

Arte e Business

Rita de Cássia Gonçalves, administradora de empresas
rita.geplan@uol.com.br

Viver de arte no Brasil não é fácil. Nosso país não tem uma cultura de valorização das várias formas de expressão artística, assim, são poucas as pessoas que apreciam este universo.

Ser artista profissional, então, exige além de talento, muita persistência, dedicação e uma boa dose de vocação empreendedora e visão empresarial.

Tal qual uma empresa, o produto que o artista oferece deve possuir diferencial competitivo, inovação, utilização de novas técnicas, aprimoramento constante e boas estratégias de marketing.

Analisando a história da arte, podemos traçar um paralelo entre dois dos maiores artistas da humanidade: Vicent Van Gogh e Michelangelo.

Apesar de todo seu talento e brilhantismo, Van Gogh, em vida, vendeu uma única tela: *A Vinha Encarnada*, por 400 francos. Cem anos após sua morte, entretanto, a tela *Retrato do Dr. Gachet*, foi vendida em um leilão por 82,5 milhões de dólares.

No outro extremo, a história de Michelangelo é bem diferente: conseguia financiadores para sua obra, fazia vários trabalhos por encomenda e atuava em várias áreas: foi pintor, escultor, arquiteto e poeta.

Trazendo esta análise para os dias atuais do mercado artístico brasileiro, podemos tomar como exemplo, de artista empreendedora, a cantora, compositora e instrumentista Ana Carolina.

Nascida em Juiz de Fora, Ana Carolina iniciou sua carreira apresentando-se em bares e universidades, interpretando grandes ídolos como Chico Buarque.

Em 1998, durante uma apresentação na casa Mistura Fina do Rio de Janeiro, Luciana de Moraes, filha de Vinícius de Moraes, encantada com o trabalho de Ana Carolina, lhe pede uma fita demo. Após quinze dias, Ana Carolina assinava seu primeiro contrato com a gravadora BMG.

Ao longo de sua carreira, Ana Carolina lançou sete cd's - sendo um duplo: Dois Quartos -, ultrapassando a marca de dois milhões de cd's vendidos, e, quatro dvd's, além de ter feito inúmeros shows, sempre com recordes de público.

Recentemente, foi lançada sua linha de produtos exclusivos (camisetas, anéis e adesivos) pleito antigo de muitos de seus fãs.

Ana Carolina também se dedica à pintura, sendo que, para cada música de seu cd "Estampado" pintou o respectivo quadro, além de ter desenvolvido o lay-out do encarte. Não é de se estranhar que algumas de suas telas sejam colocadas à venda no futuro.

Uma importante conquista da artista foi seu selo próprio, Armazém, o que possibilita mais autonomia e liberdade na hora de fazer negociações. Além disso, Ana Carolina passará a trabalhar do outro lado, contratando novos artistas.

Ana Carolina se diz exigente em tudo o que faz e impaciente com quem não tem talento para o que se propõe a fazer, "fico pensando como é difícil escolher quem você vai contratar, o que pode ser realmente novo e bom. Eu quero conseguir uma hora fazer uma contratação de algo novo, diferente, bacana, mas não sei quanto tempo isso vai demorar".

Na internet, Ana Carolina é prestigiada por mais de 450 mil pessoas, na maior comunidade que a homenageia, em um site de relacionamentos.

Ana Carolina tem de sobra as características do empreendedorismo: habilidade para enxergar e avaliar novas oportunidades e novos nichos de negócios; exploração de diversos conhecimentos, é orientada para a ação, é motivada a sempre superar seus resultados e, sobretudo, trabalha com paixão!