

## **A Produção de Bens Simbólicos com Tecnologia Musical: O Estudo de uma Empresa de *Software* para Educação Musical no Porto Digital**

**Anderson Diego Farias da Silva, Osíris Luís da Cunha Fernandes,  
Nelson da Cruz Monteiro Fernandes e Fernando Gomes de Paiva Júnior**

**Resumo** Este estudo tem por objetivo compreender como ocorre a produção dos bens simbólicos numa empresa desenvolvedora de *Software* para Educação Musical (SEM) situada no Porto Digital, em Pernambuco. A estratégia de análise de conteúdo temática de entrevistas e documentos permitiu a identificação dos significados culturais associados à produção desse *software* como bem de consumo. Os resultados revelam que os *Softwares* para Educação Musical (SEM) agregam elementos socioculturais e expressões individuais de seus consumidores, ao ampliarem as chances de recepção de uma avaliação positiva e compra por parte do seu público alvo.

**Palavras-chave** Produção. Bens Simbólicos. Porto Digital. *Software* para Educação Musical. Inovação.

**Abstract** This study aims to understand how the production of symbolic goods occurs in a company located in Porto Digital, in the State of Pernambuco, which develops software for musical education (SME). The strategy of thematic content analysis of interviews and documents allowed the identification of the cultural meanings associated with the production of this software as a commodity. The results show that the software for musical education (SME) adds cultural and social elements and individual expressions of its consumers, increasing the chances of receiving a positive evaluation and being purchased by its target audience.

**Keywords** Production. Symbolic Goods. Porto Digital. Software for Musical Education. Innovation.

## INTRODUÇÃO

Os últimos anos estão marcados como períodos de profundas transformações tecnológicas, acirramento da concorrência e ascensão de novas formas de estruturação organizacional. Esse cenário é tomado pela transição da sociedade moderna para a contemporânea, na qual as informações, as estruturas de comunicação e a mudança da economia industrial para a economia do conhecimento definem um novo sentido para as organizações (CASTELLS, 2007; JULIEN, 2010; BARRADAS; FILHO, 2010).

Os reflexos da globalização são encontrados não apenas na estrutura econômica, como também nas órbitas cultural e política, a considerar que é possível destacar a concepção da “sociedade do conhecimento” no âmbito da transposição dos valores materialistas para os valores pós-materialistas. Na esfera cultural, surgem as comunidades de afinidades, caracterizadas pela emergência de necessidades individuais e pelo desprendimento da dimensão coletiva, como meio de provocar mudanças nos modos de consumo (YÚDICE, 2006; JOHANNESSEN; OLSEN, 2010). Portanto, esses novos contextos econômicos e sociais potencializam e evidenciam a produção de bens simbólicos, aqui vistos como o conjunto de significados cultural e social, associados a determinado produto que possibilitam aos consumidores expressar sua identidade individual e social por meio da compra e uso do produto.

Nesse âmbito, o sistema de produção de bens simbólicos surge paralelamente a um processo de diferenciação existente na diversidade dos públicos aos quais diferentes categorias de produtores destinam seus produtos e cujas condições de possibilidades residem na própria natureza dos bens simbólicos. Esses são, concomitantemente, valorizados como mercadorias e carregados de significações no caráter mercantil e cultural. Ou seja, na produção de bens simbólicos ocorre a valorização de elementos intangíveis que geram significados para o público consumidor, como mostram os estudos sociológicos de Du Gay (1997) com produtos eletrônicos, os quais mostram a função de certos produtos na mediação das interações humanas.

Um exemplo disso é a exploração de recursos tecnológicos disponíveis na educação musical, mais especificamente falando, das chamadas novas TIC. O desenvolvimento de tecnologias computacionais aplicadas à música tem colaborado de forma decisiva para ampliar as possibilidades do fazer musical ao incorporar os elementos simbólicos contemporâneos. *Softwares* de edição, gravação e criação musicais, incluindo a manipulação do som em tempo real, a utilização em rede, com ambientes interativos que permitem a realização de criações e arranjos coletivos e outros recursos técnicos e simbólicos, têm ampliado enormemente as possibilidades de se fazer, divulgar, apreciar, ensinar e aprender música. Esses recursos vêm sendo gradativamente incorporados à educação musical, como maneira de possibilitar o desenvolvimento de práticas inovadoras de educação musical e a democratização da tecnologia digital.

De olho nessa tendência, a *D'accord* está criando ferramentas e métodos que facilitam e aceleram o processo de ensino de música com o uso de tecnologia. Não obstante, o desenvolvimento de plataformas e sistemas computacionais colaborativos desponta como

importante movimento na incorporação de novos meios de acesso à música e à cultura digital. Portanto, a utilização de programas de computador e de licenças livres nas redes públicas de ensino constitui uma realidade vivencial do século XXI e representa uma nova forma de desenvolvimento tecnológico colaborativo, aberto e participativo, com claras implicações para a educação em geral e, mais especificamente, para a Educação Musical.

A riqueza do estudo do simbólico reside em entender que valores devem ser agregados aos produtos e identificar como as pessoas se movem e constroem seu próprio conceito, além de comprar ou rejeitar produtos que as identificam da forma idealizada, impulsionadas por suas mensagens simbólicas (MCCRACKEN, 1988; DOUGLAS, 2009).

Nesse sentido, o valor simbólico de um *Software* de Educação Musical (SEM) será determinado pelos componentes culturais que os desenvolvedores conseguem associar a ele, por meio dos quais os usuários ou consumidores expressam sua identidade individual ou social, ou seja, algum tipo de significado cultural se vincula a esse *software* a ponto de professores e alunos de música desejarem o seu consumo. Nessa perspectiva, não adianta o esforço de integração de diversas áreas do conhecimento na produção de *softwares* se os desenvolvedores não conseguem incorporar neles significados culturais e identificar consumidores que lhes poderiam achar atrativos.

Sob essa lógica, realizamos o estudo junto à empresa *D'accord Music Software* que desenvolve tecnologia musical, para fornecer ferramentas e aplicações para o aprendizado de diferentes instrumentos. Essa empresa traz o desafio de desenvolver um produto com apelos simbólicos para uma audiência que valoriza processos de aprendizagem de formas “divertidas, interessantes, criativas e, acima de tudo, eficientes” com o uso das novas TIC.

Assim, visando expandir as fronteiras utilitaristas e racionais das teorias econômicas tradicionais e reconhecendo que há símbolos no capitalismo e que os produtos para o consumo são partes integrantes da cultura, tornando-a mais tangível, propomos a seguinte questão central: **Como ocorre a produção de *Software* para Educação Musical como bem simbólico?**

## **A PRODUÇÃO DE BENS SIMBÓLICOS**

Atualmente, mudanças profundas ocorrem no ambiente organizacional em função do processo de globalização de mercados, expansionismo tecnológico e difusão informacional. Sob esse prisma, o esclarecimento de conceitos e teorias torna-se fundamental para a compreensão de como essas transformações agem na geração de bens simbólicos.

Estudiosos de diversas áreas do conhecimento, tais como os teóricos dos Estudos Organizacionais (WILLIAMS, 1982), Sociologia (BOURDIEU, 1984), Antropologia (BELK, 1985) e Comportamento do Consumidor (HOLT, 1998) argumentam que os consumidores estão comprando mais pelos significados – os símbolos – do que apenas pelas funções práticas dos produtos (RAVASI; RINDOVA, 2008). A constituição dos bens simbólicos como mercadoria é fruto da necessidade de atender à diferenciação

dos consumidores e dos segmentos de mercado que outrora se submetiam ao consumo padronizado dos tempos fordistas (LEE, 1993; FONTENELLE, 2008). Nesses setores emergentes, os sistemas de significação são validados pela configuração imaterial e pelo caráter intangível dos artefatos (REIS, 2007).

No período industrial, a produção e o consumo de bens simbólicos e culturais eram intercedidos por instituições que buscavam sua mercantilização. Conforme Marcuse (1967), a Escola de Frankfurt defende a tese de que a circulação, o acesso e o consumo de bens simbólicos estão associados às atividades das indústrias de produção em massa. Isso provoca a naturalização da ideia de que a produção, o acesso e a circulação de artefatos culturais são facilitados por grandes conglomerados industriais de bens simbólicos nas sociedades modernas.

O controle sobre o complexo industrial da informação, do conhecimento e da cultura que se estabelece durante o século XX está incluso nesse processo de racionalização (MARCUSE, 1967). Nesse sentido, surgem os questionamentos quanto às regulações que resguardam os conglomerados de produção simbólica, resultante de um método de produção e consumo em massa. Nesse ambiente institucional, propiciado pela “Indústria Cultural” (ADORNO, 2002; ADORNO; HORKHEIMER, 1985), a produção e circulação das informações e conhecimentos foram veiculadas como ferramentas, produtos e processos corporativos. A compreensão dessa conjuntura possibilita um entendimento da emergência de uma economia política constituída de conteúdos informacionais que emergem de mecanismos alternativos de troca, licenciamento e compartilhamento.

A construção do *software* revela-se como desenvolvimento de bem cultural determinado como matéria informacional, distribuída por meio de instâncias de produção, transmissão e aquisição próprias. Esse processo complementa-se ao se levar em conta as estruturas simbólicas do universo cultural em que são produzidas e as representações dos sujeitos mediados por um modo informacional de ser e estar em sociedade. Assim, essas práticas informacionais são permeadas por matrizes de significações diversas.

Sob essa lógica, na contemporaneidade, os sistemas tecnológicos resultam das crescentes reivindicações por uma economia flexível e interconectada em rede, demandas sociais por liberdade individual e de comunicação, além dos avanços expressivos nas telecomunicações e na computação (CASTELLS, 2007), o que tem possibilitado aos indivíduos a aquisição dos recursos necessários à participação ativa no processo de produção de simbólicos.

## **A Produção de Bens Simbólicos no Campo da Tecnologia Musical**

A tecnologia musical evoca a geração de utensílios e produtos, tais como: microcomputadores, sequenciadores, interfaces MIDI<sup>1</sup>, sintetizadores e *samplers*, e a Placa Multimídia. Esses artefatos tecnológicos já são utilizados pela maioria das pessoas em casa - seja com fins educacionais, profissionais, ou de lazer (CAESER, 1996). Se, há alguns anos, a ligação entre tecnologia e música evocava visões mais apocalípticas de um mundo subjugado pela máquina, hoje em dia, tudo aponta para “[...] uma crescente possibilidade de aquisição individual das

ferramentas eletrônicas digitais, com o senso comum abandonando sua atitude primordial de desconfiança e repulsa a aplicação de novas tecnologias à música” (CAESER, 1996, p.1).

Dessa forma, pensar essas mudanças que envolvem a produção e o consumo de tecnologia musical é uma forma instigante de compreender como se configuram as relações de consumo e do próprio papel que a tecnologia musical assume na sociedade contemporânea (SANTOS; BESSA, 2008). Esse consumo é compreendido por Martin-Barbero (2003) como

[...] não apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais (MARTIN-BARBERO, 2003, *apud*, SANTOS; BESSA, p. 2-3).

Nessa ótica, um produto como o *Software* de Educação Musical, na sua condição de tecnologia musical, não é apenas consumido, mas também utilizado como forma de representação e de pertencimento a determinada identidade e comunicação com o outro. Assim, esse *software* é utilizado como meio de expressão de multiplicidade de sentidos que tecem a complexa rede de relações sociais de seus produtores e consumidores, ou seja, a tecnologia musical é uma forma de mediação das relações simbólicas entre esses agentes (SANTOS; BESSA, 2008).

Em estudo recente, Ravasi e Rindova (2008, p.271) destacaram o crescimento que o consumo simbólico vem alcançando na moderna cultura de consumo. Isso tem influenciado de forma significativa as empresas que desenvolvem produtos que agregam valores simbólicos, aos quais os autores se referem como “produção simbólica”.

Sendo assim, o valor simbólico de uma tecnologia musical como o *software* para educação musical está, portanto, relacionado ao prestígio social por essa tecnologia conseguir alcançar diversas escalas, apesar ou independente de consideráveis investimentos financeiros. Esse prestígio poderá estar associado tanto às questões estéticas, por exemplo a interface do *software*, quanto a sua maior ou menor aceitação social (SCHNEIDER, 2010). Por isso, essas tecnologias simbolizam as diversas possibilidades técnicas disponíveis no campo da música, tanto nas vertentes de produção e registro musical de determinado tempo histórico, quanto no ensino/aprendizagem, uma vez que elas se transformam em portadoras dos mais “diferentes e conflitantes interesses da sociedade, expressando a sensibilidade, o conhecimento, e a percepção de mundo de diversos atores sociais” (SANTOS; BESSA, 2008, p.3).

A partir das mudanças nos padrões de consumo e nos valores culturais emergem novas expectativas e ensejos em torno do papel dos bens tecnológicos na vida das pessoas. Diversas empresas de grande porte - como Apple e Nokia - criaram novas posições estratégicas em seus respectivos mercados, adaptando a aparência e o sentimento de seus produtos convencionais e possibilitando aos seus consumidores a mudança na forma como eles experienciam o consumo dos artefatos e as associações que evocam sobre esses produtos

(RAVASI; LOJACOMO, 2005). Portanto, “para os consumidores, as mercadorias são símbolos, cuja posse e uso refletem, expressam e reconstituem o sistema de relacionamento social e seu lugar percebido” (RAVASI; RINDOVA, 2008, p. 270).

Desse modo, entendemos que o uso das NTIC na sociedade contemporânea traz incrementos e acelera o processo de inovação ao facilitar a incorporação dos valores e princípios vindos de diferentes identidades. Nesse sentido, entendemos que uma abordagem de produção pós-fordista e flexível é o mais indicado nesse cenário global de desenvolvimento pós-industrial marcado pela necessidade de diferenciação e uso das novas TIC. Esses são os meios que fazem circular os bens simbólicos como fontes de valor e crescimento das empresas.

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste estudo, a abordagem qualitativa foi adotada, tendo em vista que se pretendeu compreender a produção dos bens simbólicos no segmento de tecnologia musical no Porto Digital, *cluster* de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), localizado na Região Metropolitana do Recife - Pernambuco, por meio da interpretação dos significados atribuídos a esse fenômeno (DENZIN; LINCOLN, 2006). De acordo com a taxonomia apresentada por Vergara (2009), quanto aos fins, a pesquisa pode ser caracterizada como descritiva.

Por ser um estudo descritivo, o aprofundamento da reflexão sobre a produção de bens simbólicos se deu no segmento de *software* para educação musical com suporte da análise reflexiva e da simbiose dos fatos com a teoria pertinente, tendo sido utilizado como estratégia de pesquisa o estudo de caso único instrumental (STAKE, 2000). Segundo Stake (2000), esse tipo de estudo é adequado quando um caso particular é examinado no sentido de prover *insights* em determinado assunto ou em situações que visam o refinamento da teoria.

Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas, análise documental e observação não participante, tendo como objetivo o aprofundamento teórico-empírico sobre a produção dos bens simbólicos no campo da tecnologia musical. O *corpus* da pesquisa foi constituído por duas entrevistas realizadas com gerentes da *D'accord Music Software*, GC (identificado nas análises como E1) e a gerente de marketing JS (identificada nas análises como E2); dois vídeos institucionais de apresentação da *D'accord*, seus produtos e projetos de parceria, além de relatórios anuais e notas de observação não participante.

Os temas que orientaram as entrevistas foram a história da empresa *D'accord*, o impacto das novas tecnologias e das redes sociais no ensino da música, o processo de produção dos *softwares* para educação musical; os elementos simbólicos associados aos SEM, a forma como ocorre a interação com o público consumidor, os desafios presentes e perspectivas para o futuro.

A escolha dos entrevistados e a opção pelo caso único, a Empresa *D'accord Music Software* foi intencional, tendo em vista a sua expressiva representatividade no segmento de *softwares* para educação musical, pelo destaque que o Porto Digital possui em âmbito nacional,

estando entre os maiores polos tecnológicos do país, além do reconhecimento em inovação que as empresas que fazem parte desse *cluster* de TIC vêm alcançando nos últimos anos.

Os dados foram analisados pelo método de análise de conteúdo temática, conforme a orientação de Bardin (1979). Logo, seguimos a orientação do autor e organizamos as diferentes fases de nossa análise de conteúdo em torno de três polos cronológicos: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material e; 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

Com isso, a análise de conteúdo oscila entre os dois polos que envolvem a investigação científica: o rigor da objetividade e a fecundidade da subjetividade, resultando na elaboração de indicadores que devem levar o pesquisador a uma segunda leitura da comunicação, com base na dedução ou na inferência. Nesse caso, o procedimento de análise do conteúdo indica a maneira como o simbolismo é vivido pelos indivíduos diante do objeto de consumo “SEM”. Os resultados da pesquisa são demonstrados no formato de passagens narrativas (CRESWELL, 2010).

Estudos de Paiva Jr., Leão e Mello (2007) apontam que a objetividade dos estudos qualitativos deverá ser avaliada pela confiabilidade e validade das interpretações. Silverman (2009) argumenta que a confiabilidade trata da replicabilidade da pesquisa, enquanto que a validade pode ser descrita como a tentativa de definir se a realidade corresponde ao que o pesquisador acha que vê (FLICK, 2004).

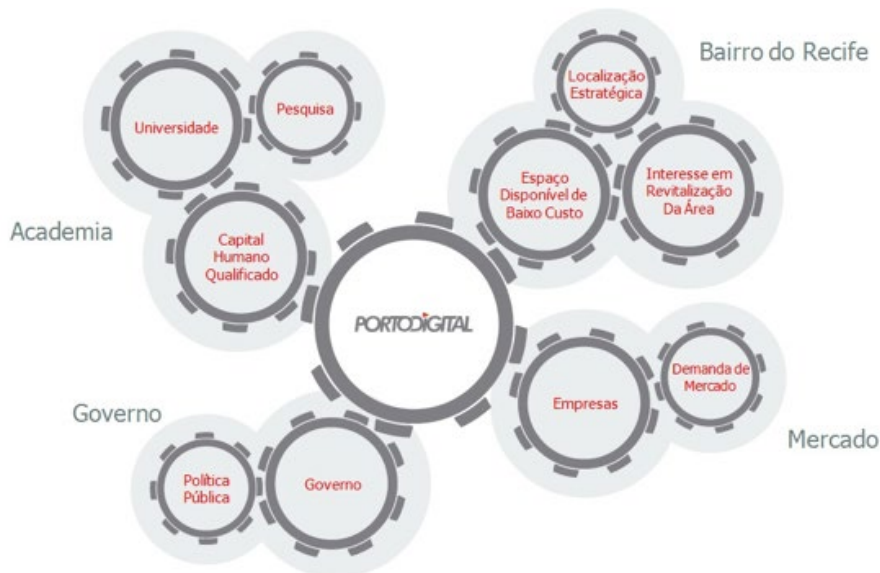
Desse modo, no estudo, foi aplicada a reflexividade – como critério de confiabilidade – que trata do antes e depois do acontecimento. Como critério de confiabilidade, fez-se uma reestruturação e reflexão permanente de todo processo de questionamento do pesquisador para se evitar vieses interpretativos, conforme sugerem Paiva Jr., Leão e Mello (2007).

## **RESULTADOS DA ARTICULAÇÃO DE BENS SIMBÓLICOS NO CAMPO DA TECNOLOGIA MUSICAL**

A análise foi realizada de modo a consubstanciar o objetivo central do estudo que consiste em identificar os significados culturais associados à produção de um *software* para educação musical, de forma a entendermos como acontece a produção de *Software* para Educação Musical como bem simbólico.

### **Contextualizando o Porto Digital**

O Arranjo Produtivo de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), denominado Porto Digital, constituiu uma rede colaborativa complexa (Figura 01), onde os agentes empreendedores se articulam com outros interagentes em seu ambiente, buscando produzir bens simbólicos (*softwares*).

**Figura 01** - Estrutura de Governança do Porto Digital

Fonte: Porto Digital, 2012

Em doze anos de atuação, o Porto Digital consolidou-se como um dos principais *clusters* de tecnologia do País, destacando-se os investimentos proporcionados na melhoria dos processos de desenvolvimento de *softwares*, propiciando a instalação de dezenas de empresas do setor de TIC (PORTO DIGITAL, 2010).

O Porto Digital surgiu da articulação de caráter empreendedor de vários atores, entre eles: o governo do Estado de Pernambuco, o Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife – C.E.S.A.R -, o Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco – CIn, e outros órgãos e empresas privadas do setor de tecnologia da região visando o desenvolvimento econômico e social do Estado de Pernambuco e tendo como ferramenta o setor da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC). (PAIVA Jr. *et al.*, 2006, p. 8).

Atualmente, o *cluster* de TIC pernambucano possui 200 empresas, nesses dados estão inseridas as empresas de *softwares* e serviços de TIC, empresas incubadas, empresas de economia criativa e empresas que prestam serviços às empresas de TIC. O *cluster* é composto, em sua maioria, por pequenas e médias empresas. Porém, empreendimentos multinacionais como a Motorola, IBM, Samsung e Microsoft também estão presentes no polo. (PORTO DIGITAL, 2010; 2012).

## A D'accord Music Software

A *D'accord Music Software* (DMS) é uma empresa especializada em *softwares* para ensino/aprendizagem de teoria musical e técnicas de execução de instrumentos musicais em salas de aula de forma moderna e contemporânea. Surgiu no ano 2000, incubada no Centro de



Informática da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Em 2004, a *DMS* migrou para o Porto Digital, onde criou uma unidade para o desenvolvimento de jogos para celulares.

Com relação aos jogos e *Softwares* para Educação Musical, a empresa comercializa seus produtos para 106 países. A partir de 2009, a *DMS* ampliou sua sede e obteve conquistas importantes no seu setor de atuação, como o primeiro lugar no Prêmio da Finep de Inovação. A empresa está embarcada no Porto Digital e as empresas que atuam no *cluster*, segundo um dos sócios da *DMS*, “Aqui temos proximidade com outras empresas de TIC, facilidades na busca por financiamentos e parcerias que facilitam nosso crescimento” (BRASIL, 2012).

No ano de 2010, a partir do Fundo de Investimentos Criatec, a *DMS* ampliou o seu crescimento no mercado de desenvolvimento de SEM. Por ser um fundo de investimentos de capital destinado ao desenvolvimento de empresas emergentes inovadoras, o Criatec proporciona o crescimento da *D'accord* e a geração de um perfil inovador (*D'ACCORD MUSIC SOFTWARE*, 2012).

A partir da aprovação da Lei nº 11.769/2008, em vigor desde 28 de agosto de 2011 e que determina o ensino de música nas escolas, a *DMS* desenvolveu um *Software* para Educação Musical que, conforme Giordano Cabral, sócio-fundador da *DMS*, tinha como objetivo

[...] trazer a tecnologia como recurso que facilitasse a utilização dos instrumentos musicais. O paralelo que a gente sempre faz é com o professor particular de ensino de música. Se alguém vai te dar uma aula particular de música, o que é que ele faz? Primeiro te conquista. A primeira coisa que ele vai fazer é te perguntar “me diga uma música que você gosta?”. Vamos pegar uma música que seja fácil e que você gosta, vamos começar a tocar. Vamos aprender os primeiros acordes. Um professor particular precisa conquistar o aluno, porque é isso que estimula [...] e assim o professor usa esse interesse dele para a música em geral para começar a te ensinar os conceitos, a teoria, a fazer exercícios. A tecnologia entra, porque ela pode se prestar ao mesmo trabalho do professor. Ela pode fazer com que o ensino seja mais simples no início, e aí como você tem ferramentas que fazem com que você aprenda de forma muito mais rápida e interessante (E1, 34-46).

Isso significa o ato de fazer com que os alunos/usuários tenham familiarização com os instrumentos musicais e desenvolvam motivação e interesse pela música por meio de ferramentas tecnológicas das quais esses *softwares* dispõem.

No entanto, atualmente, o foco e a estratégia da empresa estão sob a produção de *software* para a musicalização infantil, os quais operam por meio de ferramentas lúdicas (músicas, desenhos), como podemos observar no recorte a seguir:

[...] nessa plataforma, você tem desenhos animados que são personagens que vão dando uma contextualização do que é música, timbre, enfim, toda essa parte do que seria ensinado vai ser por meio desses personagens nas historinhas [...] e eles também vão interagindo com as crianças, perguntando, a criança pode ir lá e responder, porque são determinados e passam tanto no DVD, televisão, mas o que a gente tinha pensado mesmo era nessa plataforma que é *online*. A criança

vai lá com seu computador, o programa faz uma pergunta, ela vai lá e responde e, o professor, ele vai poder ver, acompanhar as respostas de cada aluno também da turma. Aí tem esses desenhos animados, tem jogos, que aí vão treinar o que foi passado nos desenhos que o professor passou na aula. Jogos realmente ligados ao que está sendo abordado na aula (E2, 40-50).

Além disso, aqui são incluídos os recursos disponíveis por meio das Redes Sociais.

Isto quer dizer que os alunos, eles podem comunicar-se entre si. Eu posso dizer: “Veja que legal a música que eu fiz!” Ou então, posso dizer: “Eu consegui chegar ao estágio três daquele jogo que trabalha ritmos.” “Eu consegui um componente especial qualquer...”, por exemplo. “Eu consegui uma guitarra de ouro, porque acertei cem por cento das perguntas X ou Y”. Essa interação entre os alunos, que é algo muito normal hoje em dia, em ferramentas como Orkut, Facebook, Twitter. Esse tipo de interação entre as pessoas é algo que está sendo cada vez mais adotado na educação, como uma ferramenta de promover o aprendizado através dessas conversas entre os próprios alunos e entre os próprios professores (E1, 9-17).

Isso ocorre pelo estímulo aos indivíduos para utilizarem suas redes sociais, com as quais se cria um ambiente colaborativo propício para o desenvolvimento de novos componentes simbólicos ao atuarem no entorno desse bem.

*A D'accord Music Software* (2012) disponibiliza os seguintes serviços de consultoria, pesquisas e desenvolvimento em Tecnologia em Computação Musical para instituições educacionais e outras empresas: criação de aplicações interativas para DVDs e CDs, sistemas de controle de direitos autorais (DRM); tecnologia para o combate à pirataria de CDs, DVDs e via internet; desenvolvimento de *softwares* e aplicações multimídia; Tecnologia *Mobile* para celulares e PDAs; notação musical e outros projetos especiais. Assim, os produtos são cursos de violão, guitarra, aplicativos como Dicionário de Violão, Afinador 3.0, Violão *Master*, Violão *Player* 2.0, *Finale* 2012, *Mixcraft* 6, Dicionário de Teclado, Teclado *Player*, Pianíssimo, Bateria *Player*, *Band in a box*, *iChords* 2.0, *Encore* 5, *EarMaster* Pro 5, *Guitar* Pro6 e *Ebooks* como O melhor de Legião Urbana, *Songbook* Bossa Nova - Vol.1, *Songbook* Cazuza - Vol.1, *Songbook* Djavan - Vol.1, Harmonia e Improvisação I.

Atualmente, esses *Softwares* de Educação Musical são encarados como plataformas abertas de produção de inovações e conteúdos criativos gerados também pelos usuários. Essa condição hoje permite um rápido *feedback* para as empresas, as quais podem significar e ressignificar os seus produtos e design de forma a melhor se adequarem às expectativas do universo simbólico dos usuários. No caso da *D'accord*, a produção de bens simbólicos é dirigida aos alunos do ensino fundamental e médio que estudam música e respondem bem à interação com as novas tecnologias e a professores que buscam estimular a parte criativa, disponibilizar outras linguagens e prover novas mídias para os alunos. Isso permite o desenvolvimento de uma linha recreativa de ensino, ao levar música “do jeito que a criança gosta, quer dizer, ao operar por meio do computador e trabalhando no computador conteúdos ricos e saudáveis que vão auxiliar no desenvolvimento, não só musical, mas

também cognitivo, afetivo, sensorial e motor” (V1, 11:15 – 11:40). O trecho abaixo reafirma essa preocupação:

Então, eu acho que o design já é por si só um fato importante. É, um desenho bem elaborado, as histórias, os jogos, você tratar de ensino com jogos, a interação com a criança, já é um fator diferente, que a criança não vai estar aprendendo só naquele livrinho, e o produto é diferenciado, o produto é mais interativo e é visto como sendo inovador. Mais, durante o processo, que aspectos são levados em consideração? Eu acho que é o design, usabilidade, uma interface assim, que eu digo do *software*, uma interface simples. Até porque é para criança, então tem que estar tudo mais intuitivo possível, e bonito, atrativo, e que chame a atenção. E divertido também, não é? Os jogos tem que ter cara de jogos, assim, se você coloca um jogo mais para o lado educativo, sem ter aquela diversão, aquele desafio do jogo, perde todo o interesse, não é? A criança percebe como sendo algo mais chato. Aí o jogo realmente tem que ter cara de jogo (E2).

A particularidade dessa tecnologia aberta permite a participação do produtor e do consumidor, e este último pode ter um envolvimento ativo, possibilitado pelas novas tecnologias que permitem o acesso a um canal de comunicação fácil e a incorporação imediata de novos significados culturais que tenham apelo de sensibilização junto ao mercado consumidor.

Os SEM são oferecidos com um design que comunica significados de afeição e domesticidade, o que possibilita aos consumidores se engajarem em novas interações. Como resultado, as percepções dos consumidores com respeito à companhia passa a ser vinculada a uma produtora de objetos artísticos e significativos, ao acompanhar as melhores tendências e estilos musicais, como revela o estudo de Du Gay (1997) com relação aos produtos desenvolvidos pela Sony. Por prover novos significados de comunicação aos consumidores, a *D'accord* gera valor simbólico e cobra preços diferenciados que refletem esse tipo diferente de valor criado.

#### A Produção de Valor Simbólico por Meio da Tecnologia Musical

O desenvolvimento de qualquer tipo de *software* para educação musical requer a observância de “[...] pressupostos pedagógicos coerentes com os objetivos educativos do contexto e, principalmente, que o mesmo propicie o desenvolvimento musical da forma mais abrangente possível” (MILETTO *et al.*, 2004, p. 2). Contudo, no Brasil, são raros os *softwares* de teoria musical que seguem os pressupostos do desenvolvimento cognitivo e musical apontados pelos estudos mais recentes dessas áreas e, por isso, muitos desses *softwares* “fundamentam-se em métodos tradicionais de apresentação, aplicação de conceitos e avaliação de resultados - o que se reflete em sua estrutura técnica, conteúdo e forma de avaliação” (KRUGER *et al.*, 1999, *apud* MILETTO *et al.*, 2004, p. 2).

Todavia, estudiosos recomendam que o desenvolvimento do SEM seja orientado por um modelo teórico de educação musical que abranja

“[...] estratégias peculiares para *definição do conteúdo*, a partir da identificação do público-alvo da aplicação e do currículo de ensino adequado a este usuário,

principalmente em termos do conhecimento formal musical que ele possui, e também na *forma de apresentação do conteúdo*, levando em conta teorias de ensino/aprendizagem reconhecidas da Educação Musical e da Psicologia Cognitiva da Música” (MILETTO *et al.*, 2004, p.4).

A ausência dessas estratégias ou pressupostos pedagógicos no desenvolvimento de *SEM* tem feito com que muitos professores/educadores dessa área sejam contrários ao uso de tecnologia. Contudo, Miletto *et al.* (2004) acreditam que

uma maior divulgação dos fundamentos e das ferramentas computacionais disponíveis para músicos e professores de música pode auxiliá-los a expandir seus conhecimentos, vencer seus receios e preconceitos e torná-los interessados em partilhar experiências sobre a aplicação de tecnologia ao ensino da música (p.4).

Nessa ótica, o crescimento das Novas TIC representa a possibilidade de inovações que possam ser usadas de forma complementar à construção e fixação de conceitos. Além disso, pode significar um recurso motivador para professores e alunos, além de um maior acesso a informações e constatações de benefícios do uso complementar de sistemas informatizados no processo de ensino/aprendizagem da música (MILETTO *et al.*, 2004; FONSECA; ARAÚJO, 2005).

Segundo Flores, Vicari e Pimenta (2001), os *SEM* apresentam algumas características diferenciadas se comparados a outros *softwares* de uso comum e, como tal, o seu desenvolvimento deve acontecer no âmbito de uma equipe interdisciplinar<sup>2</sup>, considerando a dificuldade de obtenção de bons resultados no seu desenvolvimento se não for adotada uma abordagem de trabalho baseada na interdisciplinaridade. As diferenças relativas a outros tipos de *software* se referem a:

Seus **usuários**: alunos e professores; a sua **interface** de usuário: deve ser mais adaptável ao usuário ao contrário das interfaces de usuários genéricas de outros tipos de *softwares*; as **disciplinas envolvidas**: as ciências cognitivas, além de Ciência da Computação e domínio específico tratado no *software*, e as **tarefas que ajuda o usuário a executar**: os envolvidos no ensino-aprendizagem, que é um processo delicado que, para ser bem sucedido, deve evitar a interferência causada por problemas na usabilidade do *software* (FLORES; VICARI; PIMENTA, 2001, p. 2).

O desenvolvimento de um *SEM* deve, também, ser orientado por uma abordagem baseada em princípios que “são essenciais para a construção de ambientes multidisciplinares” (p. 1), pois, muitas vezes, tais princípios “[...] são muito mais importantes do que qualquer notação particular ou metodologia. Na verdade, esses princípios permitem ao desenvolvedor de *software* avaliar várias técnicas, ferramentas e possíveis soluções tecnológicas, e aplicá-los quando eles são adequados” (p. 2).

Por outro lado, ao lidar com o conhecimento na área de música, esses *softwares* devem apresentar características ainda mais específicas como “um emprego inerente de multimídia, demanda por melhor qualidade dos meios de áudio empregados e uma

exigência de sincronização correta entre mídia de áudio e visual” (*Idem*). Logo, “o processo de desenvolvimento de um *SEM* tem de ser diferente do de outro *software*, considerando as idiosincrasias acima mencionadas” (*Id.*, *Ib.*).

Entretanto, mesmo estando nós vivendo na era da Informação,

[...] poucos compreendem como são criados, como funcionam e a que mais servem os artefatos invisíveis que nos permitem interagir com as TIC. Interagir com aparelhos eletrônicos que intermediam nossa capacidade de agregar inteligência alheia às nossas ações, e que amplificam nossa capacidade de comunicar e produzir bens de natureza simbólica. Esses artefatos são os *softwares* (REZENDE, 2007, p. 1).

Assim, os *SEM* podem ser vistos como bens simbólicos cujo valor de uso aumenta em função de sua abundância e disseminação, contrariamente ao que ditam as teorias econômicas sobre os bens materiais. Igualmente, os *SEM* devem ser produzidos por equipes multidisciplinares, de forma incremental e colaborativa, acarretando na incorporação de uma série de valores e princípios provenientes de uma diversidade de identidades nesses *softwares*. Contudo, esses *softwares* podem “servir ao homem como extensão de sua inteligência, sem necessidade de que esteja para isso preso em gaiolas virtuais de interoperabilidade, arejada pela cobrança de pedágios por direito de uso” (REZENDE, 2007, p. 3).

Dessa forma, segundo Rezende (2007), os modelos colaborativos de produção, licenciamento e negócio alternativos aos ditados pela lógica capitalista, denominados “FOSS (free/open source software), já provaram sua viabilidade e eficiência - onde houver massa crítica - na crista da onda tecnológica, que é a informática” (p. 2). Para esse autor, “os modelos FOSS tratam software como verdadeiro bem simbólico, e nesse sentido os *SEM* devem ser compreendidos como conhecimento lógico expresso na linguagem de computadores; e não como bem material, como sabonete que se vende em caixinha e se desgasta com o uso” (*Idem*). São, portanto, bens simbólicos, carregados de valores culturais.

Assim, as tecnologias digitais, ao auxiliarem na democratização do acesso aos bens simbólicos, configuram um espaço de socialização dos meios de produção, resultado que projeta, nos desenvolvedores, um discurso que amplia a participação sobre o processo de produção sociocultural sob uma ótica autogestionária, de modo a contrariar a lógica de escassez e controle dominante no sistema industrial.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pesquisas têm sido realizadas no sentido da aplicação dos recursos tecnológicos na educação musical, mas apenas um pequeno número delas tem se dedicado ao componente simbólico na produção de *softwares* destinados à educação musical. Nesse sentido, com base nos estudos de Ravasi e Rindova, os quais consideram que a criação de valor simbólico ocorre em última instância, com a inclusão de um bem nos padrões de consumo e uso simbólico, este estudo teve como objetivo central a identificação dos significados culturais que são

atribuídos à produção de um *software* para educação musical enquanto bem simbólico.

Cada ser humano vive em um mundo simbólico e todos usam signos para pensar e representar o mundo físico ao nosso redor. Os seres humanos simbolizam suas vivências e referências para relacionar-se com a realidade e, se o mundo do consumidor é uma rede de significados, nada mais natural que a compreensão dos sistemas simbólicos seja parte inseparável da compreensão do próprio homem e, conseqüentemente, do consumidor. Nesse sentido, o estudo trilhou caminhos que auxiliam na resposta ao questionamento central: **Como ocorre a produção de *Software* para Educação Musical como bem simbólico?**

O SEM não é uma mera ferramenta funcional uma vez que é valorizado pelo conjunto de significados a ele relacionados em determinados contextos, ratificando o *status* e identidade dos seus usuários. Isso ocorre com o SEM a partir do momento em que os signos e símbolos presentes neles comunicam significados sobre a cultura dos seus usuários que se refletem no valor simbólico desses artefatos.

As características do SEM comunicam e constituem elementos demarcadores da identidade individual e social, como de resto também apontam Ravasi e Rindova (2008), visto que os códigos compartilhados por indivíduos que lhes atribuem significados semelhantes fazem com que venham a fazer parte de um mesmo sistema de significações.

O *design* dos SEM da *D'accord*, como uma atividade essencial na agregação de significados culturais aos produtos (COMASSETTO *et al.* 2011), combina um conjunto de ativos simbólicos para alcançar um efeito sensorial específico de apelo aos jovens “uma forma muito mais fácil, divertida e lúdica para se aprender a tocar e apreciar música”, e promovem certos significados como o da melhoria de desempenho escolar, a junção da cultura musical local com a tecnologia e a promoção de novos recursos e elementos pedagógicos para os jovens do século XXI, como a promoção da interatividade e dinamização das aulas com jogos musicais e o uso das novas mídias. Esses são aspectos cruciais de comunicação com os consumidores, não apenas sobre a função de uso básico, mas simultaneamente a respeito da identidade e significado.

O conjunto de significados incorporados no SEM traduz a identidade da cultura de jovens conectados à internet e de educadores que usam as novas mídias para passar e fixar conteúdo. Logo, esse artefato digital criado torna-se disponível como um novo signo, o qual o consumidor, aquele que o adquire, escolhe como inseri-lo em suas interações sociais caracterizando o consumo simbólico.

O SEM leva em conta a realidade sócio-histórica, isto é, considera não só os sujeitos, suas práticas e representações, mas também as estruturas e situações em que se encontram inseridos. As novas TIC potencializam a distribuição, cooperação e a apropriação de bens simbólicos. Com isso, é possível constatar que a produção do SEM, à medida que aproxima os produtores do público alvo, gera símbolos e significados, os quais surgem a partir do encontro com elementos de natureza social. Assim, o ato de determinar o processo de significação sobre produtos é algo que permeia diversas instituições, como escolas e universidades. Logo, é possível compreender que essas instituições funcionam como o local

de produção e consumo simbólicos que apontam os sentidos sobre as coisas (HALL, 2003).

Ao falarem sobre atos simbólicos, Ravasi e Rindova (2008) enfatizam que esses elementos podem ser vistos como significados sociais e culturais, associados aos produtos. Esses atos simbólicos e a criação de valores são organizados sob a forma de um quadro simbólico que ilustra as relações presentes no processo de significação. Dentre elas, podem ser destacadas: produção de signo, adoção de signo e gerações de valor, recursos e capacidades. Esses elementos, quando presentes num determinado produto ou ação, podem ajudar a desempenhar melhor as suas práticas performáticas, atrelando suas características e valores simbólicos.

Nesse sentido, os atores organizacionais devem refletir sobre os achados desse estudo no que tange a uma orientação social de avaliação da dimensão simbólica nas organizações e alimentar trocas de valor no âmbito de suas redes. Exemplo disso seria a atuação de consultores da *D'accord Music Software* e dirigentes de instituições que oferecem serviços de produção de *Software*, no sentido de inovar em métodos de treinamento que dinamizem as habilidades relacionais de líderes e equipes, uma vez que eles podem auxiliar na aquisição de novas qualidades simbólicas para os produtos, o que tem frequentemente determinado a avaliação e compra desses bens. Impulsionados pelas mensagens simbólicas dos produtos nos anúncios, os indivíduos vão construir seu estilo de vida na contemporaneidade, apoiados na esfera do consumo.

Uma vez que a *D'accord Music Software* é uma empresa que atua no Setor de Tecnologia Musical do Porto Digital, é sugestivo o desenvolvimento de estudos transversais, com várias empresas em situações de interação diversificadas. Nesses novos estudos, é aconselhável que sejam utilizadas técnicas de pesquisa que permitam uma observação mais aproximada do objeto de forma a se ter uma percepção clara do processo de transformação da criatividade, em especial a cultura, para gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor simbólico, principalmente na indústria de *software* que sustenta a dinâmica de processos e modelos de negócio que se estabelecem como determinantes dessa nova economia.

## NOTAS

- 1 Musical Instrument Digital Interface (MIDI).
- 2 Pelo menos três disciplinas genéricas estão envolvidas no desenvolvimento de *software* para educação musical: Ciência da Computação, Música e Educação. Desse modo, os membros de um projeto de desenvolvimento desse tipo de *software* devem vir dessas três áreas. Porém, eles podem, também, ser especialistas em disciplinas que têm sua origem nas interligações entre essas áreas básicas. Esses são domínios de conhecimento interdisciplinares que têm muito a contribuir para projetos de desenvolvimento de *softwares* para educação musical (FLORES; VICARI; PIMENTA, 2001, p. 2).

## REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

\_\_\_\_\_; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Edições 70. 1979.

BARRADAS, J. S.; FILHO, L. A. N. C. Levantamentos de tendências em gestão do conhecimento no Brasil: análise de conteúdo da opinião de especialistas brasileiros. **Perspectivas em Ciência da Informação**, São Paulo, v. 15, n. 3, p. 131-154, 2010.

BELK, R. W. **Collecting in a Consumer Society**. London: Routledge, 1985.

BORGES, Gilberto André. **Tecnologias da Informação e Comunicação na formação inicial do professor de música**: um estudo sobre o uso de recursos tecnológicos por estudantes de licenciatura em música no Estado de Santa Catarina. Dissertação - Universidade do Estado de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Música. Florianópolis, 2010.

BOURDIEU, P. **Distinction: A Social Critique of Judgment and Taste**. Cambridge, MA: Havard University Press, 1984.

BRASIL. **Inovações que vêm do Porto**. Brasília: Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/sobre/ciencia-e-tecnologia/inovacao/Cases/porto-digital/inovacoes-que-vem-do-porto>>. Acesso em: 13 set. 2012.

CABRAL, Giordano. **Educação musical em debate**: O uso da tecnologia. Recife: Rádio CBN. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=lQY0Pha61Ho&list=UUCUFeQURknfbQrEDZvfFJQ&index=6&feature=plcp>>. Acesso em: 15 set. 2012.

\_\_\_\_\_; SILVEIRA, W.; FLORÊNCIO, F. Criação, Apreciação e Performance com Suporte Digital no Ensino Básico de Música. In: **XX CONGRESSO ANUAL DA ABEM**, 11., Vitória, 2011.

CAESER, Rodolfo. Diabolus in machina. In: BIENAL DE MÚSICA BRASILEIRA CONTEMPORÂNEA, 11., 1996, Rio de Janeiro. **Caderno Encontros/Desencontros**. Rio de Janeiro: Uni-Rio/Funarte, p.1-6, 1996.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 10 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo E Misto**. Tradução de Magda Lopes. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

D'ACCORD MUSIC SOFTWARE. **Quem Somos**. Recife: D'accord Music Software. Disponível em: < <http://www.daccord.com.br/quemsomos.php>>. Acesso em: 13 set. 2012.



DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. 432 p.

DOUGLAS, Mary; ISH ERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

DU GAY, P. **Production of Culture**. Culture of Production. London: SAGE, 1997.

FLICK, U. **Pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FLORES, Luciano Vargas; VICARI, Rosa Maria; PIMENTA, Marcelo Soares. Some Heuristics for the Development of Music Education Software: First Steps Towards a Methodology. In: BRAZILIAN SYMPOSIUM ON COMPUTER MUSIC, 8, 2001, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: BSCM, 2001. v. 3, p. 1-6.

FONSECA, João Paulo Santos da; ARAÚJO, Milena Cristina Rabelo de. Softwares educativos: novas tecnologias da informação e comunicação mediando o ensino-aprendizagem na educação musical (três análises). In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO MUSICAL, 14., 2005, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: ABEM, 2005. p.1-10.

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

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HOLT, D. B. Does cultural capital structure American consumption? **Journal of Consumer Research**. v. 25, p. 1-25, 1998.

JOHANNENSSSEN, J-A.; OLSEN, B. The future of value creation and innovations: Aspects of a theory of value reaction and innovation in a global knowledge economy. **International Journal of Information Management**, p. 502-511, 2010.

JULIEN, P-A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

KRÜGER, Susana Ester *et al.* Developing a Software for Music Education: An Interdisciplinary Project. In: CONGRESSO NACIONAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE COMPUTAÇÃO, 19., 1999, Rio de Janeiro. **Anais...** Belo Horizonte: Entrelugar, v. 3, p. 251-264, 1999.

LEÃO, A. L. M.; MELLO, S. C. B. Stigmata: como as marcas são usadas para marcar os Consumidores. **CADERNOS EBAPE**. Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, artigo 2, p. 22-36, mar. 2011.

MAINGUENEAU, D. **Termos-Chave da Análise do Discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

MARCUSE, Herbert. **Ideologia da Sociedade Industrial: O Homem unidimensional.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003, 292.

MCCRACKEN, G. **Culture and Consumption – New Approaches to the Symbolic of Consumer Goods and Activities.** Bloomington, IN: Indiana University Press. 1988.

MILLETO, Evandro Manara *et al.* Educação musical auxiliada por computador: algumas considerações e experiências. **RENOTE - Revista Novas Tecnologias na Educação**, v. 2, n. 1, 2004.

MUTZENBERG, R. Ações coletivas, movimentos sociais: aderências, conflitos e antagonismo social. **Tese** (Doutorado em Sociologia) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Recife, 2002.

ORLANDI, E. P. **Análise do Discurso: Princípios e Procedimentos.** 6ª edição. Campinas: Pontes, 2005.

\_\_\_\_\_. Vão surgindo os sentidos. In: \_\_\_\_\_. (org). **Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional.** 3 ed. Campinas: Pontes, p. 11-25, 2003.

PAIVA Jr, F. G.; CORRÊA, M. I. S.; SOUZA, A. C. R. A identidade cultural e a articulação de caráter empreendedor na busca por um desenvolvimento local. ENANPAD, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador, 2006.

\_\_\_\_\_; GUERRA, J. R. F.; ALMEIDA, S. L. Produção Cinematográfica e Estudos Culturais: Uma Análise dos Discursos do Cinema Pernambucano Contemporâneo. XXXII ENANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro - RJ: XXXII ENANPAD, 2008.

\_\_\_\_\_; LEÃO, A. L. M. de S.; MELLO, S. C. B. de. Validade e Confiabilidade na Pesquisa Qualitativa em Administração. I Encontro de Ensino em Pesquisa de Administração e Contabilidade (ENEPQ). **Anais...** Recife: I EnEPQ, 2007.

PORTO DIGITAL. Perspectivas para os Setores de TIC e Economia Criativa com a Expansão do Porto Digital para Santo Amaro. **Apresentação Porto Desembarque.** Recife: Porto Digital, 2012.

\_\_\_\_\_. **Perfil Geral do Porto Digital.** Recife: Porto Digital, 2010.

RAVASI, D.; RINDOVA, V. Symbolic Value Creation. **The Sage Handbook of new approaches in management.** v. 2, n. 6, p. 270-284, 2008.

RAVASI, D.; LOJACOMO, G. Managing Design and Designers for Strategic Renewal. **Long Range Planning.** v. 38, p. 51-77, 2005.

REIS, A. C. F. **Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: o caleidoscópio da**

cultura. Barueri, São Paulo: Manole, 2007.

REZENDE, Pedro Antônio Dourado de. In: SEMANA DE SOFTWARE LIVRE FACED, 3., SEMANA DE SOFTWARE LIVRE IRECÊ, 1.; 2007, Bahia. **Anais...** Bahia: UFBA, 2007. p.1 - 11. Disponível em: <<http://www.cic.unb.br/~pedro/trabs/alemdasredes1.html>>. Acesso em: 15 set. 2012.

SANTOS, C. R. dos; BESSA, K. A. M. Interface entre os suportes sonoros e as novas hierarquias simbólicas e econômicas no cenário musical brasileiro contemporâneo. *Horizonte Científico*, v. 1, n. 8, p. 1-30, 2008.

SCHNEIDER, M. Sociogênese do Capital Midiático através da Música. **Lumina**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Juiz de Fora. v. 4, n. 1, p. 1-14, jun. 2010.

SILVERMAN, D. **Interpretação de dados qualitativos**: métodos para análise de entrevistas, textos e interação. Porto Alegre: Artmed, 2009.

STAKE, R. E. Case Studies. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (ed.). **Handbook of Qualitative Research**. 2 ed. Thousand Oaks (CA): Sage, 2000.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

WILLIAMS, R. H. **Dream Worlds**: Mass Consumption in Late Nineteenth Century France. Berkeley, CA: University of California Press, 1982.

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

**Anderson  
Diego Farias  
da Silva**

Mestrando em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco (PROPAD/UFPE). Especialista em Administração de Marketing pela Universidade de Pernambuco (FCAP/UPE) e graduado em Administração pela Faculdade Escritor Osman da Costa Lins (FACOL). Áreas de atuação: Arranjos Institucionais, Estudos Culturais, Economia Criativa, Empreendedorismo, Inovação e Redes.

**Nelson  
da Cruz  
Monteiro  
Fernandes**

Doutorando em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco. Mestre em Sociologia pela Universidade Federal de Pernambuco e graduado em Administração de Empresas pela Universidade Católica de Pernambuco. Atua principalmente nos seguintes temas: Estudos Culturais, Teoria do Discurso, empreendedorismo, inovação, software livre e novos modelos de negócios.

**Osiris Luís  
da Cunha  
Fernandes**

Doutorando em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco. Mestre em Gestão de Turismo pela Beijing International Studies University, China, e Graduado em Turismo pela Universidade Católica de Pernambuco. Atua essencialmente nas seguintes áreas: Empreendedorismo, Inovação, E-Government, E-Governance; Teoria do Discurso e Estudos Culturais.

**Fernando  
Gomes de  
Paiva Júnior**

Professor do Programa de Pós-graduação em Administração da UFPE. Pesquisador do Lócus de Investigação em Economia Criativa. Mestre em Administração pela Universidad de Deusto, Espanha, e doutor em Administração pela UFMG. Áreas de interesse: Empreendedorismo, Inovação, Economia Criativa e Estudos Culturais.