação de marginalidade e exclusão de uma cultura local para discutir assuntos altamente pertinentes ao momento político do Brasil, na minha opinião. Qual a real importância da diversidade cultural para nós? Que podemos esperar desse projeto desenvolvimentista em que nos engajamos? De que tratamos quando falamos de violência e segurança pública? Jamais seremos capazes de pensar uma relação com o meio ambiente que não seja a que herdamos de europeus e americanos? Que valores podem substituir o “ter” e “poder”, para construirmos um lugar melhor para nossos netos? E assim por diante (Siba 5).

A preocupação de Siba sobre as questões políticas e assimetrias de poder que compõem a situação de marginalidade e exclusão da cultura popular torna-se pública, ou é publicada, por meio do seu enquadramento em termos de código materializado no seu último álbum “De Baile Solto”, é a preocupação, inerente à dimensão privada, que transformada e enquadrada sob uma forma de textos, o álbum de música se projeta como representação social na dimensão pública (JOHNSON, 2004).

Após analisar as categorias da dimensão privada, expomos as subcategorias emergentes no Quadro 5-2:

Quadro 5-2: Dimensão Pública da Ação Empreendedora na Produção Cultural

Dimensões	Categorias	Definições
Privado	Estruturas de sentido	<ul style="list-style-type: none"> · Suporte da família · Expressão da subjetividade
	Trajetórias individuais	<ul style="list-style-type: none"> · Necessidade de estar constantemente em contato com os valores oriundos do universo da música · Convivência com o Agreste
	Transformação de ideias em “produtos”	<ul style="list-style-type: none"> · Processo criativo vinculado ao texto/poesia · Criação orgânica e intrínseca · Reflexão política

Fonte: Elaboração própria, 2016.

As subcategorias emergidas na dimensão privada revelam a escolha de Siba de trabalhar profissionalmente na música para expressar seu posicionamento e visão de mundo. A necessidade de expressar sua subjetividade se conecta às vivências com expressões culturais do interior pernambucano suscitando sua atuação e relação de trabalho com a cultura popular como formação efetiva que orienta a construção de significados de sua produção cultural.

Esse repertório simbólico constituído reverbera não apenas as questões estéticas dessas expressões culturais do interior pernambucano, como por exemplo, a tradição da poesia, mas também ressoa os interesses inerentes às dimensões políticas e sociais de regiões consideradas periféricas. É com o suporte dessas estruturas conceituais que a [res]significação cultural ocorre delineada por meio dos aspectos subjetivos aflorados que dão forma a produção da música. O álbum de música se projeta como representação social permeando as estruturas da sociedade e refletindo questões políticas e assimetrias de poder que compõem a situação de marginalidade e exclusão da cultura popular.

6 Conclusões

O destaque de aspectos conclusivos emergentes na análise dos dados nos faz retornar a questão norteadora deste estudo: **Como ocorre a ação empreendedora cultural do artista pernambucano Siba no processo de [re]configuração da indústria da música por meio de novas tecnologias de informação e comunicação?** Para respondermos esta pergunta recorreremos aos Estudos Culturais como arcabouço teórico e ao modelo teórico-metodológico de Almeida, Paiva Júnior e Guerra (2013) e Guerra e Paiva Júnior (2012), constituído a partir da ideia do circuito da cultura, para análise das dimensões pública e privada da ação empreendedora do produtor musical Siba.

Para conduzir os aspectos conclusivos num primeiro movimento iremos utilizar como ponto de partida os aspectos emergentes da análise da dimensão privada, pois estes configuram elementos subjetivos que estimularam ação empreendedora de Siba na produção cultural. Após esse primeiro movimento, recorreremos à dimensão pública para compreender como os elementos da dimensão privada são publicados e quais são os formatos e estratégias de organização adotados por meio de novas tecnologias de informação e comunicação para estabelecer a ação empreendedora no atual processo de [re]configuração da indústria da música.

Ao imergimos na dimensão privada da ação empreendedora de Siba, sua prática na área da música tem forte vínculo com o a cultura popular, o que remete à sua vivência ainda na infância com a tradição poética da região do Agreste pernambucano. O convívio com a tradição poética, comum nas expressões culturais do Repente, Ciranda e Maracatu, está refletido na sua constituição como sujeito e na sua formação como artista de modo que seu processo criativo se dá a partir do texto/poesia. A representação da cultura popular se revela não apenas no processo criativo da música, mas também no posicionamento como figura pública em defesa das manifestações populares que historicamente são alvos de discriminação e repressão, a exemplo do Maracatu de Baque Solto. Há um conjunto de aspectos significativos culturais recorrente nas diversas formas/textos pelo qual o produtor estabelece seu discurso simbólico com o público.

O posicionamento em defesa da cultura popular é estabelecido mediante a sua ação empreendedora para emancipação social de locais de manifestação de culturas periféricas onde acontecem essas expressões populares. Esse posicionamento é conduzido por meio de reflexões políticas que são evidenciadas em sua prática na produção cultural e que são transmitidas para o público no formato de composições musicais e declarações em veículos de comunicação, nesse ponto para um artista independente como ele não há possibilidade de acesso aos veículos de comunicação em massa, pois esses veículos são acessados exclusivamente pela cultura produzida sob a lógica do *mainstream*.

No atual processo de [re]configuração da indústria da música, o empreendedor musical encontra nas novas tecnologias de informação e comunicação um espaço em que suas composições e ideias podem ser difundidas. As novas tecnologias de informação e comunicação são compreendidas não apenas como um canal de comunicação acessível aos artistas independentes, mas também como um campo que oferece a possibilidade de estabelecer novos modelos de negócios, a exemplo da ação empreendedora de Siba por meio da plataforma de *crowdfunding* na arrecadação financeira para a produção de seu último álbum “De baile solto”. Essa forma de financiamento como formato inovador de viabilização de um produto cultural proporciona uma alternativa para produção cultural com status midiático periférico.

Um dos pontos de destaque das novas tecnologias de informação e comunicação é a utilização da rede social da internet Facebook para promoção de outras plataformas web e como canal de interação constante com o público por meio do qual o empreendedor cultural consegue expressar seu posicionamento sobre a produção cultural instigando reflexões sobre as assimetrias de poder e políticas no que se refere à cultura popular. Esse movimento de interação com o público na rede social, bem como o consumo de sua produção musical, proporciona o reconhecimento do seu público com as causas defendidas e favorece ao fortalecimento da identificação com o artista. Assim a apropriação das mídias sociais pelo empreendedor cultural pode constituir um processo de emancipação social conduzido por meio de ações políticas que remetam ao reconhecimento das causas sociais periféricas.

Sobre a distribuição dos fonogramas, as estratégias de disponibilização gratuita de álbuns para *download* em plataformas web e de disponibilização das músicas nas plataformas de streaming viabilizam o aumento da projeção do artefato cultural e, por consequência, dos elementos representativos concebidos em sua criação que podem favorecer a difusão de temas a respeito de questões sociais emergentes. As novas tecnologias de informação e comunicação também podem ser utilizadas para conduzir a comercialização de discos no formato físico e outros produtos vinculados à marca do artista como camisetas e DVD.

As estratégias utilizadas na produção musical revelam a ação empreendedora cultural voltada para um modelo de gestão e organização de trabalho que apresentam componentes como criatividade e adaptabilidade como substâncias fundamentais para sobrevivência na [re]configuração da indústria da música. O uso das novas tecnologias de informação e comunicação é vital para articulação de sua atividade empreendedora e exigem um constante contato com as inovações emergentes no setor.

Ao ser utilizada a abordagem dos Estudos Culturais como arcabouço teórico, foi ampliado o entendimento a respeito das ações empreendedoras emergentes no setor da música para o vislumbre das dimensões políticas e sociais, não se atendo apenas à concepção administrativa clássica do empreendimento cultural. Assim, reconhecemos a pujança das novas tecnologias de informação e comunicação na ação empreendedora atual como ferramenta que potencializa a busca pela emancipação social de expressões e manifestações culturais consideradas periféricas, bem como estabelecemos a conexão dos elementos simbólicos presentes no momento da produção cultural com a trajetória do empreendedor cultural. Esses aspectos revelados tornam imperativo o esforço por uma maior aplicação dos Estudos Culturais em linhas de investigação dos Estudos Organizacionais devido ao fato de a estruturação da sociedade contemporânea está atrelada a interações que acontecem no campo do simbólico e que são inerentes as esferas econômicas, políticas, culturais e sociais.

Em relação às limitações do estudo, podemos destacar que a pesquisa não engloba o processo de intermediação com o público. Consideramos que as interações ocorridas nas redes sociais na internet podem ser alvo de investigação profunda por constituírem uma arena de diálogo entre o produtor cultural e os internautas de maneira

que se estabelece um espaço favorável à formação de laços identitários. Nesse caso, sugerimos o desenvolvimento de estudos que contemplem a ação empreendedora e a formação dos laços identitários na produção cultural por meio das novas tecnologias de informação e comunicação, abrangendo não apenas a [re]estruturação do setor da música, como também outras linguagens culturais.

Referências

- ALMEIDA, S. L.; PAIVA JÚNIOR, F. G.; GUERRA, J. R. F. Representação da Produção do Consumo do Queijo Coalho Artesanal. **RIGS**, v. 2, n. 2, p. 37-58, 2013
- ALMEIDA, S. L.; GUERRA, J. R. F.; PAIVA JUNIOR, F. G. O Empreendedorismo Compreendido sob a Perspectiva dos Estudos Culturais: a Contribuição Teórica do Circuito da Cultura. In: XXXIV EnANPAD - Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2010, Rio de Janeiro. **Anais do XXXIV EnANPAD**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.
- AZEVEDO, C. E. F.; OLIVEIRA, L. G. L. ; GONZALEZ, R. K. ; ABDALLA, M. M. . A Estratégia de Triangulação: Objetivos, Possibilidades, Limitações e Proximidades com o Pragmatismo. **EnEPQ - IV Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade**. Brasília, 2013.
- BACAL, T.; NAVES, S. C. Inventando tecnologias e produzindo sons: relações estabelecidas entre produtores sonoros e tecnologias de criação. **Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades** organizado por Simone Pereira de Sá. -- Porto Alegre: Sulina, 2010.
- BAUER, M.; AARTS, B. A Construção do *Corpus*: um princípio para coleta de dados qualitativos. In: BAUER, M.; GASKELL, G. (Ed.). **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- BANKS, M. *et al.* Risk and Trust in the Cultural. **Geoforum**, v. 31, p. 453-464, 2000.
- BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília, 2011.
- BENDASSOLLI, P. *et al.* Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades. **RAE**, v. 49, n. 1, p. 10-18, jan./mar. 2009.
- BOURDIEU, P. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- BRITTO, R. **Estudos Culturais em debate**. Galáxia (São Paulo, Online), n. 23, p. 230-234, jun. 2012.
- BRUNSTEIN, I. **Economia de Empresas: Gestão Econômica de Negócios**. São Paulo: Atlas, 2005.
- BYRNE, D. **How Music Works**. McSweeney's, 2012.
- CANCLINI, N, G. **Consumidores e Cidadãos**. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2ª ed., 2010.
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004

COSTA, J. H. Os estudos culturais em debate: um convite às obras de Richard Hoggart, Raymond Williams & E. P. Thompson. **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**, Maringá, v. 34, n. 2, p. 159-168, 2012

COULSON, S. Collaborating in a competitive world: musicians' working lives and understandings of entrepreneurship. **Work Employment & Society**, v. 26, n. 2, p. 246-261, 2012

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

DAVEL, E.; CORA, M. A. J. Empreendedorismo Cultural: Construindo Uma Agenda Integrada de Pesquisa. **VIII EGEPE - Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, Goiânia, 24 a 26 de março, 2014.

DU GAY, P. *et al.* **Doing cultural studies: the story of the Sony walkman**. Londres: Sage Publications, 1997.

DUBRAVAC, S. **Digital Destiny: How the New Age of Data Will Transform the Way We Work, Live, and Communicate**. Washington: Regnery Publishing, 2015

DUISENBERG, E. dos S. Economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável? *In: REIS, Ana Carla Fonseca (Org.). Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, p. 268, 2008. Disponível em: <http://www.garimpodesolucoes.com.br/downloads/ebook_br.pdf>. Acesso em: dez. 2014.

ESCOSTEGUY, A. C. **Uma introdução aos estudos culturais**. Revista FAMECOS: Porto Alegre, 1998.

ESCOSTEGUY, A. C. **Cartografia dos Estudos Culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FONTENELLE, I. A. **Pós- Modernidade: trabalho e consumo**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FREIRE FILHO, J.; VAZ, P. **Construções do tempo e do outro: representações e discursos midiáticos sobre a alteridade**. Mauad Editora Ltda, 2006

FREITAS, R. O. Jovens de terreiros: ciberativismo e protagonismo juvenil entre integrantes de religiões Afro-Brasileiras em Salvador e Região Metropolitana. **Educere et Educare**, v. 10, p. 611-623, 2015.

GENES, F.; CRAVEIRO, R. U.; PROENÇA, A. Inovações tecnológicas na cadeia produtiva da música no século XXI. **Revista Eletrônica Sistemas & Gestão**. v. 7, n. 2, p. 173-190, 2012

GIL, R. Análise de Discurso. *In: BAUER, M. W.; GASKELL. G. (Ed.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

GORDON, S. **The Future of the Music Business: How to Succeed with the New Digital Technologies**. Hal Leonard Books, 2015.

GREFFE, Xavier. **A Economia Artisticamente Criativa: Arte, mercado, sociedade.** Iluminuras e Itaú Cultural, 2016.

GUERRA, J. R. F.; PAIVA JUNIOR, F. G. Empreendedorismo Cultural na Produção Cinematográfica: A ação Empreendedora de Realizadores de Filmes Pernambucanos. **RAI - Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 8, n. 3, p.78-99, jul ./set. 2011

GUERRA, J. R. F.; PAIVA JÚNIOR, F. G. O Empreendedorismo no Campo da Produção Cultural: analisando a dimensão privada da ação empreendedora no audiovisual. **VII EGEPE - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, Florianópolis, Março de 2012.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação e Realidade. Cultura, Mídia e Educação**, v.22, n.2, p.15-46, jul/dez, 1997.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HALL, S. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

HARTLEY, J. **Creative industries.** Malden, MA, Oxford e Victoria: Blackwell, 2005.

HERSCHMANN, M. **Indústria da Música em Transição.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

HESMONDHALGH D.; MEIER L. **Popular music, independence and the concept of the alternative in contemporary capitalism.** In: BENNETT J.; STRANGE N (ed). *Media Independence: Working with Freedom or Working for Free?*. London: Routledge, 2014.

HOWKINS, J. **The creative economy.** London: Penguin, 2001.

HU, F. Development of Cultural Industries to Promote Urban Economic Development. **International Journal of Business and Management**, v. 4, n. 10, out., p. 184-186, 2009.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY – IFPI. **Digital music report 2014.** London: IFPI, 2014. Disponível em: <<http://www.ifpi.org/downloads/Digital-Music-Report-2014.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2015.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY – IFPI. **Digital music report 2015.** London: IFPI, 2015. Disponível em: <<http://www.ifpi.org/downloads/Digital-Music-Report-2015.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2016.

JOHNSON, Richard. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

KELLNER, D. **A cultura da mídia.** São Paulo: Edusc, 2001.

- KIRSCHBAUM, C. et al. (Coord). **Indústrias Criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo, HERSCHMANN, M. A reconfiguração da indústria da música. **E-Compós** (Brasília). , v.14, p.1 – 14, 2011.
- LAWRENCE, P. B.; PHILLIPS, N. Understanding Cultural Industries. **Journal of Management Inquiry**, v. 11, n. 4, p. 430-441, 2002.
- LEÃO, F. S. **O fenômeno pós-mangue na cena musical pernambucana**. 2008. 225 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal de Pernambuco – Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Recife, 2008.
- LIMEIRA, T. M. V. Empreendedor Cultural: Perfil e Formação Profissional. **IV ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**, Salvador, Maio de 2008.
- LIPOVETSKY, G; CHARLES, S. **Os Tempos Hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- MARSHALL, L. The 360 deal and the 'new' music industry. **European Journal of Cultural Studies**, v. 16, n. 1, p. 77–99, 2013
- MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- MARTINEZ-CANAS, R.; RUIZ-PALOMINO, P.; POZO-RUBIO, R. Crowdfunding And Social Networks In The Music Industry: Implications For Entrepreneurship. **The International Business & Economics Research Journal (Online)**, p. 1471, 2012.
- MATEO PÉREZ, R. Industrias culturales y de la comunicación: Mito y lógica de la creatividad y del empresario innovador. **Revista Latina de comunicación social**, n. 70, p. 813-832, 2015.
- MENEZES H.; BARRETO, L.C.C. **A Indústria Fonográfica: Um Modelo de negócio em questão**. Rio de Janeiro: Editora Letra e Música Comunicação, 2003.
- MILLER, Daniel. Consumption and its Consequences. In: Mackay, H. (Ed.) **Consumption and Everyday Life London**, 1997.
- NAKANO, D. A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música. **Gestão Produção**, São Carlos, 2010, vol.17, no.3, p.627-638. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v17n3/15.pdf>> Acesso em 02/01/2015.
- NEGUS, K. The Production of Culture. In: P. Du Gay (Ed.) **Production of Culture/Cultures of Production**, 1997.
- NEGUS, K. **Music genres and corporate cultures**. Nova York, Routledge, 2004.
- NELSON, C.; TREICHLER, P. A.; GROSSBERG, L. Estudos culturais: uma introdução. In: SILVA, T. T. da. **Alienígenas em sala de aula: Uma introdução aos estudos culturais em educação**. 4. ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2002.
- NEWBIGIN, J. **A Economia Criativa: Um Guia Introdutório**. British Council, 2010.

ORLANDI, E. P. Vão surgindo os sentidos. In: ORLANDI, Eni Puccinelli. (Org). **Discurso fundador**: a formação do país e a construção da identidade nacional. 3 ed. Campinas: Pontes, 2003. 11-25.

ORDANINI A., MICELI L., PIZZETTI M., PARASURAMAN A. Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative servisse platforms. **Journal of Service Management**, v. 22, n. 4, p. 443-470, 2011.

PAIVA JUNIOR, F. G.; LEÃO, A. L. M S.; MELLO, S. C. B. Validade e Confiabilidade na Pesquisa Qualitativa em Administração. **Resumos dos Trabalhos do I EnEPQ** - Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade, Recife, 2007.

PAIVA JUNIOR, F. G.; GUERRA, J. R. F.; ALMEIDA, S. L. A Dimensão Pública da Ação do Empreendedor Cultural na Produção de Cinema. **Cadernos de Estudos Sociais**, v. 27, p. 155-170, 2012.

PAIVA JUNIOR., F. G.; CUNHA, T. N.; GUERRA, J. R. F. **O Empreendedor Cultural do Filme como Bem Simbólico**: os produtores cinematográficos de Pernambuco. In: GIMENEZ, F. A. P. G.; CAMARGO, E. C.; MORAES, A. D. L.; MOROZ, V.; Economia Criativa: conhecimento e empreendedorismo para uma sociedade sustentável. 1ed.Curitiba: UFPR, 2013, v. 1, p. 1-119.

PEREIRA, M. A. M.; MENDONCA, G. M. Cultura e Empreendedorismo: Um estudo do financiamento colaborativo ou crowdfunding de projetos culturais no Brasil. In: TMS ALGARVE 2014 MANAGEMENT STUDIES INTERNATIONAL CONFERENCE, 2014, Olhão, Algarve. **Perspectivas Contemporâneas em Recursos Humanos e Empreendedorismo**, 2014.

PETRIDOU, E.; AFLAKI, I. N.; MILES, L. **Unpacking the theoretical boxes of political entrepreneurship. Entrepreneurship in the Polis**: Understanding Political Entrepreneurship. Aldershot: Ashgate, p. 1-16, 2015.

RAVASI, D.; RINDOVA, V. Criação de valor simbólico. **RIGS**, v.2, n.2, p. 13-35, 2013

REINKE, B. E. **Indie Music In The Age Of The Internet**. CMC Senior Theses, 2013

SANTOS, V. A. Os desafios e as possibilidades do uso das novas tecnologias no campo da música. In: SAID-HUNG, E.; BRÄNDLE G. **Las sociedades en red: libertad de expresión, consumo comunitario y desafíos profesionales y artísticos**. Colômbia: Colombia Digital, 2012.

SCHLEDER, V. N.; COIRO MORAES, A. L. Publicidade na internet: o jogo das identidades da Natura. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, vol. 14 n. 3, São Leopoldo, 2012.

SILVA, N. M. **Globalização e Diversidade Cultural**: O caso do Mangubeat na música brasileira contemporânea. Estudos de Sociologia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPE, v. 9, n 2, p 59-82, 2003.

SILVA, L. B. **Manguebeat**: vanguarda no mangue? (Dissertação) Mestrado Curso de Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

SILVA, T. T. (Org). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 15 ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

SILVEIRA, S. B. M. de. Cultura, Poder e as Diferenças. **Plures Humanidades**, v. 15, n. 2 p. x, 2014.

SMITH, G. D.; GILLET, A. Creativities, innovation, and networks in garage punk rock: a case study of the Eruptörs. *Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Arts*, v. 4, n. 1, p. 9-24, 2014.

SOUZA, A. C. R. **O "circuito da cultura" e a estruturação de um discurso: fazendo sentido do vinho do Vale do São Francisco**. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Administração, Departamento de Ciências Administrativas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.

SOUSA SANTOS, Boaventura de. A Reinvenção da Emancipação Social a partir das Epistemologias do Sul. Palestra proferida na UNB em junho de 2009. In.: CLAVELIN, Isabel. **Jornal Irohin**. Brasília, ano XIII, nº. 24. 2009.

STAKE, R. E. **The art of case study research**. London: SAGE Publications, 1995.

TEPERMAN, R. **Se liga no som**. Editora Companhia das Letras, 2015

YÚDICE, G. **A Conveniência da Cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

VAN DIJCK, J. **The Culture of Connectivity**: A Critical History of Social Media. Oxford: Oxford University Press, 2013

VIVEIRO, F. T. N.; NAKANO, D. N. Cadeia de produção da indústria fonográfica e as gravadoras independentes. International Conference on **Industrial Engineering and Operations Management**, Rio de Janeiro, 2008.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. (Org). **Identidade & Diferença**. Petrópolis: Vozes, 2000.

APÊNDICE A – Protocolo para Coleta de Dados

Cobertura temática	Objetivo Principal	Categorias Analíticas	Questões
As dimensões discursivas que demarcam a ação do empreendedor cultural na produção musical	Compreender a ação do empreendedor cultural na [re]configuração da indústria da música por meio das novas tecnologias de informação e comunicação	<p>Dimensões Públicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Representações públicas - Relações de produção - Formas de organização - Estruturas institucionais - Infraestrutura técnica 	<ul style="list-style-type: none"> - De que forma você avalia a ação dos artistas/produtores musicais de Pernambuco em relação ao desenvolvimento do setor? - Quais são as instituições responsáveis pela estruturação do setor? - Como se dão as relações entre os atores envolvidos na produção musical? - Quais as formas mais comuns de se organizar a realização de um álbum/CD desde a sua concepção até o seu consumo/venda/exibição? - Qual é o papel da internet na organização do setor? - Qual a infraestrutura técnica necessária para produção musical? - Qual sua perspectiva sobre as condições de ser um artista/empreendedor em Pernambuco?
		<p>Dimensões Privadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estruturas de sentido - Trajetórias individuais - Transformação de ideias em “produtos” 	<ul style="list-style-type: none"> - Como você decidiu se tornar um artista/empreendedor? - Como se deu a sua trajetória no campo da música? - Como são construídos os relacionamentos com o público? - De que forma você analisa a sua atuação no setor? - Como se dá o relacionamento entre os artistas/empreendedores? Há parcerias? - Durante esses anos quais foram as mudanças percebidas por você na forma de produzir música?

Fonte: Elaboração própria, 2016.

APÊNDICE B – Transcrição entrevista – Siba 1

Thiago Neves: Siba, como você decidiu viver de música?

Siba: Essa foi uma escolha difícil no momento em que foi feito eu tinha 18 para 19 anos já tocava já curtia música já tinha vontade de ser música, mas para fazer uma escolha dessas nos anos 80 no Recife era um tipo de escolha que não tinha muito embasamento, uma realidade, em termos de possibilidade e potencialidade. Você escolhia porque não tinha outra coisa para escolher mesmo. Era o que eu queria fazer. Tinha mais a ver com o desajuste com todo o resto do que algum tipo de ajuste que justificasse escolher aquilo. Era anos 80 perspectivas nenhuma de coisa nenhuma para artista aqui em Recife. O máximo que podia fazer era tocar na noite ou estudar um pouco mais e ser professor de música. Como eu tive o apoio família, que é de todas as coisas talvez a mais rara, é difícil nessa hora. Então, meu pais disseram que se eu quisesse isso eu ia ter que estudar, então eu tive esse privilégio que fez toda diferença para mim, mas não é o tipo de coisa para você analisar em termos de empreendedorismo, negócios. Claro que eu queria ter uma banda, ser artista e tocar, eu tinha uma ideia clara do que eu gostaria de fazer, mas não existia um contexto que desse para eu pensar nisso de uma forma concreta.

Thiago Neves: Para você como se dá esse relacionamento dos profissionais da música aqui em Pernambuco? Há parcerias?

Siba: No nosso campo, o da música independente, nós podemos dizer que temos o privilégio de talvez de praticar um tipo de concorrência ou de competitividade não agressiva. Pelo menos não no primeiro plano. É um campo mais ou menos restrito que funciona por uma lógica de colaboração, compartilhamento de ideias e de experiência e trabalho em rede. Mesmo não sendo um trabalho em rede organizado e formalizado, pelo menos de uma maneira geral os artistas que você tem mais sintonia ou um tipo de troca de ideias que tem uma vibe [inaudível] assim. De uma maneira geral, eu posso dizer que prevalece um tipo de postura de companheirismo mais do que concorrência, tua pergunta fala de artistas de Recife, mas eu tô em São Paulo há muitos anos, desde 96. Depois que eu voltei pra Pernambuco em 2001 eu fui para Nazaré da Mata viver um outro tipo de ambiente de rede e de lógica. Já faz um tempo que eu sou um meio dentro

um meio fora de Recife. Claro que eu tenho meu pé na cidade, vou muito na cidade, tenho família aí, tenho bastante interesse nos artistas daí também. Mas eu não estou sempre em Recife, nem tenho uma presença constante a ponto de avaliar como se dá essa relação dos artistas em Recife.

Thiago Neves: Como foi o início da tua trajetória na música?

Siba: Basicamente eu comecei tocando informalmente em bandas de garagem, amigos e tal, nada muito organizado não, até surgir o Mestre Ambrósio basicamente. Eu fiz parte de uma banda antes do Mestre Ambrósio chamada Andaluza, banda do Artur, que chegou a continuar tocando na cidade, fez a fazer outras coisas e tal, o tempo que a gente chegou a ficar junto foi até razoável mais profissionalmente não chegou a ter grandes movimentos. A primeira banda que toquei que começou a ter algo mais profissional em Recife e depois fora foi o Mestre Ambrósio. A gente começou em 92 e foi com o Mestre Ambrósio que eu vim para São Paulo em 96.

Thiago Neves: Vocês tiveram alguma produtora?

Siba: Nós tivemos vários momentos, mas nós chegamos a assinar com a Sony, lançamos discos pela gravadora Sony. Mas era outro momento, fazia sentido você trabalhar em função de conseguir um contrato com gravadora na intenção que a gravadora possibilitasse um tipo de projeção mais mainstream, mais de rádio e TV mesmo.

Thiago Neves: Quais as formas mais comuns de se organizar a realização de um álbum/CD atualmente? Como foi no início da carreira?

Siba: Eu vivi o final do tempo das gravadoras, não que elas tenham acabado, mas o campo de ação delas hoje é muito diferente as gravadoras hoje praticamente só dialogam com o que a gente chama de mainstream, música mais comerciais com dois, três ou quatro gêneros no Brasil e mais uns poucos de fora também, então é um campo muito específico e restrito. Eu peguei o último momento onde parte da produção independente ou então não tão formatada em termos de gênero do mainstream podiam conseguir contratos eventualmente com alguma gravadora e conseguir algum tipo de projeção. Esse tipo de relação para a gente do Mestre Ambrósio sempre foi meio conflituosa porque a banda não se encaixava no padrão em que a gravadora estava acostumada de trabalhar. A gravadora contratou a banda, investiu uma certa grana, fez

uma produção de alto nível, investia em espaço de televisão, mas ao mesmo tempo não tinha um projeto claro, eles não sabiam o que fazer com a banda e não investiam em rádio. Ou seja, não pagavam jabá. Nós não tínhamos esse suporte pesado que outros projetos mais encaixados em estilos x ou y tinham. Então para gente sempre foi complicada essa relação, mas foi boa também porque apresentou bastante a banda na época, porém terminou antes do tempo. O contrato era de 3 anos, mas já no terceiro disco estava toda aquela coisa de pirataria rolando, a internet vindo, aí já não rolou o terceiro disco com a Sony. Para mim isso tudo foi bem positivo, acho que horizontalizou a relação do artista com o público e quem não sabia precisou aprender a administrar o próprio trabalho e se pensar como empresário, ser meio empresário meio artista e meio empreendedor também, empreender é desenvolver de alguma forma isso. A gente ganhou com a internet uma relação mais horizontal com o público, muito melhor do que era antes.

Thiago Neves: Qual é papel das redes sociais para você? A internet auxilia na interação e o contato com o público?

Siba: Esse é um campo que a gente vai aprendendo a lidar, vai descobrindo e errando, na tentativa de traçar uma estratégia que não existe pronta. Não existe nenhum livro que diz o que é certo fazer, ou como aquele certo a fazer vai dar certo para você e talvez para mim não vai dar. É um campo de muito improvisado, mas ao mesmo tempo de muito aprendizado. É uma experiência muito concreta, direta, é você e seu público, o Facebook principalmente que potencializa todas as outras plataformas. Eu não sei, eu acho que a gente tem um modelo que está funcionando direitinho, lógico que eu gostaria que potencializar muito mais, mas a gente esbarra em pelo menos dois pontos que é a falta de recurso, um recurso maior para investir mesmo em divulgação, informação e tal, e o outro ponto é a rádio que poderia fazer realmente uma diferença. Mas dentro desse nível que a gente tem hoje o Facebook acaba funcionando super bem, você tem o contato direto com o público, divulga as coisas que você faz, os produtos que você tem e também dialoga no campo das ideias e discussões sobre assunto que você considera pertinente dentro daquele campo que você trabalha, alguns assuntos são políticos, outros não necessariamente. Eu não faço o perfil muito ativo e presente em discussões o tempo inteiro, me falta tempo para isso. Faço de maneira meio [inaudível] as vezes e em alguns momentos e tal. A não ser quando são assuntos mais próximos do meu trabalho

especialmente com esse lance da minha relação com da Mata Norte pernambucana. Esse é um ponto que eu faço muita questão de assumir uma voz mais em primeira pessoa, mais afirmativa e clara, acho que é uma obrigação minha porque o que eu sou como artista tem muito a ver com a contribuição que a Mata Norte deu para minha experiência como pessoa. Então me sinto obrigado a não ficar em cima do muro nessas questões. Fora isso tem a ver também com divulgar o trabalho propriamente dito mesmo.

Thiago Neves: Qual é o papel da internet na organização do setor? O que você acha, por exemplo, da questão da liberação de downloads das músicas pelo artista?

Siba: Olha, essa coisa de download é uma coisa em discussão têm opiniões diversas sobre isso. No momento em que a venda de discos caiu muito e não se sabia para que lado ir, estava muito longe desse momento agora em que o streaming gerou um certo padrão de escuta. Ainda bem não completamente, as pessoas ainda optam pelo vinil, pelo formato analógico. O que eu acho bem interessante. Mas nesse momento intermediário, nesse tempo de ninguém, o download era a única maneira de você oferecer um contato mais constante com seu público, o acesso a obra. Eu continuo achando que no Brasil para um artista como eu vale muito mais apenas, em termos de compartilhamento e projeção, dar o disco para download do que você teoricamente perde em termos de venda física. Na minha experiência o download não atrapalha a venda e a pessoa que gosta de ter o disco vai comprar. O movimento da nossa loja é bem constante, não é milionário, mas é constante e justifica o investimento de todos os produtos, a venda de todos os produtos é justificada pela relação investimento e lucro, pela lojinha e mais ainda pela venda em shows dos discos, vinis, camisas e tal. Então é um negócio pequeno, fragmentado, mas que se justifica bastante em termos de retorno.

Thiago Neves: De que forma você analisa a sua atuação no setor? Vi numa entrevista sua que só por você subir no palco com uma rabeca isso já representava uma situação de resistência.

Siba: Não é só a Rabeca em si, mas é a opção de ter a música de rua como elemento central no meu trabalho, são culturas que são marginais, inferiorizada que tem uma forte carga de folclorização pejorativa, as próprias palavras que se usam para classificar e qualificar essas diversas formas de expressão que são por si só pejorativa, diminutivas ou restritivas, então o simples fato de pegar uma rabeca, cantar maracatu e ciranda, ou cantar músicas da mata norte, todos esses elementos têm uma conotação política, eles

afirmam uma posição política que tem muito a ver com a necessidade de descolonizar mesmo a cabeça e os modos de como proceder. Esse é um pensamento que eu tive muito cedo por ser um cara do Recife, um cara do rock, que é uma cultura desterritorializada de certa forma, que eu tenho entendido como uma cultura universal, mas que na verdade é nada mais que uma cultura que veio de algum lugar, mais uma cultura regional, só que teve uma projeção internacional e foi globalizada. Para mim a quebra desse paradigma da música global e urbana, ela foi muito importante e ainda é, mas eu tenho sempre que repensar esse lugar dessa música cosmopolita que faz parte do meu trabalho, é sempre assim. Esses elementos todos eles reafirmam isso, a necessidade de ser particular.

Thiago Neves: Por isso você faz questão de reafirmar pelas redes sociais esse seu posicionamento em relação a Mata Norte?

Siba: Está tudo interligado. No fim das contas eu fui um cara que tive o privilégio de ter acesso a uma educação, se não de mais qualidade, porque isso é muito questionável, mas uma educação que instrumentaliza o cara para ocupar lugares [inaudível] na sociedade. Eu tive uma formação típica de classe média pude estudar até o terceiro grau e poderia ter escolhido várias profissões e ao mesmo tempo meu sucesso como artista, minha projeção, minha obra, tudo que eu fiz deve-se muito ao que eu aprendi e vivenciei, e ainda vivencio, com a Mata Norte pernambucana. Que, por sua vez, é uma região altamente desprivilegiada, segregada e que tem um histórico escravocrata, um histórico de escravidão pesadíssimo, e é marginalizada de uma maneira geral. Então isso me coloca numa posição ética muito clara, é lógico que eu tenho que responder de uma forma perante a minha posição de artista, lógico que eu não sou um típico cortador de cana que canta maracatu e ciranda, mas eu também canto maracatu e ciranda, mas a posição que eu ocupo, a própria visibilidade que eu tenho me obrigam a me colocar claramente em relação a essas questões políticas que dizem respeito a região porque são questões que têm consequências muito sérias. Você vê que até hoje é uma região que tem uma força cultural muito grande, uma particularidade enorme, a cultura da Mata Norte é super rica, dinâmica e que têm monte de gente, é uma cultura viva e presente, mas que você não vê a projeção de nenhuma individualidade na região. Depois de mestre Salustiano não tem mais nenhum nome que você ouviu falar, a não ser que você já seja ligado no assunto aí você já vai ter ouvido de mestre Barachinha ou outro. Mas

normalmente só se sabe do genérico [inaudível]. É consequência de modo de ser e funcionar e desse sistema que exclui pra caramba.

Thiago Neves: Quais são as instituições responsáveis pela estruturação do setor da música?

Siba: Sei não [risos]. O setor da música não é estruturado nesses termos. As instituições têm um papel limitado, muitas vezes contraditório e algumas vezes curioso. Todas as instituições. Eu estou falando isso do ponto de vista daquilo que a gente chama de artista independente, que é aquele artista que tem uma certa independência em termos de estético mesmo. Ele não se dedica a nenhum dos ritmos segmentados de sucesso na rádio e na televisão, e não depende diretamente de nenhuma instância governamental, pelo menos não diretamente. Então é um ambiente que não é exatamente organizado onde existem instituições que exercem umas funções as vezes contraditórias, as vezes até de forma negativa. Mas tem ali o governo, no caso de Pernambuco tem também o governo do estado e tem a Fundarpe, no nível nacional tem o ministério da cultura, são instituições que de alguma forma se propõe a normatizar ou direcionar ações no campo da cultura, mas que não conseguem dar uma estrutura global para o setor. No meu entendimento não há.

Thiago Neves: Em relação a Fundarpe, como você avalia as ações dessa instituição?

Siba: Acho que a história recente do baque solto do maracatu em relação a essa história da proibição da restrição da repressão policial ao baque solto realizada pelo governo do PSB em Pernambuco dá uma luz muito grande sobre esse assunto. No momento em que essa situação de repreensão chegou a público e teve muita repercussão, o presidente da Fundarpe na época então foi até Nazaré da Mata e ao invés de sentar ao lado do maracatuzeiro e tomar o lado de quem a instituição deveria defender, ele sentou do outro lado da mesa junto a promotoria do ministério público que estava ordenando as proibições, sentou do lado das lideranças da polícia e ofereceu um contracheque mostrando quantos milhões o governo tinha investido no maracatu em tantos anos. Essa realmente foi uma cena bastante esclarecedora de qual é realmente a lógica por trás do patrocínio público para a cultura, é a lógica da instrumentalização do artista, da produção cultural implícita claramente. Se isso é para o maracatu, é também para todos,

todos os níveis, todos nós. Assim também é o patrocínio que acaba ocorrendo através de empresas privadas, todo patrocínio para cultura em um ou algum nível ele acaba trazendo para si pelo menos essa tentativa de captura e instrumentalização da voz do artista ou para silenciar ou para direcionar uma voz que poderia ser de outro modo. Dizendo isso para que eu sou contra o financiamento da cultura, mas não é o caso. Eu acho que o financiamento da cultura é importantíssimo, fundamental, tem que haver, tem que ser muito maior. A verba no Ministério da Cultura é irrisória, é uma piada, dentro de um país com uma força cultural que o Brasil tem. Ela tem que ser discutida sempre, mas é difícil porque cada setor tem questões muito particulares, a dita cultura popular é uma coisa, a música independente é outra, a dança e etc., são coisas muito distintas e são discussões muito complicadas. Quando se tem uma boa vontade maior, como eu acho que especialmente o primeiro governo Lula teve, essas discussões podem ser bem mais atuantes. A gente está vivendo um momento agora que ninguém está ligando muito para a cultura, é um dos primeiros setores que o pessoal tira grana quando está começando a faltar.

Thiago Neves: Quais as formas mais comuns atualmente de se organizar a realização de um álbum e como era no início da sua carreira? Há distinções no modo de se organizar?

Siba: Isso é engraçado, porque quando comecei era fazer uma banda que nem a gente fez o Mestre Ambrósio e querer viver daquilo. Era uma coisa quase impossível que você fazia sem embasamento nenhum como eu tinha dito no começo. Não tinha nenhuma realidade palpável que te apontasse que aquilo poderia dar certo. Não exista mercado, lugar para tocar, público interessado na coisa. Era formar uma coisa do nada para um nada que existia. Nesse sentido, começar hoje é muito mais fácil para qualquer pessoa, só ou em coletivo, tem condições de começar porque as tecnologias estão todas na mão. Você não precisa ser escravo de grandes estúdios de grandes custos porque dependendo do formato que você queria realizar o seu trabalho artístico com um computador em casa você tem um belo começo. Tem também a questão da facilidade de projeção que a própria internet pode te dar que pode iniciar a partir da sua própria rede de amigos, sua rede social por menor que seja ela já é um ponto de partida para você como artista iniciar uma coisa que pode ser enorme. Ao mesmo tempo que curiosamente eu tenho a impressão que hoje é tão fácil começar, mas é mais difícil manter e projetar. Por conta

dessa facilidade então tem tanta gente começando bem com alto nível técnico e musicalmente falando, músicas bem produzidas com um som legal, tecnicamente bem feito em termos de áudio e vídeo. Então, todo mundo começa já soando bem e com uma puta imagem. Agora para passar esse primeiro passo e passar a existir a ponto de multiplicar isso a ponto de gerar uma movimentação que te permita manter isso minimamente como artista, me parece muito mais difícil hoje. A sensação que a gente tinha antigamente é que se a gente conseguisse começar, depois ia rolar minimamente. E agora parece que você começa e depois que você estabelece aquele mínimo dar um próximo passo se torna muito difícil, muito mais difícil. São sinais de um outro tempo mesmo, está começando a [inaudível].

Thiago Neves: Siba, em relação as plataformas web. Como você enxerga essas novas ferramentas para o artista? Qual é o papel das plataformas de streaming no contexto atual?

Siba: Essa coisa do streaming é meio controversa para mim, meio contraditório, eu me sinto ainda indo com uma maré que está indo agora e tento estar presente usando a mesma lógica que uso em oferecer o disco para download. Só que com streaming tem uma diferença, o streaming paga muito mais muito mal, mas ele gera uma receita. Aí não tem apenas a relação de oferecer o meu disco para quem quer baixar e compartilhar com quem queria, existem instancias superiores que estão monetizando uma obra e pagando muito pouco por isso para os artistas. Essa é uma relação que eu ainda não domino bem ao ponto de ter uma opinião clara, então eu tenho prefiro deixar rolar dentro do que é uma direção que está se apontando no momento para poder dialogar com ela e poder entender. Mas é uma relação que eu acho que já começa com um certo sentido de controle, de fim daquela internet aberta que a gente tinha acreditado por um tempo e tal e me parece apontar para uma situação de controle que vai dizer o que vai ter ou que não vai ter de acessível. Isso é ruim, eu acho isso ruim.

Thiago Neves: Qual sua perspectiva sobre as condições técnicas de produzir música em Pernambuco?

Siba: Minha geração não conseguiu, e as seguintes também não, a partir daquele momento que a gente criou uma certa visibilidade para produção cultural do estado e para a música que se produzia no estado, até pela estrutura que o lugar não oferecia a gente foi obrigado a migrar e logo em seguida o que tinha de potencial da música

pernambucana independente foi sequestrada pelas políticas públicas de patrocínio. Pelo Funcultura, pela ação das diversas gestões de prefeitura e de governo, então houve um excesso, um peso muito grande nessa relação com o poder público e a gente não conseguiu criar minimamente, nem sequer minimamente, um mercado local para produção independente. Ficou basicamente restrito a carnaval, São João, Natal e os grandes festivais e eventos também patrocinadas com o dinheiro público. Você vê que Recife não tem uma, duas ou três casas como poderia ter de tamanho pequeno para escoar a produção de uma cidade que é grande e que as pessoas não têm onde tocar. É uma condição que realmente expulsa o artista que realmente tem condição de sair e que não se conforma de viver se acordo com o jeito que o lugar oferece.

Thiago Neves: Há uma dependência dos editais?

Siba: Sim. Essa é a situação de Pernambuco até hoje, você fica refém do Funcultura, dos eventos do governo e da prefeitura, os festivais interessantes na área a maioria, nem todos, são abertos e patrocinados então você cria uma relação com o público que não paga para ver artista local. Também uma relação muito negativa com as poucas casas que poderiam acolher de alguma forma com parceria a realidade local, casas pequenas para 100, 200 ou 300 pessoas como existe em tantas casas de shows aqui em São Paulo, por exemplo, tem casas aqui como a Casa Francisco que você bota quarenta e poucas pessoas e consegue pagar os músicos. Esse é um caso extremo, mas tem casa de 100, 200 e 300, várias casas dessas em São Paulo e que permite que você passe o ano tocando em lugares pequenos e mantendo o trabalho em movimento e sem se obrigar a cair em um tipo de ostracismo que acaba fatalmente acontecendo quando se vive em Recife.

Thiago Neves: Há uma equipe junto a você que para o gerenciamento das redes sociais?

Siba: Tem gente comigo, eu tenho uma parceria com a Melina da Fina Produção, minha sócia no meu empreendimento, no meu trabalho, tem bastante gente trabalhando, tem a Melina, tem o Zé Oliveira que é um cara que está mais dentro desse lance da banda do show mesmo diretamente. Essa parte da internet eu cuido junto com todas essas pessoas, a gente pensa junto todo dia, as vezes eu posto em primeira pessoa, as vezes

são coisas mais gerais de movimentação, de agenda e de shows que são postadas pela equipe.

APÊNDICE C – Entrevista – Siba 2

Website: Noisey

Título: “O RECIFE SÓ TEM PIORADO”, DIZ SIBA

Publicação: 13 de maio de 2015

Noisey: Quando você virou Siba? O apelido vem de sibito, canela fina? É isso mesmo?

Siba: O passarinho se chama sibito. O apelido normalmente vem de ‘sibito baleado’. Era [um termo] pejorativo. O cara novo, querendo ser forte, e o apelido dele é perna fina. Não gostava não, mas as amigas começaram a me chamar de siba. Não tenho uma lembrança da época, mas é coisa de quando eu tinha 18, 19 anos.

Noisey: Você era moleque no Recife quando a começou a se interessar por música? Qual a sua lembrança mais antiga? Tipo, a primeira música de que se lembra?

Siba: A lembrança mais antiga de música eu não tenho. Com sete anos, minha mãe me colocou no curso de música do colégio – estudei no Colégio São Bento, em Olinda. Minha primeira infância foi no subúrbio de Olinda. Minha mãe achava que eu prestava atenção nos sons das coisas e minha iniciação musical aconteceu com a flauta doce. Tive essa musicalização bem cedo, não era nada sério, não tinha pretensão, não era um conservatório, mas foi uma musicalização precoce. No ambiente em que vivi não tinha esse negócio de musicalizar a criança – eu sou o mais velho, tenho uma irmã e um irmão. Desde o começo, gostei muito [das aulas de música]. Meu primeiro instrumento foi a flauta doce, queria tocar flauta transversal e me lembro que desde muito cedo já me imaginava músico. Queria estudar música de verdade, mas com 13, 14 anos eu queria surfar e ir pra praia e me afastei desse negócio de estudar música, mas eu já ouvia muita música, tinha uma dependência psicológica de música. Nem considero que houve uma ruptura porque eu parei de estudar, já estava ligado em música e foi um pulo pra ouvir rock e começar a tocar guitarra.

Noisey: E a guitarra? Quando você começou a tocar? Influenciado por quem?

Siba: Entre os 14, 15 anos ouvindo rock, entra uma relação de querer o instrumento. Era uma relação mais séria, embora totalmente improvável do ponto de vista profissional, mas era intenso, foi uma escolha. Eu ouvia rock dos anos 60, 70, um pouco de heavy metal, era um roqueirinho de subúrbio.

Noisey: Qual a primeira música que você tirou?

Siba: “Paranoid”, do Black Sabbath.

Noisey: Uma curiosidade: por que não rolou a produção do Catatau em De Baile Solto? [Catatau produziu Avante]

Siba: Uma coisa não necessariamente leva a outra. Não teria porque ser, mas nada impedia também. Esse foi um disco feito com muito pouco recurso e isso acabou me empurrando a produzir sozinho. Por outro lado, comecei a achar interessante produzir o disco sozinho.

Noisey: É o primeiro disco que você produz sozinho?

Siba: Inteiro só. Sempre produzi sozinho a maior parte e na hora de mixar eu tinha um parceiro. Agora, achei que podia ser interessante. No fim do processo, percebi que produzir sozinho me fez escolher alguns caminhos mais estranhos pro disco.

Noisey: Como assim?

Siba: Fiz uma produção meio frouxa, não sou metódico como produtor e acumulei as funções de guitarrista, cantor, um pouco de executivo também, então nesse bolo acaba que a falta de capacidade de dar conta do processo como um todo. Tem um dado curioso pra o disco, um disco muito inspirado no processo de rua, um processo orgânico não tão racional da música. Tentei ativar essas energias e esses processos que aprendi dentro da tradição. Esse disco foi produzido de um jeito solto, eu não tinha uma ideia de como ele ia terminar. Os momentos mais estranhos do disco têm a ver com isso.

Noisey: De Baile Solto é menos confessional que Avante. Qual a questão central pra você na hora de criar esse novo disco, qual história você quis contar?

Siba: Não tem uma história que seja igual para todo mundo que vai ouvir, não tem uma história que eu conto e vá te dar um mapa de leitura exato. O disco é uma tentativa de

pensar o “estar à margem”. Eu parto da minha relação com o maracatu, que é uma cultura desprivilegiada e marginalizada, parto dessa relação para pensar esse momento que vivemos no Brasil – um momento mundial também de falta de perspectiva de mudança do modo de vida capitalista, esse modelo que a gente tem de consumo, que sabemos que exaurimos até de uma maneira talvez irreversível.

Noisey: Mas as músicas dialogam entre si?

Siba: Talvez essa história possa começar com “Marcha Macia” e terminar com “O Inimigo Dorme”. Com essas duas músicas você conta a história do disco. Todo o resto, está ao redor, somando elementos e contradizendo algumas vezes também. Muitas relações entre as músicas não foram previamente concebidas. “O Gavião”, por exemplo, é uma música antiga, que eu gravei no Mestre Ambrósio e que, posta em relação ao disco, tem um sentido todo outro da época em que ela foi feita.

Noisey: Em “Marcha Macia”, você fala em toque de recolher e uma nova ordem na cidade. É uma referência ao Ocupa Estelita, no Recife? De Baile Solto também é um disco político?

Siba: Essa música parte muito de duas situações que, não parece, mas são situações irmãs e dialogam: a situação do baque solto e do Estelita. São situações de questionamento sobre a força desleal, o poder da grana e da cultura do medo, da gentrificação e do classismo como algo capaz de separar as pessoas. São assuntos que me afetaram igualmente e falam dessa impossibilidade de construirmos um mundo menos segregado, menos ruim de viver – as cidades estão cada vez piores, o Recife só tem piorado. Eu cresci no Recife e todos os bairros em que morei estão piores hoje.

Sim, esse é um disco bastante político, sobre o grande fluxo de grana e poder ir para um lugar que você discorda e te faz pensar negativamente sobre um futuro próximo e longínquo também.

Noisey: Quando você começou a fazer o De Baile Solto? Você teve dificuldade pra pensar um novo disco depois de Avante?

Siba: O Avante foi difícil, era um disco de mudança, era um disco muito pessoal – o Avante só virou um show orgânico depois de dois anos. Para transformar o disco em algo orgânico, demorei muito tempo... pra achar os parceiros certos. As coisas têm seu

tempo. Eu demorei pra conseguir uma organicidade num disco tão rock. O De Baile Solto começa com as questões de amadurecimento do próprio Avante.

Noisey: Em De Baile Solto você continua a união do maracatu com a guitarra, mas seu olhar parece mais voltado à música popular.

Siba: O disco é um retorno ao que prefiro chamar de volta a uma rítmica. O que tem em De Baile Solto que representa o maracatu e a ciranda importa pouco pra mim. Eu parti dessas coisas todas que são a minha vivência e ritmos que eu domino e queria fazer uma música que tivesse essa mesma organicidade rítmica. Mas é o retorno a essa rítmica que importa, o resto é besteira. As guitarras estão lá e a música do congo acaba entrando como um elemento fertilizante. O ponto central em De Baile Solto é a retomada de uma rítmica, todo o resto é acessório.

Noisey: Numa entrevista de 2012, você disse que quem gosta de rock e de punk pode muito bem gostar de baque solto. Por quê?

Siba: Você pode entender isso pelo som. Quem gosta de rock e de punk gosta de música com uma certa saturação, uma música agressiva e com uma forma de expressão que procura se colocar como contundente, não-acomodada. O baque tem muito isso. O maracatu é um discurso de diferença, é um tipo de gente que se diz diferente pela música, pela poesia, pela forma como dança. O maracatuzeiro diz: “Eu não sou nada disso aí”. Hoje, rock e punk são a cultura mainstream, é a música do império americano. A possibilidade dessa música ser uma música de protesto hoje em dia é mínima. O maracatu tem isso tudo [o protesto e a mudança] de uma maneira mais pura.

Noisey: Você sente saudades de Nazaré da Mata? E do Recife? São quantos anos em São Paulo?

Siba: De volta a São Paulo, estou há uns quatro anos. Mas eu nunca saí total de São Paulo. Já tinha conquistado uma relação com a cidade e uma rede de possibilidades que a cidade oferece. Só foi possível ficar em Nazaré porque tinha esse pé aqui, às vezes São Paulo me salvava.

Noisey: Estar aqui é mais uma escolha racional, na tentativa de viver da sua música, ou é uma escolha afetiva também?

Siba: Eu gosto muito de São Paulo. Fazer o que eu faço é muito o que dá sentido pra minha vida e isso precisa ser viável – e é São Paulo que me viabiliza isso. Mesmo pra tocar em Nazaré da Mata o que me viabilizava era ter esse pé aqui e ter todo um trânsito que me permitia estar em Nazaré e só pensar em Maracatu. Mesmo hoje é impossível pensar uma carreira como artista, vivendo do que você faz, sem estabelecer uma ponte constante com São Paulo. Se não você fica refém a um ambiente local que é restrito e restringe.

Noisey: **Avante terminava com os versos da faixa-título, em que você mandava: “Quem parte berrando avante! Pode cair, mas não volta”. Em De Baile Solto na faixa “Meu Balão Vai Voar”, você diz: “Vambora companheiro, que está na hora de arribar”. É menos desembestado, mas você pretende continuar indo? Pra onde?**

Siba: O ponto central pra mim é conseguir me manter criativo, ativo. Manter uma certa sensibilidade de urgência a cada momento novo. O ponto não é o que eu vou fazer, é como me manter inquieto com alguma coisa. Qual o próximo ponto vai me possibilitar dizer alguma coisa. De Baile Solto mesmo tem tantas leituras e elas me dizem muito de volta. A música vai me mostrar [caminhos] ao vivo e na estrada.

APÊNDICE D – Entrevista – Siba 3

Website: Revista Berro

Título: Siba: “A música, dança e a poesia podem nortear um modo de viver distinto desse aí (da grana como a coisa central)”

Publicação: 11 de agosto de 2015

Revista Berro: Siba, esse negócio da poesia na tua música é muito forte. Quando foi que começou essa relação com as palavras?

Siba: Essa coisa de como começou é muito difícil, porque você nunca lembra exatamente. Porque eu e minha família toda somos do agreste, do semiárido do Nordeste, que é uma região cultural que é uma coisa só, do Piauí, Ceará até o norte da Bahia. É uma região que tem uma poética própria e eu convivi desde pequeno, mas nada intensivo, em casa não tinha isso, não sou filho de cantador, nada disso. Tinha isso no ar e tal e meu pai gostava bastante, mas depois vai ficando uma coisa mais presente.

Revista Berro: Onde você nasceu?

Siba: Nasci no Recife, mas minha família toda é do agreste, de Garanhuns, Caruaru, Lajedo. Tem uma experiência de poesia indireta, não tinha em casa, mas tinha indireta, no ambiente, de alguma forma.

Revista Berro: Mas quando você começou a compor?

Siba: Com o Mestre Ambrósio, já envolvido com maracatu, cavalo marinho.

Revista Berro: Quando você foi participar do Mestre Ambrósio, já conhecia o maracatu de baque solto?

Siba: Já, a primeira vivência foi por ser de Recife, a cidade tinha um ambiente, no Natal, no Carnaval, no São João. Mas acho que tem muito a ver pra mim com o momento de escolher, de arriscar, de fazer a escolha da opção de risco, ser artista e tal. Quando eu fiz essa opção, de dezenove pra vinte anos, eu entendi que precisava pensar sobre a opção que tava fazendo, tentar entender minha posição no tempo e no espaço, do lugar de onde eu vinha. Aí naturalmente percebi que tava num lugar que eu partilhava dessa referência. Cresci ali, era um moleque do rock, mas, ao mesmo tempo,

antes disso tinha uma referência muito outra. Então eu vim buscar essa poesia e era uma coisa que em casa não se falava sobre isso, era uma coisa que, como eu falei, não era intensiva, mas, ao mesmo tempo, tinha uma coisa de imaginar o cantador como uma figura transcendental, idolatrada. Acho que vem muito daí indiretamente de família, indiretamente mesmo, mas depois eu busquei. O maracatu de baque solto é a grande referência pra mim porque remete a inversão de valores da música, tinha tudo que o rock tem de outro jeito.

Revista Berro: O discurso do De Baile Solto é permeado por essa coisa da resistência. Mesmo com as movimentações da cidade, da gentrificação, tem a questão dos focos de resistência. O maracatu de baque solto seria isso? Você acha que a arte que eles fazem, essa cultura popular que você até usou o termo no show de tecnologias sociais seria um ato político?

Siba: Cara, sempre é, porque você imagina que esses modos de fazer, eles vêm sempre do negro e do índio, em raríssimas exceções. Então o simples fato de existir já é uma posição de confronto, de questionamento. Por mais que toda a fabulação seja complacente, de diminuição, aquela coisa que eu falei, o folclore. O senso comum é tão pesado, mas o trabalho da mídia, dos discursos que falam que o lugar dessas coisas é muito inferior. Porque hoje é legal, é tranquilo, mas nos anos 30 a polícia chegava e mandava parar, quebrava, prendia, matava. E hoje volta a ter um movimento nesse sentido, eu acho. Acho que a gente volta a ter um movimento muito preocupante realmente de ataque à existência dessas coisas. Pelo simples fato de existir, o maracatu, o candomblé, isso e aquilo outro já é resistência. Agora a possibilidade de um discurso mais afirmativo, mais direto, questionador, aí o buraco é mais embaixo. Porque as pessoas nessas condições sabem o que enfrentam, a pouca expectativa, por isso que têm as suas estratégias pra sobreviver. Mas o simples fato de existir o maracatu de baque solto é...

Revista Berro: Um ato político.

Siba: Com certeza.

Revista Berro: Tem um professor aqui em Fortaleza, o Gilmar de Carvalho (jornalista, escritor, professor universitário de comunicação e pesquisador da cultura popular), que fala que a cultura popular não precisa ser resgatada, porque

ela não está se afogando. Essa afirmação da cultura popular, ela existindo, já faz ecoar um discurso político, que não está presente na letra, mas sim na própria existência da arte?

Siba: É o que eu falei, eu faço o meu discurso como um indivíduo, como uma pessoa que tem relação com essa coisa que vem também dela, mas que tem a possibilidade de agir e, mais do que isso, de falar pra muita gente. Mas eu não represento o maracatu, tô falando por mim, pela minha relação com essa coisa toda e como uma questão de pensamento, como uma afirmação de dignidade pessoal. Não seria digno da minha parte vir de onde eu vim, ter tido essa experiência com o maracatu e ele ser tão central no meu trabalho e eu ficar calado frente ao que aconteceu recentemente e ao que acontece ainda. Seria indigno, vergonhoso. Então pra mim tem essa questão pessoal. Eu tenho que me colocar em relação a isso.

Revista Berro: É uma motivação...

Siba: Não é uma motivação, é uma questão de dignidade. Não caberia a mim não falar, não me expor em relação a isso. Quem sente de fato não sou eu, claro que eu sinto também, mas eu não tô lá, eu moro em São Paulo. Tenho a minha banda, toco, ganho a minha grana, tenho a minha vida classe média e tudo mais, entendeu? Mas quem tá em Nazaré da Mata, Goiana, Condado tem somente o maracatu como modo de vida e de uma hora pra outra alguém lá no escritório diz que a polícia manda parar duas da manhã. Isso é um ataque central à dignidade de uma pessoa, lá. Cada um faz o que quer, eu como tive o privilégio de ter tido acesso a esse conhecimento e isso ter me formado como pessoa, não caberia a mim não me colocar. Mas eu não represento o maracatu, eu represento a mim mesmo.

Revista Berro: Mas o que é que tu pode falar que aprendeu no tempo lá da Fuloresta que tu foi morar em Nazaré da Mata, ficar mais perto deles? Uma principal coisa que você tirou disso tudo, dessa vivência, se pudesse resumir?

Siba: Aprendi que é possível viver de outro jeito e ser de outro jeito. É até difícil resumir, mas esses espaços, eles representam possibilidades de diferenças e de não ser da forma que tá sendo, cada vez mais tudo igual e a grana ser a coisa central.

Revista Berro: É um modo de vida possível...

Siba: É um modo de vida diferente. Se você acha que o mundo e as pessoas todas do mundo caminham pra uma uniformização, que todo mundo tem que ser e agir como um macho branco que tem grana e que manda no mundo, beleza. Mas se você acha que o mundo precisa ser plural e diferente, esses espaços servem pra isso. Pra você entender que é necessário um mundo diferente e que a música, dança e a poesia podem ser o centro da vida e podem nortear um modo de viver distinto desse aí. Porque pra mim eu sou um cara de classe média. Eu vim de uma família que vem do interior, da zona rural, meu avô foi agricultor, meus tios todos também, mas eu sou um cara de classe média que estudou em colégio de classe média, que teve formação universitária. Eu com dezoito anos já sabia que isso tudo era uma merda do caralho e que não tinha muito pra onde ir com isso, era uma vida meio estéril. O maracatu me deu esse outro lado, um outro jeito de viver. Então é a possibilidade de uma outra referência.

Revista Berro: **Essa questão da sonoridade do disco, você disse em algumas entrevistas que teve influência, referência da música congoleza. Você acha que tem alguma ligação da música congoleza com o maracatu de baque solto, ou foram coisas que passaram por ti e você reprocessou de maneira diferente?**

Siba: Cara essa coisa da referência, de origem é besteira. É claro que deve ter porque uma parte significativa dos escravos que vieram pro Brasil eram da região do congo, angola e a maioria dos escravos que vieram dessa região são os que vieram primeiro e que formaram o que a gente chama de cultura popular. E é fácil perceber uma relação entre a cultura popular com música do congo. Mas essa coisa da relação da origem, da raiz é besteira. É pessoal, sou eu, eu tive uma experiência de sentir essa música diferente pra mim, de me sentir representado nela e de alguma forma me aprofundar nessa escuta, de usar ela como elemento de estranhamento, de fertilização. Porque pra mim a questão tá muito em quando você procura um caminho diferente, você precisa de um elemento que fertilize porque não dá pra você pegar um estilo e seguir ele quando já não tem mais o que dar. Pra mim a música do congo serve muito como isso, pra mim, só pra mim, mas não tem a ver com um elemento de origem.

Revista Berro: **Durante a feitura do disco você estava escutando essa música?**

Siba: Eu ouço música moderna africana há alguns anos já, agora a do Congo sempre me escapou por algum motivo. Mas ela vem sendo uma referência desde o processo

do Avante, desde 2010, já é uma história, eu já sou meio “congofreak”. No Brasil eu não conheço ninguém que goste dessa música do congo como eu gosto, normalmente essa referência passa batida aqui. Na Bélgica e na França, como tem essa relação de colônia é mais próxima, né.

Revista Berro: Talvez Caçapa (músico pernambucano Rodrigo Caçapa)...

Siba: Sim, tem mais gente, Caçapa, Kiko.

Revista Berro: E o Kiko (Kiko Dinucci, integrante da banda paulista Metá Metá) tem uma participação na faixa O Inimigo Dorme, como foi o convite?

Siba: Kiko é brother, amigo, parceiro e eu adoro o violão dele. Não tem muito o que dizer, tava perto ali, tinha a ver e foi, aconteceu. Todas as participações do disco têm uma relação pessoal.

Revista Berro: O disco foi tu que produziu.

Siba: Por isso que saiu daquele jeito! Hahahahahaha!

Revista Berro: Ele foi mixado pelo Kalil (Yuri Kalil, da banda cearense Cidadão Instigado) e o Catatau (Fernando Catatau, produtor musical e integrante da banda cearense Cidadão Instigado) produziu o Avante. Você vê alguma ligação estética com o Ceará, essas pessoas daqui?

Siba: O Kalil vem com a relação com o Cidadão, não vai muito além disso. É um cara que eu gosto do som que ele tira, no momento de mixar tinha uma condição de tempo e uma possibilidade de fazer, não vai muito mais longe que isso. Sim, eu adoro como ele lida com o som e a mixagem é uma coisa que define muito o trabalho, o disco. É preciso ter uma comunicação e naquele momento de decidir a mix Kalil tava mais próximo, a comunicação, só isso.

Revista Berro: Por que você regravou Gavião, que foi gravada pela primeira vez no terceiro disco do Mestre Ambrósio? Qual foi sua motivação principal?

Siba: A música importa pouco nesse caso aí. Em algum momento do processo do desenvolvimento do Baile Solto eu fui tentando resgatar alguns textos que faziam sentido pra mim. Aí o texto do Gavião se ele conversa com o resto do disco, ele tem

uma proposta que acho bem interessante, representa de alguma forma essa possibilidade do assombro com isso que a gente chama de natureza. A gente vive uma relação bem careta, bem definida, a natureza é o lá fora e é ao mesmo tempo um produto, matéria-prima. É a possibilidade de você se assombrar com a existência de uma outra criatura e é um texto velho meu que eu gravei no Mestre Ambrósio, mas é de muito antes. De repente eu fui percebendo que o texto conversava com meu momento. A possibilidade do assombro perante uma outra forma de vida que hoje eu acho isso bem importante. A gente precisa redescobrir esse assombro pra reconstruir o respeito que tá acabando com várias formas de vida, basicamente isso.

Revista Berro: Em O Inimigo Dorme e Três Carmelitas, o tema do sonho aparece bastante nessas duas faixas. Como é que tu acha que é possível fazer isso? Você acha que faz isso no teu trabalho, uma possibilidade de se sonhar fazendo a tua música?

Siba: Só o fato de fazer o que eu faço com os meus parceiros já é uma coisa bem surreal. Uma coisa que não tem formatação direito como profissão até hoje, num mundo cada vez mais formatado como uma empresa, como carreira. A própria escolha já é meio bizarra. Não sei, tudo isso tem a ver com não aceitar viver num mundo onde a grana é o valor central. Três Carmelitas tem mais a ver com a coisa onírica mesmo, de sonho, de afirmação de uma relação familiar e feminina. O Inimigo Dorme já é outra coisa, mas tem uma questão de aceitar que seja possível imaginar caminhos diferentes, não ser isso somente, ser outra coisa, mesmo que dê errado, foda-se, é isso.

Revista Berro: A poesia, ela ainda cabe né?

Siba: Tem que caber né, alguma poesia...

Revista Berro: Por mais que o momento seja pessimista...

Siba: O momento é pessimista, mas sempre é. Então qual é o lugar, qual é o elemento que deixa pelo menos a força de reagir? Porque pessimista é, mas tem que ter força pra tentar alguma coisa. Fazer o quê? Abaixar a cabeça? Assistir o Sílvio Santos, ainda?

APÊNDICE E – Entrevista – Siba 4

Website: Revista Continente

Título: "O artista deve lutar contra as armadilhas da dependência"

Publicação: 4 de setembro de 2015

Continente: Por que a decisão de fazer De baile solto por conta própria, sem lei de incentivo? De que forma isso interferiu no processo de realização do disco?

Siba: Foram vários os motivos. O principal foi um certo incômodo com a posição central que o financiamento acabou ocupando na produção independente de música no Brasil. Assim, desde o início do processo de produção, fui adiando e resistindo à ideia de me render aos editais. Mantive o foco no processo criativo, ao mesmo tempo em que tentei formular um projeto realizável com pouca grana. Na hora de fazer o disco, não tinha dinheiro suficiente, mas estava rodeado de gente altamente envolvida e o projeto está se pagando aos poucos com orgulho e dignidade. Não sou contra o financiamento público para a cultura, pelo contrário, em muitos momentos foi muito importante ter acesso a isso no desenvolvimento de meu trabalho, mas acho que o artista deve lutar contra as armadilhas da dependência.

Continente: Você considera que os lançamentos estão atrelados a esse calendário de financiamento?

Siba: É claro que uma agenda de financiamento acaba induzindo a de produção. Vivemos, até recentemente, uma longa temporada de facilidade, de muita oferta de patrocínio e isso, de alguma forma, acabou dominando o horizonte de possibilidades de articulação e iniciativa. No caso da vasta produção musical que fica de fora dos padrões restritos das rádios e TVs, parece-me que ficou fácil produzir, mas continua difícil circular de forma independente, numa escala maior. E a promoção, apesar de facilitada enormemente pela internet, nem sempre consegue expandir a visibilidade de um projeto de um modo proporcional ao seu potencial.

Continente: Isso tem a ver também com a frase que colocou no seu site: “negar ao dinheiro o lugar central que lhe permitimos ocupar em nossas vidas”?

Siba: Uma das ideias centrais do disco é o questionamento do desenvolvimentismo a todo custo como valor central, como meta pessoal e social. O fato de não podermos parar tudo e saltar fora do capitalismo com o qual estamos todos comprometidos em algum nível não deve nos impedir de pensar alternativas, mesmo que pequenas. Nisso, eu acho que as culturas populares e as chamadas comunidades tradicionais têm muito a nos dizer. Em relação ao disco, tê-lo feito dessa forma foi coerente com o que o seu discurso propõe. Não fiz o disco sem patrocínio para poder falar dessas coisas, mas o discurso do disco ganha força sem a logomarca de uma empresa, um governo de estado, um ministério da cultura.

Continente: O seu disco foi direto para download gratuito. Você não acredita mais nas vendas de discos físicos?

Siba: A venda de disco físico funciona muito bem para mim. Nossa loja virtual não para nunca. Depois do show, que é um momento muito especial de contato do público com o artista, acontece uma coisa muito gratificante, que é presenciar, nas pessoas, o prazer de levar para casa um disco que tem a ver com uma apresentação ao vivo que acabou de gerar um estado de espírito diferenciado nelas. Vender disco é um negócio pequeno, um dinheiro “pingado”, mas de retorno muito bom. A disponibilização para download é importante porque potencializa a escuta da obra de um jeito infinitamente mais rápido e abrangente, pois as pessoas baixam, ouvem, compartilham e multiplicam o seu alcance. Quem gosta de comprar disco não deixa de comprar só porque baixou. E quem não compra não vai comprar mesmo, mas pode ouvir.

Continente: Você, que está no mercado há mais de 20 anos, como o avalia hoje?

Siba: Eu, que venho dos anos 1980, quando fiz a opção de risco de ser artista, de viver a partir do meu próprio trabalho, posso dizer que vivemos um momento de muitas possibilidades, pois nos anos 1980 era loucura se assumir artista e viver da própria obra. Mas é impossível não notar que não conseguimos estabelecer um mercado realmente independente e sustentável para a música, depois de tanto tempo. Ainda está por vir uma política para a cultura que, no caso da música, fomenta o empreendedorismo e não a dependência de patrocínio. Para a cultura popular, a coisa é ainda mais complicada, pois esta ocupa uma posição indigente na cabeça dos nossos representantes.

O consolo é o espaço múltiplo da internet que sempre traz, ao menos potencialmente, a chance de novas estratégias a cada dia.

Continente: Você considera que De baile solto é uma continuação da sonoridade de Avante?

Siba: Sempre é uma continuidade. Tem muito da Fuloresta, embora o Avante também tivesse, mas não de modo tão óbvio. No caso do Avante, o dado novo era a retomada da guitarra, uma tentativa de reconciliação com meu passado rock e uma abertura, um movimento de distanciamento da rítmica da Mata Norte de Pernambuco. De baile solto é a retomada absoluta desta rítmica, sem os compromissos formais com a tradição que eu mantinha com a Fuloresta.

Continente: Avante era mais confessional e De baile solto, digamos, mais político. Isso foi intencional ou retrata o momento que está vivendo?

Siba: Avante foi um retrato de pessoa fragmentada, que olha para si e tenta recompor um todo qualquer. De baile solto é um quadro incompleto de alguém que olha ao redor e tenta dar conta da complexidade que o rodeia. O ponto de partida é a recente história de perseguição policial aos maracatus da Mata Norte de Pernambuco, um acontecimento local, mas de grande significado simbólico, por reunir temas como políticas de segurança pública e racismo, discriminação, controle e manipulação dos modos de organização populares, apropriação do “patrimônio imaterial” popular por parte do estado. No momento do ápice desenvolvimentista pernambucano, a forma de expressão cultural mais autêntica da população mais pobre sofreu a pressão restritiva mais forte da sua história conhecida.

Continente: Quais as vantagens e desvantagens de produzir um disco sozinho e com um outro produtor?

Siba: Produzir é uma arte complexa, que eu nem de longe domino. Sempre assumi parcialmente essa tarefa, contando com um parceiro a partir do ponto em que não me sentia totalmente seguro.

Em De baile solto, fui até o fim por uma contingência de não ter orçamento, mas descobri no fim do processo que a ausência de uma referência clara ou padronizada de produção musical manteve o resultado final do disco muito próximo e coerente com sua

referência principal que é a música de rua. Quem ouvir com atenção vai descobrindo uma música pouco domesticada ou enquadrada, nem um pouco “certinha”. Quem entra fundo na escuta desmascara um produtor improvisando um disco de não-produtor, meio bruto, meio tosco e nesse sentido muito próximo da selvageria do baque solto.

Continente: Uma curiosidade bem específica, por que essa decisão de usar tuba no lugar do baixo?

Siba: Comecei a trabalhar com a tuba na Fuloresta, quando a sonoridade da banda foi se expandindo. Aprendi a usá-la da minha maneira, como um baixo metálico de som muito particular. Mas a continuidade da tuba em meu trabalho tem muito a ver com a presença de Leandro Gervázio que é um músico muito especial, que atua numa lógica muito distante da do “operário da música”, aquele instrumentista que só se preocupa com as notas e nada mais. Tenho necessidade de trabalhar com pequenos grupos em alto nível de envolvimento, que quase se transformam em pequenas famílias.

Continente: O músico André Freitas, coordenador do Paço do Frevo, afirmou na seção Conversa da Continente (edição 173) que a tuba era um “mico-leão-dourado”, poderia desaparecer em dez anos, porque há poucos interessados em tocá-la. Interessante você usá-la na formação da sua banda, pois pode incentivar novos instrumentistas.

Siba: Tendo a desconfiar dessas teorias de extermínio. Pela Fuloresta passaram três jovens tubistas bem talentosos. O que falta é política pública para educação de música, falta política pública para forçar os meios de comunicação a serem mais democráticos e representarem minimamente a diversidade cultural do país. Nesse contexto, alguns instrumentos padecem um pouco mais por estarem mais distantes dos padrões mais comuns. Prefiro manter a atenção nos modos de resistência da cultura popular que partem de uma vontade de afirmar uma diferença, de origem, de modo de ser e viver. Onde persistir essa força, não há extinção, apenas modificações estratégicas de detalhes. O sumiço de um instrumento, se acontecer, não significa grande coisa.

Continente: Como é a sua forma de composição? Você compõe a partir de qual instrumento?

Siba: Não tenho um procedimento padrão. Como regra, meu processo criativo está sempre ligado ao texto, o que não quer dizer que trabalho sempre com o texto em primeiro plano. Mas a música trabalha em função do texto que virá. Boa parte do tempo o que faço é reunir fragmentos, tatear no escuro em busca de uma direção, tentar me manter atento ao que me rodeia. Misturado a isso está o exercício do instrumento, até que chega o momento de fazer um esforço maior de construir um todo possível no formato de um disco.

Continente: O primeiro instrumento que se escuta nos teus dois discos solos é a guitarra. Como é a tua ligação hoje com o instrumento? Toca todo dia? Quanto tempo passou distante dela?

Siba: A guitarra foi o instrumento que me fez escolher um caminho de vida pela música. As questões que fui encontrando nesse mesmo caminho me afastaram dela por muitos anos, mas a relação se manteve profunda e a retomada foi intensa e se mantém sólida. Vejo muitas possibilidades de descobertas nesta relação e a complexidade de um instrumento que se desdobra infinitamente de acordo com a abordagem que você fizer no uso da tecnologia também me fascina bastante.

Continente: Como é a tua ligação com o canto? Você faz exercícios vocais?

Siba: O canto é uma ferramenta muito funcional, eu não sou um tipo de cantor que canta pelo cantar, o canto está muito ligado à necessidade de dizer o texto, de afirmar uma posição de poeta. Com o passar do tempo, fui descobrindo os limites e possibilidades de minha voz de acordo com a finalidade. Acho que tem gente demais preocupada em cantar bem, mas sem coragem de cantar sinceramente, com a própria voz. Por outro lado, na cultura popular é fácil encontrar gente que canta sem se preocupar com certo e errado ou padrões do rádio e TV, mas move montanhas com um grito.

Continente: Gostaria de saber como é a tua relação com a poesia, com a literatura?

Siba: Preciso da leitura, ela é essencial no meu dia a dia e o que leio afeta o meu trabalho. Não gosto de citar autores e preferências pois sempre acabo passando uma ideia mais restrita quando tento. Poesia, literatura, filosofia, antropologia... O que importa é a leitura como ferramenta para manter a cabeça aberta a novas perspectivas.

Continente: Como esse disco tem influência da música congoleza, gostaria de saber se há alguma vontade e chance de viajar ao continente africano para realizar um intercâmbio cultural e algum disco?

Siba: Já estive na África em duas viagens curtas mas muito intensas. Gostaria muito de ir ao Congo, cuja música tem uma importância muito grande para mim, que não me canso de descobrir e já imprimiu uma marca forte no meu trabalho. Por outro lado, sei o quanto é difícil para alguém de fora estabelecer uma relação tranquila de intercâmbio e de troca, pois contra um histórico de séculos de exploração que se mantém até hoje, nem a música tem tanta força. Mas não perderia oportunidade de ir.

Continente: Você se apresentou recentemente na América Latina. Como foram esses shows?

Siba: Foi minha primeira ida a Buenos Aires e Montevideú. A receptividade foi incrível, mas o tempo muito curto, infelizmente. Eu, que viajei pra lugares tão mais distantes, só agora, depois de 20 anos de estrada, consigo chegar ali tão perto...Somos responsáveis por esse distanciamento com a América Latina, preferimos sempre Miami a La Paz.

Continente: Já vi seu trabalho sendo classificado como mangue. Você acha que sua música poderia ser rotulada dessa maneira?

Siba: No meu entendimento, o Movimento Mangue foi uma atitude, uma iniciativa coletiva e não centralizada de retomada do amor-próprio por um lugar de muita riqueza cultural, mas completamente abandonado politicamente. Limitar isso a um estilo musical é diminuir a força de uma movimentação que reverbera até hoje. Como encaixar num mesmo estilo a música tão distinta de Nação Zumbi, Mundo Livre S/A, Eddie, Mestre Ambrósio, Devotos, etc?

Continente: Como você definiria sua música?

Siba: Prefiro me definir como um poeta, ao mesmo modo de um repentista, cirandeiro, mestre de maracatu. A partir daí, o que eu faço é articular um “transporte musical” para um texto que tem por referência uma estética específica, que é a da poesia oral praticada nesses formatos acima.

Continente: Você tem planejamento para sua carreira a longo prazo ou trabalha de acordo com insights?

Siba: Quem é artista fora dos grandes esquemas da mídia sobrevive num ambiente de variação constante. Não dá pra ter uma estratégia a longo prazo com objetivos específicos definidos muito claramente, mas tenho a sorte de ter construído uma relação profissional muito rica com minha empresária, Melina Hickson, que é responsável por grande parte de minhas conquistas mais concretas. Para mim, a grande estratégia consiste em me manter criativo, evitar a todo custo a estagnação das ideias e até mesmo do modo como me enxergo a cada dia. Enquanto há criatividade, há motivo pra se elaborar estratégias.

Continente: Você está morando em São Paulo. Como é a tua relação com Pernambuco hoje?

Siba: Vou algumas vezes por ano, mas sempre menos do que gostaria. Desde que saí de Pernambuco em 1996, tem sempre uma parte escondida que sonha com uma volta e cada temporada mais longa em casa alivia um pouco esse incômodo. Ao mesmo tempo, com o passar dos anos, fui desenvolvendo a capacidade de um olhar distanciado que possibilita uma visão muito aguda do tanto que minha terra amada poderia ser melhor do que é. A ausência de políticas públicas à altura da riqueza cultural do estado é um dos pontos que mais me incomoda, mas não só isso.

Continente: Qual a lembrança mais remota que você tem do contato com a cultura popular pernambucana?

Siba: Cresci nos subúrbios de Olinda e Recife. Minha família é do agreste. Não tenho a lembrança mais remota pois a música esteve sempre no ambiente em que cresci. Carnaval no Recife, São João no Agreste, Natal, a feira de Caruaru, vaquejada, ciranda no Janga, cantadores e emboladores, Alceu Valença e Luiz Gonzaga, tudo esteve sempre ali naturalmente misturado à MPB, música clássica, discoteca, soul music, brega e só fui tomar consciência quando me interessei ativamente por música e poesia.

Continente: Li que você considera haver no maracatu de baque solto uma postura rock'n'roll. Gostaria que você discorresse sobre isso.

Siba: O baque solto tem em comum com o rock os elementos expressivos que são marca da diáspora africana: música, dança, poesia, teatro e artes plásticas conectados num todo indivisível, ritmo, intensidade, gosto pela distorção e volume alto, presença corporal, incorporação do ruído e do grito etc. Comparando o baque solto com o rock, tento estabelecer uma conversa que, de outro modo, vai ser guiada por referenciais pejorativos como folclore, raiz e, mesmo, cultura popular. Curiosamente, quando levei pessoas da Europa, dos EUA ou do Japão a um terreiro de maracatu, muitas vezes músicos ou artistas de longa estrada, fui testemunha da possibilidade de leituras mediadas por um conceito de tradição que não pressupõe o “perdido no passado”. No Brasil, tradição só ocupa o presente se for blues, soul, jazz...

Continente: Percebo que há poucos artistas da nova geração que recebem essa influência da cultura popular pernambucana. O que acha disso?

Siba: Eu não vivo fazendo essa conta e acho que as pessoas não têm que se obrigar a se referenciar na cultura popular. Mas não posso deixar de pensar que ignorar totalmente o que acontece nos subúrbios do Recife ou no interior do Estado demonstra uma boa dose de arrogância, desprezo, ignorância e preguiça, porque esses modos de expressão locais têm uma força tão grande na constituição do lugar, que é inimaginável pensá-lo sem a presença deles. Assim, acabo achando sempre que falta alguma coisa em quem desenvolve um trabalho artístico em Pernambuco sem levar em conta, no mínimo, o incômodo que sente ante a vitalidade da cultura popular.

Continente: Você acredita que, de alguma forma, está conseguindo quebrar o preconceito que as pessoas tinham ou têm em relação à cultura popular?

Siba: Quem tem realmente preconceito preza por ele e o cultiva. É um tipo de ilusão de superioridade que está muito relacionado ao racismo velado à brasileira, esse que “não existe” e que é a base para quase todos os modos de segregação que cultivamos há séculos como coisa natural. No caso da cultura popular, acho que precisaríamos começar banindo todo um vocabulário de palavras pejorativas como folclore, raiz, manifestação e até mesmo cultura popular, para, quem sabe, oferecer um lugar mais digno a cada uma dessas tecnologias sociais e artísticas que tanto têm a oferecer a um país que se afunda cada vez mais em seu sonho de enriquecer, esterilizando tudo ao seu redor.

Continente: Você tem acompanhado a música local? Quais são os novos artistas que despertaram teu interesse?

Siba: Tem um bocado de gente. Juliano Holanda, Zé Manoel, Grupo Bongar, Adiel Luna e A Matinada... A lista é enorme. Os poetas, que costumam não entrar nessas listas e, assim, até os de idade avançada são “novos”: Anderson Miguel, Zé de Teté, Mestre Barachinha, João Paulo, João Limoeiro, Zé Galdino, Valmir do Coco.

Continente: A impressão que dá é que você sempre está surpreendendo o seu público. Há alguma chance de mais surpresas? De onde vem essa inquietação?

Siba: Como disse antes, meu foco é me manter criativo. Criatividade é sempre o ponto, a mira. O tempo e o contexto mudam e ditam adaptações, mas se eu disser que quero surpreender toda vez, já deixou de ser uma surpresa.

Continente: Há alguma chance de voltar o Fuloresta do Samba? E o Mestre Ambrósio?

Siba: Com o Mestre Ambrósio dificilmente voltaríamos para um reencontro saudosista, eu acho. E depois de tanto tempo, cada um construiu um caminho próprio que dificilmente possibilitaria uma disponibilidade do tamanho da que é necessária para um processo coletivo frutificar. A Fuloresta é como uma árvore do Sertão. Pode parecer que secou e morreu, mas está viva por dentro.

Continente: Há alguma possibilidade de voltar a tocar rabeca?

Siba: Instrumento é uma ferramenta que serve pra executar uma tarefa e não tem valor por si. A rabeca foi muito importante, pois me ajudou a romper com uma formação colonizada que não me era suficiente. Ela já esteve mais presente, hoje está mais afastada. Não volta porque nunca foi totalmente, está sempre no horizonte.

APÊNDICE F – Entrevista – Siba 5

Website: Revista Fórum Semanal

Título: “Sem iniciativas independentes só prateleira de supermercado”

Publicação: 1 de outubro de 2015

Fórum: Como você se descobriu músico e decidiu viver de música?

Siba: Aos sete anos de idade meus pais me puseram numa escolinha de iniciação musical do colégio. Desde muito cedo eu já tinha uma relação ativa com a música, não só de tocar, mas de ouvir, um exercício de curiosidade que me fazia procurar discos e ler sobre o que ouvia. O ambiente musical do Recife e do Agreste de meus familiares também foi determinante e se descobrir músico foi um processo lento, que só se definiu no momento de escolher um caminho profissional que, no meu caso, era uma opção de muito risco pois não havia perspectivas animadoras para isso no Recife dos anos 1980.

Fórum: Quais suas principais influências musicais, nacionais e internacionais?

Siba: A música de rua de Pernambuco, o rock dos anos 60 e 70, a música urbana da África pós-colonial, jazz.

Fórum: Sua obra, em geral, é muito marcada por ritmos tradicionais – como maracatu e ciranda – e regionalismos. Como que você entrou em contato com essas tradições e qual sua relação com elas?

Siba: Não se vive no Recife sem ser afetado pela presença e força da cultura popular que vem da periferia e do interior. Cresci nos subúrbios de Recife e Olinda e tinha uma família totalmente ligada às suas origens no Agreste do estado, então a música do lugar em que cresci esteve sempre presente e era impossível de ignorar. Mais tarde me envolvi num longo processo de aprendizado do Maracatu de Baque Solto e da Ciranda que foi determinante para tudo o que fiz até hoje como artista.

Fórum: Este ano, em uma entrevista, você afirmou que “maracatu é rock”. Por que?

Siba: Os estereótipos e preconceitos em relação a tudo o que classificamos como “cultura popular” e “tradição” são tão profundos e arraigados no Brasil que tornam

impossível qualquer diálogo sobre essas formas de expressão que não seja mediado por termos pejorativos ou no mínimo redutores. O Baque Solto tem em comum com o Rock os elementos expressivos que são marca da diáspora africana: Música, dança, poesia, teatro e artes plásticas conectados num todo indivisível, ritmo, intensidade, gosto pela distorção e volume alto, presença corporal, incorporação do ruído e do grito, etc... Comparando o Baque Solto com Rock eu tento estabelecer a possibilidade de uma conversa sobre Maracatu que de outro modo vai ser guiada por referenciais pejorativos.

Fórum: Diante das produções “mainstream” que dialogam com a lógica de mercado e de sistema, é possível afirmar que a música regional hoje é também uma música de protesto ou ainda de conotação política?

Siba: Música regional é tudo o que não é “mainstream”? Então quase toda a vastíssima produção musical do Brasil é “regional”? Mas o Sertanejo, o Funk, o Pagode e o Forró Eletrônico não são também estilos que, embora com ampla projeção, tem uma origem regional bastante definida? Parece que a diferença está mais ligada à facilidade ou impossibilidade do acesso aos meios de promoção da grande mídia, que ainda se mantém arrogantemente na posição de dizer o que tem e o que não tem potencial de comunicação mais abrangente.

Não existe intenção política de democratizar rádio e TV no Brasil. Nesse sentido, qualquer expressão que se afirme distinta dos modelos massificados tem automaticamente caráter de resistência e quem faz isso com mais radicalidade é a “Cultura Popular”, embora sem um discurso afirmativo à altura, pelo menos por enquanto.

Fórum: Como membro fundador do Mestre Ambrósio, você é considerado um dos pioneiros do movimento mangubeat. Quando surgido, o movimento atentava para a necessidade de se resgatar a cultura do mangue de Recife, dilacerada pelo crescimento da metrópole em nome de um ‘falso progresso’. Enxerga, mais de 20 anos depois, ainda uma cultura regional sendo massacrada por um falso progresso no Recife?

Siba: Basta pesquisar a história recente de repressão ao Maracatu de Baque Solto pelo Governo de Pernambuco para saber qual o real lugar que a cultura local ocupa no Estado.

Fórum: O movimento Ocupe Estelita, nesse sentido, pode ser considerado um “movimento manguebeat” à nível social e político? Como avalia a situação do cais e do processo de gentrificação, como um todo, na cidade?

Siba: Uma pequena articulação de gente jovem conseguir barrar um megaprojeto de especulação imobiliária, no centro histórico de Recife, no auge da euforia desenvolvimentista, tem um valor simbólico enorme. Mas a cidade segue se desenvolvendo num sentido elitista e excludente, parece que temos que aceitar a maldição de que só é possível viverem em cidades de puro concreto que são pensadas para homens-que-tem-carros-e-vão-a-Shoppings.

Fórum: Seu novo disco, De Baile Solto, tem algumas letras com certo tom político e de crítica social. Este pode ser considerado um álbum político?

Siba: O lugar comum de que “tudo o que fazemos ou dizemos é político” vale aqui, nenhum trabalho meu deixou de ser fruto de escolhas que tiveram contexto e consequência políticos. Mas “De Baile Solto” tem um texto mais politicamente explícito mesmo, foi feito num momento em que tive que pensar com mais intensidade a dimensão política de minha relação com o Maracatu de Baque Solto e consequentemente meu posicionamento como indivíduo e artista.

Fórum: De que maneira esses conceitos – crítica social e consciência política – se fazem presentes na sua vida?

Siba: É necessário que se lute contra a própria burrice e ignorância, antes de mais nada. É fundamental se defender das forças que a cada segundo tentam nos convencer de que só há um modo de ser e viver, a saber, sendo macho, branco, católico, consumidor e conservador. É preciso se inventar diferente mesmo nas pequenas coisas.

Fórum: Tem alguma avaliação do atual momento político do país? Isso se manifesta, ainda que de maneira indireta, em alguma canção do seu álbum mais recente?

Siba: “De Baile Solto” parte da situação de marginalidade e exclusão de uma cultura local para discutir assuntos altamente pertinentes ao momento político do Brasil, na minha opinião. Qual a real importância da diversidade cultural para nós? Que podemos esperar desse projeto desenvolvimentista em que nos engajamos? De que tratamos

quando falamos de violência e segurança pública? Jamais seremos capazes de pensar uma relação com o meio ambiente que não seja a que herdamos de europeus e americanos? Que valores podem substituir o “ter” e “poder”, para construirmos um lugar melhor para nossos netos? E assim por diante...

Fórum: Para o artista que valoriza a cultura regional há o risco de ter seus valores suprimidos pela indústria fonográfica? Qual a importância do cenário independente para esses artistas?

Siba: Não valorizo a cultura regional. Acredito em desenvolver e cultivar um olhar local para lidar com problemas cada vez mais globais. A cultura popular faz isso, de um ponto de vista secularmente oprimido. A pressão da Indústria Cultural pode ser esmagadora, mas a do preconceito e racismo é ainda mais forte e as culturas locais seguem resistindo e se afirmando distintas e singulares. Sem iniciativas independentes não existe cultura, só prateleira de supermercado.

Fórum: Suas letras são muito marcadas também pelo tom poético. Qual a relação que você tem com a poesia?

Siba: Meu texto é totalmente vinculado às poéticas orais praticadas no Nordeste, mesmo quando não faço uso de nenhum dos formatos tradicionalmente estabelecidos. Meu processo criativo em relação a poesia é similar ao de um Mestre de Maracatu, Cirandeiro, Cantador de Viola etc., só o “transporte musical” é que vai mudando de acordo com o meu momento de vida.

Fórum: Seus primeiros discos foram muito mais marcados pelos ritmos regionais e os dois últimos ganharam uma participação significativa da guitarra. O que explica essa mudança e essa mistura?

Siba: A guitarra é apenas uma ferramenta. Um instrumento não está necessariamente restrito a um estilo ou ritmo. A oposição entre eletricidade e tradição é falsa. Nos discos da Fuloresta, que apressadamente poderiam ser entendidos como “tradicionais”, tem inúmeros elementos alheios ao contexto habitual da música de rua, e guitarra também.

Recentemente, precisei me reapropriar de meu primeiro instrumento por necessidades de expressão e assim a guitarra passou a ocupar um lugar central em meu trabalho, mas isso não tem nada a ver com a questão de modernidade versus tradicionalismo.

Fórum: Diante do fato de sua obra ser uma produção não convencional, “fora da caixa” e que inova na mescla entre o novo e o tradicional, acredita que seu público tenha um perfil cultural em específico?

Siba: Comunico com um público muito diversificado e tenho dificuldade de traçar um perfil claro dele. Tem gente que me acompanha desde o Mestre Ambrósio, outros chegam a meu trabalho por conta de minha vinculação profunda com a cultura popular. Há quem se interesse pelo que eu faço em relação com a atual produção urbana independente do Brasil... Tenho até um público infantil!! Não posso reclamar.

Fórum: Musicalmente falando, o que o Siba tem de diferente hoje do Siba que começou tocando guitarra em Recife?

Siba: A perda de uma parte da inocência e a percepção de que minhas intuições inocentes de juventude estavam certas.