



ETEC JORGE STREET

TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

HeART: CONECTANDO ARTISTAS INDEPENDENTES AO AMBIENTE CORPORATIVO

**ISABELA FERNANDES SOARES
MARIA FERNANDA DELCIN OLIVEIRA
NICOLE RODRIGUES GALLUZZI SEIXAS
PEDRO HENRIQUE DA SILVA CESÁRIO
PEDRO VASCONCELOS CONTESSOTO
THIAGO ROCHA BINHARDI
WILLIAM GIUSTI DA SILVA**

**Professor(es) Orientador(es):
Ednei Francisco Monteiro**

São Caetano do Sul / SP

2024

**HeART: CONECTANDO ARTISTAS INDEPENDENTES AO AMBIENTE
CORPORATIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como pré-requisito para
obtenção do Diploma de Técnico em
Administração.

São Caetano do Sul / SP

2024

Dedicamos este trabalho a todos aqueles que dedicam suas vidas a criar arte, apesar de todas as dificuldades que enfrentam no ramo. Seu esforço é muito apreciado por nós e lutamos para que seja por toda a sociedade. Afinal, a arte é o coração do mundo.

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de agradecer primeiramente aos nossos pais, pelo apoio e recursos que dedicaram aos nossos estudos em toda nossa jornada estudantil, que chega agora a um capítulo de encerramento. Sem vocês, não teríamos chegado até aqui. O futuro é brilhante, e ter vocês conosco torna tudo ainda melhor.

Nosso agradecimento também se estende a ETEC Jorge Street e aos seus profissionais, em especial ao professor Ednei, nosso orientador. Obrigado por nos guiar nesta jornada para que chegássemos a este lindo projeto. Somos gratos por todos os ensinamentos que obtivemos nesses três anos de instituição e que levaremos para toda a vida.

E também, nosso muito obrigado a todos aqueles que despuseram do seu tempo para relatar suas vivências na arte e no ambiente corporativo com tanto carinho e disposição. Sua contribuição foi essencial para entendermos o cenário que estávamos adentrando e para o desenvolvimento pleno do nosso projeto.

RESUMO

A HeART é um projeto de TCC que nasceu a partir da ideia de ajudar a classe artística independente. A ideia em si é uma plataforma online que visa conectar artistas independentes a empresas que necessitem de serviços artísticos para treinamentos, eventos corporativos e campanhas publicitárias. Nosso objetivo é estabelecer uma relação benéfica entre a arte independente e as empresas, trazendo pontos positivos para ambas. Diversos estudos apontam os benefícios da arte no ambiente corporativo e como ela está relacionada diretamente com a produtividade. Em eventos corporativos, o que não faltam são serviços artísticos prestados. Já no âmbito do marketing e endomarketing, a utilização de artistas independentes gera benefícios financeiros e sociais para as empresas, e geram empregos e visibilidade para uma classe tão esquecida em nossa sociedade. Dentro da plataforma, os artistas podem criar um perfil como de uma rede social regular (nome, idade, região, contato, etc.), porém, com opções voltadas para a sua arte (portfólio, artes que realiza e área de atuação). Já as empresas, podem criar um perfil com seu nome, localização, tipo de empresa, etc. Na interface existirá um calendário onde empresas poderão adicionar eventos em datas específicas em que necessitem de um artista, descrevendo o projeto e qual a arte necessária. Também existirão abas com setores específicos para facilitar a busca (ex: marketing, teatro, entre muitos outros) O lucro da plataforma viria de anúncios e quantidade de acessos, sem interferir diretamente na relação monetária entre empregado e empregado. Focando em sua estrutura, faremos uma simulação da plataforma online, com imagens simulando suas interfaces, desenvolvendo mais fortemente a sua estrutura administrativa e frutos gerados pela mesma para os dois polos envolvidos.

Palavras-chave: Artistas independentes; eventos corporativos; plataforma.

Sumário

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 1 |
| | Objetivos gerais:..... | 2 |
| | Objetivos específicos: | 2 |
| | Justificativa:..... | 2 |
| | Metodologia:..... | 2 |
| 1 | - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA | 4 |
| | – As dificuldades de ser artista independente no Brasil | 4 |
| | 1.1.1 – A internet como meio de divulgação artístico..... | 7 |
| | 1.2 – A importância da arte nas empresas..... | 8 |
| 2 | - PLANEJAMENTO DO PROJETO | 12 |
| | 2.1 Objeto de estudo | 12 |
| | 2.2 Amostra | 13 |
| | 2.3 Características da amostra..... | 14 |
| 3 | - RESULTADO E DISCUSSÃO TEÓRICA | 14 |
| | 3.1 Entrevista | 14 |
| | 3.2 Pesquisa de Campo | 16 |
| | 3.2.1 Pesquisa de campo público geral..... | 16 |
| | 3.2.2 Pesquisa de campo empresas | 23 |
| | 3.2.3 Pesquisa de campo artistas | 27 |
| | 3.2.4 Estudo Dos Formulários | 32 |
| 4 | - PROPOSTA DO PROJETO | 33 |
| 2 | REFERÊNCIAS | 40 |
| 3 | APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO ONLINE PÚBLICO GERAL | 42 |
| 4 | APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO ONLINE PARA PÚBLICO ESPECÍFICO (ARTISTAS) | 45 |
| 5 | APÊNDICE C- QUESTIONÁRIO PARA EMPRESAS | 47 |
| 6 | APÊNDICE D- QUESTÕES PARA ENTREVISTAS | 49 |
| 7 | APÊNDICE E- ENTREVISTA 1 | 50 |

| | | |
|----|--------------------------------|----|
| 8 | APÊNDICE F- ENTREVISTA 2..... | 55 |
| 9 | PÊNDICE G- ENTREVISTA 3..... | 61 |
| 10 | APÊNDICE H- ENTREVISTA 4 | 64 |
| 11 | APÊNDICE I- ENTREVISTA 5 | 69 |
| 12 | APÊNDICE J- ENTREVISTA 6..... | 72 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| GÊNERO | 16 |
| ARTISTAS INDEPENDENTES | 17 |
| RELEVÂNCIA DA ARTE NA SOCIEDADE | 17 |
| RELEVÂNCIA DA ARTE NO AMBIENTE CORPORATIVO | 18 |
| NÍVEL DE AMPARO DO GOVERNO AOS ARTISTAS INDEPENDENTES | 19 |
| FREQUÊNCIA QUE APRECIAM A ARTE INDEPENDENTE | 19 |
| CAMPANHAS DE MARKETING | 20 |
| INTERNET COMO MEIO DE DIVULGAÇÃO ARTÍSTICA | 21 |
| FREQUÊNCIA QUE EMPRESAS CONTATAM ARTISTAS INDEPENDENTES | 21 |
| NÍVEL DE IMPACTO DE UMA CAMPANHA PUBLICITÁRIA COM ARTISTAS INDEPENDENTES | 22 |
| SUA EMPRESA ORGANIZA EVENTOS CORPORATIVOS COM FREQUÊNCIA? | 23 |
| VOCÊS CONSIDERAM CHAMAR ARTISTAS INDEPENDENTES OU ARTISTAS JÁ AGENCIADOS PARA AÇÕES DAS ORGANIZAÇÕES? | 24 |
| PARA A EMPRESA, ACRESCENTAR ARTE NOS SETORES PODERIA SER POSITIVO? | 24 |
| VOCÊ CONSIDERA QUE UMA PLATAFORMA ONLINE PODERIA SER ÚTIL PARA CONECTAR ARTISTAS INDEPENDENTES E EMPRESAS? | 25 |
| VOCÊ ACHA QUE A ARTE E AS EMPRESAS PODEM TER UMA RELAÇÃO BENÉFICA? | 25 |
| VOCÊ CONCORDA QUE O ENVOLVIMENTO COM QUESTÕES SOCIAIS E SOCIOCULTURAIS É POSITIVO PARA A IMAGEM DA SUA EMPRESA? | 26 |
| VOCÊ CONCORDA QUE SUA EMPRESA PODERIA APOIAR A INCLUSÃO DE ARTISTAS INDEPENDENTES? | 27 |
| SUA IDADE? | 28 |
| EM QUAL ÁREA ARTÍSTICA VOCÊ ATUA? | 28 |
| VOCÊ JÁ FOI CONTRATADO POR UMA EMPRESA PARA ALGUMA PARCERIA ARTÍSTICA? | 29 |
| VOCÊ JÁ DEIXOU DE REALIZAR UM TRABALHO ARTÍSTICO POR FALTA DE INCENTIVOS/RECURSOS? | 30 |
| VOCÊ POSSUI A ARTE COMO PRINCIPAL FONTE DE RENDA? | 30 |
| VOCÊ JÁ SE SENTIU INFERIOR PROFISSIONALMENTE, POR TRABALHAR ARTE? | 31 |

1 INTRODUÇÃO

A HeART surge visando retomar a visibilidade de uma classe de trabalhadores autônomos que não tem seu trabalho devidamente reconhecido: os artistas independentes. Este projeto abrange múltiplos tipos de artes com seus respectivos criadores. A intenção é fazer a junção da arte com o meio empresarial/profissional criando um canal que possa promover a comunicação e interação entre artistas e empresas.

Este TCC não se limita a um único público alvo (artistas independentes), a HeART também visa apresentar às empresas novas oportunidades no mercado com a implementação de trabalhos artísticos. No decorrer do projeto, serão apresentados pesquisas e relatos que comprovam como a parceria desses dois nichos, aparentemente distintos, podem criar muitas ideias, visibilidade, inspirações e produtividade. Também é notório que nessas últimas décadas muitas empresas vêm tomando uma postura diferente do rotineiro, de não promover apenas produtos ou serviços, mas também, lições e inspirações; e existiria alguma maneira melhor de transmitir tais coisas do que com a arte?

Por isso, este projeto visa possibilitar o melhor resultado possível da colaboração entre empresas e artistas, revolucionando a tendência de que muitas empresas buscam sempre artistas já conhecidos e agenciados para alcançar notoriedade mais facilmente. Mostrando que existe a vantagem de custo benefício de artistas não agenciados, já que normalmente seus trabalhos artísticos não são aproveitados no mercado.

Pergunta problema:

- Existem oportunidades para trabalhadores autônomos em geral no Brasil? No mercado, as empresas buscam abrir oportunidades de participação de artistas independentes em eventos corporativos?
- Existe algum meio ou forma de conectar esse nicho de trabalhadores a oportunidades reais de emprego? Sendo digital ou presencial, através desse meio a

relação de artistas independentes e empresas pode ser, de alguma forma, benéfica para ambos os lados

Objetivos gerais:

Identificar e disponibilizar oportunidades de trabalho em eventos corporativos e suas aplicações junto a artistas independentes.

Objetivos específicos:

- Promover e viabilizar o trabalho de artistas independentes para empresas e corporações;
- Analisar a viabilidade e a acessibilidade de contratação de artistas para fins de publicidade e marketing;
- Compreender como a relação entre empresas e artistas independentes pode ser benéfica;
- Implementar projetos de conscientização quanto ao uso de artistas em eventos corporativos;
- Estruturação de uma plataforma para viabilização do contato entre os públicos alvo

Justificativa:

Os trabalhadores autônomos no cenário brasileiro possuem pouco ou quase nenhum espaço, sua visibilidade é escassa e existem muitos poucos programas e projetos governamentais para promover amparo a eles.

A HeART compreendeu que artistas independentes necessitam ter essa visibilidade e reconhecimento por parte da sociedade e empresas, como é mostrado em estudos e artigos que a arte pode influenciar positivamente e alavancar os negócios e o marketing de uma empresa. Nosso projeto foi feito com a premissa de viabilizar o contato desses artistas com instituições que busquem implementar a arte em seus setores, promovendo assim, engajamento e reconhecimento para esses artistas e sua própria empresa. Mediante tais fatos, é notória a necessidade de analisar o cenário corporativo e profissional de uma empresa para poder viabilizar essa parceria. É importante que uma empresa entenda os impactos positivos que a junção da arte em seu meio pode promover. Portanto, buscamos as empresas como público alvo e os

principais destinatários do nosso projeto para se beneficiar ao mesmo tempo que proporcionam oportunidades para esses artistas tão pouco aproveitados e reconhecidos. Campanhas publicitárias, eventos corporativos e outras ações de marketing são alguns dos principais nichos em que a arte pode ser implementada nas empresas com participação dos artistas, sendo benéfica para todos os envolvidos.

Metodologia

Na realização do nosso projeto, as metodologias utilizadas foram as seguintes: Pesquisas bibliográficas com base em artigos, livros e publicações; Pesquisa de campo realizada com entrevistas e formulários diretamente com o público alvo; Análise de dados e análise comparativa realizadas através dos dados obtidos por meio dos resultados via formulários; Propostas de melhorias realizadas por meio das entrevistas feitas com artistas independentes.

1 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A seguir, estão enumerados alguns dos principais aspectos que envolvem e embasam o projeto. Buscamos em fontes diretamente conectadas ao tema, ou seja, fomentada por artistas e especialistas.

1.1- As dificuldades de ser artista independente no Brasil

Conhecido por sua diversidade sociocultural, o Brasil é um dos países que mais movimenta o cenário artístico no mundo. Segundo uma pesquisa do Observatório Itaú Cultural, o setor cultural compõe cerca de 3,11% do PIB do país. (ITAÚ 2020)

Pesquisas realizadas pelo IBGE apontam que o percentual de trabalhadores autônomos no setor cultural é muito maior do que nos demais, compondo 48% de seu total. Na região sul, por exemplo, o número de pessoas que trabalham com cultura (tendo ou não carteira assinada), ultrapassava os números de trabalhadores autônomos de outros setores (43,3% contra 37,5%).

Um grande exemplo da arte no Sul é a Laguna dos Patos, uma tradicional região de pesca, onde vivem cerca de 1,5 mil famílias. Os artesãos locais produzem tecidos sustentáveis a partir de redes de pesca que são descartadas pelos pescadores. Um dos maiores nomes gaúchos deste ramo, a artesã Nara Guichon, concedeu uma entrevista exclusiva para a HeART.

Em território nacional, o número de trabalhadores informais atingiu um crescimento elevado no ano de 2018, atingindo 45,2% (2,4 milhões de trabalhadores). Ou seja, apesar de tais índices e da grande importância desses trabalhadores, quem opta por trabalhar com arte tem que enfrentar uma série de desafios para consolidar-se no mercado de trabalho. (IGBE 2019)

A arte, em sua pura essência, surgiu em meados de 25 a.C., e era utilizada como meio de comunicação antes mesmo do surgimento da fala e da escrita. Sendo assim, de função vital em termos sociais desde os primórdios da civilização.

Apesar de possuir tamanha importância, a arte ainda é vista como um hobby por muitos, e não como uma profissão de fato, principalmente, no cenário independente.

“O artista: aquele que reinventa realidades; aquele que materializa e torna palpáveis as camadas mais incorpóreas do mundo; aquele que põe sua mão no intangível e o transforma em matéria que pode ser experimentada pelos

sentidos humanos. O problema é que esse caráter meio mágico do artista de transformar e criar realidades acaba se propagando de forma distorcida, dando à profissão uma imagem fantasiosa” (ITAÚ 2020)

Tal visão é consequência da arte, (mesmo sendo um setor de nível essencial para a sociedade e experiência humana), possuir seus meios negligenciados pelas políticas públicas brasileiras. Desde 2016, o orçamento do Fundo Nacional de Cultura (FNC) foi reduzido em 91%, situação que deve agravar-se nos próximos anos. O relatório final feito pelo Gabinete de Transição de Governo, apontou que ocorreu um retrocesso de 20 anos na execução orçamentária para cultura no período de 2018-2022. (FNC 2021)

Em 2019, houve um ápice nesses cortes, com a extinção do Ministério da Cultura, que passou a ser parte do Ministério da Cidadania, como Secretaria Especial da Cultura. Em 2018, segundo estatísticas do IBGE, o gasto público no setor cultural foi de apenas 0,2% das despesas totais da administração pública nas três esferas do governo. O mesmo estudo indica que houve uma redução da participação no setor cultural de todas as esferas do Governo entre os anos de 2011 e 2018, destacando-se nos governos estaduais e municipais, que demonstraram uma grande diminuição na sua participação em gastos públicos com a cultura. (Sistema de informações e indicadores culturais: 2007-2018 / IBGE, Coordenação de População e Indicadores Sociais. - Rio de Janeiro, IBGE, 2019.)

Há menos de duas décadas, em decorrência de diversos protestos e reivindicações feitos pela categoria artística, surgiram os editais de apoio e as leis de incentivo à cultura. Seu objetivo era proporcionar maior autonomia ao setor cultural, mas, para isso, via-se necessária a criação de políticas e mecanismos que proporcionassem essa autonomia de maneira equalitária entre os estados brasileiros, o que não ocorreu desta maneira.

“Sou prático e os editais exigem muita burocracia, o que acaba desanimando. Tirei do bolso o investimento para minhas publicações” (Jorge Amancio, poeta)

Dados fornecidos pelo Ministério da Cultura em 2010 apontaram que de 392 projetos publicados no mesmo ano, 86 foram destinados ao Sul do país e apenas 27 ao Centro-Oeste, uma grande falha de distribuição. (MinC, 2010.)

“Tenho certeza que se não fosse a batalha dos artistas que estão todos os dias na luta pra fazer o que amam e levar um pouco de sua arte não teríamos esses avanços no ponto de vista da captação de recursos via edital”

No cotidiano, tais números ultrapassam as barreiras das estatísticas e atingem a realidade em forma de obstáculos para os artistas realizarem seus trabalhos. Um questionário realizado pelo Ao Redor Cultura e Arte entrevistou artistas de diversos segmentos, como música, dança, fotografia, literatura, artes plásticas, performance e teatro sobre as suas principais dificuldades profissionais no ramo. As principais respostas englobam tópicos como: altos custos para divulgação de trabalhos e eventos, falta de espaço para expor sua arte, falta de reconhecimento e valorização profissional, lidar com tarefas de produção de eventos, dificuldades de conseguir investimentos e captar clientes e dificuldade de ser visto pelo público.

Analisando mais profundamente a vertente dos problemas financeiros, muitos trabalhadores do setor da cultura possuem mais de um emprego ou enfrentam jornadas duplas e triplas para sustentar a si mesmos, suas famílias, e até mesmo, sua arte. Afinal, os ganhos feitos com o trabalho artístico não são suficientes para tal, em decorrência da desvalorização citada anteriormente. Em diversos casos, os artistas acabam por trabalhar em troca apenas de espaço e reconhecimento, sem retorno financeiro algum. Afinal, este reconhecimento custa muito mais do que “apenas” dinheiro para quem necessita dele.

“Muitas vezes não há rendimentos e nem ganhos financeiros, você acaba fazendo troca e tem um retorno somente de ver a exposição da sua arte. É preciso contornar isso, fazer sim a sua arte por amor (o que já fazemos há anos), mas também para receber um valor justo para tal realização profissional” (Milena Passarelli, atuante na área da dança há mais de 10 anos)

Existe um grande dilema enfrentado pelos artistas independentes: para produzir suas artes, eles necessitam de incentivo financeiro. Porém, para obter esse incentivo, precisam produzir arte. Ou seja, acabam deparando-se em uma via de mão dupla. Tal barreira faz com que, infelizmente, diversos projetos acabem não sendo concretizados, e carreiras (e sonhos) sejam destruídas.

Além do incentivo financeiro, a falta de incentivo por si só já é um fator determinante que impacta diretamente nas dificuldades dos artistas independentes e seus trabalhos.

Desde o período lúdico da infância, declarar aos seus responsáveis e pessoas ao seu redor que quer “ser artista quando crescer” é um ato de coragem. Diferente de outras profissões, o artista é visto como alguém que não estuda, não possui técnica, não se esforça, não trabalha e não recebe bem. Tal visão, apesar de ser uma inverdade, é amplamente compartilhada no imaginário popular, criando um estigma acerca da imagem do artista. Isso só aumenta sua desvalorização no âmbito moral e profissional. E com um cenário tão degradante para a arte, é cada vez mais difícil combater esses falsos apontamentos

1.1.1 – A internet como meio de divulgação artístico

Com a evolução tecnológica crescente em nossa sociedade, a linha de pensamento natural que temos, em geral, é de que os artistas possuem uma ampla rede de divulgação e muito espaço para crescerem profissionalmente na palma de suas mãos. Porém, como citado anteriormente, a realidade não é exatamente essa.

Diariamente, novas redes sociais, plataformas de streaming e outros serviços de assinatura surgem no Brasil e no mundo, o que pode ser interpretado como novas portas para oportunidades de divulgação e trabalho.

Até mesmo plataformas de ferramentas voltadas exclusivamente para a criação artística sofreram uma crescente adesão nos últimos tempos, por serem consideradas práticas e mais acessíveis.

Entretanto, ter espaço não significa, necessariamente, ter visibilidade. Baratear a produção artística, conseqüentemente, aumenta o número de adeptos a tais plataformas. Quanto mais adeptos, maior a concorrência, o que prejudica diversos artistas em virtude da privação de meios de divulgação. Principalmente, por ser uma área vista como “muito nichada”, apesar de ser o contrário disso.

Palavras como dança, música, desenho, teatro e cinema deveriam ser recorrentes em nosso vocabulário, e estarem sempre entre os assuntos mais comentados nas redes sociais, principalmente em um país tão rico culturalmente como o Brasil.

Dados do Ministério da Cultura, em parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (IEPA), mostram que

mais de 70% dos brasileiros nunca assistiram a um espetáculo de dança na vida, porcentagem no mínimo assustadora, tendo em vista a suposta facilidade de anunciar um espetáculo online. (MinC, IBGE, IEPA, 2015.)

Um questionário realizado pelo Ao Redor Cultura e Arte entrevistou uma amostra de artistas independentes dos mais diversos segmentos, e levantou que 100% dos entrevistados utilizam as redes sociais para conectarem-se com o seu público cativo, mas, 36,4% deles apontaram que a manutenção financeira da sua divulgação é uma grande dificuldade. (Ao Redor Cultura e Arte, 2019.)

Contudo, assim como em diversas esferas da vida, é possível olhar para essa situação pelo “outro lado da moeda”, e analisar que a internet, quando supera suas próprias barreiras e atinge o público certo, facilita muito a vida de quem trabalha com arte independente.

Após a pandemia do coronavírus em 2020, todos os setores da economia ofereceram alterações, e com o mercado artístico não foi diferente. A era digital chegou para ficar, e aqueles que conseguem aproveitá-la, conseguem divulgar seus trabalhos de forma independente, sem uma agência por trás.

Um estudo realizado pela Winnin constatou que de 10 das músicas mais ouvidas em streamings de música, como o Spotify, 7 viralizaram primeiro no Tik Tok. (Winnin, 2020.) Esse fenômeno ocorre não apenas com músicas, mas também com filmes, séries, espetáculos, e artistas individualmente.

Tecnologias deste tipo acabam vindo para servirem como um impulso para a arte, procurando amenizar algumas das dificuldades percorridas anteriormente. Mas é fato que para conseguir tal êxito, são necessários diversos fatores, como burocracias adequadas, trabalho dobrado, muita técnica, boa produção e um grande esforço para sobressair-se e conseguir destaque.

Tais aspectos só evidenciam a necessidade crescente de um meio que valorize os artistas como profissionais, mas, acima de tudo, como seres humanos, proporcionando um ambiente digital voltado apenas para eles, expandindo seu alcance e divulgação. O investimento público e privado é essencial para romper com as divulgações em massa de caráter comercial, e elevar a arte independente ao seu merecido local de destaque na internet. Esta é a proposta da plataforma da HeART.

1.2 – A importância da arte nas empresas

A arte é, e sempre foi, um pilar fundamental na sociedade desde o seu início, sendo a síntese da comunicação e expressão humana. Porém, sua importância não se aplica apenas ao universo criativo, transcendendo as barreiras do pensamento tradicional, sendo de suma importância no meio corporativo.

Apesar de encararmos a arte e as corporações como opostas, na realidade, ambas possuem diversos pontos em comum, como criatividade, inovação, determinação, despertar de sentimentos, e sobre tudo, a comunicação e expressão de uma imagem ou mensagem. Portanto, a arte é uma das maiores aliadas para as organizações consolidarem-se no mercado e serem lembradas pelo público, em uma espécie de relação intrínseca e intuitiva.

“Dentro da arte existe sensação e dentro das marcas existe sensação, as marcas também tentam provocar sensação.”

(Fernando Kimura, palestrante)

A quebra de paradigmas, demonstração de emoções, contato com o público, pensamento criativo, envolvimento com causas sociais, dentre outros, são aspectos cada vez mais cobrados pela mídia em relação às empresas. E a maior fonte para tais questões é, obviamente, a arte e suas respectivas obras. Abrir espaço para a arte (em todas as suas formas), auxilia na imagem da empresa e na resolução de seus desafios.

Quando se fala de inovação nas corporações, automaticamente pensa-se em inovações tecnológicas. Entretanto, é fundamental inovar na maneira de pensar, enxergar o mundo e superar obstáculos dos colaboradores, e a arte exerce um papel fundamental nisso. Existe um ditado no meio empresarial que diz “deixe seus funcionários irem a museus”, que sintetiza muito bem a importância do contato dos colaboradores com a arte para aumento de sua criatividade e desempenho. Gerando uma abordagem inovadora, senso crítico, exploração de abordagens não convencionais, ambiente imersivo e aumento do bem estar.

Ainda no âmbito dos colaboradores, muitas vezes associamos cargos relacionados a arte somente aos setores de publicidade, propaganda e marketing da organização.

Entretanto, em decorrência das demandas geradas pelo “público mais humanizado”, o movimento dos “artistas executivos” sofreu uma crescente recentemente. Um exemplo é a cantora Anitta, que integra o conselho executivo do banco digital Nubank.

“Se esse artista tiver um preparo, tiver entendido bem o processo empresarial e estiver treinado para ser um conselheiro, pode ser uma boa diversificação, desde que o perfil seja adequado. Mas não podemos generalizar e simplesmente falar que artista no conselho é bom”

(Wanderlei Passarella, diretor executivo do CELINT, um Centro de Estudos para formação e capacitação de futuros conselheiros)

Segundo dados levantados pela consultoria internacional Korn Ferry, a busca por esses cargos cresceu de 39% em 2014 para 60% em 2020. (Korn Ferry, 2020).

Quando essa parceria é bem administrada dentro da empresa, gera muitos benefícios que ultrapassam o marketing. É essencial que exista diversidade, e pessoas com um olhar artístico que converse com seu conhecimento sobre a sua área de atuação na empresa (Recursos Humanos, Vendas, Logística, Operação, entre outras).

Um grande benefício de envolver artistas nesses cargos é que sua profissão já exige gestão e rotina, o que facilita muito a adaptação ao cargo. Afinal, tanto a arte quanto as empresas demandam estratégia, disciplina, diversidade e criatividade em suas execuções.

Algumas outras características de destaque são: visão criativa, compreensão de diferentes maneiras de gestão e compreensão do processo empresarial.

Abordando a promoção da marca no mercado, realizar tal feito torna-se mais difícil constantemente, em decorrência da expertise dos consumidores e concorrentes.

Sendo assim, as marcas necessitam de um envolvimento profundo e duradouro com a comunidade artística e suas necessidades. E para que isso seja eficaz, é preciso ir além do marketing e relações públicas em sua visão tradicional. Caso contrário, a visão que é deixada é a de frieza e superficialidade.

“As marcas precisam oferecer experiências únicas, que depois se tornam lembranças significativas. Isso eleva o relacionamento com a marca para um nível diferente. Eu acho que essa é uma abordagem bastante nova que não era tão comum no passado”

(Cecilia Dean, co-fundadora e editora-chefe da revista de arte e moda Visionaire, especializada em colaborações entre marcas e artes.)

Uma maneira que as marcas encontraram de conectarem-se com o seu público foi aderindo ao movimento das “marcas culturais”, que misturam música, design e arte visual em suas criações.

Outra razão que leva as organizações a buscarem inspiração na arte é a RSE (Responsabilidade Social Empresarial), considerando as interações artísticas como benéficas para a comunidade.

Alguns exemplos da participação ativa da arte em empresas são: participações em premiações artísticas, criação e composição do espaço físico da marca, anúncios icônicos, edições limitadas e lançamentos.

Alguns exemplos de organizações que souberam muito bem usar desses recursos e deixaram um legado na história foram: Heineken, Bom Bril, Burger King, MAC, dentre outras.

Não podemos deixar de citar, é claro, a influência da arte na publicidade de uma empresa, pois artistas proporcionam os ingredientes exatos procurados pela área: emoção, originalidade, autenticidade e visão para futuras tendências. Ambas sempre estiveram e sempre estarão atreladas uma a outra.

Assim como quase tudo em nossa sociedade atual, a publicidade também migrou para o meio digital, ganhando a roupagem de branding. Estar presente nas redes sociais não é suficiente para obter resultados significativos, o que tem levado as empresas a buscar alianças com artistas influentes no meio digital, ou buscando dar visibilidade a novos nomes. Ser relevante no meio digital é praticamente obrigatório atualmente.

Alguns exemplos de parcerias muito bem sucedidas são: Bad Bunny+ Adidas, Travis Scott+ Fortnite, Cardi B+ Tinder, entre outras.

Conhecer seu público e atender suas expectativas pode impulsionar muito novos produtos e a marca em geral.

É de suma importância investir em plataformas que promovam essa parceria, e esse é o objetivo da HeART. Proporcionar um ambiente que evidencie uma gama completa de talentos que podem agregar nos mais diversos setores das organizações, desde a administração até o marketing. Facilitando o acesso a esses talentos, e ao mesmo tempo, promovendo a marca. Além de ser mais vantajoso financeiramente contratar profissionais não agenciados, pois reduz os custos contratuais.

Nossa plataforma visa tudo isso e muito mais, afinal, a arte é o coração do mundo.

2- PLANEJAMENTO DO PROJETO

2.1 Objeto de estudo

Objeto de estudo: Real Produções

Como objeto deste estudo, utilizaremos como exemplo uma empresa do ramo de entretenimento que estabelece a conexão entre os serviços prestados aos clientes e a disponibilidade de artistas independentes para estes eventos.

Vale destacar que, os eventos, sejam infantis ou corporativos, podem ser desenvolvidos e planejados para que tenham em suas ações estes artistas, desta forma, como o objetivo deste projeto é promover a disponibilidade de profissionais que são artistas independentes para as corporações este exemplo de objeto de estudo permite compreender aspectos importantes destas ações.

A Real Produções é uma empresa do ramo de festas infantis, na qual tem o principal objetivo atuar em festas dando entretenimento e proporcionando diversão através de personagens vivos e shows, a empresa está no mercado a mais de 7 anos e atua com uma média de 10 shows por dia, oferecendo oportunidade para uma classe de artistas independentes.

Apesar desta empresa ser uma empresa de pequeno porte e administrada por dois donos (as), optou-se por esta empresa pelo seu constante envolvimento com terceiros para realizar suas operações no mercado, estes contatados por sua vez realizam a diversão/atração de festas interpretando o personagem enquanto utiliza formas de arte para tal.

A Real opera de seguinte maneira: a empresa contata um terceiro, este tendo habilidades para proporcionar entretenimento a festa (seja dança, música, pintura e outros...) e atuando de forma independente; a empresa tem parâmetros para o valor de ressarcimento, podendo variar de acordo com duração da atividade, funções a serem executadas e fornecer transporte para o local de trabalho.

Atualmente é comum termos dentre outros fatores o fato de que este serviço é vantajoso para os contratados pois o valor da remuneração é adequada para o trabalho além de incluir pessoas que trabalham com animação de festas/shows, um ponto que merece destaque é que constantemente estas ações

podem não ser reconhecida como arte, essa exclusão acontecendo até por outros artistas

2.2 Amostra

Estas entrevistas trabalharam com 6 entrevistados, todos sendo do ramo artístico e tendo seus próprios trabalhos. As entrevistas foram realizadas por dois meios, presencial e digital.

Foram entrevistados um público de diferentes estados e regiões, estas são: Pará, São Paulo, Rio Grande do Sul. A faixa etária do público entrevistado varia entre 22 a 69 anos.

Regiões dos 6 entrevistados:

| Regiões entrevistadas | Número de entrevistados |
|-----------------------|-------------------------|
| Norte | 1 |
| Sudeste | 3 |
| Sul | 2 |

Fizemos uma seletiva de figuras de diferentes ramos artísticos, separamos a busca em três fases.

Na primeira fase, fizemos uma busca de artistas pelos seus portfólios e trabalhos, visando encontrar artistas de diferentes áreas de atuação.

Na segunda fase, entramos em contato com os artistas selecionados para marcar uma entrevista, aspirando entender, por meio dos próprios artistas, sua realidade.

Na terceira fase, recebemos respostas de uma parcela desses artistas, e por meio de ligações ou pessoalmente entrevistamos os mesmos.

Posterior a entrevista de cada um dos artistas, enviamos o mesmo formulário de questões voltadas a classe artística, buscando analisar diretamente as respostas dos entrevistados.

2.3 Características da amostra

- Sexo (Masculino, Feminino)
- Idade (22 até 69 anos)
- Condição de atividade (Ocupado)
- Ramo de atividade (Artesanato, Dança, Literatura, Música)

3 – RESULTADO E DISCUSSÃO TEÓRICA

Neste item serão apresentados os dados e informações que serviram de base de dados e suas análises, vale observar que estas informações fazem parte de uma análise descritiva dos dados, assim como a de compilar informações da entrevista e do questionário padrão Survey como processo de estruturação de dados analíticos dos respondentes.

3.1 Entrevista

Com base nas respostas dos entrevistados, podemos concluir que há uma consonância nos resultados, que apontam a conveniência e urgência de criar uma plataforma que visa a união entre artistas independentes e empresas necessitadas de demandas específicas voltadas a arte.

Porém, uma parcela supõe que é indispensável obter mais informações antes de concluir a plataforma, (como iria funcionar, se teria perfis, contas pessoais, etc.).

Contudo, tratando-se de uma simulação, muitos apoiaram a criação da plataforma sem muita hesitação.

Para o Entrevistado 1, uma pessoa que trabalha com a arte, é muito difícil de sustentar-se no Brasil somente com a carreira de artista, tendo que ter uma segunda opção.

No entanto, para o Entrevistado 3, a arte não é sua forma de sustento, mas sim, algo que faz por amor e não pelo dinheiro.

Ainda sobre a criação da plataforma, todos os entrevistados, como afirmado antes, abraçaram a ideia e seu propósito. Como o Entrevistado 2, que fundamenta, "Tudo é muito bem-vindo se for querendo ajudar os artistas, ajudar essa ideia de fomentar nossa cultura, tudo é válido".

Em concordância com o Entrevistado 4, "Uma plataforma, né, para conectar artistas? Bom, creio que sim".

No âmbito de empresas já terem contatado os artistas entrevistados, podemos observar uma variedade nas respostas.

Voltando ao Entrevistado 3, que afirma, "Sim, com intenções de promover a imagem da empresa", onde também aponta que, algumas empresas só procuram a classe artística quando precisam de uma "imagem verde".

Já o Entrevistado 4, cita "Bom, não, eu particularmente não. Parcerias assim, a nível de bancar um produto como um videoclipe, um álbum, um single ou algum evento cultural? Não. Eu sempre tive que ir buscar, né?" Revelando nunca ter sido patrocinado diretamente.

Analisando a resposta do Entrevistado 5, podemos constatar a mesma vertente da resposta anterior, "Já tivemos pequenas parcerias com algumas empresas e pessoas jurídicas, mas tudo aconteceu por intermédio de terceiros, nada diretamente".

Em ambas as três respostas dos entrevistados, é possível observar que não há uma proposta diretamente para o artista, mas sim, algo não concreto.

Sobre concretização de projetos, o Entrevistado 5 aponta dificuldades em seu trabalho com a falta de apoio, e que, de certa forma, acaba desistindo de projetos e os deixa de lado, para poderem ser reconsiderados novamente no futuro, "Sim, inúmeras vezes. Na verdade, a gente não deixa de fazê-lo, só vai jogando-o para o futuro. Isso desanima bastante.",

Divergindo, em partes, com o Entrevistado 6, que não considera a falta de apoio e recursos como um problema, porém em certas ocasiões pode atrapalhar. "Não, eu já toquei até de graça. Mas às vezes isso atrapalha muito, por causa das cordas, microfone, som, etc. Esses e outros fatores acabam atrapalhando o desempenho ou a realização do evento".

3.2 Pesquisa de Campo

Na aplicação da pesquisa de campo houve o uso de um sistema de questionário online modelo Survey que tem como base um número de respondentes com perguntas semiestruturadas de dados, destas respostas tivemos os seguintes resultados:

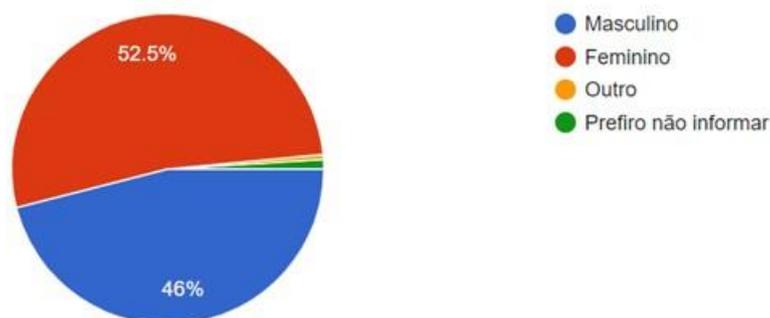
3.2.1 Pesquisa de campo público geral

Com base na pergunta de características pessoais dos respondentes, foram obtidas as seguintes informações:

Sobre a descrição dos respondentes sobre sua identificação de gênero foi possível obter as seguintes descrições:

Figura 1- Gênero

200 responses



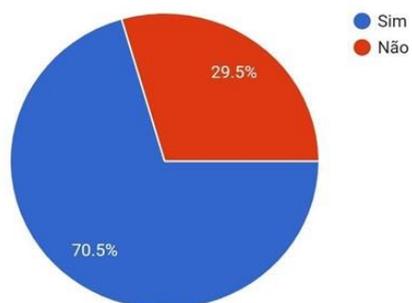
Fonte: Autoria própria

Os resultados destacaram que mais da metade dos entrevistados são mulheres e apenas 3% destes optaram em não informar ou outros.

Após a explicação do que é um artista independente, foi solicitado aos respondentes se estes conhecem algum artista independente, das respostas os resultados foram:

Figura 2- Artistas independentes

200 responses

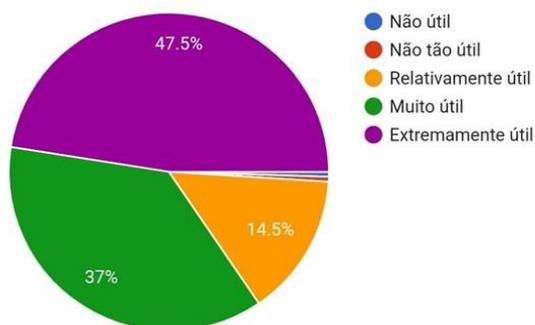


Fonte: Autoria própria

Como apresentado no gráfico, os resultados mostram que grande maioria do público entrevistado (70,5%) conhece algum artista independente e apenas 29,5% não conhece algum.

Figura 3 – Relevância da arte na sociedade

200 responses



Fonte: Autoria própria

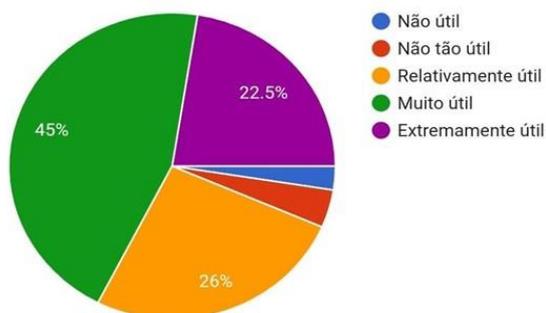
Foi possível observar que para 47,5% dos entrevistados a relevância da arte na sociedade é extremamente útil.

Observa-se que as respostas restantes oscilam de muito útil (37%) e relativamente útil e apenas 1% considera não tão útil ou não útil para a sociedade.

“[...] A arte é uma linguagem universal e é entendida desde uma criança, até um idoso. Então ela elimina essas fronteiras de tempo, de idade, de espaço e de regiões. ” Entrevistada 1, 2024.

Figura 4 – Relevância da arte no ambiente corporativo

200 responses

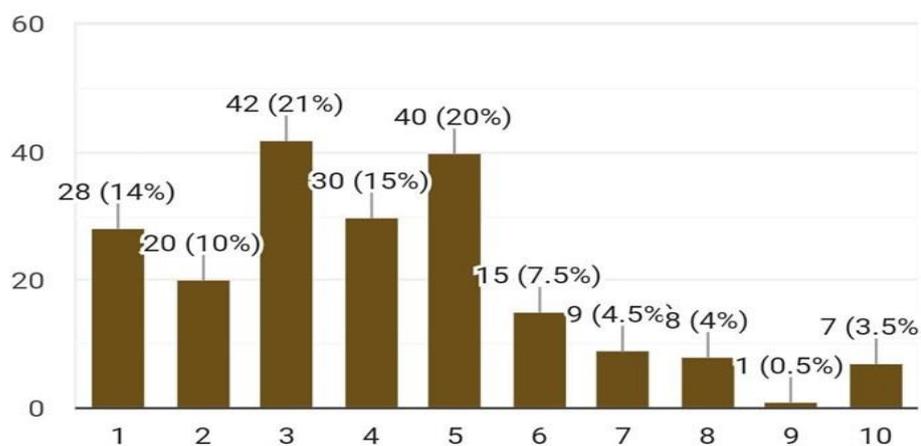


Fonte: Autoria própria

Compreende-se nestes dados que ao tratarmos sobre a utilidade mais de 93% consideram importante a arte no ambiente corporativo, sendo 45% dos entrevistados consideram a arte muito útil para o ambiente corporativo, 26% considera a arte relativamente útil, 22,5% encara como extremamente útil e 6,5% respondeu que a arte não é tão útil ou não útil para um ambiente corporativo.

Figura 5 – Nível de amparo do governo aos artistas independentes

200 respostas

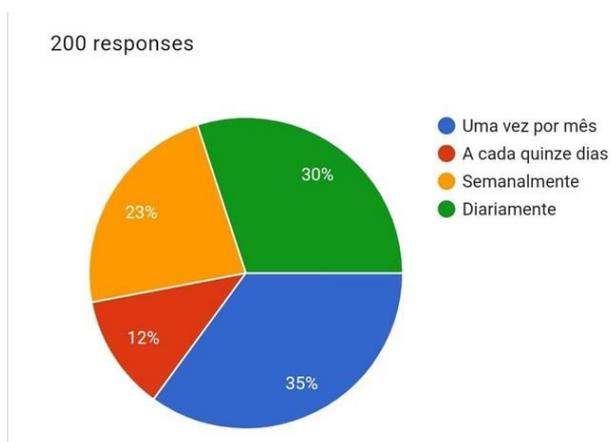


Fonte: Autoria própria

Averiguando as estatísticas, é possível analisar que 21% dos entrevistados avalia o nível de amparo do governo para com os artistas independentes em 3, 20% em 5, 14% em 4 e apenas 3,5% no grau 10.

Apresentado isso, apenas $\frac{1}{4}$ do público entrevistado avalia o grau de amparo de 6 até 10.

Figura 6 – Frequência que apreciam a arte independente



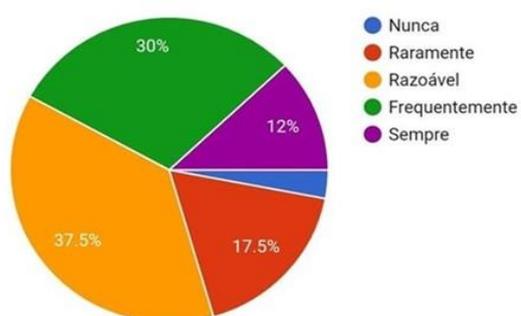
Fonte: Autoria própria

Os resultados obtidos neste item foi que 35% do público acompanham apenas uma vez por mês, 12% a cada quinze dias, 23% semanalmente e 30% acompanha diariamente.

Podendo ser concluído que a maior parte dos entrevistados acompanham pouco à arte independente.

Figura 7 – Campanhas de marketing

200 responses

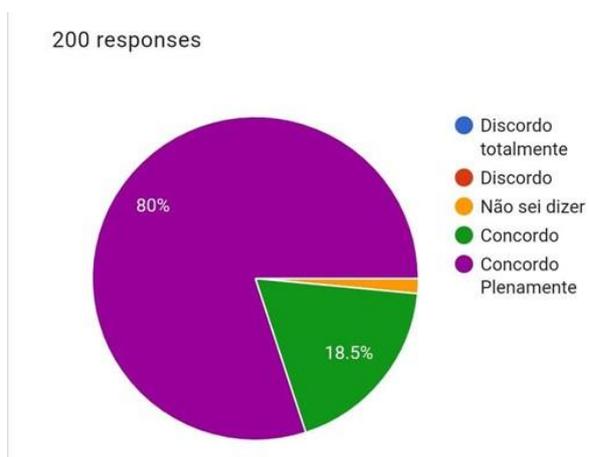


Fonte: Autoria própria

Neste gráfico, os resultados apontam que 37,5% dos participantes da entrevista veem com uma frequência razoável, 30% frequentemente, 17,5% raramente, 12% sempre e apenas 3% nunca veem

“[...]Já tivemos pequenas parcerias com algumas empresas e pessoas jurídicas, mas tudo aconteceu por intermédio de terceiros, nada diretamente. ” Entrevistado 5, 2024

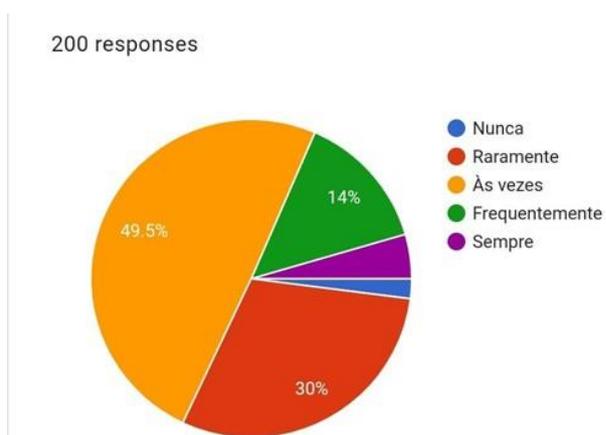
Figura 8 – Internet como meio de divulgação artística



Fonte: Autoria própria

De acordo com o gráfico acima, conseguimos concluir que 80% do público concorda plenamente com a internet ser um meio de divulgação artística, 18,5% concorda e 1,5% não soube responder sobre.

Figura 9 – Frequência que empresas contatam artistas independentes

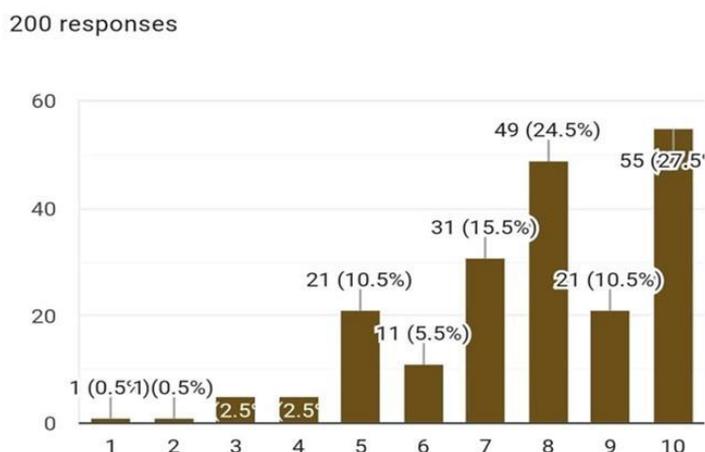


Fonte: Autoria própria

Conforme o gráfico acima, os resultados apresentam que 49,5% das pessoas entrevistadas acham que as empresas contatam com às vezes artistas independentes, 30% acreditam que raramente, 14% frequentemente e 6,5% creem que sempre ou nunca as empresas contatam os artistas.

“[...]Bom, não, eu particularmente não. Parcerias assim, a nível de bancar um produto como um videoclipe, um álbum, um single ou algum evento cultural? Não. Eu sempre tive que ir buscar.... Às vezes chamam de parceria, mas uma parceria no sentido de você realmente ser patrocinado diretamente assim? Ainda não tive essa oportunidade...”. Entrevistado 4, 2024.

Figura 10 – Nível de impacto de uma campanha publicitária com artistas independentes



Fonte: Autoria própria

Com base no gráfico de colunas acima, é visível que mais da metade do público entrevistado avalia o nível de impacto de uma campanha publicitária com artistas independentes acima de 5.

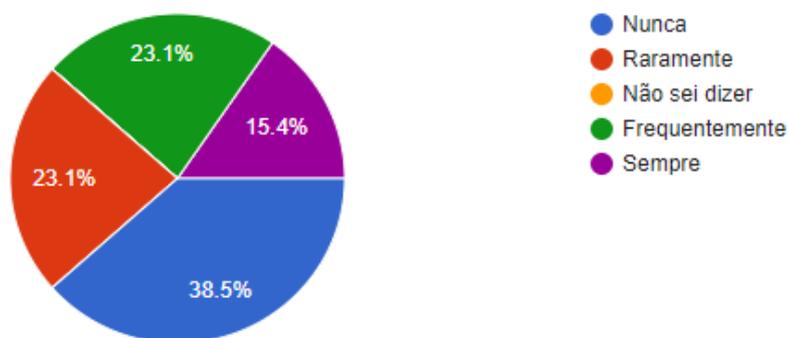
3.2.2 Pesquisa de campo empresas

Pesquisando o público empresarial e de pessoas jurídicas, nas primeiras perguntas, introduzimos questões sobre o nome da empresa e suas atividades no mercado. Obtivemos ao todo 12 empresas respondentes do questionário, sendo poucos os participantes que atuam no mesmo ou pelo menos ramo parecido; os principais são serviços financeiros, restaurantes, serviços de consultoria, turismo e outros.

Nas outras perguntas do questionário, obtivemos as seguintes respostas:

Figura 1: Sua empresa organiza eventos corporativos com frequência?

13 responses

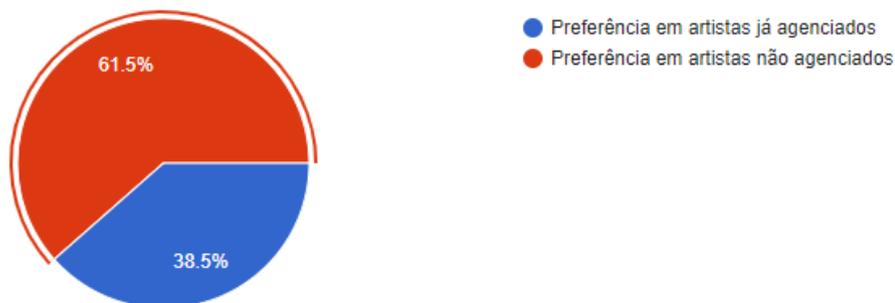


Fonte: Autoria própria

Analisando os dados do gráfico, é observável que a maioria não elabora eventos corporativos com nenhuma frequência. O público que respondeu "raramente" e "frequentemente" obtiveram a mesma porcentagem de 23,1% das respostas e apenas 2 empresas disseram que sempre produzem eventos corporativos em seus espaços.

Figura 2: Vocês consideram chamar artistas independentes ou artistas já agenciados para ações das organizações?

13 responses

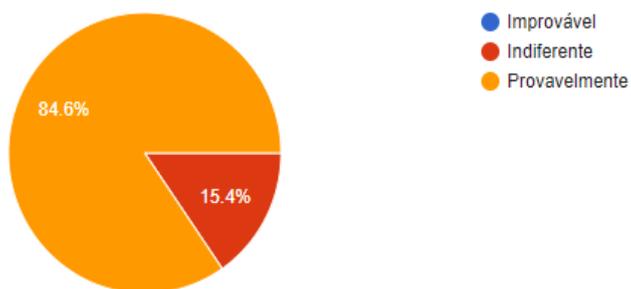


Fonte: Autoria Própria

Com base no gráfico, podemos definir que a maioria tem preferência por artistas não agenciados

Figura 3: Para a empresa, acrescentar arte nos setores poderia ser positivo?

13 responses

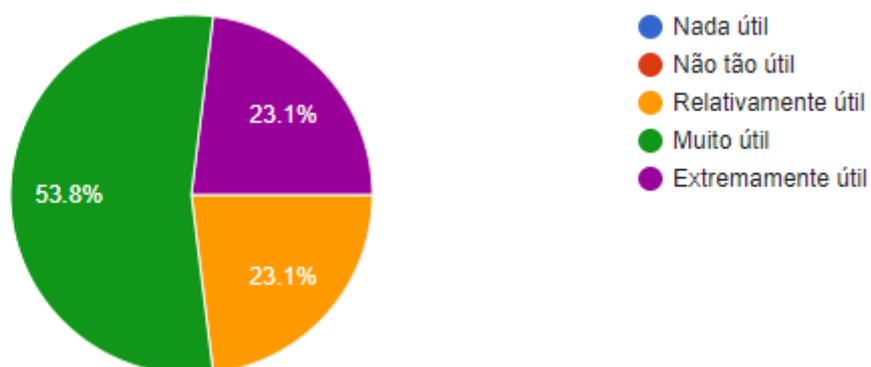


Fonte: autoria própria

Com base no gráfico, podemos definir que a maior parte das empresas acreditam que a arte teria fatores positivos se acrescentadas em seus setores

Figura 4: Você considera que uma plataforma online poderia ser útil para conectar artistas independentes e empresas?

13 responses

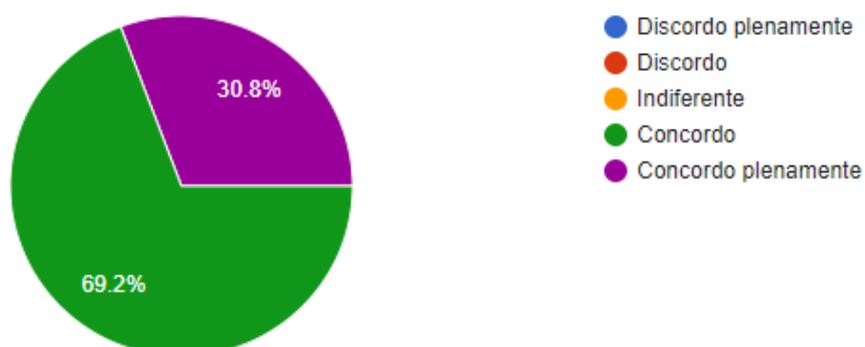


Fonte: Autoria Própria

Com base no gráfico, podemos concluir que mais que 70% das empresas consideram que plataformas online são uma forma útil para conectar artistas independentes com as empresas

Figura 5: Você acha que a arte e as empresas podem ter uma relação benéfica?

13 responses

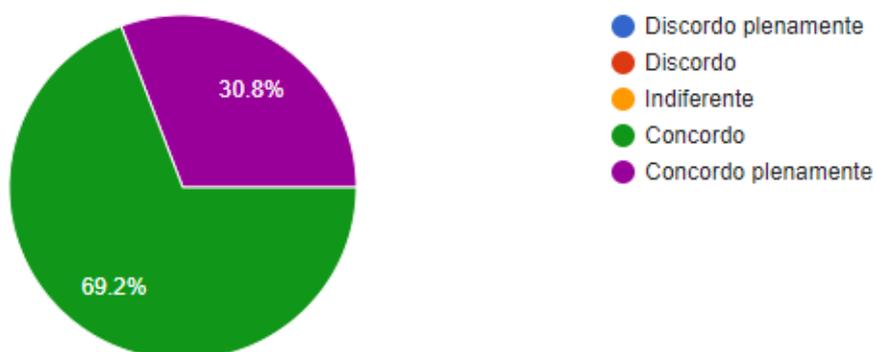


Fonte: Autoria Própria

Após as respostas podemos concluir de que todas as empresas concordam que a relação entre artistas e empresas é benéfica para ambas

Figura 6: Você concorda que o envolvimento com questões sociais e socioculturais é positivo para a imagem da sua empresa?

13 responses



Fonte: Autoria própria

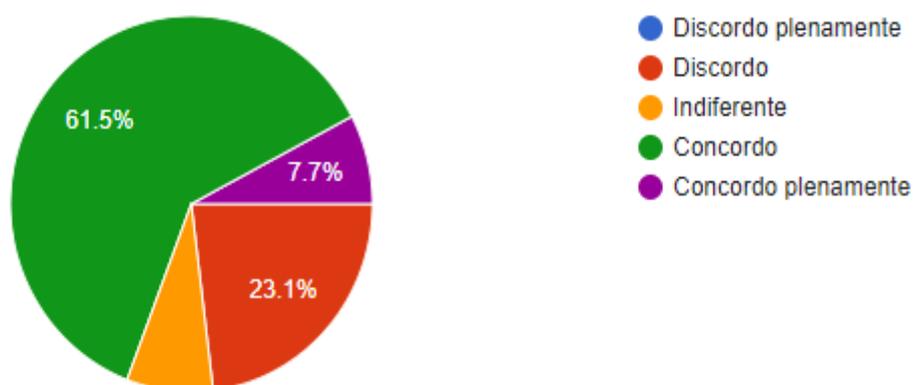
Sem precisar de uma análise muito profunda, podemos observar que obtivemos o mesmo percentual de concordância da figura anterior, não havendo nenhuma empresa que discorde da importância de se envolver em questões socioculturais para com sua imagem.

Figura 7: Você acredita que a visão do público em relação a sua empresa melhoraria devido a alguma parceria com um artista independente?

Fonte: Autoria própria

A grande maioria das respostas acreditam que sim, a visão do público melhoraria devido a essa ação e apenas algumas respostas isoladas discordam ou que não tinham certeza (7,7%)

Figura 8: Você concorda que sua empresa poderia apoiar a inclusão de artistas independentes?



Fonte: Autoria Própria

Mais de a metade do público entrevistado concorda que poderia apoiar de alguma forma os artistas independentes, mais que 30,8 % acha que não seria possível ou se posiciona de forma indiferente.

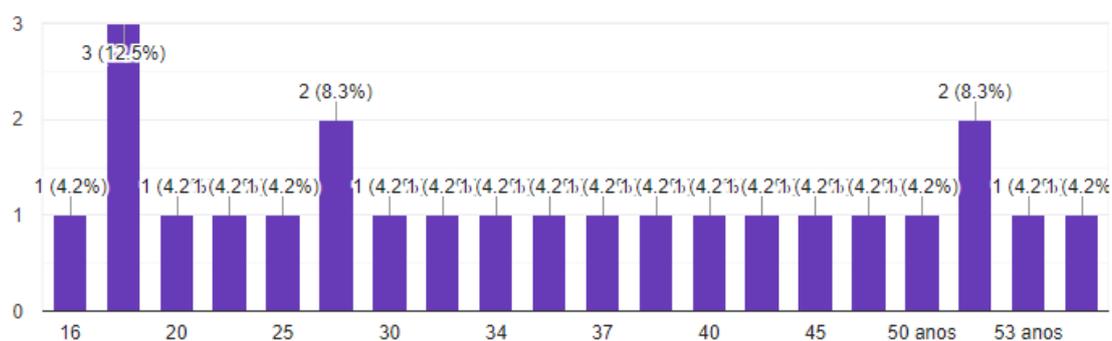
Na última pergunta do formulário, foi apontado várias opiniões sobre como as empresas podem dar suporte, por meio de parcerias ou cedendo espaço para exposições, assim ajudando a crescer esses artistas no mercado

3.2.3 Pesquisa de campo artistas

Nesta pesquisa, definimos como público-alvo os próprios artistas. Buscamos pessoas que atendem este perfil de público por meio de mídias sociais e veículos de comunicação, conseguimos reunir 24 respostas de pessoas que atuam em diferentes campos da arte. Foram realizadas 9 respostas pertinentes a produção e exposição dessa arte.

Figura 1: Sua idade?

24 responses



Fonte: Autoria própria

Com uma breve análise desse gráfico, pode-se afirmar que a maior parte dos entrevistados tinham entre 26 a 50 anos. Tornando a faixa etária da entrevista bem diversificada.

Figura 2: Em qual área artística você atua?

24 responses



Fonte: Autoria própria

Neste gráfico reposta, a maioria do público destaca-se por atuar na área da música, tendo um percentual de 66,8%. Os restantes dos artistas integram diferentes áreas da arte, como artes visuais (8,4%) e teatro (4,2%).

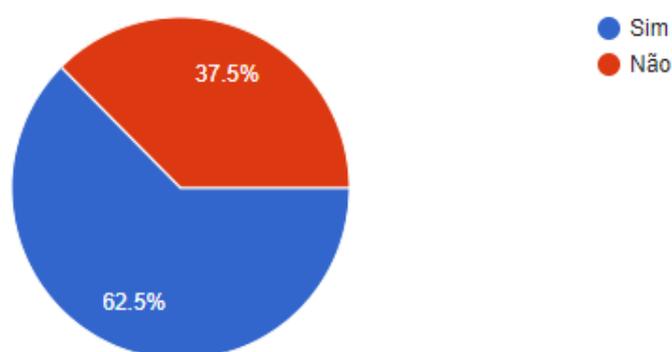
Figura 3: O que te motivou a começar no ramo da arte?

Fonte: Autoria própria

Nessa questão dissertativa, obtivemos várias respostas sobre a motivação artística relacionadas ao desejo de se expressar, amor a conteúdos artísticos e herança familiar. Porém, todas as respostas estiveram ligadas a paixão desde a infância.

Figura 4: Você já foi contratado por uma empresa para alguma parceria artística?

24 responses

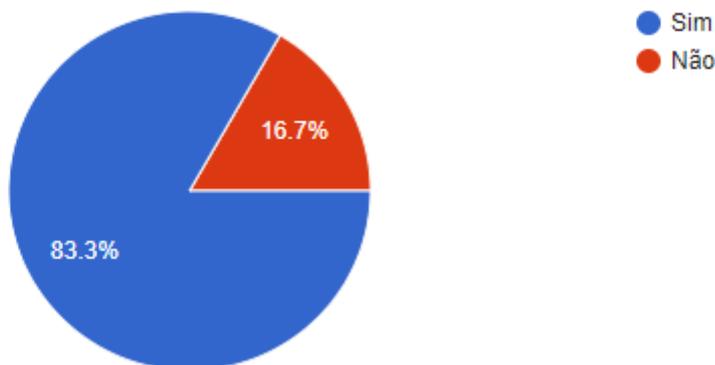


Fonte: Autoria Própria

Com uma análise rápida do gráfico, pode-se constatar que a maioria (62,5%) dos respondentes falaram quem já fecharam um contrato de parceria com empresas, entretanto, ainda houve uma quantidade considerável (37,5%) que nunca foi chamada para tal?

Figura 5: Você já deixou de realizar um trabalho artístico por falta de incentivos/recursos?

24 responses

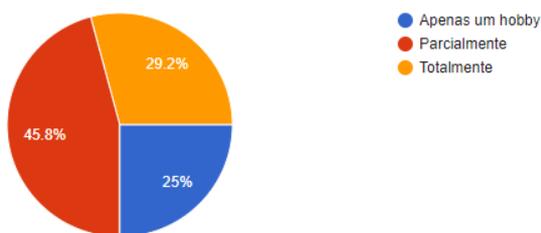


Fonte: Autoria Própria

Nesta questão, uma grande maioria (83,3%) disse que já abandonou algum trabalho ou projeto artístico por falta de incentivo.

Figura 6: Você possui a arte como principal fonte de renda?

24 responses

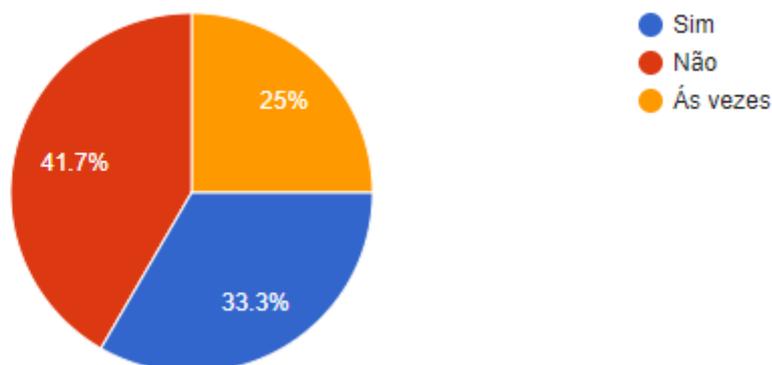


Fonte: Autoria Própria

Neste gráfico, é perceptível que o público se dividiu nas respostas, mas também se conclui que 70,8% dos entrevistados não conseguem levar a arte como seu principal meio de fonte de renda. Conforme o que foi mostrado, isso nos apresenta a realidade difícil dos artistas para poder usufruir do seu trabalho de forma lucrativa.

Figura 7: Você já se sentiu inferior profissionalmente, por trabalhar arte?

24 responses



Fonte: Autoria Própria

Além do fator do baixo aproveitamento lucrativo por parte dos artistas, podemos ver que o sentimento de inferioridade profissional também se mostra presente, embora a maior parcela mostra que não se sente ou já se sentiu inferior, mas 58,3% dos entrevistados ao todo já se sentiram inferiores por trabalharem com artes.

Figura 8: Como você acha que os artistas independentes podem superar os desafios e ter sucesso no cenário artístico?

Fonte: Autoria Própria

Nesta questão dissertativa, muitos dissertaram a respeito de ter persistência, acreditar em seu potencial e aproveitar os momentos em que se produz um trabalho ou projeto artístico. Ocorreu também de alguns dos respondentes citarem meios técnicos sobre a publicidade e divulgação de seus trabalhos, análise de oportunidades e o uso constante de mídias sociais.

Figura 9: Na sua opinião, você concorda que uma plataforma ou um site pode ajudar artistas independentes a conseguirem uma oportunidade profissional dentro de nossa sociedade?

Fonte: Autoria Própria

Muitos dos artistas que concordaram que seria útil e efetivo o uso de uma plataforma com esses fins, somente um respondente discordou.

Figura 10: Você acha que as políticas governamentais e a falta de apoio institucional afetam os artistas independentes? Como?

Fonte: Autoria Própria

Obteve-se muitas respostas em concordância e muito bem estruturadas, falando que afetam de forma direta essa classe, seja em falta de espaço para produção, financiamento, falta de proteção legal, inclusão e muitos outros. Também é dito que as políticas existentes são pouco divulgadas e efetivas.

3.2.4 Estudo Dos Formulários

Conforme nós coletávamos dados dos formulários dos três públicos, constatamos que cada um dos públicos divergia em alguns aspectos, entretanto, houve uma espécie de consenso geral, com estes respondentes afirmando acreditar na efetividade de uma plataforma que visasse unir a camada empresarial e a classe artística mais baixa, assim como nosso TCC propõe.

Muitos dos indivíduos que responderam o formulário de empresas, apresentaram evidências de concordância com a ideia proposta, porém não possuem o acervo de estabelecer essa união entre o cenário empresarial e criadores da arte; nesse ínterim, grande maioria dos replicantes do formulário voltado aos artistas, alegam que nunca ou raramente são contatados para parcerias, trabalhos e projetos conjuntos com empresas.

No meio deste cenário, há também a comunidade geral, aquela formada por pessoas que não estão imersos em nenhum dos grupos citados anteriormente e pouco estão imersos e conhecem das duas sociedades;

embora não estejam tanto por dentro da realidade desses dois grupos, são os consumidores finais daquilo que as empresas e os artistas possuem. Contudo, por meio de análises sobre o que foi assimilado do formulário, é possível caucionar que esta amostra de população geral também ratifica a importância e possível efetividade de um site ou aplicativo, efetivando nossa proposta de TCC.

4 – PROPOSTA DO PROJETO

Nossa proposta consiste na simulação da plataforma da HeART, citada anteriormente em nosso projeto. Seu funcionamento é intuitivo, e levemente semelhante ao layout de plataformas de busca de emprego, porém, voltado ao nosso nicho de interesse (arte independente), contendo assim, interfaces originais criadas por nosso grupo.

O intuito da plataforma é ser a “materialização” do nosso principal objetivo: criar uma ponte entre os polos artístico e empresarial. Portanto, a plataforma possui funcionalidades para ambos, individual e coletivamente.

Mas, o que buscamos melhorar por meio do nosso projeto? Como apresentado em nossa fundamentação teórica, resultados e discussão teórica, a arte independente é um setor carente de espaço, com oportunidades escassas e divulgação quase nula nos meios digitais tradicionais.

Com a criação de uma plataforma voltada para combater tais questões, poderemos alcançar um cenário completamente diferente, proporcionando o espaço e divulgação necessários para que a arte independente cresça em nosso país. Além de, claro, abrir um novo leque para as empresas que buscam profissionais adequados para suas respectivas necessidades, proporcionando diversos benefícios, como apontam os estudos e relatos apresentados anteriormente neste trabalho.

A seguir, estão algumas das interfaces presentes na simulação que criamos para a plataforma:



Tela Inicial e Calendário de Eventos



Vagas Disponíveis e Cadastro



Feed de Perfis dos Artistas e Portifólio



Perfis das Empresas

Além da simulação da plataforma, também elaboramos uma cartilha contendo explicações sobre cada interface do site, facilitando a compreensão da mesma. Abaixo estão algumas páginas, para exemplificar:



Capa da Cartilha e Explicação da Tela Inicial

Sobre a parte financeira da plataforma, conforme abordado, é necessário a estruturação de um web site para efetivar nossa proposta. Para concretizar este site, foi feita uma pesquisa de mercado com os custos e valores a se arcar.

Nossa equipe constatou que o valor inicial ideal para financiar a plataforma seria de 175.000, divididos nos seus três primeiros meses de existência.

Os gastos para com elaboração da plataforma envolvem:

- Certificação SSL;
- Licença de rede;
- Hospedagem;

- Manutenção preventiva ou corretiva;
- Sócios;
- Trafego pago;
- Domínio;
- Gastos com sócios.

Todos estes gastos são adicionais ao preço da elaboração da plataforma, que gira em torno de 8.900,00 reais. O valor dos gastos "adicionais" citados anteriormente varia em torno de 11.014 reais no primeiro mês de vigor do website.

Entretanto, é importante destacar que estes gastos são apenas do mês em que a página da HeART for disponibilizada ao público, e estes serão quitados com o valor do inicial de financiamento e (caso necessário) o lucro obtido.

Elaboração do site: Para criarmos e estruturarmos o website da HeART, planejamos contratar uma agência de desenvolvimento de websites.

Com uma pesquisa de mercado feita pelo nosso coletivo, constatamos o valor anteriormente citado para o preço da elaboração, compra de domínio e hospedagem em nuvem do site por parte de uma agência.

O gasto para elaboração em si do site seria um custo único, mas as manutenções, hospedagem e domínio seriam um custo menor daquele referido anteriormente (11.014 reais).

Lucratividade: Como formas de gerar receita através da plataforma para sua própria subsistência, pensamos em obter lucro através da cessão de espaços de publicitários destinados a propagandas comerciais em nosso site.

Além deste método, também pretende-se originar lucro por meio de uma pequena taxa de captação por cada contrato realizado entre usuários (empresas e artistas).

Publicidade: Baseando-se no provável alcance de uma plataforma recém criada. Optamos por executar nossa publicidade por meio de marketing direto/trafego pago, divulgando a HeART por meio de propagandas em várias mídias sociais, com múltiplos anúncios e propagandas rodando repetidamente em todos os dias dos 3 primeiros meses, tendo o enfoque principal em mídias da META.

Vale citar que os gastos com publicidade estão diluídos no valor de custo total mensal anteriormente citado.

Abaixo estão esses dados ilustrados por meio de tabelas e gráficos.

| Gastos dos 3 meses | | | |
|------------------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
| Despesas | Fevereiro | Março | Abril |
| Hospedagem | R\$ 40,00 | R\$ 40,00 | R\$ 40,00 |
| Manutenção preventiva ou corretiva | R\$ 250,00 | R\$ 250,00 | R\$ 250,00 |
| Publicidade | R\$ 1.500,00 | R\$ 1.500,00 | R\$ 1.500,00 |
| Domínio do site | R\$ 29,99 | R\$ - | R\$ - |
| Elaboração da plataforma | R\$ 8.900,00 | R\$ - | R\$ - |
| Certificado SSL | R\$ 139,00 | R\$ - | R\$ - |
| Licença de rede | R\$ 155,23 | R\$ - | R\$ - |
| TOTAL | R\$ 11.014,22 | R\$ 1.790,00 | R\$ 1.790,00 |

Tabela dos gastos incluso elaboração da plataforma

| Gastos dos 3 meses | | | |
|------------------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
| Despesas | Fevereiro | Março | Abril |
| Hospedagem | R\$ 40,00 | R\$ 40,00 | R\$ 40,00 |
| Manutenção preventiva ou corretiva | R\$ 250,00 | R\$ 250,00 | R\$ 250,00 |
| Publicidade | R\$ 1.500,00 | R\$ 1.500,00 | R\$ 1.500,00 |
| Domínio do site | R\$ 29,99 | R\$ - | R\$ - |
| Elaboração da plataforma | R\$ 8.900,00 | R\$ - | R\$ - |
| Certificado SSL | R\$ 139,00 | R\$ - | R\$ - |
| Licença de rede | R\$ 155,23 | R\$ - | R\$ - |
| TOTAL | R\$ 11.014,22 | R\$ 1.790,00 | R\$ 1.790,00 |

Tabela dos gastos sem a elaboração da plataforma



Gráfico sem a elaboração da plataforma e gráfico com a elaboração da plataforma

CONCLUSÃO

O projeto da HeART nasceu a partir de um rascunho feito no primeiro ano de curso, para um projeto escolar que acabou não sendo concretizado. A ideia inicial, inspirada no Renascimento, era criar uma plataforma de patrocínio individual para artistas estudarem e produzirem sua arte. Desde o princípio, o ímpeto de ajudar a classe artística era um pilar fundamental.

Ao começo do terceiro ano, alinhando a ideia com nosso orientador, reformulamos a plataforma, passando a incluir empresas com demandas artísticas a serem atendidas. Essa mudança foi muito significativa para o projeto, pois passou a abraçar a nossa área: administração.

Estudar um universo até então pouco explorado por nós, proporcionou uma experiência de aprendizado muito enriquecedora, e agregou de forma acadêmica, ética e sentimental em nossas vidas. Mergulhamos de cabeça e coração no projeto, conhecendo diversas pessoas e empresas, e aprendendo cada vez mais com os seus relatos e histórias. Essa experiência ampliou nossos horizontes de diversas maneiras, portanto, desejamos que a HeART transmita isso a quem tiver contato com nosso projeto.

O objetivo geral deste estudo foi alcançado, pois compreendemos os benefícios da relação entre as empresas e a arte, analisamos a viabilidade da criação de uma plataforma para aumentar as oportunidades de trabalho de artistas no meio corporativo e estruturamos a mesma. Porém, essa é uma área que ainda precisa ser melhor estudada, conhecida e mais aprofundada, para que possamos, quem sabe, desenvolver a plataforma de maneira efetiva no futuro.

Ao longo deste estudo, citamos especialistas de renome em seus respectivos meios, e além disso, profissionais que vivem e trabalham dentro da realidade estudada por nós, unindo informações com o intuito de não apenas embasar e justificar nossa proposta, como também, de contribuir na divulgação do tema entre a comunidade acadêmica.

Novas pesquisas sobre a relação benéfica entre a arte e as empresas devem ser realizadas e amplamente divulgadas, tal qual, estudos acerca da arte independente em si. Comprovar, por meio de dados, tais fatores, é fundamental na fomentação do cenário que almejamos alcançar por meio deste projeto.

Apesar de termos alcançado resultados satisfatórios junto das empresas entrevistadas, e dos estudos apontados, sabemos que não necessariamente isso será refletido em todas as corporações, tratando-se, na verdade, de um estudo da amostra apresentada, não sendo obrigatoriamente aplicável à todas as empresas. Principalmente tratando-se da relação com a arte, que não é tão usual neste meio. Portanto, conclui-se que é de suma importância que iniciativas como a HeART sejam criadas, estudadas e postas em prática. A cultura é um dos maiores patrimônios nacionais do nosso país, e nada mais justo do que valorizá-la de maneira amplamente benéfica para diversos setores de nossa economia. Como diz nosso slogan, a arte é o coração do mundo.

2 REFERÊNCIAS

ABRA. **A Arte e a Publicidade sempre andaram ali, lado a lado.** Disponível em: <<https://abra.com.br/artigos/arte-na-publicidade/>>. Acesso em: 23 de maio. 2024.

AGENCIAUVABARRA, PP **As dificuldades de ser artista independente no Brasil.** Disponível em: <<https://agenciauvabarra.com/2023/09/01/as-dificuldades-de-ser-artista-independente-no-brasil/>>. Acesso em: 23 de maio. 2024

AITH, AB **Viver de arte no Brasil: Qual é a realidade dos artistas independentes?** Disponível em: <<https://www.hercampus.com/school/casper-libero/viver-de-arte-no-brasil-qual-ea-realidade-dos-artistas-independentes/>>. Acesso em: 23 de maio. 2024.

ALINE CZEZACKI. **As dificuldades da cultura independente no Brasil.** Disponível em: <<https://www2.uepg.br/culturaplural/as-dificuldades-da-cultura-independente-no-brasil/>>. Acesso em: 23 de maio. 2024

ARTE, AR-CE **O Artista e os Obstáculos da Profissão.** Ao Redor Ao Redor, 7 jul. 2020. Disponível em: <<https://www.aoredor.blog.br/post/o-artista-e-os-obst%C3%A1culos-da-profiss%C3%A3o>>. Acesso em: 23 de maio. 2024

BISCHOFF, A. **Escala de Likert: Definição, exemplos, & melhores práticas.** Disponível em: <<https://delighted.com/pt-br/blog/likert-scale>>. Acesso em: 23 de maio. 2024

BLOG DA ABLER - **Conteúdos sobre Recursos Humanos.** Disponível em: <<https://blog.abler.com.br/endomarketing/>>. Acesso em: 23 maio. 2024.

BRUNO PIAI. **Artistas em conselhos de empresa** - disponível em: <<https://rhpravoce.com.br/redacao/artistas-em-conselhos-de-empresas-a-estrategia-faz-ou-nao-sentido/>>. Acesso em: 23 de maio. 2024

DIAS, G. **Endomarketing: o que é, ações, exemplos e 8 estratégias.** Gupy.io Gupy, , 17 abr. 2020. Disponível em: <<https://www.gupy.io/blog/endomarketing>>. Acesso em: 23 de maio. 2024

DMT PALESTRAS. **O que o circo pode ensinar para sua empresa?** Disponível em: <<https://www.dmtpalestras.com.br/novidades/o-que-o-circo-pode-ensinar-para-a-sua-empresa/>>. Acesso em: 23 de maio. 2024.

KUHN, AF **No sul do Brasil, as mulheres usam redes de pesca para confeccionar roupas.** Estadão Expresso - O gratuito com maior circulação em São Paulo, 28 set. 2023. Disponível em: <<https://expresso.estadao.com.br/naperifa/no-sul-do-brasil-mulheres-usam-redes-de-pesca-para-confeccao-de-roupa/>>. Acesso em: 23 de maio. 2024

MARCA DE MÚSICA DE BANANAS. **4 parcerias entre marcas e artistas como estratégias de branding.** Disponível em: <<https://bananas.mus.br/blog/4-marcas-que-fizeram-parcerias-com-artistas-como-estrategias-de-branding-na-internet>>.

Acesso em: 23 de maio. 2022
PACETE, LG **Artistas falam sobre releitura de campanhas publicitárias.** Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/marketing/artistas-falam-sobre-releitura-de-campanhas-publicitarias>>. Acesso em: 23 de maio. 2024.

PUC GOIAS. **Inserção de Artistas nos Anúncios Publicitários** - Disponível em:<<https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/fragmentos/article/view/1476/975>>.

Acesso em: 23 de maio. 2024.

SABÃO. **Como a arte pode impactar positivamente as empresas?** - Blog . Disponível em: <<https://blog.soap.com.br/como-a-arte-pode-impactar-empresas/>>. Acesso em: 23 de maio. 2024.

3 APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO ONLINE PÚBLICO GERAL

1- Um artista independente é um profissional autônomo que produz seus próprios recursos artísticos. Você conhece algum artista independente?

-Sim

-Não

2- Para você qual a relevância da arte na sociedade?

-Não útil

-Não tão útil

-Relevantemente útil

-Muito útil

-Extremamente útil

3- Para você, qual a relevância da arte no ambiente corporativo?

-Não útil

-Não tão útil

-Relevantemente útil

-Muito útil

-Extremamente útil

4- Em uma escala de 1 a 10, qual você acredita ser o nível de amparo do governo aos artistas independentes?

-1: péssimo

-2-9

-10: excelente

5- Com que frequência você vê campanhas de marketing utilizando artistas?

-Nunca

-Raramente

-Razoável

-Frequentemente

-Sempre

6- Com que frequência você aprecia arte independente?

-Uma vez por mês

-A cada quinze dias

-Semanalmente

-Diariamente

7- Na sua opinião, qual o impacto/utilidade da criação de uma plataforma online para conectar artistas independentes à empresas?

-Nada útil

-Não tão útil

-Relevantemente útil

-Muito útil

-Extremamente útil

8- Você concorda que a internet é um meio importante de divulgação artística?

-Discordo totalmente

-Discordo

-Não sei dizer

-Concordo

-Concordo plenamente

9- Com que frequência você acredita que empresas contatam artistas independentes para suas campanhas?

-Nunca

-Raramente

-Às vezes

-Frequentemente

-Sempre

10- Para você, qual o nível de impacto de uma campanha publicitária utilizando artistas independentes?

1: nada relevante

-2-9

-10: extremamente relevante

4 APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO ONLINE PARA PÚBLICO ESPECÍFICO (ARTISTAS)

1- Em que área artística você atua?

2- O que te motivou a começar na arte?

3- Você já foi contatado por uma empresa para alguma parceria artística?

-Sim

-Não

4- Você já deixou de realizar um trabalho artístico por falta de incentivos/recursos?

-Sim

-Não

5- Você possui a arte como principal forma de renda?

-Apenas um hobby

-Parcialmente

-Totalmente

6- Você já se sentiu inferior profissionalmente por trabalhar com arte?

-Sim

-Não

-Às vezes

7-Como você acha que os artistas independentes podem superar os desafios e ter sucesso no cenário artístico?

8- Na sua opinião, uma plataforma ou um site pode ajudar artistas independentes a conseguirem oportunidade profissional dentro da sociedade?

9- Você acha que as políticas governamentais e a falta de apoio institucional afetam os artistas independentes? Como?

10- Como você acha que os artistas independentes podem superar os desafios e ter sucesso no cenário artístico?

5 APÊNDICE C- QUESTIONÁRIO PARA EMPRESAS

1- Qual o foco da sua empresa?

2- Sua empresa organiza eventos corporativos com frequência?

-Nunca

-Raramente

-Não sei dizer

-Frequentemente

-Sempre

3- A publicidade faz parte de muitos projetos das organizações, vocês consideram chamar artistas independentes ou artistas já agenciados para ações das organizações?

-Preferência em artistas já agenciados

-Preferência em artistas não agenciados?

4- Para a empresa, acrescentar arte nos setores poderia ser positivo?

-Improvável

-Indiferente

-Provavelmente

5- Você considera que uma plataforma online poderia ser útil para conectar artistas independentes e empresas?

-Nada útil

-Não tão útil

-Relativamente útil

-Muito útil

-Extremamente útil

6- Você acha que a arte e as empresas podem ter uma relação benéfica?

-Discordo plenamente

-Discordo

- Indiferente
- Concordo
- Concordo plenamente

7- Você concorda que o envolvimento com questões sociais e socioculturais é positivo para a imagem da sua empresa?

- Discordo plenamente
- Discordo
- Indiferente
- Concordo
- Concordo plenamente

8- Você acredita que a visão do público em relação a sua empresa melhoraria devido a alguma parceria com um artista independente?

9- Você concorda que sua empresa poderia apoiar a inclusão de artistas independentes?

- Discordo plenamente
- Discordo
- Indiferente
- Concordo
- Concordo plenamente

10- De a sua opinião de como as empresas podem apoiar os artistas independentes.

6 APÊNDICE D- QUESTÕES PARA ENTREVISTAS

1- Em que ramo da arte você atua?

2- Qual foi a sua motivação para começar? É algo que te acompanha desde a infância ou que surgiu conforme você foi crescendo?

3- Você já deixou de realizar algum projeto artístico por falta de incentivo financeiro?

4- Você tem alguma ideia de como os artistas independentes podem superar os obstáculos?

5- Você acredita que a tecnologia pode facilitar a trajetória dos artistas?

6- Você acredita que uma plataforma que sirva de palco para os artistas entrarem em contato com empresas que necessitem da arte poderia ser útil e viável no dia a dia?

7- Você acha que as políticas governamentais e a falta de apoio institucional afetam os artistas independentes?

7 APÊNDICE E- ENTREVISTA 1

Tabela 01: Entrevistado: Sílvia Sasaki Entrevistadora: Nicole Galluzzi

| | Pergunta / resposta |
|----|--|
| 01 | Em que ramo da arte você mais atua? |
| R | Olha, livros e literatura, né? Na verdade, eu fiz algumas especializações. Eu fiz inclusive um mestrado em literatura na USP, então eu sempre estive envolvida com livros. Mais especificamente literatura brasileira. E é a partir desse meu interesse de alguns anos que eu acabei na função de bibliotecária, sendo mais por uma questão de organização da informação que me interessava e a parte de criação que foi uma coisa que me ocupou bastante tempo, foi um interesse que eu tive espontaneamente. E que daí que eu fui procurar esse mestrado em literatura. Na verdade, minha primeira formação é em design, quando eu tinha 20 anos. Depois eu fiz uma licenciatura em história e fui professora em história da arte. Então assim, foi logo no começo, que eu já comecei a meio que ter esse enfoque para as artes mesmo, né? Mas primeiro como docente, e depois tentei desenvolver alguns projetos mais independentes, digamos assim. |
| 02 | E essa motivação começou desde a sua infância? Você sempre gostou de artes ou foi conforme você foi crescendo? |
| R | Pois é, boa pergunta. Eu acho que eu sempre gostei de artes e de várias coisas relacionadas, né? Eu gosto muito, por exemplo, de música. É uma coisa que me acompanha diariamente e eu posso ficar sem ligar a televisão, mas eu não consigo ficar sem ouvir uma música; é uma coisa que me toca muito e a gente vai criando laços afetivos com certas coisas que trazem muitas recordações. Então, eu acho que são essas experiências que acabam construindo as nossas coisas boas e ruins também, né? Tanto em relação à arte como em relação à vida. Acho que a música foi a primeira coisa assim que me tocou. Depois eu comecei a gostar muito de desenhar; então, eu sempre frequentei museus de arte, por exemplo, MASP, um dos meus prediletos. Eu fui morar em outros estados e ainda assim continuei com essa identificação, seja com música, seja com artes visual e com a literatura; na verdade, é muito mais fácil carregar um livro com você, é muito mais prático, né? Então assim, desde muito cedo |

| | |
|----|---|
| | <p>eu gostava já de ler poesia, li muito Cecília Meireles na minha infância, acredito que isso me aproximou bastante da literatura. Em uma análise geral, eu passei por fases, primeiro foi com a Cecília Meireles, posteriormente fui para adolescência, onde minhas leituras eram instintivamente mais protagonizadas por Clarice Lispector, e que me acompanha até hoje. Assim, é algo que me toca muito, que me mobiliza bastante até hoje; e nisso fui conhecendo outras coisas, outros autores e tudo mais. Então, na verdade, eu acabo me interessando por esse universo, sabe? E na literatura eu acabei indo para um para o meio mais acadêmico, para estudos mesmo e por interesse e tentar desenvolver projetos nessa área de literatura.</p> |
| 03 | <p>Falando mais desse interesse, você já deixou de realizar algum projeto artístico por falta de incentivo financeiro?</p> |
| R | <p>Acho que quase todos. Na verdade, é muito difícil, né? Aqui no Brasil, a gente, apesar dessas leis de fomento a cultura, existe um processo, digamos que um pouco burocrático, e essa falta de reconhecimento mesmo, eu acho que é um grande empecilho para a maior parte dos artistas. Acho que são poucos os artistas que conseguem realmente uma visibilidade; e é sempre um respaldo de outras áreas, né? Eu acho muito difícil, por exemplo, um escritor viver só da sua própria escrita, a menos que ele realmente tenha uma trajetória junto. Por exemplo, eu vejo muitos escritores que também são docentes em literatura; então acaba juntando essas áreas para poder conseguir viver. Mas é assim, viver disso é praticamente impossível; viver de publicações de livro é um ótimo exemplo dessa realidade. Precisamos também olhar para nosso período, já que existe outras formas de você acessar livros, como plataformas digitais. Então isso acaba dificultando bastante. De qualquer forma, eu tentei muitos. O último que eu tentei, na verdade o empecilho foi a pandemia, porque eu tinha sido selecionada. Mas no final eles não pagaram a segunda parcela desse projeto, conseqüentemente isso fez com que eu desistisse do projeto, porque aí ficou tudo muito confuso. Eles cortaram a verba. Então, na realidade o último empecilho foi a pandemia. Mas aí vamos ver, né? Quem sabe no futuro?</p> |

| | |
|----|---|
| 4 | Sim, com certeza. Você tem alguma ideia de como você acha que os artistas independentes podem superar esses obstáculos? |
| R | <p>Pois é, é difícil. Então, eu acho que a melhor forma que eu vejo de superar esses obstáculos é exatamente não trabalhar e depender somente disso, né? Ele ter outras áreas que consiga dar esse respaldo financeiro, então trabalhar dentro da mesma área, por exemplo, das artes. Eu vejo muitos artistas que são docentes, então a vida acadêmica acaba sendo também uma forma de vocês se aprofundar no assunto e produzir ao mesmo tempo a arte. No caso da literatura, lá quando eu fiz o mestrado, a maior parte dos meus professores também eram escritores, mas a renda deles vinha muito mais das aulas do que necessariamente da venda de livros. Então acho que a realidade é essa. Você não consegue viver somente de arte hoje em dia, mas você consegue fazer alguns ajustes para que esteja cada vez mais próximo daquilo. Para você alinhar seus interesses; muitos, por exemplo, são pintores, mas também são acadêmicos e são docentes em algum lugar. Eu trabalho com história da arte, que nem era o meu caso, também fui docente por um tempo. Então assim, eu acho que essa seria a melhor forma no momento. Além daqueles que são padeiros e que ao mesmo tempo pintam, ou que vive de artes de rua. Eu vejo uma forma de entrega para um propósito único. Eu acho que hoje em dia tem muito desses coletivos, né? Os coletivos artísticos, eles são independentes, mas eles acabam unindo forças. Existe um coletivo muito interessante que se instalou ali no Copan, na República, que é muito interessante; eles uniram forças e abriram um escritório de representação artística e atuam nesse ambiente. Dito isso, eu creio que unir forças seria a grande chave da coisa para quem realmente gostaria de viver só de arte aqui no Brasil. Na realidade, eu percebo muita gente se vira de várias formas possíveis</p> |
| 05 | Falando sobre quebrar as barreiras que nós estávamos discutindo, você acha que a tecnologia pode ser útil nisso, de facilitar o caminho para os artistas? |

| | |
|---|---|
| R | <p>Eu acho que ela é mais uma ferramenta, ela veio para ajudar. Sendo na realidade, uma coisa necessária para o processo evolutivo natural. A meu ver, em todas as áreas artísticas; seja na literatura ou nas artes visuais, eu acho que a ideia é exatamente essa, evolução da própria arte. Atualmente nós temos a inteligência artificial, e eu acho isso muito interessante,</p> |
|---|---|

| | |
|----|---|
| | <p>já que é mais uma ferramenta que realmente pode proporcionar outras formas de se fazer arte, então eu acho muito positivo. Claro que até os artistas mais tradicionais ficam com bastante medo, porque é complicado você se deparar, por exemplo, com uma inteligência artificial que é, né? Mas ao mesmo tempo, eu acho que saber lidar com isso também ajuda muito na própria evolução do artista. Então, é aquela questão, realmente as pessoas vão se adaptando. E inclusive a própria sociedade, né? Em todas as áreas. Então acho que é uma ferramenta a mais. Engraçado quando às vezes eu vou na bienal de artes ali, que acontece no Ibirapuera. É muito interessante ver a os desdobramentos que acontecem a partir do que se tem hoje. Então a tecnologia hoje em dia é muito presente, não tem como negar, então usar essa tecnologia para produzir algo ainda mais legal, ainda melhor, eu acho. Isso é muito bonito. E traz uma boa visibilidade; não vejo nada de ruim nisso.</p> |
| 06 | <p>E você falou também sobre unir forças. E o nosso objetivo é justamente esse, unir forças dos artistas com as empresas, já que diversos estudos apontam quanto a arte é benéfica para as empresas. Querendo ou não, aqui é uma empresa que você trabalha, e eu acredito que no dia a dia você tenha contato com como isso impacta positivamente as pessoas. Então, seguindo nessa linha, você acredita que uma plataforma que sirva de palco para os artistas entrarem em contato com empresas que necessitam da arte poderia ser útil e viável no dia a dia?</p> |

| | |
|---|--|
| R | <p>Útil, viável e extremamente necessário. Acima de tudo, extremamente necessário. Porque se há 10-15 anos atrás isso não existia ou era muito difícil, agora é uma realidade. Portanto, essas fronteiras estão cada vez mais se dissolvendo. E eu acho que é exatamente isso, unir pessoas, unir forças. De repente, eu estou aqui e estou em contato com uma pessoa nos Estados Unidos, no Japão, pô, isso daí é maravilhoso. E sendo uma questão até de globalização, no sentido de que a gente consegue unir mais forças além da nossa comunidade. Nossa comunidade, na verdade, pode ser o mundo. Então isso é muito, muito providencial e extremamente importante. É porque isso também vai trazer visibilidade, por exemplo, para o artista que está lá no interior, que está lá na praia, lá no litoral e até nos “cafundós de Judas”. É uma forma de acesso e de propor e mostrar para ele como o mundo é enorme. Então essa aproximação que a que uma plataforma, por exemplo, poderia disponibilizar é interessantíssima e necessaríssima. E seria muito legal, porque não só para aproximar os artistas, mas para aproximar o público em si, que é na verdade, quem vai poder fomentar tudo isso, né? Todo o trabalho, quem vai consumir essa arte. Então eu acho que isso é providencial, ainda mais nos dias de hoje. Então vejo só pontos positivos nesse sentido, com toda a certeza. Isso é muito legal, porque daí não é só uma questão, de distâncias, mas uma questão, por exemplo, de idade. A arte é uma linguagem universal e é entendida desde uma criança, até um idoso. Então ela elimina essas fronteiras de tempo, de idade, de espaço e de regiões.</p> |
|---|--|

Por fim, a entrevistadora e a entrevistada comentam sobre como a arte é uma linguagem universal, perdurando desde a antiguidade até os dias atuais. Se perdurando tanto no ambiente social, ambiental e empresarial.

As duas também entram em consenso de que uma espécie de filtro seria de ótima utilidade, já que o bombardeio de informações inúteis ou ruins atrapalha, e a arte pode ser esse filtro.

8 APÊNDICE F- ENTREVISTA 2

Tabela 01: Entrevistado: Ryan Scherer Entrevistadora: Maria Fernanda Delcin Oliveira

| | Pergunta / resposta |
|---|---|
| 1 | O que você faz, qual a sua área? |
| R | Eu sou dançarino profissional e professor de dança. |
| 2 | O que mais te incentivou a começar nesse ramo? |
| R | Acho que foi mais a inspiração que eu tive dentro de casa, que foi da minha família. Meu pai, minha mãe, minha avó, que sempre estiveram dentro da cultura e acho que sempre estive meio que nesse caminho. Minha vó sempre teve uma escola de samba, na verdade, já teve. Quando era mais nova, minha mãe fazia parte como rainha da bateria. Eu tenho os meus tios, que são DJs. Meu pai sempre dançou, então eu sempre convivi, sempre vivi isso. Então, acho que surgiu o interesse a partir dali. |
| 3 | Você sente que vocês artistas não têm apoio? |
| R | Então, é, eu acho que nem é sentir, acho que nós não temos muito apoio mesmo. Infelizmente a gente não tem, porque é algo onde as pessoas não sabem, são leigas no assunto. E também tem a questão do preconceito, que é muito absurdo, porque eu falo, por exemplo, de um caso que aconteceu comigo na segunda-feira. Eu gosto de jogar bola, é meu lazer, e eu fui jogar bola com os colegas meus. Eles perguntaram o que eu fazia, eu respondi que sou professor de dança, e tal. E eles perguntaram se isso era profissão e se ganhava dinheiro com isso. Então, tipo assim, eles não sabem, as pessoas não sabem. Eu creio que até o governo não nos dá essa abertura pra gente criar projetos culturais ou pra gente demonstrar o que a nossa arte faz, o porquê, o que as pessoas que a gente ajuda |

| | |
|---|--|
| | ganham com isso. Então é meio complicado a gente fazer tudo sozinho, mas estamos aí. |
| 4 | Como já foi dito, o nosso projeto é fazer um aplicativo ou Plataforma que conecte artistas com empresas. Você acha que isso pode ajudar os artistas de alguma forma? |
| R | Eu acho que sim. Tudo é muito bem-vindo se for querendo ajudar os artistas, ajudar essa ideia de fomentar nossa cultura, tudo é válido; então creio que sim. |
| 5 | Alguma empresa já entrou em contato com você para alguma parceria ou algo do tipo? |

| | |
|---|---|
| R | Então, já entraram empresas, mas isso é mais em questão de Jobs, quando nós vamos em castings e essas coisas. Eles chamam para os castings e eles pedem para nós fazermos um comercial, participarmos de uma apresentação ou qualquer coisa do tipo. |
| 6 | E se tivesse uma plataforma pra conectar esses dois ramos de empresa e de artes, você acha que você iria entrar nessa plataforma? |
| R | Eu acho que sim, creio que facilitaria muito. Acho que seria um pouco mais direto da empresa, com o perfil do dançarino, do profissional que eles quiserem. Seria mais fácil, porque eu não sei como que vai funcionar o aplicativo, mas na minha visão, eles vão querer um perfil de um dançarino, e se esse perfil encaixar com o meu, eles entrariam em contato comigo ou eu entrando em contato com o deles. Seria algo mais direto. Não ficaria passando por essas questões de agências, que demora um pouquinho pra chegar até a gente. |
| 7 | Você, como professor, já viu algum aluno seu não realizar um trabalho por falta de incentivo ou falta de apoio? |
| R | A maioria, praticamente todos. Isso porque também eles não têm muito conhecimento, não se sabe se vai dar certo. Muita gente quer viver da dança, mas não tem inspirações ou pessoas que tiveram sucesso. Então é muito difícil eles levarem isso para a casa deles em questão de pai e mãe, |

| | |
|---|---|
| | e de eles entenderem se isso vai dar certo para o filho deles, e acabam não dando apoio por conta de falta de comunicação. |
| 8 | Vocês na área da dança mesmo, acham que têm alguma dificuldade que outras áreas artísticas não tenham? |
| R | <p>Então, eu acho que sim, mas ainda estamos conquistando muitos lugares ultimamente, então eu acho que é um pouco complicado, como eu falei no começo, de aceitarem os nossos projetos e comprarem a nossa causa. Eu acho que essa é uma coisa que é muito difícil para nós e para todos as outras culturas, os outras formas de arte. É muito difícil as pessoas comprarem nossas ideias, saca? Mesmo tendo esses programas e esses eventos, eles não apoiam o dançarino.</p> <p>Vou dar exemplo do porquê; eu participei do “Red Bull Dance Your Style” e estou classificado para seletiva da final em São Paulo, e as pessoas não sabem a diferença do “Red Bull BC One” para o “Red Bull Dance Your Style”, que dentro da nossa cultura da dança tem diferente estilos, várias formas e BC ONE é de break, aquela dança que as pessoas fazem muitos movimentos, mortais e essas coisas. E as outras do Dance Your Style são danças mais hip hop, o pop, o lock, o Denzel, então, tipo assim, é muito diferente. E por conta do breaking ser uma dança atrativa, com coisas acrobatas, com movimentos mais atrativos, eles não estão totalmente atentos para esse tipo de enfoque para nós, que somos de outros estilos.</p> <p>E por sermos de outros estilos, a gente não recebe apoio, apoio em questão de de qualidade, questão financeira ou em questão de conforto, porque, querendo ou não, a gente passa durante o dia inteiro nesse evento.</p> <p>Nós ficamos desde manhã lá, a gente tem que arcar com alimentação e com conforto de onde a gente vai ficar. Os eventos, na maioria das vezes não se preocupam conosco. São os dançarinos que deixam o evento legal, porque quem dança somos nós, quem traz essa atração somos nós. Então, tipo, nós deveríamos ser o principal foco deles e eles não têm esse cuidado.</p> <p>Por isso o sentimento é um pouco de frustração, saca?</p> |
| 9 | E você acha que a internet é um lugar bom para artistas, ajuda bastante? |
| R | Ela ajuda, ajuda muito como também complica a nossa vida. Como eu falei, as pessoas têm muita pouca informação, elas podem acabar nos |

| | |
|--|--|
| | <p>prejudicando. Como eu falo do TikTok, ele é uma plataforma muito boa para as pessoas postarem vídeos e se divertir. Só que as pessoas acabam confundindo a nossa arte e o que a gente faz. Porque tudo tem uma história, tudo tem o seu começo e misturar o que a gente estuda, o que a gente trabalha, o que a gente vive, com uma plataforma onde as pessoas só “criam” danças e copiam de cada estilo e falam que aquilo é um estilo novo de dança, isso é um desrespeito para nós. Eu acho legal as pessoas pegarem, fazerem dancinhas, eu acho muito divertido. Mas, agora, pessoas quererem dar aula de TikTok, quererem fazer essas coisas numa plataforma, tipo assim, na internet, é muito sem noção; porque querendo ou não, não houve um estudo para isso. Você não vai virar um professor de português se você não estudou línguas e não teve esse cuidado de aprender. E outra coisa, a gente trabalha com pessoas, a gente tem que ter o cuidado com pessoas. Eu estou ensinando uma criança, um adolescente, ou uma pessoa adulta um conhecimento que eu adquiri, como que eu vou passar um conhecimento que eu adquiri em um vídeo? Entende? E tipo assim, eu falo mais do TikTok, mas eu vou falar do Instagram. O Instagram é uma plataforma que me ajuda muito, porque hoje em dia a gente não entrega mais currículo, não existe mais essa ideia de currículo, as pessoas acessam as nossas redes sociais. Então se o meu Instagram não estiver mostrando o meu trabalho, a minha vida, a minha forma, minhas danças, como é que eu vou atingir tal público? Porque é muito difícil. A gente está fazendo isso por fora, mas a internet ajuda sim, só que tem que saber utilizar.</p> |
|--|--|

Nesse momento, a equipe de entrevista cita como na dança, o instrumento artístico é o próprio corpo, e é o menos valorizado. Fazendo com que o entrevistado concorde com essa frase.

| | |
|----|---|
| 10 | Você já se sentiu excluído profissionalmente por trabalhar na arte? |
|----|---|

| | |
|---|---|
| R | Então, eu falo por mim mesmo, e graças a Deus eu nunca tive esse sentimento de estar sendo excluído, por conta que de ter meu pai, que é meu mestre. Ele dá aulas, então eu sempre tive muita referência e muito nome, meu nome é um pouco renomado. Então, tipo assim, acho que eu sempre tive a oportunidade de estar dando aula em lugares. Eu |
|---|---|

| | |
|----|---|
| | <p>acho o meu trabalho incrível, as pessoas também adoram, então eu nunca tive esse sentimento de ser excluído, mas eu tive o sentimento de não ser valorizado. Eu vou dar um exemplo, é esse sentimento de dom. Você não ser valorizado, é as pessoas quererem ditarem o valor que você cobra na sua aula.</p> <p>Eu não digo o resultado que eu criei, o meu resultado é sempre o mesmo, se eu estou entregando um trabalho, ele tem que ter um produto, e o produto é o resultado; Então, eu te garanto esse resultado e é por isso que eu cobro esse valor, e as pessoas acabam por não saber e não estão nem aí. Querem sempre o quê? O mais barato, mais acessível e, muitas pessoas... como eu posso falar?</p> <p>Fora eu, muitos outros artistas às vezes necessitam desse trabalho e acabam aceitando essas condições, que é onde a gente não deveria aceitar, mas às vezes as pessoas não têm escolha e por isso que acabam aceitando se sentem excluídas, já que elas aceitam trabalho onde elas não estão felizes e onde elas quase pagam para trabalhar. Então, é um mundo muito cruel para quem não teve uma boa formação.</p> |
| 11 | E algum dos seus alunos acabou desistindo de continuar fazendo as aulas? |
| R | <p>Muitos não desistiram por conta da aula, desistiram por conta de não ser muito acessível no momento. Acho que nunca, as pessoas nunca, nunca desistiram por causa da minha aula, porque eu deixo bem claro e eu quero que elas saibam que é feito o que elas desejam. Tipo assim, se a pessoa quer viver na dança, eu já deixo bem claro o que é que ela vai encontrar na dança. Se a pessoa só quer deixar como hobby, a minha aula vai ser programada para hobby. Então na minha aula eu nunca tive esse sentimento de desistência. Eu sempre os deixei muito claro sobre essas coisas acontecerem, mas eu já vi muitas pessoas desistirem por conta de algumas aulas que as pessoas não tiveram tanta atenção individual. Porque muitas das vezes quando a pessoa procura um hobby, ela procura uma atenção, ela quer ser vista, ela quer sentir esse cuidado. Então, como professor, a gente tem que ter esse cuidado absurdo, porque são pessoas, saca? Então acho que esse sentimento de desistência, se acontecesse isso comigo, eu tentaria moldar de alguma forma para que isso nunca ocorresse</p> |

Depois dessa pergunta, a entrevistadora e o entrevistado comentam um pouco mais da dança em geral, da forma de visão como uma profissão, paixão e renda; explicando também toda a atmosfera de pedagogia que envolve a dança. Posteriormente a entrevistadora explica sobre a estrutura do projeto e seu propósito para o entrevistado, ganhando aprovação dele e as seguintes aspas:

“Quando vocês me explicarem no final como que vai ser o aplicativo em si, se vai ter perfil, e como que vai funcionar, posso opinar melhor. Então a gente vai colocar no perfil nossos trabalhos uma descrição e tal, eu acho válido, pô.”

9 PÊNDICE G- ENTREVISTA 3

Tabela 03: Entrevistado: Nara Guichon Entrevistador: Thiago Rocha

| | Pergunta / resposta |
|----|--|
| 01 | O que te motivou a começar neste ramo de tecer rede e começar a trabalhar no seu projeto ambiental? |
| R | Inicialmente, o interesse surgiu apenas pela beleza das redes, que ocorreu na época de 1998, quando eu não tinha a mesma visão sobre proteção ambiental que tenho hoje. Esse gosto e ideia sobre o assunto não surgiu por conta própria, foi devido a influência do trabalho do Henrique Shucman, um grande artista têxtil brasileiro, onde ele já não tinha mais dificuldades com a utilização da lã e do tecido. Foi quando ele mudou seu foco para o lixo marítimo e me incentivou a ir para o ateliê de sua posse para fazer um curso de tapeçaria artística, e foi quando me encantei com tal material e o utilizei para produzir tecidos, pois trabalhava com materiais sustentáveis na época. A partir de 2015 abandonei o ramo da moda e do comércio para focar no ramo artístico e nos projetos ambientais onde estou até hoje. |
| 02 | Alguma empresa já entrou em contato com você? |
| R | Sim, com intenções de promover a imagem da empresa, transformando a visão do público para que a empresa seja vista como uma “empresa verde”. |
| 03 | A senhora já se sentiu excluída por não ter reconhecimento ou visibilidade, pelo fato de as empresas não procurarem tanto, ou pela falta do elo entre as empresas e os artistas? |
| R | Acredito que o que falte seja esse elo. Rejeitada, não, pois acredito que se trata de uma caminhada. O Sul do Brasil sempre foi esquecido e agora está ganhando mais visibilidade no ramo artístico. Apenas me sinto como se as pessoas não entendessem minha forma de arte por serem de tamanhos diferentes e formas não rotineiras. Acredito que tudo que é novo precisa de um tempo para ser assimilado. |
| 04 | Você acredita que a criação da nossa plataforma colaboraria para os artistas a ganharem visibilidade? |

| | |
|----|---|
| R | Sempre digo que se trata de uma colaboração, onde ambos se fortalecem e com certeza precisamos de matérias como essa e iniciativas como essa, sem dúvida alguma. |
| 05 | Você já deixou de trabalhar em algum projeto por causa de sofrer preconceito, ou a falta de fé das pessoas na sua causa? |
| R | Não, nunca tive essa atitude. Sempre trabalhei por paixão e nunca por dinheiro, dinheiro é uma consequência e acredito que se trabalhar com o que gosta você já está sendo recompensado, não só pela felicidade, e sim pela realização e liberdade de fazer o que gosta |
| 06 | Quais foram os maiores desafios que você enfrentou neste ramo? |

| | |
|----|--|
| R | Eu não tenho muito o que dizer sobre isso, no início nada é fácil, mas os desafios eram receber apoio das empresas enquanto trabalhava no ramo da moda. Sempre que as empresas te contatavam eram legais e receptivos, mas quando era o inverso, eles não correspondiam com respostas. |
| 07 | Como as pessoas enxergam seu trabalho por serem redes de peixe? Acredita que tenham preconceitos por terem essa origem? Ou comentem sobre o cheiro, por exemplo? |
| R | Ocorreu uma vez, mas não tinha cheiro de peixe, o que ocorre é que pessoas mal-intencionadas sem o que fazer, que querem atrasar a vida de quem está correndo atrás. O que acontece é que quando um produto é bonito, é quase como uma camuflagem dos problemas, as pessoas dão mais valor ao visual do que a alma do produto. |
| 08 | Quais suas esperanças para o futuro do movimento da arte sustentável? Como você acha que seu trabalho vai ajudar o meio ambiente? |
| R | Colaborar com o meio ambiente sempre ocorre independente da visibilidade, pelo fato de que sempre fiz a minha parte e sei o quanto colaboro ao meio ambiente. Porém, em relação ao futuro não se sabe, mas acredito que o futuro de nosso planeta já está escrito, pelo fato de que cada ser humano já escolheu seu caminho. 80% se importam, mas aqueles que realmente fazem algo são poucos. Então, quando faço isso, eu estou fazendo por mim e pela Terra e não faço pelo homem, por conta de já ter decidido seu destino. |

| | |
|----|--|
| 09 | Você acredita que no seu ramo do meio ambiente tenha mais ou menos problema do que outras áreas artísticas? |
| R | Não vejo problema na minha arte, a não ser o fato de as pessoas não estarem preparadas para entender. Não existe comparação entre os outros ramos pelo fato de que cada um tem seu lugar, sua beleza, sua forma de encantar e seu próprio público. |

10 APÊNDICE H- ENTREVISTA 4

Tabela 04: Entrevistado Bruno Betinez Entrevistadora: Isabela Fernandes

| | Pergunta / resposta |
|----|---|
| 01 | O que te incentivou a começar nesse ramo? |
| R | <p>Eu, assim como muitas pessoas, gostava muito de música desde pequeno, né? Eu nasci em 1979, então foi uma geração que cresceu ouvindo discos, vinis e as fitas cassetes; e ao todo era um evento muito coletivo, então a gente ouvia as músicas com as fitas e discos dos pais e tios. Agora falando como eu comecei na música. Para mim, foi um processo de certa forma natural, já que eu fui incentivado pela minha mãe, que tocava piano. Eu não tinha tanto contato com meu pai, mas ele era músico profissional e depois a gente voltou a ter contato e trabalhar junto até o final da vida dele. Mas o que me incentivou no início mesmo foi o fato da minha mãe me ensinar a tocar um instrumento, fui de violão e depois guitarra; e nesses contatos com os instrumentos eu já comecei a esboçar algumas músicas e composições, e isso me estimulou a procurar o caminho natural de me juntar com outras pessoas e formar uma banda. Então foi tanto esse estímulo da minha mãe com um instrumento e também depois com a convivência com meu pai depois dos 14 anos, aí eu ia com ele em shows e estúdios de gravação, então isso me estimulou a querer ter meu próprio trabalho musical, e a partir daí passar a encarar a música como uma coisa mais séria, algo mais profissional.</p> |
| 02 | Você, na área da música, tem alguma dificuldade que outras áreas do ramo da arte talvez não tenha? |
| R | <p>Eu creio que a principal dificuldade da área artística, da música, teatro, artes plásticas é a grande dificuldade da informalidade. Alguém que trabalha exclusivamente com música dificilmente vai ter férias remuneradas, dificilmente vai ter um décimo terceiro, salário. Aposentadoria só vão ter se ele contribuir de alguma forma, se partir dele uma inscrição, contribuição mensal, através de uma coisa assim, então eu acho que esse é o grande... vazio que nós sentimos na profissão. Coisas que são muito simples e comuns do cotidiano de outras profissões, para</p> |

| | |
|----|--|
| | quem tem uma carteira assinada, para o músico ou quem vive exclusivamente de música, às vezes fica distante. |
| 03 | Você acha que as empresas podem ajudar os artistas independentes? |

| | |
|----|--|
| R | <p>Eu acredito que que sim, que as empresas podem ajudar os artistas independentes. E isso se dá hoje, pelo menos aquelas que ajudam, né? Principalmente através de mecanismos culturais, como as leis de incentivo. A gente tem aqui no estado do Pará, por exemplo, a lei “semear”. Houve no município de Belém uma lei municipal também, chamada “Tó Teixeira”, que trabalhava com o imposto de ISS, lei estadual, trabalhava com ICMS. Então, assim, as empresas têm a possibilidade, de ajudar dessa forma os projetos, mas para isso, o artista tem que estar minimamente estruturado para saber escrever um projeto, aprovar ele em lei e depois partir para a captação. Eu acho que poderiam existir mecanismos mais simples e maior informação, inclusive. Para que as empresas entendam que isso é uma coisa muito, muito simples e benéfica, porque ela pode depois ter o retorno no seu desconto, né? Na sua declaração de imposto de renda e outras formas.</p> |
| 04 | Você acredita que a falta de apoio institucional afeta os artistas? |
| R | <p>Se a gente pensar nas instituições públicas, municípios, estado e governo federal, eu acho que assim existe um apoio institucional. Existem mecanismos institucionais de cultura, e o que acontece é que eles não conseguem contemplar uma grande maioria, porque são muitos artistas. Cada artista, como eu falei na pergunta anterior, tem uma forma estruturada. Temos por exemplo, um mestre da cultura popular que vive em uma cidade no interior que faz cultura popular há 50 anos, e que às vezes, não tem acesso à internet, dispositivo ou não tem conhecimento para escrever um projeto e se contemplar com a lei que muitas vezes foi feita/condicionada pensando diretamente na cultura popular. Tem coisas assim no ministério da cultura, porém o acesso tem que ser pensado de uma forma melhor; criar mais formas de acesso mais simplificado, criar uma formação para esses artistas e para os produtores culturais que tem uma</p> |

| | |
|----|---|
| | função intermediadora muito importante. Muitas vezes entre essa cadeia produtiva, o artista tem um projeto, a forma de captação, e a forma de realização desse projeto. Tem músicos que não são produtores culturais, então muitos deles vão precisar se aliar a esses profissionais que são importantes também para a cadeia criativa. |
| 05 | Você já deixou de realizar um trabalho por falta de incentivo? |
| R | Sim, eu já deixei de realizar projetos que estavam aprovados, né? Com carta de captação, por exemplo, aqui do governo do estado do Pará, da lei semear, tanto o projeto de videoclipe, projeto de álbum, são projetos que foram aprovados, mas que eu não consegui fazer a captação, que é justamente você chegar no patrocinador, chegar numa empresa. É no CNPJ que você os convence a bancar o seu projeto e depois esse dinheiro ir sendo deduzido aos poucos. Não é dos impostos que eles pagam ali para o estado, né? Então eu deixei de realizar sim, em algumas ocasiões. |
| 06 | Alguma empresa já entrou em contato com você para parceria? |

| | |
|----|---|
| R | Bom, não, eu particularmente não. Parcerias assim, a nível de bancar um produto como um videoclipe, um álbum, um single ou algum evento cultural? Não. Eu sempre tive que ir buscar, né? O que ocorre muito hoje é assim, nós temos que definir o que seria parceria. Porque hoje em dia, através da internet, muitas empresas procuram artistas para vender serviços. Serviços de produção musical, de gravação, serviços de colocar tua música numa plataforma de streaming, né? Então, isso sim já foi abordado para me oferecerem produtos pagos. Às vezes chamam de parceria, mas uma parceria no sentido de você realmente ser patrocinado diretamente assim? Ainda não tive essa oportunidade. |
| 07 | Você já se sentiu excluído profissionalmente, por trabalhar no ramo artístico? |
| R | Bom, eu acho que são em situações como, por exemplo, conseguir um crédito bancário, às vezes abrir uma conta bancária, conseguir um cartão de crédito com um limite mais alto. São sempre situações que, quando você |

| | |
|----|--|
| | <p>declara a sua atuação só como músico, às vezes é dificultado. Justamente pelo que eu falei lá numa das perguntas iniciais, pela falta de formalidade de uma renda, né? O músico às vezes até tem uma renda. Um músico que que seja articulado, que já tem uma rede de clientes, que trabalhe com muitos eventos e shows e produções. Às vezes ele até consegue uma renda passível de repente pagar a parcela de um imóvel, mas não tem comprovação. Então, eu acho que é nesse momento que o artista sente isso, né? Quem? Exclusivamente da arte, ou da música, pode se sentir assim, né? Excluído profissionalmente, porque apesar do esforço tremendo que ele tem, às vezes um esforço maior que outras profissões, justamente pois ele não é visto como um profissional, né? Como alguém que que possa ter uma carta de crédito, uma conta bancária, tudo isso. Isso é um é um problema, de fato.</p> |
| 08 | <p>Você acha que uma plataforma seria útil para conectar artistas e empresas?</p> |
| R | <p>Uma plataforma, né, para conectar artistas? Bom, creio que sim. Existem até algumas. Tenho visto na internet algumas iniciativas tentando criar plataformas que ligam os serviços com os compradores dos serviços. Isso incluindo hoje em dia venda de shows. Fazer um pequeno perfil da sua banda, do seu trabalho. Eu acho que qualquer plataforma que consiga conectar oferta e demanda vai ser muito útil para o para toda economia criativa e todo o mercado musical. Nós sabemos que muitas vezes, de repente, tem alguém que está organizando um festival que quer uma atração diferente, uma sonoridade diferente, mas não consegue localizar, de repente esse artista, né? Nessa diversidade cultural gigante que o Brasil tem. Então seria muito útil, com certeza, uma plataforma que possa conectar mais essas duas partes, eu acho válido.</p> |

11 APÊNDICE I- ENTREVISTA 5

Tabela 05: Entrevistado: Banda Aurora Dark Entrevistadora: Isabela Fernandes

| | Pergunta / resposta |
|----|---|
| 01 | O que incentivou vocês a começarem nesse ramo? |
| R | Acontece naturalmente, cada integrante tem a sua história particular com a música e em especial de como o rock in roll entrou em nossas vidas. Mas como banda, achamos essa linguagem em comum; é a nossa maneira de nos expressarmos sobre a vida. Apesar de ser um ramo difícil de atuar, estar no palco performando e no estúdio ensaiando, gravando e compondo, é algo que amamos fazer. |
| 02 | Vocês, na área da música, têm alguma dificuldade que outras áreas no ramo da arte não tenham? |
| R | As artes no Brasil são bem desvalorizadas e prejudicadas. Principalmente artistas pequenos que não tem condição financeira de investir no seu próprio trabalho. Os músicos no Brasil sofrem com essa mesma questão, apesar de ser tudo mais acessível atualmente, ainda é difícil manter-se no ramo musical sem patrocínios ou sem ter 2 ou mais trabalhos/ projetos em outras áreas. Para se ter uma ideia, nosso objetivo era gravar um álbum com 12 a 14 músicas, mas só conseguimos dinheiro para os nossos 3 singles, que foram subsidiados do nosso próprio bolso. Grande parte do valor foi de economia de parte do cache que recebíamos quando fazíamos mais shows tributos (tocando músicas de grandes bandas) |
| 03 | Vocês acham que as empresas podem ajudar artistas independentes? |
| R | Sim, através de parcerias e patrocínios. Sabemos que atualmente, existem leis que permitem o contribuinte deduzir do Imposto de Renda valores para destinar diretamente a projetos culturais apresentados por pessoas físicas ou empresas do setor de cultura, porém, no nosso caso, ainda é difícil conseguir esses patrocínios por inúmeros fatores. Um deles é o fato de que projetos pequenos com pouca visibilidade, alcance ou relevância, não são atrativos para as empresas. |
| 04 | Vocês acham que a falta de apoio institucional afeta os artistas? |

| | |
|----|---|
| R | <p>Sendo apoio institucional, um apoio vindo do governo, existem leis como a lei Rouanet e a lei Paulo Gustavo, que sim, contribuem muito com o setor artístico brasileiro. No entanto, sabe-se de maneira informal, que a maioria desses recursos acabam ficando com grandes grupos do setor, gerando assim um monopólio artístico cultural, que acaba não dando espaço para a totalidade de diversidade artística do país. Ressalto também, que a divisão desses recursos passa por editais municipais, onde se vê também certo monopólio. Além de que no nosso ver, esses recursos não são para fins artísticos, e sim para fins culturais com ênfase em "bem-estar social", onde os projetos devem ter a finalidade de trazer algum benefício a comunidade. Por exemplo: grupos ou companhias de dança/ teatro que promovem apresentações em escolas estão sempre entre os favoritos desses editais, uma banda que pretende gravar um videoclipe ou obter subsídio para gravação de um EP ou álbum não, pois é difícil encaixar uma finalidade social num projeto de EP ou álbum. Falamos isso por experiência própria de quem atua no ramo há mais de 10 anos e já concorreu a inúmeros editais e foi muito pouco contemplado.</p> |
| 05 | Vocês já deixaram de realizar um trabalho por falta de incentivo? |
| R | Sim, inúmeras vezes. Na verdade, a gente não deixa de fazê-lo, só vai jogando-o para o futuro. Isso desanima bastante. |
| 06 | Alguma empresa já entrou em contato com vocês para parceria? |
| R | Já tivemos pequenas parcerias com algumas empresas e pessoas jurídicas, mas tudo aconteceu por intermédio de terceiros, nada diretamente. Uma ocasião foi uma live acústica que fizemos eu (Felipe) e a nossa vocalista (Laura) logo no início da pandemia. |
| 07 | Vocês já se sentiram excluídos profissionalmente, por trabalhar no ramo artístico? |
| R | <p>Sim, não só por trabalharmos com música e querer viver disso, o que a maioria da população não reconhece como um trabalho legítimo, quanto dentro do próprio ramo.</p> <p>Há também o problema de empresas que se beneficiam do setor musical e estão constantemente desvalorizando estes profissionais com cachês muito baixos, condições de estrutura precárias entre outros fatores,</p> |

| | |
|----|---|
| | minimizando a importância do músico para o espaço de entretenimento e lazer da população. |
| 08 | Vocês acham que uma plataforma seria útil para conectar artistas e empresas? |
| R | Depende, existem plataformas como o submithub, musicxray, gigsland entre outras que conectam músicos a curadores, playlsters, casa de shows, gravadoras etc. Mas que em muitos casos são projetos que para artistas pequenos/médios não fazem sentido pois dependem de deslocamento físico muito grande ou de alguma demanda muito específica, sendo as vezes algo muito vago para um artista que já tem seu gênero consolidado. Já ouvi falar de algumas plataformas brasileiras de booking para artistas, mas com péssimas avaliações entre os usuários. O que a gente buscou por algum tempo, foi contratar alguém para fazer a gerência da banda, ou seja, ser o intermediário entre a banda e casas de show, bares etc, elaborar projetos para editais públicos e entrar em contato com empresas para patrocínios e parcerias, no entanto, para termos uma pessoa especializada nisto, teríamos que disponibilizar um custo do qual a banda não tem como arcar, e também aqui na nossa região faltam pessoas especializadas na área de gerência. |

| | |
|---|--|
| R | Por fim, vale ressaltar que a banda já tem uma longa história, que muitas pessoas já trabalharam conosco e que dos integrantes atuais, todos têm outras formas de sustento além da música que nos dá pouco retorno. Como dito na primeira questão, é algo que amamos fazer. Independente disso, a nossa vocalista atua como influenciadora no ramo da beleza/estética e trabalha para obter maior visibilidade de sua marca pessoal, tendo como objetivo secundário a expansão do nome Aurora Dark. Sabemos que hoje em dia, o mercado musical é muito diferente e se tornou algo nichado e com muito mais concorrência, são poucas as novas bandas que tem relevância para o público geral, ou seja, o mercado musical é feito atualmente de personas e não de grupos, então a construção da marca da banda se deve muito da construção e influência da marca de cada integrante. O nosso guitarrista, que é formado em música e tecnologia |
|---|--|

| | |
|--|---|
| | <p>bacharelado pela UFSM, também está com projetos para internet, onde o foco também é construir relevância que contribua com a construção da marca da banda.</p> |
|--|---|

12 APÊNDICE J- ENTREVISTA 6

Tabela 06: Entrevistado: Guthierry Pereira Entrevistadora: Nicole Galluzzi

| | Pergunta / resposta |
|----|--|
| 01 | Conheci seu trabalho na live do Felca (Felipe Bressanim, influenciador digital), que sou muito fã e acompanho há muito tempo, e seu trabalho me chamou a atenção. Querendo ou não, essa foi uma oportunidade muito especial para você, e que muitos artistas não têm. Seguindo nessa linha de raciocínio, você acredita que a internet é um meio importante para enfrentar a falta de espaço na arte? |
| R | Com certeza. A internet foi um meio que revolucionou a forma de produzir e divulgar arte. Mas, mesmo com a internet, você tem que trabalhar duro para que o seu conteúdo consiga alcançar as pessoas. |
| 02 | O que te motivou a começar no ramo da arte? Você se sentiu acolhido ao começar? |
| R | Na verdade, eu estou na música desde criança. Minha família tem vários músicos, meu primo é formado em música, dá aulas de música e tem uma banda, então a influência da arte e da música foi sempre presente em minha vida. Mas o motivo que me fez querer seguir nesse caminho foi, na verdade, a cura que a música causou, mesmo que momentaneamente, em minha vida. Nela eu consigo “colocar para fora” toda a minha dor, minhas angústias e também, a felicidade. Por meio dela consigo expressar aquilo que não se pode sentir apenas com palavras. E também tem a questão de não querer ser só mais um figurante nessa momentânea existência que vivemos. |
| 03 | Uma das coisas mais difíceis em trabalhar com arte é lidar com dinheiro e com o apoio das pessoas ao nosso redor. Você já deixou de realizar um trabalho artístico por falta de incentivos/recursos? |
| R | Não, eu já toquei até de graça. Mas às vezes isso atrapalha muito, por causa das cordas, microfone, som, etc. Esses e outros fatores acabam atrapalhando o desempenho ou a realização do evento. |
| 04 | Na nossa monografia tem um trecho que é sobre isso. Muitos artistas trabalham de graça para conseguir um pouco de espaço. Meus pais são músicos, então eu |

| | |
|----|--|
| | sei exatamente como é esse meio, é uma palhaçada. Se pagam o transporte, não pagam o trabalho, e vice-versa. A arte é sua principal forma de renda? |
| R | Exatamente. Isso de tocar de graça ainda é normal quando se está começando, para apresentar seu trabalho, mas muitas vezes são “mão de vacas”. Te pagam 200 para tocar em um lugar, até aí beleza, mas e a sua passagem? E as cordas do violão, a alimentação, etc.? É muito gasto, fora o seu cansaço. Eu não estou na música pelo dinheiro. Claro que quero ter uma boa condição financeira para poder fazer as coisas que sempre quis, mas esse não é o meu objetivo de vida principal. |
| 05 | Cada vez mais os recursos destinados a cultura estão sendo cortados. Você acha que as políticas governamentais e a falta de apoio institucional afetam os artistas independentes? |
| R | Com certeza. Eles ajudam os artistas ricos, a Lei Rouanet só favorece os artistas famosos, que ficam cada vez mais ricos. |

| | |
|----|---|
| 06 | O meu projeto é uma plataforma onde artistas de todas as áreas podem divulgar seus trabalhos para que empresas que precisam de demandas artísticas possam entrar em contato. Você acha que uma plataforma online poderia ser útil para conectar artistas independentes e empresas? |
| R | Sim, inclusive existem projetos nessa linha. Algumas distribuidoras de música têm canais onde elas divulgam as músicas dos artistas que fecham com elas. Já vi bandas de rock dos Estados Unidos que têm os clipes postados em canais de gravadoras ou de distribuidoras. Então seria uma boa, “quem não arrisca, não petisca”. |