

VALORES DO TRABALHO NO CONTEXTO DA ECONOMIA CRIATIVA: um estudo com músicos empreendedores da cidade de Montes Claros

MARIA VITORIA FERREIRA AMARO

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MONTES CLAROS (UNIMONTES)

CLEDINALDO APARECIDO DIAS

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MONTES CLAROS (UNIMONTES)

JÚLIA FERNANDES SANTOS

MARIA FERNANDA MARQUES ARAUJO

LAURA MELO DE ANDRADE

Agradecimento à orgão de fomento:

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG).

VALORES DO TRABALHO NO CONTEXTO DA ECONOMIA CRIATIVA: um estudo com músicos empreendedores da cidade de Montes Claros

1. INTRODUÇÃO

O trabalho historicamente ocupa posição central na organização das sociedades humanas, configurando-se não só como meio de subsistência, mas também como elemento associado à construção de identidade, pertencimento e transformação social (Antunes, 1999; Lhuillier, 2013; Schwartz, 1996). A teoria dos valores do trabalho, proposta por Porto e Tamayo (2003), busca explicar os motivos que orientam as pessoas em suas atividades profissionais, suas escolhas, atitudes e comportamentos diante do trabalho.

Na contemporaneidade, marcada por transformações culturais e pela expansão dos mercados criativos, refletir sobre o que motiva e sustenta a relação dos indivíduos com suas atividades profissionais é uma temática interessante para ser abordada no campo da economia criativa. Segundo Gouvea et al. (2020), Howkins (2001) e Machado (2016), a economia criativa configura-se como alternativa de desenvolvimento socioeconômico, articulando geração de emprego e dinamismo mercadológico, mesmo em contextos de crise. Por se tratar de profissionais que lidam com o trabalho sob uma perspectiva que transcende o caráter exclusivamente econômico, torna-se pertinente questionar os valores que norteiam as relações do fazer profissional.

Isso porque, no âmbito da economia criativa, muitos trabalhadores — como artistas, músicos, artesãos, escritores e designers — encaram suas práticas não apenas como fontes de renda, mas como expressões de identidade, cultura e propósito. Para esses sujeitos, o trabalho parece estar imbricado com significados simbólicos, afetivos e existenciais, o que convida à investigação sobre os valores subjetivos e sociais que dão sentido às suas escolhas e trajetórias profissionais. Assim, compreender os valores do trabalho nesse contexto pode revelar dimensões essenciais para ampliar o entendimento sobre formas alternativas de inserção no mundo do trabalho que desafiam os paradigmas tradicionais centrados na produtividade e na racionalidade econômica.

A Escala Revisada de Valores Relativos ao Trabalho (EVT-R), proposta por Porto e Pilati (2010), organiza os valores do trabalho em quatro fatores — realização, relações sociais, prestígio e estabilidade —, oferecendo subsídios importantes para compreender as motivações de trabalhadores inseridos em diferentes contextos profissionais, inclusive na economia criativa. Segundo Porto e Tamayo (2008, p. 295), os valores do trabalho dizem respeito aos “motivos que levam as pessoas a trabalhar”, especialmente em determinadas atividades.

No campo da música, a economia criativa revela-se um espaço ambíguo, combinando possibilidades de expressão artística com exigências crescentes de autogestão, empreendedorismo e adaptação mercadológica. Aderente às prerrogativas de Filion (1999) e Côrtes et al. (2010) a atuação no ecossistema musical envolve múltiplas funções — criação, produção, promoção e comercialização de seus trabalhos —, o que redefine os contornos tradicionais da profissão e gera diferentes exigências. À luz da economia criativa, a atividade musical enfrenta desafios específicos. Howkins (2001) destaca a criatividade como ativo econômico central, posicionando artistas e produtores culturais no centro dos debates sobre desenvolvimento e competitividade. No entanto, o autor também aponta as contradições presentes no mercado criativo, marcado por tensões entre autonomia artística e limitações institucionais.

Os profissionais da música operam na interseção entre a vocação artística e a racionalidade econômica, construindo trajetórias profissionais marcadas pela busca de autonomia, reconhecimento simbólico e sustentabilidade financeira (Lazzarin, 2024). Nessa

lógica, o valor do trabalho não é apenas monetário, mas também simbólico e afetivo, atravessado por elementos como prazer criativo e pertencimento cultural.

A inserção dos músicos na economia criativa também evidencia desigualdades e vulnerabilidades. Estudos como os de Lazzarin (2024); Santos, Barros e Oliveira (2019) e Cerqueira (2018) apontam que, embora a retórica da criatividade prometa autonomia, emancipação, liberdade e inovação, as condições reais de trabalho ainda são marcadas por instabilidade, informalidade, banalização remuneratória e precariedades. Nessa perspectiva, Requião e Amparo (2024, p. 21) afirmam que as condições de trabalho do músico na atualidade “parecem inspirar um horizonte pouco favorável para aqueles que vivem de sua música”.

No interior de cidades de médio porte, como Montes Claros, os músicos frequentemente enfrentam limitações estruturais, como falta de equipamentos, limitação de espaços culturais e de redes institucionais de fomento. Assim, compreender os valores do trabalho nesse segmento exige atenção não apenas às motivações individuais, mas também às estruturas sociais, políticas e simbólicas que moldam a atuação dos profissionais da música no contexto criativo contemporâneo. Neste sentido, na busca de contribuir para as reflexões sobre o trabalho musical no campo da economia criativa, este artigo problematiza: quais seriam os valores do trabalho do profissional músico no município de Montes Claros?

Para responder essa questão de pesquisa este trabalho se propõe a analisar os valores motivacionais que orientam a prática profissional de músicos atuantes na cidade de Montes Claros, Minas Gerais, a partir da intersecção entre os conceitos de valores do trabalho e os fundamentos da economia criativa apresentados por Gouvea et al. (2020), Howkins (2001), Leitão (2016) e Machado (2016).

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A presente seção de fundamentação teórica estrutura-se em torno de duas abordagens interdependentes que dialogam entre si: os valores do trabalho e a economia criativa com ênfase no segmento musical. Ambas constituem eixos analíticos essenciais para compreender as motivações, significados e dinâmicas que permeiam o contexto do trabalho do músico na contemporaneidade.

A primeira abordagem, centrada nos valores do trabalho, busca compreender os princípios subjetivos que orientam os comportamentos, decisões e atitudes dos indivíduos em relação ao trabalho. A segunda investiga a economia criativa, entendida como um segmento da economia que valoriza a criatividade, a inovação e a diversidade cultural como elementos centrais na geração de valor econômico, emprego e renda. Ao articular as duas abordagens esta fundamentação teórica oferece subsídios para compreender as complexas dinâmicas que envolvem o trabalho musical no Brasil.

2.1 Valores do Trabalho

Os valores do trabalho são compreendidos como crenças duradouras que orientam o comportamento humano em contextos laborais, funcionando como princípios norteadores das ações e decisões dos indivíduos em suas trajetórias profissionais (Porto e Tamayo 2003). Schwartz (1992) afirma que os valores possuem estrutura universal e se organizam em dimensões que refletem motivações humanas fundamentais. No ambiente organizacional, esses valores têm papel fundamental, uma vez que formatam as atitudes, preferências, condutas e tomadas de decisão dos profissionais, aspecto amplamente corroborado por pesquisas na área de cultura e clima organizacional (Schwartz, 1999; Silva, Cabral, Santos & Barros, 2024).

Porto e Tamayo (2003), ao estudarem os valores relativos ao trabalho no Brasil, identificaram quatro grandes dimensões: realização, relações sociais, prestígio e estabilidade. A dimensão realização refere-se à busca por prazer, desenvolvimento pessoal e autonomia nas atividades desempenhadas. As relações sociais envolvem a importância atribuída à convivência interpessoal e à harmonia no ambiente de trabalho. O prestígio representa o desejo de reconhecimento, status e influência. Por fim, a estabilidade diz respeito à segurança e previsibilidade nas condições de trabalho. Posteriormente, Porto e Pilati (2010) atualizaram essa proposta por meio da Escala Revisada de Valores Relativos ao Trabalho (EVT-R), incorporando fundamentos da Teoria dos Valores Humanos de Schwartz, o que permitiu uma visão mais abrangente sobre os fatores que motivam os indivíduos nas organizações.

Artistas-empresendedores na indústria musical operam na interseção entre lógicas artísticas e comerciais, priorizando valores como autonomia criativa e autenticidade, enquanto desenvolvem habilidades de autogestão para navegar no mercado (Throsby, 2010, p. 36). Monteiro (2018) observa que esses profissionais lidam com desafios de instabilidade e informalidade por meio de estratégias criativas e adaptativas, conciliando liberdade artística com sustentabilidade econômica. Além disso, Cerqueira (2018) destaca que a busca por reconhecimento e a construção de uma identidade artística sólida são elementos que orientam suas decisões e estratégias. Assim, os valores que direcionam esses empresários não apenas impulsionam a expressão pessoal, mas também estruturam suas trajetórias no mercado musical.

O Quadro 1 descreve os itens da EVT-R e os tipos e conjuntos motivacionais propostos por Silva et al. (2024).

QUADRO 1: Itens da EVT-R e os tipos e conjuntos motivacionais

Relações sociais	Universalismo / Benevolência	Ajudar os outros
		Colaborar para o desenvolvimento da sociedade
		Combater injustiças sociais
		Ser útil para a sociedade
		Ter compromisso social
Estabilidade	Conformidade	Obedecer às normas do trabalho
		Respeitar a hierarquia
		Ter um ambiente de trabalho com hierarquia clara
		Ter um trabalho organizado
	Segurança	Ganhar dinheiro
		Poder me sustentar financeiramente
		Ser independente financeiramente
		Ter melhores condições de vida
		Obter estabilidade financeira
	Prestígio	Poder

		metas profissionais
		Supervisionar outras pessoas
		Ter fama
		Ter prestígio
		Ter um trabalho arriscado
	Realização	Demonstrar minhas competências
		Ser admirado pelo meu trabalho
		Ser bem-sucedido em minha profissão
		Ser reconhecido pelo resultado do meu trabalho
		Ser respeitado pelas minhas competências
Realização profissional	Estimulação / Autodeterminação	Ter um trabalho criativo
		Ter um trabalho inovador
		Ter um trabalho que permita conhecer lugares novos
		Ter um trabalho que permita conhecer pessoas novas
		Ter um trabalho que permita expressar conhecimentos
		Ter um trabalho que requeira originalidade
		Ter uma profissão reconhecida socialmente
		Ter autonomia na realização de tarefas
		Ter desafios constantes
		Ter liberdade para decidir como realizar meu trabalho

Fonte: Silva, F. et al. (2024)

A maneira como os indivíduos percebem e priorizam o trabalho influencia suas trajetórias profissionais, articulando motivações pessoais e condições contextuais (Porto e Tamayo, 2003). No setor musical, artistas-empresendedores equilibram autonomia criativa e sustentabilidade econômica (Throsby, 2010), orientando suas escolhas por valores como realização, prestígio e estabilidade, conforme dimensionado pela EVT-R (Porto e Pilati, 2010). Essas prioridades organizam atitudes e estratégias, funcionando tanto como expressão de identidade quanto como mecanismo de adaptação às exigências do mercado cultural.

2.2 Economia Criativa e o Segmento de Música: entre o bem e o mal

A Economia Criativa é vista como uma importante fonte de geração de emprego, renda e inovação, além de promover a valorização da diversidade cultural de uma nação. Segundo o Mapeamento da Indústria Criativa (FIRJAN, 2025), no ano de 2023, a Economia Criativa representou 3,59% do PIB brasileiro e empregou 1,262 milhão de profissionais formalmente. No 1º trimestre de 2024, o número de pessoas ocupadas em atividades criativas foi de 11,138 milhões, um crescimento de 4,0% em relação ao 1º trimestre de 2023, esse contingente representa 11,1% de todos os ocupados no Brasil.

De acordo com a Agência de Notícias da Indústria (2023), para o ano de 2030, o Observatório do núcleo de inteligência e análise de dados da Confederação Nacional da Indústria (CNI) projeta que até 2030 o setor poderá alcançar 8,4 milhões de trabalhadores, um aumento de cerca de 1 milhão em relação a 2022.

A Economia Criativa compreende setores nos quais o valor econômico deriva da criatividade, da imaginação, da propriedade intelectual, do talento individual e coletivo, incluindo atividades como arte, design, mídia, música, entretenimento e cultura nos quais a inovação e a originalidade são fundamentais para a produção de bens e serviços (Howkins, 2001; Reis, 2008; Hartley, 2005). Como um conjunto de segmentos produtivos, vinculados à produção de bens mais caracteristicamente culturais, Machado (2016) atenta para a necessidade de atenção à criação de políticas públicas para o setor, em virtude de sua natureza espacial, de seu arranjo e da sua capacidade de geração de emprego e renda.

Atentos ao cenário musical, Carneiro e Queiroz (2014) explicam que no Brasil a música destaca-se como um segmento expressivo da economia criativa, não apenas por sua relevância cultural, mas também pelo seu impacto econômico e social. Segundo Hesmondhalgh (2019), a indústria musical vai além da criação artística, abrangendo uma rede de etapas interligadas — como composição, gravação, produção, distribuição, marketing e consumo —, nas quais diferentes atores atuam sob dinâmicas econômicas específicas. Essa diversidade de atores e processos evidencia a complexidade e a riqueza do setor musical dentro da economia criativa. Além disso, a música desempenha papel significativo na promoção da identidade cultural e na geração de empregos, especialmente em contextos locais e regionais (Carneiro & Queiroz, 2014).

Como evidenciado por Hesmondhalgh e Baker (2011), Santos, Barros e Oliveira (2019) e Ávila e Davel (2023), a informalidade e a falta de políticas públicas criam um cenário de vulnerabilidade para músicos, obrigando-os a assumir múltiplos papéis (artista, gestor, promotor) sem formação para gestão das competências e sem garantias trabalhistas. Nesse cenário, a educação empreendedora nas artes surge como uma estratégia essencial para capacitar os artistas a gerirem suas carreiras de forma mais eficaz, promovendo maior autonomia e inovação.

A emergência do chamado “músico empreendedor” está ligada também às transformações tecnológicas que reconfiguraram profundamente a cadeia produtiva da música. Segundo Cortez et al. (2010), o enfraquecimento do papel das grandes gravadoras (majors) e a disseminação de estúdios caseiros e plataformas digitais tornaram possível a atuação independente de músicos, mas também impuseram novas exigências, como o domínio de estratégias de produção, divulgação e gestão de carreira. Nesse contexto, o músico deixa de ser apenas intérprete ou compositor e passa a assumir funções múltiplas: produtor, designer, gestor, técnico de som e agente de marketing.

Outro ponto relevante refere-se à atuação do músico na interface entre cultura digital e cultura empreendedora, conforme destaca Lazzarin (2024). De acordo com a autora, os músicos contemporâneos, especialmente os independentes, operam em um cenário marcado pela

exigência de constante produção de conteúdo consumível, uso intensivo de tecnologias digitais e uma lógica de exposição permanente. Para sobreviver nesse ambiente, os artistas recorrem a redes de colaboração, autodidatismo e à permuta de serviços, compondo um ecossistema autogerido, mas permeado por instabilidade e ausência de garantias.

Essa tensão entre liberdade criativa e insegurança econômica também é abordada por Requião (2010), ao analisar as condições de trabalho dos músicos nas casas de show da Lapa, no Rio de Janeiro. A autora mostra que, apesar da aparente autonomia artística, o músico está sujeito às dinâmicas do capital, com relações de trabalho marcadas por informalidade, ausência de direitos e exploração da força de trabalho em contextos de espetacularização da cultura. Mesmo em ambientes culturais de destaque, como o distrito cultural da Lapa, a precarização persiste como elemento estruturante da atividade musical.

Ao analisar músicos independentes em Recife e São Paulo, Cerqueira (2018) revela como esses profissionais constroem carreiras marcadas por práticas empreendedoras em contextos de instabilidade. Em seu estudo, Cerqueira (2018) descreve que os músicos entrevistados relataram que o “viver de música” está diretamente associado à necessidade de autogestão e à aceitação de múltiplas formas de remuneração, muitas vezes precárias, como escambos, bilheterias ou *cachets* variáveis. Essa realidade reforça a ideia de que o empreendedorismo artístico muitas vezes encobre formas de precarização, travestidas de autonomia criativa.

Evento inesperado e agressivo à cultura, a pandemia de COVID-19 evidenciou a vulnerabilidade dos profissionais da música, que viram suas fontes de renda reduzidas drasticamente devido à suspensão de eventos presenciais, a pandemia causou uma perda de 76% da receita global da indústria musical em 2020, com os setores ao vivo (shows e festivais) sendo os mais atingidos, sofrendo queda de 90% em movimentação financeira" (IFPI, 2021, p. 12). No entanto, também impulsionou a adoção de novas tecnologias e modelos de negócio, como apresentações virtuais e plataformas de streaming, demonstrando a capacidade de adaptação e resiliência dos músicos diante das adversidades (Carvalho, Serra & Zamberlan, 2021).

Analisado à luz dos valores do trabalho, coerente às discussões de Cerqueira (2018), é fundamental que se reconheça o trabalho musical como uma ocupação legítima e estruturada, capaz de gerar valor econômico, simbólico e social. O desafio está em equilibrar os imperativos do mercado com políticas culturais inclusivas e sustentáveis, que assegurem dignidade e proteção social aos trabalhadores da música.

3. MÉTODO

A pesquisa se classifica como qualitativa, exploratória-descritiva e de campo (Marconi & Lakatos, 2021). Os sujeitos investigados são os músicos da cidade de Montes Claros. O acesso aos músicos se deu por meio da técnica bola de neve (Vincent & Thompson, 2022). O critério de seleção era ser músico atuante na cidade de Montes Claros e estar de acordo com os termos da pesquisa.

Inspirado em Silva, Cabral, Santos e Barros (2024) foram levantados dados primários, coletados por meio de entrevistas semiestruturadas, conduzidas de forma remota com oito músicos independentes, conforme perfil descrito no Quadro 2.

QUADRO 2. Perfil dos músicos entrevistados.

Entrevistado	Idade	Profissão (além da música)	Tempo na música	Formação (Formal ou autodidata)
E1	27	Estudante de Administração	7 anos	Autodidata
E2	34	Servidor público	17 anos	Formal
E3	32	Empresário	15 anos	Autodidata
E4	38	Empresário	10 anos	Autodidata
E5	35	Professor de música	19 anos	Formal
E6	—	Graduado em música	23 anos	Formal
E7	31	Jornalista	18 anos	Autodidata
E8	29	Não identificado	12 anos	Formal

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

O número de entrevistados foi definido pelo critério de saturação teórica. Cada entrevista teve duração média de 25 minutos, após leitura e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Parecer N°: 7.037.833 – Plataforma Brasil).

O roteiro de entrevistas foi organizado em dois blocos. O primeiro visou caracterizar o perfil dos participantes. O segundo consistiu na adaptação qualitativa da Escala de Valores no Trabalho Revisada (EVT-R), proposta por Porto e Pilati (2010). Nessa etapa, os músicos eram indagados sobre os significados atribuídos aos conjuntos motivacionais da EVT-R e de que forma esses valores se manifestavam em suas experiências profissionais cotidianas.

Diferentemente do estudo de referência, que combinou abordagens qualitativa e quantitativa, esta pesquisa optou pela adaptação integralmente qualitativa do instrumento, considerando o interesse em compreender, de forma contextualizada, como os conjuntos motivacionais se expressam na trajetória dos músicos, trabalho inserido no campo da economia criativa. Essa escolha se justifica pelas limitações identificadas na aplicabilidade da EVT-R em contextos predominantemente criativos, os quais podem demandar abordagens específicas para captar valores laborais.

A análise das informações foi conduzida com base na técnica de análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2016), e dividida em três etapas: pré-análise (leitura flutuante e definição do corpus de dados), exploração do material (codificação e categorização dos registros de falas) e tratamento e interpretação dos resultados.

Optou-se, assim, por uma pesquisa de categorias a priori, tendo como referência os conjuntos motivacionais da EVT-R. Para organização e sistematização dos dados categorizados foram utilizadas tabelas com identificação das categorias e reprodução das verbalizações recorrentes.

Para fins analíticos, as falas dos participantes foram sistematizadas em quatro macro categorias de valores: realização profissional (composta pelos núcleos de realização, autonomia e contribuição), relações sociais (abrangendo os núcleos de relacionamento e justiça), prestígio e estabilidade.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A seguir, apresentam-se os resultados e as respectivas discussões relativas a cada uma das categorias, com base na articulação entre os dados empíricos e o referencial teórico adotado.

4.1 Categoria: Realização Profissional

Embora os músicos relatem prazer na atividade e valorizem a possibilidade de expressar criatividade e autonomia, a realização profissional, no contexto pesquisado, está vinculada à capacidade de gerar retorno financeiro e manter segurança material. Como destacou E1: “Eu consigo ganhar dinheiro fazendo uma coisa que eu amo, mas tô longe de me sentir realizado, por conta dos valores que atuam, das condições de trabalho.” Consoante a Requião e Amparo (2024) e Lazzarin (2024) a fala de E1 evidencia que, embora exista um certo grau de realização com o trabalho, a profissão é atravessada pela questão financeira e pelas condições de trabalho.

Na fala de E2 ele expressa que “a música em si influencia muito minha rotina, meu dia a dia, meu ciclo de amizades... é o poder que a música tem de influenciar o mundo, as pessoas”. A expressão permite identificar que a realização profissional também passa pela validação do público, o reconhecimento local e a sensação de que seu trabalho impacta positivamente a vida das pessoas (Cerqueira, 2018). E4 reforça essa validação ao dizer que: “Saí de uma região muito pobre, muito carente, sem apoio algum na parte musical... hoje eu posso dizer que alcancei sucesso, e com isso, realização profissional.” Essa dimensão reforça o sentido de superação e reconhecimento social como elementos estruturantes da realização profissional.

Outro aspecto é a realização subjetiva ao se tornar referência ou liderança no meio regional, sendo respeitado não apenas pela técnica, mas pela postura ética e pela trajetória construída (Porto & Pilati, 2010). A autonomia profissional aparece como valor transversal, mencionada por músicos que gerenciam sua própria carreira, repertório e agenda. E4 reforçou: “Eu mesmo vendo o meu trabalho. Nunca tive empresário. Hoje eu administro minha carreira.”

Ademais, a realização profissional é ampliada pela percepção da música como instrumento de contribuição social e emocional (Carneiro & Queiroz, 2014). E3 exemplificou: “Acredito que é uma coisa que traz alegria para todo mundo. Influencia o mundo, as pessoas.”

4.2 Categoria: Relações Sociais

As relações sociais apareceram como fator motivador não apenas pelas trocas afetivas, mas como estratégia essencial para garantir oportunidades de trabalho, visibilidade e permanência na carreira musical (Porto & Tamayo, 2003). As entrevistas evidenciaram que essas conexões são mais determinantes do que a própria qualidade técnica. Como relatou E1: “A música me leva a lugares que socialmente e financeiramente talvez eu não conseguiria estar.”

Além do valor estratégico, os vínculos criados no ambiente musical também assumem função afetiva e de pertencimento, estruturando laços que ultrapassam o campo profissional. E2 destacou: “Minha relação, meu ciclo de amigos foi meio que formado por isso. É o pessoal que toca na banda.” Assim, a música não se limita a uma atividade laboral, mas se configura como elo que sustenta afetos, identidades e projetos de vida (Cerqueira, 2018).

Outro aspecto importante é o papel da música como instrumento de mobilidade social e inserção em esferas antes inacessíveis (Carneiro & Queiroz, 2014). As entrevistas indicaram que, mais do que ofício, a prática musical funciona como meio de aproximação e expansão das redes sociais e comunitárias, atuando como facilitadora de conexões e como capital simbólico e cultural, capaz de potencializar oportunidades sociais e profissionais. Os relatos também

destacaram a construção de ciclos afetivos e comunitários por meio da prática musical, integrando a atividade profissional à vida pessoal e familiar dos músicos, e, por vezes, substituindo ou reorganizando essas relações.

Essa capacidade de articulação relacional, contudo, não se restringe aos pares e colegas de profissão, estendendo-se também ao público e à dissolução de barreiras hierárquicas entre artista e espectador. Como afirmou E3: “A gente nunca criou distância entre a gente e o fã [...] a gente se classificou como pessoa comum.” Essa aproximação evidencia o entendimento de que a prática musical deve ser marcada pela reciprocidade, pelo respeito e pelo reconhecimento mútuo.

Por outro lado, os efeitos dessa dedicação intensa à carreira artística extrapolam a dimensão profissional e financeira, afetando também a vida social e familiar dos músicos (Carvalho; Serra & Zamberlan, 2021). E8 revelou: “Muitas reuniões de família a gente não consegue participar.” A ausência de rotinas fixas e a exigência de disponibilidade permanente interferem na construção de vínculos afetivos fora do ambiente musical e no equilíbrio emocional dos profissionais. Nesse sentido, os músicos vivenciam uma incerteza típica do setor cultural: ao mesmo tempo em que criam relações comunitárias sólidas dentro do meio, podem experimentar distanciamento e enfraquecimento de laços familiares e sociais externos.

A justiça também se mostrou presente nas falas dos participantes, conectada à busca por valorização da profissão e reconhecimento social do trabalho artístico (Porto & Tamayo, 2003). Os músicos apontam o estigma ainda presente sobre a figura do artista, embora reconheçam avanços recentes. Como ressaltou E4: “A visão negativa do músico está mudando. Antes era ligado à bebida, droga. Hoje, se você leva a sério, você tem sucesso.” A fala expressa não apenas a superação de estereótipos, mas também a reafirmação de que é possível construir uma trajetória digna por meio da música, desde que se enfrentem os desafios estruturais impostos à categoria.

Os entrevistados também se reconhecem como agentes sociais atuantes, utilizando a música como ferramenta de integração e solidariedade (Carvalho; Serra & Zamberlan, 2021). Projetos beneficentes e ações de apoio a causas sociais são iniciativas recorrentes. E3 comentou: “Todo ano a gente sempre faz trabalhos para ajudar.” Esses relatos revelam que a música, para além de atividade profissional e de expressão artística, se consolida como instrumento de impacto social positivo e compromisso coletivo.

Apesar dessas iniciativas, os músicos foram unânimes ao apontar a falta de políticas públicas efetivas para a classe artística, o que agrava a precariedade estrutural do setor (Hesmondhalgh & Baker, 2011; Santos, Barros & Oliveira, 2019). Como sintetizou E6: “Falta um olhar mais carinhoso para a classe artística.” Tal ausência de reconhecimento institucional reforça o sentimento de injustiça estrutural e evidencia os limites da economia criativa quando desprovida de políticas culturais consistentes e sustentáveis.

4.3 Categoria: Prestígio

A busca por prestígio foi relatada pelos entrevistados como essencial para a motivação e valorização simbólica da profissão (Porto & Tamayo, 2003; Cerqueira, 2018), mas, sobretudo, como ferramenta para acessar melhores oportunidades e remuneração. O prestígio está fortemente vinculado ao reconhecimento público e à influência na cena local. Como observou E1: “O fato de ser conhecido ajuda muito... você se torna referência e isso expande o mercado.”

O sucesso no meio musical regional, no entanto, não se restringe à popularidade, mas também à capacidade de manter uma carreira respeitada e relações de confiança com contratantes e público (Throsby, 2010). Para os músicos, o prestígio funciona como fator de fortalecimento da identidade profissional e incentivo emocional, reforçado por retornos imediatos como aplausos, elogios e convites recorrentes. Como ilustrou E4: “Me sinto

reconhecido quando sou chamado para tocar de novo. Esse convite é o maior reconhecimento.” E5 também relatou: “Eu sempre tive meu trabalho bem reconhecido [...] Todos os shows, alguém vem conversar com uma frase: ‘nossa, você toca muito bem’.” Esses retornos funcionam como forma de reconhecimento e reforço da autoestima, consolidando o pertencimento e a valorização profissional.

Além desses aspectos, o prestígio também carrega nuances. Alguns entrevistados problematizaram a exposição excessiva e o conflito entre visibilidade pública e privacidade pessoal, questionando a lógica midiática que valoriza mais a imagem do artista do que a sua obra (Hesmondhalgh, 2019). E3 resumiu: “A fama que eu queria era o reconhecimento das minhas canções, não da minha vida pessoal.” E5 complementou, ao dizer: “Ele tem a massagem do ego, mas me coloca num lugar de ‘opa, cuidado’... bola pra frente.” Essa ambiguidade revela a necessidade de equilíbrio emocional e vigilância constante diante das expectativas externas.

Outro ponto mencionado foi o impacto emocional e afetivo do reconhecimento público em momentos específicos. E4 compartilhou: “O locutor pesquisou minha história, falou do meu avô, do meu pai. [...] Me senti muito valorizado.” Situações como essa reforçam o prestígio, que ultrapassa a técnica musical e se conecta a memórias e vínculos familiares.

Além disso, alguns entrevistados destacaram a importância das redes sociais como vitrines de validação e aproximação com o público, embora a maior parte busque um prestígio discreto, sem ostentação. As plataformas digitais funcionam como espaços de interação e feedback, motivando a continuidade e o aprimoramento profissional. E4 retrata: “Quando comentam nas redes sociais agradecendo, elogiando o show... isso já nos faz muito felizes.” Esses retornos virtuais se consolidam como importantes formas contemporâneas de reconhecimento, fortalecendo a identidade profissional dos músicos e ampliando sua visibilidade no cenário local e regional (Ávila & Davel, 2023).

4.4 Categoria: Estabilidade

A estabilidade financeira foi o tema mais sensível nas entrevistas. A profissão musical, nesse contexto, é marcada pela imprevisibilidade de agendas, valores e oportunidades, ausência de vínculos formais e sazonalidade da demanda (Monteiro, 2018). Como relatou E2: “A música não tem uma estrutura estável. Acabou sendo minha outra fonte de renda.” Essa precariedade afeta não apenas a renda, mas também a segurança emocional e a permanência na profissão, levando a maioria dos músicos a complementar sua renda com outras ocupações.

Além disso, os entrevistados destacaram o alto custo de equipamentos, a inexistência de garantias trabalhistas e os riscos constantes enfrentados em viagens e eventos. As condições de trabalho precárias, estradas perigosas, deslocamentos noturnos e situações de violência em shows, ampliam a instabilidade material e emocional vivenciada por esses profissionais (Carvalho; Serra & Zamberlan, 2021). E1 ilustra: “Viagem é complicado. Saímos de casa à noite, voltamos de madrugada, estrada perigosa.”

Outro aspecto recorrente foi a naturalização dessa instabilidade, percebida como característica estrutural da carreira musical (Monteiro, 2018). E3 sintetiza: “Apesar de parecer que tem estabilidade, nunca tem.”

Para amenizar essa vulnerabilidade, alguns músicos adotam estratégias de empreendedorismo artístico e gestão própria da carreira (Ávila & Da Vel, 2023), diversificando suas atividades para compor a renda e reduzir a dependência de shows. Contudo, a desvalorização do mercado musical agravada pela prática recorrente de músicos aceitarem remunerações muito baixas, permuta ou atuarem sem cobrar nada, compromete o valor coletivo da atividade e dificulta a profissionalização do setor (Cerqueira, 2018). Como criticou E4: “Tem muita gente que aceita tocar de graça ou por bebida, e isso prejudica todo mundo.”

Além disso, surgem conflitos entre o desejo de reconhecimento artístico e a necessidade de manter uma carreira financeiramente viável (Throsby, 2010). E5 resume bem esse dilema: “Eu não acredito muito em estabilidade não. Mas viver de agenda cheia, estar sempre trabalhando, conseguir manter seus valores... dá um certo conforto.” Nesse contexto, a estabilidade não se configura como segurança plena, mas como uma sensação provisória, sustentada pela constância de compromissos e pela capacidade de preservar princípios criativos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos valores do trabalho no contexto da atividade musical, articulada com os princípios da economia criativa, revela um cenário repleto de contradições, desafios e, ao mesmo tempo, de significados profundos. A partir dos relatos dos entrevistados, torna-se evidente que a prática musical transcende os limites de uma simples atividade profissional, configurando-se como um projeto de vida, fonte de realização pessoal, pertencimento social e transformação coletiva.

Os valores de realização, autonomia, contribuição, relacionamento, justiça, prestígio e estabilidade demonstram-se interdependentes, moldando tanto a trajetória dos músicos quanto suas estratégias de enfrentamento frente às incertezas do mercado. Se, por um lado, a autonomia e a realização aparecem como pilares motivacionais que sustentam o desejo de continuidade na profissão, por outro, a busca por estabilidade e justiça evidencia as fragilidades estruturais que ainda caracterizam o setor artístico.

No contexto da economia criativa, embora ofereça possibilidades de inovação, visibilidade e geração de renda, também expõe os profissionais a uma lógica de mercado instável, marcada pela informalidade, ausência de garantias e falta de políticas públicas efetivas de valorização da classe artística. Os músicos se veem constantemente desafiados a equilibrar a paixão pela arte com a necessidade de sobrevivência econômica e reconhecimento social.

Os desejos futuros expressos pelos entrevistados apontam não apenas para o crescimento individual, mas também para uma demanda coletiva por profissionalização, regulamentação do trabalho artístico e fortalecimento das redes de apoio e de representação da classe. Fica evidente que a construção de um ambiente de trabalho mais justo, sustentável e digno para os profissionais da música depende tanto do desenvolvimento de competências individuais quanto da mobilização coletiva e da atuação efetiva de políticas culturais.

Apesar dos avanços proporcionados por esta investigação a amostra restrita a oito participantes, ainda que definida por saturação teórica, limita a generalização dos achados para outros contextos urbanos ou segmentos da economia criativa. A escolha pela adaptação exclusivamente qualitativa da EVT-R, embora coerente com os objetivos da pesquisa, pode ter deixado de captar nuances quantitativas relevantes, especialmente em dimensões comparativas. Ademais, fatores como interseccionalidade de gênero, raça, classe e orientação sexual não foram profundamente explorados, o que pode influenciar significativamente a vivência laboral no campo musical. Diante disso, recomenda-se que estudos futuros ampliem a amostra inclua variáveis sociodemográficas e contextuais mais diversas. Investigações comparativas entre cidades de diferentes portes ou entre segmentos criativos distintos também poderiam enriquecer o debate sobre os valores que orientam o fazer de profissional na economia criativa brasileira.

REFERÊNCIAS

- Agência de Notícias da Indústria. (2023). *O futuro da economia criativa: área vai criar um milhão de vagas até 2030 no Brasil*.
<https://noticias.portaldaindustria.com.br/noticias/economia/o-futuro-da-economia-criativa-area-vai-criar-um-milhao-de-vagas-ate-2030-no-brasil/>

- Antunes, R. (1999). *Os sentidos do trabalho: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. Boitempo.
- Associação Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos. (2019). Os efeitos da economia criativa nas mesorregiões brasileiras: uma análise shift-share (2010 e 2015). *Revista da Associação Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos*.
<https://revistaaber.org.br/r/beru/article/view/1078>
- Ávila, A. L. de, & Davel, E. P. B. (2023). Educação empreendedora nas artes: perspectivas e desafios. *Cadernos EBAPE.BR*, 21(2), e2022-0097.
<https://www.scielo.br/j/cebape/a/4kf568XrZ5dSWGjr5ghHqTt/>
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Carneiro, I., & Queiroz, L. R. S. (2014). A música como segmento da economia criativa: reflexões necessárias. In *Anais do 24º Congresso da ANPPOM*. ANPPOM.
https://anppom.org.br/anais/anaiscongresso_anppom_2014/3173/public/3173-9734-1-PB.pdf
- Carvalho, J. M. de, Serra, C. R. M., & Zamberlan, V. S. (2021). A arte musical e seu ensino: desafios e possibilidades do empreendedorismo criativo frente à pandemia de COVID-19. In J. M. de Carvalho et al. (Orgs.), *Mídia, cultura inovativa e economia criativa em tempos pandêmicos* (pp. 45–62). Editora Unesp.
<https://www.researchgate.net/publication/348357847>
- Cerqueira, A. C. (2018). Viver de música: empreendedorismo cultural e precarização do trabalho. *Cadernos de Estudos Sociais*, 33(1), 81–100.
<https://periodicos.fundaj.gov.br/CAD/article/view/1677>
- Côrtes, M. R., Benze, R. P., Galizia, F. S., Côrtes, F. V. F. R., & Reis, L. D. (2010). O músico empreendedor: novas possibilidades de atuação e novas necessidades de formação profissional em música. *Anais do 6º Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6, 1–9.
- Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. (2025). *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. FIRJAN.
<http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/download.aspx>
- Filion, L. J. (1999). Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. *Revista de Administração de Empresas*, 39(4), 6–20.
- Gouvea, R., Kapelianis, D., Montoya, M. J., & Vora, G. (2020). The creative economy, innovation, and entrepreneurship: An empirical examination. *Creative Industries Journal*, 14(1), 23–62. <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1744215>
- Hartley, J. (2005). *Creative industries*. Blackwell.
- Hesmondhalgh, D. (2019). *The cultural industries* (4th ed.). SAGE Publications.
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2011). *Creative labour: Media work in three cultural industries*. Routledge.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.
- International Federation of the Phonographic Industry. (2021). *Global music report 2021: The impact of COVID-19*. IFPI. <https://www.ifpi.org/>
- Lazzarin, L. F. (2024). Aproximações entre músico “independente”, cultura digital e empreendedorismo. *Revista História: Debates e Tendências*, 24(2), 83–100.

- Leitão, C. (2016). Ter ou não ter o direito à criatividade, eis a questão: sobre os desafios, os impasses e as perspectivas de um Brasil criativo. In C. Leitão & A. F. Machado (Orgs.), *Por um Brasil criativo: Significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira* (pp. 309–380). Autêntica.
- Lhuillier, D. (2013). Trabalho. *Psicologia & Sociedade*, 25(3), 483–492.
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822013000300002
- Machado, A. F. (2016). Economia da cultura e economia criativa: consensos e dissensos. In C. Leitão & A. F. Machado (Orgs.), *Por um Brasil criativo* (pp. 53–62). Autêntica.
- Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2021). *Metodologia do trabalho científico* (9ª ed.). Atlas.
- Monteiro, E. M. (2018). *Empreendedorismo no setor da música: Um estudo com músicos empreendedores da cidade de João Pessoa-PB* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal da Paraíba].
<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/11794/1/MEMR24092018.pdf>
- Porto, J. B., & Pilati, R. (2010). Escala revisada de valores relativos ao trabalho (EVT-R). *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 23(1), 73–82. <https://doi.org/10.1590/S0102-79722010000100010>
- Porto, J. B., & Tamayo, A. (2007). Estrutura dos valores pessoais: A relação entre valores gerais e laborais. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 23(1), 63–70.
<https://doi.org/10.1590/S0102-37722007000100008>
- Reis, A. C. F. (Org.). (2008). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: Uma visão dos países em desenvolvimento*. Itaú Cultural.
- Requião, L. P. de S. (2010). “Eis aí a Lapa”...: *Processos e relações de trabalho do músico nas casas de shows da Lapa* [Tese de Doutorado, Universidade Federal Fluminense].
<https://app.uff.br/riuff/handle/1/17290>
- Requião, L., & Ampáro, B. (2024). Artista é artista até fritando ovo: Mediações históricas, tecnológicas e sociais no mundo do trabalho da música. *Orfeu*, 9(1), e0102.
<https://doi.org/10.5965/2525530409012024e0102>
- Santos, V. A., Barros, J. S. M. S. S., & Oliveira, H. S. (2019). Trabalho, cultura e criatividade: Autonomia/heteronomia dos empreendedores da música. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (142), 203–220.
- Schwartz, S. H. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology: An International Review*, 48, 23–47.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 25, pp. 1–65). Academic Press.
- Schwartz, Y. (1996). Trabalho e valor. *Tempo Social*, 8(2), 147–158.
- Silva, F. E. R. D., Cabral, A. C. D. A., Santos, S. M., & Barros, C. D. (2024). Valores do trabalho no contexto da economia criativa: Um estudo com artesãs-empendedoras da cosmética natural. *Cadernos EBAPE.BR*, 22, e2023-0131.
- Throsby, D. (2010). Economic analysis of artists' behaviour: Some current issues. *Revue d'économie politique*, 120(1), 47–56.
- Vincent, K., & Thompson, S. (2022). Estimating the size and distribution of networked populations with snowball sampling. *Journal of Survey Statistics and Methodology*, 10.