

atlas

# MÚSICA

ESTUDOS SETORIAIS

André Moreira Cunha  
Luiza Peruffo  
Camila Cauzzi  
Gustavo Möller  
(Organizadores)

© dos autores  
1ª edição: 2020

Direitos reservados desta edição:  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Coleção Atlas Econômico da Cultura Brasileira

#### Revisão

Camila Lohmann Cauzzi  
Gustavo Möller

#### Projeto Gráfico e Diagramação

Carolina Nobre

#### Impressão

Apoio: Reitoria UFRGS, Editora UFRGS, Gráfica UFRGS,

Os materiais publicados no Atlas Econômico da Cultura Brasileira são de exclusiva responsabilidade dos autores. É permitida a reprodução parcial e total dos trabalhos, desde que citada a fonte.

Apoio

NECULT

SECRETARIA ESPECIAL DA  
CULTURA

MINISTÉRIO DA  
TURISMO



---

M939 Música: estudos setoriais [recurso eletrônico] / organizadores André Moreira Cunha, Luiza Peruffo, Camila Cauzzi [e] Gustavo Möller. – Porto Alegre: Editora da UFRGS CEGOV, 2020.  
236 p. : pdf

(Atlas Econômico da Cultura Brasileira)

1. Artes. 2. Música. 3. Cultura. 4. Economia da cultura. I. Cunha, André Moreira. II. Peruffo, Luiza. III. Cauzzi, Camila. IV. Möller, Gustavo. V. Série.

CDU 78

CIP-Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação.  
(Jaqueline Trombin – Bibliotecária responsável CRB10/979)

ISBN 978-65-86232-01-1

---

# CAPÍTULO II

## Análise de Impacto e Características Socioeconômicas

Cássio da Silva Calvete<sup>1</sup>

Henrique Morrone<sup>2</sup>

Camila Lohmann Cauzzi<sup>3</sup>

### 1. INTRODUÇÃO

A música é um dos setores culturais mais evidentemente afetados pelas mudanças nas tecnologias, passando por transformações em sua cadeia produtiva que foram presenciadas em diversos outros setores da economia. Desse modo, é um setor que tem seguido as tendências da digitalização e se adaptado para adotar um novo modelo de negócios com a transição para um consumo baseado em plataformas digitais.

Essas mudanças afetaram a estruturação da cadeia produtiva, mudaram as funções dos agentes já existentes e trouxeram novos contribuintes para a cadeia, que oferecem novos produtos e serviços. Desse modo, a expansão do

---

<sup>1</sup> Doutor em Economia Social e do Trabalho pela Universidade Estadual de Campinas. Professor do Departamento de Economia e Relações Internacionais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Pesquisador do Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT) na mesma universidade. E-mail: cassiocalvete@uol.com.br.

<sup>2</sup> Doutor em Economia pela Universidade de Utah. Professor adjunto do Departamento de Economia e Relações Internacionais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Pesquisador do Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT). E-mail: henrique.morrone@ufrgs.br.

<sup>3</sup> Mestranda em Economia na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e assistente de pesquisa no Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT). E-mail: camilacauzzi@gmail.com

fenômeno de digitalização provocou mudanças fundamentais no mercado da música, afetando, em grande medida, os trabalhadores e agentes envolvidos.

Nesse último ponto, os efeitos da digitalização no papel do músico têm sido discutidos na literatura especializada. Se, por um lado, essas tecnologias permitiram a abertura de um canal direto de disseminação de músicas para os artistas independentes (GENES; CRAVEIRO; PROENÇA, 2012), ainda existem obstáculos, e as forças tradicionais do mercado da música ainda parecem agir:

Hoje em dia os artistas têm que fazer mais esforços para emergir por meio do desenvolvimento de uma base de fãs, forçando, assim, turnês extensas, que contribuem para uma próspera cena de música ao vivo (shows, festivais). Artistas têm que desenvolver uma base de fãs se eles esperam conseguir um contrato de gravação ou poder participar de festivais de música. As mídias sociais são ferramentas importantes que permitem aos artistas desenvolver essa base de fãs. A monetização direta com os fãs permanece relativamente limitada e os artistas ainda precisam depender de especialistas em distribuição (as gravadoras) para a maior parte de suas receitas (VOLDERE *et al.*, 2017, p. 135, tradução nossa).

Nesse contexto, é importante observar os números do desempenho econômico desse setor na economia brasileira em diversos âmbitos, perpassando os dados empresariais e os dados do mercado de trabalho: a geração de valor da música na economia brasileira (e as principais atividades originárias desse valor); a condição do mercado privado de empreendimentos musicais (e a natureza dessas empresas); os efeitos de encadeamento do setor musical na economia brasileira; e a condição dos músicos no mercado de trabalho do Brasil.

Para analisar os indicadores econômicos sobre o setor, é necessário, em primeiro lugar, defini-lo de maneira técnica. O setor de música faz parte dos Setores Culturais e Criativos (SCC) demarcados pelo Atlas Econômico da Cultura Brasileira, conforme indica o Quadro 1. Quatro atividades são abarcadas pelo segmento de música: as atividades de gravação de som e de edição de música (representadas pelo código 59.20-1 da CNAE) e o comércio de discos, CDs, DVDs e fitas (código 47.62-8); bem como a fabricação de instrumentos musicais (código 32.20-5) e seu comércio (código 47.56-3).

**Quadro 1 – Setores Culturais e Criativos (SCC) segundo o Atlas Econômico da Cultura Brasileira**

<b>Código CNAE</b>	<b>Descrição CNAE 2.0</b>	<b>Segmentos dos SCC</b>
71.11-1	Serviços de arquitetura	Arquitetura e Design
74.10-2	Design e decoração de interiores	Arquitetura e Design
47.83-1	Comércio varejista de joias e relógios	Arquitetura e Design
32.11-6	Lapidação de gemas e fabricação de artefatos de ourivesaria e joalheria	Arquitetura e Design
32.12-4	Fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes	Arquitetura e Design
90.01-9	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares	Artes Cênicas e Espetáculos
90.03-5	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas	Artes Cênicas e Espetáculos
94.93-6	Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte	Artes Cênicas e Espetáculos
59.11-1	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	Audiovisual
59.12-0	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	Audiovisual
59.13-8	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	Audiovisual
59.14-6	Atividades de exibição cinematográfica	Audiovisual
60.10-1	Atividades de rádio	Audiovisual
60.21-7	Atividades de televisão aberta	Audiovisual
60.22-5	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	Audiovisual
61.41-8	Operadoras de televisão por assinatura por cabo	Audiovisual
61.42-6	Operadoras de televisão por assinatura por micro-ondas	Audiovisual
61.43-4	Operadoras de televisão por assinatura por satélite	Audiovisual
77.22-5	Aluguel de fitas vídeo, DVDs e similares	Audiovisual
63.19-4	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	Cultura Digital
58.11-5	Edição de livros	Editorial
58.12-3	Edição de jornais	Editorial
58.13-1	Edição de revistas	Editorial

58.21-2	Edição integrada à impressão de livros	Editorial
58.22-1	Edição integrada à impressão de jornais	Editorial
58.23-9	Edição integrada à impressão de revistas	Editorial
63.91-7	Agências de notícias	Editorial
47.61-0	Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria	Editorial
46.47-8	Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações	Editorial
74.20-0	Atividades fotográficas e similares	Educação e Criação em Artes
90.02-7	Criação artística	Educação e Criação em Artes
85.92-9	Ensino de arte e cultura	Educação e Criação em Artes
85.93-7	Ensino de idiomas	Educação e Criação em Artes
93.21-2	Parques de diversão e parques temáticos	Entretenimento
93.29-8	Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente	Entretenimento
32.40-0	Fabricação de brinquedos e jogos recreativos	Entretenimento
59.20-1	Atividades de gravação de som e de edição de música	<b>Música</b>
47.62-8	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	<b>Música</b>
47.56-3	Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios	<b>Música</b>
32.20-5	Fabricação de instrumentos musicais	<b>Música</b>
91.01-5	Atividades de bibliotecas e arquivos	Patrimônio
91.02-3	Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares	Patrimônio
91.03-1	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	Patrimônio
73.11-4	Agências de publicidade	Publicidade
73.12-2	Agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação	Publicidade
73.19-0	Atividades de publicidade não especificadas anteriormente	Publicidade

Fonte: Elaboração própria.

Dada essa caracterização, este capítulo objetiva analisar a performance do setor de música no Brasil nos últimos anos. Além desta introdução, o capítulo está organizado em cinco seções. A segunda seção apresenta a estrutura da cadeia produtiva da música, analisando sua recente evolução. A terceira seção expõe a evolução recente do setor da música no Brasil, identificando a magnitude do setor em termos de empreendimentos, e valor adicionado. Essa seção também compreende a análise de impacto econômico do setor da música na economia nacional através do método de matriz insumo-produto<sup>4</sup>. A quarta seção analisa o emprego na área da música em um enfoque ocupacional, bem como analisa os aspectos socioeconômicos desses trabalhadores. Os resultados apresentados nessa seção também são comparados às condições do total das Ocupações Culturais e Criativas (OCC) e do total de ocupados na economia brasileira. A quinta seção, por sua vez, apresenta as conclusões.

## 2. A CADEIA PRODUTIVA DA MÚSICA

No decorrer dos últimos anos, a análise de cadeias produtivas tem sido uma ferramenta constantemente utilizada por pesquisadores a fim de conhecer todas as etapas de formação de valor de um setor. Tal instrumento analítico busca trazer um olhar sistêmico à dinâmica dos setores. Assim, é possível identificar, de maneira precisa, como ocorrem as etapas e quais são as relações entre os elos e agentes que estão envolvidos nesse processo. Ademais, permite identificar como as tecnologias tem afetado cada um desses pontos e quais são as implicações para a cadeia geral.

Levando em consideração essa vantagem analítica, no Brasil foram elaborados alguns trabalhos com o intuito de visualizar a cadeia produtiva da música em níveis estaduais. A Fundação João Pinheiro em parceria e o SEBRAE desenvolveram, em conjunto, uma análise da cadeia produtiva da música em Belo Horizonte (COELHO, 2015). Núñez (2017), com essa mesma perspectiva, buscou avaliar a cadeia produtiva e o mercado da música no Rio Grande do Sul. Ademais, existem esforços conceituais mais gerais para identificar a cadeia produtiva da música no Brasil, desde modelos mais antigos, que caracterizam o mercado da música do século XX, até atualizações, que incorporam o fenômeno de digitalização recente.

---

<sup>4</sup> Os aspectos metodológicos da matriz insumo-produto e dos multiplicadores de impacto são explicados no Apêndice A desta publicação.

De acordo com Núñez (2017), o primeiro estudo que buscou olhar o setor da música brasileiro por essa lógica é de Luiz Carlos Prestes Filho, publicado em 2004. Esse estudo identifica não apenas as etapas desde a criação até a distribuição, mas também as subcadeias e serviços que estão envolvidos no processo de realização da música (PRESTES FILHO, 2004<sup>5</sup> *apud* NÚÑEZ, 2017).

Embora o estudo de Prestes Filho apresente uma estrutura detalhada e sistematizada do setor, as recentes mudanças tecnológicas demandaram uma revisão da forma que esse setor opera e dos agentes envolvidos. Conforme ressaltam Genes, Craveiro e Proença (2012), a descrição da cadeia realizada por Prestes Filho caracterizava o mercado da música do século XX, ilustrando uma cadeia semelhante à apresentada na Figura 1. Nessa caracterização, é possível identificar as subcadeias detalhadas por Prestes Filho – como a indústria de elementos musicais, de equipamentos de som e gravação. Além disso, outro elemento importante que é inserido nesta análise de cadeias é a pirataria, a qual aparece tanto na produção como também no processo de comercialização (Figura 1).

Nesse sentido, Genes, Craveiro e Proença (2012) apresentam os pontos da cadeia nos quais foram observadas mudanças nos últimos anos. Para contextualizar essas mudanças, destacam as mídias digitais e as novas formas de consumo musical possibilitadas por elas. Em primeiro lugar, um agente que mudou sua forma de atuação na cadeia são as gravadoras: com a queda na rentabilidade de venda de mídias físicas, essas empresas passaram a atuar em outros domínios ligados aos artistas, como a promoção e organização de shows, por exemplo. Os artistas, por sua vez, têm ganhado mais autonomia para realizar a sua própria produção e distribuição das músicas, visto que as tecnologias diminuíram esses custos. Os artistas independentes também têm apostado nas receitas advindas de shows e de licenciamento de suas músicas (ou, também, de sua imagem). Nesse contexto, no eixo da difusão e comercialização, surgem também as lojas de venda de música online, os serviços de licenciamento de músicas para jogos e vídeos, e os sites de streaming (GENES; CRAVEIRO; PROENÇA, 2012).

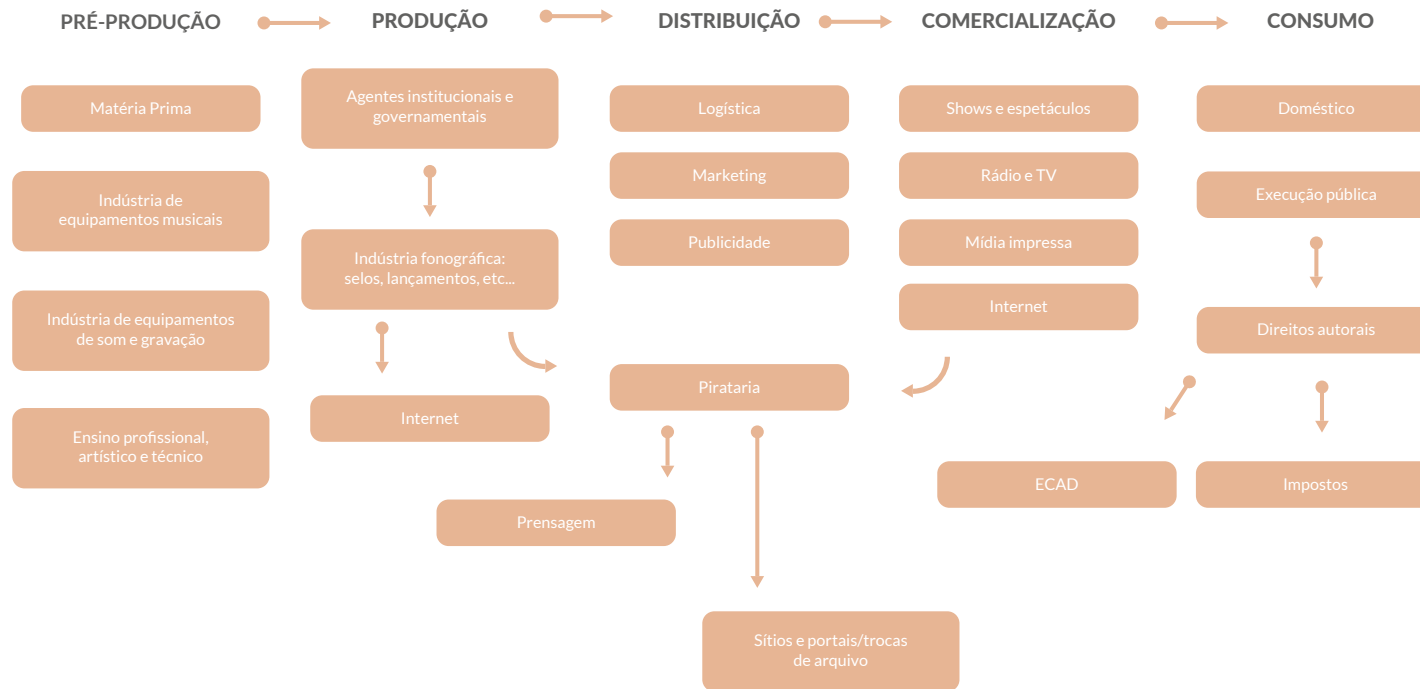
---

<sup>5</sup> PRESTES FILHO, L. C. (Org.). Cadeia produtiva da economia da música. Rio de Janeiro: Incubadora Cultural Gênesis; PUC-Rio, 2004.



Figura 1 – Sistematização em rede da cadeia produtiva da música no Século XX

## Cadeia produtiva da música no século XX



Fonte: Elaborado pelos autores com base nas descrições sobre Prestes Filho (2004) em Genes, Craveiro e Proença (2012).

No modelo de Genes, Craveiro e Proença (2012), as etapas da cadeia, que no modelo de Prestes Filho eram cinco (Figura 1), passaram a ser seis: pré-produção, produção, distribuição, divulgação, comercialização e consumo. Na área de pré-produção, os autores destacam o barateamento de ferramentas como os equipamentos de gravação e os instrumentos musicais. Também destacam o fortalecimento dos recursos que viabilizam o oferecimento de músicas pela internet – como os servidores, os softwares e os protocolos de armazenamento. Quanto à produção, vê-se que as grandes gravadoras não mais concentram todas as etapas de produção, passando por um processo de desverticalização. Um exemplo disso, destacam os autores, é que a oferta de estúdios de qualidade não mais se limita a essas grandes gravadoras, e os artistas independentes também conseguem acesso a esses recursos. Na área da distribuição, como já mencionado anteriormente, tem-se como novidades as plataformas de oferecimento das músicas pela internet e a popularização da atividade de licenciamento das músicas (GENES; CRAVEIRO; PROENÇA, 2012).

Assim, os autores identificam seis áreas na nova cadeia produtiva da música: i) a indústria fonográfica, baseada na venda das mídias físicas; ii) o mercado virtual, focado no oferecimento do meio digital dessas músicas, bem como nos shows; iii) os modelos de negócios de oferecimento de *ringtones* e de licenciamento de músicas; iv) os agentes governamentais e institucionais; v) a pré-produção; e vi) a pirataria. Parte da área de pré-produção permeia todas as demais atividades da cadeia, visto que está ligada aos instrumentos musicais e à educação musical, importantes para a origem das criações. Contudo, a primeira e a segunda áreas também apresentam etapas próprias da pré-produção, visto que possuem diferentes ferramentas utilizadas para a viabilização e a disseminação de seus produtos. Por conta disso, esses setores também possuem suas etapas próprias desde a produção até a comercialização, sendo oferecidos em formatos e em canais diferentes (GENES; CRAVEIRO; PROENÇA, 2012).

Como se pôde ver na nova estrutura da cadeia produtiva da música, as gravadoras mudaram seu papel ao longo dos anos. Segundo Kischinhevsky e Herschmann (2011), o impacto das mudanças da cadeia sobre as gravadoras já eram sentidos no final da década de 1990: observou-se uma grande diminuição no número de funcionários dessas empresas e o mercado passou a se reconfigurar. Como ressalta Nakano (2010), esse processo de desintegração ou desverticalização das grandes gravadoras acabou por favorecer o surgimento de novas ferramentas para o artista independente de diferentes formas em cada período. Oliveira (2017) traz como exemplos recentes dois novos modelos de negócios para o mercado musical: o *crowdfunding* (financiamento coletivo) e

os serviços de licenciamento musical, que permitem a inserção da música em espaços não tradicionalmente esperados, como filmes, comerciais e jogos digitais.

As mudanças na dinâmica da cadeia produtiva da música estão intimamente ligadas à inserção da tecnologia digital e da internet em diversas de suas etapas. Essa reconfiguração deu mais espaço para artistas independentes, mudou o escopo de atuação das gravadoras e permitiu a criação de novos tipos de agentes na cadeia da música, oferecendo novos produtos e serviços. Esse setor, conforme destaca Kischinhevsky e Herschmann (2011, p. 2), “[...] em certo sentido, constitui-se em uma espécie de ‘laboratório’ para observar as transformações que já estão começando a afetar os diferentes setores das indústrias culturais”.

Esta seção buscou apresentar as diferentes etapas de produção da indústria da música, observando os diferentes pontos em que pode ser formado valor nesse setor. A seção seguinte trata da análise do valor adicionado de algumas atividades da cadeia da música, conforme a conceituação do setor pelo Atlas Econômico da Cultura Brasileira.

### **3. IMPACTOS ECONÔMICOS: VALOR ADICIONADO E MATRIZ INSUMO-PRODUTO**

Esta seção busca analisar indicadores econômicos do setor da música no Brasil. Primeiro, avalia o valor adicionado e os empreendimentos do setor da música, em seus diversos segmentos ligados a diferentes etapas da cadeia produtiva. Além disso, avalia mais profundamente os impactos desse setor na economia brasileira por meio da aplicação do método de insumo-produto, apresentando os resultados de encadeamento das atividades da música com o restante da economia nacional e os impactos da exclusão hipotética desse setor na economia, em termos de valor da produção e de emprego.

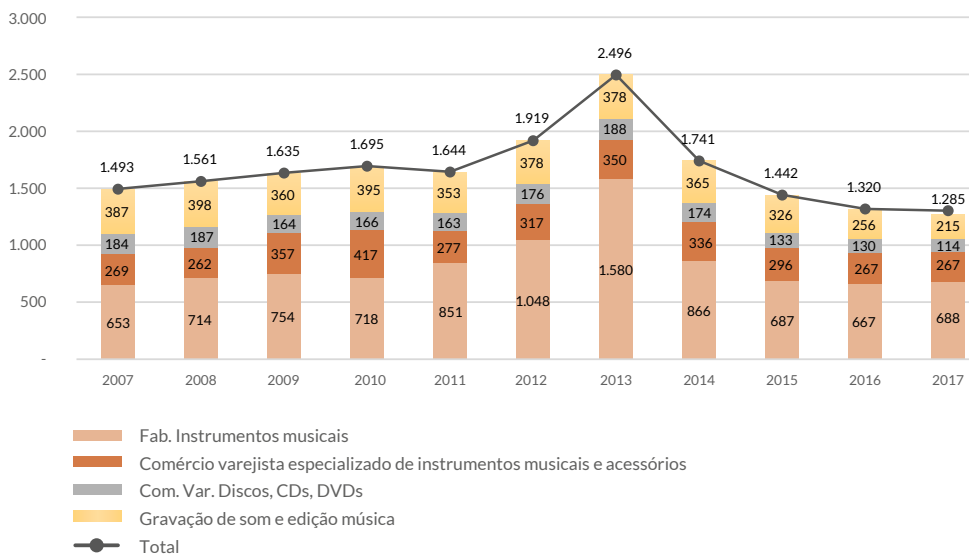
#### **3.2. VALOR ADICIONADO E EMPREENDIMENTOS NO SETOR DA MÚSICA**

Em 2017, o valor adicionado do setor da música no Brasil, considerando o recorte setorial do Atlas Econômico da Cultura Brasileira, foi de aproximadamente R\$1,3 bilhão (a preços de dezembro de 2017), conforme indica o Gráfico 1.

Esse ano foi o que presenciou o menor valor adicionado do setor, em termos reais, em um período de onze anos. Nesse período, houve um primeiro momento de trajetória crescente (de 2007 a 2013), seguido de uma queda nos quatro anos subsequentes. Esse resultado parece ter seguido a tendência de recessão da economia brasileira, que ocorreu nesse mesmo período.

O Gráfico 1 também explicita que a atividade mais importante da música, em termos de valor adicionado, é a fabricação de instrumentos musicais, seguida da gravação de som e de música. Assim, nota-se que as atividades ligadas à produção de instrumentos ou canções apresentam maior valor adicionado do que o comércio desses dois artigos.

**Gráfico 1 – Valor adicionado pelo setor de música (em R\$ milhões, preços de dezembro de 2017) – 2007-2017**

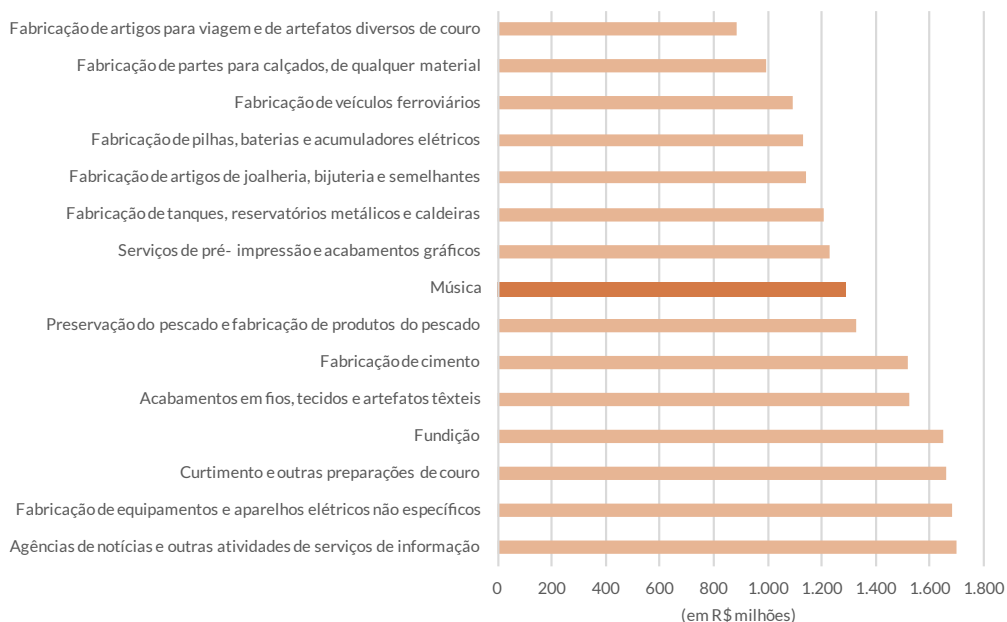


Fonte: Elaboração própria com base em IBGE – PAS/PIA/PAC.

Nota: Valores corrigidos pelo índice de inflação de dezembro de cada ano em relação a dezembro de 2017.

À guisa de comparação, o valor adicionado pelo setor da música se aproxima do de diversos setores tradicionais da economia brasileira, como pode-se ver no Gráfico 2. A música gera valor adicionado próximo a de setores como a fabricação de cimento, de acabamentos têxteis, de fabricação de veículos ferroviários, de serviços de pré-impressão e acabamentos gráficos, dentre outros setores (Gráfico 2).

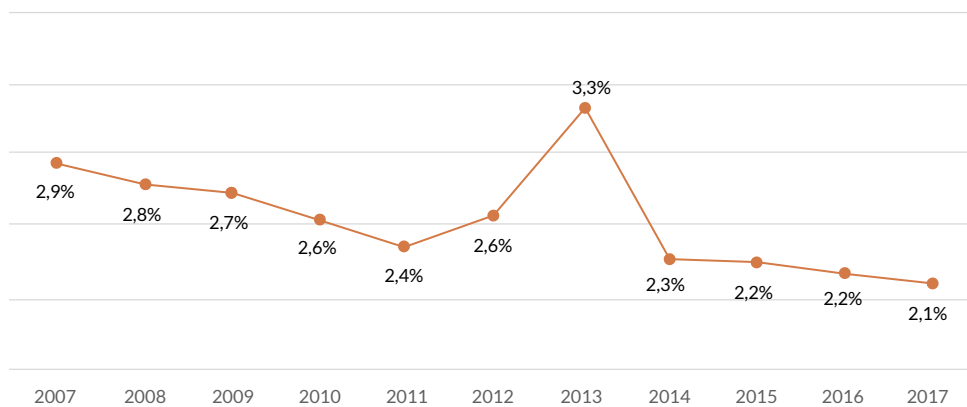
**Gráfico 2 – Comparação do valor adicionado pela música com o valor adicionado por demais setores da economia brasileira – 2017 (em R\$ milhões)**



Fonte: Elaboração própria com base em IBGE – PAS/PIA/PAC.

Embora com trajetória de crescimento real nos primeiros sete anos da análise, o valor adicionado da música perdeu participação sobre o total do valor adicionado pelos Setores Culturais e Criativos (SCC) brasileiros no período entre 2007 e 2011. Isso sugere que demais setores da economia da cultura obtiveram taxas maiores de crescimento nesse período. De fato, os anos de aumento da participação da música no valor adicionado dos SCC foram apenas dois (2012 e 2013) e, passado esse biênio, a trajetória de queda na participação voltou a se manifestar (Gráfico 3). Também se destaca que, mesmo com nível de valor adicionado próximo ao de demais setores tradicionais da economia, a participação da música é pequena entre os setores culturais e criativos: dentre os dez SCC, esse setor representou apenas 2,1% do valor adicionado em 2017.

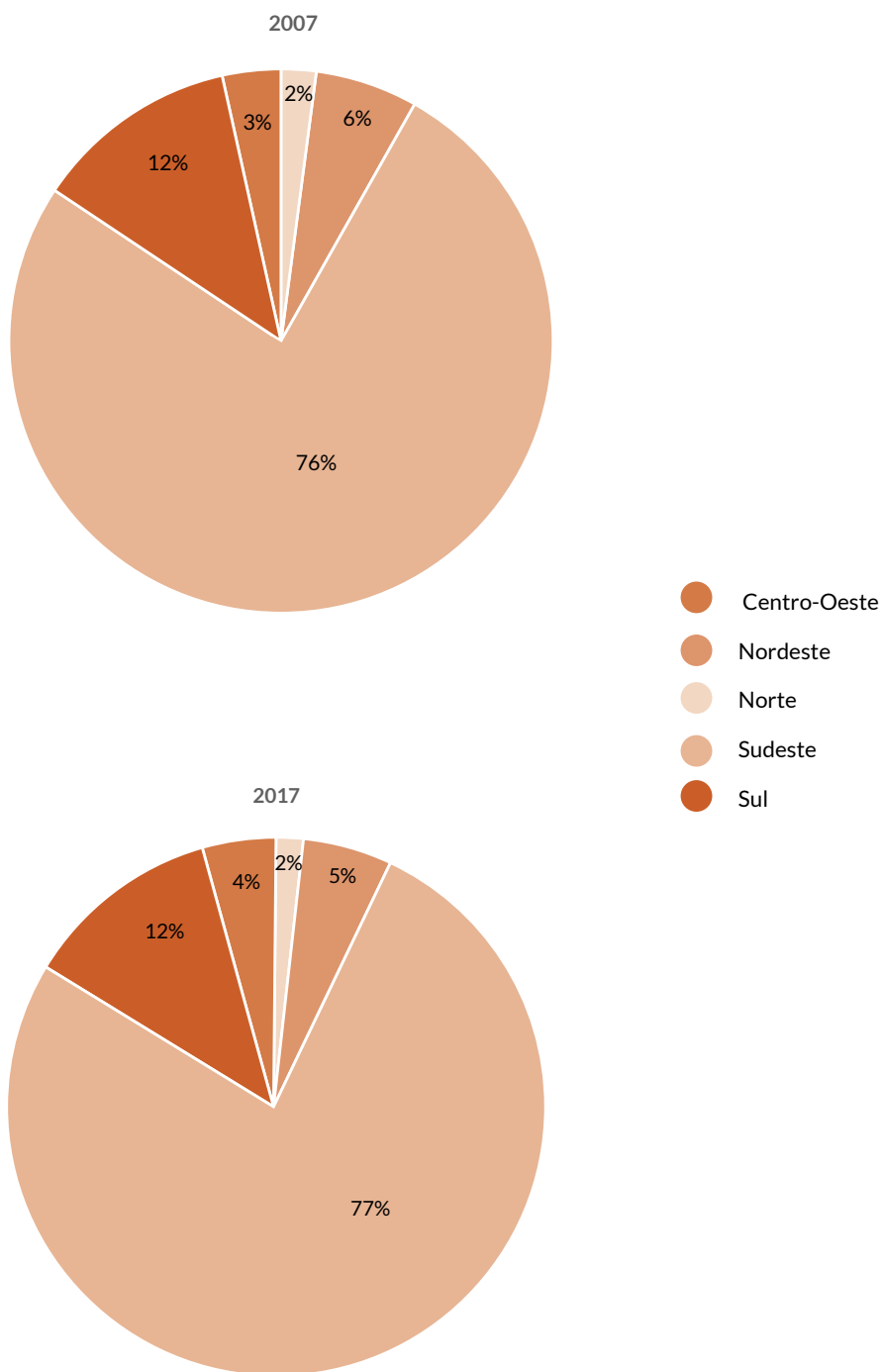
**Gráfico 3 – Participação do setor de música no total do valor adicionado pelos Setores Culturais e Criativos do Atlas Econômico da Cultura Brasileira – 2007-2017**



Fonte: Elaboração própria com base em IBGE – PAS/PIA/PAC.

Quanto à distribuição regional da geração de valor, o Gráfico 4 explicita que ela está altamente concentrada na região Sudeste, e que a composição tem se mantido quase idêntica com o passar dos anos: em 2007, 76% do valor adicionado havia sido gerado na região Sudeste, enquanto, em 2017, esse percentual foi de 77%. A região Sul continua sendo a segunda mais importante, com 12% do valor adicionado, e a região Nordeste desponta como a terceira – com 6% em 2007 e 5% em 2017 (Gráfico 4).

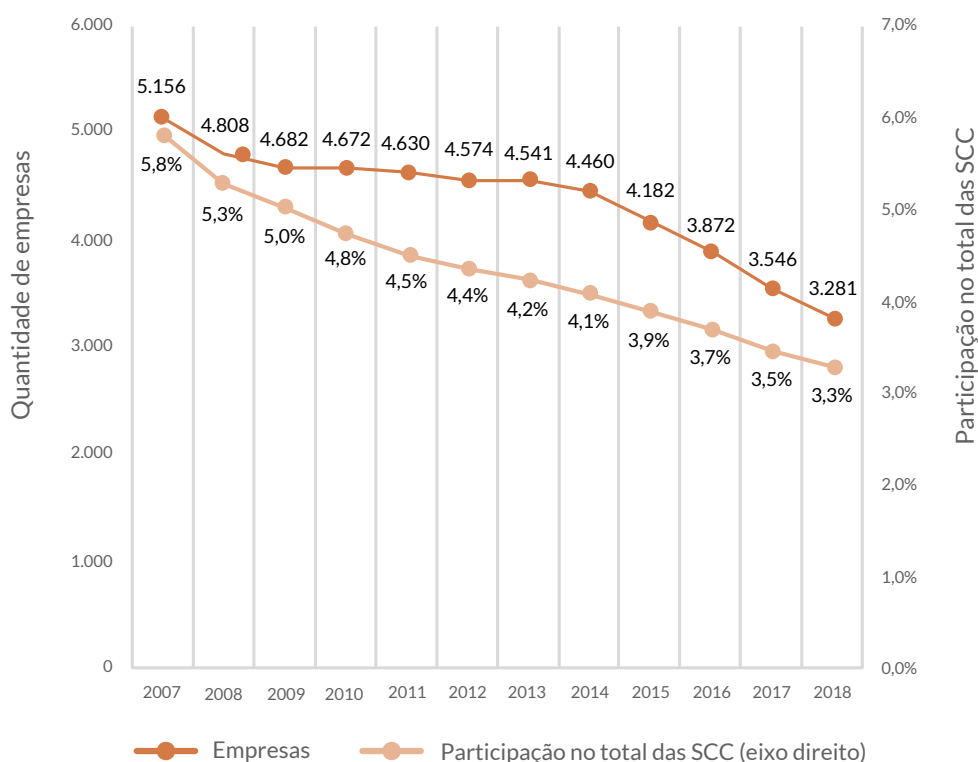
Gráfico 4 – Composição do valor adicionado pelo setor de música, segundo região do Brasil – 2007 e 2017



Fonte: Elaboração própria com base em IBGE – PAS/PIA/PAC.

Ainda que o valor adicionado tenha apresentado crescimento em uma parte do período analisado, a quantidade de empresas do setor de música apresentou queda em todos os doze anos entre 2007 e 2018. Os momentos mais expressivos de queda ocorreram no último triênio de análise (2016-2018). O período intermediário, de 2009 a 2014, apresentou quedas menos significativas, quase mantendo uma trajetória constante. Contudo, a queda na participação dessas empresas no total de empreendimentos culturais e criativos foi acentuada em todo o período, passando de 5,8% para 3,3% do total de empresas (Gráfico 5).

**Gráfico 5 – Quantidade de empresas do setor de música e participação no total das empresas dos Setores Culturais e Criativos – 2007-2018**



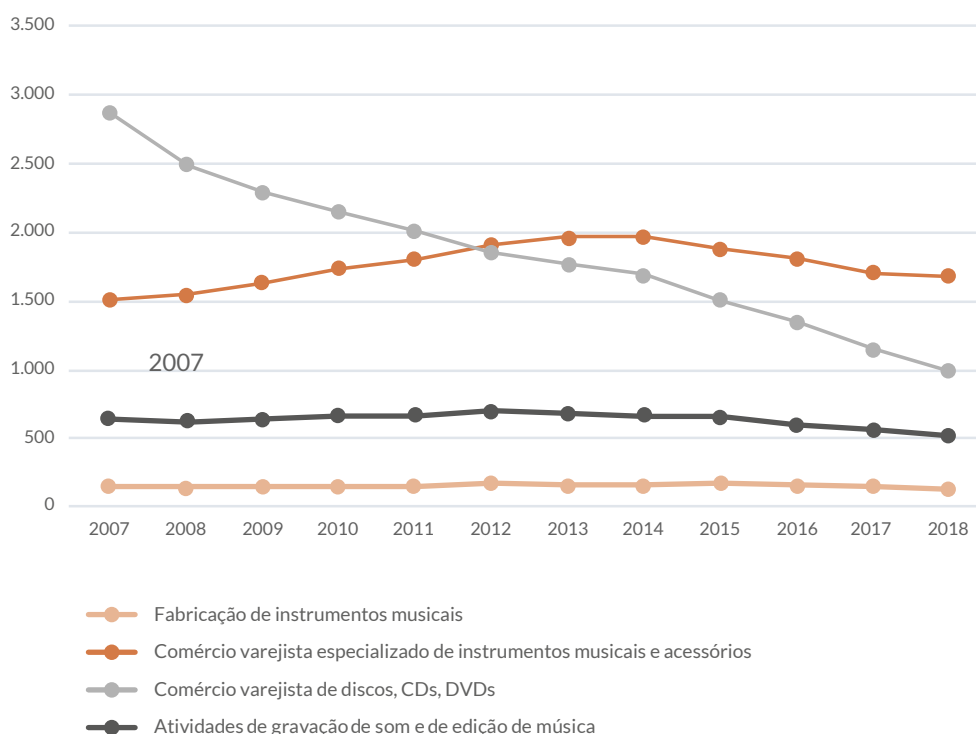
Fonte: Elaboração própria com base em RAIS/MTE.

Essa queda nos empreendimentos parece estar ligada ao fenômeno de mudança na forma de consumir música nos últimos anos. A única categoria de empresas, dentro da música, que apresentou queda em todo o período foi a de comércio varejista de discos, CDs e DVDs, ou seja, as lojas que vendiam



os formatos físicos de música que, atualmente, têm sido substituídos por formatos digitais de consumo. O comércio varejista de instrumentos musicais passou a apresentar uma trajetória de queda a partir de 2014, mas não próxima à expressiva queda das empresas de venda de CDs e discos. Os setores ligados à produção de canções e de instrumentos, por sua vez, mantiveram uma trajetória relativamente constante ao longo dos anos (Gráfico 6).

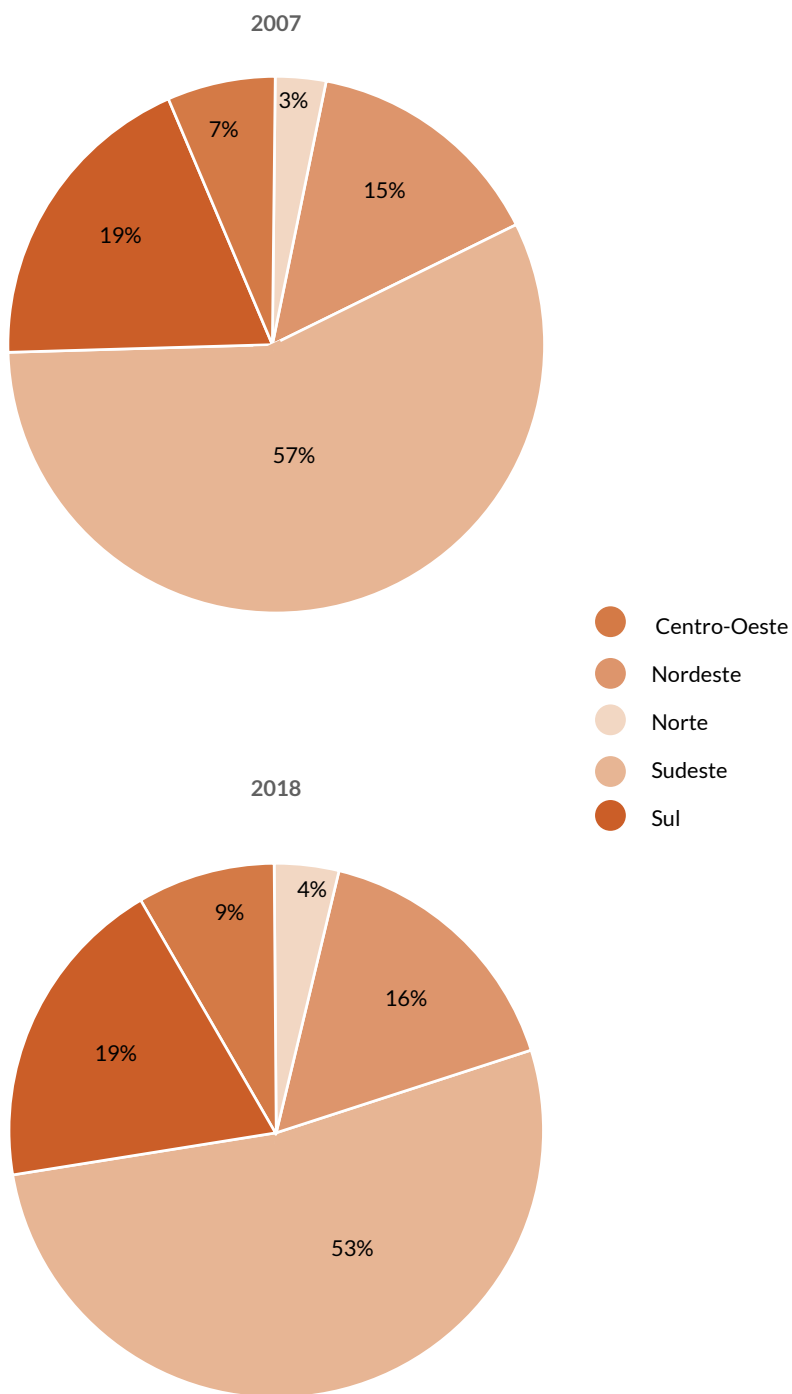
**Gráfico 6 – Fluxo de importações de serviços do setor de música no Brasil (em R\$ milhões) - 2014-2018**



Fonte: Elaboração própria com base em RAIS/MTE.

As empresas do setor da música se distribuem regionalmente de maneira menos concentrada do que o valor adicionado gerado por elas. Em 2018, 53% das empresas estavam na região Sudeste, 19% estavam na região Sul e 16% estavam na região Nordeste (Gráfico 7). Assim, em termos de empresas, as demais regiões além da Sudeste se destacam de maneira mais expressiva. Essa configuração sugere que as empresas de música da região Sudeste geram mais valor adicionado do que as demais empresas e, por isso, o valor adicionado acaba por se concentrar mais acentuadamente nessa região do que o observado na distribuição das empresas.

Gráfico 7 – Composição dos empreendimentos do setor de música, segundo região do Brasil – 2007 e 2018



Fonte: Elaboração própria com base em RAIS/MTE.

Também se ressalta que as empresas da música são, em sua maioria, de porte micro, conforme indica a Tabela 1. A concentração das empresas da música nesse porte é maior do que observado no total de empreendimentos culturais e criativos, embora ambas as categorias tenham essas empresas como principal parcela. Por outro lado, a participação das empresas de porte pequeno e médio é menor na música do que no total das empresas dos SCC. Além disso, destaca-se que não há nenhuma empresa de grande porte na música (Tabela 1).

**Tabela 1 - Composição dos empreendimentos dos Setores Culturais e Criativos e da música, segundo porte da empresa - 2007-2018 (%)**

Ano	Micro		Pequena		Média		Grande	
	Música	SCC	Música	SCC	Música	SCC	Música	SCC
2007	97,9	94,6	1,9	4,8	0,1	0,5	0,0	0,1
2008	97,9	94,4	2,0	5,0	0,1	0,6	0,0	0,1
2009	97,9	94,3	2,0	5,1	0,1	0,6	0,0	0,1
2010	97,7	94,1	2,2	5,2	0,1	0,6	0,0	0,1
2011	97,9	93,9	2,0	5,4	0,2	0,6	0,0	0,1
2012	97,9	93,9	1,9	5,5	0,1	0,6	0,0	0,1
2013	97,9	94,1	2,0	5,3	0,1	0,6	0,0	0,1
2014	97,9	94,2	2,0	5,2	0,1	0,5	0,0	0,1
2015	97,9	94,3	2,0	5,1	0,1	0,5	0,0	0,1
2016	98,0	94,4	1,9	5,1	0,1	0,5	0,0	0,1
2017	98,1	94,4	1,9	5,0	0,1	0,5	0,0	0,1
2018	98,0	94,3	2,0	5,1	0,1	0,6	0,0	0,1

Fonte: Elaboração própria com base em RAIS/MTE.

Conclui-se, portanto, que as empresas da música são, em sua maioria, de micro porte, e que a queda na quantidade de empreendimentos está diretamente ligada à queda nas empresas de venda de CDs e DVDs, atividade que obteve a menor participação em termos de valor adicionado dentre as quatro atividades da música. Assim, mesmo com a queda na quantidade de empresas, o valor adicionado pelo setor de música exibiu aumento nos sete anos iniciais da análise (2007 a 2013), apresentando decréscimo apenas nos anos de recessão da economia brasileira como um todo. Por outro lado, perdeu participação no valor adicionado dos SCC entre 2007 e 2016, passando de 2,9%

para 2,1% – valores bastante pequenos, levando em consideração que os SCC são formados por dez setores. De qualquer modo, é importante identificar os impactos desse setor da economia de maneira mais aprofundada e sofisticada. Uma análise baseada na metodologia matriz-insumo produto colabora para essa identificação e é apresentada na seção a seguir.

### 3.2. O IMPACTO DA MÚSICA NA ECONOMIA BRASILEIRA: UMA ANÁLISE DA MATRIZ INSUMO-PRODUTO

A presente seção visa mensurar o impacto econômico do setor de música na economia brasileira. Para tanto, emprega-se a técnica de insumo-produto para estimar os multiplicadores de impacto dos setores produtivos na economia. Os multiplicadores de insumo-produto auxiliam para um maior entendimento da interdependência setorial de uma economia e para a alocação dos recursos escassos em atividades que mais colaboram para a expansão do nível de atividade econômica. Ademais, esse método quando complementado pela técnica de extração hipotética, permite averiguar a importância de setores na economia.

A matriz de insumo-produto (MIP) para o ano de 2015 foi construída a fim de averiguar quais seriam os impactos econômicos dos setores da economia<sup>6</sup>. A fonte de dados brutos para a construção da MIP foi o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), empregando a nova metodologia

<sup>6</sup> Os 68 setores produtivos estudados são: Agricultura, inclusive o apoio à agricultura e a pós-colheita; Pecuária, inclusive o apoio à pecuária; Produção florestal, pesca e aquicultura; Extração de carvão mineral e de minerais não-metálicos; Extração de petróleo e gás, inclusive as atividades de apoio; Extração de minério de ferro, inclusive beneficiamentos e a aglomeração; Extração de minerais metálicos não-ferrosos, inclusive beneficiamentos; Abate e produtos de carne, inclusive os produtos do laticínio e da pesca; Fabricação e refino de açúcar; Outros produtos alimentares; Fabricação de bebidas; Fabricação de produtos do fumo; Fabricação de produtos têxteis; Confecção de artefatos do vestuário e acessórios; Fabricação de calçados e de artefatos de couro; Fabricação de produtos da madeira; Fabricação de celulose, papel e produtos de papel; Impressão e reprodução de gravações; Refino de petróleo e coquerias; Fabricação de biocombustíveis; Fabricação de químicos orgânicos e inorgânicos, resinas e elastômeros; Fabricação de defensivos, desinfestantes, tintas e químicos diversos; Fabricação de produtos de limpeza, cosméticos/perfumaria e higiene pessoal; Fabricação de produtos farmoquímicos e farmacêuticos; Fabricação de produtos de borracha e de material plástico; Fabricação de produtos de minerais não-metálicos; Produção de ferro-gusa/ferroligas, siderurgia e tubos de aço sem costura; Metalurgia de metais não-ferrosos e a fundição de metais; Fabricação de produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos; Fabricação de equipamentos de informática, produtos eletrônicos e ópticos; Fabricação de máquinas e equipamentos elétricos; Fabricação de máquinas e equipamentos mecânicos; Fabricação de automóveis, caminhões e ônibus, exceto peças; Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores; Fabricação de outros equipamentos de transporte, exceto veículos automotores; Fabricação de móveis e de produtos de indústrias diversas; Manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos; Energia elétrica, gás natural e outras utilidades; Água, esgoto e gestão de resíduos; Construção; Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas; Comércio por atacado e a varejo, exceto veículos automotores; Transporte terrestre; Transporte aquaviário; Transporte aéreo; Armazenamento, atividades auxiliares dos transportes e correio; Alojamento; Alimentação; Edição e edição integrada à impressão; Atividades de televisão, rádio, cinema e gravação/edição de som e imagem e atividades das telecomunicações relacionadas ao audiovisual (Proxy do setor audiovisual); Telecomunicações (exceto parte referente ao audiovisual); Desenvolvimento de sistemas e outros serviços de informação; Intermediação financeira, seguros e previdência complementar; Atividades imobiliárias; Atividades jurídicas, contábeis, consultoria e sedes de empresas; Serviços de arquitetura, engenharia, testes/análises técnicas e P & D; Outras atividades profissionais, científicas e técnicas; Aluguéis não-imobiliários e gestão de ativos de propriedade intelectual; Outras atividades administrativas e serviços complementares; Atividades de vigilância, segurança e investigação; Administração pública, defesa e seguridade social; Educação pública; Educação privada; Saúde pública; Saúde privada; Atividades artísticas, criativas e de espetáculos; Organizações associativas e outros serviços pessoais; Serviços domésticos.

das contas nacionais (referência 2010). O Apêndice A contempla as questões metodológicas de construção da matriz.

O setor musical, conforme a análise da Tabela 2, exibe um potencial acima da média da economia. Seu multiplicador para trás, no montante de 2,26, indica que os estímulos da demanda (em uma unidade monetária) nesse setor geram um aumento do VBP total da economia de 2,26 unidades monetárias. O setor ocupa a posição de número 23 quando comparado com as demais atividades da economia nacional já listadas. Os encadementos para frente no processo produtivo também são elevados (2,09). Neste quesito, o setor da música exibe a posição de número 18, tendo um impacto importante como fornecedor de seus produtos para outras atividades. Esse setor, entretanto, não é um grande gerador de emprego, estando em um patamar inferior quando comparado a outros setores da economia criativa que são mais intensivos em trabalho, como exemplo das artes cênicas. Aqui, os resultados devem ser interpretados com cautela, pois é inviável (a partir da MIP) desagregar dos setores considerados pela MIP as atividades exclusivamente musicais. Nesse sentido, os resultados para esse setor podem estar parcialmente contaminados. Essa disparidade é explicada no Apêndice A.

**Tabela 2 – Indicadores de encadeamento para trás e para frente do setor da música na economia brasileira**

	Encadeamento para trás	Encadeamento para frente
Atividades do setor da música	2,26	2,09

Fonte: Elaboração própria a partir de cálculos dos autores com base nos dados brutos de Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015).

No que se refere aos efeitos da exclusão hipotética do setor da música da economia, a Tabela 3 resume os resultados. Nela, observamos que a exclusão das atividades relacionadas à música engendraria uma redução de 0,93% do valor bruto da produção. Em termos líquidos, descontando a própria produção do setor a fim de capturar a dependência das demais atividades ao setor de música, a queda de produção seria de 0,51%. Neste contexto de queda da produção, existiria uma redução do pessoal ocupado da economia em 949 mil empregos.

**Tabela 3 – Impactos da exclusão hipotética do setor de música da economia brasileira**

	Redução do Valor Bruto da Produção (VBP) (valores correntes em R\$ 1.000.000)	Redução do VBP (%)	Redução do VBP (%) – excluindo próprio setor	Redução do emprego (número de trabalhadores)
Atividades do setor da música	95.299,45	0,93	0,51	949.979

Fonte: Elaboração própria a partir de cálculos dos autores com base nos dados brutos de Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015).

Algumas atividades notoriamente pertencentes ao setor não foram incorporadas à análise, devido à incompatibilidade existente entre os setores da matriz de insumo-produto (e dispostos nas contas nacionais) e os códigos da CNAE pertencentes à música segundo a metodologia do Atlas empregada nesse estudo<sup>7</sup>. Ademais, os dados provenientes das contas nacionais não incluem as atividades relacionadas à economia informal, que afetam a atividade cultural, podendo distorcer os resultados das estimações, já que as indústrias criativas possuem um expressivo componente de informalidade em suas atividades.

Os índices de ligação para trás e para frente encontrados indicaram que as atividades exibem efeitos de encadramento positivos. Isso, de certa forma, ratifica a importância desse setor da economia, o que é reforçado pelos resultados do método de extração hipotética. Dessa forma, conclui-se que os investimentos voltados para o setor da música contribuem positivamente para o aumento da atividade econômica no Brasil.

Esta seção não pretendeu esgotar a discussão quanto ao papel desempenhado pelo setor musical na economia nacional. Maiores esforços das instituições devem ser implementados a fim de estimar com maior precisão a contribuição desse setor para a economia brasileira. A construção de uma conta satélite da cultura para o Brasil será um passo importante nessa direção.

<sup>7</sup> Explicações no Apêndice A.

## 4. MERCADO DE TRABALHO DA MÚSICA: UMA ANÁLISE COM ENFOQUE OCUPACIONAL<sup>8</sup>

A caracterização do mercado de trabalho da música se dá pela análise de dados amostrais, que representam toda a população economicamente ativa (PEA) brasileira, independente da conotação formal de vínculo dos ocupados. Para retratar as características sociais e econômicas que permeiam o mercado de trabalho do segmento da música no Brasil, foram utilizados dados secundários da PNAD Contínua, disponibilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística para os anos de 2014, 2015, 2016, 2017 e dos dois primeiros trimestres de 2018. A PNAD Contínua apresenta um sistema próprio de codificação ocupacional: a COD. Para representar as ocupações da música, foram selecionados dois códigos: 2354 (outros professores de música) e 2652 (músicos, cantores e compositores).

Ainda, para comparar os resultados da música com as demais ocupações culturais e criativas, buscou-se realizar uma avaliação das características socioeconômicas desse grupo. Com o intuito de permitir a análise dessas ocupações pela PNAD Contínua, foi realizada uma adaptação da relação de ocupações utilizada no Atlas Econômico da Cultura Brasileira (que havia sido feita com base na PNAD Anual – e, portanto, em sua codificação CBO-Domíciliar, diferente da COD). A correspondência final é apresentada no Quadro 2, e o exercício de adaptação é melhor descrito no Apêndice B.

**Quadro 2 – Listagem de ocupações culturais e criativas segundo a metodologia do Atlas Econômico da Cultura Brasileira, para os códigos do sistema COD**

<b>COD</b>	<b>Denominação</b>
2354	Outros professores de música
2652	Músicos, cantores e compositores
2653	Bailarinos e coreógrafos
2654	Diretores de cinema, de teatro e afins
2655	Atores
2659	Artistas criativos e interpretativos não classificados anteriormente
3435	Outros profissionais de nível médio em atividades culturais e artísticas

<sup>8</sup> As estimações para a PNAD Contínua presentes nesta seção foram realizadas por meio do software R (R CORE TEAM, 2018), com o pacote “PNADcIBGE” desenvolvido por Braga (2018) e do pacote “survey” desenvolvido por Lumley (2017).

1222	Dirigentes de publicidade e relações públicas
1223	Dirigentes de pesquisa e desenvolvimento
2161	Arquitetos de edificações
2162	Arquitetos paisagistas
2163	Desenhistas de produtos e vestuário
2164	Urbanistas e engenheiros de trânsito
2166	Desenhistas gráficos e de multimídia
2355	Outros professores de artes
2621	Arquivologistas e curadores de museus
2622	Bibliotecários, documentaristas e afins
2641	Escritores
2642	Jornalistas
2643	Tradutores, intérpretes e linguistas
2651	Artistas plásticos
2656	Locutores de rádio, televisão e outros meios de comunicação
3431	Fotógrafos
3432	Desenhistas e decoradores de interiores
3433	Técnicos em galerias de arte, museus e bibliotecas
3434	Chefes de cozinha
3521	Técnicos de radiodifusão e gravação audiovisual
3522	Técnicos de engenharia de telecomunicações
5141	Cabeleireiros
5241	Modelos de moda, arte e publicidade
7311	Mecânicos e reparadores de instrumentos de precisão
7312	Confeccionadores e afinadores de instrumentos musicais
7313	Joalheiros e lapidadores de gemas, artesãos de metais preciosos e semipreciosos
7314	Ceramistas e afins (preparação e fabricação)
7315	Cortadores, polidores, jateadores e gravadores de vidros e afins
7316	Redatores de cartazes, pintores decorativos e gravadores
7317	Artesãos de pedra, madeira, vime e materiais semelhantes
7318	Artesãos de tecidos, couros e materiais semelhantes
7319	Artesãos não classificados anteriormente



7321	Trabalhadores da pré-impressão gráfica
7322	Impressores
7323	Encadernadores e afins
7531	Alfaiates, modistas, chapeleiros e peleteiros
7532	Trabalhadores qualificados da preparação da confecção de roupas
7533	Costureiros, bordadeiros e afins
7534	Tapeceiros, colchoeiros e afins
7535	Trabalhadores qualificados do tratamento de couros e peles
7536	Sapateiros e afins

Fonte: Elaboração própria.

Nota: As ocupações que representam a música estão destacadas em negrito.

A análise desses anos possibilita que sejam percebidas as movimentações do mercado de trabalho geral e da música em um período de deterioração do mercado de trabalho brasileiro (2014-2018). Depois de um período de melhoria contínua do mercado de trabalho brasileiro, que apresentou queda da taxa de desemprego e crescimento dos rendimentos e que se estendeu até o final de 2014, a economia brasileira experimentou um forte período recessivo nos anos de 2015 e 2016, que se refletiu de forma dramática no mercado de trabalho. No ano de 2017 e nos dois primeiros trimestres de 2018, a economia brasileira apresentou uma relativa estabilidade que também se verificou no mercado de trabalho brasileiro.

A evolução do número absoluto de ocupados bem como a variação ocorrida entre cada trimestre podem ser observadas na Tabela 4, que mostra a evolução das ocupações na música, das ocupações culturais e criativas e no total de ocupações.

**Tabela 4 – Ocupações na música, ocupações culturais e criativas e total de ocupações (2014-2018)**

Ano	Música		Ocupações Culturais e Criativas		Total Ocupados		
	Nº Abs.	Var. %	Nº Abs.	Var. %	Nº Abs.	Var. %	
2014	1º tri.	154.513	-	3.346.388	-	91.251.589	-
	2º tri.	156.730	1,4%	3.765.543	12,5%	92.051.939	0,9%
	3º tri.	154.548	-1,4%	4.148.794	10,2%	92.269.100	0,2%
	4º tri.	160.196	3,7%	4.244.802	2,3%	92.874.532	0,7%
2015	1º tri.	152.658	-4,7%	4.163.468	-1,9%	92.023.103	-0,9%
	2º tri.	166.928	9,3%	4.013.882	-3,6%	92.211.336	0,2%
	3º tri.	171.217	2,6%	3.993.874	-0,5%	92.089.928	-0,1%
	4º tri.	178.440	4,2%	3.785.200	-5,2%	92.244.835	0,2%
2016	1º tri.	166.221	-6,8%	3.845.200	1,6%	90.639.074	-1,7%
	2º tri.	163.970	-1,4%	3.931.958	2,3%	90.798.100	0,2%
	3º tri.	175.699	7,2%	3.852.660	-2,0%	89.834.610	-1,1%
	4º tri.	179.443	2,1%	3.928.982	2,0%	90.262.108	0,5%
2017	1º tri.	182.535	1,7%	3.850.301	-2,0%	88.947.087	-1,5%
	2º tri.	162.218	-11,1%	4.106.947	6,7%	90.236.002	1,4%
	3º tri.	196.670	21,2%	4.118.502	0,3%	91.296.920	1,2%
	4º tri.	197.842	0,6%	4.157.912	1,0%	92.108.191	0,9%
2018	1º tri.	180.537	-8,7%	3.998.348	-3,8%	90.580.681	-1,7%
	2º tri.	179.716	-0,5%	4.171.695	4,3%	91.237.334	0,7%
Variação acumulada			16,3%		24,7%		-0,02%

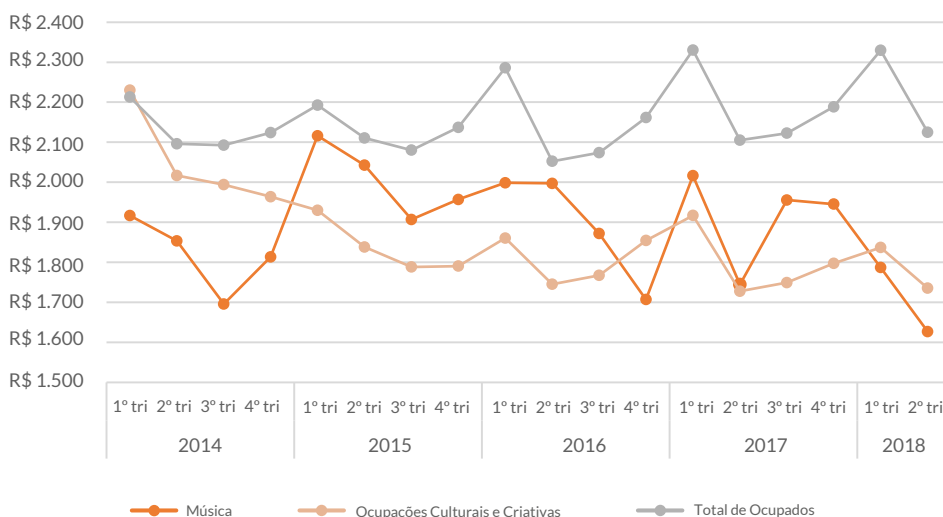
Fonte: Elaboração própria com base em dados da PNAD Contínua/IBGE.

Analisando a Tabela 4, percebe-se que o número absoluto de trabalhadores ocupados no total da economia cresceu levemente ao longo do ano de 2014 e que, a partir do primeiro trimestre de 2015, ele apresentou algumas oscilações, porém sempre com uma tendência de queda. Dessa forma chega-se ao segundo trimestre de 2018 com praticamente o mesmo número de ocupados que se tinha no primeiro trimestre de 2014. O número absoluto de ocupados na música apresenta, ao longo de todo o período (com exceção do

ano de 2018), oscilações. No entanto, diferentemente do que acontece com o total de ocupados, houve um crescimento de 16,3% no número de trabalhadores ocupados na música. Nas ocupações culturais e criativas, o movimento é diferente dos movimentos apresentados nos outros dois segmentos. No ano de 2014, esse grupo apresentou forte crescimento (26,8%), enquanto que, em 2015, apresentou significativa queda (11,61%), seguida de oscilação nos próximos dois anos e meio. Ao longo de todo o período, esse grupo foi, dentre os segmentos analisados, o que teve o maior crescimento (24,7%). Dessa forma, tem-se uma situação curiosa e pouco comum de se verificar, na qual os três segmentos analisados apresentam movimentações distintas no número de ocupados ao longo do período estudado.

Outra variável importante para a compreensão do mercado de trabalho da música frente à realidade das ocupações no país é o rendimento médio. O Gráfico 8 apresenta os rendimentos médios do trabalho principal dos ocupados na música, nas ocupações culturais e criativas e no total da economia. Contudo, é importante atentar que a comparação dos dados é limitada, uma vez que as jornadas de trabalho médias diferem.

**Gráfico 8 – Rendimento médio real no trabalho principal em Reais de maio de 2018**



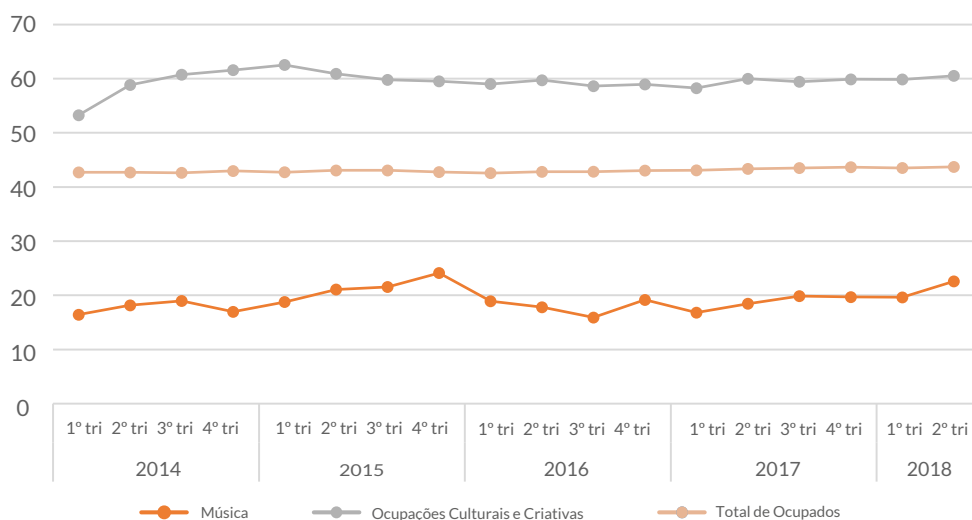
Fonte: Elaboração própria com base em dados da PNAD Contínua/IBGE.

Conforme indica o Gráfico 8, é possível notar que ao longo do período houve oscilações nos três segmentos, mas também, que nos três, os rendimentos médios apresentaram diminuição do valor real. Ao longo dos anos, pode-se

notar que o total de ocupados teve uma variação em seu rendimento médio menor do que os outros dois segmentos, chegando ao segundo trimestre de 2018 com rendimento bastante superior aos demais. A maior queda de rendimentos ocorreu nos trabalhadores culturais e criativos. No entanto, o menor rendimento continua sendo dos trabalhadores na música.

No Gráfico 9 observa-se a evolução do número de trabalhadores por gênero nos três segmentos. Nota-se, no total da economia, uma boa estabilidade da participação relativa das mulheres no mercado de trabalho, que passou de 42,7% no primeiro trimestre de 2014 para 43,7% do total de ocupados no segundo trimestre de 2018. As ocupações da música são o segmento analisado no qual as mulheres têm a menor participação; no entanto, ao longo do período estudado, foi justamente nesse segmento que a participação feminina teve maior crescimento, começando em 16,7% e terminando o período com uma participação de 22,6% – crescendo, portanto, 8,5 pontos percentuais. Dentre os segmentos analisados, as ocupações culturais e criativas apresentam a maior participação de mulheres. A evolução da participação das mulheres nesse segmento teve uma movimentação bem particular, pois apresentou forte crescimento no ano 2014 até o primeiro trimestre de 2015, quando saiu de 53,3% para 62,5% e depois se manteve praticamente estável, terminando o período com 60,5% de participantes.

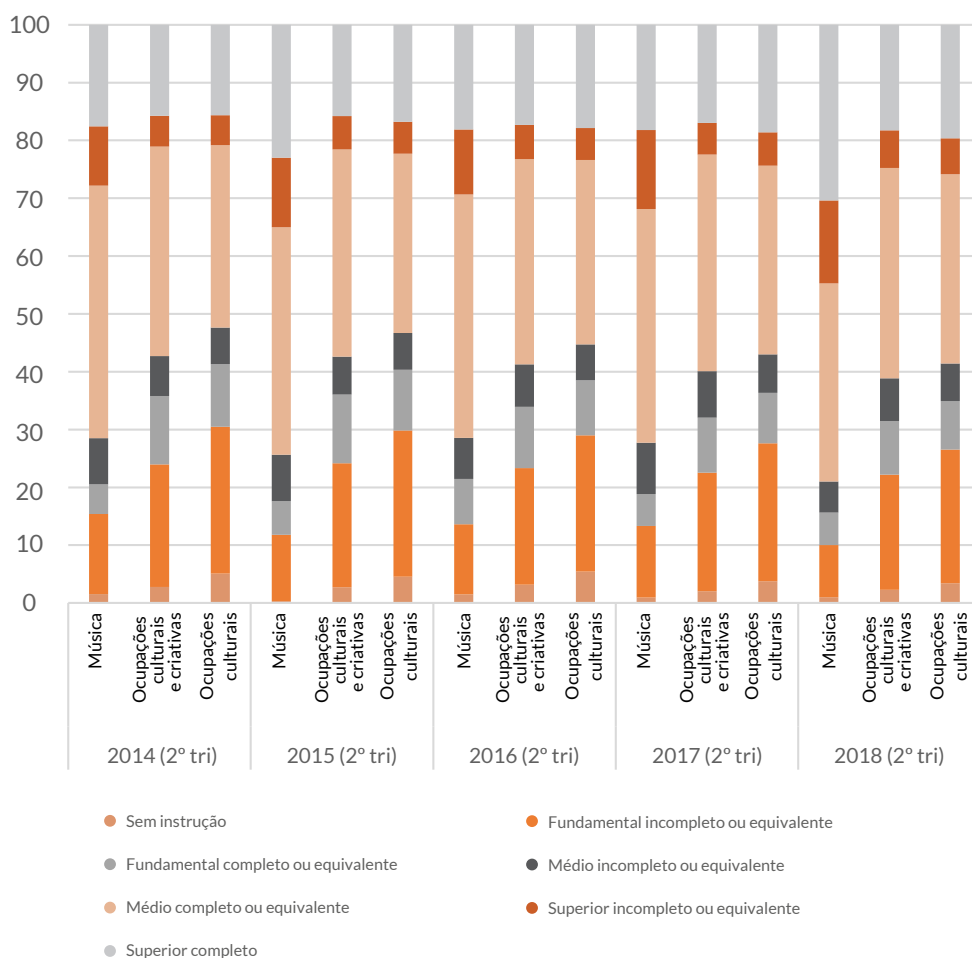
**Gráfico 9 – Percentual de mulheres na Música, nas Ocupações Culturais e Criativas e no total de ocupados**



Fonte: Elaboração própria com base em dados da PNAD Contínua/IBGE.

Como forma de indicar a qualificação dos trabalhadores na música, o Gráfico 10 apresenta informações sobre o nível de instrução dos trabalhadores. Complementarmente, também são mostrados os níveis de instrução dos ocupados em atividades culturais e criativas e do total de ocupados no mercado de trabalho brasileiro.

**Gráfico 10 – Composição (em %) da escolaridade dos trabalhadores da Música, das Ocupações Culturais e Criativas e do total de ocupados**



Fonte: Elaboração própria com base em dados da PNAD Contínua/IBGE.

Focando a análise comparativa dos três segmentos apenas no segundo semestre de 2018, pode-se observar que o mercado de trabalho geral é composto por um percentual maior de pessoas sem instrução (3,4%), enquanto, no segmento da música, apenas 1,0% não tem instrução, e, dentre os trabalhadores

culturais e criativos, 2,3% não possuem. Para efeito de análise, agregam-se as três primeiras faixas para comparar os mais baixos níveis de instrução. Novamente, o que se verifica é que, no total de trabalhadores, o nível de escolaridade é menor, com 34,9% dos trabalhadores nas três primeiras faixas, seguido das ocupações culturais e criativas (com 31,5%) e dos trabalhadores da música (com 15,6%), conforme apresentou o Gráfico 10.

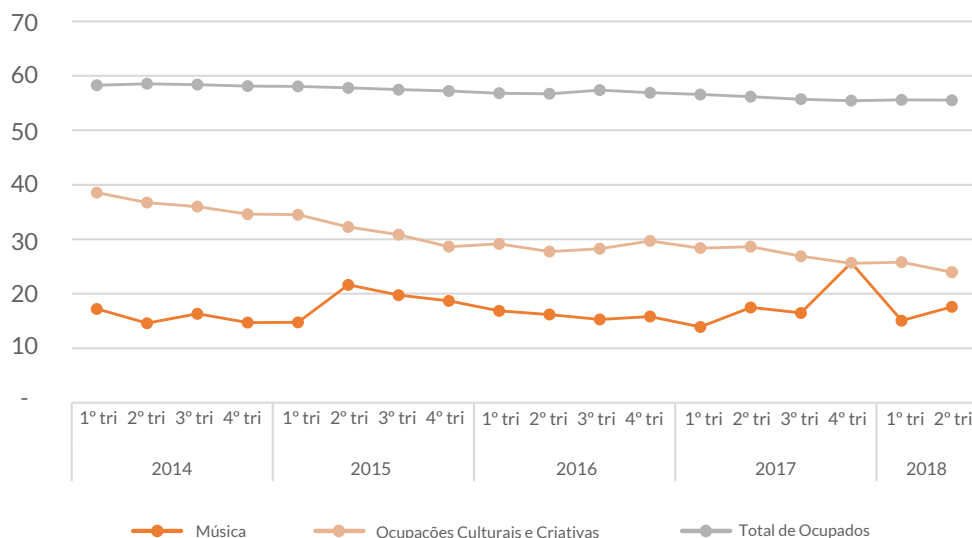
Para corroborar a impressão inicial de que os trabalhadores na música têm um nível de escolaridade mais elevado, observa-se que o percentual de ocupados com Ensino Superior na música é maior que nos outros dois segmentos. Na música, 30,4% dos trabalhadores têm Ensino Superior Completo enquanto que, nas ocupações culturais e criativas, são 18,2% e, no total de trabalhadores, 19,6%. Caso fossem agregadas as duas faixas superiores, essa diferença fica ainda maior. No segmento da música, o percentual é de 44,8%; nos ocupados culturais e criativos, é de 24,7%; no total, é de 25,8%.

Ao longo do período analisado, esses percentuais variam. No entanto, em todos os trimestres analisados, as ocupações da música apresentam menor percentual de trabalhadores com baixo nível de escolaridade e maior percentual de trabalhadores nas faixas superiores. Essas características relacionadas à escolaridade no mercado de trabalho permitem evidenciar que os ocupados nos segmentos musicais possuem mais contato com a realidade universitária no País.

#### 4.1. PROTEÇÃO DO TRABALHO

Através do Gráfico 11 e do Gráfico 12, é possível observar a evolução, no período analisado, de dois aspectos que indicam a medida de segurança/insegurança que os trabalhadores enfrentam no mercado de trabalho: o percentual de trabalhadores que atuam de modo formal na economia e o percentual de trabalhadores que contribuem para a previdência. A observação desses pontos apresenta-se de suma importância para compreender algumas diferenças estruturais do mercado de trabalho da música e das ocupações culturais e criativas em relação ao mercado de trabalho geral.

**Gráfico 11 – Percentual de trabalhadores formais na Música, nas Ocupações Culturais e Criativas e no total de ocupados**



Fonte: Elaboração própria com base em dados da PNAD Contínua/IBGE.

OBS1: \*Formais: Trabalhador doméstico com carteira, Militares, Empregador, empregado no setor privado com carteira, funcionário público estatutário.\*\* Informais: Trabalhador doméstico sem carteira, empregado no setor privado sem carteira, Conta própria, trabalhador não remunerado.

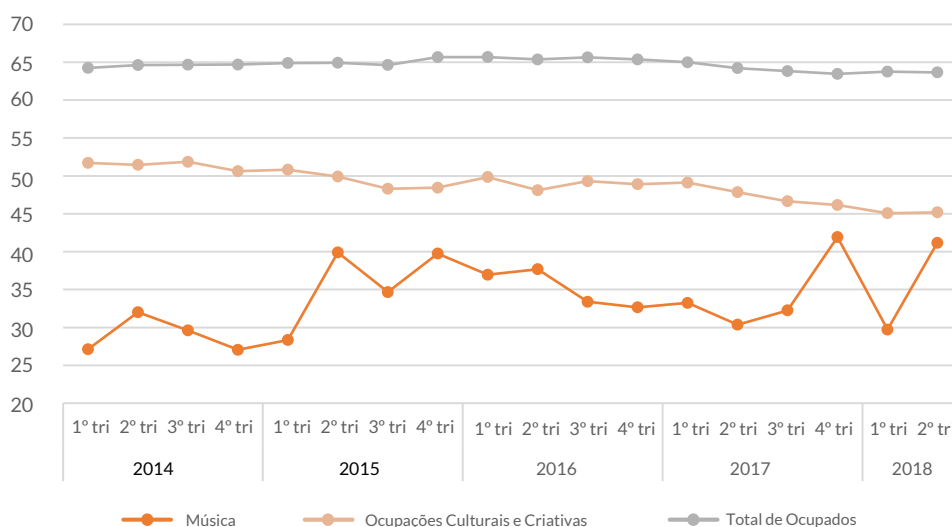
OBS2: A partir de 2015 a PNAD contínua passou a captar trabalhadores conta própria com CNPJ e sem CNPJ, possibilitando, assim, colocar os trabalhadores conta-própria com CNPJ no conjunto dos trabalhadores formais. No entanto, por tradição e por entendermos que na maioria dos casos, mesmo esses trabalhadores tendo CNPJ eles ainda estão inseridos no processo produtivo de forma bastante precária e em atividades de baixíssima produtiva por isso optamos em agrega-los junto com os trabalhadores informais.

Para a totalidade dos ocupados, o percentual de trabalhadores formais tem redução contínua ao longo do período, saindo de 58,3% no primeiro trimestre de 2014 e atingindo o seu patamar mais baixo no segundo trimestre de 2018 (55,5%), percentual esse também experimentado no final de 2017 – evolução esperada para um período de crise da economia. Ao se analisar os dados referentes ao mercado de trabalho da música e das ocupações culturais e criativas, percebe-se uma realidade bastante distinta. Nos dois segmentos, os percentuais de trabalhadores formais no mercado de trabalho são bem inferiores. No segmento cultural e criativo, ele parte de 38,6% no início do período e chega a 24,0% experimentando uma queda bastante expressiva. No segmento da música, a movimentação é errática, alternando períodos de

crescimento e de diminuição e chegando ao final com quase o mesmo percentual do início do período. No início do período analisado, os trabalhadores formais representavam 17,2% do total dos trabalhadores da música e, no final do período, esse percentual chegou em 17,6% (Gráfico 11).

A contribuição para a previdência por parte dos ocupados é outro indicador importante referente à proteção que as atividades de trabalho proporcionam ao trabalhador. O Gráfico 12 revela o percentual de trabalhadores que contribuem para a previdência nos três segmentos de ocupados analisados.

**Gráfico 12 - Percentual de trabalhadores que contribuem para a previdência na Música, nas Ocupações Culturais e Criativas e no total de ocupados**



Fonte: Elaboração própria com base em dados da PNAD Contínua/IBGE.

Da mesma forma que no quesito anterior, percebe-se enorme diferença de percentual e também de comportamento entre os três segmentos. No total de trabalhadores ocupados, percebe-se uma relativa estabilidade no número de trabalhadores que contribuem para a previdência. No primeiro trimestre de 2014, eram 64,3%, enquanto, no segundo trimestre de 2018, eram 63,7%. Direcionando o olhar para o mercado de trabalho da música, observa-se que a estrutura deste se diferencia do mercado geral de trabalho, com ampla maioria dos ocupados sendo não contribuintes em todos os períodos observados. A evolução dos dados aponta que o número de contribuintes passou de 27,1% no primeiro trimestre de 2014 para 41,4% no segundo trimestre de 2018, apresentando crescimento do percentual de trabalhadores que contribuem



para a previdência. Entre os trabalhadores das ocupações culturais e criativas, os percentuais ficam em uma posição intermediária: maior percentual de contribuintes do que os ocupados na música e menor que o total de trabalhadores. Apesar das oscilações ao longo do período estudado, os percentuais apresentaram uma tendência de queda. No primeiro trimestre de 2014, 51,7% dos trabalhadores contribuíam para previdência e, no segundo trimestre de 2018, o percentual foi de 45,2%.

#### 4.2. CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE AS OCUPAÇÕES DA MÚSICA

Nas seções anteriores, objetivou-se apresentar e discutir dados que fossem relevantes para traçar o panorama do mercado de trabalho da música no Brasil. A proposta desta seção é apresentar um fechamento das análises feitas, apontando as principais características referentes à evolução e ao perfil dos ocupados na música.

Quando observada a evolução do número de trabalhadores ocupados em cada segmento, podemos perceber que o total de trabalhadores teve um comportamento condizente com a conjuntura econômica: uma pequena elevação em 2014, quando a economia também cresceu levemente, e queda nos períodos recessivos, terminando o período com praticamente o mesmo montante de ocupados do início. As ocupações da música surpreendentemente tiveram grande crescimento para o período, dada a conjuntura econômica, e terminaram com um crescimento de 16,3%. Dentre as questões referentes à renda, foi interessante notar que, no decorrer dos períodos analisados, a renda real média referente ao trabalho principal, sem levar em consideração a jornada de trabalho, diminuiu tanto na música quanto nos outros dois segmentos estudados. Também como característica semelhante da evolução, tem-se as oscilações ao longo do período. Cabe destacar, ainda, que, apesar da maior queda dos rendimentos dos trabalhadores culturais e criativos, os rendimentos dos ocupados na música terminaram o período estudado com o menor valor.

Em relação às características sociais, no que toca a questão de gênero, tem-se que no mercado de trabalho da música o número de homens é consideravelmente maior que o de mulheres. Apesar de a participação ter aumentado ao longo do período, esse crescimento não foi capaz de representar uma mudança significativa da realidade da participação feminina no segmento. Em relação ao grau de instrução dos ocupados da música, pode-se perceber que

nesse segmento os trabalhadores têm nível de escolaridade bastante superior ao total dos trabalhadores do mercado de trabalho e também dos trabalhadores culturais e criativos.

Nas questões referentes ao grau de proteção dos trabalhadores em suas ocupações, é interessante notar algumas peculiaridades da música em relação ao mercado de trabalho geral. O número de contribuintes como proporção do total de ocupados da música cresceu consideravelmente durante o período analisado, mas, ainda assim, se mantém longe das proporções apresentadas pelo mercado de trabalho geral, onde o número de contribuintes é maior que o de não contribuintes em todos os períodos verificados. A questão da informalidade também é bastante relevante nesse setor. Enquanto o mercado de trabalho geral sempre apresentou formalidade maior que a informalidade, o mercado de trabalho da música apresentou altos níveis de informalidade em todos os períodos, na maior parte do tempo superior a 80%.

Por fim, esta seção possibilitou discutir a realidade e a evolução da participação social das atividades relacionadas à música, onde se percebeu as características que denotam ao setor musical peculiaridades e diferenciais frente ao mercado de trabalho geral. O segmento estudado no Brasil possui conotação econômica e social que o destaca como segmento de atuação e mobilização social. Contudo, reforça-se que esta realidade é muito permeada pela informalidade e, assim, com baixo nível de proteção aos trabalhadores envolvidos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo buscou observar os impactos econômicos do setor da música no Brasil. Primeiro, buscou caracterizar a cadeia produtiva da música, com o intuito de descrever as etapas de criação, produção e disseminação e explicar como esse setor atua na economia. Após isso, apresentou dados sobre a evolução de seu valor adicionado na economia brasileira e a quantidade de empreendimentos nacionais; o seu efeito de encadeamento na economia brasileira; e a condição dos trabalhadores ocupados em atividades musicais.

A análise da cadeia produtiva demonstrou que as mudanças em sua estrutura estão muito relacionadas com as inovações, corroborando a ideia de que o setor é altamente dinâmico e incorpora facilmente as novas tecnologias em sua cadeia produtiva. Mais recentemente, observa-se na indústria da música um processo de desverticalização da produção, o que contribuiu para

o crescimento dos artistas independentes, menos dependentes das grandes empresas do ramo.

Os dados sobre as empresas do setor de música e o valor adicionado gerado por elas explicitaram que houve queda na quantidade de empreendimentos, mas apenas por conta da grande diminuição na quantidade de lojas de CDs, DVDs e discos. A atividade de comércio de formatos físicos de música é a que representa a menor parcela do valor adicionado do setor em todos os anos analisados, sendo que as duas mais expressivas são a fabricação de instrumentos musicais e a gravação de som e edição de música. Assim, a queda presenciada nas empresas não se manifestou de maneira direta na trajetória do valor adicionado pelo setor, que apresentou um período de sete anos de aumento seguido de apenas três anos de queda, coincidindo com a crise da economia brasileira.

A avaliação do impacto econômico do setor de música através do método de construção da matriz insumo-produto e da apresentação dos resultados de encadeamento e de exclusão hipotética demonstrou os resultados satisfatoriamente positivos que o setor agrega na economia nacional. Seu encadeamento como demandante e ofertante para outros setores é acima da média nacional, e a exclusão do setor acarretaria em perdas significativas de emprego para o País.

Quanto ao mercado de trabalho dos ocupados da música (músicos e professores de música), ressalta-se que a quantidade de pessoas trabalhando nessas ocupações aumentou 16,3% entre o início e o fim do período analisado (2014-2016). O salário dos músicos mostrou-se menor do que o do total de ocupados da economia. Além disso, o percentual de mulheres no mercado de trabalho da música também se mostrou muito abaixo do que no total da economia, ficando na faixa entre 15% e 25% no período, enquanto, no total da economia, a participação feminina representou valores acima de 40% em todo o período.

No tocante à proteção do trabalhador da música, o primeiro ponto a ser destacado é o baixo número absoluto e relativo de trabalhadores nas ocupações formais do mercado de trabalho da música. Essa característica é marcadamente uma diferença entre esse mercado de trabalho e o mercado de trabalho geral da economia. Esse resultado reafirma a adequação metodológica de se analisar o mercado de trabalho através do recorte ocupacional, visto que traz informações mais precisas sobre esse grupo de trabalhadores.

Na participação dos ocupados que contribuem para a previdência, o número de contribuintes como proporção do total de ocupados da música

também ficou bem aquém do verificado nos outros dois segmentos. Mesmo com o aumento observado no período, o percentual de trabalhadores que contribuem para a previdência se manteve abaixo das proporções apresentadas pelo mercado de trabalho geral e pelas ocupações culturais e criativas.

Todas as perspectivas de análise apresentadas neste capítulo visaram explicitar aspectos técnicos e quantitativos do setor de música no Brasil, viabilizando a compreensão do panorama setorial em suas variáveis econômicas. O estudo permitiu avaliar de maneira estruturada as potencialidades e entraves do setor, auxiliando na caracterização mais ampla das atividades da música.

## REFERÊNCIAS

COELHO, B. F. D. **Música, símbolo e poder**: ensaio para uma introdução simbólica a estudos do arranjo produtivo da música. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.

GENES, F; CRAVEIRO, R. U; PROENÇA, A. Inovações tecnológicas na cadeia produtiva da música no século XXI. **Sistemas & Gestão**, v. 7, n. 2, p. 174-191, 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **CNAE 2.0 e tabela de recursos e usos (TRU)**. 2015. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home>>. Acesso em: 8 set.2018.

KISCHINHEVSKY, M.; HERSCHMANN, M. A reconfiguração da indústria da música. **Revista E-Compós, Brasília**, v. 14, n. 1, 2011.

LUMLEY, T. **Survey**: analysis of complex survey samples. R package version 3.32. 2017. Disponível em: <<https://cran.r-project.org/web/packages/survey/index.html>>. Acesso em: 23 out. 2018.

NAKANO, D. et al. A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música. **Gestão & Produção**, v. 17, n. 3, p. 627-638, 2010.

NÚÑEZ, T. **O mercado musical e a cadeia produtiva da música no RS**. Indicadores Econômicos FEE, v. 45, n. 2, p. 97-110, 2017.

OLIVEIRA, M. P. As transformações do mercado musical e as plataformas de crowdfunding e licenciamento musical. **Sonora**, v. 6, n. 12, 2017.

R CORE TEAM. **R**: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. 2018. Disponível em: <<https://www.R-project.org/>>. Acesso em: 23 out. 2018.

VOLDERE, I. et al. **Mapping the creative value chains: a study on the economy of culture in the digital age**. Bruxelas: European Commission, 2017.