

As políticas para a difusão da música brasileira para o mundo

Marcello de Souza Freitas

Vínculo Institucional: Universidade do Estado do Rio de Janeiro– UERJ

Resumo:

Esse artigo faz uma breve análise das dinâmicas da indústria fonográfica internacional, um dos principais segmentos das indústrias criativas. Com isso delinearemos certas características dessa nova estrutura econômica, como forma de investigar os estrangimentos e oportunidades geradas por ela. A partir daí, avaliaremos a eficácia das políticas brasileiras para a difusão externa de sua música.

Palavras-chave:

Diplomacia cultural - Indústrias culturais - Globalização.

1-Introdução

O objetivo deste artigo é contribuir para a ampliação do conhecimento acerca da inserção da música brasileira no exterior e acerca da relação do setor da produção musical com a diplomacia cultural brasileira, entre 2003 e 2010.

Para tanto, partiremos de uma breve análise das dinâmicas da indústria fonográfica internacional, um dos principais segmentos das indústrias culturais globais, como forma de entendermos as características dessa nova estrutura econômica, para que, a partir daí, possamos investigar e avaliar os constrangimentos e as oportunidades que ela gera para a política de difusão externa da música brasileira implementada nesse período.

Finalmente, com base nesses dados faremos uma breve análise em relação à eficácia de tais políticas, tendo em vista a relação entre os constrangimentos e oportunidades externas, geradas por tal estrutura, e a qualidade e a efetividade das políticas brasileiras de difusão externa de sua música.

2- A importância do fator cultural no novo milênio

Ao final do século XX, os novos temas e as novas relações de poder que emergiram nas relações internacionais, abriram caminho para que as questões culturais ganhassem uma nova e ampliada evidência nas interações entre os Estados (NOGUEIRA; MESSARI, 2005). Com isso, o fator cultural, há muito percebido como um elemento estratégico nas relações internacionais - ou, nas palavras de Pierre Renouvin (RENOUVIN apud SUPPO; LESSA, 2007), uma de suas forças profundas - passa a

ganhar um destaque ampliado no novo milênio¹, estabelecendo, a partir daí, novas relações de forças, as quais estariam no cerne das novas disputas e conflitos nacionais e internacionais.

A princípio, a percepção desse destaque da cultura nas relações internacionais foi exaltada tanto como a fonte de novos conflitos civilizacionais no mundo, como é o caso da tese de Samuel Huntington sobre o *Choque das Civilizações* (2010), como um novo tipo de recurso de poder a disposição dos Estados, o qual foi classificado por Joseph Nye (2004) como *softpower*². Contudo, o fator cultural também passou a impressionar por seus extraordinários resultados econômicos.

Segundo a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), a economia da cultura representou 7% do PIB mundial em 2008 (UNCTAD, 2008) e, segundo muito especialistas, a economia da cultura vem se tornando o motor de uma economia internacional que ganha traços pós-industrial (HOWKINGS, 2007). Esse grande potencial econômico trouxe novas expectativas quanto às vias alternativas de geração de renda, ao largo das indústrias tradicionais, o que vem gerando grande otimismo acerca de novas estratégias de desenvolvimento baseadas no aproveitamento do potencial criativo dos indivíduos (Op. cit., 2007).

Diante desse novo cenário, ganha força o discurso que defende que a economia da cultura pode se tornar um

¹ O fator cultural, ao longo da história foi amplamente instrumentalizado para a consecução dos objetivos da política externa de países como França, Inglaterra, Alemanha e Estados Unidos, no que ficou conhecido como diplomacia cultural (RIBEIRO, 2011).

² Joseph Nye (2004) evidenciou como, nas dinâmicas globais pós-guerra fria, o *softpower* dos Estados – representado pela capacidade de suas culturas e valores gerarem admiração e influência no cenário internacional – se configuraria como um recurso de poder decisivo nas relações internacionais.

potente vetor de desenvolvimento, principalmente para os Estados periféricos. Essa é uma questão fundamental para os países em desenvolvimento, pois garantir uma participação nesse segmento pode significar a proteção de suas expressões culturais e a possibilidade de assegurar uma importante via para geração de renda; a qual pode representar uma alternativa decisiva para a indução de desenvolvimento socioeconômico³ em comunidades alijadas dos grandes fluxos do comércio internacional⁴.

No entanto, esse setor é fonte de interesse dos Estados centrais e de suas corporações transnacionais, o que as levam a estabelecer potentes e sofisticados mecanismos de controle e domínio sobre a produção e a circulação global de produtos culturais, gerando grandes assimetrias entre os países centrais e os países em desenvolvimento, no campo da economia da cultura (LESSA, 2012; REIS, 2007). Muito do esforço implementado pelos países centrais para a manutenção dessas assimetrias seria justificado pelo caráter estratégico do fator cultural nas relações internacionais. O domínio desse segmento pode se traduzir numa alta capacidade de exercer influência no sistema internacional, pois o produto cultural carrega dentro de si valores e visões de mundo específicas,

³ Aqui partimos de uma concepção mais ampla de desenvolvimento, uma que desassocie desenvolvimento de crescimento econômico, se afastando, portanto, do binômio: recursos limitados versus necessidades ilimitadas - pelo qual a economia é tradicionalmente entendida - para uma concepção mais ampla que vise alcançar patamares mais elevados de bem estar social.

⁴ No plano interno, a economia da cultura pode ter um efeito multiplicador na economia local em função de seu potencial de gerar externalidades positivas e transbordar para indústrias conexas, promovendo assim um ambiente transformador capaz de gerar uma cadeia de ganhos em toda sociedade. No plano externo, ter uma participação nos fluxos globais do comércio de produtos culturais pode se traduzir numa pujante fonte, sustentável, de divisas para o país que se consolide como um polo de produção cultural, além de contribuir para a defesa da diversidade cultural no mundo.

que ao serem difundidas pelo mundo podem contribuir para a consolidação da preponderância de um determinado Estado no sistema internacional.

Por outro lado, tais assimetrias também se justificariam pelo fato - conforme Adorno e Horkheimer denunciaram, em 1944, em seus estudos sobre a Indústria Cultural (1985) - da transformação da cultura em um produto de massa (parte fundamental do processo de expansão do sistema capitalista) ter sido um processo liderado pelos países que primeiro se industrializaram. Dessa forma, suas dinâmicas permaneceram, desde o final do século XIX, sob um rígido controle de poucas e potentes corporações transnacionais, o qual foi ampliado e intensificado conforme avançou o século XX, sempre impulsionadas pelas inovações tecnológicas e pelo avassalador avanço do capitalismo global.

Nos últimos anos, conforme as indústrias culturais se expandiram e se complexificaram, aumentando enormemente seu peso econômico e político, os mecanismos de domínio e controle se tornaram mais potentes e sofisticados, ao passo que essas grandes corporações se transformaram em gigantescos conglomerados multimidiáticos. Esse fato vem agravando as contradições e as assimetrias do processo de globalização das indústrias culturais, o que se reflete nos acalorados debates, principalmente no âmbito da Unesco, sobre a defesa da diversidade cultural contra uma globalização culturalmente homogeneizante, em contraste com os argumentos de que o produto cultural deveria ser tratado como um produto qualquer e, como tal, estar sujeito as regras de liberalização da Organização Mundial do Comércio (OMC).

3- A música como um produto cultural estratégico

Esse complexo cenário, repleto de disputas de poder e interesses conflitantes, que gravita em torno do grande peso político e econômico das indústrias culturais nas relações internacionais, se torna bastante evidente quando o produto em questão é a música.

A música sempre exerceu um papel político, social e econômico privilegiado ao longo da história da humanidade devido à sua extraordinária qualidade de comunicação, o que fez com que essa dimensão do mundo das artes se configurasse como um dos elementos dos mais consideráveis nas interações entre os homens e entre os Estados (GRONOW, 1983). Esse papel, no entanto, foi ampliado, nas últimas décadas, pelas mudanças políticas, econômicas e sociais impulsionadas pela globalização.

Dessa forma, a globalização, ao ser impulsionada pelos novos meios de comunicação e pelas novas relações sociais, criou as condições para que a música ampliasse sua capacidade de projeção internacional, o que acabou por potencializar, ainda mais, sua capacidade de exercer influência e gerar renda. Esse fato faz com que a indústria da música se configure como uma das mais poderosas indústrias culturais no mundo (HESMONDHALGH, 2013).

A indústria fonográfica, o mais expressivo segmento da indústria da música, movimentou em 2005, segundo a *International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI), algo em torno de US\$ 33,5 bilhões com a venda de suportes físicos e digitais, em todo o mundo⁵. O grande peso econômico dessa indústria levanta grandes expectativas, em termos de geração de renda e desenvolvimento, em países que acreditam possuir uma produção musical com capacidade de ser admirada para além de suas fronteiras.

Esse é o caso do Brasil que, nos últimos anos, vem apostando na difusão externa de sua música⁶ como um importante instrumento para geração de renda e como fonte de indução de desenvolvimento interno. Por outro lado, o país também vem apostando nessa difusão externa como um meio para a construção de uma nova imagem do Brasil no mundo, a qual possa ampliar suas possibilidades de uma melhor inserção no sistema internacional.

Entretanto, a indústria internacional da música carrega em sua estrutura muito das características gerais das indústrias culturais no mundo, no que diz respeito à concentração, controle e exclusão de produções culturais de países periféricos. Na verdade, desde sua origem, ao final do século XIX⁷, a indústria fonográfica já mostrava a tendência em se constituir a partir de um oligopólio e se tornar global (TSCHMUCK, 2012).

Essa tendência se confirmou ao longo do século XX. Nesse período, poucas empresas provenientes dos Estados Unidos e da Europa, núcleo formador daquela indústria, ampliaram sua expansão para o resto do mundo, tornando-se grandes e poderosas corporações transnacionais (NETTO, 2009). Como forma de manter seus grandes lucros e poder, as grandes empresas fonográficas mantiveram as dinâmicas dessa indústria fonográfica internacional sob rígido controle, a partir de poderosas estruturas de produção e distribuição verticalizadas. Com isso, passavam a ter a capacidade de ditar o ritmo das inovações tecnológicas daquele setor e o padrão do trabalho criativo das composições musicais, o que as permitiu dominar toda a produção e a circulação de gravações musicais em praticamente todos os mercados fonográficos espalhados pelo mundo.

No entanto, nem sempre foi possível ter total controle sobre as dinâmicas de uma indústria fonográfica

⁵ Disponível em: <http://www.ifpi.org/>

⁶ Embasado na crença, sustentada por muito brasileiros, que essa música acumula grande prestígio e admiração pelo mundo.

⁷ A partir da invenção do fonógrafo por Thomas Edison em 1877.

tão complexa e ambivalente, pois como Hesmondhalgh (2013) alerta, o funcionamento das indústrias culturais é permeado por um alto grau de imprevisibilidade em função de algumas características peculiares do produto cultural e da impossibilidade de se domar vários condicionantes externos, os quais têm um impacto direto sobre suas dinâmicas, tais como: crises políticas e econômicas, renovações tecnológicas e as mudanças de hábitos de consumo. Fatores que sempre vão competir com a ordem imposta por suas grandes empresas, por mais rígidos que sejam seus mecanismos de controle.

Assim, a primeira crise de superprodução do setor (na primeira década do século XX), a primeira guerra mundial, a grande depressão, a segunda guerra mundial e a crise econômica dos anos 1970, causaram rupturas na rígida estrutura da indústria fonográfica internacional levando a um breve período de relativa abertura e parcial descontrole. Nesses períodos, surgiram brechas para a atuação de pequenas empresas fonográficas, para a infiltração de outras indústrias no setor fonográfico (como a de radiodifusão, do cinema e de eletroeletrônicos) e para o fortalecimento de outros polos produtores (como o Japão e o Brasil). Contudo, após esses breves momentos de permeabilidade, logo a lógica tradicional de funcionamento dessa estrutura era restabelecida.

Nesse processo, muitas vezes eram consolidadas novas configurações, as quais não fugiam totalmente do controle do núcleo dominante. Com isso, foram iniciados novos ciclos de concentração e de domínio, sempre com novos e mais sofisticados mecanismos de controle; o que vem evidenciando a grande capacidade de resiliência da estrutura da indústria fonográfica internacional.

Esse contínuo ciclo de concentração seguido de relativa permeabilidade na estrutura da indústria fonográfica internacional ficou mais uma vez evidente quando, na primeira década do novo milênio, as novas tecnologias digitais de áudio, a internet, o mp3 e as novas

formas de consumo musical desencadearam uma grande crise no setor fonográfico.

Essa crise acabou por provocar um breve período de desfragmentação da estrutura produtiva e desorganização dos mecanismos de controle e domínio das grandes gravadoras, desencadeando a abertura de brechas parciais naquela rígida estrutura. Porém, o grande otimismo que se seguiu a aparente formação de um ambiente mais propício à proliferação de contrafluxos ao *mainstream* desse setor cultural vem se desmanchando na medida em que é evidenciado que tais brechas, ao invés de proporcionar um verdadeiro empoderamento a vozes alternativas, geraram uma nova reconfiguração de atores dentro de seu núcleo dominante (agora contando com grandes empresas do setor da informática como a Apple e a Google); desencadeando, com isso, um novo ciclo de concentração e domínio, porém com mecanismos de controle ainda mais potentes e eficientes, que lhes deram a capacidade de dominar sem parecer que estavam dominando.

4 - As políticas para a difusão externa da música brasileira

É justamente em meio a essas complexas reconfigurações daquele setor que surgem as iniciativas brasileiras para a difusão externa de sua música popular. Essa nova estratégia de diplomacia cultural do governo brasileiro, implementada ao longo dos dois mandatos do presidente Lula da Silva, buscou articular a política cultural do país a objetivos econômicos vislumbrados no grande peso da economia da cultura no novo milênio. E, nesse sentido, muito se apostava no potencial da música brasileira em se constituir como um produto cultural de grande valor de exportação e, com isso, se transformar numa fonte indutora de crescimento e de desenvolvimento nacional (MAPA, 2009).

Nesse período há uma grande mudança na política cultural brasileira, principalmente no que diz respeito a uma redefinição do papel e do status da cultura para as políticas de inclusão social e desenvolvimento socioeconômico - o que se refletiu na implementação de uma série de amplas iniciativas e medidas inéditas para o fortalecimento da cadeia produtiva da música brasileira. Além de uma grande ampliação dos esforços e das estratégias para a difusão da música brasileira no exterior, em suas múltiplas manifestações e regionalidades, com o objetivo do reforço do *softpower* brasileiro no mundo (SILVA, 2008).

Para tanto, aquele governo desenvolveu uma ampla e potente plataforma para a difusão da música brasileira no mundo. Essa estrutura contou com a atuação coordenada do MRE e do MinC, mais a participação de outros agentes públicos e privados como: a FUNARTE, a BM&A, a Apex-Brasil, o SEBRAE, a ABMI, de músicos autônomos e de movimentos sociais. Essa plataforma estabeleceu uma série de canais de interlocução com uma série de países, como órgãos multilaterais de governança global, com importantes atores da indústria da música internacional e com importantes eventos internacionais de música. Essas interlocuções geraram uma série de projetos, que foram desenvolvidos entre 2003 e 2010 (Op. Cit. 2008).

Dentre eles, destacamos os eventos musicais do Ano do Brasil na França, os eventos musicais realizados ao longo da Copa do Mundo na Alemanha, as constantes participações de representantes da música brasileira em importantes eventos como o MIDEM, Popkomm, BAFIM, entre outros (Ibidem, 2008). Todas essas iniciativas foram comprovadamente bem sucedidas em termos de exposição, divulgação e popularidade, o que nos permite avaliá-las como políticas com um alto grau de eficiência. Elas alcançaram grandes resultados no que diz respeito à ampliação do reconhecimento, do prestígio e da admiração da música brasileira no mundo. Com isso, contribuiu em grande medida para os objetivos da política externa

brasileira no que diz respeito à projeção de uma imagem positiva do Brasil no mundo por meio de sua música, pois esta se tornou mais admirada e influente ao longo daquele período; reforçando, a reboque, o *softpower* brasileiro no mundo.

Contudo, segundo a *International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI), no período proposto, a música brasileira não teve, praticamente, qualquer participação nos quadros das 50 músicas de maior vendagem no mundo ou nos 50 álbuns mais vendidos, tanto no mercado físico como no digital (*International Federation of the Phonographic Industry*, 2010). Como entender esse resultado?

A pesquisa sobre o processo de consolidação da música popular brasileira, o processo de formação e expansão de sua indústria fonográfica e o processo que levou ao surgimento de um amplo e potente mercado fonográfico no país, nos deu subsídios para eliminarmos qualquer relação de tal resultado com uma incapacidade das produções musicais brasileiras de se internacionalizarem de forma eficiente. A análise histórica sobre a formação e consolidação da música popular brasileira nos permitiu perceber que, ao longo do século XX, essa música adquiriu alguns elementos que são reconhecidos e valorizados pelo gosto musical dos habitantes dos países desenvolvidos, que é onde está concentrada a maior porcentagem de consumo de produtos culturais; o que lhe dá credenciais para ser admirada e consumida nos principais mercados musicais do mundo. Por outro lado, o fato dessa música contar com uma potente indústria fonográfica, com grandes e modernas empresas atuantes, somado a demanda crescente por música de um pujante mercado fonográfico interno, cria uma sólida base interna capaz de sustentar e impulsionar qualquer iniciativa de difusão externa; o que lhe daria uma grande vantagem competitiva em tão disputado mercado internacional.

Essa análise nos permitiu eliminar qualquer relação que pudesse ligar tal resultado a uma incapacidade estética da música brasileira ou ineficiência de sua indústria fonográfica. A partir daí, passamos a identificar a fonte de tão desanimadores resultados comerciais no fato de que a nova estrutura da indústria fonográfica internacional, que se consolidou após a crise do início do milênio, se tornou mais rígida e concentrada gerando novos mecanismos de controle e de exclusão que sustentam a supremacia das produções musicais dos grandes centros (principalmente aquelas que têm base na língua inglesa) no grande mercado fonográfico *pop* internacional, que é justamente o segmento com a maior projeção e com o maior potencial em termos de geração de renda.

As produções musicais dos países periféricos quando não são simplesmente repelidas, são relegadas ao secundário mercado da *world music* ou aos mercados denominados geoculturais, ambos com representatividade e geração de renda comparativamente bem inferiores ao do *pop* internacional.

Portanto, num cenário como esse, mesmo contanto com uma potente indústria fonográfica, produções musicais de qualidade e uma ampla política de difusão externa, a música brasileira teve pouca chance de competir com as mega produções e os mega astros da música norte-americana, que concentram cerca de 80% de todo o consumo musical global (NETTO, 2009).

5 – As brechas restantes aos contrafluxos culturais globais.

É claro que em alguns momentos o alto grau de interconexão que atualmente as novas tecnologias de comunicação vêm promovendo em todo o globo, e a crescente demanda, entre parcelas da população dos países desenvolvidos, por um consumo menos massificado,

mais aberto a variedades e ligados a um contido consumo de nicho (Idem, 2009) - como as citações dentro de produtos culturais padronizados segundo a modernidade-mundo (ORTIZ, 1994) - favorecem o surgimento de algumas brechas abertas para breves exposições de artistas de outros cantos do mundo. Uma espécie de contrafluxo momentâneo que pode explicar o breve sucesso internacional de artistas periféricos, tais como Michel Teló; mas que não possuem a força necessária para modificar a ordem estabelecida e reverter, de forma permanente, os fluxos culturais assimétricos que permeiam o mercado cultural global.

Por outro lado, não podemos negar o grande impacto que as novas tecnologias digitais e a internet trouxeram no que diz respeito à ampliação das possibilidades de produção, promoção e distribuição de conteúdo musical fora dos grandes centros e de suas potentes indústrias culturais; mesmo que super valorizadas pelos otimistas digitais, esse fato se comprova, parcialmente, na realidade. Um fato que se reforça quando nos voltamos à afirmação de Hesmondhalgh (2013) de que os fluxos globais de produtos culturais são imprevisíveis e ambivalentes, o que faz com que quaisquer mecanismos de controle e exclusão criados para a manutenção da hegemonia da indústria cultural dos países desenvolvidos, dentro da estrutura da indústria fonográfica internacional, nunca sejam totalmente eficientes e infalíveis.

É por isso que nos últimos anos tem havido o crescimento de fluxos de produtos culturais dentro de mercados geoculturais específicos, como é o caso do crescente volume de produções musicais que o Japão e a Coréia do Sul exportam para a Ásia; da Argentina para os países de língua espanhola (como foi o caso do fenômeno de exportação que foi a banda argentina *Soda Stereo*), as produções musicais brasileiras para Portugal, Moçambique, Angola e países sul-americanos; além do grande volume de filmes que a Índia exporta para a Ásia, Oriente Médio e África. Todos esses casos são exemplos interessantes do

surgimento de novos fluxos culturais alternativos - apesar de ainda serem de baixa expressão se comparados ao grande mercado pop internacional - e indicam um campo fértil a ser melhor explorado.

É com esse panorama um pouco mais positivo (apesar de secundário para o grande mercado fonográfico internacional), que voltamos a analisar a eficácia e o impacto das políticas de difusão externa da música brasileira implementadas ao longo dos dois mandatos do presidente Lula da Silva. No momento em que ela se iniciou já havia um certo fluxo de músicos brasileiros no exterior e uma pré-disposição de plateias internacionais em recebê-los, principalmente nos Estados Unidos, Inglaterra, França e Japão (claro que em camadas muito específicas dessa sociedade). Ao contar com o grande poder difusor das tecnologias digitais e da Internet, a política brasileira alcançou uma amplitude e peso inéditos na história da diplomacia musical (FLECHET, 2012) brasileira e, nesse sentido, seu impacto foi grande em termos de reforçar o prestígio e a admiração dessa música no mundo; com isso, acabou por contribuir com os objetivos da política externa brasileira no que diz respeito à projeção de uma imagem positiva do Brasil no mundo por meio de sua música.

Por outro lado, essa política também foi eficaz no que diz respeito a ampliar as possibilidades de difusão dessa música e de intercâmbio de músicos brasileiros com outros, nos mais diversos cantos do planeta. Pois, além dos balanços positivos das inúmeras iniciativas implementadas entre 2003 e 2010 (expressados tantos por entidades nacionais quanto internacionais especializadas no tema), é recorrente o surgimento de notícias que mostram o destaque que a música ou músicos brasileiros recebem no exterior⁸.

⁸ Como é o caso do festival *Brazilian Day*, do sucesso de Seu Jorge, de Ivete Sangalo, dos Mutantes (que voltaram aos palcos recentemente); mas também do crescente número de escolas para o ensino de música brasileira no exterior, centros de pesquisa sobre

Portanto, parece que hoje, o reconhecimento e a admiração da música brasileira no mundo é muito maior do que em outros tempos; mesmo que esse prestígio e admiração não sejam revertidos em grandes volumes de vendas de CDs pelo mundo. Mas, em termos de influência, eles se fazem presente e garantem um lugar de destaque para a música brasileira no imaginário de grande parte da população mundial; o que se traduz num grande reforço do *softpower* brasileiro no mundo.

6- Conclusão

Apesar do grande otimismo em relação às inéditas possibilidades de geração de renda e desenvolvimento, abertas pelos novos setores da nova economia internacional, os quais seriam pautados pelas indústrias do conhecimento e da cultura; esse é um cenário extremamente complexo em que novas formas, mais sofisticadas, de concentração e controle passam a ser estabelecidas nos mercados globais.

Nesse sentido, esse é um cenário permeado por acirradas disputas comerciais e políticas; um campo conflituoso, dominado pelas economias centrais e suas corporações transnacionais, que tende a limitar as reais possibilidades das economias periféricas em aproveitar tais oportunidades para o seu desenvolvimento. E, em meio a essas relações assimétricas de forças, as brechas para os contrafluxos culturais globais se tornam cada vez menores; o que tem o efeito direto de fazer minguar as produções culturais de países periféricos frente à hegemonia dos

música brasileira, grupos musicais estrangeiros que tocam vários gêneros de música brasileira nos mais diversos países (Forró, Samba, Funk, Axé, Brega e outros), o crescente intercâmbio musical entre brasileiros e músicos estrangeiros (como o grupo norte-americano Black Eyed Peas e Sérgio Mendes) e o crescente número de shows de brasileiros no exterior com crescente plateia de estrangeiros.

produtos culturais ofertados pelos grandes conglomerados multimidiáticos, tornando-os meros consumidores de uma indústria cultural exógena.

A tendência atual é que esses conglomerados aumentem, cada vez mais, sua participação nos mercados fonográficos regionais. Um processo predatório, que paulatinamente, vem substituindo padrões tradicionais de consumo de música local por um novo modelo baseado nas últimas tendências globais (um nicho dominado por essas corporações). Com isso, passa a ser desencadeado um processo que constribe as condições de sobrevivência de pequenos e médios produtores locais, minando com isso as possibilidades de que um mercado cultural ampliado gere, de forma equilibrada, novas possibilidades de geração de renda e indução de desenvolvimento para todos os países.

O grande desafio de economias periféricas, como a do Brasil, é amenizar esses estrangulamentos estruturais e criar estratégias para que a indústria local possa ser resguardada dessa disputa assimétrica com os grandes conglomerados multimidiáticos. Somente assim, o potencial do mercado cultural brasileiro poderá ser convertido em geração de renda e desenvolvimento para sua população.

Acreditamos que um grande passo foi dado, ao longo dos governos de Lula da Silva, para que o Brasil pudesse aproveitar as poucas brechas, ainda abertas, em tão rígida estrutura. A principal evidência foi o grande esforço implementado por esse governo para o desenvolvimento de políticas públicas e de novas estratégias de difusão externa da música brasileira, em conjunto com vários dos setores nacionais envolvidos na cadeia produtiva da música do país, com vistas a tentar harmonizar as diversas forças e interesses que permeiam um segmento econômico tão importante.

Em termos comerciais, contudo, essa política não teve condições de ser bem sucedida. Esse fracasso tem

como origem a própria característica restritiva da estrutura que sustenta a indústria fonográfica internacional; a qual, desde a grande crise do início dos anos 2000 (desencadeada pelo livre compartilhamento de fonogramas digitais, em todo o mundo), vem se reordenando de forma a tornar o mercado fonográfico internacional ainda mais restritivo, competitivo e intransponível; reforçando, com isso a hegemonia dos países centrais e de suas corporações transnacionais⁹.

No entanto, apesar de tantos obstáculos e dos desanimadores resultados comerciais, podemos considerar que tal política cultural brasileira foi bem sucedida em ampliar o prestígio e influência da música brasileira no mundo. Essa constatação pode ser comprovada, por exemplo, através do grande sucesso que tiveram as atividades musicais patrocinadas pelo governo brasileiro durante o ano do Brasil na França e durante a Copa do Mundo na Alemanha, entre outras iniciativas.

Essas atividades foram bem sucedidas em divulgar a música brasileira, trazendo com isso grande reconhecimento para a música e músicos brasileiros - o que se traduz em grande prestígio para o país - através da grande repercussão que essas iniciativas tiveram nos países receptores. Em termos políticos esses são resultados bastante expressivos, pois o prestígio cultural é parte do acervo de poder de um Estado e pode se converter num fator a favorecer os objetivos brasileiros referentes a uma melhor inserção no sistema internacional.

⁹ Uma outra grande barreira a bloquear o sucesso dessa política, diz respeito a supremacia dos produtos culturais que têm a língua inglesa como base, o que impede que produção musicais em outras línguas consigam reconhecimento em termos de vendas.

BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max (1985). *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos*. Rio de Janeiro: ZAHAR
- BERGER, Peter; HUNTIGTON, Samuel. (2004). *Muitas Globalizações: Diversidade Cultural no Mundo Contemporâneo*. Rio de Janeiro: Record.
- FLÉCHET, Anais. (2012). *As partituras da (1983): o Itamaraty e a música brasileira no século XX*. In: Mônica L. Lessa e Hugo R. Suppo (Org.) *A Quarta Dimensão das Relações Internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contra Capa.
- GRONOW, Pekka (1983). *The Recording Industry: The Growth of a Mass Medium*. *Popular Music*, Vol.3, Producers and Markets.
- HESMONDHALGH, David. (2013). *The Cultural Industries*. 3th ed. London: Sage.
- HOWKINGS, John (2007). *The Creative Economy: how people make money from ideas*. New York: Penguin.
- HUNTINGTON, Samuel (2010). *O Choque de Civilizações: e a recomposição da ordem mundial*. Rio de Janeiro: Ponto de leitura
- International Federation of the Phonographic Industry. (2010). *Recording Industry in Numbers 2010: The definitive source of global music market information*. London.
- SILVA, Isis. (2008). *A Música Brasileira na Diplomacia Cultural*. Instituto de Relações Internacionais. PUC-Rio.
- LESSA, Mônica Leite. (2012). *Bens e Serviços Culturais: o lugar do Brasil na cena internacional (2001 – 2006)*. In: Mônica L. Lessa e Hugo R. Suppo (Org.) *A Quarta Dimensão das Relações Internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contra Capa.
- MAPA, Dhiego. (2009). *Diplomacia e Cultura no Governo Lula (2003 – 2006)*. *Revista Eletrônica Cadernos de História*, vol. III, ano 4, nº 2, dezembro.
- NETTO, Michel Nicolau. (2009). *Música brasileira e identidade nacional na mundialização*. São Paulo: Annablume; Fapesp.
- NOGUEIRA, João Pontes; MESSARI, Nizar. (2005). *Teoria das Relações Internacionais: correntes e debates / João Pontes Nogueira, Nizar Messari*. Rio de Janeiro: Elsevier – 5ª reimpressão.
- NYE, Joseph. (2004). *Softpower. The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- ORTIZ, Renato. (1994). *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense.

REIS, Carla Fonseca. (2007). *Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: o caleidoscópio da cultura*. Barueri, SP: Manole, 2007.

RIBEIRO, Edgar Telles (2011). *Diplomacia Cultural: seu papel na política externa brasileira*. Brasília, DF: Fundação Alexandre Gusmão, 2011.

SUPPO, Hugo; LESSA, Mônica Leite (2007). *O Estudo da Dimensão Cultural nas Relações Internacionais: contribuições teóricas e metodológicas*. In: Mônica Leite Lessa e Williams da Silva Gonçalves (Org.) *História das Relações Internacionais: teorias e processos*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2007.

TSCHMUCK, Peter. (2012) *Creativity and Innovation in the Music Industry*. Berlin: Springer; 2nd ed.

UNCTAD. (2008) *CREATIVE ECONOMY REPORT 2008*. United Nations.