



UNICEPLAC

Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos

Curso de Administração

Trabalho de Conclusão de Curso

PROJETO EMPRESARIAL OU PROJETO DE INTERVENÇÃO

**A Importância da Administração na Carreira
Artística Musical: Gestão de carreira.**

Brasília-DF
2020



UNICEPLAC

LUCAS PEREIRA DE MELO

WALLISSON DAVID DE FREITAS VITAL

**A Importância da Administração na Carreira
Artística Musical: Gestão de carreira.**

Projeto apresentado como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Administração pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Orientador: Prof. Me. Romilson Rangel Aiache.

Brasília-DF

2020

Lucas Pereira de Melo
Wallisson David de Freitas Vital

A Importância da Administração na Carreira Artística Musical:
Gestão de carreira.

Projeto apresentado como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Administração pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Gama, 23 de Novembro de 2020.

Banca Examinadora

Prof. Me Romilson Rangel Aiache
Orientador

Prof. Dr. André Luiz Dutra Fenner
Examinador



UNICEPLAC

A Importância da Administração na Carreira Artística musical: Gestão de carreira.

Lucas Pereira de Melo

Wallisson David de Freitas Vital

Resumo:

A chave do sucesso para uma organização está ligada a diversos fatores, pontos que muitas vezes negligenciados passam despercebidos para gestores e administradores, mas que fazem toda a diferença ao decorrer do processo. Esse projeto apresenta as principais estratégias que deverão ser adotadas por um gestor ao liderar uma equipe, ao selecionar e desenvolver um artista que iniciará sua carreira do zero. Para isso o projeto abordará temas como gestão de pessoas, gestão de carreiras e os pontos cruciais para o desenvolvimento de uma equipe que possui um objetivo em comum, o sucesso do artista. O objetivo é demonstrar como as principais estratégias que são utilizadas em organizações corporativas, são aplicáveis também ao cenário artístico devido à similaridade dos processos para o desenvolvimento de talentos.

Palavras-chave: Administração, Gestão de Carreira, Sucesso Empresarial, Carreira Artística.

¹ Lucas Pereira de Melo- Bacharelado no Curso de Administração, do Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac. Email: lucaa0306@gmail.com.

² Wallisson David Vital- Bacharelado no Curso de Administração, do Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac. Email: davidnobel@hotmail.com.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	REFERENCIAL TEÓRICO	7
2.1	Relevância para a carreira	7
2.2	Principais diferenças entre as carreiras.	8
2.3	Gestão de Carreira	9
2.4	Gestão da Carreira Artística	10
2.5	Recrutamento e seleção	10
3	METODOLOGIA	11
3.1	Planejamento do Escopo	11
3.2	Planejamento do Tempo (Cronograma)	12
3.3	Planejamento dos Recursos	14
3.4	Planejamento dos Custos (Orçamento)	15
3.4.1	Custos Fixos e Variáveis	
3.5	Planejamento da Qualidade	17
3.6	Planejamento das Comunicações	17
3.7	Planejamento dos Riscos	18
3.7.1	Medidas para mitigar os riscos	19
3.8	Planejamento das Aquisições	20
4	RESULTADOS ESPERADOS	21
5	CONCLUSÕES	22
	REFERÊNCIAS	23



UNICEPLAC

1 INTRODUÇÃO

A carreira é tradicionalmente vista como um caminho a ser trilhado dentro de uma organização, e que é medida pelo posto e a remuneração que o profissional alcançou. Em regra, o progresso acontece com o passar do tempo, o empregado entra em determinada organização e durante esse processo adquire conhecimento e novas habilidades, que o tornam mais qualificado a executar suas atividades. Essa forma de agir, dificilmente manterá o empregado estagnado no posto que se encontrara ao entrar. A regra vale para quase todas as carreiras, das mais simples às mais complexas, embora haja, evidentemente, diferenças que não podem ser desconsideradas.

Para a maioria das carreiras, estudo, treinamento e dedicação, além de uma atitude positiva, são suficientes para o desenvolvimento sustentável de uma carreira. Para algumas, no entanto, há um diferencial importante a ser agregado: o talento.

A evolução dos modelos de gestão de pessoas nas organizações revela a tendência de adoção de mecanismos articulados por competências (Fischer, 2002), esses mecanismos envolvem planejamento e acompanhamento da vida profissional do empregado, o artista. Nesse caso, para o gestor é crucial utilizar ferramentas importantes como marketing pessoal, que é o conjunto de estratégias e ações que visam melhorar a imagem no ambiente de trabalho, e inserido no ambiente artístico não é apenas a imagem interna, é preferencialmente sua imagem externa. Para que isso ocorra de maneira eficaz é importante que exista um desenvolvimento voltado para as habilidades e qualificações para que o colaborador consiga se diferenciar em um mercado bastante competitivo, e conseguir desenvolver sua marca pessoal alcançando seu objetivo.

O foco deste projeto é a gestão de carreira de um segmento extremamente difícil e competitivo no mercado, pois para esse ramo de atividade, o talento é condição básica para o sucesso profissional. Trata-se da carreira no mercado da música. Entretanto, o talento apenas não basta para garantir o desenvolvimento sólido de uma carreira musical. E é com essa preocupação que se busca aliar a habilidade e inspiração musical aos conceitos administrativos de gestão de carreira.

Diante do exposto, o objetivo específico desse projeto é propor estratégias que podem ser utilizadas pelo gestor auxiliando no desenvolvimento de sua equipe e da carreira artística, de modo que com o crescimento de seu principal ativo, a organização alcance seus objetivos sem que haja prejuízos ou perdas ao decorrer do processo.



UNICEPLAC

2 REFERENCIAL TEORICO

Este capítulo apresenta a fundamentação teórica sobre os temas marketing pessoal e gestão de carreira, abordando questões ligadas à gestão da carreira artística musical e os pontos cruciais que tornam um gestor tão importante para o sucesso de um artista.

2.1 Relevância para a carreira

Para que seja possível compreender a relevância da gestão para uma carreira, é necessário entender que existem alguns conceitos importantes, como a noção da carreira, a sua evolução ao longo dos tempos e principalmente o papel ativo que o empregado deve assumir na construção de sua carreira. O indivíduo assume, cada vez mais, um papel importantíssimo de responsabilidade na gestão da sua própria carreira (Arnold, 1997). São conceitos que se tornam cada vez mais relevantes e fazem com que se tenham outros olhos quando se fala em definição para uma carreira e o que a gestão pode agregar se for utilizada da melhor maneira possível.

Para Pontes (1996), “a seleção, é o processo de escolha dos candidatos que melhor ocupariam determinado cargo na organização, com base na avaliação das características pessoais e motivações”. Isto é, a gestão de carreira entra como peça fundamental em uma engrenagem que necessita constantemente estar em movimento e ser alimentada com as melhores estratégias.

São necessários diversos treinamentos para que o empregado desenvolva suas habilidades, tornando-o apto para desempenhar suas atividades. Não somente isso, não é o sucesso da organização que transforma os colaboradores em funcionários talentosos, é principalmente a junção de uma equipe qualificada e motivada que torna ainda mais acessível os objetivos da empresa. Administrar com pessoas significa dirigir a organização junto com os parceiros envolvidos, internos ou externos, que mais entendem dela e do seu futuro. É uma nova visão das pessoas, do que elas representam para o desenvolvimento não somente como um simples recurso, mas como um objetivo pessoal ativo e provocador de decisões.

Para isso, a figura do gestor se mostra tão importante para a carreira artística musical quanto para qualquer carreira dentro de uma organização, já que ele é o responsável pela montagem da equipe que cercará o artista, dando suporte no planejamento estratégico e na percepção de oportunidades que poderão ser úteis para o sucesso do colaborador.



UNICEPLAC

2.2 Principais diferenças entre as carreiras.

Ao longo da história, nos deparamos com diversos profissionais que se arriscaram no mundo da música, desde os grandes sucessos das décadas passadas que vendiam milhares de discos e com grandes sucessos que ultrapassaram as gerações, até os dias de hoje em que nos deparamos com artistas que lutam para alcançar o tão sonhado sucesso.

É fato que para fazer sucesso não basta apenas possuir talento, temos exemplos de artistas que se tornaram virais, porém, tecnicamente não são talentosos. Não existe resposta certa para essa equação, e sim toda uma gestão dessa carreira para que se alcancem os objetivos propostos por gestores, técnicos, designers, consultores que compõem toda a equipe que auxilia o artista.

Segundo Chiavenato (1999), as definições para a Gestão de Pessoas são o conjunto de políticas e práticas necessárias para conduzir os aspectos da posição gerencial relacionados com as pessoas ou recursos humanos, incluindo recrutamento, seleção, treinamento, recompensas e avaliação de desempenho.

Acredita-se que o sucesso atualmente vem mais facilmente, e que não se produzem mais artistas como antigamente, seja qual for o segmento musical. No entanto, mesmo com um maior acesso à informação, o diferencial continua ligado à perseverança e ao esforço individual do artista em relação aos seus objetivos. Segundo (Snowden 2003) “o conhecimento é adquirido de forma voluntária, não imposto; aprendemos quando necessitamos de um conhecimento para inovar, algumas pessoas irão reter conhecimentos que nos são importantes”.

Quando se fala em arte e no ramo musical, uma boa administração de carreira pode transformar artistas medíocres em expoentes, enquanto que pessoas virtuosas amargam o ostracismo, por não considerar esse importante aspecto nas suas carreiras. Talvez isso explique um pouco a queda na qualidade da MPB nas últimas décadas.

Músicos atualmente não encontram os mesmos obstáculos para produzir o seu trabalho, não são mais dependentes das gravadoras que por muitos anos eram mandatárias no cenário musical. Basta um celular e conexão à internet para que um vídeo seja produzido e posto à prova para que o público o consuma. Porém, o sucesso não é apenas ser tendência durante alguns meses, é conseguir manter-se no topo, sem perder qualidade e a credibilidade conquistada ao longo da carreira, o que vem atrelado a um grande período de dedicação. Assim como nas principais empresas capitalistas que buscam o lucro e o resultado, o artista é visto como o capital mais valioso do empreendimento, e que conseqüentemente precisa obter lucro para que a máquina continue funcionando. Por isso, o gestor se torna importante em um mundo tão globalizado em que “qualquer um” pode ser músico, uma vez que uma gestão competente



UNICEPLAC

concorrerá para que carreiras musicais não se tornem virais passageiros e nem caiam no esquecimento do público. O tripé talento, investimento e gestão formam a base sólida para que se obtenha o desejado sucesso na carreira musical.

2.3 Gestão de Carreira

Gestão de carreira é um assunto que vem ganhando força com o passar dos anos, especialmente em organizações que se destacam com os seus últimos desenvolvimentos em recursos humanos, ou seja, fala-se muito mais em um trabalho inteligente e na era do reconhecimento, do que necessariamente o trabalho duro. É fato que existem técnicas que ainda são fundamentais para o desenvolvimento do empregado, porém, quando se alcança o ponto do empregado se sentir confortável o suficiente para exercer sua atividade de forma voluntária, a partir daí é possível transformar a essência da organização. De acordo com (AKTOUF, 2004, p. 167) “É a inter-relação dessas pessoas, seus sentimentos, sua qualidade de vida junto, e o que se passa em suas cabeças, que determinam o comportamento, a eficácia e o desempenho da organização”.

Dutra (1996) afirma que “não vê a administração de carreiras como panacéia que resolverá todos os problemas de gestão de recursos humanos, mas sim, como uma importante contribuição para permitir que haja uma constante adequação dos projetos de desenvolvimento das pessoas com o projeto de desenvolvimento da organização”.

É importante ressaltar que não é impossível identificar opções para resolver alguns conflitos entre organização e indivíduo, como também se pode concluir que gestão de carreira não está voltada apenas para os interesses e necessidades de uma organização que necessita alcançar melhores resultados, mas dar ouvidos e atender as necessidades dos indivíduos em tornarem-se mais qualificados, e assim desempenharem suas atividades de maneira mais autônoma.

Dessa forma, fica representado que o conceito de gestão de carreira assume um conteúdo de compartilhamento de responsabilidades, onde a ação não fica apenas a cargo da organização que visa, prioritariamente, a atingir seus objetivos, mas fica determinado também ao indivíduo e a organização trabalharem em conjunto e buscarem alternativas satisfatórias e viáveis para todos os integrantes envolvidos no processo.



UNICEPLAC

2.4 Gestão da Carreira Artística

Uma carreira baseada apenas no talento do artista, dificilmente alcançará os postos mais altos em uma carreira artística musical. É necessário entender toda a dimensão que ocorre por trás dos holofotes, para que de fato o show aconteça.

A equipe que acompanha o artista não atua somente na montagem dos palcos, para que a apresentação fique reservada a estrela principal. Ocorre todo um processo de acompanhamento pessoal a fim de moldar todo o caminho a ser trilhado, desde as roupas que irá vestir, a maneira como irá se pronunciar e quando isso acontecerá, um estudo das principais tendências para que isso se assemelhe aos trabalhos realizados pela banda ou artista.

O principal desafio para o gestor nesse momento é entender o clima organizacional que o cerca, e conseguir retirar o melhor de sua equipe. Dentre as habilidades exigidas de um gerente de projetos, está a capacidade de compreensão da cultura das pessoas dentro de sua equipe (Kerzner, 2000). É importante entender que em um projeto dessa magnitude onde o principal capital são as pessoas, a cultura afeta a tomada de decisão e interfere diretamente nos resultados alcançados. Para isso, é crucial que exista um sistema que alinhe todas as áreas da organização, alimentando-as com dados válidos, que auxiliarão todos os setores a gerarem novas informações, essas não sejam desorganizadas.

2.5 Recrutamento e seleção

É um processo de suma importância em toda a gestão da carreira. Aqui é exatamente onde tudo começa e uma estrela não caminha só, quanto mais qualificada for a sua equipe, melhores serão seus resultados. É importante entender a relevância que essa equipe possui, uma vez que ela estará presente em todos os momentos e decisões que lidem diretamente com o artista. Pode-se destacar que a equipe atualmente não se limita apenas aos cuidados musicais, iniciando desde os cuidados com a saúde, assessoria responsável por suas redes sociais e pronunciamentos e até mesmo os cuidados psicológicos.

Para Pontes (1996, p.65) recrutamento é uma atividade ativa de atrair e despertar o interesse de possíveis candidatos às vagas. De acordo com o autor, “o sucesso na seleção é traduzido no sucesso do recrutamento”.

A formação da equipe é um ponto determinante em uma carreira, tanto no ambiente corporativo, quanto no artístico. É necessário levar em consideração pontos importantes que existem na seleção, uma vez que o objetivo do recrutamento é atuar como a principal ferramenta de captação no número de pessoas qualificadas para ocupar o cargo e exercerem o papel que é esperado. Após essa etapa do processo, entrará a seleção dos candidatos previamente separados no recrutamento, é justamente nesse momento do processo onde se é feita uma filtragem mais



UNICEPLAC

específica e avaliação mais minuciosa dos candidatos recrutados. Para Chiavenato (1999), “a seleção busca, dentre os vários candidatos recrutados, aqueles que são mais adequados aos cargos existentes na organização”. Vale ressaltar que é importante analisar pontos como: experiência, habilidades, testes em grupo, expertise, flexibilidade com horários entre outros pontos que dependerão daquilo que a organização procura.

A forma de escolha mudou ao longo dos anos, é necessário entender que os colaboradores precisam estar dispostos e alinhados ao objetivo geral da organização, e que atualmente não existe apenas a expectativa da organização em relação ao seu empregado, mas a visão do contratado também em favor daquilo que ele espera alcançar com o desenvolvimento do seu trabalho. Para Pontes (1996), “a seleção, é o processo de escolha dos candidatos que melhor ocupariam determinado cargo na organização, com base na avaliação das características pessoais e motivações”.

Com o advento da internet, os artistas se tornaram ainda mais independentes na divulgação do seu trabalho, destruindo assim uma hegemonia criada por parte das gravadoras. Diante de um cenário cheio de vantagens decorrentes da força que a internet ganhou com passar dos anos, o gestor precisa ter em mente que algumas peças serão imprescindíveis para o desenvolvimento do artista, e que ajudarão a equipe como um todo. Profissionais como designers gráficos se mostram bastantes úteis nesse projeto, já que será responsável por toda a criação de projetos de comunicação visual o que facilitará na consolidação da marca que o artista pretenda carregar.

3 METODOLOGIA

Com relação aos procedimentos metodológicos, o presente estudo se baseia em uma pesquisa exploratória, utilizando como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e o estudo de caso.

3.1 Planejamento do Escopo

Uma carreira artística de sucesso, verdadeiramente consolidada, não se baseia apenas no talento do artista. A proposta deste projeto é, por meio de um bom planejamento da carreira, evitar que o reconhecimento seja apenas momentâneo, mas perene, mantendo a notoriedade e o reconhecimento por parte do público com o passar dos anos. Isso evitaria a explosão repentina conhecida como “viral”, e que, geralmente, não possui continuidade.

O presente projeto tem como base a maneira pelas quais deverão ser realizadas as atividades por parte do gestor, tendo em vista que a execução do projeto partirá do zero. O planejamento deve iniciar a seleção do artista e sua equipe, que o auxiliará no crescimento e desenvolvimento da carreira. Vale ressaltar que a presença do gestor em todas as etapas que



UNICEPLAC

estão propostas no projeto é imprescindível.

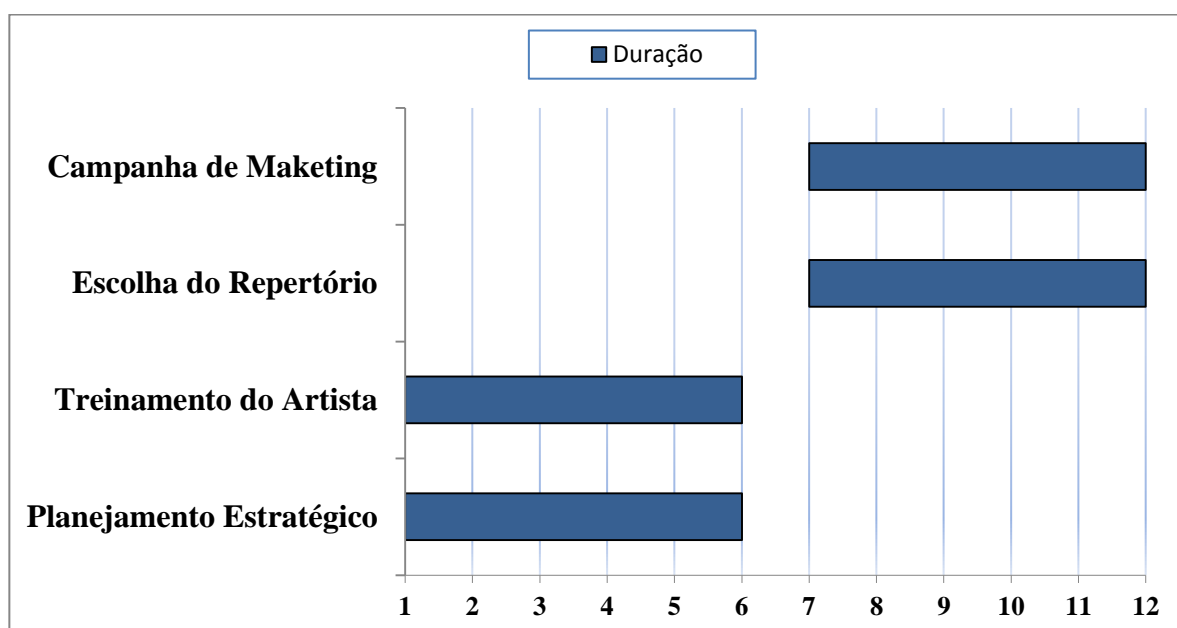
A partir desse princípio e após a seleção do artista, será necessário o desenvolvimento pessoal do artista selecionado, sendo indispensável o aperfeiçoamento de suas habilidades, o que em alguns casos podem ser necessários acompanhamentos com fonoaudiólogos, aulas de canto e cursos de oratória. Acontecerá paralelamente a escolha de seu repertório, a análise do mercado em que o artista atuará, comparando os casos de sucessos e reproduzindo as ideias que funcionaram e funcionam até os dias atuais.

Um ponto importante necessário nessa etapa do projeto é uma seleção minuciosa em relação à equipe de marketing. Essa equipe terá a responsabilidade de cuidar de todos os detalhes relativos à imagem do artista, desde o crescimento da carreira até sua exposição em todos os meios de comunicação, visando atingir o maior espectro de público possível. O marketing também terá a responsabilidade de vincular o artista ao seu público-alvo, gerando alto grau de identificação. É crucial que o gestor esteja atento ao cronograma apresentado, que tem como estimativa o mínimo de três anos de duração para que todas as etapas sejam realizadas.

3.2 Planejamento do Tempo (Cronograma)

A princípio, estima-se que o prazo mínimo gira em torno de três anos para que todas as etapas do projeto possam ser concluídas. O cronograma que deverá ser seguido terá como base os pontos destacados no gráfico 1 a seguir:

Gráfico 1: Cronograma das Atividades





UNICEPLAC

O gráfico de Gantt apresentado demonstra o cronograma que deve ser seguido em cada etapa proposta no projeto. O eixo X do gráfico representa o primeiro ano de execução do projeto, e no eixo Y estão detalhadas quais atividades serão realizadas em cada período, conforme descrito a seguir:

- **Planejamento Estratégico**

Os primeiros seis meses serão destinados para a realização do planejamento estratégico da carreira, analisando o mercado e comparando os artistas que atuam no mesmo segmento.

- **Treinamento do Artista**

Trabalhando simultaneamente com a equipe coordenada pelo gestor, o artista passará por treinamentos específicos, acompanhado por fonoaudiólogos, aulas de canto e cursos de oratória a fim de aperfeiçoar as suas habilidades pessoais para que alcance a excelência em sua performance.

- **Escolha do Repertório**

Uma etapa importante para o desenvolvimento do projeto é a escolha do seu repertório, sendo a principal ferramenta de trabalho do artista. É necessário entender em qual estilo musical acontecerá a melhor adaptação. Essa etapa acontecerá ao término do primeiro semestre, e serão reservados os próximos seis meses para o trabalho voltado a escolha do repertório.

- **Campanha de Marketing**

Com o repertório devidamente decidido, o artista e seu gestor devem realizar uma análise das principais músicas que devem compor seu álbum musical, e decidir qual será a principal música de trabalho que o artista atuará. Para que assim possa ser enviada para a equipe de marketing, que terá como principal responsabilidade fazer um trabalho de divulgação em cima da música escolhida.

- **Lançamento e Promoções**

Neste momento do projeto, caberá ao gestor atuar simultaneamente com a equipe de marketing toda a divulgação do álbum, o engajamento nas redes sociais com o objetivo de promover promoções que podem acontecer tanto no perfil pessoal do artista, quanto em rádios espalhadas pelo Brasil. Oferecendo bônus e promoções que liguem diretamente a imagem do artista. Acompanhando todas as promoções em andamento e com a imagem do artista em alta, esse momento se mostra oportuno para o lançamento oficial da sua música de trabalho, aquela que o artista mais se identificou e acredita que terá um retorno maior com o seu



UNICEPLAC

público.

- **Análise do Desenvolvimento**

Durante o período de desenvolvimento do projeto e execução dos prazos estabelecidos, cabe uma ressalva importante para a análise daquilo que está sendo desenvolvido.

É importante que o gestor esteja atento ao retorno adquirido em cada etapa do projeto e a sua eficácia, a transparência e comunicação são pontos cruciais para que cada etapa a ser desenvolvida, alcance o retorno desejado.

3.3 Planejamento dos Recursos

Para o planejamento de recursos, a necessidade referente aos recursos humanos contará com o gestor, contador, artista, produtor musical, assessor, um motorista para o ônibus e outro para a carreta, músicos para compor a banda, auxiliares e técnicos de som e luz.

Já para a parte dos recursos de materiais e a montagem do escritório, será necessário alugar um espaço amplo e bem localizado para alocar no mesmo ambiente o estúdio e o escritório. Para o escritório serão necessários computadores, mesas, sofás, ar condicionado, impressoras, cadeiras e um telefone fixo.

Os equipamentos musicais foram divididos em duas classificações, sendo a primeira para a montagem do estúdio, e a segunda os equipamentos que acompanharão o artista em seus shows.

Para a montagem do estúdio, os equipamentos necessários são: microfones, fones, instrumentos, ar condicionado, mesa de som para gravação, equalizador, filtro de áudio e o cabeamento.

Equipamentos que acompanharão o artista nos *shows*: carreta, ônibus, painel de led, *backline* (tudo o que está sobre o palco, mais especificamente os equipamentos utilizados pelos músicos como bateria, amplificadores de guitarra, baixo, etc) e o *moving* (equipamento utilizado para iluminação do palco).

Logic Pro X e *Pro Tools*, são aplicativos de produção musical e que devem ser utilizados dentro do estúdio.



UNICEPLAC

3.4 Planejamento dos Custos (Orçamento)

3.4.1 Custos Diretos e Indiretos – As planilhas 1 e 2, a seguir demonstram todos os gastos essenciais para o desenvolvimento de uma carreira artística iniciada do zero, que vise à consolidação no mercado musical.

Planilha 1 – Custos Diretos.

CUSTOS DIRETOS	VALORES
Administrador/Gestor	R\$ 10.000,00
Equipe	R\$ 42.845,69
Artista	R\$ 15.000,00
Equipamentos do estúdio	R\$ 104.603,23
Ônibus	R\$ 285.000,00
Carreta	R\$ 305.000,00
Total	R\$ 762.448,92

Planilha 2 – Custos Indiretos.

CUSTOS INDIRETOS	VALORES
Plano de saúde	R\$ 6.370,00
Aluguel	R\$ 1.650,00
Custos com estúdio (água, luz e segurança).	R\$ 1.000,00
Custos por música (gravada em estúdios renomados).	R\$ 100.000,00
Custos por clipes	R\$ 30.000,00
Impulsioneamento nas redes sociais, 1º ano.	R\$ 35.000,00
Impulsioneamento nas redes sociais, 2º ano.	R\$ 50.000,00
Impulsioneamento nas redes sociais, 3º ano.	R\$ 80.000,00
Caminhões de prêmios	R\$ 25.000,00
Total	R\$ 329.020,00

3.4.1 Custos Fixos e Variáveis – A planilha 3, a seguir, demonstra todos os custos fixos que são destinados aos salários mais encargos sociais da equipe que trabalhará diretamente com o artista. A planilha 4 retrata os valores necessários para a montagem do estúdio, escritório e equipamentos que serão usados nos *shows*.



UNICEPLAC

Planilha 3 – Custos com Pessoal.

CARGO	SALÁRIO MAIS ENCARGOS SOCIAIS
Administrador/Gestor	R\$ 10.000,00
Contador	R\$ 4.113,69
Produtor Musical	R\$ 8.150,00
Assessor	R\$ 8.150,00
Músicos	R\$ 6.750,00
Holds (Auxiliares)	R\$ 2.475,00
Motoristas	R\$ 3.207,00

Planilha 4 – Custos com Equipamentos.

EQUIPAMENTOS	VALORES
Equipamentos para Escritório	R\$ 13.369,99
Equipamentos para Estúdio	R\$ 104.603,23
Equipamentos para Shows	R\$ 759.047,00
Total	R\$ 877.020,22

3.4.2 Custos variáveis:

Os custos variáveis tem início a partir do segundo semestre do projeto, uma vez que será o momento em que haverá todo o trabalho de divulgação por parte da equipe de marketing, nas principais rádios e redes sociais.

Analisando os custos com rádio e promoções, o gasto inicial será de R\$400.000,00, isso é importante para que o artista esteja sempre interagindo com o público oferecendo promoções como celulares, caminhões prêmios entre outros. Já no segundo e terceiro ano o valor dobra, passando a ser R\$800.000,00. Importante ressaltar que as promoções que ocorrem nas rádios além de envolverem prêmios, existem os custos de viagem para que o artista dê entrevistas nas principais rádios do país. Em cada entrevista dada, levando prêmios e sua principal música de trabalho, esse espaço também é reservado para a divulgação do lançamento do DVD, ou seja, enquanto divulga sua marca, sua principal música de trabalho e seus prêmios, o artista ainda estará reforçando seu marketing em cima do seu principal trabalho.

Para a montagem do escritório onde ocorrerão reuniões periódicas com objetivo de analisar o *feedback* passado por toda a equipe, e definições das próximas metas a serem atingidas por parte do artista, serão necessários equipamentos como mesa, sofá, computador, telefone, ar condicionado, impressora e cadeiras.



UNICEPLAC

3.5 Planejamento da Qualidade

Qualidade é um assunto importante e precisa ser tratado com bastante atenção nessa etapa do projeto. Não basta apenas focar em um crescimento prematuro da carreira, o importante, além de alcançar, é conseguir manter o sucesso. Logo, é imprescindível a presença do marketing. É nesse momento do projeto em que se deve atuar como um “fiscal”, analisando todos os relatórios que deverão ser produzidos pela equipe de comunicação responsável por captar todos os dados que envolvem a carreira do artista.

O *benchmarking* entra como uma estratégia e forte aliada para ser utilizada, uma vez que é o processo de avaliação da empresa em relação à concorrência, já que existem diversas bandas e artistas que atuam no mercado e possuem experiência suficiente para ser analisada e estudada como ferramenta de aprendizado e auxílio na tomada de decisão e, consequentemente entra como ponto forte para sair à frente no mercado.

Por se tratar de um ramo artístico, necessariamente a imagem é o principal reflexo que o público terá como parâmetro. É importante a presença de *personal branding*, responsável pela gestão da sua marca pessoal, que irá agir e se posicionar de forma que o público compreenda claramente quem você é e o que tem a oferecer.

O planejamento da qualidade tem como prioridade o cuidado e a avaliação daquilo que está sendo produzido e absorvido por seu público, a partir de análises e *feedbacks* que proporcionam melhores condições na tomada de decisão para a definição dos próximos passos a serem executados pelo artista.

3.6 Planejamento das Comunicações

Nessa etapa do projeto, consiste em fazer um levantamento das pessoas que estarão envolvidas na iniciativa do projeto, e assim determinar para quem serão repassadas todas as informações. No presente projeto, todas as informações serão repassadas para o gestor do artista, uma vez que é o responsável pelo andamento da carreira e também da escolha do pessoal que irá contribuir em sua organização.

Para essa etapa, é necessário que o *staff*, equipe responsável por trabalhar em conjunto e que vise a melhoria e apoio para o artista, tanto no cotidiano quanto nos eventos, faça um levantamento dos dados em relação ao engajamento do artista, trabalhando diariamente por meios de canais de comunicações (redes sociais), e armazenando essas informações em planilhas e tabelas com gráficos que demonstrem o crescimento, quais períodos os consumidores passaram a ouvir mais o seu repertório e o número de menções que ocorreram antes de cada lançamento. Com todos esses dados levantados e devidamente organizados, caberá à equipe de marketing traçar um plano para a captação de patrocinadores, possíveis investidores que contribuirão para o



UNICEPLAC

crescimento do artista.

Essas informações precisam estar disponíveis e de fácil acesso para que em reuniões com contratantes, os dados sejam utilizados para demonstrar os motivos pelo qual devem fechar *shows* e apresentações. Essas informações poderão ser transmitidas de diversas maneiras, podendo utilizar métodos presenciais (reuniões, conferências, palestras), por meio de distribuição eletrônica (aplicativos de mensagens, e-mail), ou através de métodos de armazenamento (banco de dados, intranets corporativas ou softwares específicos para gerenciar essas informações). Importante prezar pela segurança dos dados, realizando um *backup* mensal a fim de evitar perdas e prejuízos.

Para que a comunicação possa ser mais efetiva possível, é crucial criar um canal direto entre todos os integrantes da equipe. É recomendável que existam reuniões periódicas, já que se trata de um projeto de médio a longo prazo, para que possam ser analisados todos os dados inseridos nas tabelas e planilhas, e assim definir os próximos passos a serem executados pela equipe.

3.7 Planejamento dos Riscos

Em uma carreira artística, um ramo que naturalmente envolve uma grande quantidade de dinheiro e visibilidade, é possível identificar alguns riscos que podem ocorrer durante a implementação do projeto.

É imprescindível que o gestor esteja sempre em sinal de alerta para riscos financeiros como, por exemplo, o controle financeiro da empresa, que se feito de maneira ineficiente poderá acarretar em grandes prejuízos trazendo um excesso do endividamento e fazendo com que a empresa não consiga arcar com seus compromissos. Ainda no controle financeiro, pode-se considerar um grande risco a sazonalidade, que pode ser observada principalmente com o crescimento das apresentações nos meses de junho e julho, ou seja, em meses com o número reduzido das apresentações torna-se um desafio honrar os compromissos financeiros e trabalhistas com menos recursos em caixa.

Na parte organizacional, é importante o gestor entender quais são as necessidades da empresa e determinar quais são as habilidades e os conhecimentos essenciais para o novo funcionário. Um processo de recrutamento e seleção mal feito pode gerar diversos prejuízos, e os principais riscos que podem ser identificados são: uma alta taxa de rotatividade dos funcionários, queda de produtividade, desmotivação da equipe e desperdício de recursos, contratações que causem conflito de interesses e, principalmente dos novos contratados não serem orientados quanto à cultura ou princípios estabelecidos previamente pela organização.

É importante identificar no artista quais são suas principais qualidades e limitações a fim de buscar um desenvolvimento específico para cada uma delas. Artistas que não buscam o



UNICEPLAC

aperfeiçoamento tendem a ficar em desvantagem em relação aos concorrentes que atuam no mesmo segmento musical, por isso é crucial apontar quais são as limitações encontradas para que se consiga neutralizar os riscos ainda na fase inicial.

3.7.1 Medidas para mitigar os riscos

Uma maneira de mitigar os riscos financeiros apresentados é inicialmente com a contratação de um contador, que irá auxiliar o gestor em todo o controle e monitoramento das transações financeiras que acontecerão no decorrer do projeto. Para a sazonalidade, cabe ao gestor junto com a equipe de marketing buscar alternativas e estratégias que promovam outras formas de captarem recursos financeiros. Possuir um bom banco de dados mostra-se uma ferramenta relevante para ajudar o gestor a lidar melhor com todos os riscos financeiros. Para a efetivação do contador, assim como o quadro de funcionários da empresa, outra maneira de minimizar os riscos organizacionais ligados ao recrutamento e seleção é estabelecer um processo minucioso e detalhado quanto àquilo que se espera dos funcionários.

Com relação ao desenvolvimento pessoal do artista e a identificação de seu público alvo, é importantíssimo que o artista desenvolva suas habilidades. Muitos deixam de alcançar o sucesso por não buscarem extrair o melhor de suas performances, ou seja, é importante que o artista busque atuar também como compositor, uma vez que não há ninguém melhor para entender aquilo que ficará melhor em sua voz.

Uma ferramenta de grande relevância para a continuidade com qualidade do projeto é o *feedback*, espaço que é reservado para que o público consiga expressar sua opinião em relação a performance do artista e como ele pode torná-la melhor. O mais importante nesse momento e que muitas vezes pode passar despercebido, são os pontos positivos. Após buscar o desenvolvimento pessoal do artista, vale analisar friamente os pontos positivos recebidos, pois são justamente os pontos fortes em que o artista pode buscar uma especialização, ou seja, identificar os seus talentos e aperfeiçoá-los. E com isso conseguir neutralizar os pontos negativos apresentados.

O Youtube disponibiliza para os consumidores uma ferramenta de avaliação em cada vídeo postado, pesquisas sazonais podem ser feitas para entender melhor como o público está enxergando o crescimento ou o caminhar do artista. É crucial que os colaboradores estejam em constante evolução, para que assim a qualidade dos *shows* permaneça em alto nível, e no caso de uma banda, para que todos os integrantes estejam sincronizados no mesmo objetivo, pensem da mesma maneira em relação à música.

Logo, a gestão da carreira precisa estar atenta aos riscos e acompanhar as medidas que possam ser utilizadas para sanar eventuais problemas durante a implementação do projeto.



UNICEPLAC

3.8 Planejamento das Aquisições

O planejamento de aquisições tem como principal base o cronograma proposto pelo projeto. E de acordo com o avanço da implementação, algumas aquisições começarão acontecer.

O projeto iniciará com a seleção e recrutamento da equipe que irá compor o quadro de funcionários, é crucial que nessa etapa seja feito recrutamento e seleção de maneira minuciosa. Essa escolha deverá ser feita através de um processo que medirá as habilidades, experiência, expertise, inteligência, compatibilidade e o engajamento para a vaga proposta.

De acordo com o cronograma, o primeiro ano do projeto possui o foco voltado para o desenvolvimento pessoal do artista, ou seja, máquinas e equipamentos maiores serão adquiridos a partir do segundo ano. No entanto, a montagem do escritório e do estúdio poderá ter início no segundo semestre, sendo importante uma pesquisa e cotação com pelo menos três marcas e preços que o mercado oferece. A praticidade de se ter o estúdio e escritório no mesmo espaço faz com que se obtenha uma economia significativa nos custos do aluguel.

Com o ambiente já estabelecido e os equipamentos para o escritório e estúdio devidamente escolhidos, os equipamentos que acompanharão o artista em suas apresentações deverão ser orçados já no segundo semestre visando à compra no início do segundo ano. Com relação aos pagamentos, os equipamentos podem ser comprados a prazo sem que isso altere a continuidade das etapas propostas. Uma observação importante a ser destacada é em relação aos equipamentos que acompanham o artista em seus *shows*, é que existem empresas que prestam serviços de alugueis do backline (sistema de reforço de som e música para os equipamentos de amplificação de áudio eletrônico e caixas de alto-falantes que são colocadas atrás da banda), fazendo com que o gestor não necessite comprar os equipamentos e transportá-los nas viagens. No entanto, corre-se um risco de nem sempre estarem disponíveis instrumentos com a qualidade esperada ou que atendam as necessidades do artista e, ao optar pela compra, todos os itens comprados serão devidamente aprovados por toda equipe.

Para a compra do ônibus e da carreta, existe a possibilidade de buscar patrocinadores dispostos a investirem na carreira do artista, reduzindo os custos e facilitando as aquisições. Pois essas deverão ser feitas à vista, já que não é favorável optar pelo aluguel devido ao alto valor cobrado mensalmente e conseqüentemente o gasto seria maior do que o planejado.



UNICEPLAC

4 RESULTADOS ESPERADOS

De acordo com todos os objetivos propostos no presente projeto, e tendo como objetivo específico propor estratégias que podem ser utilizadas pelo gestor auxiliando no desenvolvimento da sua equipe e do artista, de modo que o crescimento seja realizado do zero e de forma gradativa para se alcançar os mais altos níveis da carreira artística, estima-se que os resultados comecem aparecer paralelamente ao desenvolvimento do projeto.

É fato que por se tratar de uma carreira artística musical, os valores propostos podem se mostrar aparentemente altos, no entanto, o retorno esperado no decorrer de uma carreira superam todos os investimentos. Um dos principais fatores para se acreditar nisso é a variedade de opções para se arrecadar recursos financeiros com o desenvolvimento da carreira, seja por parceria com grandes marcas e anunciantes, ou por shows realizados ao mês, engajamento nas redes sociais, apresentações em programas de televisão e rádio etc. No ano de 2019, segundo os principais canais de comunicação, como UOL, Observatório da Música e Terra, os salários pagos para artistas que já alcançaram o auge da carreira por apresentação podem chegar a R\$600.000,00.

De acordo com a pesquisa de campo realizada na resolução do projeto, com os maiores escritórios artísticos do país Work Show e Aúdio Mix, informaram que artistas já renomados no mais alto nível chegam a fazer mais de trinta apresentações por mês. Assim o potencial de um artista de sucesso pode auferir ganhos de até R\$18.000.000,00, dessa forma, considerando um artista minimamente talentoso o planejamento empresarial da sua carreira pode-se tornar extremamente rentável.

Com isso, todos esses resultados citados são esperados ao longo do desenvolvimento do projeto e cada etapa detalhada faz com que eles aconteçam de forma espontânea, gerando, assim, um retorno financeiro suficiente para a realimentação do projeto, dos investimentos e principalmente do crescimento e desenvolvimento do artista, até que se atinja o objetivo principal que é a consolidação de uma carreira artística iniciada do zero.



5 CONCLUSÕES

O presente trabalho fez um estudo e uma análise sobre a importância da gestão de pessoas com foco na carreira artística musical, por meio de abordagem qualitativa com revisão bibliográfica, documental e uma pesquisa de campo.

É fato que as organizações necessitam de um alto grau de comprometimento a fim de tornar a empresa cada vez mais bem-sucedida. Logo, a empresa é representada por seus funcionários. E a gestão de carreira é de fato muito importante, por lidar e trabalhar diretamente com as pessoas.

O projeto proposto demonstrou a importância da gestão para o desenvolvimento de uma carreira artística musical, uma vez que o gestor estará atuando diretamente em todas as frentes do projeto como o recrutamento, seleção, desenvolvimento pessoal e consolidação da carreira.

Com o objetivo de mostrar desde o início como se dá o desenvolvimento de um artista, o projeto trouxe etapas que mostram o passo a passo para o desenvolvimento de uma carreira artística e demonstrou que ao seguir todas as etapas estabelecidas naturalmente o crescimento da carreira poderá acontecer, uma vez que são técnicas utilizadas por artistas que já estabeleceram seu lugar no mercado da música. Não há uma fórmula exata para que se alcance o sucesso, e não dá para determinar também um prazo exato para que isso ocorra, tendo em vista que existem variáveis que fogem ao controle do gestor. Isso explica porque há exemplos de artistas que alcançaram recordes de visualizações nas maiores plataformas e o sucesso de forma prematura, e também artistas que não conseguiram resultados muito promissores.

Pensando nisso o projeto estabeleceu um prazo mínimo de três anos de desenvolvimento da carreira artística, para que todas as etapas propostas possam ser cumpridas. Vale ressaltar que após o cumprimento do prazo estabelecido pelo projeto, o artista terá boas possibilidades de alcançar o seu espaço no mercado.



UNICEPLAC

REFERÊNCIAS

AUDIO MIX, Goiânia, GO; acesso em: 14/08/2020 na URL< <http://www.audiomix.com.br/>>

CALASANS, R. G.; DAVEL, E. P. **Gestão de Carreiras Criativas: passado e futuro da pesquisa acadêmica**. Salvador, Pol. Cult. Rev., v 13, n 1, p. 113-134, 2020.

CALDAS COUNTRY SHOW, Caldas Novas, GO; acesso em: 22/09/2020 na URL< <https://www.caldascountryshow.com.br/>>

CORADINI, J. R.; MURINI L. T. **Recrutamento e Seleção de Pessoal: como agregar talentos à empresa**. S. Maria, Disciplinary Scientia, v 5, n 1, p. 55-78, 2009.

FS PRODUÇÕES ARTÍSTICAS, Moema, SP; acesso em: 21/09/2020 na URL< <https://www.fspa.com.br/site/>>

LANA, M. S.; FERREIRA, V. C. P. **Gestão por Competências: impactos na gestão de pessoas**. Juiz de Fora, Estação Científica Online, n 4, 2007.

LEMES, A. G. **A Influência das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção**. Rio Grande do Sul, Revista de Negócios da Cesuca. P. 19-39.

MACHADO, F. C. *et al.* **Gestão de Carreiras: um olhar para o futuro- ano III**. Petrolina, Revista de Extensão da Univasf, v 3, n 1, 2015.

R2 PRODUÇÕES ARTÍSTICAS, Brasília, DF; acesso em: 21/09/2020 na URL< <https://producoesr2.com.br/>>

SUPER PROF (blog), São Paulo, SP; acessos em: 23/08/2020; 24/08/2020; 29/08/2020; 13/09/2020 na URL< <https://www.superprof.com.br/blog/artistas-famosos-do-brasil/>>

VILLA MIX, São Paulo, SP; acesso em: 21/09/2020 na URL< <https://www.villamix.com.br/>>

WESLEY SAFADÃO, Fortaleza, CE, acesso em: 23/08/2020 na URL< <https://www.wesleysafadao.com.br/>>

WORK SHOWS, São Paulo, SP; acesso em: 14/08/2020 na URL< <https://www.workshow.com.br/>>