

## **O ARTISTA E SEU TRABALHO: CRIATIVIDADE E RACIONALIDADE**

Gabriel Liberatori Borsatto - Lua Nova

### **Resumo**

A profissão artística carrega, desde sua origem, um misticismo inevitável. Frequentemente associada à dons divinos, transcendentes e acessíveis somente a alguns poucos privilegiados, a arte e seus formadores se tornaram exemplos na construção de novas realidades e pensamentos, tudo isso através da explosão espontânea e repentina de conclusões universais. A criatividade, em sua formação e manifestação, passa por processos ainda pouco conhecidos até o momento em que é exposta em forma de novidade, atraindo constantemente a atenção de quem a procura. De maneira crescente, observa-se no universo organizacional um interesse e estímulo cada vez mais exacerbados ao fazer e ser criativo através da utilização das estruturas que a arte por tanto tempo desenvolveu, especialmente para que se flexibilizem as estruturas empresariais e abram-se as portas para a inovação, constantemente perseguida como solução vital para a sobrevivência de mercado. Ao mesmo tempo, vê-se que o mercado cultural e de entretenimento deteriora-se cada vez mais intensamente, sendo o mercado independente, reduto de restauração, o que mais sofre. Demonstrar-se-á que a criatividade dos profissionais das artes permanece intocada e inesgotável, contudo, outras qualidades necessárias à sobrevivência e sucesso do novo mercado não foram desenvolvidas, permanecendo estagnadas. Sobra paixão e inventividade, mas carece profissionalização e racionalidade, havendo uma paixão pela sua criatividade que, por mais desenvolvida que seja, em quase nada lhe serve. Portanto, o problema enfrentado pelo mercado artístico, com destaque para a cena independente, não é o mesmo do mercado convencional, mas sim o inverso. Há abundância criativa, mas escassez racional.

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA  
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
(FEA - USP)

GABRIEL LIBERATORI BORSATTO

**O ARTISTA E SEU TRABALHO:  
CRIATIVIDADE E RACIONALIDADE**

SÃO PAULO - SP  
JUNHO DE 2017

Gabriel Liberatori Borsatto

O Artista e Seu Trabalho: Criatividade e Racionalidade

Trabalho de Conclusão de Curso  
submetido à Universidade de São  
Paulo como parte dos requisitos  
necessários para a obtenção do Grau  
de Bacharel em Administração. Sob a  
orientação do Professor Doutor  
Martinho Isnard Ribeiro de Almeida.

São Paulo  
Junho de 2017

## SUMÁRIO

<b>1. RESUMO.....</b>	<b>4</b>
<b>2. EUREKA: A CRIATIVIDADE COMO FORÇA IMENSURÁVEL DO ARTISTA.....</b>	<b>5</b>
2.1. UM NU EM SIRACUSA: O IMPULSO CRIATIVO.....	5
<b>3. O SOFRIMENTO DE JEKYLL: A INSTABILIDADE NA CRIATIVIDADE.....</b>	<b>6</b>
3.1. OS DELACROIX DOS NOVOS SÉCULOS E A VISÃO ROMÂNTICA SOBRE A ARTE.....	7
3.2. OS OLHOS DO MERCADO SOBRE A OBRA CRIATIVA.....	8
3.3. IDEIAS DE UM DELACROIX, PINCELADAS DE UM RODIN.....	8
<b>4. O MÉDICO E O MONSTRO: APRENDENDO A GERIR A CARREIRA.....</b>	<b>9</b>
4.1. O ARTISTA CRIATIVO E O EMPREENDEDOR RACIONAL: UNINDO O INDISSOCIÁVEL.....	9
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>11</b>

## 1. RESUMO

A profissão artística carrega, desde sua origem, um misticismo inevitável. Frequentemente associada à dons divinos, transcendentos e acessíveis somente a alguns poucos privilegiados, a arte e seus formadores se tornaram exemplos na construção de novas realidades e pensamentos, tudo isso através da explosão espontânea e repentina de conclusões universais. A criatividade, em sua formação e manifestação, passa por processos ainda pouco conhecidos até o momento em que é exposta em forma de novidade, atraindo constantemente a atenção de quem a procura.

De maneira crescente, observa-se no universo organizacional um interesse e estímulo cada vez mais exacerbados ao fazer e ser criativo através da utilização das estruturas que a arte por tanto tempo desenvolveu, especialmente para que se flexibilizem as estruturas empresariais e abram-se as portas para a inovação, constantemente perseguida como solução vital para a sobrevivência de mercado. Ao mesmo tempo, vê-se que o mercado cultural e de entretenimento deteriora-se cada vez mais intensamente, sendo o mercado independente, reduto de restauração, o que mais sofre. Permanecem ainda as grandes empresas consolidadas no século XX, contudo, pouco se renova, pouco se ganha.

O presente documento demonstra que a criatividade dos profissionais das artes permanece intocada e inesgotável, contudo, outras qualidades necessárias à sobrevivência e sucesso do novo mercado não foram desenvolvidas, pelo contrário, permaneceram estagnadas. Observa-se que, no artista, sobra paixão e inventividade, mas carece profissionalização e racionalidade, traduzida em uma paixão pela sua criatividade que, por mais desenvolvida que seja, em quase nada lhe serve. Portanto, o problema enfrentado pelo mercado artístico, com destaque para a cena independente, não é o mesmo do mercado convencional, mas sim o inverso. Há abundância criativa, mas escassez racional.

Ver-se-á a importância nas artes a manutenção de um racionalismo amplo, que não terá por objetivo tolher ou limitar a visão criativa e inovadora, mas consolidar e aplicar as ideias que nascem dessa seara.

*Palavras-Chave: Arte - Criatividade - Mercado - Racionalização*

## ABSTRACT

The art carries, from its origin, an inevitable mysticism. Often associated with a divine, transcendent gift accessible only for some, art and its doers have become examples of construction of new realities and thoughts through spontaneous and sudden explosions of universal conclusions. Creativity, in its formation and manifestation, goes through processes still little known and is exposed as a novelty, in a event that constantly attract the attention of those who seek it. Increasingly, an exacerbated interest and stimulation in making and being creative through the use of the structures that art has developed for so long can be seen in the organizational field, especially in order to make business structures more flexible and opened for innovation, that is constantly pursued as a vital solution to keep breathing in the market, alive. It's clear that entertainment market deteriorates more and more. Huge companies of the twentieth century still remain, however, little is renewed, little is gained. The independent

market and business, the stronghold of restoration, is the one that suffers the most. This paper, however, demonstrates that the problem faced by the art market is not the same as the conventional market. Artists creativity remains untouched and inexhaustible, yet other qualities for survival and success in the new market have not been developed, but have remained without moving and development. There is passion and inventiveness, but it lacks professionalism and rationality and, finally, a toxic novel with creativity that, however developed it is, it serves no purpose. One will see the importance for the arts of maintaining a opened rationalism, which will not limit or limit creative and innovative vision, but will consolidate and apply the ideas arising from it.

**Keywords:** *Art - Creativity - Market - Rationalization*

## **2. EUREKA: A CRIATIVIDADE COMO FORÇA IMENSURÁVEL DO ARTISTA**

Tão turva quanto o próprio processo em que se desenvolve, a conceituação da criatividade permanece ainda sem definição universal, sofrendo ajustes e passando por diversas indagações ao longo da história e de acordo com as searas que afeta e é afetada. Do consenso ideal que aborda tal forma como a produção de algo novo e útil para a satisfação de uma finalidade específica (Amabile, 2012), surgem infindáveis definições, das mais realistas às mais transcendentais. Albert Einstein e Steve Jobs, figuras marcadas pela extensa criatividade e, ao mesmo tempo, conhecimento científico, definiam seus insights meramente como uma constante combinação aleatória de conhecimentos adquiridos e alimentados ao longo do tempo (Sawyer, 2006; Florida, 2002; Santa Fe Institute Working Group, 2015). Nesse caso, o processo criativo torna-se sinônimo a uma habilidade aguçada de síntese.

Tal visão, que reduz a criatividade a um processo mecânico e a inovação a um simples rearranjo do que já foi inventado ou mesmo pensado, não se sustenta, contudo, quando se aborda a origem da combinação do que é fundamental ao surgimento do insight. Por mais que se tenha informações disponíveis para a junção inovadora, há um fator impulsivo desconhecido que as monta em uma ordem inesperada, nunca dantes elaborada. A criatividade, na verdade, reside nesse espaço infinito e obscuro, fundamental na produção do novo.

### **2.1. Um Nu em Siracusa: O Impulso Criativo**

O maior e mais claro retrato que evidencia o insight criativo, inesperado e ilógico, talvez seja o do matemático Arquimedes de Siracusa (aproximadamente de 287a.C. a 212a.C) que, ao entrar em sua banheira e perceber que ela transbordava conforme seu próprio corpo afundava, deu um enorme salto para a história da ciência. Nu, por ter corrido em tamanha euforia para contar sua descoberta, esclareceu uma fraude acerca da coroa do rei Helião II (Edwards, 1979). De uma hora para outra, o matemático dava início às fundações que se tornariam estudos futuros sobre hidrostática e suas ramificações. Por essa e outras “*eureka*”, o pensador influenciou no estabelecimento de leis e teorias que, mais tarde, seriam base para Galileu, Newton e Huygens.

De maneira transcendental, a criatividade revela a mais pura expressão individual (Becker, 2000–2001), onde o ser humano atinge o pico de suas habilidades (Sawyer, 2006; Csikszentmihalyi, 1990b), inatas ou aprendidas. As variações conceituais sobre a criatividade começam, de fato, nas formas em que se manifesta, sendo de grande importância o período histórico-cultural de suas interpretações (Sawyer, 2006; Sass, 2000–2001, p. 57). Contudo, percebe-se, na convergência de diversas teorias, que pessoas altamente criativas manifestam qualidades semelhantes, como inventividade, impulsividade, capacidade de improvisação e tomada rápida de decisões, independência de pensamento, visão global calcada no presente, maior tolerância à ambiguidades e riscos e alta intuição e sensibilidade ao mundo externo e ao que lhe é interior e exclusivo (Sawyer, 2006; Amabile, 2012; Edwards, 1979). Tais características podem ser encontradas em pessoas altamente criativas e, especialmente naquelas, que desempenham trabalhos intrinsecamente criativos, sendo o trabalho artístico aquele de maior destaque.

### 3. O SOFRIMENTO DE JEKYLL: A INSTABILIDADE NA CRIATIVIDADE

Retratado em um romance de 1886, o estranho caso de Dr. Jekyll e Mr. Hyde - o Médico e o Monstro - aborda uma presença incontrolável existente no âmago de todo ser humano, capaz de invadi-lo repentinamente e fazer, de maneira inevitável, com que revele suas facetas mais surpreendentes, normalmente escondidas ou mesmo inacessíveis.

A criatividade esteve sempre ligada ao obscuro, ao desconhecido e, por ter sua origem desconhecida para o estopim do insight, que parece repentino e incontrolável, ilógico, inconstante e muitas vezes até incoerente, também esteve sempre conectada à irracionalidade e a instabilidade. Constantemente, artistas vivem profundamente em tais condições, pelo próprio escancaramento emocional, mental e psicológico pelo qual devem passar para deixar o que é novo e de fato criativo invadi-los. Não à toa ou por coincidência, é sabido que profissionais artísticos sofrem de desordens mentais e emocionais diversas quando comparados a outros que não desempenham ou trabalham em funções que não carregam a criatividade como pedra angular (Andreasen, 1987; Ludwig, 1995). Como bem colocado por Menger (2005, p.12):

*“A criação da obra artística, nestas representações, é associada a um espasmo de loucura, genialidade e melancolia individual.”*

Os artistas acabam descritos, nessas condições, como inconstantes, caricaturais e indisciplinados (Witworker, 1991, p.7), ou apaixonados antagonistas do mundo, capazes de qualquer coisa para a manutenção de sua arte intocada por aquilo que não acredita ou defende. De fato, isso pode tornar-se verdade, quando o artista deixa-se tomar completamente por uma criatividade descontrolada, que não somente pode atrapalhar sua vida pessoal, como profissional. Especialmente no início, o profissional das artes é movido, sobretudo, por suas qualidades criativas, que o dominam e definem seu trajeto pessoal e de carreira. O que subsistia apenas como *hobbie* na vida do indivíduo, de maneira inconstante, impensada e emocional, começa a tomar forma como seu sustento. A partir de tal momento, começa a ser imprescindível a presença da racionalidade do pensamento para o artista. Assim como

Arquimedes foi capaz de transpor sua explosão criativa ao mundo das leis e da física, o artista deve buscar o direcionamento lógico de sua produção e criação. Contudo, por uma visão apenas romântica instaurada em sua profissão, tal qualidade acaba por empobrecida.

### **3.1. Os Delacroix dos Novos Séculos e a Visão Romântica Sobre a Arte**

A visão errônea sobre o fazer criativo e o trabalho do artista sustenta fortemente uma argumentação romântica radical sobre seu fazer. Lembrando as características mais marcantes do movimento que surgiu no final do século XVIII, o trabalho artístico procura forçar sua produção para fora da realidade, da lógica e os limites que ela impõe, tendo isso como pressuposto irredutível para o caminho da verdadeira arte, autêntica, sentimental e de valor altamente individual. O concreto, o objetivo e o real devem ser deixados de lado, pois são menos interessantes e de menor valor ao trabalho artístico. Além disso, acabam por deturpar a própria obra-prima, por acorrenta-la e priva-la do transcendente. Exemplo disso é o que ocorreu com o mercado da música a partir dos anos 1950 - e, especialmente, dos anos 1960 - e ainda se mantém como verdade quase insuperável. A música popular desse período, ao ganhar espaço através das classes jovens, antes culturalmente inexistentes para a sociedade - que dividia o crescimento do indivíduo apenas entre a fase da infância e, logo em seguida, da adulta - abriu espaço para a externalização dos sentimentos e pensamentos, além dos próprios descontentamentos dessa nova geração. São incontáveis as críticas em forma de músicas que foram compostas por bandas de rock que explodiram na Inglaterra e Estados Unidos da América, como The Beatles, Rolling Stones e The Who, seguidos de uma lista infindável de outros artistas que utilizavam a arte como forma de seguir de encontro às estruturas que sustentavam a sociedade como um todo até aquele momento. Temas como obediência às regras e propriedade eram pauta constante e começavam a ser tratados de maneira aberta. Além disso, o sucesso começa a ser tratado de maneira indiferente e até pejorativa (Menger, 2005, p.12).

Como afirmado por Hoedemaekers e Ybema (p.178), nesse momento começa a surgir uma nova forma de produção musical e a ideia de ser um artista se torna algo como fazer parte de um movimento contra a noção autoritária de empregabilidade.

*“Isso também foi um afastamento de um discurso que colocava a música à serviço do entretenimento e uma aproximação para outro de produção artística impulsionado por ideais de arte pelo o bem da arte.”*

De alguma forma, tal argumento ainda se sustenta e, ao mesmo tempo deteriora o mercado da música. Profissionais que acreditam piamente nessa filosofia e vão de encontro ao mercado acabam não sendo absorvidos por ele, dando lugar somente àqueles que preconceituosamente dizem que foram vendidos à indústria de entretenimento, como se a ideia de arte e comércio unidos não fizesse sentido ou fosse uma ofensa ao verdadeiro fazer artístico e maculasse a autêntica criatividade.

Levando tal raciocínio ao extremo, passou a fazer sentido uma associação ainda mais radical: a do artista com a pobreza (Baumol e Bowen, 1965). Tornou-se um atributo nobre a miséria do artista apegado aos seus ideais. Há que se perceber que um artista em dificuldades não se torna mais nobre, mas impedido do desenvolvimento do seu trabalho, criações e estrutura de



produção, pois estará constantemente tendo de garantir antes sua sobrevivência das maneiras menos desejáveis e que mais lhe irão tolher às energias daquilo que realmente importa, a sua criatividade.

### **3.2. Os Olhos do Mercado Sobre a Obra Criativa**

Por muito tempo, o sucesso podia ser alcançado pela organização - e as grandes empresas tinham como maior objetivo para tal - o aprimoramento do pensamento lógico e racional, através do aperfeiçoamento incansável sobre os cálculos da produção e suas consequências para a eficiência e do planejamento constante e milimetricamente medido, especialmente com base na repetição. Desde o século XIX mas, especialmente durante todo século XX, mundo e mercado experimentaram grande crescimento e revolução especialmente com base na ciência, na razão e no pensamento analítico. São ainda tidos como gurus do desenvolvimento produtivo pensadores como Taylor, Ford, Fayol e Toyoda, que racionalizaram os processos da indústria e do mercado de trabalho, como seu funcionamento.

Contudo, tais capacidades de gestão passaram a não ser mais suficientes com o próprio desenvolvimento do mercado, obrigando organizações a buscarem por inovações constantes para a própria sobrevivência. Assim, dá-se início a uma busca incansável pela criatividade, idolatrada e incentivada fortemente como solução para o novo mundo, onde não basta somente o pensamento conservador, restritivamente racional e calculista.

De fato, onde fazia-se necessária uma expansão para além dos limites impostos pela pura e quadrática racionalidade, entretanto, ela não se aplicaria em todos os setores produtivos. A arte já tinha como sua maior qualidade a convivência constante com a criatividade e sua utilização no próprio trabalho, mas carecia de razão em suas estruturas. A sobrevivência do mercado empresarial depende da criatividade e inovação como no mercado das artes.

### **3.3. Ideias de Um Delacroix, Pinceladas de Um Rodin**

Duke Ellington, influência histórica do jazz nos Estados Unidos e no resto do mundo, apesar de conhecido especialmente por suas composições e performance admirável, era um gestor exemplar da própria carreira e de seus músicos. Como ele, outros nomes da mesma época não só executavam impecavelmente seu papel de artista, como eram responsáveis por contratar seus próprios músicos, pagar as contas e os cachês de maneira planejada e organizada, produzir as turnês e negociar diretamente com clientes e fornecedores (Hoedemaekers e Ybema). Enquanto desempenhavam suas habilidades criativas em cima dos palcos, fora deles atuavam como verdadeiros *business men*, calculando milimetricamente cada passo de suas carreiras e, especialmente, entendendo de maneira racional o funcionamento do mercado em que se inseriam, moldando seus trabalhos singulares de acordo com as tendências que surgiam externamente (Alley, 2007). Dessa forma, eram capazes de exercer sua maior paixão de maneira sustentável, tendo o mercado como meio para o alcance de seu objetivo fim, do exercício da arte e da criatividade.

Fica evidente, enfim, que o artista, no alcance de seu sucesso, deve desenvolver e incentivar suas capacidades criativas, essenciais ao seu trabalho, entretanto, deve também aprimorar suas habilidades racionais, independentemente da carreira que desejar ter e de suas proporções. Ao se profissionalizar, terá de entender sobre o seu fazer, como se insere no mundo e se cobre

necessidades além das suas próprias. Para isso, terá de se aproximar do pensamento analítico, lógico, da praticidade e razão, do estabelecimento de processos e da visão mais completa do tempo e seu planejamento.

#### **4. O MÉDICO E O MONSTRO: APRENDENDO A GERIR A CARREIRA**

Para a execução plena de sua profissão, o artista deve introduzir a racionalidade em seu fazer, mas nunca tolher sua criatividade. O objetivo da razão é dar a forma necessária àquilo que foi originado da criatividade, palatável ao mundo concreto. Dentro da importância que cada um possui, pode-se dizer, finalmente, que a criatividade é um presente sagrado e a razão, um fiel servo (Einstein; McGilchrist, 2009). Tal afirmação é imprescindível para que o profissional das artes entenda seu lugar no mercado e no mundo. Ao mesmo tempo que vive e prova de um mundo ideal e imaterial, é avassalado pela realidade concreta e rigorosa, que o coloca no mundo do trabalho, das suas estruturas, do seu funcionamento e dos seus constrangimentos (Segnini, 2013). A criatividade, cada vez mais fortemente ligada à competitividade (Florida, 2005, pg. 9), adquire valor econômico no mercado, sendo necessário dar forma a ela, transforma-la em um produto que possa ser avaliado, valorado e comercializado (Howkins, 2001). Por isso, o artista bem sucedido deve ser um inventor ímpar, planejar e desenvolver a realização do que é criado e, por fim, ser um operador eficiente.

Como já dito, profissionais das artes com desenvoltura no lado criativo não faltam, contudo, são poucos aqueles desenvolvem a razão, por não concordarem com o sistema mercadológico, ou pela falta de experiência no mercado. Esses profissionais correspondem a todo restante de um iceberg, que não podem ser vistos por estarem debaixo d'água e da ponta da indústria do entretenimento, representada por uma pequeníssima minoria. Esse mercado de larga extensão tem alta precariedade estrutural, informalidade e relações frágeis, sem perspectivas de longo prazo e sucesso. A junção entre criatividade e razão se torna fator determinante para o crescimento e sustento do artista.

##### **4.1. Artista Criativo e Empreendedor Racional: Unindo o Indissociável**

Percebendo-se que, na verdade, razão e criatividade devem trabalhar juntas, é possível fazer com que o profissional das artes desenvolva as seguintes qualidades:

- Domínio sobre a inovação e a técnica, como forma de aplicar seu trabalho no mercado de maneira eficaz e eficiente;
- Iniciativa e estabelecimento de metas, para que saiba e alcance o que busca profissionalmente;
- Improvisação e método, para a resolução de metas de curto, médio e longo prazo;
- Capacidade de tolerar riscos maiores, porém, com planejamento para superar os percalços que se esperam e sua importância para o objetivo que se busca;
- Introspecção para a criação e coletividade para a produção;
- Cabeça nas nuvens e pés no chão, para poder criar constantemente e, ao mesmo tempo, saber o que realmente é útil onde e para quem expressa sua arte; para manter a independência e a

autoconfiança, com foco e persistência naquilo que ama.

Essa visão integrada do mundo e do negócio coloca o artista sobre uma perspectiva empreendedora (Gerber, 2004) e o insere de maneira altamente competitiva no mercado, ao mesmo tempo que o mantém seguro quanto sua missão e paixão como profissional das artes. Dessa maneira, o indivíduo percebe que o caminho para o sucesso parte da utilização de sua criatividade para a riqueza que há dentro de si que, quando bem gerida, levará a uma riqueza ainda maior, pela sua aplicação eficiente no mundo. Deve-se entender que, a partir do momento que seu trabalho pessoal é extrapolado para o mundo, ele se torna impessoal e parte do mercado e do que afeta os cenários econômico, social e ambiental (Howkins, 2001; SEBRAE, 2015; Salazar, 2015).

## **CONCLUSÃO**

Dominar um processo tão etéreo como o da criatividade é uma tarefa árdua, sendo os artistas aqueles mais próximos desse universo incerto. Contudo, mesmo sabendo e afirmando que não pertencem a esse mundo, os profissionais das artes devem entender que estão nele e que, para se fazerem compreendidos, devem estar alinhados ao que os cerca. Após o processo transcendental da criação, devem calcar seus pés no chão e estabelecer as bases do seu trabalho de maneira concreta e racional. Dessa maneira, estarão fixados nos domínios terrenos e serão capazes de transitar em meio a constante mudança dos cenários sócio-cultural, econômico e suas ramificações.

Esse profissional, desde os primeiros passos sua profissão, deve buscar ser um empreendedor criativo, planejando, produzindo, calculando e renovando constantemente para exercer sua paixão de forma saudável e enriquecedora. Que permaneça, sim, como um exemplo de trabalhador para outros setores que por muito negligenciaram e careceram de espontaneidade, improvisação e independência, e que enfrente também os desafios da realidade que o cerca dirimindo a precariedade, a fragilidade e a inconstância, através de todo ferramental que se foi criado a partir das bases da racionalidade.

## REFERENCIAL TEÓRICO:

AKINOLA, M.; MENDES, W. B. The Dark Side of Creativity: Biological Vulnerability and Negative Emotions Lead to Greater Artistic Creativity. Recuperado de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2659536/>.

ALLEN, Paul. Artist Management for the Music Business. Elsevier, 2007.

AMABILE, Teresa M. Componential Theory of Creativity. Harvard Business School. Recuperado de <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/12-096.pdf>.

ANDREASEN, N. C. Creativity and mental illness: Prevalence rates in writers and their first-degree relatives. *American Journal of Psychiatry* 1987;144:1288–1292. [PubMed: 3499088].

BAUMOL, W. J.; BOWEN, W. G. On The Performing Arts: The Anatomy of Their Economic Problems. Recuperado de <http://pages.stern.nyu.edu/~wbaumol/OnThePerformingArtsTheAnatomyOfTheirEcoProbs.pdf>.

BEECH, N.; GILMORE, C.; HOEDEMAEKERS, C.; YBEMA, S. Organizing Music: Theory, Practice, Performance. All of me: art, industry and identity struggles. Cambridge University Press, 2015.

EDWARDS, Betty. The New Drawing on the Right Side of the Brain: A Course in Enhancing Creativity. Penguin Putnam Inc., 1979.

FLORIDA, Richard. The Flight of The Creative Class. HarperCollins, 2005.

FLORIDA, Richard. The Rise of The Creative Class. Basic Book, 2004.

GERBER, Michael E. Empreender Fazendo a Diferença: The E-Myth Revisited. Ed. Fundamento, 2004.

HOWKINS, John. The Creative Economy: How People Make Money From Ideas. Penguin, 2002.

LUDWIG, A. M. The price of greatness: Resolving the creativity and madness controversy. Guilford; New York: 1995.

McGILCHRIST, Iain. The Master and His Emissary: The Divided Brain and The Making of The Western World. Yale University Press, New Haven and London, 2009.

MENGER, Pierre-Michel. Retrato do artista enquanto trabalhador: metamorfoses do capitalismo. Lisboa, Roma editora, 2005.

SALAZAR, Leonardo. Música LTDA. Recuperado de [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Livro%20musica%20ltda\\_web.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Livro%20musica%20ltda_web.pdf).

Santa Fe Institute Working Group. How Creativity Works in The Brain. Recuperado de <https://www.arts.gov/sites/default/files/how-creativity-works-in-the-brain-report.pdf>

SAWYER, R. K. Explaining Creativity: The Science of Human Innovation. Oxford University Press, 2006.

SEBRAE. Música Tocando Negócios: Um Guia Para Ajudar Você a Empreender na Música. Recuperado de [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/e491dcf107479d1628190fceb77085f9/\\$File/5810.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e491dcf107479d1628190fceb77085f9/$File/5810.pdf).

SEGNINI, Marina P. Prazer e Sofrimento no Trabalho Artístico. Recuperado de [http://www.fundamentalpsychopathology.org/uploads/files/ii\\_congresso\\_internacional/temas\\_livres/ii\\_con\\_prazer\\_e\\_sofrimento\\_no\\_trabalho\\_artistico\\_tl.pdf](http://www.fundamentalpsychopathology.org/uploads/files/ii_congresso_internacional/temas_livres/ii_con_prazer_e_sofrimento_no_trabalho_artistico_tl.pdf).

SUGIMOTO, Luiz. Retrato do Artista Quando Trabalhador. Jornal da Unicamp. Recuperado de [http://www.unicamp.br/unicamp/sites/default/files/jornal/paginas/ju\\_566\\_pagina\\_web12\\_0.pdf](http://www.unicamp.br/unicamp/sites/default/files/jornal/paginas/ju_566_pagina_web12_0.pdf).

WITTKOWER, R.; WITTKOWER, M. Les enfants de saturne psychologie et comportement des artistes de l'Antiquité à la Revolution Française. Paris, Editions Macula, 1991.