



O Impacto do Marketing no Planejamento Estratégico para o Desenvolvimento de uma Carreira Artística Independente

Etec

José Rocha
Mendes
São Paulo



Orientadores: Bento Pequim

Apresentado e desenvolvido por:

Fernanda Silva Cobos

Manuela Aparecida de Oliveira Mendonça Pereira

Maria Eduarda Ferreira Leite

Mariana Silva cobos

Natália Silva cobos

Sthefany Elyse Lima da Silva

Introdução

O cenário musical brasileiro passa por intensas transformações impulsionadas pelas tecnologias digitais e pelo crescimento de artistas independentes. Nesse novo contexto, o talento artístico por si só já não basta, é necessário compreender princípios de marketing, gestão e comunicação para construir uma carreira sólida e sustentável.

Buscamos compreender como o marketing e a identidade visual podem se tornar ferramentas de fortalecimento da imagem, ampliação da visibilidade e profissionalização de quem atua de forma autônoma.

Justificativa

A escolha do tema surgiu da percepção de que muitos artistas talentosos enfrentam dificuldades em construir uma carreira sólida por não dominarem estratégias básicas de marketing e divulgação. Com o avanço das redes sociais, o acesso ao público se tornou mais fácil, mas também mais competitivo. Buscamos unir gestão e arte para mostrar como o marketing pode fortalecer a imagem e a autonomia de artistas independentes. O trabalho se justifica pela atualidade do tema e pelo seu potencial de oferecer soluções práticas a quem deseja transformar a arte em profissão.

Objetivos

Geral:

Analisar as principais estratégias de gestão de carreira para artistas independentes com foco em marketing, identidade artística e presença digital.

Específico:

- Analisar como o marketing e o planejamento estratégico fortalecem artistas independentes;
- Investigar o papel da identidade visual na construção da imagem profissional;
- Compreender o impacto da presença digital na visibilidade e no engajamento artístico;
- Aplicar os conceitos estudados em uma proposta prática de identidade visual;
- Desenvolver um guia educativo para artistas utilizarem o marketing de forma acessível e autêntica.

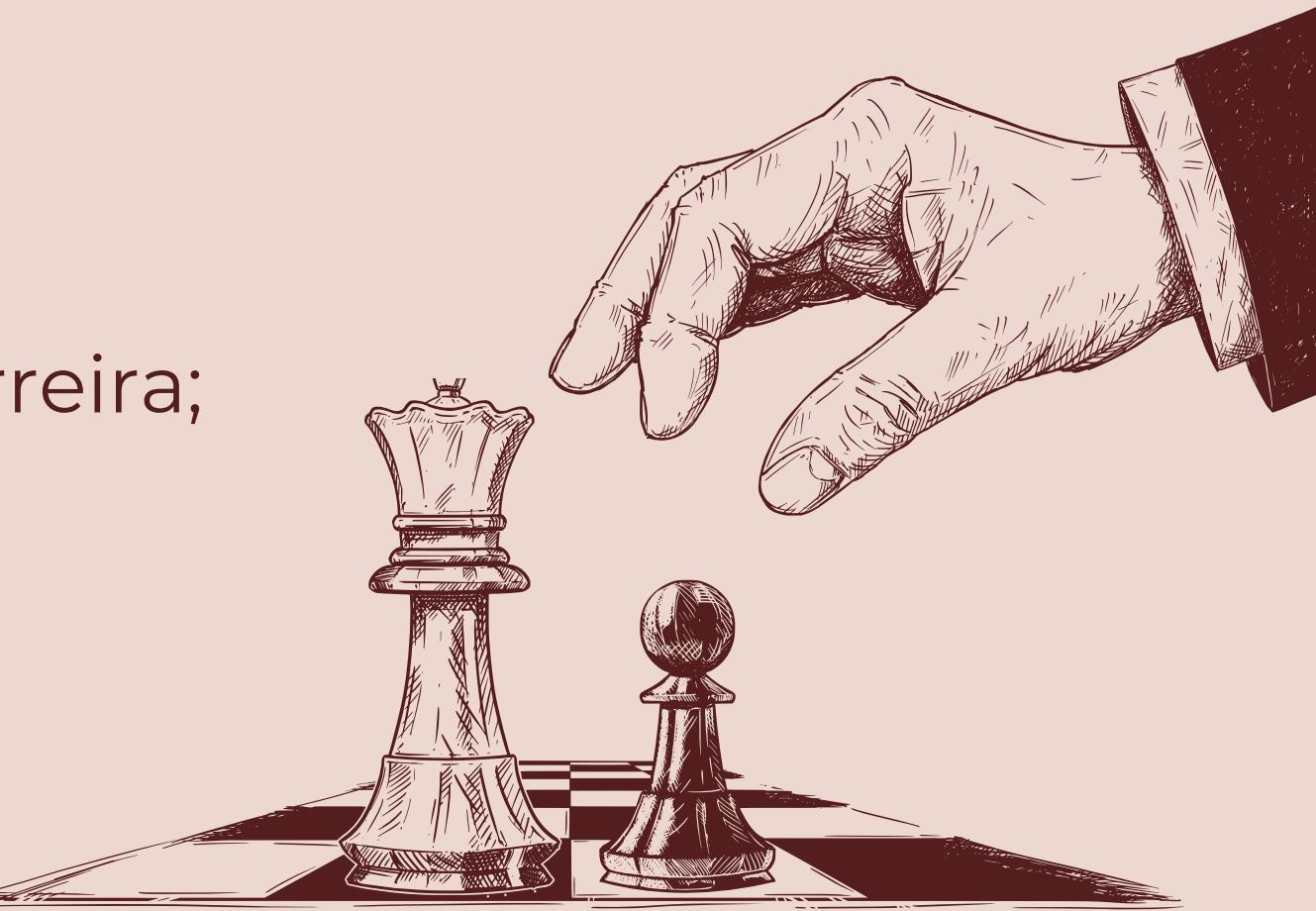
Metodologia

- **Abordagem:** qualitativa e quantitativa (marketing + campo + estudo de caso);
- **Bibliográfica:** autores (como Kotler, Keller, Jenkins), SEBRAE, artigos e relatórios;
- **Estudo de caso:** artista Júlia D'Paula, presença digital e estratégias;
- **Pesquisa de Campo:** formulários sobre redes sociais e identidade visual;
- **Ferramentas:** SWOT, plano de ação e cronograma de marketing.

Planejamento Estratégico como Ferramenta

Planejamento Estratégico

- Organização e gestão estratégica complementam a criatividade;
- Metas, controle financeiro e parcerias fortalecem a carreira;
- Planejamento estratégico garante crescimento e adaptação ao mercado;
- A produção independente amplia a autonomia e democratiza o acesso;
- Estratégias bem estruturadas aumentam visibilidade e sustentabilidade.



Relações Públicas e os 4 R's



Relevância

Destaque e diferenciação.



Reconhecimento

Identidade única e memorável.



Relacionamento

Comunicação eficaz e parcerias alinhadas.

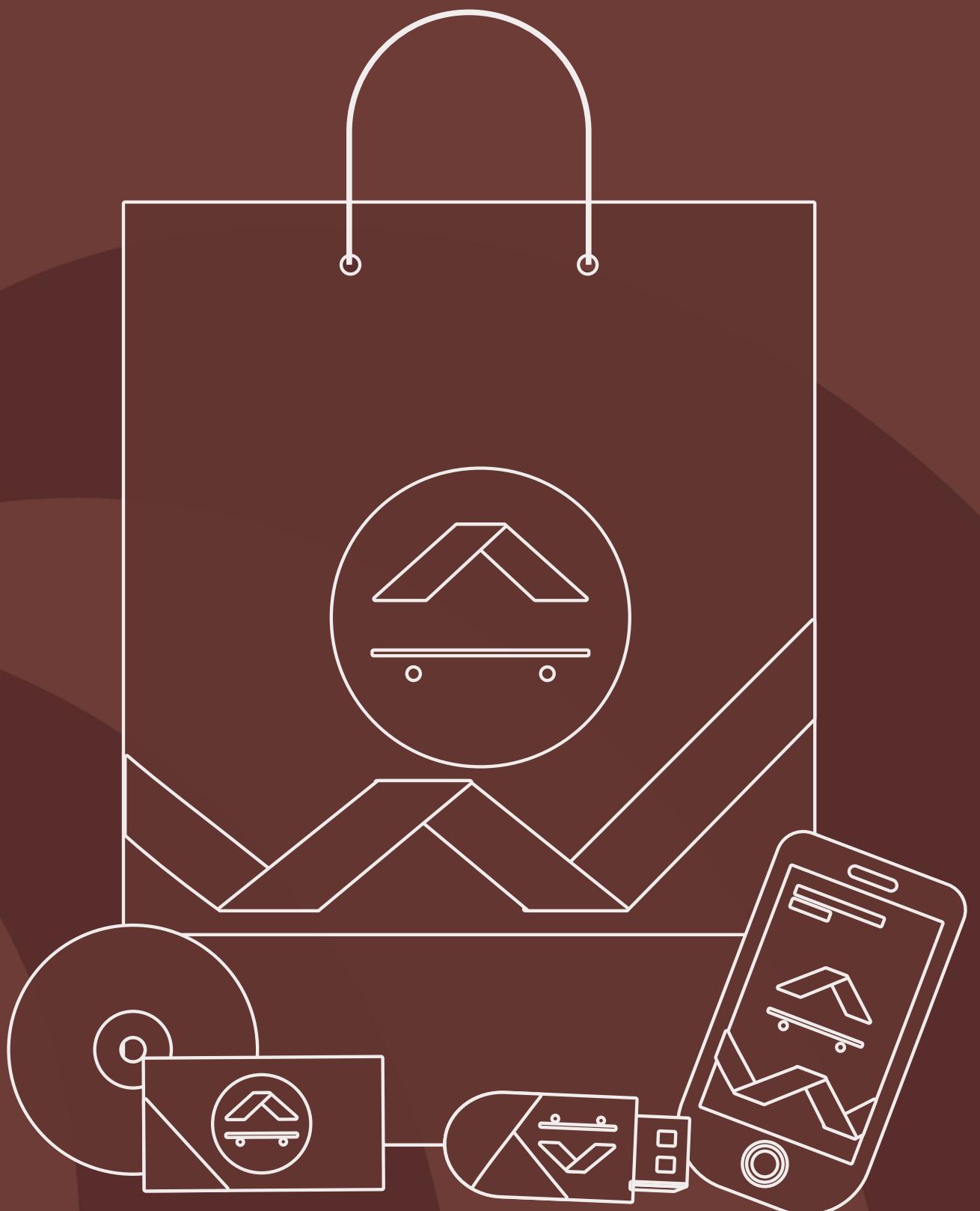


Reputação

Percepção positiva e confiança construída com o tempo.

Relações Públicas constrói relações benéficas entre artistas e público, fortalecendo imagem e engajamento.

Identidade Visual



Conceito e Importância

- Conjunto de elementos gráficos que expressam valores e personalidade.
- Agem como linguagem visual estratégica e fator de diferenciação.
- Capas, logotipos e estética comunicam a proposta artística e o posicionamento.
- Quando bem elaborada, gera reconhecimento e fidelização.

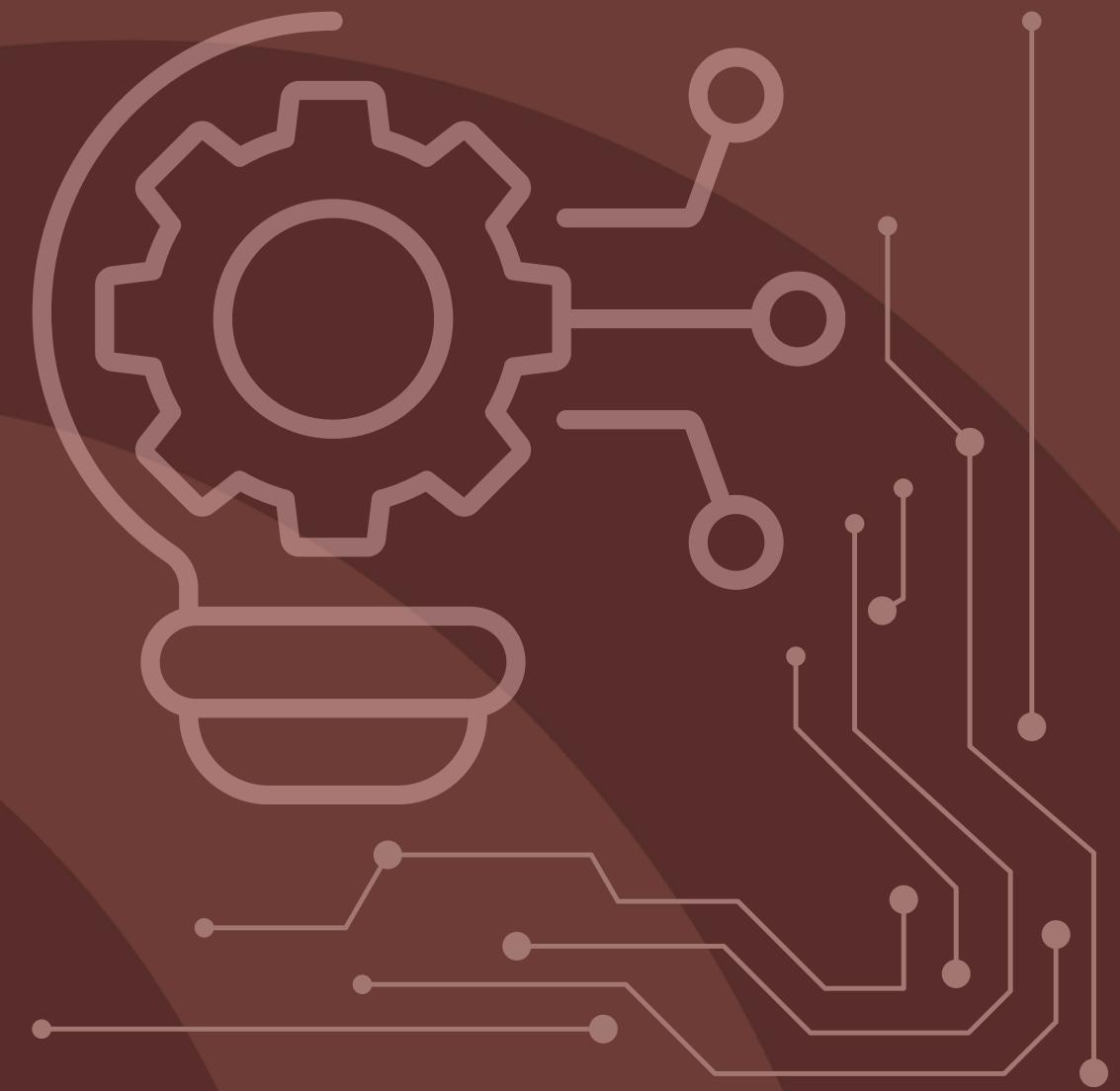


*Artistas Independentes mudando a
Indústria Musical*

Selos e Artistas Independentes

- Crescimento de selos e artistas autônomos, surgimento dos “Unicórnios Indies”;
- Plataformas como Spotify, TikTok e YouTube impulsionam divulgação, formação de público e crescimento sem depender de grandes gravadoras
- Ferramentas digitais e redes sociais democratizam o acesso e ampliam visibilidade;
- Inovação, agilidade e nichos específicos desafiam grandes gravadoras;

Adaptação às Mudanças



Inovações Tecnológicas e Institucionais

- Avanço do streaming e das plataformas digitais transformou o mercado;
- Artistas precisam dominar marketing digital e gestão de presença online;
- Exige novas formas de monetização, engajamento e colaboração;
- Estratégia, identidade e inovação se tornam diferenciais.

A Nova Indústria Musical

A Nova Indústria Musical

- A internet facilitou a produção independente no Brasil;
- Artistas podem gravar, distribuir e se comunicar diretamente com o público;
- A nova indústria valoriza singularidade e autenticidade;
- Esses princípios também se aplicam a marcas independentes, que precisam se diferenciar e gerar confiança.



Pesquisa de Campo

Público, objetivo e metodologia

- **Objetivo:** analisar como o público percebe o marketing e a identidade visual de artistas independentes;
- **Metodologia:** questionário via Google Forms com perguntas sobre comportamento digital e percepção estética.

Quantidade de Participantes

160 pessoas

Gênero

63,1% mulheres e 36,9%
homens.

Faixa Etária

Entre 18-35 anos
(66,2%)

Resultados

*Uso de Redes
Sociais*

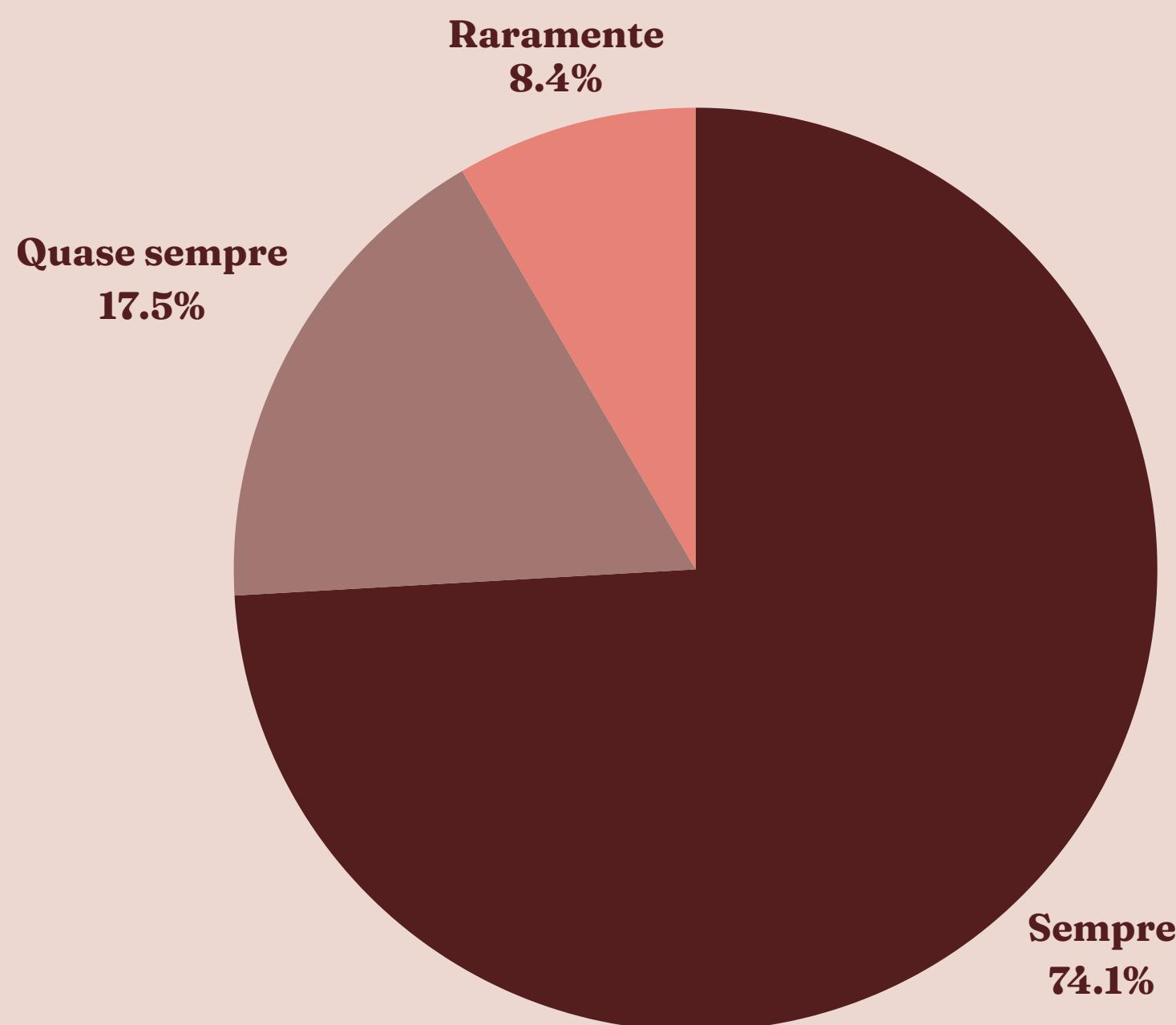


*Identidade
Visual*

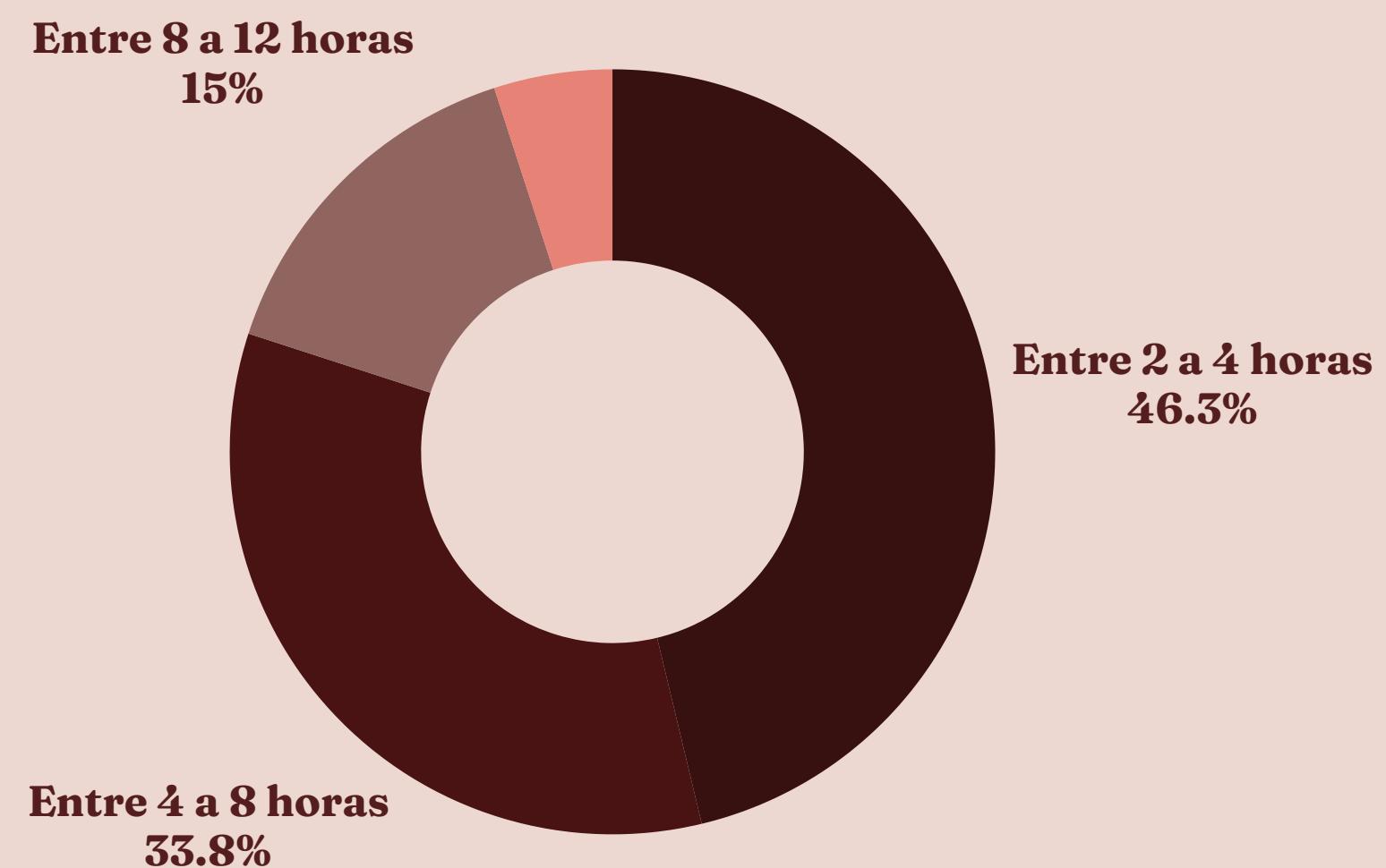


Uso das Redes Sociais

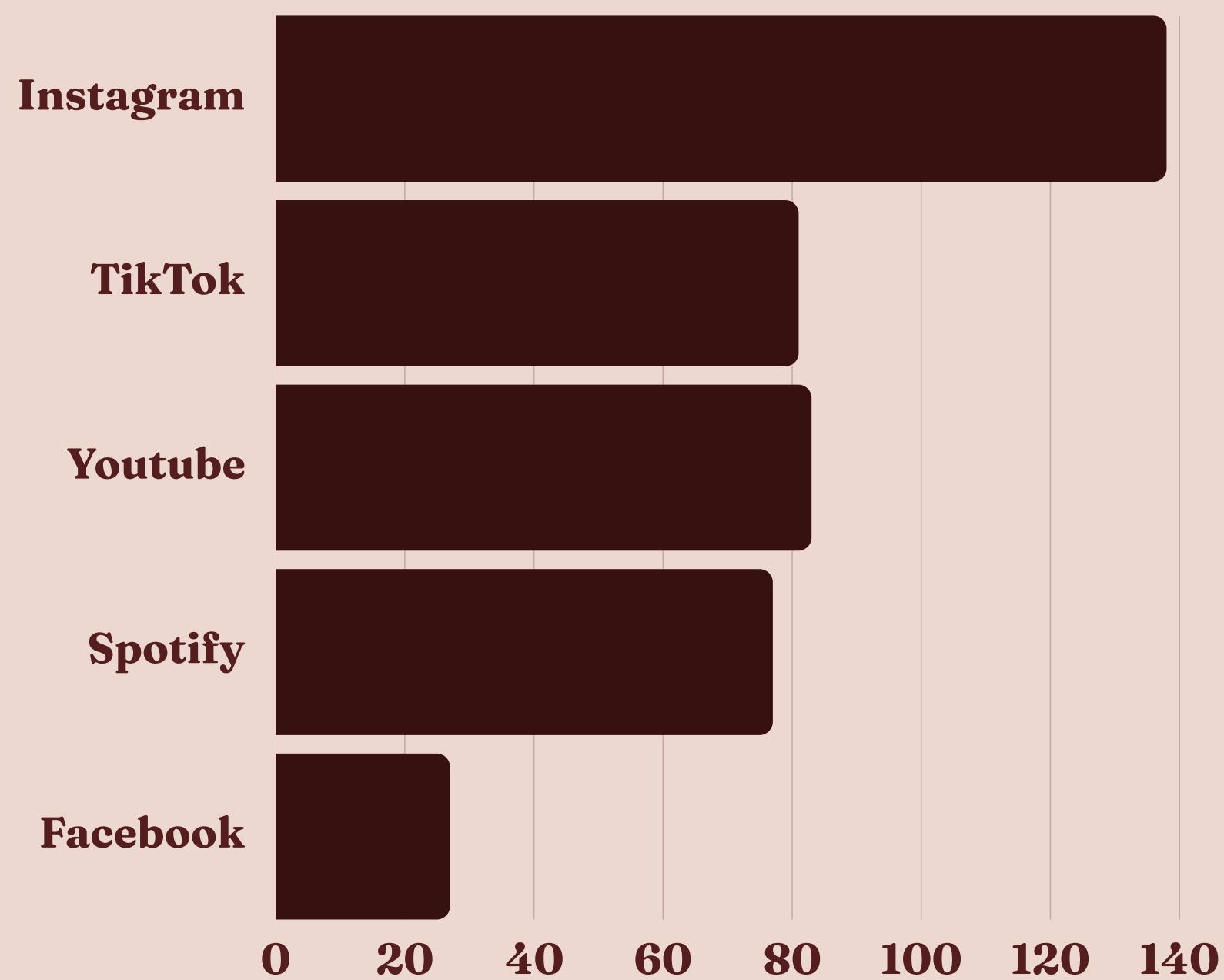
Você usa redes sociais em seu dia a dia?



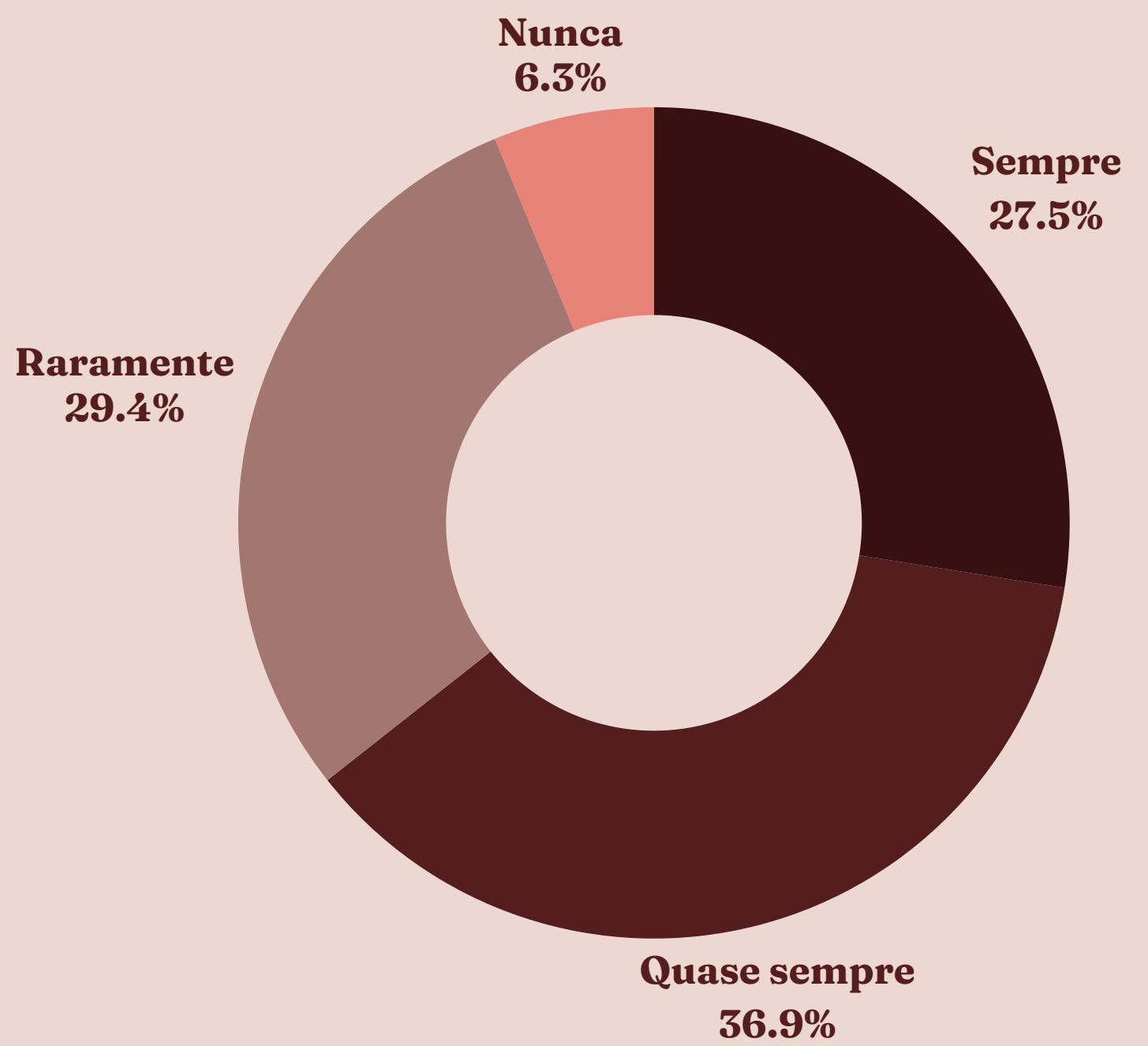
Quanto tempo você passa nas redes sociais?



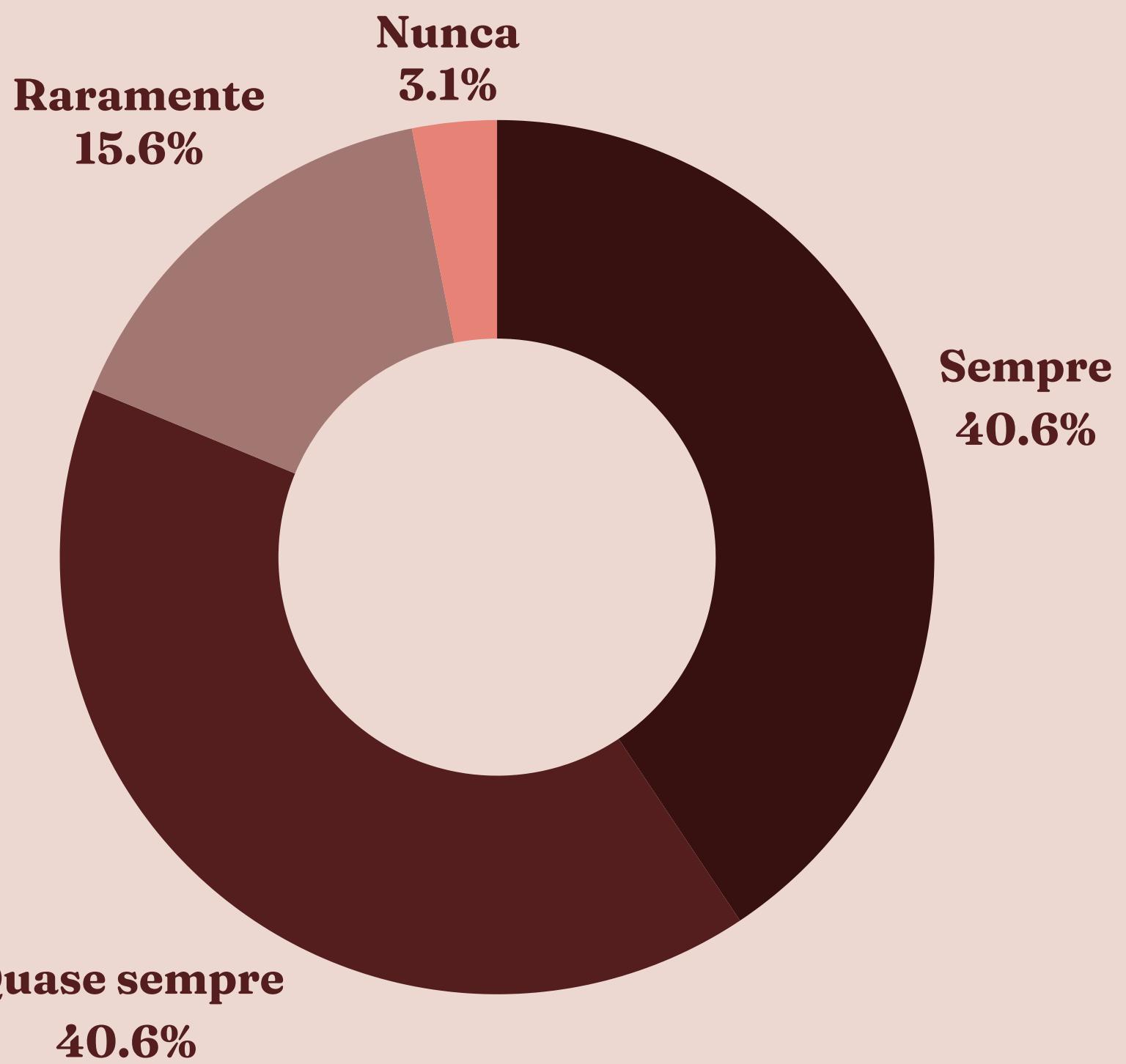
Quais redes sociais você mais usa?



Você costuma usar redes sociais para seguir artistas/marcas?



As redes sociais ajudam você a
conhecer novos artistas?



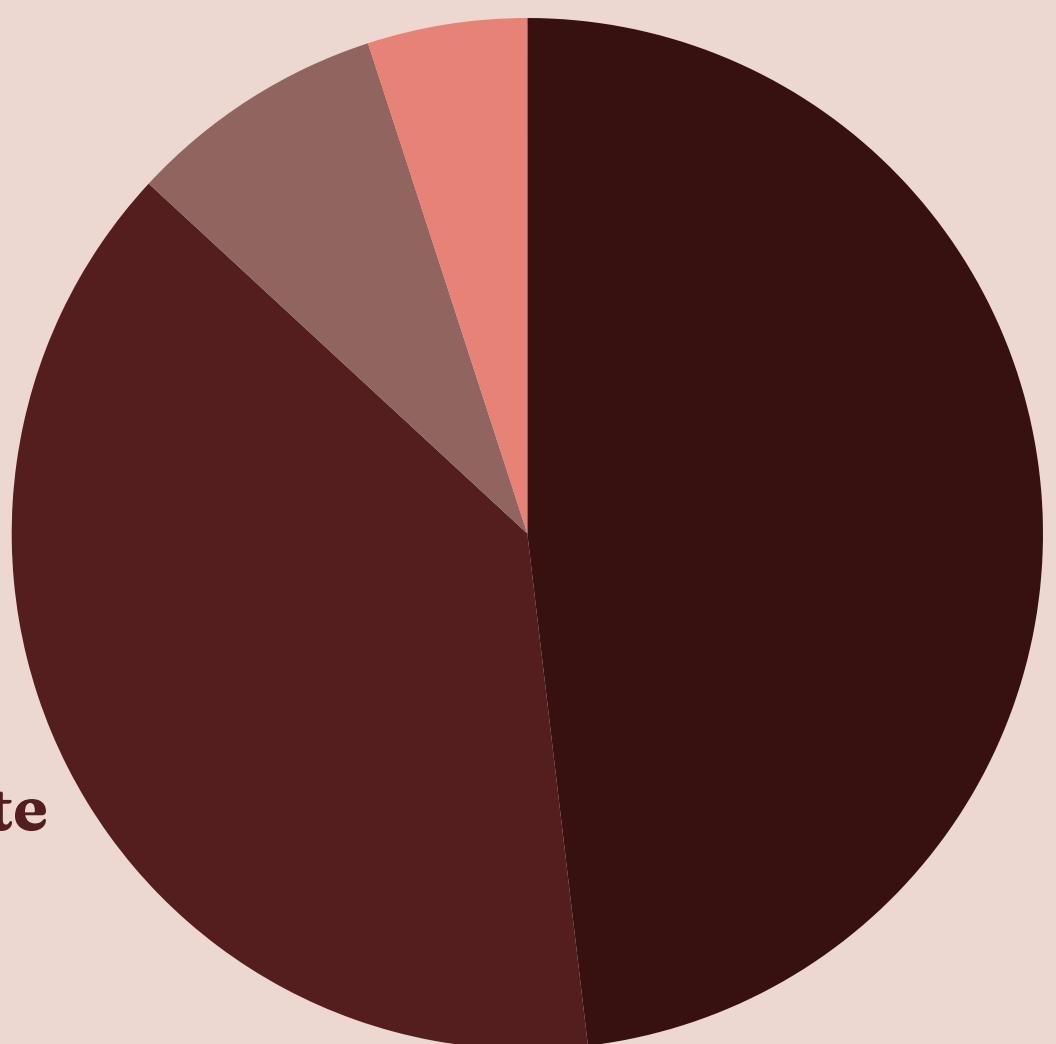
O número de seguidores impacta em seu interesse pelo artista?

Nunca pensou nisso

8.1%

Não interfere
48.1%

Em parte
38.8%



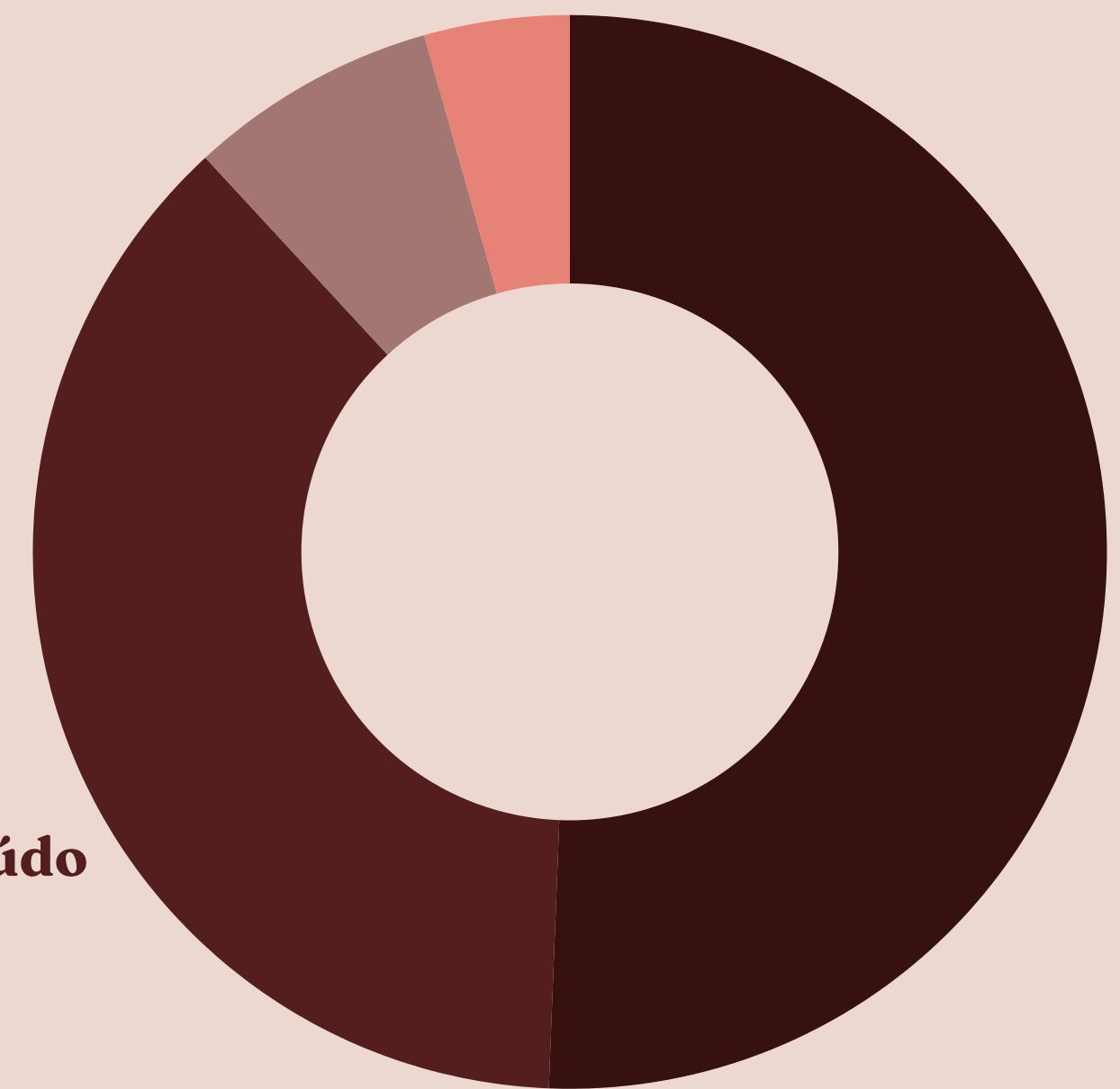
As publicações despertam mais interesse em acompanhar o artista?

Não acompanha artistas

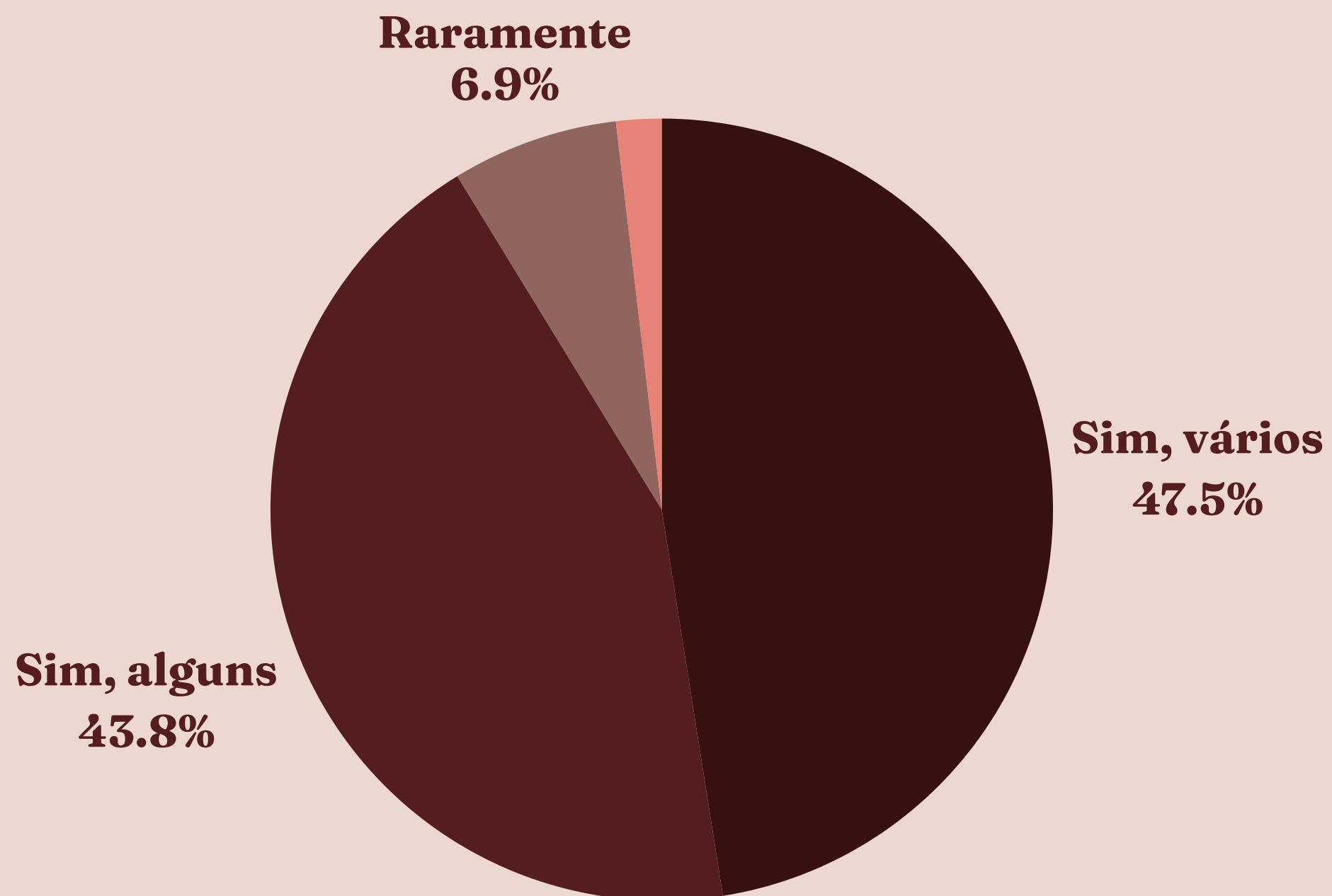
7.5%

Sim, quando é interessante
50.6%

Um pouco, depende do conteúdo
37.5%



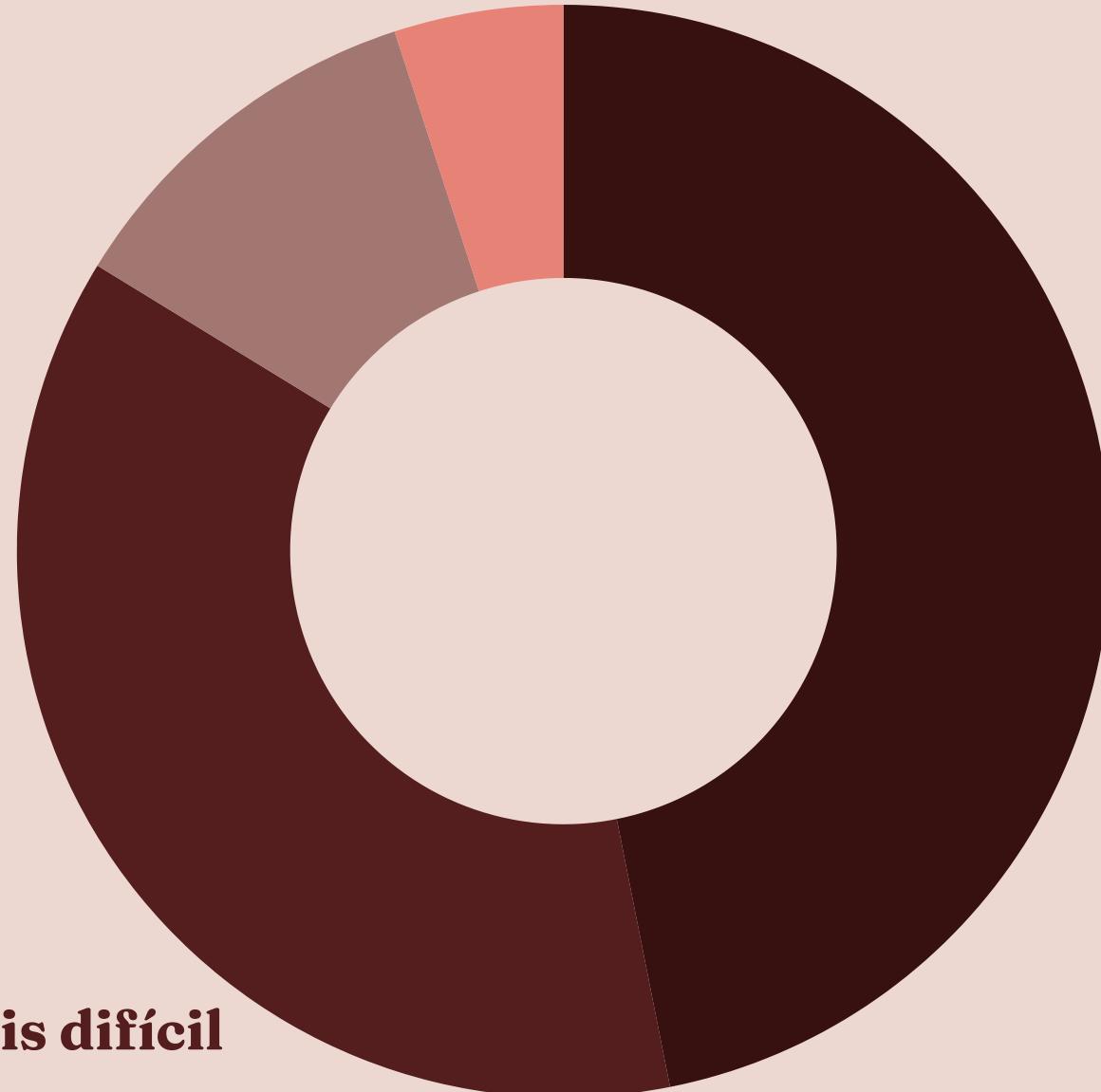
**Você já conheceu algum
artista apenas pelas redes
sociais?**



**Se um artista não usa redes
sociais, você ainda tem
interesse em seguir o trabalho
dele?**

Nunca pensou sobre isso

11.3%



Sim, se gostar do trabalho
46.9%

Talvez, mas seria mais difícil
36.9%

**Você acredita que artistas fora
das redes sociais tem mais
dificuldade em alcançar as
pessoas?**

Não influencia ou não tem opinião sobre

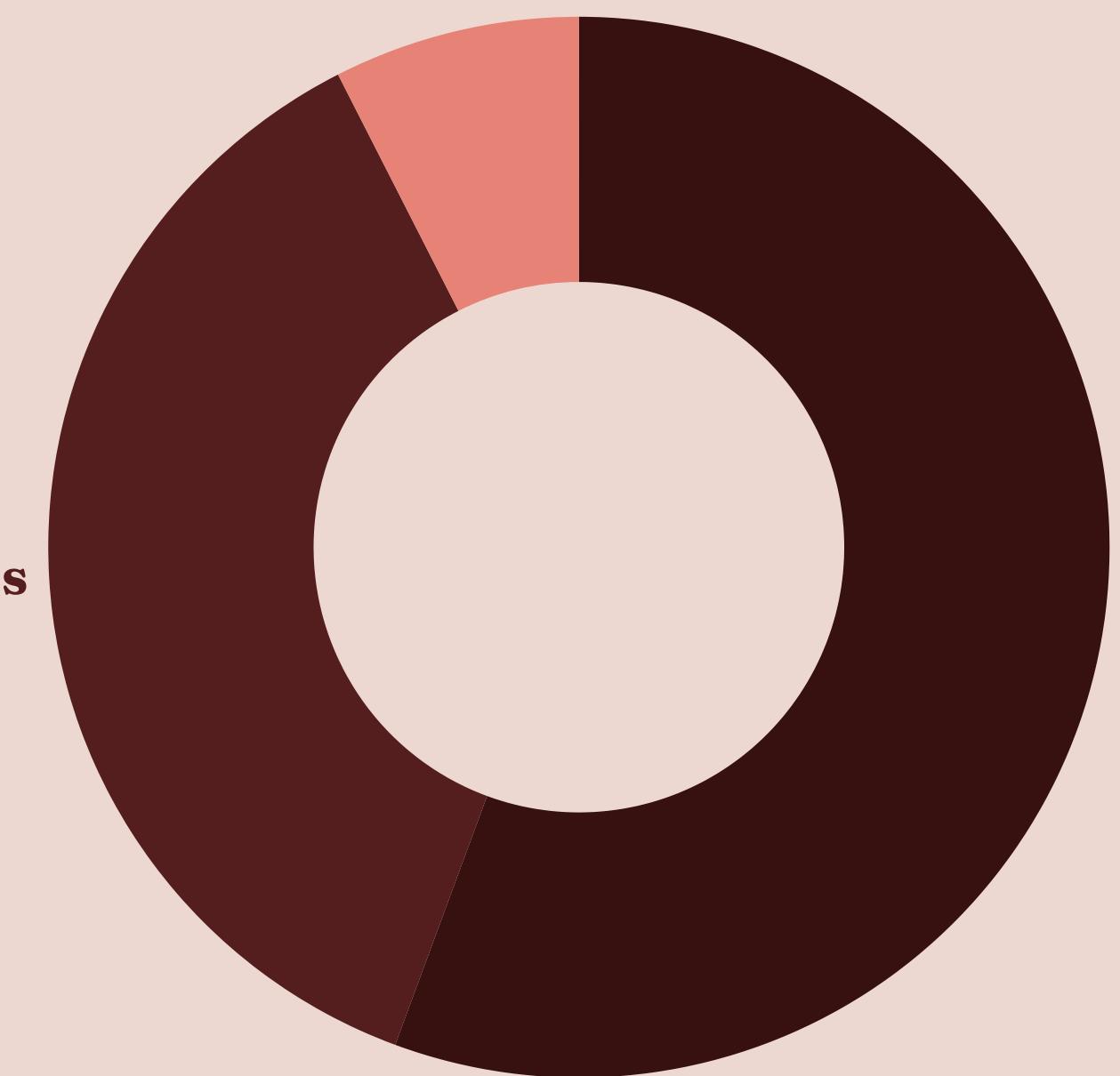
7.5%

Um pouco, mas ainda existe outros meios

36.9%

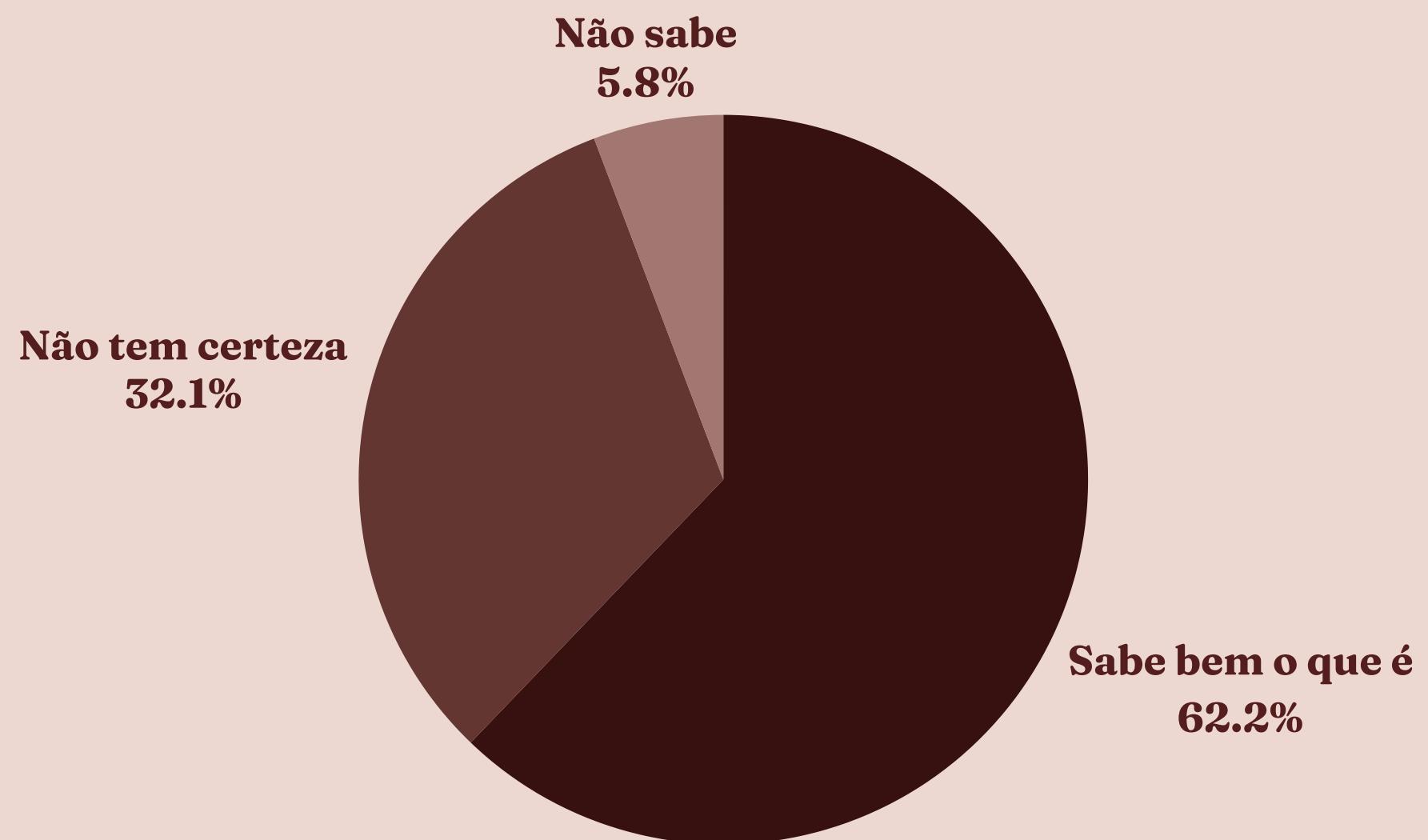
Sim, as redes são essenciais

55.6%

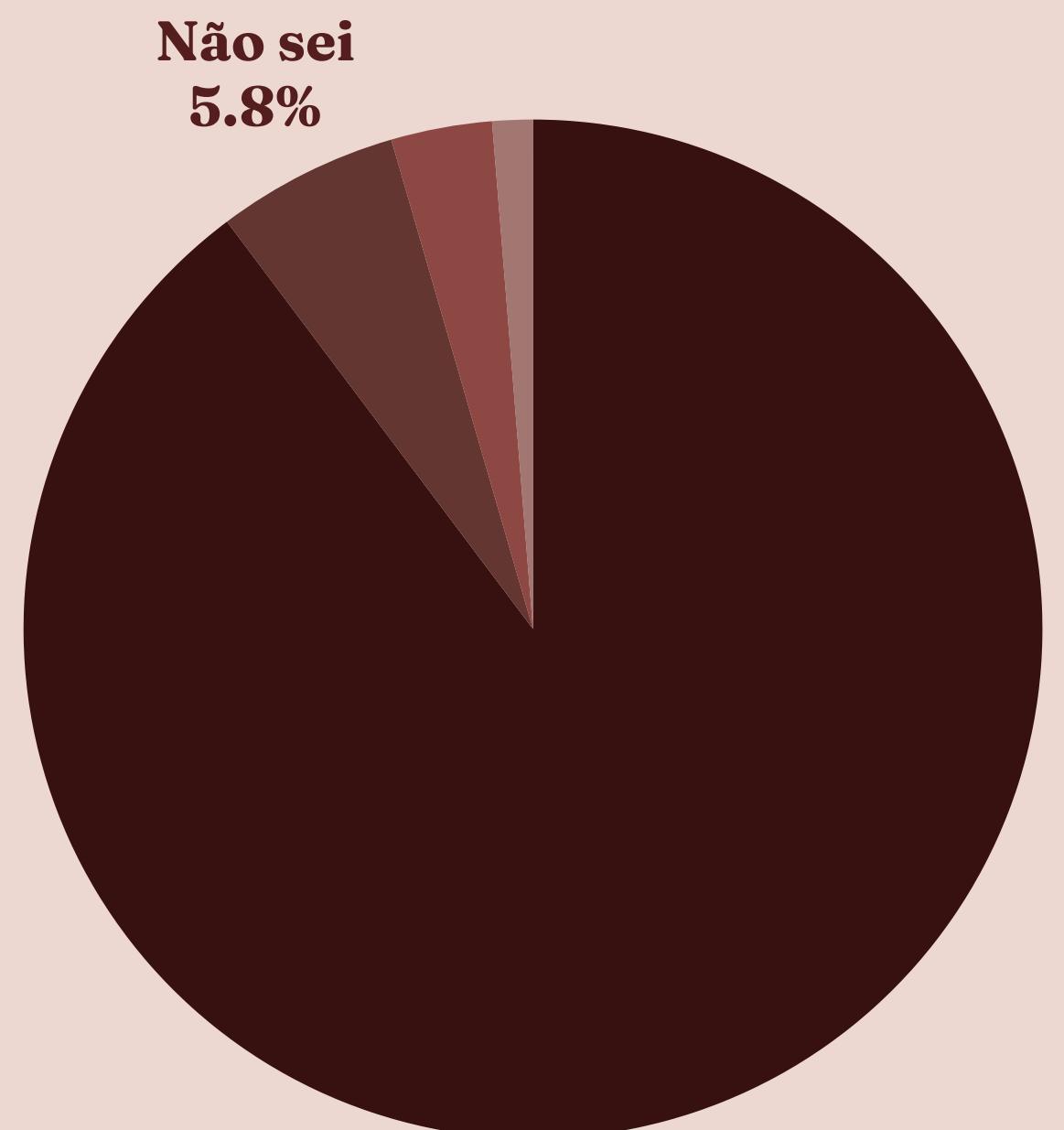


Identidade Visual

**Você sabe o que é
Identidade Visual?**



O que entende por Identidade Visual?



Forma como se apresenta visualmente
89.7%

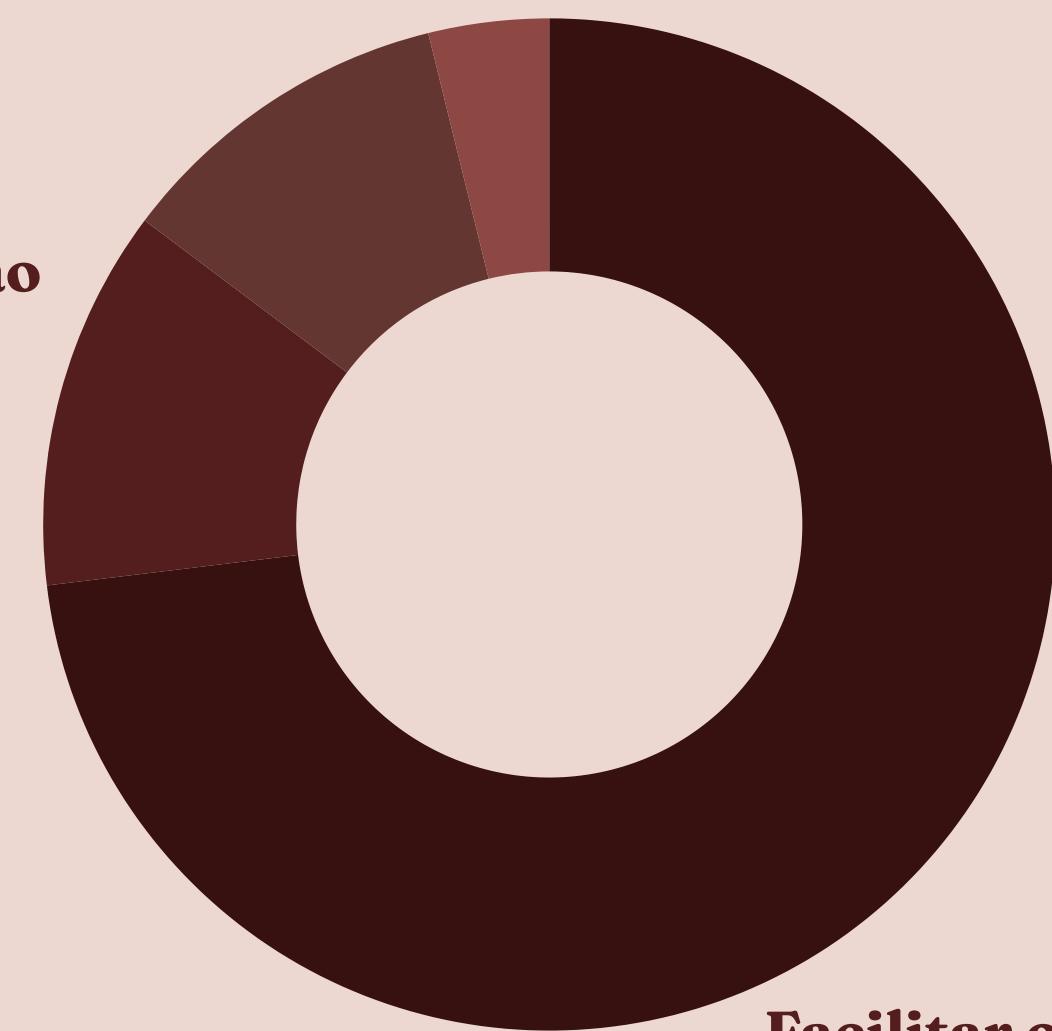
Na sua opinião, para que serve?

Aparenta mais profissional

10.9%

Atrair mais atenção

12.2%



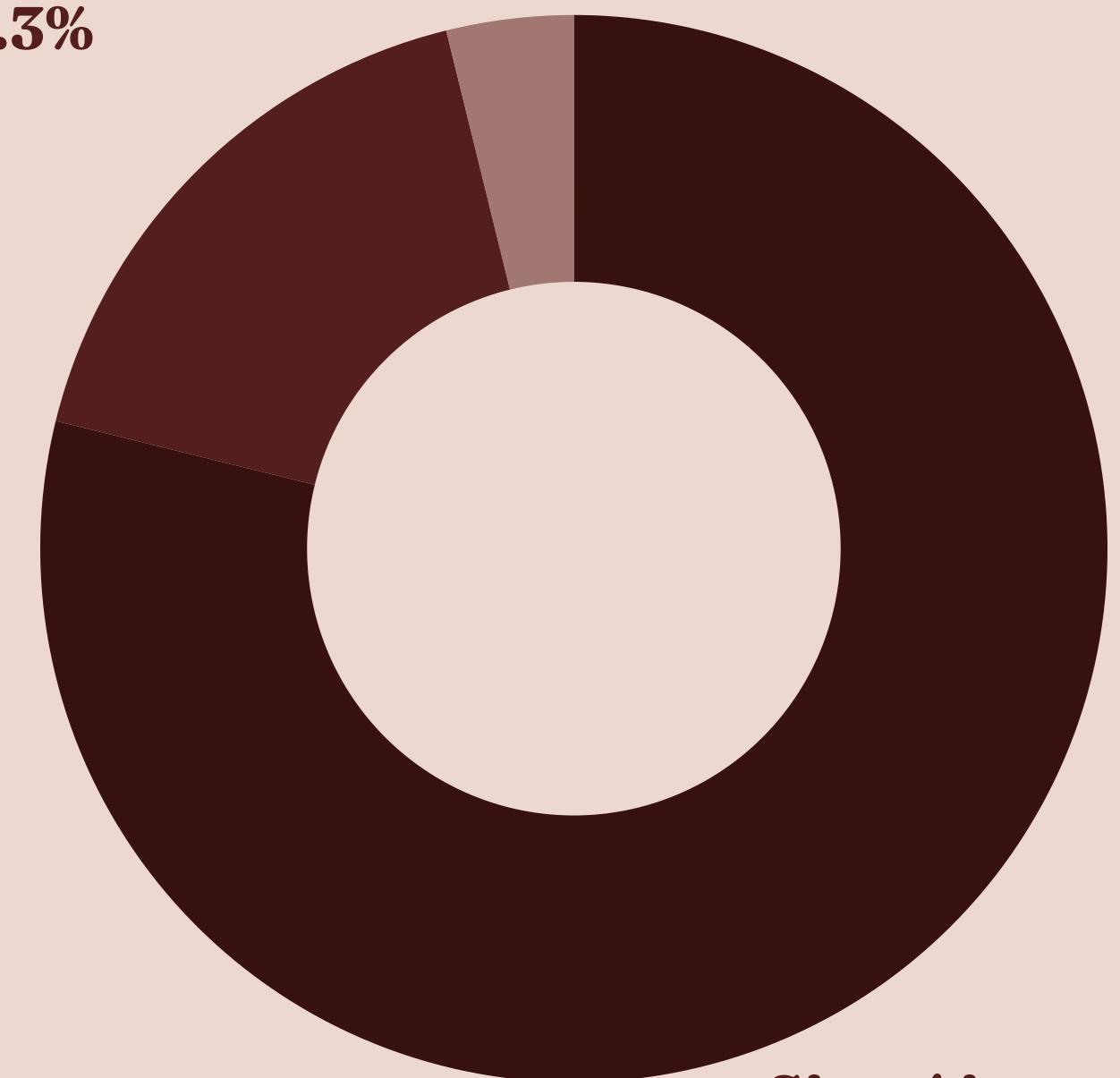
Facilitar o reconhecimento

73.1%

Para você, é importante ter
uma identidade visual?

Depende do trabalho

17.3%



Sim, é importante
78.8%

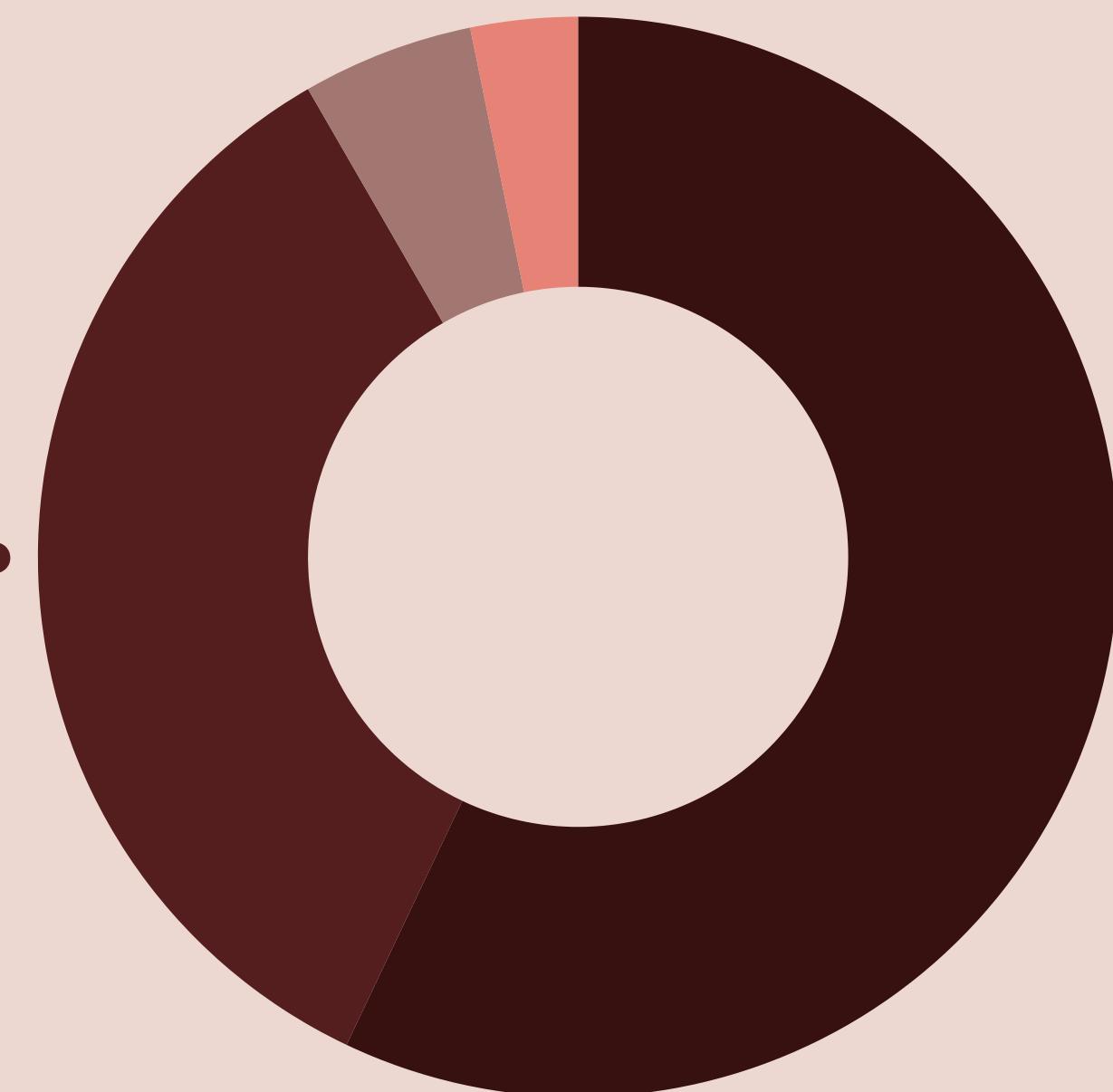
O que você acha de marcas
com cores e estilos bem
definidos?

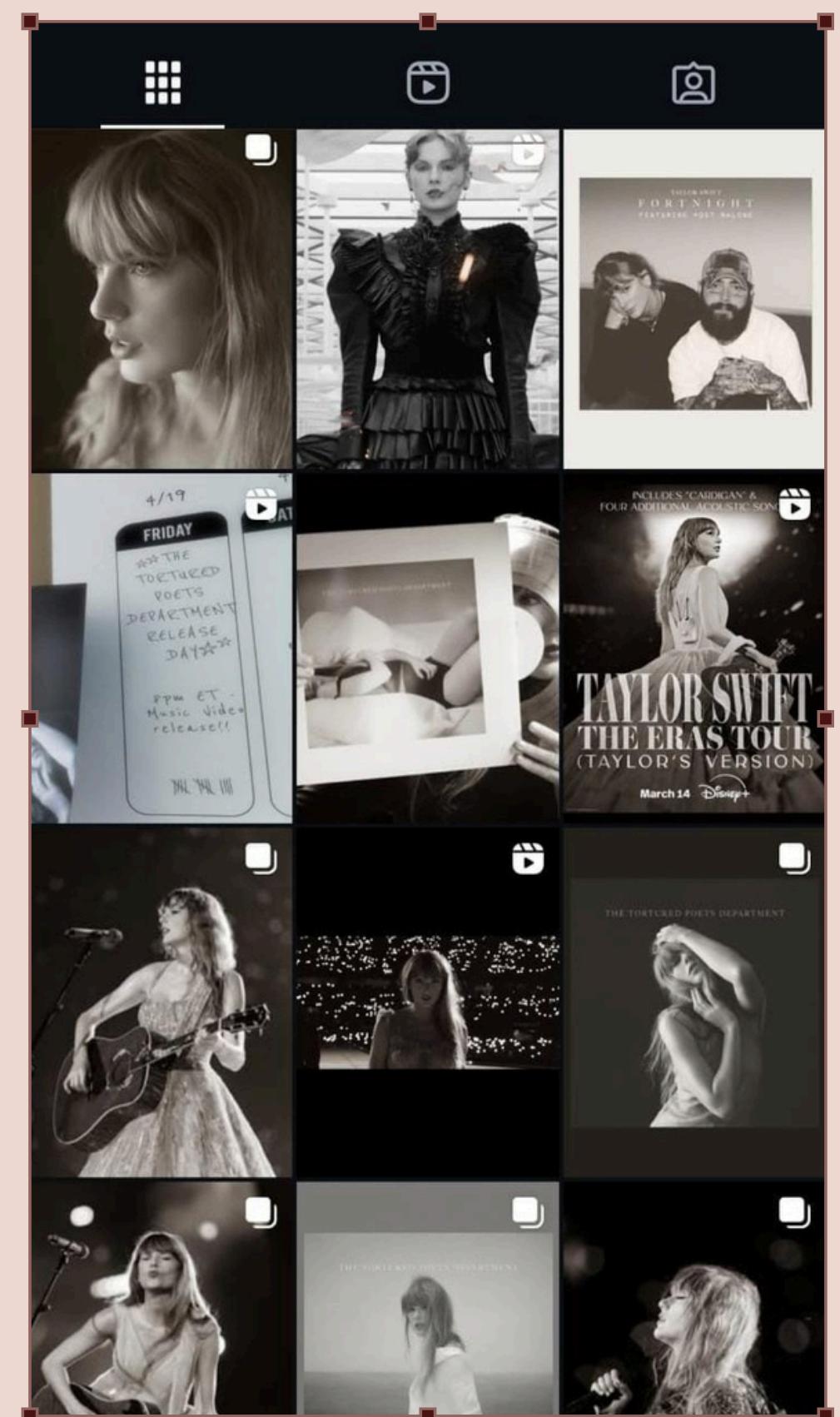
Não faz diferença

5.1%

Chama mais atenção
34.6%

Organizada e profissional
57.1%





Perfil padronizado

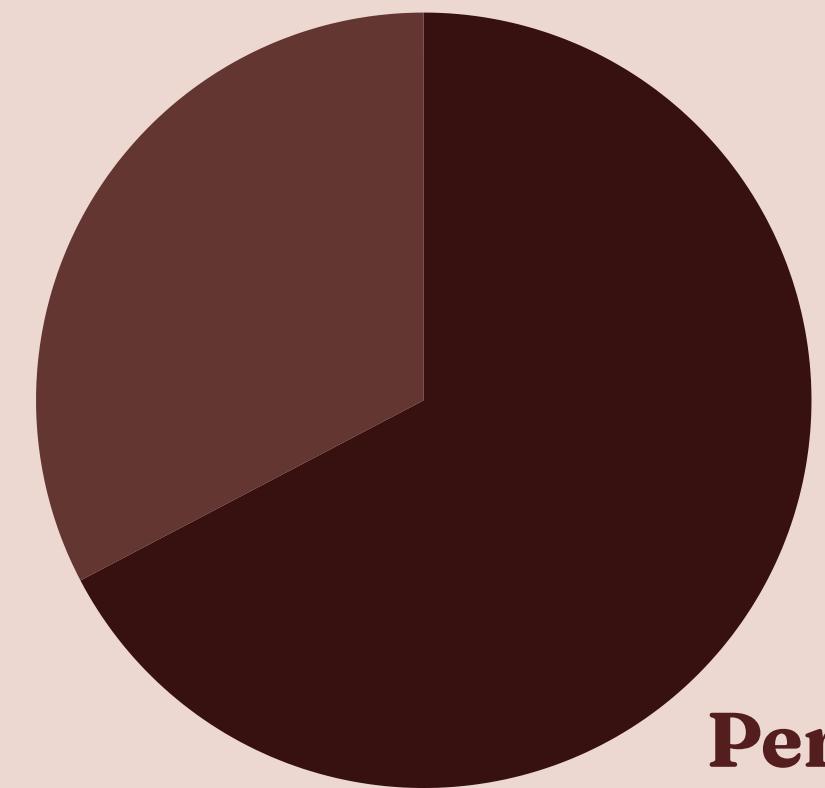


Perfil não padronizado

**No exemplo,
qual perfil te
agrada mais?**

Perfil não padronizado

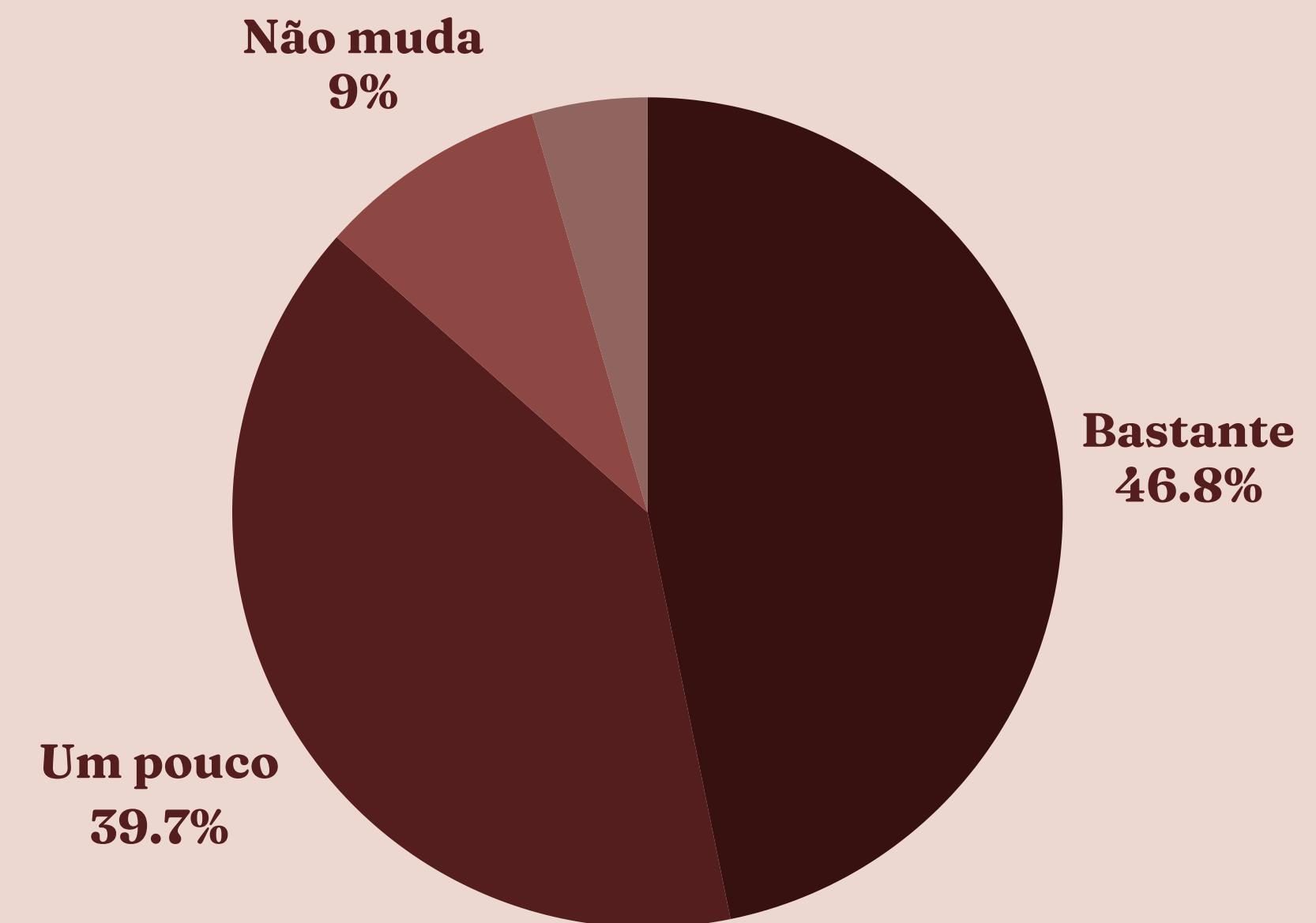
32.7%



Perfil padronizado

67.3%

**O visual de uma
marca/artista muda a
forma você os enxerga?**



Já deixou de seguir um perfil
por achar o visual
desorganizado ou pouco
atrativo?

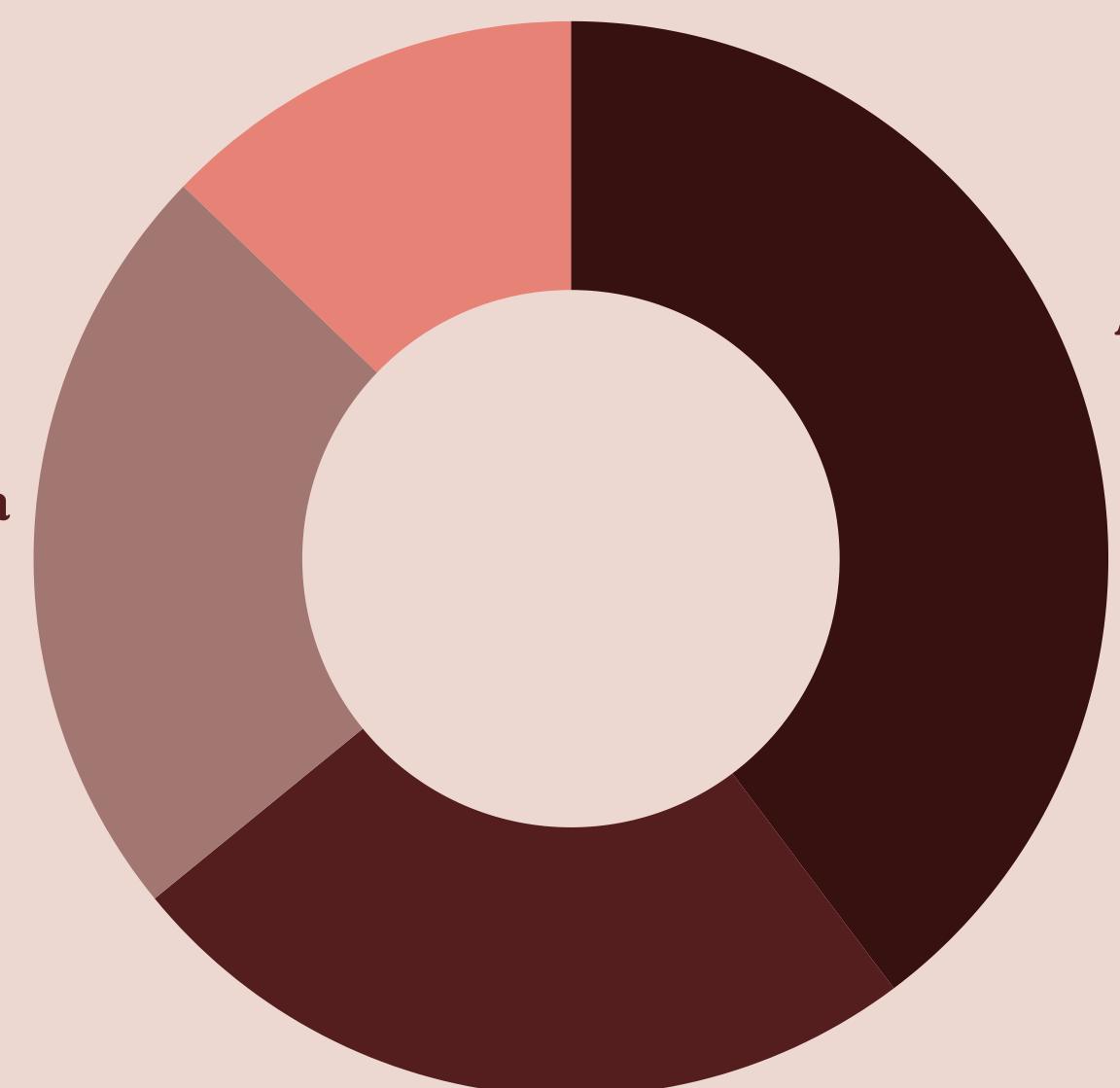
Com frequência

12.8%

Às vezes
39.7%

Nunca
23.1%

Raramente
24.4%



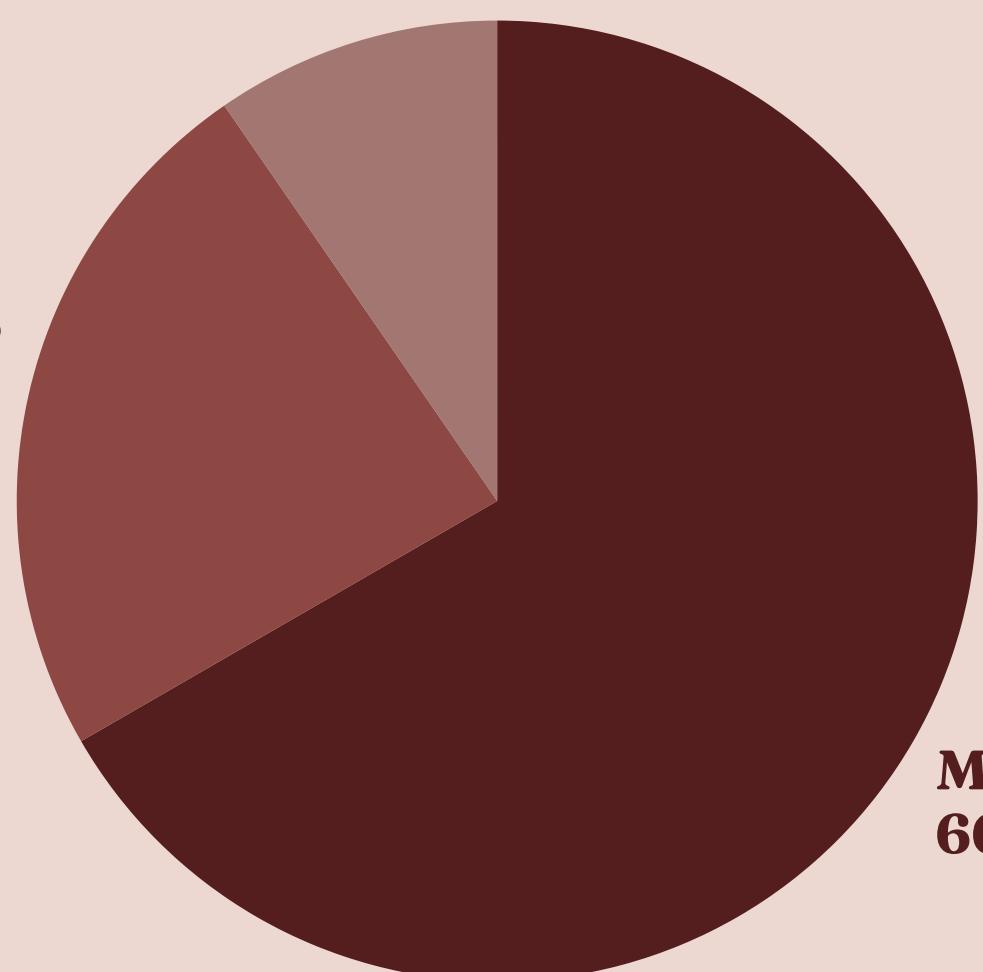
**A Identidade Visual
influencia na credibilidade
que você dá à
marca/artista?**

Não influencia/Não sei

9.6%

Nem tanto
23.7%

Muito
66.7%

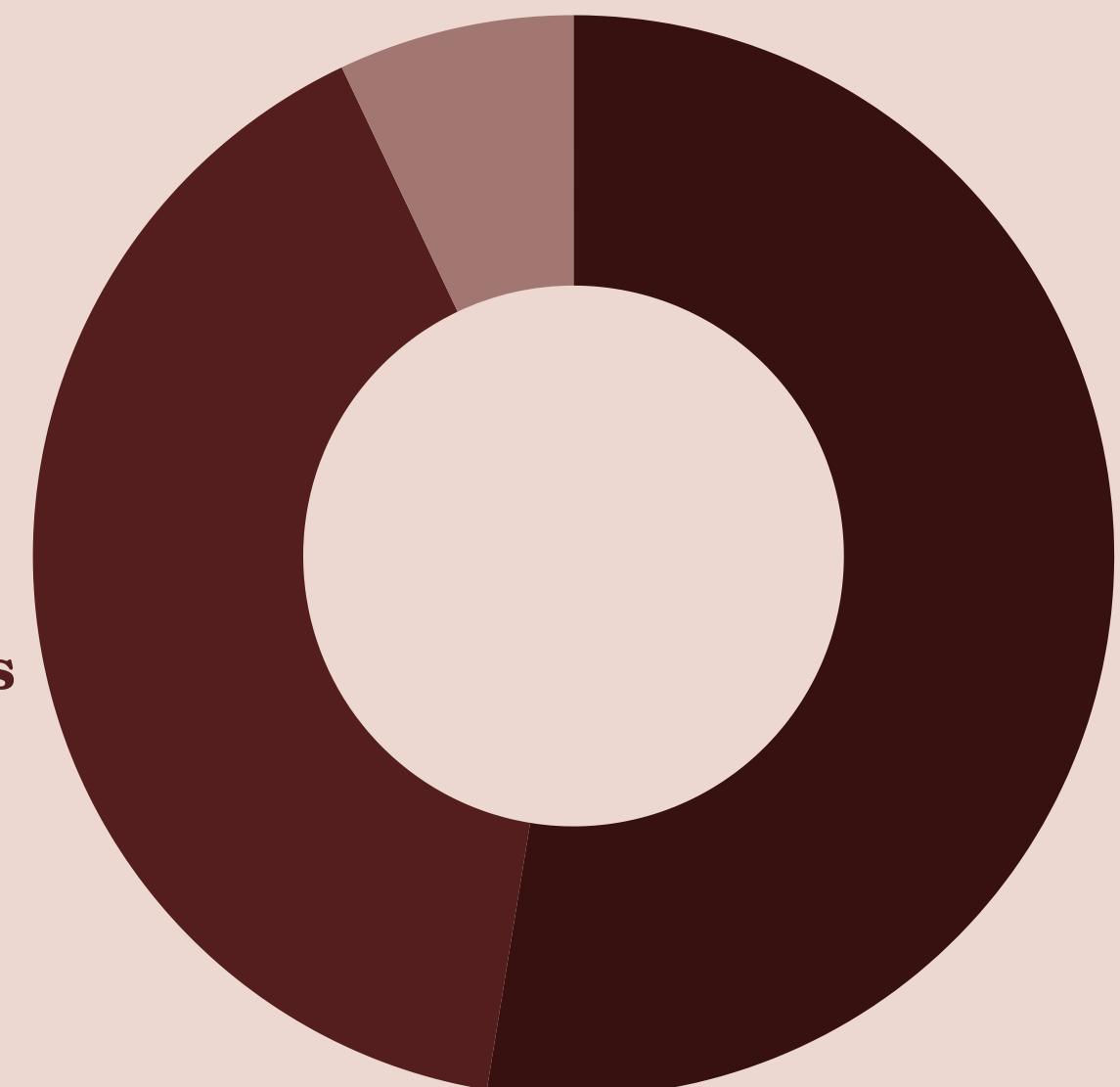


Perfis sem Identidade Visual
parecem menos
profissionais?

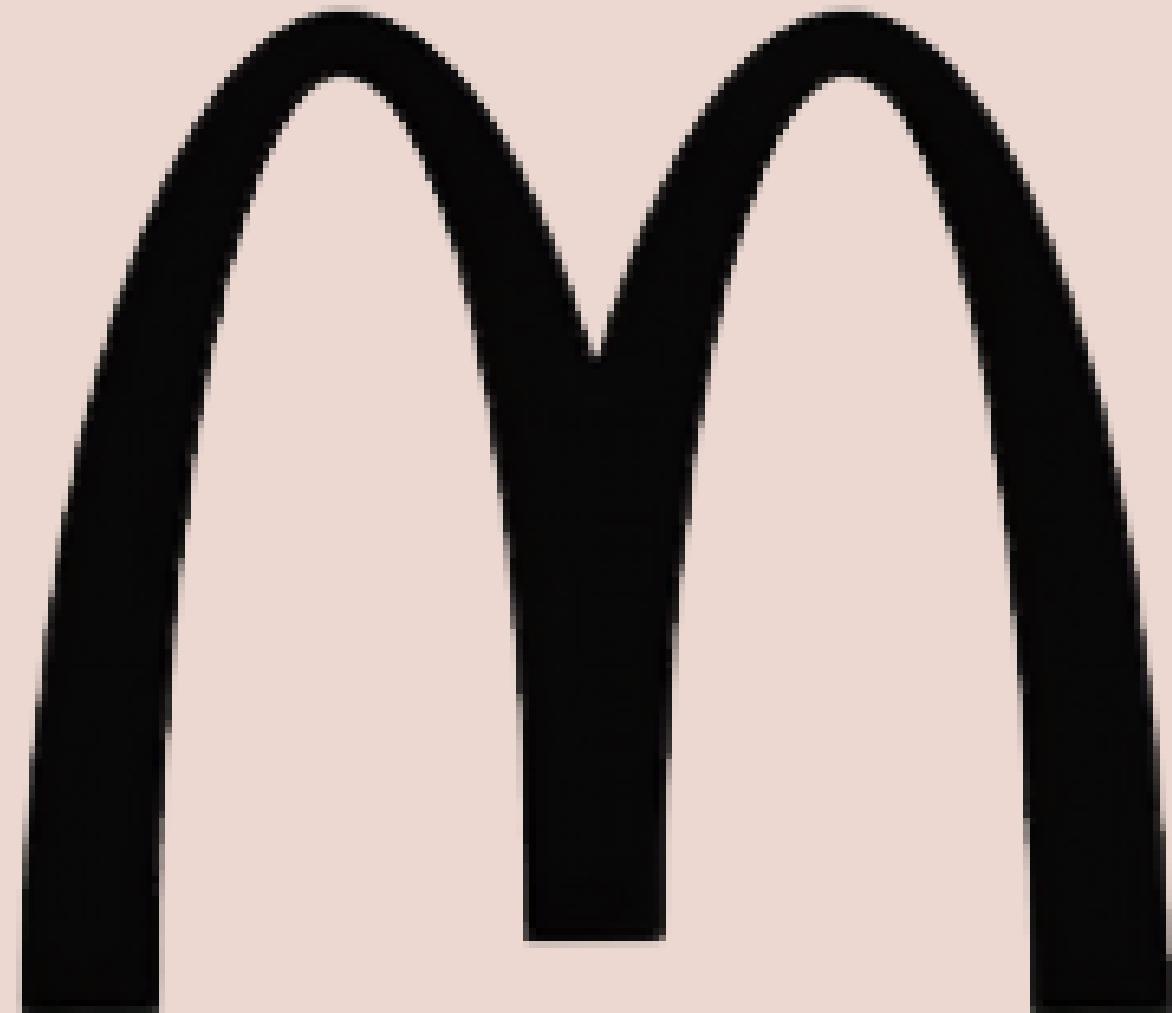
Isso não me incomoda
7.1%

Sim, parecem menos profissionais
40.4%

Depende do contexto
52.6%



Reconhece esse logo?



McDonald's - Fácil de memorizar e identificar de longe

Restaurante

McDonald's

McDonald's

Lembra o logo do McDonald's, mais sem a cor

Bigmac (McDonald's)

Méqui

McDonald's

McDonald's, fast food

Lanches

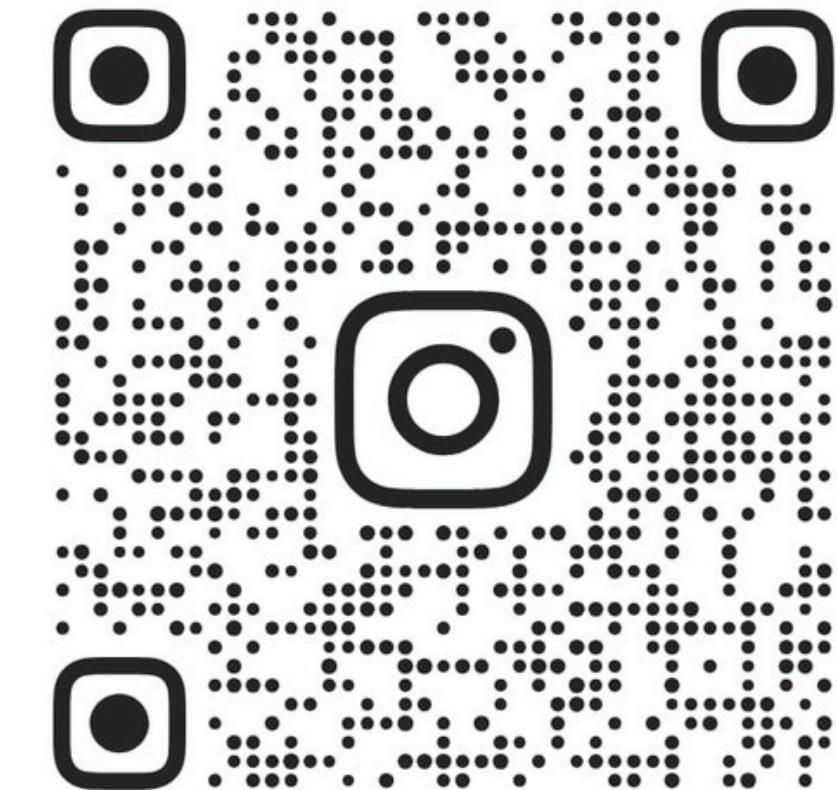
Relato de um artista independente

Eu achei muito interessante falar sobre identidade visual em artistas e principalmente se isso ajuda a divulgar o artista

21:50

Na minha banda a gente sempre tenta ter uma identidade visual bem estabelecida e bem chamativa e algumas das perguntas eu me identifiquei um pouco pq já tiveram pessoas que falaram que gostaram da banda por conta da identidade visual

21:52



©BELOVEDMONSTER.MP3

Relato referente à pesquisa sobre Identidade Visual

Estudo de Caso - Julia D'Paula

Gestão e Estruturação de Carreira

- Cantora e compositora independente de MPB;
- Busca consolidar carreira por meio da presença digital e identidade visual;
- Gestão: focada em metas, lançamentos e alinhamento da equipe;
- Atividades práticas: entrevista, dinâmica e questionários visuais;
- Simulação de perfil no Instagram: para aplicar a identidade visual.



Construção da Identidade Visual

- Parceria com ex-estudante de Design Gráfico da Etec Rocha Mendes;
- Nome artístico: Júlia D'Paula, mais memorável e conectado à sua essência;
- Logotipo com saxofone, tipografia e cores alinhadas à sofisticação e brasilidade da MPB;
- Questionários online confirmaram a importância da coerência entre imagem, redes sociais e engajamento com o público.

Logotipo

Horizontal



A diagram illustrating the horizontal layout of the word "juliadelpaula". The text is rendered in a light gray sans-serif font. The letters are arranged in two lines: "juliad" on the top line and "elpaula" on the bottom line. The entire word is enclosed within a bounding box. To the left of the word, there is a vertical axis with two circular markers at the top and bottom, and a horizontal axis with numerical tick marks at 3, 2, 0, -2, 2, -4, 2, and 0. The letter "j" is positioned near the 3 mark on the vertical axis.

juliadelpaula

Vertical



A diagram illustrating the vertical layout of the word "juliadelpaula". The text is rendered in a light gray sans-serif font, oriented vertically. The letters are arranged in two lines: "julia" on the top line and "delpaula" on the bottom line. The entire word is enclosed within a bounding box. To the left of the word, there is a vertical axis with two circular markers at the top and bottom, and a horizontal axis with numerical tick marks at 5, 3, 2, 0, -2, 2, -4, 2, and 0. The letter "j" is positioned near the 5 mark on the vertical axis.

juliadelpaula

Ícone



Tipografia de Apoio

Baskerville

abcdefghijklmнопqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM NOPQR
STUVXYWZ [@#\$%&!?+*]
1234567890

Paleta de Cores

C:70%
M:76%
Y:61%
K:90%

R:25
G:13
B:13

#190D0D

C:39%
M:87%
Y:70%
K:64%

R:84
G:30
B:30

#541E1E

C:4%
M:60%
Y:47%
K:0%

R:232
G:130
B:119

#E88277

C:8%
M:17%
Y:17%
K:0%

R:237
G:217
B:109

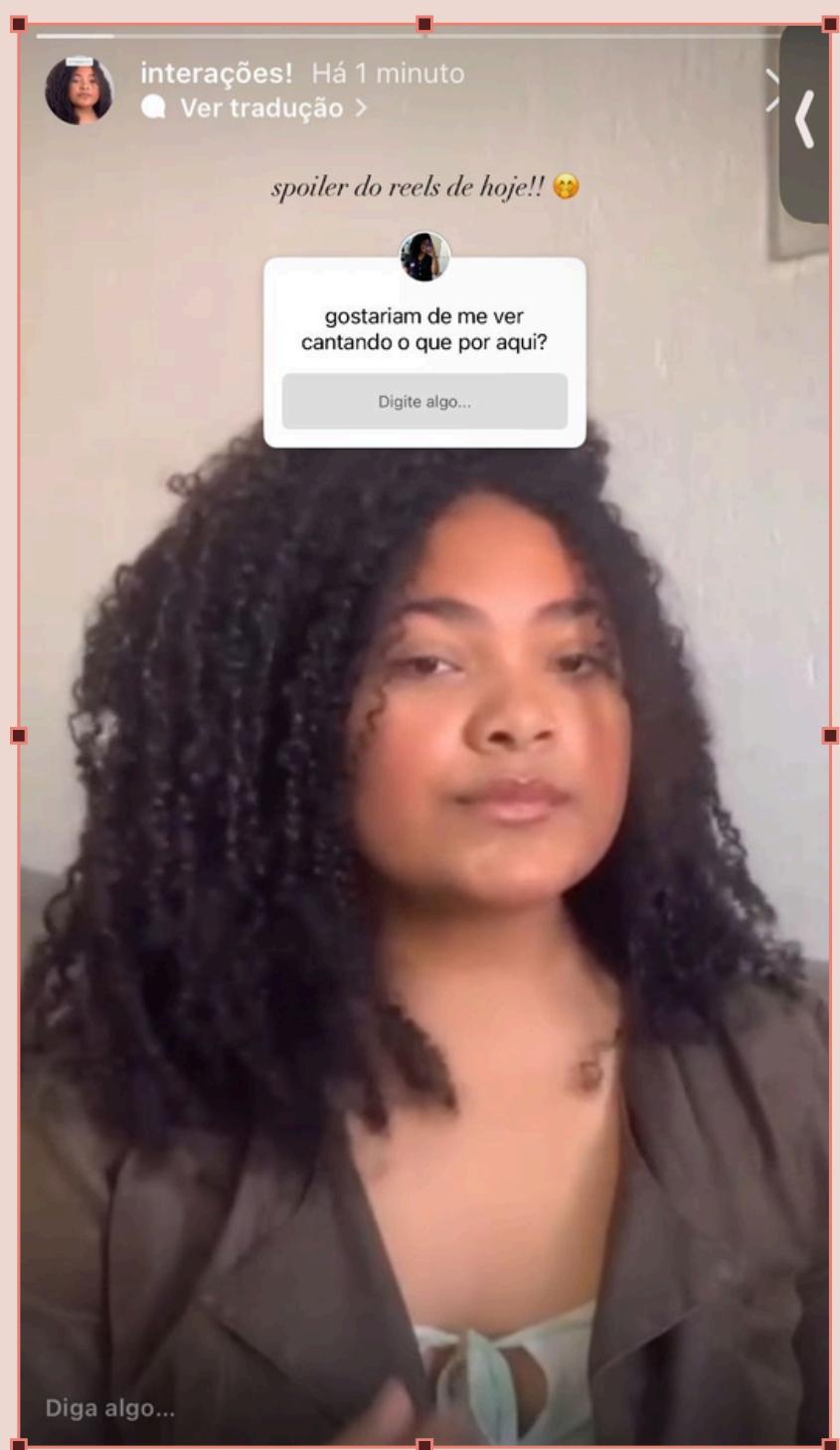
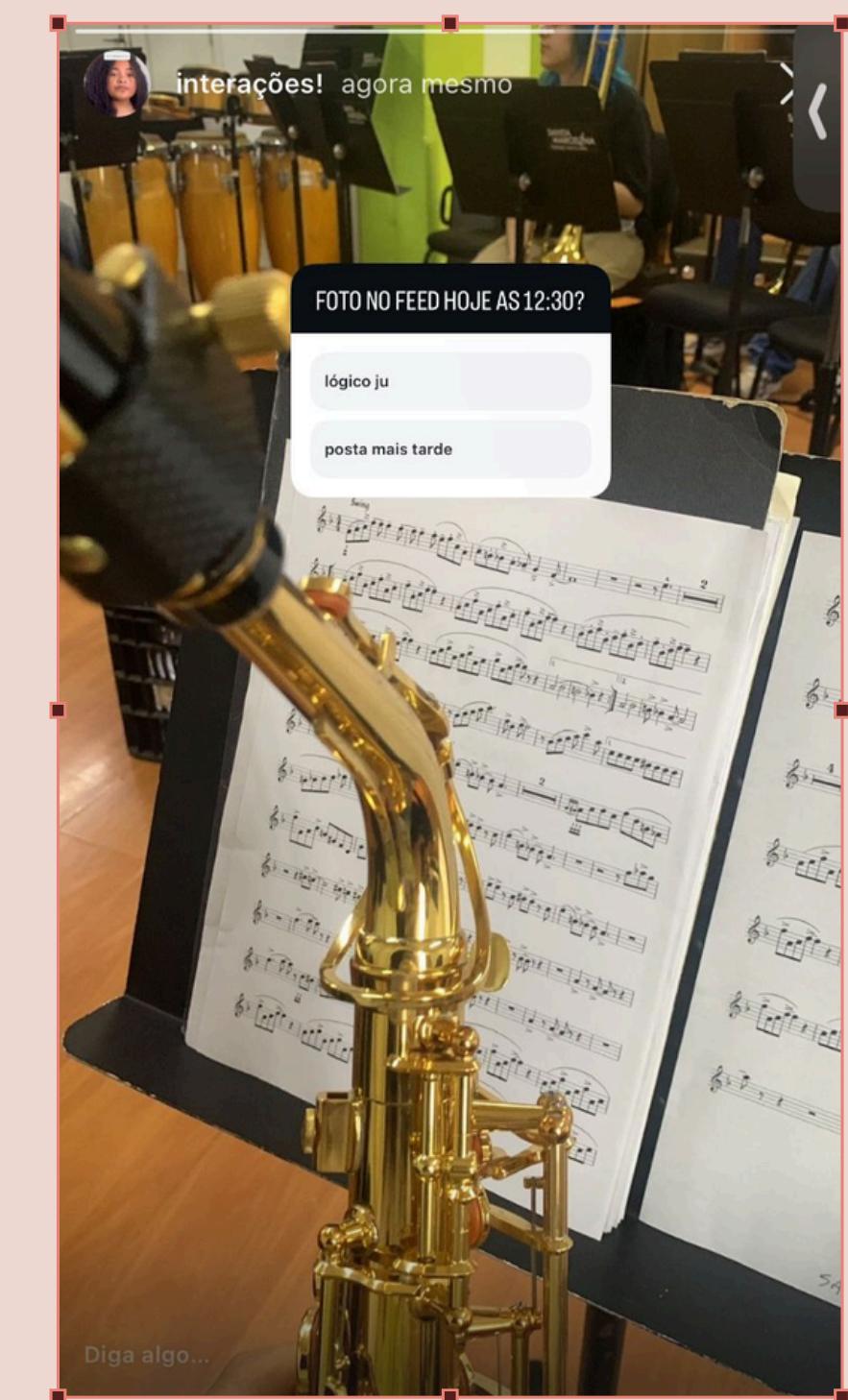
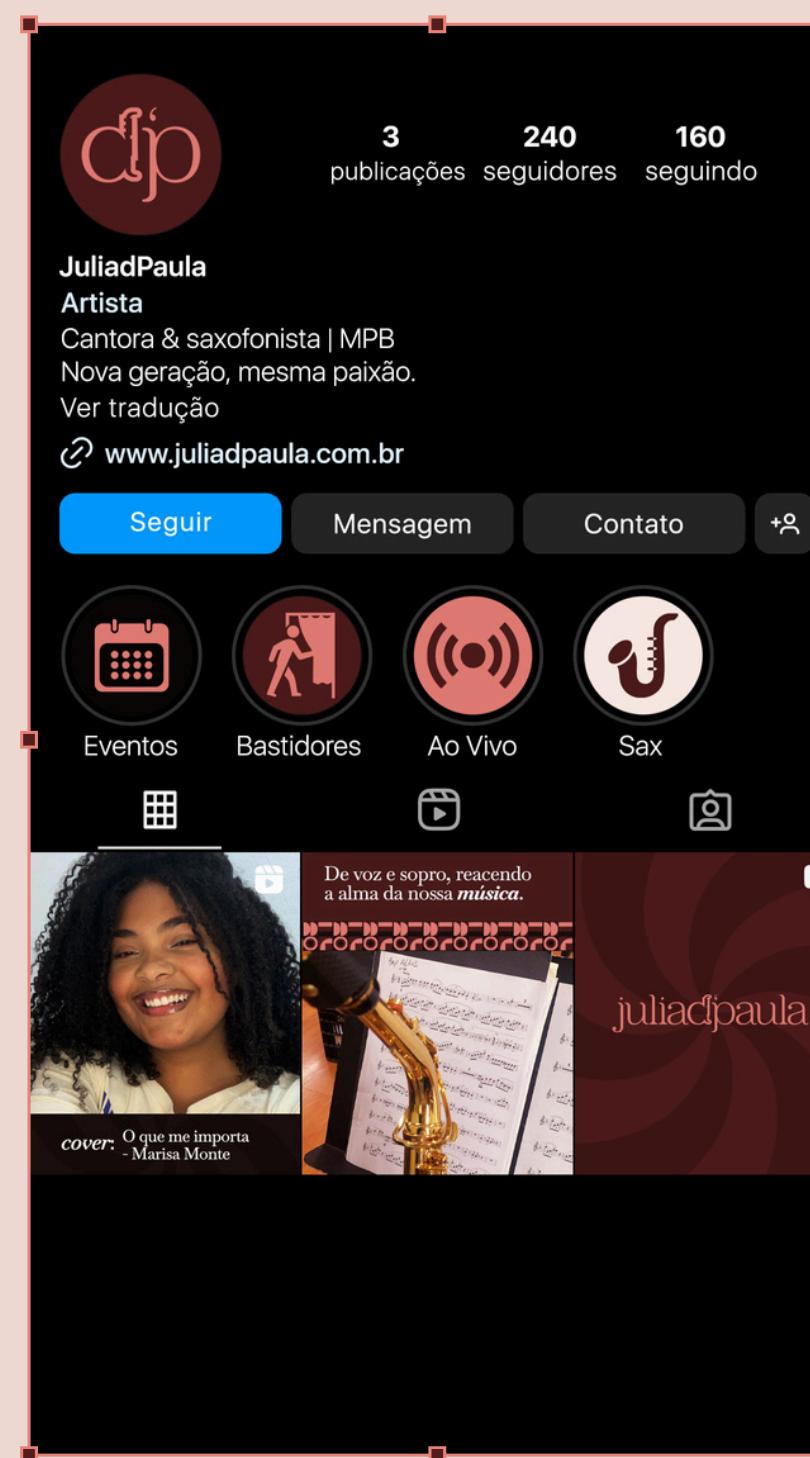
#EDD9D1

Aplicações da Identidade Visual

Cartão de Visita



Simulação de Perfil



Livreto

“Marketing para Artistas Independentes”



Identidade Visual e Marketing para Artistas Independentes

Ei, artista!

Antes de mais nada, respira fundo e se orgulha do que você já construiu até aqui. Ser independente é um ato de coragem — é colocar o coração no que faz, acreditar nas próprias ideias e continuar mesmo quando o caminho parece incerto.

Essa cartilha foi feita pra te ajudar a mostrar pro mundo quem você é, unindo o poder do marketing com o da identidade visual.

Aqui, você vai entender como estratégias simples e escolhas visuais certas podem te ajudar a fortalecer sua marca, atrair público e comunicar sua arte de forma autêntica.

Mais do que um guia de design, este é um espaço pra você se descobrir como artista e como marca, entendendo que o marketing não é sobre vender — é sobre conectar. Porque quando a imagem conversa com a essência, a arte fala por si.

Então, bora começar?
O palco é seu — e o mundo tá pronto pra te enxergar do seu jeito.

Etapa 1 — Diagnóstico da Marca

A identidade visual nasce da sua essência como artista — Ela precisa traduzir com clareza sua personalidade, seus valores e as mensagens que deseja comunicar por meio da sua carreira, marca ou negócio.

Ações práticas:

1.

Realize uma análise SWOT, identificando forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da sua carreira.

2.

Crie um perfil de marca pessoal que contenha:

- Missão: o propósito da sua arte.
- Valores: o que você representa.
- Tom de voz: poético, descontraído, sofisticado, poderoso, etc.
- PÚBLICO-ALVO: idade, gostos, estilo de vida e referências culturais

3.

Pesquise referências visuais e no seu segmento — gênero musical, artes plásticas, literatura, teatro, música, moda, dança, fotografia, audiovisual — e identifique padrões e oportunidades de diferenciação



O seu projeto deve traduzir sua essência artística, não apenas seu produto. Ela é o reflexo visual da sua autenticidade

Use ferramentas como:

- Google Forms / Typeform — para coletar feedback do público.
- Pinterest ou Canva Moodboard — para reunir referências visuais.
- Notion ou Miro — para organizar ideias e a análise SWOT.

Para te ajudar a se organizar melhor, criamos este checklist! A cada etapa concluída, marque o item correspondente:

Etapa	Ação principal	Ferramentas	Indicador de Sucesso	Check
1. Diagnóstico	Definir essência e público	Miro, Pinterest	Clareza de posicionamento	
2. Criação	Desenvolver identidade visual	Figma, Illustrator	Manual concluído	
3. Aplicação	Padronizar canais e materiais	Canva, Lightroom	Coerência visual geral	
4. Posicionamento	Ajustar narrativa estética	Trello, Metricool	Reconhecimento crescente	
5. Conexão	Criar vínculo com o público	Redes sociais, eventos	Engajamento ampliado	
6. Monitoramento	Acompanhar resultados	Analytics, Notion	Crescimento orgânico	
7. Integração	Unir estética e marketing	Planilhas, Notion	Estratégia coesa	

Hora de colocar a mão na massa, artista. Temos muito trabalho pela frente!

“Crie! E, se o mundo não entender, crie mesmo assim.”
— Clarice Lispector

Considerações Finais

Considerações Finais

O trabalho mostrou que o marketing é um aliado essencial da arte, ajudando artistas independentes a fortalecer sua identidade, visibilidade e conexão com o público.

A aplicação prática com a artista Júlia D'Paula e a criação do livreto “Marketing para Artistas Independentes” reforçam que planejamento e criatividade caminham juntos.

Consideramos que unir arte, marketing e autenticidade é o caminho para carreiras mais sustentáveis e inspiradoras.

Agradecimentos

Professor e Orientador: Bento Pequim

Colaboradores: Julia Sampaio de Paula e Arthur Serafim

*Obrigada pela
Atenção!*