



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

NYEDJA DYLANNE NUNES ATAIDE DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO CULTURAL E A PROFISSIONALIZAÇÃO DE
ARTISTAS CRISTÃOS: UMA ANÁLISE SOBRE O COLETIVO
CANDIERO**

**João Pessoa
2025**

NYEDJA DYLANNE NUNES ATAIDE DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO CULTURAL E A PROFISSIONALIZAÇÃO DE ARTISTAS
CRISTÃOS: UMA ANÁLISE SOBRE O COLETIVO CÂNDIERO**



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientador(a): Profa. Msc. Elaine Gonçalves Soares de Medeiros

**JOÃO PESSOA
2025**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Nilo Peçanha do IFPB, *Campus* João Pessoa

S586e	Silva, Nyedja Dylanne Nunes Ataíde da. Empreendedorismo cultural e a profissionalização de artistas cristãos : uma análise sobre o coletivo candiero / Nyedja Dylanne Nunes Ataíde da Silva. – 2025. 98 f. : il. TCC (Graduação – Curso Superior de Bacharelado em Administração) – Instituto Federal de Educação da Paraíba / Unidade Acadêmica de Gestão e Negócios, 2025. Orientação: Profa. Me. Elaine Gonçalves Soares de Medeiros. 1. Empreendedorismo cultural. 2. Profissionalização. 3. Coletivos culturais. 4. Artistas cristãos. I. Título. CDU 005.342:7(043)
-------	---

 INSTITUTO FEDERAL Paraíba	CAMPUS JOÃO PESSOA COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - CAMPUS JOÃO PESSOA
---	--

AVALIAÇÃO 49/2025 - CCSBA/UAS/UA/DDE/DG/JP/REITORIA/IFPB

Em 22 de agosto de 2025.

FOLHA DE APROVAÇÃO

NYEDJA DYLANNE NUNES ATAÍDE DA SILVA

Matrícula 20212460038

EMPREENDEDORISMO CULTURAL E A PROFISSIONALIZAÇÃO DE ARTISTAS CRISTÃOS: UMA ANÁLISE SOBRE O COLETIVO CANDIERO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em **20/08/2025** no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Resultado: APROVADO

João Pessoa, **20** de agosto de 2025.

BANCA EXAMINADORA:

(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Elaine Goncalves Soares de Medeiros (IFPB)

Orientador(a)

Emmanuelle Arnaud Almeida (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Rachel Costa Ramalho Vasconcelos (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- Elaine Gonçalves Soares de Medeiros, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLÓGICO, em 22/08/2025 08:57:52.
- Emmanuelle Arnaud Almeida, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLÓGICO, em 22/08/2025 16:54:27.
- Rachel Costa Ramalho Vasconcelos, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLÓGICO, em 24/08/2025 09:00:45.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 20/08/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 752219
Verificador: d8e1989854
Código de Autenticação:



NOSSA MISSÃO: Ofertar a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, na perspectiva de contribuir na formação de cidadãos para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade inclusiva, justa, sustentável e democrática.

VALORES E PRINCÍPIOS: Ética, Desenvolvimento Humano, Inovação, Qualidade e Excelência, Transparência, Respeito, Compromisso Social e Ambiental.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, fonte de toda sabedoria e força, que esteve comigo durante toda esta caminhada, me guiando e me concedendo a serenidade necessária para concluir este desafio.

Ao meu esposo, Bennett Oliveira, que com amor, paciência e apoio incondicional, foi o meu maior apoio. Sua presença ao meu lado, sempre firme e constante, fez toda a diferença nesta jornada. À minha família, que sempre acreditou em mim, oferecendo amor, incentivo e apoio em cada momento. Agradeço por cada palavra de conforto, por cada gesto de carinho e por me proporcionarem a força necessária para seguir em frente. Este trabalho é uma pequena homenagem ao amor e à dedicação de todos vocês.

À Profa. Msc. Elaine Gonçalves Soares de Medeiros, minha orientadora, que, com sabedoria, paciência e generosidade, me guiou neste processo. Seu apoio foi fundamental para que este trabalho fosse concluído com sucesso. Agradeço por sua orientação impecável, por cada ensinamento e por acreditar no meu potencial. Aos meus colegas de curso, com quem compartilhei tantos momentos de aprendizado e crescimento, meu muito obrigado. Em especial, agradeço à Rafaela Souza e à Gabriela Teodósio, cujas amizades e apoio foram essenciais para que eu superasse as dificuldades e alcançasse este momento.

Ao coletivo Candiero, cuja vivência e experiências diárias foram fundamentais para a escolha da temática deste trabalho. A decisão de abordar essa temática surgiu a partir da observação das realidades e desafios vividos por esse grupo, cujas histórias inspiraram e orientaram o desenvolvimento da pesquisa. Agradeço imensamente pela disponibilidade e colaboração de todos, pois foram essenciais para a realização da pesquisa de campo, que constitui a base deste estudo.

Ao Instituto Federal da Paraíba (IFPB), instituição onde tive o privilégio de realizar minha graduação. Agradeço por me proporcionar uma formação sólida, de qualidade e por me permitir crescer não apenas como profissional, mas também como ser humano. Ao IFPB, minha eterna gratidão por toda a estrutura, conhecimento e apoio que recebi ao longo desses anos.

Que Deus continue a abençoar a todos que me ajudaram a chegar até aqui.

“O coração do homem traça o seu caminho, mas o Senhor lhe dirige os passos.”— *Provérbios 16:9*

RESUMO

A economia criativa tem se destacado como motor de desenvolvimento econômico e social, reunindo arte, cultura, tecnologia e inovação. No Nordeste, coletivos culturais assumem papel estratégico ao promoverem formação, apoio e visibilidade a artistas independentes. Nesse contexto, o Coletivo Candiero atua na música cristã, articulando valores espirituais e práticas empreendedoras para potencializar carreiras. A relevância deste estudo está na escassez de pesquisas sobre a profissionalização de artistas cristãos independentes e na necessidade de compreender estratégias de gestão cultural em contextos periféricos e religiosos. O objetivo é analisar como o Coletivo Candiero promove o empreendedorismo cultural e contribui para a profissionalização de artistas cristãos, investigando suas estratégias de gestão e sustentabilidade, desafios enfrentados, práticas empreendedoras e impacto na trajetória dos integrantes. A pesquisa é aplicada, com abordagem mista (qualitativa e quantitativa), caráter exploratório e procedimentos bibliográficos e de campo. A amostra não probabilística intencional foi composta por 17 participantes, entre artistas, familiares e colaboradores. Os dados foram coletados por questionário misto via Google Forms e analisados por estatística descritiva e análise de conteúdo. Os resultados indicam que o coletivo é reconhecido como espaço de incentivo, suporte emocional e desenvolvimento profissional, fortalecendo a identidade cristã e criando redes de apoio. Suas práticas incluem autogestão, uso de plataformas digitais, formação contínua e atuação cultural coletiva. Entre os principais desafios estão a sustentabilidade financeira, o planejamento estratégico e a inserção no mercado cultural. Apesar disso, o impacto positivo na consolidação de carreiras e na integração entre fé, arte e profissionalização é amplamente reconhecido. Conclui-se que o Coletivo Candiero representa uma experiência relevante de empreendedorismo cultural, unindo identidade cultural, inovação e gestão estratégica para promover o desenvolvimento artístico no contexto nordestino.

Palavras-chave: Empreendedorismo Cultural. Profissionalização. Coletivos Culturais. Artistas Cristãos.

ABSTRACT

The creative economy has emerged as a driver of economic and social development, bringing together art, culture, technology, and innovation. In the Northeast region, cultural collectives play a strategic role in promoting training, support, and visibility for independent artists. In this context, the Candiero Collective works with Christian music, combining spiritual values and entrepreneurial practices to enhance careers. The relevance of this study lies in the scarcity of research on the professionalization of independent Christian artists and the need to understand cultural management strategies in peripheral and religious contexts. The objective is to analyze how the Candiero Collective promotes cultural entrepreneurship and contributes to the professionalization of Christian artists, investigating their management and sustainability strategies, challenges faced, entrepreneurial practices, and impact on the trajectory of their members. The research is applied, with a mixed approach (qualitative and quantitative), exploratory in nature, and uses bibliographic and field procedures. The intentional non-probability sample consisted of 17 participants, including artists, family members, and collaborators. Data were collected using a mixed questionnaire via Google Forms and analyzed using descriptive statistics and content analysis. The results indicate that the collective is recognized as a space for encouragement, emotional support, and professional development, strengthening Christian identity and creating support networks. Its practices include self-management, the use of digital platforms, ongoing training, and collective cultural activities. Among the main challenges are financial sustainability, strategic planning, and insertion into the cultural market. Despite this, the positive impact on career consolidation and the integration of faith, art, and professional development is widely recognized. The conclusion is that the Candiero Collective represents a relevant experience in cultural entrepreneurship, combining cultural identity, innovation, and strategic management to promote artistic development in the Northeastern context.

Keywords: Cultural Entrepreneurship. Professionalization. Cultural Collectives. Christian artists.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Linha do Tempo: Impactos Econômicos da Economia Criativa no Brasil	24
FIGURA 2: PIB da Economia da Cultura e das Indústrias Criativas (ECIC) do Brasil 2012-2020	25
FIGURA 3: Participação da ECIC no PIB regional (2012-2020)	26
FIGURA 4: Participação da ECIC no PIB dos estados da Região Nordeste (2012-2020)	27
FIGURA 5: Distribuição do PIB da ECIC por categoria (2012-2020)	28
FIGURA 6: Aspectos distintos e comuns entre organizações culturais e tradicionais	31

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Uma linha do tempo sobre conceitos e concepções acerca do empreendedorismo	18
QUADRO 2: Estratégias de empreendedorismo cultural aplicáveis a coletivos artísticos	35
QUADRO 3: Respostas das perguntas abertas dos artistas	58
QUADRO 4: Respostas à pergunta aberta dos funcionários/ artistas	76
QUADRO 5: Respostas à pergunta aberta dos familiares	82
QUADRO 6: Respostas à pergunta aberta para todos os participantes	84

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Me considero um artista profissional, mesmo sem vínculos formais	49
GRÁFICO 2: Enfrento desafios para conciliar fé e exigências do mercado artístico	50
GRÁFICO 3: Recebi orientações sobre planejamento e organização da carreira artística	51
GRÁFICO 4: Sinto que minha identidade cristã é respeitada e valorizada no meio artístico	52
GRÁFICO 5: Participei de projetos do coletivo que incentivam a autogestão artística	53
GRÁFICO 6: Tenho aprendido a buscar parcerias e criar redes de apoio para projetos culturais	54

GRÁFICO 7: O coletivo oferece suporte para o desenvolvimento de propostas autorais.....	55
GRÁFICO 8: O coletivo estimula a visão empreendedora entre os artistas que o integram.....	56
GRÁFICO 9: Já senti dificuldade em acessar espaços culturais por minha identidade cristã.....	57
GRÁFICO 10: O coletivo possui práticas organizacionais bem definidas.....	62
GRÁFICO 11: Existe um planejamento estratégico para sustentar os projetos culturais.....	63
GRÁFICO 12: O coletivo busca constantemente parcerias e apoios institucionais.....	64
GRÁFICO 13: Há clareza na divisão de funções e responsabilidades na equipe.....	65
GRÁFICO 14: O uso de ferramentas de gestão fortalece a atuação do coletivo.....	66
GRÁFICO 15: A profissionalização dos artistas é um objetivo explícito nas ações do coletivo.....	68
GRÁFICO 16: As estratégias adotadas promovem a sustentabilidade financeira dos projetos.....	69
GRÁFICO 17: O coletivo incentiva a autogestão e o empreendedorismo entre os artistas.....	70
GRÁFICO 18: Os princípios cristãos estão presentes na gestão e tomada de decisão.....	71
GRÁFICO 19: A equipe de gestão contribui diretamente para o crescimento artístico dos integrantes.....	73
GRÁFICO 20: Existe planejamento financeiro regular no coletivo.....	74
GRÁFICO 21: Acredita que o coletivo é sustentável a longo prazo.....	75
GRÁFICO 22: O Coletivo Candieiro contribui para a estabilidade emocional do(a) artista.....	79
GRÁFICO 23: Acredito que é possível viver da arte com profissionalismo e fé.....	80
GRÁFICO 24: O Coletivo oferece estrutura que ajuda no desenvolvimento profissional dos artistas.....	81
GRÁFICO 25: O engajamento do coletivo ajuda a reduzir as incertezas típicas da carreira artística.....	82

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

UNCTAD:	United Nations Conference on Trade and Development
UNESCO:	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
ECIC:	Economia da Cultura e das Indústrias Criativas
PIB:	Produto Interno Bruto
ONG:	Organização Não Governamental

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
1.1	OBJETIVOS.....	15
1.1.1	Objetivo Geral.....	15
1.1.2	Objetivos Específicos.....	15
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
2.1	EMPREENDEDORISMO: CONCEPÇÕES, EVOLUÇÃO E PERSPECTIVAS ATUAIS.....	16
2.2	EMPREENDEDORISMO CULTURAL.....	21
2.3	ECONOMIA CRIATIVA.....	24
2.4	COLETIVOS ARTÍSTICOS-CULTURAIS: CONCEITO E IMPORTÂNCIA.....	29
2.5	ESTRATÉGIAS DE EMPREENDEDORISMO APLICÁVEIS A COLETIVOS CULTURAIS.....	33
2.5.1	Estratégias de Empreendedorismo Aplicáveis a Coletivos Artísticos na Busca pela Profissionalização de seus Integrantes.....	34
3	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	42
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	42
3.2	UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA.....	44
3.3	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	45
3.4	PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS.....	46
4	ANÁLISE DE DADOS	47
4.1	PERSPECTIVA DOS ARTISTAS.....	47
4.2	PERSPECTIVA DOS FUNCIONÁRIOS.....	59
4.3	PERSPECTIVA DOS FAMILIARES.....	75
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	85
	REFERÊNCIAS.....	88
	APÊNDICES.....	93

1 INTRODUÇÃO

A economia criativa tem ganhado destaque globalmente como um motor de desenvolvimento econômico e social, impulsionando setores que vão desde as artes e a cultura até a tecnologia e a inovação (Salles, 2022). No Brasil, esse segmento tem sido cada vez mais reconhecido como uma alternativa sustentável para a geração de renda e empregabilidade, especialmente diante dos desafios do mercado tradicional (Itaú, 2023). No âmbito da cultura, o empreendedorismo cultural surge como um elemento fundamental para a profissionalização de artistas, permitindo que eles transformem sua arte em uma atividade economicamente viável (Oliveira, 2019).

No contexto nordestino, a música ocupa um papel central na identidade cultural, e os coletivos culturais têm se consolidado como espaços de incentivo, formação e apoio aos artistas independentes (Wagner, 2020). Para Paula e Ferreira (2012) os coletivos culturais, são tidos como associações entre pessoas que atuam com funções diferentes, buscando atingir o objetivo comum de desenvolver o cenário artístico e cultural de uma região.

No cenário específico da música cristã, esses coletivos desempenham um papel estratégico ao oferecerem oportunidades de capacitação, networking e viabilidade financeira para músicos que desejam expandir suas carreiras (Costa, 2017). No entanto, apesar de sua importância, o impacto dessas iniciativas na profissionalização dos artistas cristãos ainda é pouco explorado academicamente.

Portanto, esta pesquisa contribui na área da Administração ao abordar o empreendedorismo cultural como uma estratégia organizacional alternativa e eficiente, que pode ser adotada por coletivos culturais em contextos periféricos e religiosos.

Do ponto de vista social, a pesquisa se mostra relevante por trazer visibilidade a um segmento artístico muitas vezes marginalizado ou invisibilizado: os artistas cristãos independentes. Ao investigar as práticas empreendedoras desses grupos e coletivos, pretende-se não apenas reconhecer suas contribuições culturais, mas também fomentar políticas públicas, incentivos e ações que fortaleçam sua presença no mercado cultural nordestino. Assim, o trabalho oferece subsídios para

futuras pesquisas e ações que promovam a inclusão, a diversidade e a valorização da fé como elemento de identidade cultural

Diante desse contexto, esta pesquisa concentra-se no Coletivo Candiero, um grupo cristão que atualmente reúne cerca de 20 artistas, distribuídos entre carreiras solo e atuações em formato de banda, com presença nos estados da Bahia, Ceará, Paraíba, Pernambuco e Rio Grande do Norte. Fundado em 2019 a partir da colaboração entre Marco Telles, Monique Tavares e Filipe da Guia, o coletivo tem como propósito contribuir para a música cristã brasileira.

A partir dessas considerações, surge o seguinte problema de pesquisa: De que forma o Coletivo Candiero atua como agente de empreendedorismo cultural, contribuindo para a profissionalização de artistas cristãos independentes no Nordeste?

Dessa forma, este estudo tem como objetivo geral analisar como o Coletivo Candiero, promove o empreendedorismo cultural e contribui para a profissionalização de artistas cristãos independentes. Para isso, propõe-se, inicialmente, investigar as estratégias de gestão e sustentabilidade adotadas pelo coletivo, considerando seus modelos organizacionais, fontes de financiamento e práticas colaborativas.

Para tanto, o estudo busca compreender os desafios enfrentados pelos artistas cristãos no processo de profissionalização, observando os obstáculos relacionados à inserção no mercado, à estruturação de carreira e à visibilidade artística.

Além disso, pretende-se identificar as práticas empreendedoras desenvolvidas no âmbito do coletivo que fortalecem sua atuação cultural, como ações de formação, produção, circulação e divulgação artística. Por fim, o trabalho visa avaliar o impacto do coletivo na trajetória dos artistas que o integram, observando de que maneira suas ações contribuem para o crescimento profissional, a sustentabilidade e a permanência desses artistas no cenário cultural nordestino.

Com essa abordagem, a pesquisa procura entender, de forma mais próxima da realidade, como os coletivos culturais colaboram com a profissionalização de artistas cristãos. Além disso, busca abrir espaço para reflexões tanto no campo

acadêmico quanto na prática da gestão cultural, contribuindo com o debate sobre economia criativa e empreendedorismo no contexto artístico-religioso.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 **Objetivo Geral**

Analisar como o Coletivo Candiero promove o empreendedorismo cultural e contribui para a profissionalização de artistas cristãos.

1.1.2 **Objetivos Específicos**

- Investigar as estratégias de gestão e sustentabilidade adotadas pelo coletivo.
- Compreender os desafios enfrentados na profissionalização de artistas cristãos independentes.
- Identificar as práticas empreendedoras que fortalecem a atuação cultural do coletivo.
- Avaliar o impacto do coletivo na trajetória dos artistas que o integram.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO: CONCEPÇÕES, EVOLUÇÃO E PERSPECTIVAS ATUAIS

O empreendedorismo surgiu a séculos atrás, porém foi apenas a partir da década de 80 que passou a ser alvo de estudos de quase todas as áreas do conhecimento e em diversos países (Baggio;Baggio, 2014). (Verga; Soares da Silva, 2014).

O conceito de empreendedorismo é multifacetado e sofreu profunda evolução ao longo do tempo, acompanhando transformações econômicas, sociais e culturais (Verga; Soares da Silva, 2014). Para compreender o empreendedorismo, é necessário se debruçar sobre o conceito de empreendedor.

Richard Cantillon, um economista do século XVIII, é considerado um dos precursores do desenvolvimento da teoria que envolve o empreendedorismo. As suas contribuições apontam que os empreendedores eram aqueles que participavam de negociações comerciais voltadas para a obtenção de lucro, além de tomarem decisões estratégicas diante de contextos incertos (Verga; Soares da Silva, 2014). Além de Cantillon, outro francês também trouxe contribuições para esse campo, Jean Baptiste Say (1767-1832) definia que o empreendedor era aquele que possuía:

(...) o papel de coordenação de produção e distribuição, ou seja, um coordenador que consistia em combinar os fatores (terra, capital e indústria humana) de produção que resultavam em novos empreendimentos (VERGA e SOARES DA SILVA, 2014, p.6).

Essa visão expande a compreensão trazida por Cantillon por atribuir ao empreendedor uma função estratégica, focando também na articulação dos recursos disponíveis, evidenciando sua capacidade de transformar ideias em ações concretas no mercado.

Joseph Schumpeter, no início do século XX, trouxe uma das interpretações mais influentes ao afirmar que o empreendedor é o agente responsável pela "destruição criativa", processo pelo qual antigas estruturas econômicas são desestabilizadas para dar lugar a novas formas de organização e produção. (Baggio; Baggio, 2014)

Segundo Dornelas (2008) o empreendedor pode ser definido como aquele que percebe uma oportunidade e inicia um negócio para aproveitá-la, assumindo riscos de maneira planejada. Dolabela (2010, p.25) por sua vez aborda que “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

Considerando a abordagem inicial voltada aos conceitos de empreendedor, torna-se pertinente, neste momento, avançar para as definições de empreendedorismo, aprofundando a compreensão sobre esse termo.

Baggio e Baggio (2014) destacam que:

O empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. (BAGGIO e BAGGIO, 2014, p.26)

Essa citação destaca o empreendedorismo como uma atitude dinâmica e criativa, que vai além da criação de negócios, envolvendo também a capacidade de agir com motivação, inovação e sinergia para transformar ideias em ações concretas. Ela enfatiza o comportamento proativo do empreendedor, que enfrenta desafios e assume riscos com entusiasmo, seja no âmbito pessoal ou organizacional, buscando constantemente soluções e oportunidades de melhoria.

Destaca-se ainda que há duas teorias consolidadas que abordam o empreendedorismo, sendo elas: econômica e a comportamentalista.

Na teoria econômica destacam-se três nomes já citados anteriormente, Richard Cantillon, Jean Baptiste Say e Joseph Schumpeter. Para eles, a base do empreendedorismo está:

... na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios, sempre tem a ver com criar uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações (BAGGIO e BAGGIO, 2014, p.27).

Segundo os autores Franco e Gouvêa (2016), o enfoque comportamental destaca as características individuais para explicar o perfil do empreendedor, aspecto que, de certa forma, foi deixado de lado nas análises de cunho econômico. Tem-se que o objetivo desta abordagem do empreendedorismo foi aprofundar a compreensão acerca das motivações e do comportamento humano, sendo Max Weber um dos primeiros autores a demonstrar interesse nesse campo. Porém foi McClelland que deu início efetivamente a essa teoria. (Baggio; Baggio, 2014)

É importante destacar que os autores da teoria comportamentalista não buscavam se opor às teorias dos economistas, mas sim ampliar as características dos empreendedores. Os economistas passaram a associar o empreendedor à inovação, enquanto os estudiosos da abordagem comportamental destacaram características como a criatividade e a intuição, com ênfase nos aspectos atitudinais. (Zarpellon, 2010).

Para consolidar ainda mais a compreensão sobre empreendedorismo, segue abaixo, um quadro comparativo apresentando a evolução dos conceitos de empreendedorismo, desde 1950 a 2023, por meio de abordagens de variados autores, que divergiam sobre seu conceito e entendimento.

Quadro 1 - Uma linha do tempo sobre conceitos e concepções acerca do empreendedorismo

AUTORES	CONCEITOS
Schumpeter (1950)	O empreendedorismo impulsiona a chamada destruição criativa nos mercados e indústrias, promovendo ao mesmo tempo a criação de novos produtos e modelos de negócios, o que dinamiza os setores industriais e estimula o crescimento econômico de longo prazo.
McClelland (1961)	Estudou as motivações dos empreendedores quando começam um novo negócio ou desenvolvem negócios existentes. Concluiu que os empreendedores se caracterizam por ter altos níveis de realização.
Drucker (1974)	O empreendedorismo pode ser compreendido como uma prática que envolve visão de mercado, evolução

	constante e a atuação do empreendedor no sentido de preparar os negócios atuais para que estejam aptos a construir o futuro, transformando-se em algo diferente ao longo do tempo.
Katz e Gartner (1988)	O empreendedorismo é entendido como um processo voltado para a criação de empresas, sendo que, para que esse processo se concretize, é fundamental a presença de intenções empreendedoras, pois elas funcionam como ponto de partida para ações e eventos que levam à abertura de novos negócios.
Timmons (1990)	O empreendedorismo é considerado uma revolução silenciosa, com potencial de impactar o século XXI de forma ainda mais significativa do que a Revolução Industrial influenciou o século XX.
Dolabela (1999)	O termo empreendedorismo é um neologismo originado da tradução da palavra <i>entrepreneurship</i> e é utilizado para se referir aos estudos que tratam do empreendedor, suas origens, seu campo de atuação e o conjunto de atividades que realiza.
Dornelas (2008)	O empreendedorismo envolve pessoas e processos que, em conjunto, possibilitam a transformação de ideias em oportunidades, destacando, de forma mais ampla, que seu principal objetivo é justamente a geração de oportunidades.
Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2012)	O empreendedorismo pode ser considerado como qualquer método, ferramenta, artifício entre outros que busque a inauguração de um novo empreendimento, de uma nova fonte de renda ou que objetiva expandir um empreendimento que já existe.
Machado e Nassif - 2014	O empreendedorismo é um campo de pesquisa em construção, sendo o empreendedor ou os empreendedores uma das dimensões de análise do

	fenômeno.
Tavares (2018)	O empreendedorismo é considerado uma categoria de trabalho informal, pautado na autonomia, que eleva o sujeito empreendedor a patrão e com a oportunidade de ascensão social.
Carmo <i>et. al</i> (2021)	O empreendedorismo é tido como uma estratégia do capitalismo, cujo discurso coloca o empreendedor como um agente de crescimento econômico e de transformação social,
Bandeira e Silva (2023)	O empreendedorismo é o processo de criar, desenvolver e gerenciar um empreendimento, e também assumir riscos financeiros e pessoais em busca de oportunidades.

Fonte: Elaborado pela autora (2025), adaptado de Barbosa (2012)

Em suma, ao explorarmos os conceitos de empreendedor e empreendedorismo, percebemos que essas ideias vão muito além da simples abertura de negócios, envolvendo características como inovação, proatividade, liderança e a capacidade de transformar oportunidades em resultados concretos. A partir da análise comparativa das definições de diversos autores, observa-se que, embora haja nuances entre as abordagens, todos convergem na valorização do papel do empreendedor como agente de mudança e desenvolvimento econômico e social. O quadro-síntese apresentado reforça essa pluralidade conceitual, permitindo uma visão mais ampla e crítica sobre o tema.

2.2 EMPREENDEDORISMO CULTURAL

Davel e Cora (2016) destacam que embora a maior parte das produções ainda esteja ancorada em uma concepção de empreendedorismo voltada prioritariamente à geração de riqueza econômica, estudiosos já destacam que há uma relação entre empreendedorismo e cultura.

Segundo Machado (2013), na produção acadêmica, a relação entre empreendedorismo e cultura ainda é pouco explorada. Mas Davel e Cora (2016) afirmam que a relação existe e que não é tão recente, conforme explicitado a seguir.

Para Chang e Wyszomirski (2015 *apud* Reis; Zille, 2020) o empreendedorismo cultural e artístico é visto como um tipo de gestão que busca fortalecer a criatividade e promover a independência econômica e social das pessoas envolvidas nesse setor. Ele combina diferentes recursos e busca novas oportunidades, sempre tentando se adaptar aos diversos contextos para criar valor adicional.

McRobbie (1998) sustenta que o empreendedorismo cultural refere-se à inserção de qualificações artísticas e empresariais, o que significa ter habilidades diversas: como mão de obra, saber gerenciar empreendimentos e ter noção do processo produtivo, bem como desenvolver visão criativa, imaginação e todas as qualidades identificadas no setor criativo. O empreendedorismo cultural pode ser compreendido ainda como uma prática marcada pela inovação, pela flexibilidade, pela valorização de ideias e pela articulação entre o contexto local e as dinâmicas globais (Banks *et al.*, 2000).

No Brasil, o empreendedorismo cultural foi definido pelo Ministério da Cultura como o empreendedorismo sociocultural sustentável, que possui a capacidade de associar-se com o social, o político, o econômico, o ambiental e o cultural (Brasil, 2018).

Partindo das definições abordadas anteriormente, entende-se que os empreendedores culturais “demonstram um novo tipo de relações entre pares que enxergam oportunidades e possibilidades em meio ao risco, à individualização e à pluralidade que marcam o cenário contemporâneo” (Guerra e Junior, 2011, p.83). Nesse contexto, o empreendedor cultural possui a responsabilidade de alavancar o desenvolvimento da sociedade, através da busca de atitudes inovadoras e oportunidades dentro do ambiente da organização cultural. (UNCTAD, 2018)

Na compreensão de Toghraee e Monjezi (2017), para ter sucesso, o empreendedor cultural deve associar recursos financeiros, humanos e capital cultural, compreendendo que arte e cultura de maneira individualizada não se viabilizam economicamente.

Viver de cultura não é considerado uma tarefa fácil e os desafios que o empreendedor cultural encontra no seu caminho são diversos (Reis; Zille, 2020). O Ministério da Cultura considera que há, nesse segmento, uma dificuldade constante de visibilidade, de dar continuidade às atividades empreendidas e também a ausência de credibilidade em algumas situações (Brasil, 2018).

Desafios permeiam as atividades do empreendedor cultural, como o foco excessivo na perspectiva artística que pode destruir a preocupação econômica e resultar em fracasso da expansão por inexistência de recursos para completar o trabalho criativo. Por outro lado, o foco exacerbado na lógica econômica pode minuar o princípio mesmo do produto cultural, que se debruça sobre a inovação cultural e simbólica, produto de experiências e processos intangíveis. Isso revela uma situação paradoxal que a gestão da criatividade levanta no contexto da economia da cultura (Davel; Cora, 2016).

Um outro aspecto desafiador para o empreendedor cultural é o papel que exerce na sociedade, já que os objetivos artísticos e socioculturais configuram também como meios de aprendizagem, inovação, transformação e desenvolvimento da sociedade e comunidades. Desse modo, é necessária uma reflexão sobre a capacidade sustentável dos projetos culturais e suas aplicabilidades nas demandas da sociedade, envolvendo o meio ambiente e a perspectiva econômica (Reis; Zille, 2020).

Outro desafio é abordado por Olivieri (2015), voltado ao fato de que apenas algumas produções culturais conseguem manter-se financeiramente, com sustentabilidade para produtores e artistas. Por conseguinte, nasce a dificuldade de arcar com recursos humanos e materiais necessários para a produção, o que incute a esse investimento certo risco financeiro e, muitas vezes, a sua finalização.

Ademais, os artistas inseridos nesse processo, de modo geral, não possuem as condições de trabalho tidas como ideais e, muitas vezes, ficam sem perspectivas de atuação, priorizando, portanto, os contratos firmados por projetos (UNESCO, 2018). Em concomitância, existe o fato de que muitos artistas não enxergam sua profissão como um negócio, não ligando arte e cultura a valores monetários, faltando a eles características do empreendedor (Toghraee; Monjezi, 2017).

Nesse contexto, Davel e Cora (2016), salientam que mesmo não possuindo um emprego remunerado dito seguro, os trabalhadores criativos acreditam que o trabalho “criativo” é, muitas vezes, mais interessante do que a estabilidade de um emprego sem criatividade.

Davel e Cora (2016) destacam que:

(...) a imagem de artistas e criadores está mudando profundamente. Aquela ideia de separação entre o artista/criador de um lado e, de outro, toda uma estrutura de produção de arte e cultura, não funciona mais. Os artistas são, cada vez mais, empreendedores, para atender a novas demandas. (DAVEL e CORA, 2016, p.377)

A citação mostra que o papel dos artistas está mudando bastante nos dias de hoje. Antes, era comum pensar que o artista apenas criava, enquanto outras pessoas cuidavam da produção, divulgação e venda da arte. Porém, essa separação já não faz mais sentido. Cada vez mais, os artistas também precisam se comportar como empreendedores, cuidando de seus próprios projetos, buscando recursos e entendendo as demandas do mercado. Essa mudança mostra como o campo cultural exige que os criadores também tenham habilidades de gestão e planejamento.

Dessa forma, o empreendedorismo cultural integra criatividade, organização e estratégia, permitindo que artistas gerenciem seus próprios projetos. Ao atuar como empreendedores, eles ganham autonomia, ampliam seu alcance e tornam sua atuação mais sustentável. Essa prática responde às mudanças do setor e valoriza o propósito e a identidade cultural.

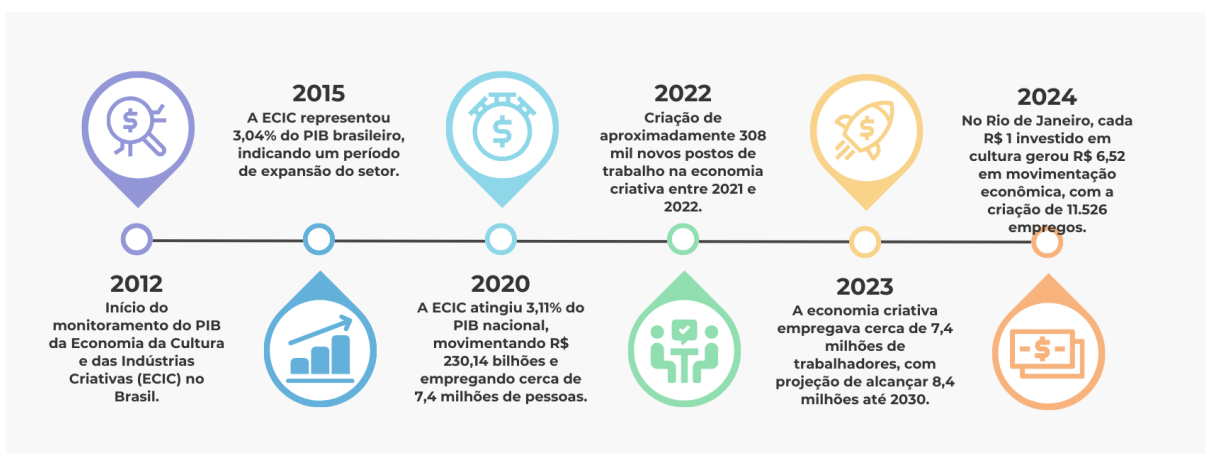
2.3 ECONOMIA CRIATIVA

O termo “economia criativa” surgiu por volta dos anos 2000. Autores do relatório sobre economia criativa afirmam que a nomenclatura foi citada inicialmente no livro de John Howkins sobre o relacionamento entre criatividade e economia (UNCTAD, 2010).

A Economia Criativa é fundamentada em ativos criativos com grande potencial de gerar crescimento e desenvolvimento econômico. Abarca aspectos econômicos, culturais e sociais ligados à tecnologia, à propriedade intelectual e ao turismo. Tem o poder de contribuir para o aumento da geração de renda, da inovação e do comércio, criar novos empregos, estimular a exportação, e gerar a inclusão social, a diversidade cultural, o desenvolvimento humano e a sustentabilidade ambiental, sendo importante estratégia de estímulo ao empreendedorismo. (UNESCO, 2018)

A economia criativa no Brasil tem se destacado como um setor estratégico, impulsionando o crescimento econômico, a geração de empregos e a arrecadação fiscal. A figura 01, apresenta uma linha do tempo com os principais marcos e impactos econômicos desse setor ao longo dos anos:

Figura 01 - Linha do Tempo: Impactos Econômicos da Economia Criativa no Brasil



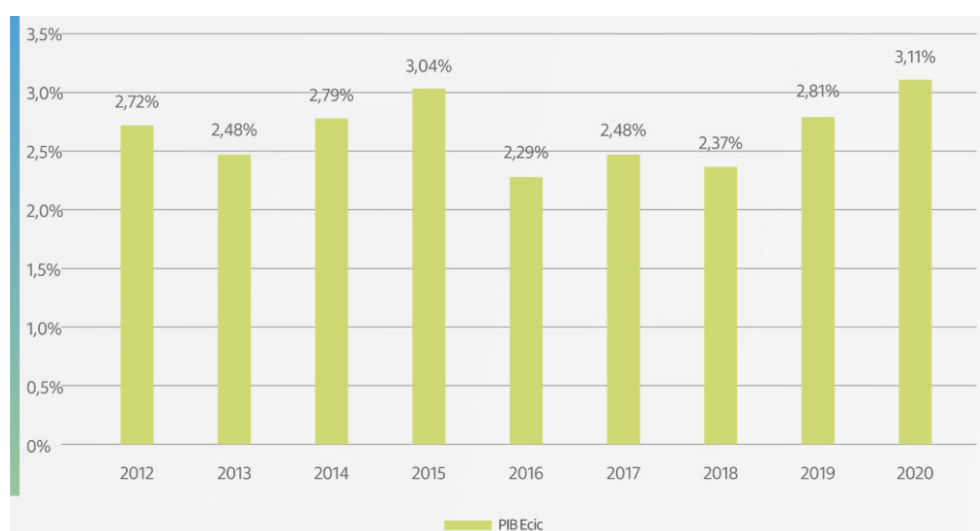
Fonte: Elaborado pela autora, 2025

Os dados apresentados demonstram a crescente relevância da economia criativa para o desenvolvimento econômico do Brasil ao longo dos últimos anos. Desde o início do monitoramento em 2012, observa-se um avanço consistente na

contribuição do setor para o PIB, alcançando 3,11% em 2020, com uma movimentação expressiva de R\$230,14 bilhões. Além disso, o impacto positivo na geração de empregos é evidente, com a criação de mais de 300 mil novos postos entre 2021 e 2022 e a manutenção de cerca de 7,4 milhões de trabalhadores no setor até 2023, com previsão de expansão para 8,4 milhões até 2030. O caso do Rio de Janeiro em 2024 reforça o potencial multiplicador da economia criativa: cada R\$1 investido em cultura gerou R\$6,52 em movimentação econômica, evidenciando o poder transformador e estratégico desse segmento para o crescimento econômico e a geração de renda no país.

A seguir, apresentam-se gráficos elaborados a partir de dados do Observatório Itaú Cultural (2023), que evidenciam o desempenho da economia criativa no Brasil sob diferentes aspectos. Esses gráficos permitem uma análise mais precisa e visual da evolução da participação da Economia da Cultura e das Indústrias Criativas (ECIC) no Produto Interno Bruto (PIB). Por meio dessas representações gráficas, é possível compreender a importância crescente da economia criativa como vetor de desenvolvimento econômico, geração de emprego e diversificação produtiva no país.

**Figura 02: PIB da Economia da Cultura e das Indústrias Criativas (ECIC) do Brasil
2012-2020**

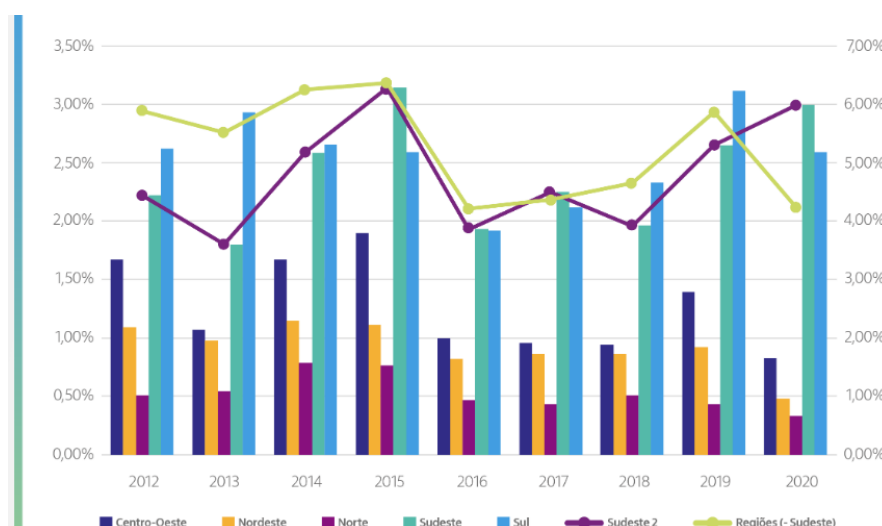


Fonte: Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural (2023).

De acordo com a Figura 02, é possível observar que entre os anos de 2012 a 2020, a participação média da Economia da Cultura e das Indústrias Criativas

(ECIC) no PIB brasileiro foi de aproximadamente 2,63%, com variações relativamente estáveis entre 2,5% e 2,8%, exceto em 2015, quando alcançou 3,04%. Apesar dessas oscilações moderadas, o setor apresentou uma trajetória de crescimento, com um aumento médio de 0,26% na sua contribuição ao PIB ao longo dos anos. Esse comportamento indica uma certa constância na relevância econômica da ECIC, o que pode estar relacionado à crescente valorização do conhecimento, ao aumento da procura por soluções criativas e às mudanças nos hábitos de consumo das famílias brasileiras. A figura 03 demonstra a participação da ECIC no PIB regional, entre os anos de 2012 a 2020.

Figura 03 - Participação da ECIC no PIB regional (2012-2020)



Fonte: Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural (2023).

A figura 03 confirma que o Sudeste apresentou um desempenho significativamente superior em relação às demais regiões — Nordeste, Norte, Centro-Oeste e Sul —, o que reforça a concentração das atividades culturais e criativas nesta área do país. Por outro lado, o Nordeste foi a única região a apresentar um crescimento acumulado baixo ao longo do período analisado.

Desse modo, a figura 04 apresenta a participação da ECIC no PIB dos estados da Região Nordeste.

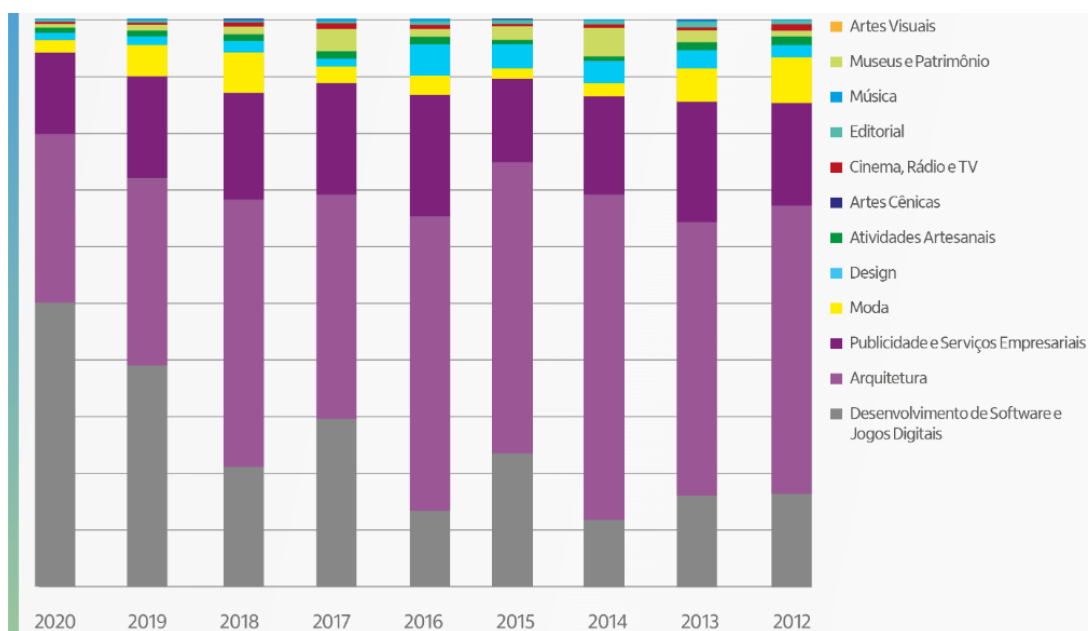
Figura 04 - Participação da ECIC no PIB dos estados da Região Nordeste (2012-2020)

Ano	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Alagoas	16,28%	79,91%	40,61%	-31,86%	-11,57%	1,04%	-15,34%	-28,04%
Bahia	-16,08%	18,41%	-8,34%	-17,30%	30,96%	1,01%	-22,09%	-20,53%
Ceará	-20,83%	-6,01%	49,58%	8,75%	-12,57%	25,50%	0,00%	-44,18%
Maranhão	52,78%	74,12%	-43,38%	-1,17%	-9,41%	21,35%	2,32%	-19,44%
Paraíba	106,66%	74,64%	-12,06%	-37,94%	9,65%	4,26%	8,44%	-30,70%
Pernambuco	-5,99%	59,68%	-11,41%	-21,84%	31,49%	1,74%	53,33%	-58,57%
Piauí	127,39%	1,92%	-37,76%	9,41%	-9,91%	17,52%	76,33%	-52,14%
Rio Grande do Norte	10,15%	0,78%	71,60%	-51,10%	44,50%	-21,62%	3,35%	16,48%
Sergipe	21,36%	14,49%	-24,54%	3,60%	4,57%	5,68%	31,00%	-42,94%
Total região	-0,65%	31,34%	-2,18%	-18,31%	14,74%	4,90%	9,62%	-38,33%

Fonte: Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural (2023).

A análise da Região Nordeste, através da figura 04, revela que, entre 2012 a 2020, houveram variações significativas na participação dos estados no PIB da Economia da Cultura e das Indústrias Criativas (ECIC), com destaque para Pernambuco, Bahia e Rio Grande do Norte, que lideraram em representatividade ao longo do período. Enquanto Bahia e Pernambuco alternaram a liderança nos primeiros anos, Maranhão e Piauí mantiveram as menores participações. O desempenho da ECIC oscilou entre crescimento e retração, com destaque negativo para 2015 e 2020, anos de recessão econômica nacional, sendo este último marcado por queda generalizada em todos os estados, exceto o Rio Grande do Norte. A figura 05 trata sobre a distribuição do PIB da ECIC por categoria, entre os anos de 2012 a 2020.

Figura 05 - Distribuição do PIB da ECIC por categoria (2012-2020)



Fonte: Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural (2023).

Em termos de composição do lucro criativo, Moda se destacou no Rio Grande do Norte, Tecnologia da Informação em Pernambuco, e Serviços de TI e Publicidade na Bahia, refletindo as diferentes vocações criativas de cada estado. (Itaú Cultural, 2023). Percebe-se, então, que a partir de 2018 o setor criativo e cultural migrou consideravelmente para o digital. Isto, por sua vez, pode ser uma justificativa para a busca dos artistas pela capacitação.

Diante da análise realizada, evidencia-se que a economia criativa ocupa um espaço estratégico no desenvolvimento econômico do Brasil, contribuindo de forma expressiva para o Produto Interno Bruto, para a geração de empregos e para a diversificação das atividades produtivas em diferentes regiões do país. A abordagem dos dados de maneira comparativa e detalhada, complementada pelo uso de gráficos, foi essencial para a compreensão das dinâmicas regionais, setoriais e temporais que caracterizam esse setor.

Os recursos visuais não apenas facilitaram a leitura e interpretação das informações, como também reforçaram a relevância do tema para a construção de políticas públicas e iniciativas voltadas à inovação, à sustentabilidade e à valorização cultural. Assim, este capítulo não apenas destaca a importância da economia criativa de forma equilibrada entre as regiões e segmentos analisados, como também estabelece uma base sólida para as reflexões que serão desenvolvidas nos próximos tópicos deste trabalho.

2.4 COLETIVOS ARTÍSTICOS-CULTURAIS: CONCEITO E IMPORTÂNCIA

Nos últimos anos o mercado independente nacional vem se fortalecendo também através de diversas iniciativas de coletivos de produção cultural” (Côrtes *et al.*, 2010. p.4). Essa constatação aponta para a relevância crescente dessas formas organizativas no cenário cultural brasileiro. Diante disso, torna-se necessário compreender o que são os coletivos culturais, como se estruturam e quais princípios norteiam suas ações.

Os coletivos podem ser considerados um agrupamento de artistas, que atuam intencionalmente de forma conjunta, criativa, não hierárquica e autoconsciente (Paim, 2009). Segundo a perspectiva da autora Labra (2009) , os coletivos artísticos podem ser compreendidos como redes de trabalho e de relações, funcionando de forma semelhante às organizações civis.

Para Paula e Ferreira (2012) os coletivos culturais, são tidos como associações entre pessoas que atuam com funções diferentes, buscando atingir o objetivo comum de desenvolver o cenário artístico e cultural de uma região.

Segundo os autores Côrtes *et al.* (2010), os coletivos podem ser compreendidos como empreendimentos que operam sob uma lógica cooperativa, reunindo profissionais, artistas e entusiastas da cultura com o objetivo comum de fortalecer e difundir a produção cultural independente por meio da troca mútua de trabalho.

No contexto contemporâneo, os coletivos são entendidos como atores importantes na mediação entre arte, território e política. Marques e Marx (2020) destacam que:

O coletivo cultural contemporâneo configura-se como um espaço flexível, que une diferentes linguagens e atuações em rede, permitindo o surgimento de práticas híbridas entre arte, educação, comunicação e intervenção social. A ideia de coletividade está atrelada não apenas à forma organizacional, mas a uma ética de atuação, onde o ‘fazer junto’ é mais importante que a hierarquia (MARQUES; MARX, 2020, p. 5).

A citação de Marques e Marx (2020) evidencia a natureza transformadora dos coletivos culturais contemporâneos, que rompem com modelos tradicionais e hierárquicos de organização para dar lugar a estruturas horizontais, colaborativas e

permeáveis a múltiplas linguagens e áreas de atuação. Ao priorizar o "fazer junto", esses coletivos não apenas produzem arte, mas constroem uma ética de convivência e ação compartilhada que valoriza o processo tanto quanto o resultado. Essa perspectiva amplia o papel da arte na sociedade, inserindo-a em contextos educativos, comunicacionais e sociais, e revelando seu potencial como ferramenta de intervenção e transformação cultural. Trata-se, portanto, de uma prática que vai além da criação artística, configurando-se como um modo de existir e resistir coletivamente.

Paula e Ferreira (2012), destacam que esses modelos modernos de coletivos culturais podem ter tido início com o surgimento do Circuito Fora do Eixo, em 2005. A rede por sua vez, possui o intuito de escoar as atividades culturais para fora do eixo RJ-SP, levando as produções artísticas a todas as regiões do Brasil.

Essa experiência, como a do Circuito Fora do Eixo, não apenas descentralizou a produção cultural no país, mas também contribuiu para a consolidação de uma nova lógica de atuação coletiva, marcada pela horizontalidade e pelo respeito às individualidades dentro do grupo. Nesse sentido, é importante compreender que a atuação em coletivos não pressupõe a anulação das subjetividades, mas sim a construção conjunta a partir das diferenças. Como destaca Paim (2009):

Os modos de fazer coletivos, podem ser uma criação compartilhada ou individual. Porém, nesse último caso, deve haver a reflexão conjunta quanto à circulação dos trabalhos, ou qualquer outra tática de ação que seja desenvolvida. Existe a consciência da ação comum e as decisões são tomadas em conjunto (PAIM, 2009,p. 78)

A citação de Paim (2009) destaca a importância da coletividade na atuação dos coletivos artísticos, mesmo quando a criação parte de um indivíduo. Ela enfatiza que, independentemente da autoria inicial, é fundamental haver uma reflexão conjunta sobre as estratégias de circulação e ação. Isso reforça a ideia de que os coletivos operam com base na consciência da ação comum, em que as decisões são construídas de forma colaborativa, fortalecendo o caráter democrático e participativo dessas organizações.

No contexto das indústrias criativas e da produção artística contemporânea, os coletivos culturais têm ocupado um papel cada vez mais relevante como formas

organizacionais alternativas, flexíveis e colaborativas. Diferentemente das instituições tradicionais, como partidos, sindicatos ou ONGs, os coletivos operam com base em lógicas horizontais de organização, priorizando o trabalho colaborativo, os laços afetivos entre seus membros e a autonomia na ação (Maia, 2013; Marques; Marx, 2020).

Segundo Marques e Marx (2020), a emergência dos coletivos no Brasil pode ser compreendida como uma resposta crítica às estruturas hierárquicas da “política tradicional”. Eles destacam que os coletivos culturais, especialmente após os ciclos de protestos entre 2013 e 2016, passaram a se configurar como novos espaços de atuação política e artística, mobilizando discursos e práticas organizacionais inovadoras. Nessa perspectiva, os coletivos não apenas criticam a rigidez das formas associativas tradicionais, mas também propõem modos de organização mais dinâmicos, que valorizam a autonomia e a construção coletiva de sentido. Essa crítica às formas convencionais de organização também se reflete na comparação apresentada pela **Figura 06**, que evidencia os aspectos distintos e comuns entre organizações culturais e tradicionais.

Figura 06 - Aspectos distintos e comuns entre organizações culturais e tradicionais



Fonte: Andrade (2024)

A Figura 06 apresenta um diagrama de Venn comparando **Organizações Culturais (A)** e **Organizações Tradicionais (B)**, destacando seus **aspectos distintos** e **pontos em comum (C)**.

Entre os aspectos distintos, destaca-se que as organizações culturais operam por meio de auto-gestão e redes colaborativas, com foco na preservação de valores culturais e estéticos, e em formas próprias de estruturação da cadeia de valor, geralmente menos hierárquicas e mais flexíveis. Já as organizações tradicionais são marcadas por uma estrutura hierárquica rígida e centralizada, com ênfase na eficiência operacional, maximização de lucros e gestão linear.

No entanto, ambas compartilham elementos comuns como a capacidade de unir diferentes atores e recursos, a agregação de valor à atividade produtiva e a relevância de aspectos não-comerciais, indicando que, mesmo com propósitos e métodos distintos, existe um ponto de convergência na articulação de esforços e na geração de valor — seja ele econômico, social ou simbólico.

Esse comparativo evidencia que organizações culturais, apesar de muitas vezes operarem à margem das lógicas tradicionais de mercado, não deixam de agregar valor e mobilizar recursos de forma estratégica, ainda que priorizem objetivos que extrapolam a simples busca por lucratividade. No entanto, essa atuação fora dos moldes convencionais também implica em formas organizacionais menos estruturadas.

Marques e Marx (2020, p. 13) observam que “os coletivos não apresentam, comumente, divisão interna entre secretariados, assessorias e lideranças”, sendo marcados por um baixo nível de formalidade e por vínculos fluidos com sua base social. Essa característica confere aos coletivos maior adaptabilidade e liberdade criativa, mas também impõe desafios significativos, como a dificuldade de garantir continuidade de projetos e acessar mecanismos formais de fomento e financiamento. Assim, compreender a lógica desses coletivos demanda uma reflexão sobre modelos híbridos de organização, que consigam equilibrar autonomia e sustentabilidade.

Em suma, com base nos levantamentos anteriores, compreende-se que os coletivos culturais, mais do que formas passageiras de mobilização, configuram-se como experiências complexas e inovadoras que articulam arte, política e modos alternativos de organização social. Sua relevância na cena artística contemporânea não está apenas na produção estética, mas também na proposta de novos paradigmas de colaboração e ação coletiva. Assim, compreendê-los é fundamental

para qualquer análise atual das dinâmicas culturais e organizacionais nas indústrias criativas brasileiras.

2.5 ESTRATÉGIAS DE EMPREENDEDORISMO APLICÁVEIS A COLETIVOS ARTÍSTICOS NA BUSCA PELA PROFISSIONALIZAÇÃO DE SEUS INTEGRANTES

Partindo do que já foi explorado em tópicos anteriores, compreendeu-se que no contexto das indústrias criativas contemporâneas, os coletivos artísticos consolidam-se como formas alternativas e colaborativas de organização, produção e circulação cultural. Eles reúnem artistas em torno de objetivos comuns, muitas vezes pautados pela identidade grupal e horizontes coletivos. Contudo, para garantir sua permanência e sustentabilidade, torna-se essencial incorporar estratégias de empreendedorismo que favoreçam a profissionalização dos integrantes. De acordo com Marins e Davel (2020), o empreendedorismo cultural exige que essas agremiações equilibrem valor simbólico e econômico, além de estimular práticas colaborativas e inovação, mobilizando redes e fortalecendo vínculos com diversos atores sociais.

De acordo com Marins e Davel (2020), ao se articular a produção cultural com práticas administrativas e de marketing, os artistas passam a dispor de instrumentos capazes de estruturar seus projetos, ampliar seu alcance e garantir sua sustentabilidade. Os autores ressaltam que o empreendedorismo cultural implica na criação de valor simbólico e econômico, exigindo dos coletivos a integração entre identidade estética e gestão eficaz.

Assim, a adoção de estratégias empreendedoras como, a elaboração de planos de divulgação, a construção de redes de contato e a utilização de ferramentas digitais, transforma-se em ferramenta não somente para gerar renda, mas também para promover a autonomia artística e fortalecer a sustentabilidade organizacional desses grupos.

Essa perspectiva dialoga diretamente com a realidade vivida pelos artistas independentes, como aponta Cerqueira (2018), ao destacar que os profissionais da música, em especial, são cada vez mais convocados a assumir o papel de gestores de suas próprias carreiras. Nesse contexto, o artista precisa agir de forma

empreendedora, desenvolvendo competências que vão além da dimensão artística. Como explica o autor:

Na nova cadeia da música, o artista é o responsável por pensar como um empresário, no sentido de articular as possibilidades de sua carreira artística diante da demanda colocada pelos mercados em desenvolvimento. 'Tocar o negócio' significa, portanto, habilidades de relacionamento, comunicação e organização. Contato com contratantes, envio de material para imprensa, alimentação de redes sociais, administração do caixa, planejamento do desenvolvimento da carreira e avaliação dos resultados alcançados são exemplos das novas frentes de atuação dos músicos empreendedores, que assume a execução, a comercialização e o gerenciamento da sua própria carreira (CERQUEIRA, 2018, p. 98).

Dessa forma, observa-se que o empreendedorismo cultural não é apenas uma estratégia opcional, mas uma exigência para a sobrevivência e o crescimento dos coletivos artísticos e de seus integrantes. A atuação empreendedora dos artistas, marcada por múltiplas funções e responsabilidades, evidencia a importância da formação gerencial e da adoção de práticas de gestão adequadas à realidade cultural. Assim, o fortalecimento desses coletivos passa necessariamente pela incorporação de saberes administrativos e pelo reconhecimento da arte como campo estratégico de atuação profissional.

2.5.1 A importância da profissionalização nos coletivos

A profissionalização dos artistas integrantes de coletivos está diretamente relacionada à sua capacidade de gerar renda a partir de sua arte e de consolidar carreiras consistentes. Marques e Marx (2020, p. 13) observam que “os coletivos não apresentam, comumente, divisão interna entre secretariados, assessorias e lideranças, atuando de forma integrada e colaborativa”, o que pode dificultar a formalização e organização estratégica. Por isso, estratégias empreendedoras que fortaleçam a gestão interna são fundamentais.

Entre os caminhos possíveis, destacam-se: o desenvolvimento de um plano de negócios cultural, a elaboração de portfólios profissionais, a estruturação de redes de parceria, o uso estratégico das mídias digitais e o acesso a políticas públicas de fomento à cultura.

A seguir, apresenta-se uma tabela com algumas estratégias de empreendedorismo cultural aplicáveis a coletivos artísticos, associadas aos objetivos da profissionalização, conforme os autores Greatti (2004), Carbone *et al.* (2005), Cerqueira (2018), Côrtes *et.al* (2010), Associação Brasileira de Captadores de Recursos (2024) e UNCTAD (2010):

Quadro 2 - Estratégias de empreendedorismo cultural aplicáveis a coletivos artísticos

ESTRATÉGIA EMPREENDEDORA	OBJETIVO PRINCIPAL	APLICAÇÃO PRÁTICA EM COLETIVOS	REFERENCIAL
Plano de negócios simplificado	Estruturar objetivos, missão e metas	Definir público-alvo, fontes de receita e cronograma de ações	De acordo com Greatti (2004), o plano de negócios possui uma função estratégica, ao servir como um instrumento de apoio à gestão no momento de estruturar e iniciar um empreendimento. Além disso, ele contribui para a identificação de possíveis parcerias, para o esclarecimento dos objetivos organizacionais, a definição de metas e o monitoramento do desenvolvimento da organização como um todo.

Mapeamento de competências e funções	Identificar talentos e distribuir responsabilidades	Cada integrante assume papéis como: produção, mídia, agenda, financeiro, etc.	Conforme Carbone <i>et al.</i> (2005), após a definição da estratégia organizacional, torna-se viável realizar o mapeamento das competências. Esse processo tem como finalidade identificar as lacunas existentes — ou seja, a diferença entre as competências exigidas para implementar a estratégia e aquelas que já estão presentes internamente. A partir desse diagnóstico, é possível direcionar ações voltadas à atração, ao desenvolvimento, à avaliação e à valorização das competências, tornando-se uma etapa essencial na gestão orientada por competências.
Gestão de redes e parcerias	Ampliar acesso a recursos e circulação cultural	Parcerias com igrejas, festivais, centros culturais e marcas	Como destaca Cerqueira (2018), o empreendedor não atua de forma isolada; ele é, sobretudo, um articulador, capaz de reunir e conectar diferentes atores e

			recursos que estão dispersos no mercado e na sociedade, agregando valor à atividade produtiva. Nesse sentido, um elemento central na atuação do artista empreendedor está na capacidade de construir redes de contato, estabelecer parcerias e cultivar relações de amizade — práticas que se mostram decisivas para a concretização de projetos musicais e a sustentação das trajetórias profissionais no setor artístico.
Portfólio e material de apresentação	Valorizar a produção e atrair oportunidades	Construção de apresentações visuais, releases, mídias sociais	Segundo Côrtes <i>et al.</i> (2010), atualmente, tanto músicos quanto pessoas sem formação específica conseguem criar, gravar e distribuir suas músicas com custos cada vez mais acessíveis. Essa realidade amplia as oportunidades no setor, mas também impõe novas exigências aos profissionais da música, que passam a assumir o

			papel de gestores e empreendedores de suas próprias carreiras. Diante desse cenário, torna-se essencial que esses indivíduos dominem não apenas habilidades artísticas, mas também conhecimentos ligados à gestão de carreira, marketing e estratégias de promoção.
Formação empreendedora e artística contínua	Capacitação técnica e gerencial dos integrantes	Participação em oficinas, mentorias e cursos online	Côrtes <i>et.al</i> (2010) afirma que, indivíduos que desejam seguir carreira profissional na área da música sem ter passado por uma formação formal, ou mesmo aqueles que cursaram esse tipo de ensino, mas não adquiriram os conhecimentos administrativos necessários para gerir suas próprias trajetórias, precisam estar atentos às novas exigências da profissão. Isso é especialmente importante no que diz respeito às competências em gestão e empreendedorismo,

			que se tornaram indispensáveis diante das transformações na cadeia produtiva da música — cenário que, embora ofereça inúmeras oportunidades, também demanda um conjunto de saberes mais amplos do que os tradicionalmente exigidos dos profissionais da área.
Captação de recursos e editais	Garantir financiamento para projetos	Inscrição em editais públicos e busca por patrocinadores	Segundo a Associação Brasileira de Captadores de Recursos (2024), os editais representam uma importante oportunidade para muitas organizações, pois funcionam como uma fonte relevante de financiamento, contribuindo para a viabilidade e a continuidade de projetos culturais. Além do apoio financeiro, a participação — e especialmente a seleção — nesses processos amplia a visibilidade e o reconhecimento tanto do projeto quanto da própria

			instituição, fortalecendo sua imagem e credibilidade no campo cultural. Outro benefício significativo é o aprendizado gerado ao longo da elaboração e execução dos projetos aprovados, o que favorece a qualificação da gestão interna e promove a profissionalização da equipe. Essa vivência pode tornar a organização mais preparada e competitiva em futuras ações de captação de recursos.
Uso estratégico de redes sociais	Fortalecer imagem e engajamento com o público	Gestão de conteúdo nas plataformas e campanhas de divulgação	Modelos contemporâneos de gestão, associados aos canais de marketing e distribuição musical, passaram a incorporar de forma intensiva o uso da internet, dos smartphones e das plataformas digitais. Esses recursos ampliam o alcance das experiências culturais e possibilitam uma maior

			interação com o público, que deixa de ser apenas consumidor para atuar também como cocriador de conteúdos. Dessa forma, os indivíduos se tornam participantes ativos na construção e disseminação dos produtos culturais (UNCTAD, 2010)
--	--	--	--

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

As estratégias empreendedoras buscam alinhar a dimensão artística com uma lógica de mercado, respeitando a identidade dos coletivos. Como destacam Judice e Furtado (2012), os empreendimentos criativos e culturais giram em torno da produção de bens simbólicos e artísticos, cuja compreensão exige uma lógica interpretativa, estética e experiencial, distinta das indústrias tradicionais — evidenciando a necessidade de estratégias específicas que unam valor simbólico e viabilidade econômica.

Assim, é necessário reforçar que as estratégias empreendedoras devem ser adaptadas à realidade de cada coletivo, respeitando seus princípios éticos, estéticos e políticos. O empreendedorismo cultural, longe de significar adesão irrestrita à lógica mercadológica, pode ser compreendido como uma ferramenta de autonomia, fortalecimento identitário e valorização da diversidade.

Por fim, de acordo com Reis e Zille (2020), o empreendedorismo cultural, inserido no contexto da economia criativa, tem um impacto significativo na sociedade, ao permitir que artistas e empreendedores utilizem a arte como um meio de comunicação democrática. Essa atuação contribui diretamente para o enriquecimento cultural coletivo, ao mesmo tempo em que evidencia o papel transformador da cultura como prática empreendedora.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A condução deste estudo exigiu a adoção de métodos que possibilitassem seu desenvolvimento de forma coerente com os objetivos traçados e com os resultados almejados. Dessa forma, esta pesquisa se caracteriza, quanto à natureza, como uma pesquisa aplicada. Gil (2002) define a pesquisa aplicada como aquela voltada à produção de conhecimentos com finalidade prática, direcionada à resolução de situações ou demandas concretas. Portanto, esse estudo tem como objetivo gerar conhecimento prático voltado à compreensão e ao fortalecimento das estratégias de profissionalização adotadas por artistas cristãos, a partir da análise do Coletivo Candiero, grupo cultural atuante no Nordeste brasileiro.

Em relação à abordagem metodológica, a pesquisa adota uma abordagem mista (quantitativa e qualitativa). Silveira e Gerhardt (2009) afirmam que a pesquisa quantitativa, fundamentada no positivismo lógico, enfatiza o uso do raciocínio dedutivo, da lógica formal e de elementos da experiência humana que podem ser mensurados. Assim, será utilizada na análise das respostas fechadas do questionário, possibilitando a visualização de padrões e frequências entre os grupos pesquisados.

Já em relação a abordagem qualitativa, Silveira e Gerhardt (2009) explicam que esse tipo de abordagem está voltado para aspectos da realidade que não são passíveis de quantificação, priorizando a compreensão e a explicação das dinâmicas das relações sociais. Dessa forma, será empregada na análise das respostas abertas, permitindo uma interpretação mais aprofundada das percepções, experiências e significados atribuídos pelos participantes ao processo de profissionalização artística no contexto do coletivo.

Quanto aos objetivos, esta investigação é classificada como exploratória, de acordo com Gil (2007), esse tipo de pesquisa busca oferecer uma compreensão inicial mais aprofundada do problema, com o objetivo de torná-lo mais claro ou mesmo de auxiliar na formulação de hipóteses. Para isso, geralmente envolve procedimentos como a revisão de literatura, entrevistas com pessoas que possuem vivência prática no tema investigado e a análise de exemplos que favoreçam a

compreensão. Este estudo se enquadra nesse tipo por buscar aprofundar o conhecimento sobre um tema ainda pouco estudado no contexto de coletivos culturais cristãos.

Quanto aos procedimentos, a pesquisa será do tipo bibliográfica e de campo. O caráter bibliográfico se dá pelo uso de fontes teóricas como livros, artigos científicos e demais publicações acadêmicas, selecionadas por meio de busca em bases como o Google Acadêmico e o Portal de Periódicos da Capes, que tratam da temática do empreendedorismo cultural, coletivos artísticos e indústrias criativas.

Segundo Boccato (2006), a pesquisa bibliográfica busca resolver um problema ou hipótese a partir de referenciais teóricos já publicados, analisando e discutindo as diferentes contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa permite conhecer o que já foi estudado, de que forma e sob quais perspectivas os temas foram abordados na literatura científica. Para isso, é fundamental que o pesquisador desenvolva um planejamento sistemático, que abranja desde a definição do tema até a estrutura lógica do trabalho e sua forma de comunicação e divulgação. Assim, a presente pesquisa fundamenta teoricamente suas análises, utilizando conceitos já existentes para sustentar as discussões sobre a profissionalização artística em coletivos culturais de base cristã.

Em relação à pesquisa de campo, Lakatos e Marconi (2010) explicam que ela permite ao pesquisador compreender o comportamento de indivíduos ou grupos em seu contexto natural, captando informações e percepções que dificilmente seriam acessadas por outros métodos.

No presente estudo, será aplicado um questionário aos integrantes do Coletivo Candiero, com o objetivo de levantar dados sobre suas práticas empreendedoras, estratégias de profissionalização e os principais desafios enfrentados na atuação artística. Essa abordagem possibilita uma investigação mais detalhada e contextualizada da realidade do coletivo, favorecendo a coleta de dados primários relevantes e alinhados aos objetivos da pesquisa.

O método adotado foi o indutivo, Lakatos e Marconi (2003) explicam que a indução é um processo mental que parte de observações particulares para se chegar a conclusões gerais ou universais, ampliando o conteúdo em relação às premissas inicialmente consideradas. Sendo assim, neste estudo, parte da

observação e análise de uma realidade específica para, a partir dela, levantar reflexões e possíveis contribuições mais amplas sobre o fenômeno da profissionalização de artistas cristãos em coletivos culturais.

3.2 UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA

O universo da pesquisa corresponde ao conjunto de indivíduos que, de alguma forma, estão envolvidos com o Coletivo Candiero. Esse universo abrange tanto os artistas que integram o coletivo quanto seus familiares e os colaboradores diretamente ligados às atividades administrativas, técnicas e de produção do grupo.

Para a definição da amostra, optou-se por uma amostragem não probabilística, mais especificamente do tipo intencional, também conhecida como amostragem por julgamento. Nesta pesquisa, a amostra foi composta por 17 participantes, destaca-se que alguns participantes da categoria dos artistas, também fazem parte da categoria dos colaboradores. A seguir, vê-se como ficaram subdivididos.

A amostra delimitada foi composta por três segmentos:

- **Artistas integrantes do Coletivo Candiero** (11 respondentes): indivíduos diretamente envolvidos com a criação, performance e produção musical no coletivo. Serão considerados tanto os membros fundadores quanto artistas que participam regularmente das atividades do grupo.
- **Familiares dos artistas** (4 respondentes): pessoas do círculo familiar próximo dos artistas selecionados, com o objetivo de compreender os impactos e percepções do processo de profissionalização artística e da atuação no coletivo sob a perspectiva de quem acompanha esse percurso no cotidiano.
- **Funcionários e colaboradores do coletivo** (10 respondentes): Artistas e pessoas que atuam nas áreas de gestão, produção, comunicação ou suporte técnico do coletivo, oferecendo uma visão sobre as estratégias empreendedoras e organizacionais da iniciativa.

A escolha dos participantes foi feita com base em critérios de relevância para os objetivos da pesquisa, priorizando aqueles que possuíam conhecimento, envolvimento direto e disponibilidade para contribuir com as informações necessárias.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A coleta dos dados foi realizada por meio de questionário misto aplicado através da plataforma digital Google Forms. Essa escolha se justifica pela facilidade de acesso, agilidade na coleta, organização automática das respostas e possibilidade de alcançar os participantes de forma remota, respeitando sua disponibilidade e proporcionando maior flexibilidade.

Além disso, a aplicação por meio do Google Forms garante anonimato e sigilo das respostas, aspectos importantes para a ética na pesquisa e para que os participantes se sintam confortáveis em compartilhar informações verdadeiras e espontâneas. Para a aplicação do formulário foi disponibilizado um link para acesso ao uso da ferramenta online Google Forms, através do *Whatsapp*, dessa maneira, as respostas foram coletadas dos dias 05/07/2025 a 08/07/2025.

O questionário continha 38 (trinta e oito) perguntas fechadas e 5 (cinco) abertas e está disponível nos Apêndices. Foi elaborado com perguntas específicas para cada categoria de participante do estudo: Sendo 11 (onze) perguntas fechadas e 2 (abertas) para os artistas do Coletivo Candiero, 10 (dez) perguntas fechadas e 1 (uma) para familiares dos artistas e 12 (doze) perguntas fechadas e 1 (uma) aberta para funcionários/ artistas do coletivo, buscando abordar as particularidades e perspectivas próprias de cada grupo em relação ao empreendedorismo cultural e à profissionalização artística. Além disso, haviam outras 6 (seis) perguntas que abarcavam a todos os participantes, sendo 5 (cinco) fechadas e 1 (uma) aberta.

Para os artistas, o questionário abordou temas como trajetória artística, desafios e estratégias de profissionalização, relação entre fé e arte, e percepções sobre o coletivo. Para os familiares, as questões estavam focadas no impacto da carreira artística na vida familiar, apoio recebido e expectativas. Já para os funcionários/artistas, as perguntas tratavam das práticas administrativas, estratégias de gestão cultural e visão sobre o desenvolvimento do coletivo.

3.4 PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS

A análise dos dados deste trabalho foi separada em duas etapas, de acordo com as abordagens utilizadas na pesquisa, destacando, assim, os principais resultados alcançados, levando em consideração o referencial teórico utilizado. Para os dados qualitativos, resultantes das perguntas abertas do questionário semiestruturado, aplicado às 3 categorias citadas anteriormente, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo. De acordo com Bardin (1977), a análise de conteúdo consiste em um conjunto de técnicas que, por meio de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição das mensagens, busca extrair indicadores, quantitativos ou não, que possibilitem inferências sobre as condições em que essas mensagens foram produzidas ou recebidas. As respostas foram organizadas de forma descritiva e inseridas em um quadro, para facilitar a visualização e análise.

Para a análise dos dados quantitativos provenientes das perguntas fechadas dos questionários aplicados, utilizou-se como base, também, as respostas coletadas por meio da plataforma Google Forms. Após a etapa de coleta, os dados foram organizados e analisados com o apoio de ferramentas estatísticas descritivas simples, como gráficos e quadros, os quais foram gerados automaticamente pela própria plataforma.

A interpretação dos resultados foi realizada a partir da leitura individual e detalhada de cada gráfico e quadro, considerando as categorias previamente definidas no questionário. Essa análise permitiu identificar padrões, tendências e informações relevantes de acordo com os diferentes grupos de participantes (artistas, familiares e funcionários do coletivo), possibilitando a extração de insights específicos relacionados aos objetivos da pesquisa.

4 ANÁLISE DE DADOS

Este capítulo apresenta os resultados obtidos por meio do estudo realizado de acordo com os objetivos da pesquisa, buscando identificar os principais desafios e oportunidades relacionados à promoção do empreendedorismo cultural e à profissionalização de artistas cristãos no contexto do Coletivo Candiero, além de compreender como as práticas de gestão e atuação cultural impactam a trajetória dos artistas que integram o coletivo.

A primeira parte da análise é dedicada às perguntas sobre os dados sociodemográficos e qual seria o envolvimento com o coletivo. Essas abarcam todos os 17 participantes. Do total dos respondentes, 58,8% são do sexo masculino e 41,2% do sexo feminino. Em relação à faixa etária, a maioria (52,2%) está entre 26 e 35 anos, enquanto 17,6% têm entre 19 e 25 anos e 29,4% têm entre 36 e 45 anos. Quanto ao estado civil, a maioria declarou-se casada. No que se refere ao nível de escolaridade, 29,4% possuem ensino superior completo, 29,4% têm ensino superior incompleto, 11,8% concluíram o ensino médio e 29,4% possuem pós-graduação. Esses dados revelam um grupo formado majoritariamente por jovens adultos com variados níveis de formação, o que contribui para diferentes perspectivas sobre os processos de profissionalização e empreendedorismo cultural vivenciados no coletivo.

4.1 PERSPECTIVA DOS ARTISTAS

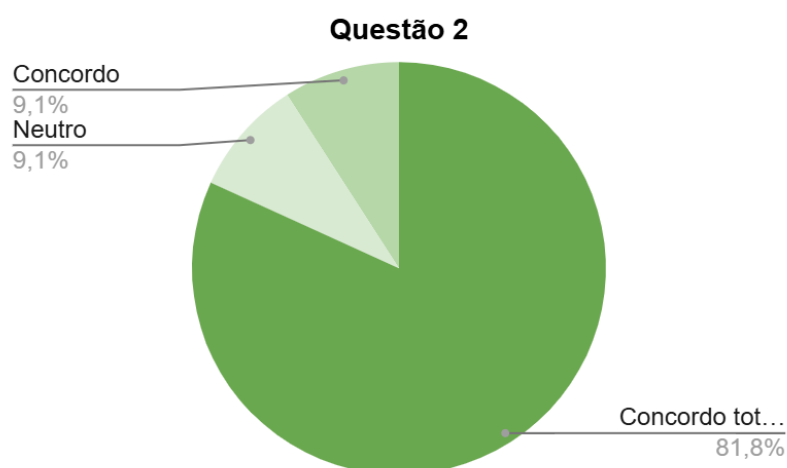
A segunda parte da análise é dedicada aos artistas integrantes do Coletivo Candiero, totalizando 11 respondentes. Nessa categoria, o questionário foi composto por 11 perguntas fechadas e 2 questões abertas.

A seguir, apresenta-se a análise da primeira pergunta fechada, que buscou avaliar a percepção dos artistas sobre a influência do Coletivo Candiero em suas trajetórias artísticas. Por meio de uma escala de concordância, os respondentes indicaram o grau com que concordam com a afirmação: "O Coletivo Candiero tem influenciado positivamente minha trajetória artística." O resultado obtido nessa pergunta foi unânime: 100% dos artistas participantes marcaram o nível máximo de concordância, indicando que todos reconhecem que o Coletivo Candiero tem

influenciado positivamente e de forma significativa suas trajetórias artísticas. Esse dado reforça a importância do coletivo como um espaço de incentivo, desenvolvimento e valorização do trabalho artístico, evidenciando que suas ações têm contribuído diretamente para o crescimento profissional dos integrantes. Além disso, demonstra o potencial do coletivo enquanto agente de fortalecimento da identidade artística e da atuação cultural baseada na fé.

A segunda pergunta teve como objetivo entender como os artistas se percebem em relação à própria profissionalização, mesmo sem possuírem vínculos formais.

Gráfico 1: Me considero um artista profissional, mesmo sem vínculos formais

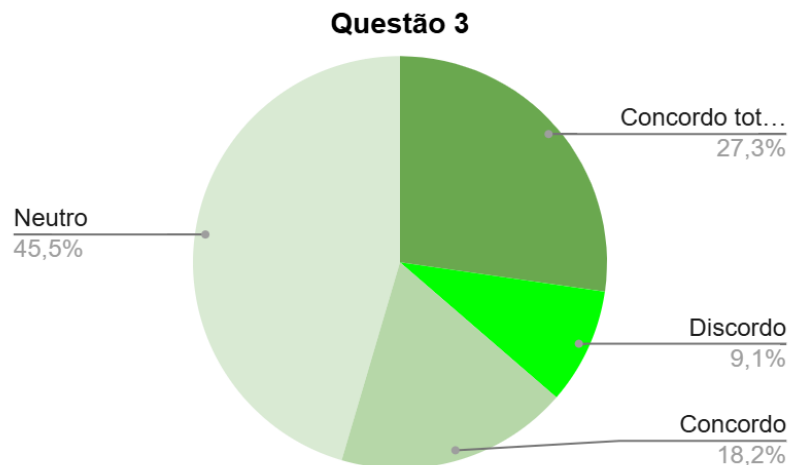


Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A maioria dos respondentes 81,8% concorda totalmente com a afirmação de que se considera um artista profissional, mesmo sem vínculos formais. Esse resultado indica um forte senso de identidade profissional entre os integrantes do Coletivo Candiero, ainda que muitos não estejam formalmente inseridos no mercado tradicional da música ou das artes. Além disso, 9,1% declararam-se neutros, e outros 9,1% apenas concordam, o que pode refletir incertezas ou percepções diferenciadas sobre o que define a profissionalização na prática. De forma geral, os dados apontam que a atuação no coletivo tem contribuído para que os artistas se vejam como profissionais, mesmo fora dos moldes convencionais de formalização trabalhista.

Na terceira questão buscou-se saber se os artistas enfrentam desafios para conciliar fé e exigências do mercado artístico.

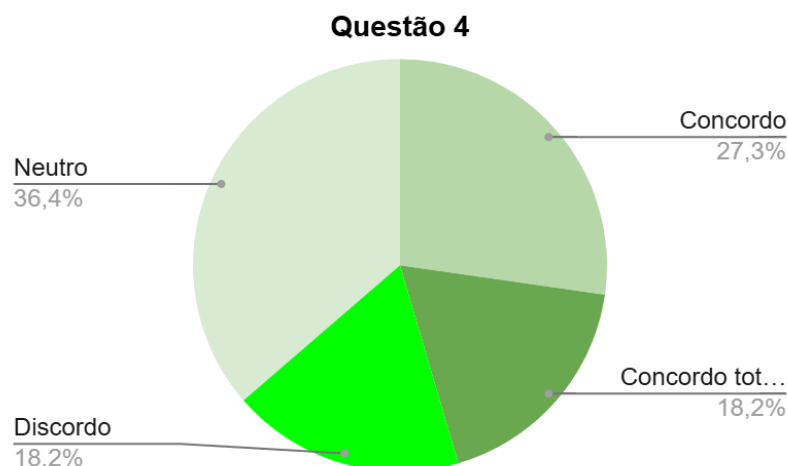
Gráfico 2: Enfrento desafios para conciliar fé e exigências do mercado artístico



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A pergunta que aborda os desafios de conciliar fé e as exigências do mercado artístico revelou respostas distribuídas de forma mais equilibrada, indicando diferentes percepções entre os participantes. Destes, 27,3% concordam totalmente com a afirmação, demonstrando que uma parte dos artistas sente dificuldade em alinhar suas convicções religiosas com as demandas do mercado. Outros 18,2% concordam parcialmente, reforçando esse sentimento. Por outro lado, 45,5% se mantiveram neutros, o que pode indicar dúvidas, variação de experiências ou até um distanciamento dessa tensão. Apenas 9,1% dos respondentes discordaram, sugerindo que, para uma minoria, essa conciliação não representa um problema. Esses dados indicam que, embora a maioria não veja isso como um obstáculo intransponível, a relação entre fé e mercado ainda é um ponto sensível e que pode impactar decisões profissionais e artísticas dos integrantes do coletivo.

Na pergunta 4, questionou-se se os respondentes haviam recebido orientações sobre planejamento e organização da carreira artística, conforme o Gráfico 2:

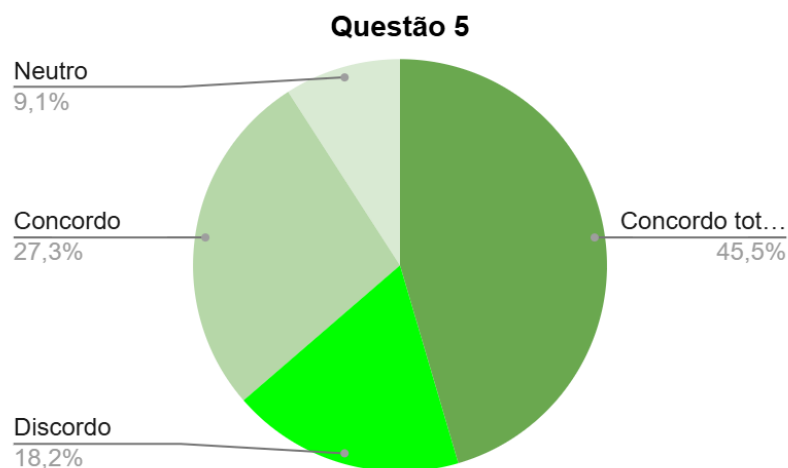
Gráfico 3: Recebi orientações sobre planejamento e organização da carreira artística

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A quarta pergunta investigou se os artistas haviam recebido orientações sobre planejamento e organização da carreira artística, buscando identificar o apoio recebido nesse aspecto dentro do contexto do coletivo. Os resultados mostram uma distribuição bastante diversificada: 18,2% concordam totalmente e 27,3% concordam, totalizando 45,5% que reconhecem ter recebido algum tipo de orientação. No entanto, 36,4% permaneceram neutros, o que pode indicar dúvidas, falta de clareza sobre o que considerar como orientação ou experiências pontuais. Já 18,2% dos respondentes discordaram, demonstrando que uma parte significativa não se sentiu apoiada nesse aspecto. Esses dados sugerem que, embora o coletivo ofereça algum suporte relacionado à gestão da carreira, ainda há espaço para aprimorar ou tornar mais visível esse tipo de orientação, contribuindo de forma mais direta para o processo de profissionalização dos artistas.

Em seguida houve o quinto questionamento, que buscou identificar se os artistas sentiam que sua identidade cristã era respeitada e valorizada no meio artístico.

Gráfico 4: Sinto que minha identidade cristã é respeitada e valorizada no meio artístico

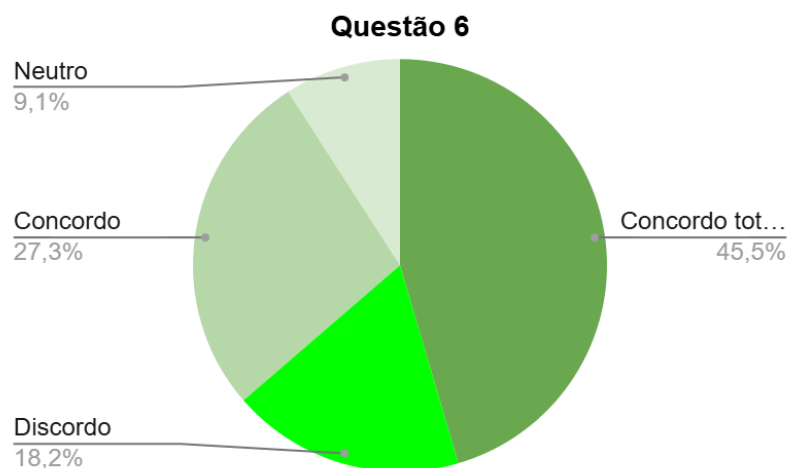


Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Os resultados apontam que a maioria dos respondentes se sente reconhecida nesse aspecto: 45,5% concordam totalmente e 27,3% concordam, totalizando 72,8% com uma visão positiva. Por outro lado, 18,2% discordam e 9,1% se mantêm neutros, o que revela que, embora a maior parte perceba um ambiente acolhedor quanto à fé, ainda existem experiências de desvalorização ou invisibilidade da identidade cristã. Esses dados indicam que o Coletivo Candiero, ao atuar no campo do empreendedorismo cultural com base na fé, tem contribuído para a afirmação dessa identidade, mas que há desafios a serem enfrentados na relação com o meio artístico mais amplo.

Na sexta questão, questionou-se se os respondentes participam de projetos do coletivo que incentivam a autogestão artística.

Gráfico 5: Participei de projetos do coletivo que incentivam a autogestão artística

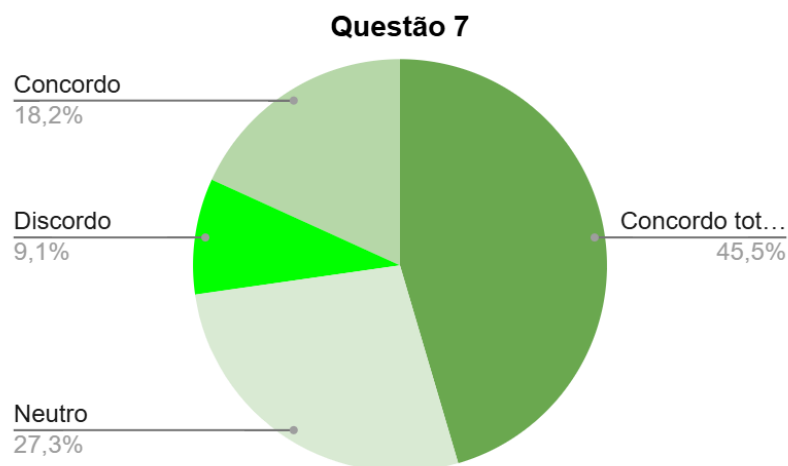


Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Os dados revelam que 45,5% concordam totalmente e 27,3% concordam, somando 72,8% de respostas positivas, o que demonstra um forte engajamento dos artistas em iniciativas que promovem autonomia na gestão de suas carreiras. No entanto, 18,2% discordam e 9,1% adotam uma posição neutra, sugerindo que ainda há espaço para ampliar o acesso e a participação nesses projetos, seja por meio de mais oportunidades ou estratégias de comunicação interna. Esses resultados indicam que o coletivo tem desempenhado um papel relevante na capacitação dos artistas, mas pode fortalecer ainda mais as ações de formação em autogestão.

A sétima pergunta buscou compreender se os artistas têm desenvolvido habilidades relacionadas à articulação de parcerias e formação de redes de apoio, aspectos essenciais para a sustentabilidade de projetos culturais no cenário contemporâneo.

Gráfico 6: Tenho aprendido a buscar parcerias e criar redes de apoio para projetos culturais

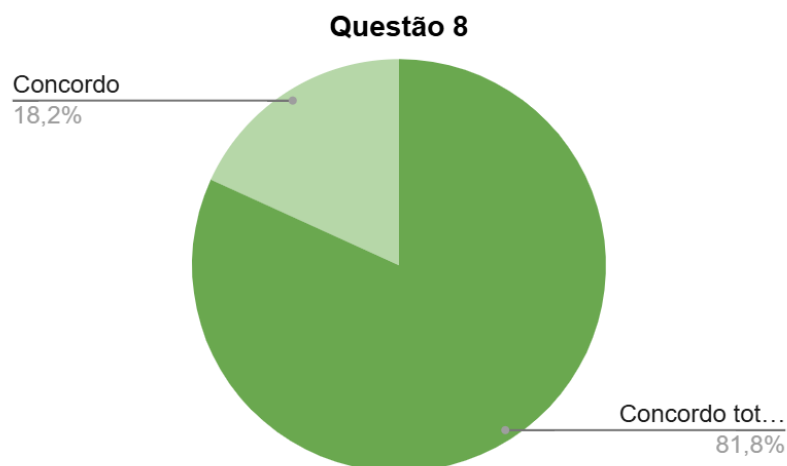


Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Os dados mostram que 45,5% dos respondentes concordam totalmente com a afirmação de que têm aprendido a buscar parcerias e formar redes de apoio, enquanto 18,2% concordam e 27,3% se mantêm neutros. Apenas 9,1% declararam discordar. Esses resultados indicam que o Coletivo Candiero tem favorecido, em alguma medida, a construção de relações colaborativas entre os artistas, promovendo práticas empreendedoras fundamentais no setor cultural. No entanto, o percentual expressivo de respostas neutras sugere que há margem para fortalecer ainda mais esse aspecto por meio de ações mais estruturadas de articulação em rede e estímulo à cooperação entre os membros.

A oitava pergunta teve como foco investigar a percepção dos artistas quanto ao suporte oferecido pelo Coletivo Candiero para o desenvolvimento de propostas autorais, aspecto essencial para a afirmação da identidade artística e fortalecimento da autonomia criativa.

Gráfico 7: O coletivo oferece suporte para o desenvolvimento de propostas autorais



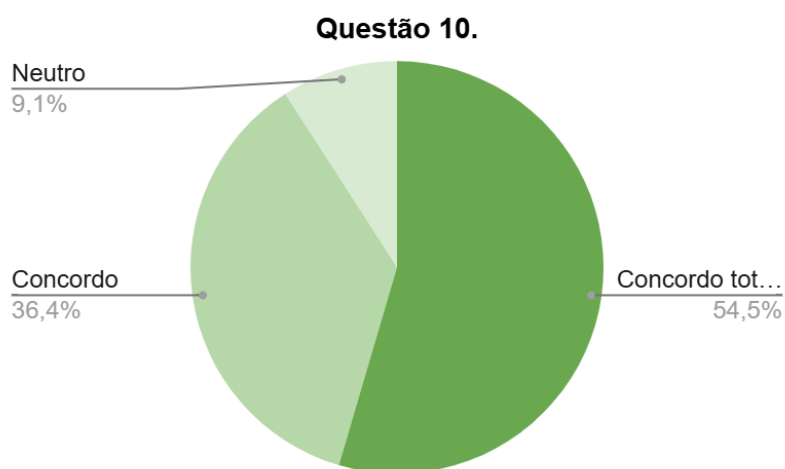
Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Os dados revelam um cenário bastante positivo: 81,8% dos respondentes concordam totalmente com a afirmação, e os 18,2% restantes concordam, totalizando 100% de aprovação. Esses números indicam que, na visão dos artistas, o coletivo tem cumprido um papel relevante no incentivo à criação artística própria, valorizando a originalidade e dando espaço para que os artistas expressem suas visões e narrativas pessoais. Esse suporte é fundamental tanto para a profissionalização quanto para a consolidação de uma cena cultural mais autêntica e representativa.

A nona pergunta buscou avaliar a percepção dos artistas quanto ao impacto dos eventos promovidos pelo Coletivo Candiero em sua visibilidade profissional. A questão é relevante, pois eventos culturais são espaços estratégicos para divulgação de trabalhos e fortalecimento de trajetórias artísticas. Com 100% dos respondentes concordando totalmente, os dados demonstram de forma unânime que os eventos realizados pelo coletivo são reconhecidos como ferramentas efetivas de promoção da carreira artística dos seus integrantes. Esse resultado reforça a importância das ações presenciais e/ou digitais organizadas pelo grupo, evidenciando o papel fundamental do coletivo como plataforma de visibilidade e projeção profissional no campo artístico cristão independente.

A décima pergunta teve como objetivo compreender se os artistas percebem estímulo à visão empreendedora dentro do Coletivo Candiero. Essa dimensão é fundamental para a pesquisa, pois relaciona-se diretamente com a proposta de fortalecimento da profissionalização por meio do empreendedorismo cultural.

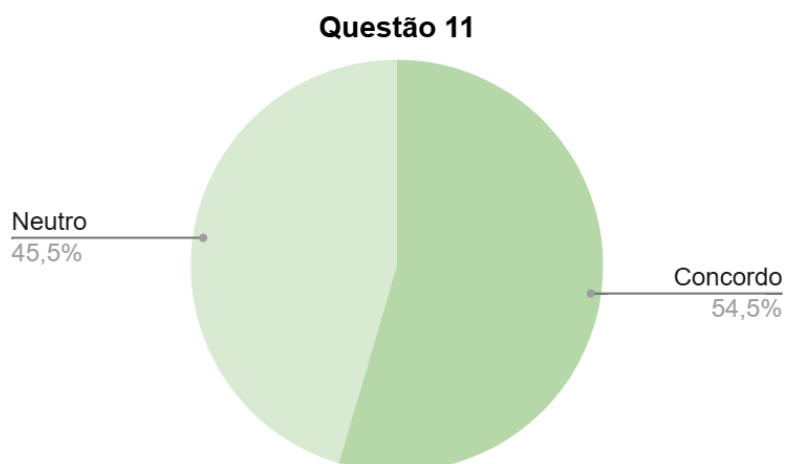
Gráfico 8: O coletivo estimula a visão empreendedora entre os artistas que o integram



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Os resultados indicam que 54,5% dos respondentes concordam totalmente com a afirmação de que o coletivo estimula uma visão empreendedora, enquanto 36,4% concordam e 9,1% se mantêm neutros. Esses dados revelam que a maioria dos artistas reconhece iniciativas que incentivam a autonomia, a gestão de carreira e a busca por oportunidades sustentáveis no campo cultural. Ainda que uma pequena parcela tenha adotado uma posição neutra, a predominância de respostas positivas sugere que o Coletivo Candiero tem desempenhado um papel relevante no fomento ao empreendedorismo entre seus integrantes.

Por fim, a questão 11 buscou identificar percepções dos artistas sobre possíveis barreiras de acesso a espaços culturais em razão de sua identidade cristã, temática sensível dentro do cenário artístico contemporâneo e central para compreender os desafios enfrentados por esses sujeitos na profissionalização.

Gráfico 9: Já senti dificuldade em acessar espaços culturais por minha identidade cristã

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Os dados apontam que 54,5% dos respondentes concordam com a afirmação, enquanto 45,5% mantiveram-se neutros. A ausência de respostas discordantes revela que, mesmo com nuances, existe um reconhecimento de que a identidade cristã pode representar um obstáculo no acesso e circulação em determinados ambientes culturais. Isso sugere a existência de tensões ou preconceitos que ainda precisam ser superados para garantir maior inclusão e equidade no setor, evidenciando a importância de coletivos como o Candiero na mediação desses espaços.

Antes de iniciar a análise das respostas às perguntas abertas, é essencial destacar a relevância dessas questões para a compreensão mais profunda da experiência dos participantes. As perguntas "Quais os maiores desafios que você enfrenta como artista cristão independente?" e "Como você descreveria a principal contribuição do Coletivo Candiero para sua trajetória artística?" foram formuladas com o objetivo de captar, em perspectiva subjetiva e contextualizada, os obstáculos enfrentados pelos artistas e a importância do coletivo em suas jornadas. As respostas revelam aspectos que vão além dos dados quantitativos, trazendo à tona percepções, sentimentos e reflexões que enriquecem a análise sobre o papel do empreendedorismo cultural e das redes de apoio artístico no fortalecimento da profissionalização de artistas cristãos.

Quadro 3 - Respostas das perguntas abertas dos artistas

QUAIS OS MAIORES DESAFIOS QUE VOCÊ ENFRENTA COMO ARTISTA CRISTÃO INDEPENDENTE?	COMO VOCÊ DESCREVERIA A PRINCIPAL CONTRIBUIÇÃO DO COLETIVO CANDIERO PARA SUA TRAJETÓRIA ARTÍSTICA?
“Acho que conciliar o profissionalismo com a vocação, religiosamente falando. Viver de música no Brasil é difícil e me parece que no meio cristão ainda existe uma falta de entendimento sobre o quão profissional o artista/músico é.”	“O Coletivo me fez entender novamente que eu poderia viver de arte: autoral, bem feita, bonita e nordestina, sem abrir mão dos pilares da minha fé.”
“Investimento financeiro para tirar projetos do papel.”	“O Coletivo me deu o início da trajetória, me encontrando cá em Salvador, e me dando todo suporte para começar. Após isso, segurou minha mão pra me levar cada vez mais além e não soltaram. De forma que, sempre que tenho ideias e projetos, posso trazer pra mesa e pensar em como realizar.”
“Conciliar trabalho formal e carreira”	“Motivação para não parar de fazer arte”
“Autopromoção nas redes sociais”	“Me abriu oportunidades para desenvolver minhas potencialidades”
“Visibilidade e retorno financeiro, sendo de um nicho tão específico quanto fazer música brasileira com identidade cristã.”	“Além de ser uma família que sempre acreditou em mim e em minha arte, sempre foram uma plataforma formada por amigos que sempre apontaram uns para os outros e nunca para si mesmos. Isso me deu coragem, visibilidade, credibilidade enquanto artista, por saber que meus irmãos acreditam em mim o suficiente para me apoiar no que faço de todas as formas possíveis.”
“Acredito que os maiores desafios são em encontrar recursos financeiros para os projetos e espaços (igrejas) onde apresentar (fazer) nosso trabalho.”	“Um lugar de aprendizado, de muita troca e crescimento em diversas áreas da vida, não apenas profissional, que acabaram me fazendo amadurecer e me entender melhor enquanto artista. Também um lugar que me proporcionou experiências e contatos que talvez seriam mais difíceis se trilhasse sozinho. Mas sobretudo um lugar de validação, onde senti e sinto que minha arte pode ser ouvida e apreciada, criticada e

	abraçada por pessoas que são como eu.”
“Consolidar um público e acessar espaços culturais para compartilhar a arte cristã”	“Contribuição no campo da identidade cultural e estética relacionadas com minha fé”
“A falta de visibilidade e recursos para viabilizar a arte”	“O CC foi e é o suporte que me mantém na arte, cumprindo a vontade de Deus e servindo à igreja Brasileira.”
“Financeiro creio que seja o principal!”	“O coletivo tem me ensinado a ser mais Brasileiro e amar a arte e cultura do meu país! Louvar a Cristo com o nosso povo Brasileiro!”
“Financeiramente é um desafio e culturalmente não temos um apoio a novidades brasileiras e sim internacionais, então o público também é um desafio.”	“Acho que a identidade cristã, musical é poética foi aprimorada!”
“Limitações financeiras, tempo para focar nos processos criativos e sabedoria para se posicionar de modo confessional nos conflitos que podem surgir entre a fé e o mercado da música.”	“Sem dúvida, contribuição espiritual e formativa. Apesar de eu ser parte do Candiero tendo um vínculo profissional, e reconhecer o coletivo como uma plataforma que impulsiona minha arte, antes de tudo o Candiero é uma família. E abastecida nessa comunhão, me sinto mais leve e disposta a investir na música pra glória de Deus.”

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

As perguntas abertas desta pesquisa revelaram elementos fundamentais sobre os desafios enfrentados por artistas cristãos independentes e sobre o papel do Coletivo Candiero em suas trajetórias.

No que diz respeito aos desafios, as respostas apontam com ênfase para a falta de recursos financeiros, considerada por muitos como o principal obstáculo para dar continuidade a projetos artísticos. Também foram mencionadas dificuldades em conciliar a vida artística com o trabalho formal e outras demandas cotidianas, além da baixa visibilidade, especialmente por se tratar de um nicho específico que alia identidade cristã à música brasileira. Algumas respostas ainda revelam tensões

mais profundas, como a necessidade de equilibrar a fé e a vocação com as exigências do mercado, o que exige sabedoria para se posicionar artisticamente sem comprometer princípios pessoais.

Em contrapartida, ao descreverem a contribuição do Coletivo Candiero para suas trajetórias, os participantes evidenciam que o coletivo atua como um espaço de acolhimento, fortalecimento artístico e validação identitária. Muitos relatam que foi por meio do coletivo que conseguiram se enxergar como artistas, desenvolver seu potencial criativo e dar os primeiros passos na carreira. As falas também ressaltam o apoio mútuo entre os membros, a formação estética e espiritual, e a construção de uma identidade artística alinhada com a fé cristã e com a cultura brasileira. O Candiero é descrito não apenas como uma plataforma de visibilidade e oportunidades, mas como uma família que encoraja, escuta, orienta e impulsiona seus integrantes a continuarem produzindo arte de maneira autêntica e comprometida com a missão que carregam.

Dessa forma, a análise conjunta das duas perguntas evidencia uma relação direta entre os desafios enfrentados e a importância das redes de apoio como estratégia de resistência e desenvolvimento artístico. Em um cenário marcado por escassez de recursos e visibilidade limitada, o Coletivo Candiero emerge como uma experiência coletiva que promove formação, pertencimento e profissionalização, reafirmando o papel do empreendedorismo cultural no fortalecimento da arte cristã brasileira.

Conforme observam Davel e Cora (2016), a imagem do artista tem passado por profundas transformações, rompendo com a antiga separação entre o criador e as estruturas de produção cultural. O artista contemporâneo é cada vez mais exigido como empreendedor, gestor de seu próprio processo criativo e responsável pela comercialização de suas obras, o que evidencia a importância de espaços coletivos que ofereçam suporte a esse novo perfil de trabalhador cultural.

4.2 PERSPECTIVA DOS FUNCIONÁRIOS

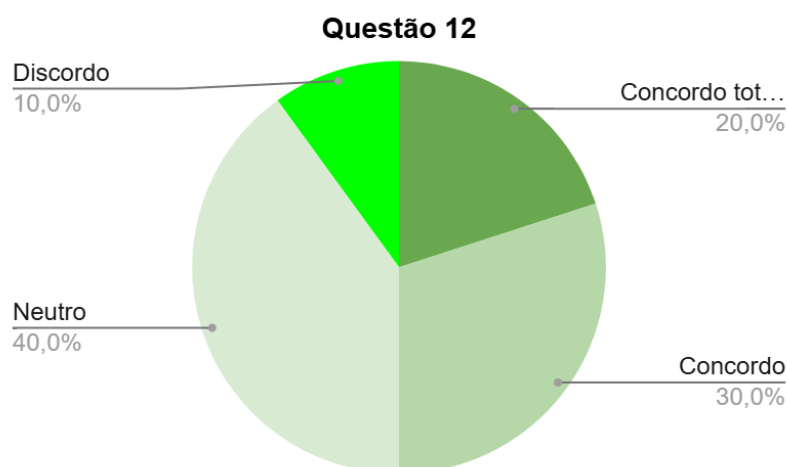
A segunda parte da análise contempla os funcionários do Coletivo Candiero, levando em consideração tanto os que atuam oficialmente como colaboradores

quanto artistas que também possuem funções contratadas ou de apoio técnico. Ao todo, foram 10 respondentes nesta categoria, incluindo os 2 funcionários oficialmente reconhecidos e artistas que também exercem funções administrativas ou técnicas dentro do coletivo. Entre os dois funcionários formais, há um homem e uma mulher, ambos casados, com faixa etária entre 36 e 45 anos. Um possui pós-graduação e o outro ensino superior incompleto. A inclusão dos artistas com vínculos funcionais permite ampliar a compreensão sobre a gestão interna do coletivo e as práticas empreendedoras adotadas para sua sustentabilidade.

A seguir, serão analisadas as respostas às perguntas fechadas aplicadas. Os dados obtidos oferecem uma visão geral sobre o funcionamento do coletivo sob a perspectiva de quem o vivencia diretamente, permitindo identificar padrões, fortalezas e possíveis pontos de melhoria na gestão e no apoio aos artistas.

A primeira pergunta desta categoria apresenta as percepções dos artistas sobre a existência de práticas organizacionais bem definidas no Coletivo Candiero, como é possível observar no **Gráfico 10**.

Gráfico 10 - O coletivo possui práticas organizacionais bem definidas



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

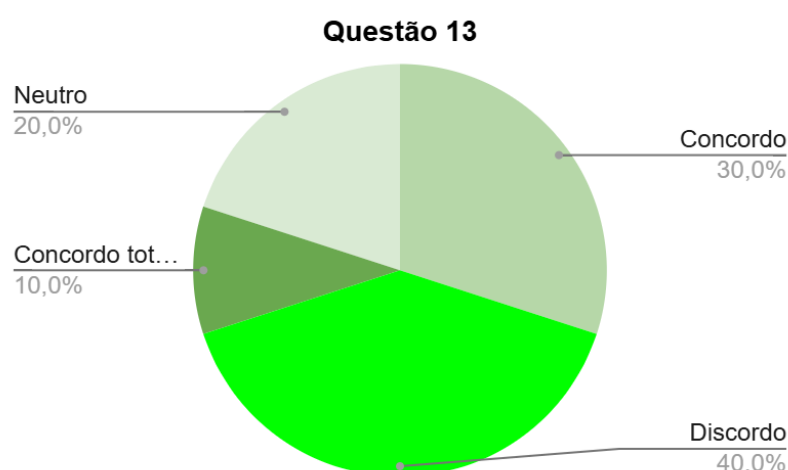
Os dados revelam uma distribuição equilibrada de opiniões, embora com destaque para uma leve tendência positiva. Aproximadamente 50% dos

respondentes (20% concorda totalmente e 30% concorda) reconhecem que o coletivo possui certa estrutura organizacional, o que indica o esforço em manter processos minimamente organizados e claros para os integrantes.

No entanto, chama atenção o fato de 40% terem optado pela opção "neutro", o que pode indicar incerteza, desconhecimento sobre os processos internos ou percepção de informalidade em algumas práticas. Além disso, 10% dos participantes discordam da afirmação, o que sugere que ainda há espaço para avanços no sentido de consolidar e comunicar de forma mais clara as diretrizes organizacionais do coletivo. Esse cenário aponta para a importância de investir em maior formalização de rotinas e papéis, sem perder a flexibilidade e os valores colaborativos que caracterizam a atuação do grupo.

A segunda pergunta desta categoria teve como objetivo identificar se os participantes percebem a existência de um planejamento estratégico para sustentar os projetos culturais. Essa dimensão é relevante para a pesquisa, pois está diretamente ligada à capacidade de continuidade e consolidação das ações desenvolvidas, refletindo o grau de organização e direcionamento adotado pelo Coletivo Candiero. O Gráfico 11 apresenta os resultados obtidos.

Gráfico 11: Existe um planejamento estratégico para sustentar os projetos culturais



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

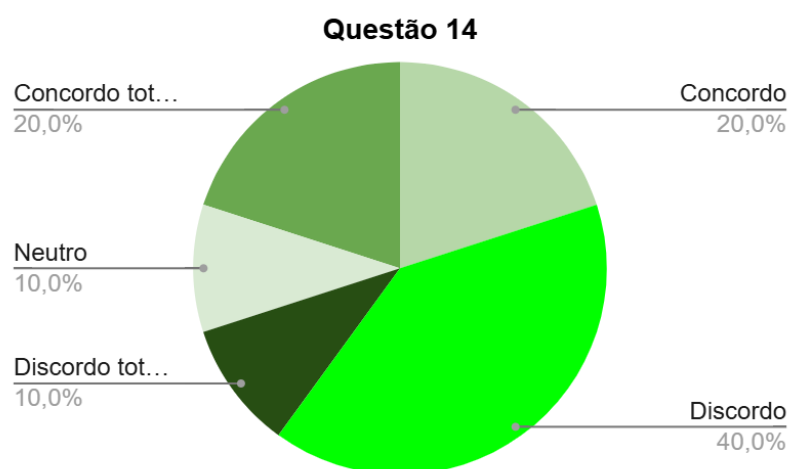
Os dados do Gráfico 11 revelam percepções diversas quanto à existência de um planejamento estratégico no Coletivo Candiero para a sustentação dos projetos

culturais. Embora 40% dos respondentes discordem da afirmativa, indicando que percebem uma ausência ou fragilidade nesse tipo de planejamento, outros 40% demonstram uma percepção positiva (sendo 10% que concordam totalmente e 30% que concordam), o que evidencia que parte do grupo reconhece algum nível de organização estratégica.

Além disso, 20% permaneceram neutros, o que pode refletir desconhecimento sobre os processos de planejamento ou falta de envolvimento direto em decisões estratégicas. Esse cenário sugere que, apesar de haver iniciativas reconhecidas por alguns, ainda é necessário fortalecer e tornar mais visível um planejamento de médio e longo prazo, especialmente no que diz respeito à sustentabilidade dos projetos culturais. A ausência de consenso pode indicar a necessidade de ampliar a participação dos artistas nos processos de construção estratégica, bem como de comunicar de forma mais clara os objetivos e diretrizes do coletivo.

A terceira pergunta desta categoria buscou compreender se os participantes percebem que o Coletivo Candiero procura constantemente estabelecer parcerias e obter apoios institucionais. Essa dimensão é significativa para a pesquisa, pois evidencia a capacidade de articulação e ampliação de redes, fatores essenciais para a sustentabilidade e expansão dos projetos culturais. O Gráfico 12 apresenta os resultados dessa questão.

Gráfico 12: O coletivo busca constantemente parcerias e apoios institucionais



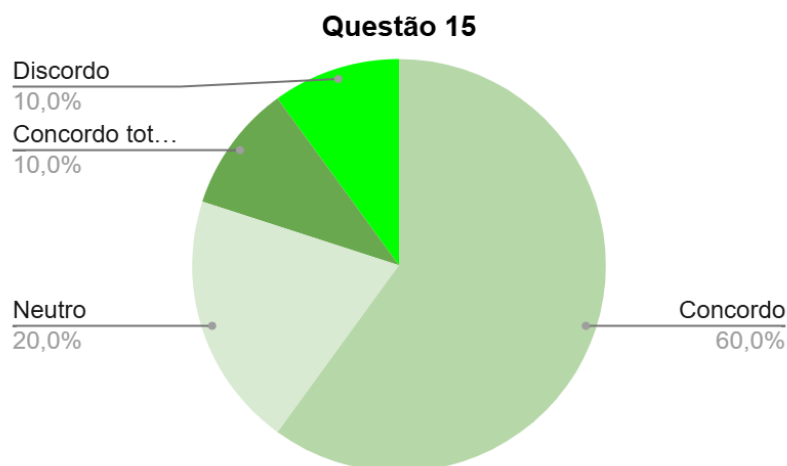
Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A análise do Gráfico 12 indica que a percepção sobre a busca por parcerias e apoios institucionais por parte do Coletivo Candiero é predominantemente negativa entre os participantes. A metade dos respondentes (50%) discorda da afirmativa, sendo 40% que discordam e 10% que discordam totalmente, o que sugere que há uma percepção de insuficiência ou ausência de ações voltadas à articulação institucional. Por outro lado, 40% dos participantes possuem uma visão mais positiva (20% concordam totalmente e 20% concordam), o que pode indicar que parte do grupo reconhece iniciativas pontuais ou restritas a determinados contextos. A opção “neutro” foi escolhida por 10%, o que pode sinalizar falta de informação sobre esse aspecto da atuação do coletivo.

Esse cenário revela uma possível lacuna entre as ações estratégicas de articulação externa e a percepção interna dos membros. Considerando o contexto de sustentabilidade e expansão dos projetos culturais, a busca ativa por parcerias e apoios institucionais é uma dimensão fundamental. A análise sugere a necessidade de fortalecer esse campo e, principalmente, tornar mais visíveis e participativas as iniciativas de articulação com instituições culturais, educacionais, governamentais ou privadas, que possam contribuir com recursos, legitimidade e maior alcance para os projetos desenvolvidos pelo coletivo.

A quarta pergunta desta categoria teve como objetivo verificar se os participantes percebem clareza na divisão de funções e responsabilidades dentro da equipe do Coletivo Candiero. Essa dimensão é importante para a pesquisa, pois está relacionada à eficiência organizacional e à boa execução das atividades, contribuindo para a profissionalização e o fortalecimento das ações culturais. O Gráfico 13 apresenta os resultados obtidos.

Gráfico 13: Há clareza na divisão de funções e responsabilidades na equipe



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

O Gráfico 13 apresenta uma percepção majoritariamente positiva entre os participantes no que diz respeito à clareza na divisão de funções e responsabilidades dentro da equipe do Coletivo Candiero. Cerca de 70% dos respondentes afirmam perceber essa clareza, sendo 60% que concordam e 10% que concordam totalmente. Esse resultado indica que, para a maioria dos artistas envolvidos, as tarefas e papéis dentro do coletivo estão razoavelmente bem definidos, o que contribui para uma organização mais funcional e colaborativa.

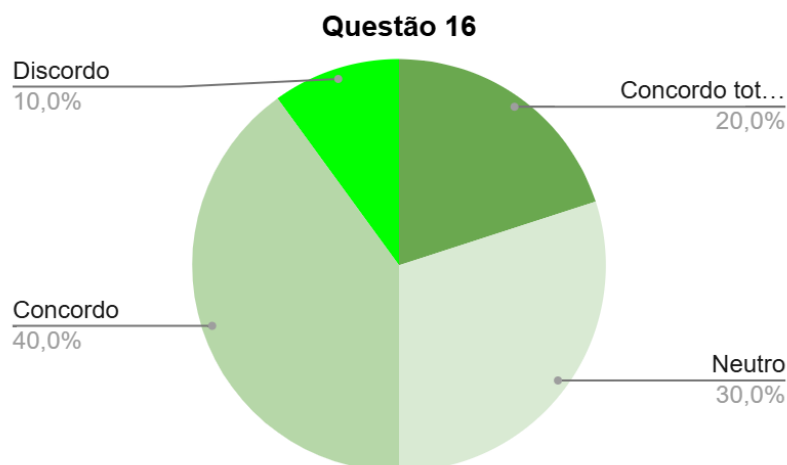
No entanto, 20% optaram pela resposta neutra, o que pode indicar que ainda há espaços de indefinição ou que nem todos os integrantes têm pleno conhecimento das funções dos demais. Além disso, 10% discordam, sugerindo que, embora a percepção geral seja positiva, ainda existem pontos a serem ajustados ou comunicados com mais clareza, especialmente se o coletivo busca fortalecer sua estrutura organizacional.

Esses dados reforçam a importância da manutenção e, se possível, do aprimoramento dos mecanismos de organização interna, como a formalização de papéis, o registro de funções e a comunicação transparente das responsabilidades entre os membros.

A quinta pergunta desta categoria teve como objetivo identificar se os participantes reconhecem que o uso de ferramentas de gestão fortalece a atuação do Coletivo Candiero. Essa dimensão é relevante para a pesquisa, pois aponta para

a adoção de práticas organizacionais que potencializam a eficiência, a tomada de decisões e a sustentabilidade dos projetos culturais. O Gráfico 14 apresenta os resultados percebidos.

Gráfico 14: O uso de ferramentas de gestão fortalece a atuação do coletivo



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Os dados do Gráfico 14 revelam uma percepção predominantemente positiva em relação ao impacto das ferramentas de gestão na atuação do Coletivo Candiero. Ao todo, 60% dos respondentes concordam com a afirmativa, sendo 40% que concordam e 20% que concordam totalmente, indicando que mais da metade dos participantes reconhece que o uso de práticas e instrumentos de gestão contribui para a eficiência e fortalecimento das ações do coletivo.

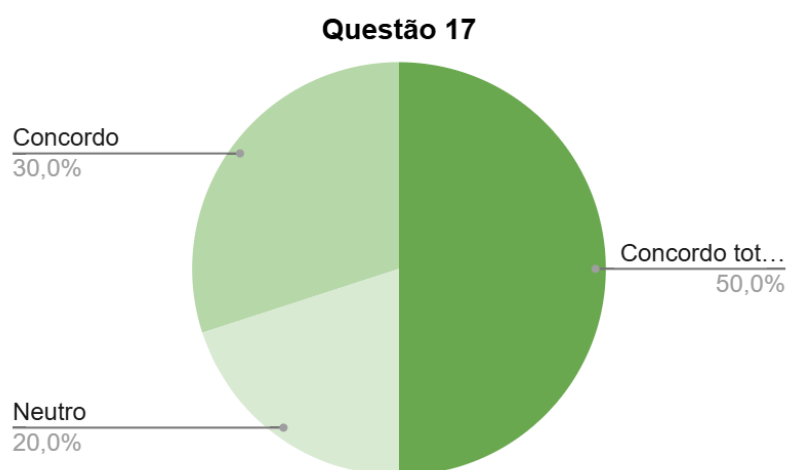
No entanto, chama atenção o fato de que 30% dos entrevistados optaram pela resposta neutra, o que pode refletir desconhecimento sobre as ferramentas utilizadas ou uma percepção limitada de sua aplicabilidade no dia a dia do coletivo. Além disso, 10% discordam, sugerindo que, para uma parcela menor, essas ferramentas ainda não apresentam resultados significativos ou talvez não estejam sendo bem implementadas ou divulgadas internamente.

Dessa forma, o gráfico sugere que, embora haja reconhecimento da importância da gestão para o funcionamento do coletivo, ainda há espaço para

ampliar o uso consciente e acessível dessas ferramentas entre todos os membros, tornando-as mais visíveis, compreensíveis e eficazes no cotidiano da organização.

A sexta pergunta desta categoria teve como objetivo verificar se os participantes percebem que a profissionalização dos artistas é um objetivo explícito nas ações do Coletivo Candiero. Essa dimensão é fundamental para a pesquisa, pois está diretamente associada à missão de promover o desenvolvimento de carreiras artísticas de forma estruturada e sustentável. O Gráfico 15 apresenta os resultados alcançados.

Gráfico 15: A profissionalização dos artistas é um objetivo explícito nas ações do coletivo



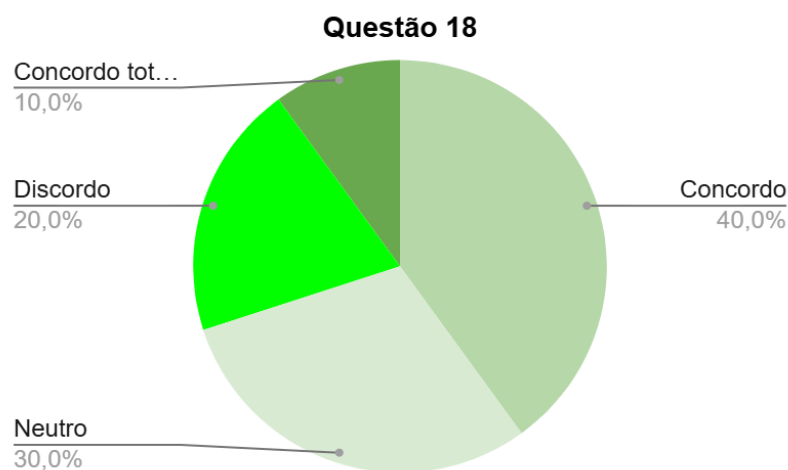
Fonte: Elaborado pela autora (2025)

O Gráfico 15 aponta uma percepção fortemente positiva entre os participantes quanto ao compromisso do Coletivo Candiero com a profissionalização dos artistas. Um total de 80% dos respondentes concordam com a afirmativa, sendo 50% que concordam totalmente e 30% que concordam, o que indica que esse objetivo é não apenas percebido, mas também valorizado de forma clara pelos membros do coletivo. Esse dado reforça a identidade do Candiero como um espaço que vai além do estímulo à expressão artística, atuando também como plataforma de desenvolvimento profissional para seus integrantes.

Os 20% que escolheram a opção "neutro" podem refletir um público que ainda está em fase inicial de inserção nas ações do coletivo ou que não teve contato direto com práticas específicas voltadas à profissionalização. Ainda assim, o alto índice de concordância sugere que as ações do Candiero são amplamente reconhecidas como orientadas para capacitar, orientar e fortalecer a trajetória artística de seus membros, especialmente no que diz respeito à inserção mais qualificada no campo das indústrias criativas e culturais.

A sétima pergunta desta categoria teve como objetivo analisar se os participantes percebem que as estratégias adotadas pelo Coletivo Candiero promovem a sustentabilidade financeira dos projetos. Essa dimensão é essencial para a pesquisa, pois está relacionada à capacidade de manter as iniciativas culturais em funcionamento a longo prazo, garantindo estabilidade e crescimento. O Gráfico 16 apresenta os resultados obtidos.

Gráfico 16: As estratégias adotadas promovem a sustentabilidade financeira dos projetos



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

O Gráfico 16 revela uma percepção moderadamente positiva, mas ainda com sinais de incerteza, em relação à efetividade das estratégias adotadas pelo Coletivo Candiero para garantir a sustentabilidade financeira de seus projetos. Ao todo, 50% dos participantes afirmam concordar com a afirmativa, sendo 40% que concordam e 10% que concordam totalmente, o que indica que parte significativa do grupo

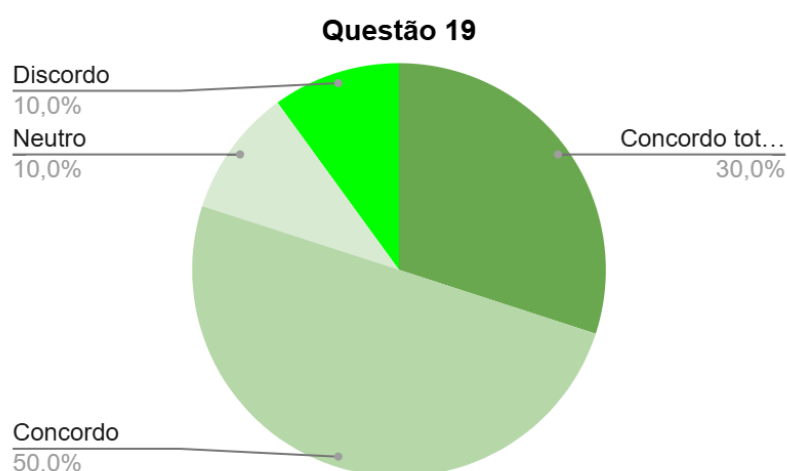
reconhece esforços nesse sentido. No entanto, 30% dos respondentes permaneceram neutros, o que pode apontar para uma falta de clareza ou de conhecimento sobre essas estratégias por parte de alguns integrantes.

Por outro lado, 20% discordam, o que sugere uma percepção crítica quanto à eficácia das ações voltadas à geração de receitas, captação de recursos ou manutenção financeira das atividades. Esse dado revela que, embora haja reconhecimento de certas práticas de sustentabilidade, ainda existem lacunas na comunicação, transparência ou impacto prático dessas estratégias.

Dessa forma, a análise aponta para a necessidade de fortalecer a atuação do coletivo em termos de planejamento financeiro e geração de receita, bem como de ampliar o envolvimento dos membros nessas discussões e tornar mais visíveis as estratégias que estão sendo adotadas, de modo a aumentar a confiança e a clareza entre todos os participantes.

A oitava pergunta desta categoria teve como objetivo verificar se os participantes percebem que o Coletivo Candieiro incentiva a autogestão e o empreendedorismo entre os artistas. Essa dimensão é importante para a pesquisa, pois demonstra o estímulo ao protagonismo e à autonomia dos artistas dentro do coletivo. O Gráfico 17 ilustra as respostas coletadas.

Gráfico 17: O coletivo incentiva a autogestão e o empreendedorismo entre os artistas



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

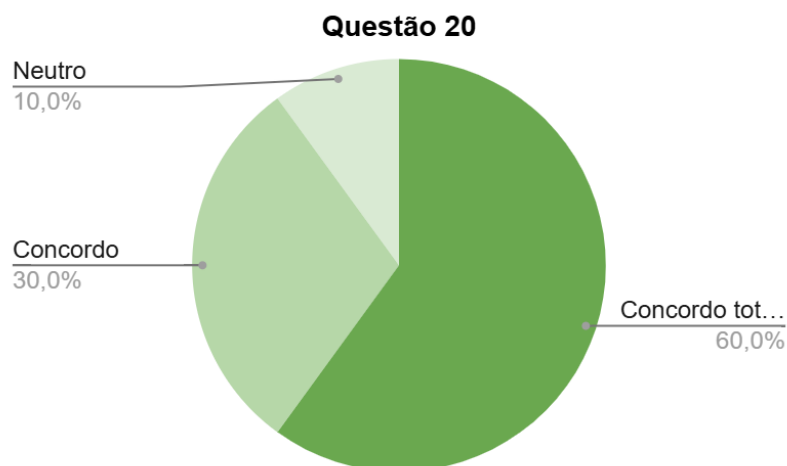
Os dados do Gráfico 17 demonstram uma percepção fortemente positiva quanto ao incentivo à autogestão e ao empreendedorismo artístico promovido pelo Coletivo Candieiro. Cerca de 80% dos respondentes reconhecem esse estímulo, sendo 50% que concordam e 30% que concordam totalmente, o que evidencia o papel ativo do coletivo no fortalecimento da autonomia dos artistas e no desenvolvimento de competências empreendedoras.

A presença de 10% de respostas neutras pode indicar que alguns participantes ainda não tiveram experiências diretas nesse aspecto ou não se sentem suficientemente informados sobre as ações voltadas à autogestão. Já os 10% que discordam sugerem que, apesar do reconhecimento majoritário, ainda há espaço para ampliação ou melhor divulgação dessas iniciativas.

De forma geral, o gráfico reforça a imagem do Coletivo Candieiro como uma organização que busca não apenas promover a expressão artística, mas também fomentar uma postura ativa, autônoma e estratégica entre seus membros, estimulando-os a atuar como protagonistas de suas próprias trajetórias no campo da cultura e da fé.

A nona pergunta desta categoria teve como objetivo compreender se os participantes percebem a presença dos princípios cristãos na gestão e na tomada de decisão do Coletivo Candieiro. Essa dimensão é relevante para a pesquisa, pois evidencia os valores que orientam as práticas organizacionais e o alinhamento do coletivo com sua identidade. O Gráfico 18 demonstra as respostas obtidas.

Gráfico 18: Os princípios cristãos estão presentes na gestão e tomada de decisão



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

O Gráfico 18 revela uma percepção amplamente positiva sobre a presença dos princípios cristãos na gestão e nos processos decisórios do Coletivo Candiero. A grande maioria dos respondentes (90%) concorda com a afirmativa, sendo 60% que concordam totalmente e 30% que concordam, o que evidencia que os valores da fé cristã são percebidos como elementos centrais que orientam as práticas administrativas e as escolhas estratégicas do coletivo.

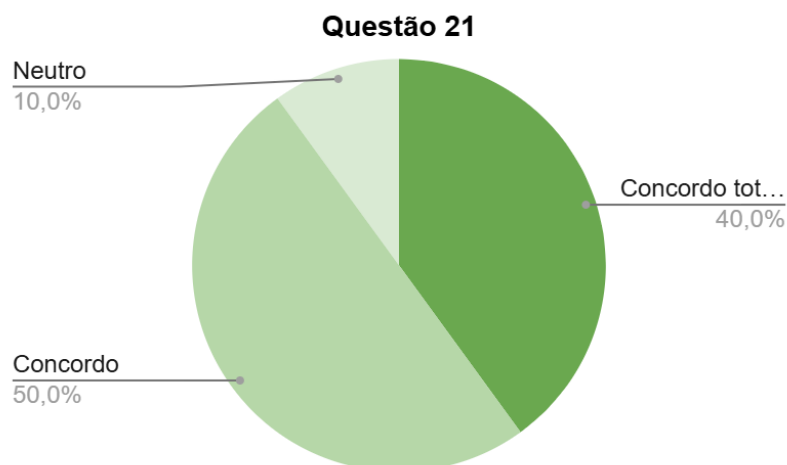
A presença de 10% de respostas neutras pode indicar uma visão mais reservada ou a ausência de envolvimento direto em processos decisórios por parte de alguns membros. No entanto, a ausência de respostas discordantes reforça que os princípios cristãos não apenas estão presentes, mas também são reconhecidos e valorizados como norteadores das ações do coletivo.

Essa forte presença de valores cristãos na gestão é coerente com a identidade do Coletivo Candiero e fortalece sua proposta de unir fé, arte e cultura de maneira integrada, não apenas no conteúdo artístico, mas também na forma como se organiza internamente e toma decisões coletivas.

A décima pergunta desta categoria teve como objetivo analisar se os participantes percebem que a equipe de gestão contribui diretamente para o crescimento artístico dos integrantes do Coletivo Candiero. Essa dimensão é fundamental para a pesquisa, pois revela a influência da gestão no desenvolvimento

das habilidades e carreiras artísticas. No Gráfico 19, estão ilustradas as respostas obtidas.

Gráfico 19: A equipe de gestão contribui diretamente para o crescimento artístico dos integrantes



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

O Gráfico 19, apresenta uma percepção extremamente positiva quanto ao papel da equipe de gestão do Coletivo Candiero no desenvolvimento artístico de seus membros. Um total de 90% dos respondentes concordam com a afirmativa, sendo 50% que concordam e 40% que concordam totalmente, o que indica um alto nível de reconhecimento da influência direta da gestão na formação, orientação e estímulo ao crescimento criativo dos artistas.

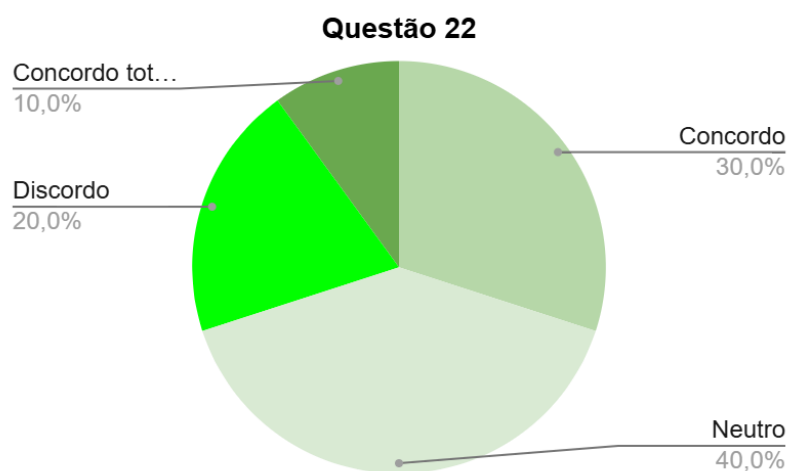
A presença de 10% de respostas neutras pode refletir o posicionamento de membros que ainda estão em fase de inserção no coletivo ou que não se envolveram diretamente com ações específicas da gestão. No entanto, a ausência de discordância reforça a imagem de uma equipe gestora atuante, acessível e alinhada com os objetivos formativos do grupo.

Essa percepção positiva reforça a ideia de que a gestão do Coletivo Candiero vai além das funções administrativas, desempenhando também um papel pedagógico, de acompanhamento e incentivo à profissionalização dos artistas, o que

contribui para consolidar o coletivo como um espaço de crescimento integrado entre arte, fé e desenvolvimento pessoal.

A décima primeira pergunta desta categoria teve como objetivo verificar se os participantes percebem a existência de um planejamento financeiro regular no Coletivo Candiero. Essa dimensão é essencial para a pesquisa, pois está relacionada à organização dos recursos e à sustentabilidade econômica das atividades desenvolvidas. O Gráfico 20 apresenta uma síntese das respostas registradas.

Gráfico 20: Existe planejamento financeiro regular no coletivo



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

O Gráfico 20 apresenta um cenário mais equilibrado e, ao mesmo tempo, revelador de fragilidades no que se refere ao planejamento financeiro regular dentro do Coletivo Candiero. Apenas 40% dos respondentes afirmam concordar com a existência desse planejamento (sendo 30% que concordam e 10% que concordam totalmente), enquanto 20% discordam da afirmativa, indicando a percepção de ausência ou inconsistência nesse aspecto da gestão.

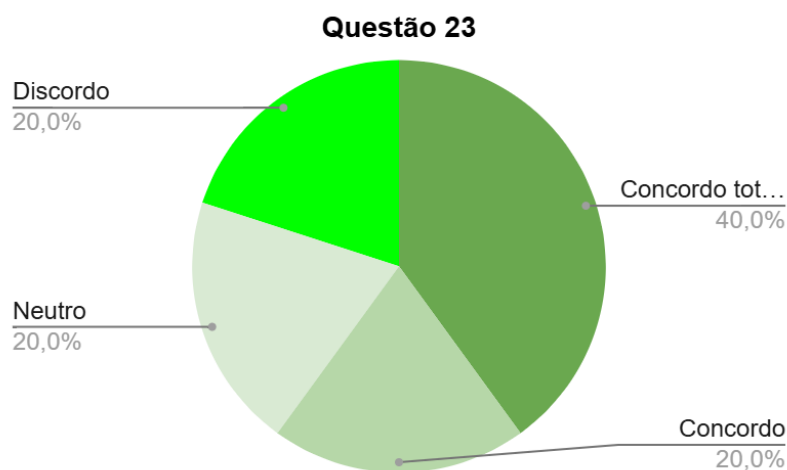
O dado mais expressivo, no entanto, está nos 40% que optaram pela resposta neutra, o que sugere um possível distanciamento dos integrantes em relação à condução financeira do coletivo, seja por falta de transparência na comunicação,

seja por baixa participação nos processos de planejamento orçamentário. Esse percentual elevado de neutralidade aponta para a necessidade de maior clareza, envolvimento e divulgação das práticas financeiras adotadas.

A análise indica que, embora parte dos membros reconheça algum esforço de planejamento financeiro, a percepção geral ainda é marcada por incertezas, revelando um ponto de atenção importante para a sustentabilidade institucional do coletivo. O fortalecimento desse aspecto pode contribuir não apenas para a estabilidade dos projetos, mas também para o engajamento e a confiança dos integrantes nas decisões administrativas.

A décima segunda pergunta desta categoria teve como objetivo identificar se os participantes acreditam que o Coletivo Candiero é sustentável a longo prazo. Essa dimensão é importante para a pesquisa, pois reflete a percepção sobre a viabilidade e o futuro das ações culturais desenvolvidas. Os dados referentes a essa questão estão representados no Gráfico 21.

Gráfico 21: Acredita que o coletivo é sustentável a longo prazo



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

O Gráfico 21 revela uma percepção predominantemente otimista quanto à sustentabilidade de longo prazo do Coletivo Candiero, ainda que marcada por certa divisão. Ao todo, 60% dos respondentes demonstram confiança no futuro do coletivo, sendo 40% que concordam totalmente e 20% que concordam, o que indica

que a maioria acredita na continuidade e no potencial de permanência das ações desenvolvidas.

Por outro lado, 20% dos participantes optaram pela resposta neutra, o que pode refletir incerteza diante de fatores como financiamento, estrutura organizacional ou desafios externos. Além disso, 20% discordam da afirmativa, revelando uma parcela crítica ou cética em relação à capacidade do coletivo de se manter de forma sustentável ao longo do tempo.

Esse cenário sugere que, apesar de uma maioria acreditar na viabilidade do Candiero, a sustentabilidade ainda é um ponto de atenção, especialmente no que diz respeito ao fortalecimento institucional, à consolidação de fontes de financiamento estáveis e à formalização de práticas que garantam a continuidade das atividades sem comprometer os valores e a proposta artística e cristã do grupo.

Por fim, segue o Quadro 4, contendo as respostas à pergunta aberta **“Em sua visão, como a gestão do Coletivo Candiero pode melhorar seu impacto na profissionalização dos artistas?”**

Quadro 4 - Respostas à pergunta aberta dos funcionários/ artistas

EM SUA VISÃO, COMO A GESTÃO DO COLETIVO CANDIERO PODE MELHORAR SEU IMPACTO NA PROFISSIONALIZAÇÃO DOS ARTISTAS?
“Acredito que ela pode melhorar no auxílio mútuo da produção de shows. Muitas vezes a correria e a pressão para organizar nossos shows por nós mesmos nos desanima.”
“Necessitamos de um olhar personalizado e adequadamente instrumentalizado para cada artista considerando seu entorno.”
“Melhorando o planejamento financeiro.”
“Criando um setor de monitoramento mais de perto dos artistas, expondo metas claras a serem desenvolvidas e com reuniões de alinhamento periódicas para avaliar os pontos alcançados”
“Algumas funções precisam ser executadas por terceiros, principalmente na área financeira, afim de ter mais organização e planejamento para que os recursos nunca falem e sempre haja perspectiva de avanço. Seria excelente ter uma equipe de produção de shows e da imagem de cada artista, também.”
“A gestão do coletivo é muito eficaz e faz muito bem seu trabalho!”
“Trazendo investidores, produzindo conteúdo estrategicamente atraente para que todos vejam o conteúdo principal, realizando tours coletivas, buscando parcerias

com gente relevante e séria no meio.”

“Acho que uma maneira de profissionalizar é ampliar a equipe de trabalho, pra que as tarefas sejam bem divididas e não haja sobrecarga da direção do Coletivo.”

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

As respostas a essa pergunta revelam a percepção dos participantes sobre os desafios e possibilidades de avanço na gestão do coletivo, especialmente no que diz respeito à profissionalização dos artistas. De forma geral, os artistas/funcionários reconhecem o valor do trabalho já realizado, mas sugerem melhorias práticas e estruturais que possam ampliar o impacto da atuação do coletivo.

Entre os pontos mais citados, destaca-se a necessidade de apoio na produção de shows, apontada como uma das tarefas mais desgastantes quando realizadas de forma individual. Também foi mencionada a importância de um acompanhamento mais próximo e personalizado, com definição de metas claras, reuniões periódicas e monitoramento da trajetória artística.

Além disso, houve sugestões voltadas à reestruturação financeira, como a contratação de profissionais específicos para cuidar da organização dos recursos, e à formação de equipes para cuidar da imagem e da produção artística. Alguns entrevistados também indicaram que a ampliação da equipe poderia contribuir para dividir melhor as responsabilidades, evitando sobrecarga da direção.

Em resumo, a análise mostra que os participantes veem na gestão do Coletivo Candiero um grande potencial, mas apontam que avanços em planejamento, estrutura de apoio e divisão de funções podem fortalecer ainda mais a profissionalização dos seus integrantes.

4.3 PERSPECTIVA DOS FAMILIARES

Por fim, a terceira parte da análise refere-se aos familiares dos artistas, com um total de 4 respondentes, sendo 3 do sexo feminino e 1 do sexo masculino. A maioria (3) possui idade entre 26 e 35 anos, e 1 está na faixa etária de 19 a 25 anos. A escuta desse grupo é essencial para compreender os impactos do coletivo para além do ambiente artístico, considerando as percepções de quem acompanha de

perto os desafios, conquistas e transformações vividas pelos integrantes. Essas contribuições ajudam a ampliar o olhar sobre o papel do coletivo na profissionalização e no fortalecimento pessoal e espiritual dos artistas.

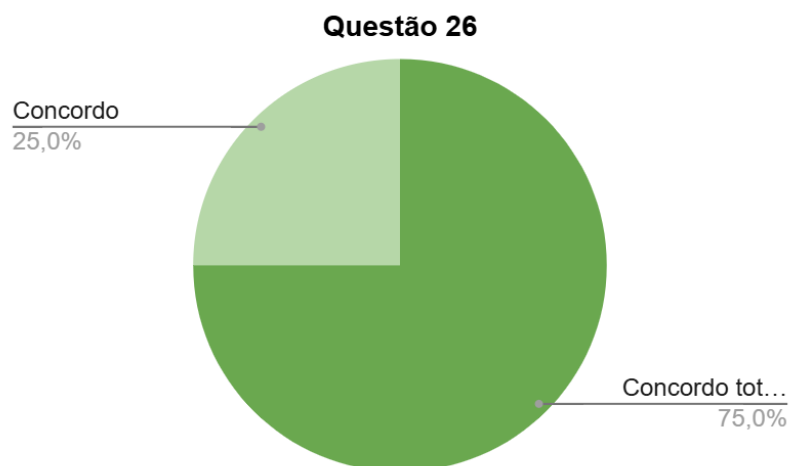
Antes de adentrar nas questões que apresentam opiniões divergentes, iniciaremos esta etapa da análise destacando as perguntas que receberam unanimidade nas respostas dos familiares — com 100% dos respondentes marcando a opção “concordo totalmente”. Esses dados revelam uma percepção bastante positiva e coesa sobre aspectos fundamentais da trajetória dos(as) artistas ligados(as) ao Coletivo Candiero.

Há um claro reconhecimento dos desafios enfrentados na carreira artística (pergunta 1), bem como dos impactos dessa escolha na dinâmica familiar (pergunta 2), o que demonstra envolvimento e empatia por parte dos familiares. Além disso, o orgulho em relação à atuação artística (pergunta 5), o reconhecimento do papel da família como incentivadora da profissionalização (pergunta 7), a importância da fé como base na trajetória artística e pessoal (pergunta 8), e a percepção de que o coletivo amplia as oportunidades dos(as) artistas (pergunta 10) compõem um conjunto de elementos que reforçam tanto o apoio familiar quanto a legitimidade do trabalho desenvolvido. Esses dados revelam não apenas apoio afetivo, mas também uma compreensão do valor simbólico, espiritual e profissional que o coletivo representa para os artistas e suas famílias.

A seguir, inicia-se a análise das questões que não apresentaram unanimidade nas respostas, evidenciando diferentes percepções entre os participantes. Essas questões são especialmente relevantes para compreender a diversidade de opiniões e experiências dentro do Coletivo Candiero, e por isso, cada uma será acompanhada de seu respectivo gráfico para melhor visualização dos resultados.

A primeira pergunta da categoria dos familiares teve como objetivo compreender se eles percebem que o Coletivo Candiero contribui para a estabilidade emocional do(a) artista. Essa dimensão é relevante para a pesquisa, pois aponta para o impacto do coletivo no bem-estar e equilíbrio emocional dos seus integrantes. As respostas a essa questão estão refletidas no Gráfico 22.

Gráfico 22: O Coletivo Candiero contribui para a estabilidade emocional do(a) artista

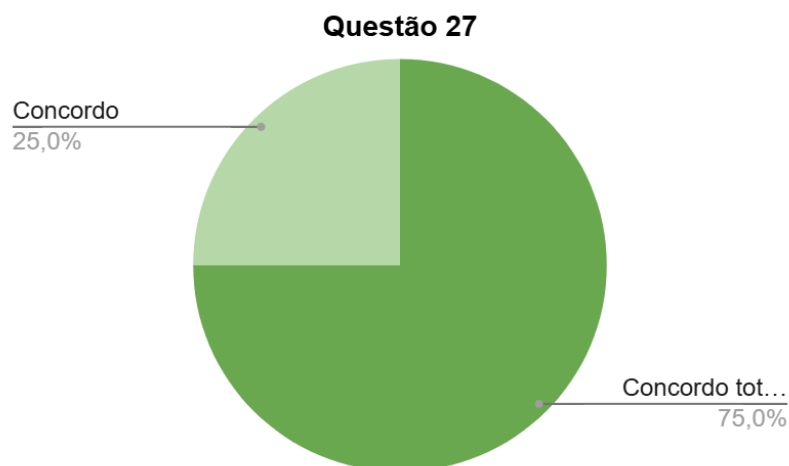


Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A análise do Gráfico 22, revela uma percepção majoritariamente positiva por parte dos familiares. Com 75% dos respondentes afirmando “concordo totalmente” e 25% indicando “concordo”, observa-se um consenso de que o coletivo exerce um papel relevante no bem-estar emocional dos(as) artistas. Esse dado reforça a ideia de que, além de ser um espaço de expressão artística e profissionalização, o Candiero também oferece acolhimento, pertencimento e suporte emocional, fatores fundamentais para a continuidade da trajetória artística, especialmente em um campo tão desafiador como o da música independente cristã.

A segunda pergunta analisada teve como objetivo verificar se os participantes acreditam que é possível viver da arte aliando profissionalismo e fé. Essa dimensão é importante para a pesquisa, pois aborda a relação entre convicções pessoais e a viabilidade da carreira artística. O Gráfico 23 traz a distribuição das respostas para essa questão.

Gráfico 23: Acredito que é possível viver da arte com profissionalismo e fé

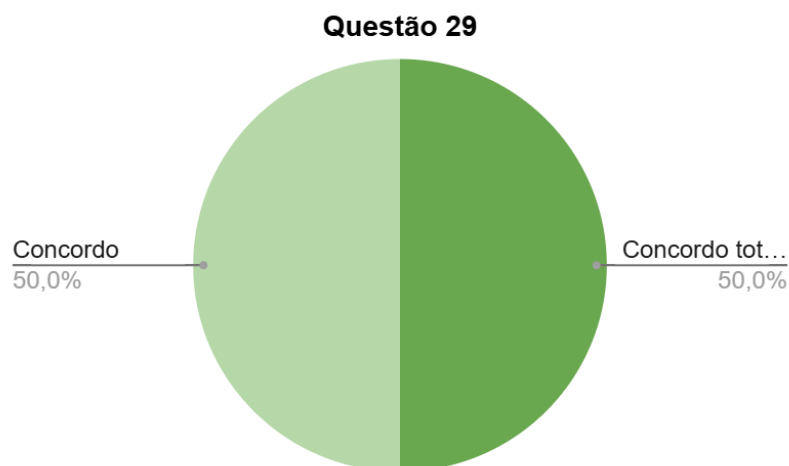


Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A análise do Gráfico 23, demonstra um alto grau de concordância entre os familiares. Com 75% dos respondentes afirmando “concordo totalmente” e 25% “concordo”, percebe-se uma confiança significativa na viabilidade da carreira artística quando alinhada à fé cristã e à profissionalização. Essa percepção fortalece a legitimidade da escolha profissional dos(as) artistas, revelando que os familiares reconhecem a arte como um caminho possível, digno e compatível com valores espirituais. Essa crença é fundamental para o apoio emocional e prático oferecido à jornada dos artistas no contexto do Coletivo Candiero.

A terceira pergunta analisada teve como objetivo identificar se os participantes percebem que o Coletivo Candiero oferece uma estrutura que contribui para o desenvolvimento profissional dos artistas. Essa dimensão é essencial para a pesquisa, pois reflete o suporte institucional necessário para a evolução das carreiras artísticas. Os dados referentes a essa questão estão apresentados no Gráfico 24.

Gráfico 24: O Coletivo oferece estrutura que ajuda no desenvolvimento profissional dos artistas

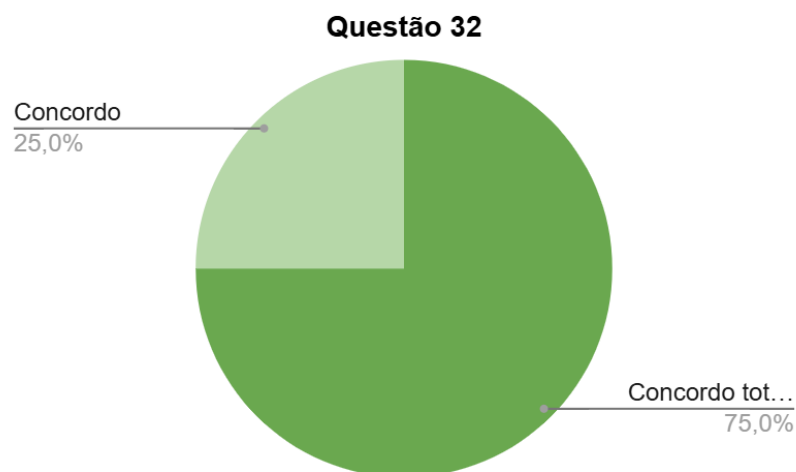


Fonte: Elaborado pela autora (2025)

O Gráfico 24 revela uma percepção totalmente positiva por parte dos familiares em relação ao papel do Coletivo Candiero no desenvolvimento profissional dos artistas. Com 50% dos respondentes afirmando “concordo” e os outros 50% “concordo totalmente”, evidencia-se que o coletivo é visto como uma estrutura sólida e eficaz na promoção da profissionalização artística. Essa unanimidade reforça a imagem do Candiero como um espaço que oferece não apenas suporte emocional e espiritual, mas também condições concretas para o crescimento técnico, estratégico e institucional dos(as) artistas envolvidos.

A quarta pergunta analisada teve como objetivo compreender se os participantes acreditam que o engajamento do Coletivo Candiero ajuda a reduzir as incertezas típicas da carreira artística. Essa dimensão é relevante para a pesquisa, pois aponta para o papel do coletivo como um suporte que oferece segurança e confiança aos artistas. O Gráfico 25 apresenta as respostas coletadas para essa questão.

Gráfico 25: O engajamento do coletivo ajuda a reduzir as incertezas típicas da carreira artística



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

O Gráfico 25 indica que o Coletivo Candiero exerce um papel significativo na redução das incertezas comuns à trajetória artística. Com 75% dos familiares afirmando “concordo totalmente” e 25% “concordo”, observa-se uma forte percepção de que o engajamento no coletivo oferece maior estabilidade, segurança e direcionamento aos artistas. Esse resultado reforça a importância de iniciativas coletivas que não apenas estimulam a produção artística, mas também promovem suporte estratégico e emocional em um campo profissional frequentemente marcado por instabilidade e imprevisibilidade.

Por fim, segue quadro com as respostas à pergunta aberta **“Como você avalia o impacto da participação no Coletivo Candiero na vida do(a) artista e da família?”**

Quadro 5 - Respostas à pergunta aberta dos familiares

COMO VOCÊ AVALIA O IMPACTO DA PARTICIPAÇÃO NO COLETIVO CANDIERO NA VIDA DO(A) ARTISTA E DA FAMÍLIA?
“O Candiero apesar de ser uma instituição com contratos de prestação de serviço e afins, é considerado entre nós uma grande família, onde encontramos esteio e espaço para partilhas e compartilhamento de questões que vão além do profissional e artístico, é mais que um selo, é um alento, um abrigo e muita e muitas vezes é casa.

O incentivo à sempre estar presente em família na medida do possível, e inclusive a não deixar sua igreja local é um constante tema em nossas discussões, a comunhão ajuda muito nesse sentido.”

“Extremamente positivo! Se estamos abertos a receber, somos uma família muito unida, e juntos uns pelos outros. A partir desse coletivo que temos força e vemos resultados para alimentar a fé, a esperança e seguir em frente.”

“O coletivo é força, incentivo e graça que só possuem aqueles que não se põem a andar sozinhos. É essencial na vida do artista, sobretudo o artista cristão do nordeste. E isso se reflete na vida dos familiares também. O coletivo é o laço que une fé, propósito e devoção, instrumento de Deus que nos mantém na caminhada que Ele mesmo nos propôs a caminhar. Então o impacto é todo. Não sei medir, não. E graças a Deus por isso.”

“De extrema importância, vejo como um ministério de fé, onde tenho o papel de suportar no que for possível e necessário.”

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

As respostas demonstram, de forma unânime e enfática, que o Coletivo Candiero exerce um impacto extremamente positivo e profundo tanto na vida dos artistas quanto em suas famílias. O coletivo é descrito não apenas como uma estrutura profissional ou artística, mas como uma verdadeira comunidade afetiva e espiritual, que ultrapassa os limites de um selo ou grupo cultural.

Uma das principais dimensões ressaltadas é a forte vivência de comunhão e acolhimento, onde o coletivo funciona como “alento, abrigo e casa”. Essa percepção destaca o papel emocional e espiritual que o Candiero desempenha, sendo um espaço de suporte mútuo e cuidado integral do artista.

Outro ponto enfatizado é a conexão com a fé cristã, elemento essencial na atuação do coletivo. A valorização da presença familiar e da continuidade da vivência eclesial é citada como um valor promovido internamente, o que contribui para o equilíbrio entre vida artística, espiritual e familiar.

As respostas também reconhecem o coletivo como uma fonte de força, motivação e direção, especialmente no contexto desafiador vivido por artistas cristãos no Nordeste. Há uma percepção clara de que o Candiero fortalece o propósito e oferece ferramentas para perseverar na vocação artística, refletindo diretamente na vida das famílias, que se sentem participantes dessa jornada.

Em suma, os depoimentos indicam que o impacto do Coletivo Candiero vai além da profissionalização artística, ele se apresenta como um espaço de espiritualidade, pertencimento e apoio emocional que reverbera positivamente no círculo familiar dos artistas envolvidos.

A pesquisa também contou com uma pergunta aberta, que possibilitou aos participantes deixar comentários, sugestões ou compartilhar experiências relacionadas à sua vivência no Coletivo Candiero, bem como sua relação com a arte, a fé e a profissionalização artística. As respostas coletadas estão organizadas e apresentadas no Quadro 6, oferecendo mais um panorama qualitativo que complementa os dados quantitativos da pesquisa.

Quadro 6 - Respostas à pergunta aberta para todos os participantes

GOSTARIA DE DEIXAR ALGUM COMENTÁRIO, SUGESTÃO OU COMPARTILHAR ALGUMA EXPERIÊNCIA SOBRE SUA VIVÊNCIA COM O COLETIVO CANDIERO E SUA RELAÇÃO COM A ARTE, A FÉ OU A PROFISSIONALIZAÇÃO ARTÍSTICA?
“O Coletivo Candiero mudou meu jeito de enxergar a vida, quer seja teologicamente ou profissionalmente. Através desse coletivo de artistas, consegui entender melhor sobre as burocracias dos bastidores da vida artística, produção musical e, produção cultural de shows e eventos. Ver como é complicada a caminhada artística no país e mesmo assim como é gratificante viver através dela. Ganhei experiência em áreas que não estão diretamente vinculadas à minha área de formação. Alargou meu olhar para o empreendedorismo no Brasil e mais especificamente no Nordeste.”
“Eu me sinto agraciada por Deus por estar envolvida com o Candiero, me sinto participando da história da música, da arte e da transformação da cultura do meu país, o tempo todo, o impacto do Candiero na minha vida passou da minha relação como familiar de artista e me impulsionou a me reconhecer e a ver a arte e a minha expressão cultural me fazendo também sentir artista, entendendo isso da maneira mais cristã possível, caminhar com Marco Telles e sua família e com os demais, fortalece minha fé em Deus e nos artistas cristãos, me faz acreditar que podemos ser relevantes sim, e temos o poder de através da nossa mensagem mudar o rumo da vida das pessoas, semear o evangelho de Cristo e ser exemplo de originalidade e brasilidade para as próximas gerações de cristãos, mudar a forma como a igreja trata da cultura abrindo espaços de discussão a respeito disso e redimindo e colocando nossa cultura tão linda aos pés de Cristo.”
“Tem sido uma grande alegria poder ver pessoas crescerem e auto firmarem com a vocação que nasceram pra exercer e ver isso acontecendo é muito gratificante.”
“O coletivo tem o que há de belo e de gracioso na jornada que não existe sem comunidade pra um cristão; cristão que imprime sua fé e modo de ver o mundo com arte, sob o ponto de vista da nossa brasilidade. E isso é precioso demais. Reconhecer e cantar Deus a partir do nosso chão é alento. Ter amigos, irmãos,

pra dividir risos, fardos e orações é graça de Deus. E assistir a tudo isso, na vida e nos palcos, é bonito demais. É um pedacinho do céu aqui.”

“Sempre gostei de pensar, pesquisar e estudar sobre essas questões de gestão artística, carreira, projetos e trabalhos artísticos, mas o Candiero trouxe pra mim a certeza de que é possível fazer tudo isso sem colocar o lado do “mercado” em primeiro plano. É possível criar uma carreira e estar satisfeita com ela, mantendo os princípios, valores, e ideias sobre sua fé. Entender também o impacto das nossas ações na carreira dos nossos colegas, e do quanto crescemos quando andamos juntos apontando um para o outro.”

“O coletivo candiero tem sido um marco na música cristã brasileira e creio que a missão não é fácil mas Deus deu essa missão, e ele permitiu que façamos a obra dele, tenho muita certeza que tudo que fazemos é para glória Dele e para ele!”

“Estamos no caminho certo! Sei que Deus está em cada um de nós!”

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A pergunta final do questionário, voltada a comentários espontâneos, revelou a profunda conexão dos participantes com o Coletivo Candiero, destacando o impacto positivo em suas trajetórias pessoais, profissionais e espirituais. Os depoimentos apontam que o coletivo amplia o olhar dos envolvidos sobre a carreira artística, oferecendo formação prática em áreas como produção musical, gestão de projetos e eventos culturais. Ao mesmo tempo, promove uma vivência comunitária marcada pela fé cristã e pela valorização da identidade cultural nordestina.

Muitos relataram que o Candiero representa mais que um espaço de trabalho: é abrigo espiritual, rede de apoio e lugar de comunhão. A possibilidade de unir fé, arte e profissionalização sem submeter-se exclusivamente às lógicas de mercado foi valorizada por diferentes participantes, reforçando o papel do coletivo como alternativa ética e criativa no cenário das indústrias culturais. Esses relatos confirmam os resultados anteriores da pesquisa, mostrando que o coletivo contribui significativamente para o fortalecimento das vocações artísticas e para a construção de uma estética cristã enraizada na cultura local.

A partir da análise dos dados, conclui-se que o Coletivo Candiero desempenha um papel fundamental na trajetória dos artistas vinculados, promovendo não apenas ações voltadas à profissionalização, mas também fortalecendo aspectos emocionais, espirituais e relacionais. As percepções dos artistas, familiares e demais envolvidos indicam que a atuação do coletivo vai além

da gestão cultural tradicional, revelando práticas que articulam fé, arte e comunidade de forma integrada.

Por fim, os resultados apontam desafios relacionados à organização interna, ao planejamento e à sustentabilidade financeira. Além disso, há uma expressiva presença de respostas neutras, que podem sinalizar a existência de importantes oportunidades de aprimoramento. Assim, a pesquisa reafirma o valor do coletivo como agente transformador na vida dos artistas cristãos do Nordeste, destacando, simultaneamente, a necessidade contínua de estratégias que consolidem sua estrutura e ampliem seu alcance e impacto.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo geral analisar como o Coletivo Candiero promove o empreendedorismo cultural e contribui para a profissionalização de artistas cristãos. Para isso, foram definidos quatro objetivos específicos: investigar as estratégias de gestão e sustentabilidade adotadas pelo coletivo; compreender os desafios enfrentados na profissionalização de artistas cristãos independentes; identificar as práticas empreendedoras que fortalecem a atuação cultural do coletivo; e avaliar o impacto do coletivo na trajetória dos artistas que o integram.

Com base nas análises teóricas e nos dados empíricos obtidos por meio da pesquisa de campo, foi possível concluir que o objetivo geral foi atingido, uma vez que se pôde constatar que o Coletivo Candiero tem promovido um ambiente favorável ao desenvolvimento de práticas empreendedoras e ao fortalecimento da carreira de seus integrantes. O coletivo funciona como uma plataforma de apoio mútuo, circulação artística e construção de identidade, integrando aspectos simbólicos e espirituais às estratégias de organização e sustentabilidade.

O primeiro objetivo específico, investigar as estratégias de gestão e sustentabilidade, foi contemplado na medida em que se identificaram práticas como a atuação colaborativa, a autogestão, o uso das redes sociais para divulgação, a presença em eventos estratégicos, além da valorização da identidade cristã como elemento de diferencial competitivo e coesão interna. De acordo com Marins e Davel (2020), ao se articular a produção cultural com práticas administrativas e de marketing, os artistas passam a dispor de instrumentos capazes de estruturar seus projetos, ampliar seu alcance e garantir sua sustentabilidade. Essa realidade se refletiu nas práticas observadas no Coletivo Candiero.

O segundo objetivo, compreender os desafios enfrentados na profissionalização dos artistas, também foi alcançado, sobretudo a partir das respostas coletadas no questionário. Os participantes apontaram dificuldades como a ausência de formação em gestão, a escassez de recursos financeiros e de oportunidades para circulação de seus trabalhos em espaços institucionais. Esse cenário é coerente com as observações de Côrtes *et al.* (2010), que destacam que muitos músicos, mesmo com formação técnica, não possuem os conhecimentos

administrativos necessários para gerir suas trajetórias de forma autônoma, o que se torna ainda mais desafiador em contextos periféricos e religiosos.

Quanto ao terceiro objetivo, identificar as práticas empreendedoras que fortalecem a atuação do coletivo, observou-se que essas práticas estão intimamente ligadas à colaboração, ao senso de missão coletiva e à capacidade de mobilização em rede. Segundo Cerqueira (2018), o músico empreendedor precisa articular diferentes funções, como comercialização, planejamento, comunicação e gestão de carreira. No caso do Coletivo Candiero, essas funções são compartilhadas entre os membros, o que se aproxima do que Marques e Marx (2020) descrevem como uma estrutura horizontal e colaborativa, sem divisões formais entre secretarias ou lideranças.

Por fim, o quarto objetivo, avaliar o impacto do coletivo na trajetória dos artistas, foi amplamente atingido. As respostas descreveram o Coletivo como abrigo, suporte emocional, espaço de fé e profissionalização. Mais do que uma estrutura de trabalho, o Candiero é percebido como um ambiente onde fé e arte se unem para dar sentido à jornada profissional. Esse dado empírico confirma a tese de que o empreendedorismo cultural não se limita à lógica econômica, mas inclui dimensões simbólicas e comunitárias essenciais para a sustentabilidade da atividade artística (Marins & Davel, 2020).

Apesar dos avanços proporcionados por esta investigação, algumas limitações devem ser reconhecidas. A principal refere-se à escassez de materiais acadêmicos especificamente voltados à interseção entre empreendedorismo cultural, fé cristã e coletivos musicais do Nordeste brasileiro. A maior parte da bibliografia disponível trata do empreendedorismo cultural de forma mais ampla, ou da profissionalização artística sem considerar aspectos religiosos ou comunitários. Além disso, a pesquisa de campo se concentrou nos artistas já inseridos no Coletivo Candiero, o que pode ter limitado a compreensão de trajetórias alternativas ou críticas à proposta do coletivo.

Com base nas limitações e nos achados desta pesquisa, algumas direções podem ser apontadas para investigações futuras. Primeiramente, sugere-se o aprofundamento das relações entre espiritualidade, estética e economia na atuação de artistas cristãos nas indústrias criativas. Também seria relevante realizar estudos

comparativos com outros coletivos culturais religiosos, em diferentes regiões do país, para verificar semelhanças e diferenças nas práticas empreendedoras adotadas. Outra possibilidade seria investigar o papel do público e das comunidades de fé na sustentabilidade dos projetos desses artistas, bem como o impacto das plataformas digitais na profissionalização de músicos independentes.

Em síntese, este trabalho buscou dar visibilidade a uma experiência concreta de articulação entre fé, arte e empreendedorismo, revelando a potência dos coletivos culturais como espaços de resistência, inovação e profissionalização. A trajetória do Coletivo Candiero confirma que, mesmo diante de contextos adversos, é possível desenvolver estratégias autônomas, solidárias e sustentáveis de produção cultural, contribuindo para o fortalecimento da identidade artística e espiritual dos seus integrantes.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Lucas Fonseca Hipolito de. Gestão cultural e empreendedorismo criativo: busca por modelos colaborativos e sustentáveis. **Revista Caderno Pedagógico** – Studies Publicações e Editora Ltda., Curitiba, v.21, n.7, p. 01- 21. 2024. Disponível em: <https://ojs.studiespublicacoes.com.br/ojs/index.php/cadped/article/view/5528/3710> . Acesso em: 10 jun. 2025.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CAPTADORES DE RECURSOS. *Guia para captação de recursos com editais*. Captamos, 2021. Disponível em: <https://captadores.org.br/captamos/tecnicas/guia-para-captacao-de-recursos-com-editais/>. Acesso em: 18 jun. 2025.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistas/article/view/612>. Acesso em: 01 maio 2025. doi:<https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>.
- BANDEIRA, P. V. R. ; SILVA, T. S. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade e Oportunidade. **Id on Line Rev. Psic.** V.17, N. 66, p.190-208, Maio/2023- Multidisciplinar. ISSN 1981-1179. DOI:10.14295/online.v17i66.3771. Disponível em: <http://online.emnuvens.com.br/id> .Acesso em: 10 maio 2025.
- BANKS, M. et al. Risk and trust in the cultural industries. **Geoforum**, The Netherlands v. 31, n. 4, p. 453-464, nov. 2000.
- BARBOSA, R. E. EMPREENDEDORISMO : SEU DESENVOLVIMENTO, COMO É O SEU ENSINO, E A SUA IMPORTÂNCIA AOS JOVENS. **Caderno de Administração**, [S. l.], v. 12, n. 2, 2019. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/article/view/27391>. Acesso em: 1 maio. 2025.
- BARDIN, L. Análise de Conteúdo. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1977.
- BOCCATO, V. R. C. Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação. **Rev. Odontol.** Univ. Cidade São Paulo, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.
- BRASIL. Ministério da cultura. Guia do empreendedor sociocultural: reflexões orientações, metodologias e práticas para amparar o desenho e a gestão de projetos socioculturais sustentáveis. **Editoria do Blog Sociocultural em Rede**. 2018
- CARBONE, P.P. et al. Gestão por Competências e Gestão do Conhecimento. Rio de Janeiro: FGV, 2005
- CARMO, L. J. O. et al. O empreendedorismo como uma ideologia neoliberal. **Cad. EBAPE.BR**, v. 19, nº 1, Rio de Janeiro, Jan./Mar. 2021. DOI:

<https://doi.org/10.1590/1679-395120200043>. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/cebape/a/HY7NpJpmW6vh6sKX3YdCrSd/?lang=pt> . Acesso em: 10 maio 2025.

CERQUEIRA, A. C. Viver de música: empreendedorismo cultural e precarização do trabalho. *Cadernos de Estudos Sociais*, Recife, v.33, n. 1, p. 81-100, jan./jul., 2018. Disponível em: < <http://periodicos.fundaj.gov.br/index.php/CAD>>. Acesso em: 24 jun. 2025.

CÔRTEZ, Mauro Rocha et al. O músico empreendedor: novas possibilidades de atuação e novas necessidades de formação profissional em música. In: *VI Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)*, Recife/PE, 14 a 16 de abril de 2010. Anais... Recife: ANEGEPE, 2010. p. 1–9. Disponível em: <https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/EMP114.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2025.

DAVEL, E. ; CORA, M. A. J. Empreendedorismo cultural cultura como discurso, criação e consumo simbólico. **Pol. Cult. Rev.**, Salvador, v. 9, n. 1, p. 363-397, jan./jun. 2016. Disponível em:
<https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/25467/1/Empreendedorismo%20Cultural%20cultura%20como%20discurso.%20cria%C3%A7%C3%A3o%20e%20consumo%20simb%C3%B3lico.pdf> . Acesso em 10 maio 2025

DOLABELA, F. A corda e o sonho. **Revista HSM Management**, 80, pp. 128-132. 2010.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: **Elsevier**. 2008

FRANCO, Jheine Oliveira Bessa; GOUVÊA, Josiane Barbosa. A CRONOLOGIA DOS ESTUDOS SOBRE O EMPREENDEDORISMO. **Revista REGEPE de Empreendedorismo e Pequenas Empresas** , São Paulo, SP, v. 3, pág. 144–166, 2016. DOI: 10.14211/regepe.v5i3.360. Disponível em:
<https://regepe.org.br/regepe/article/view/360>. Acesso em: 1 maio. 2025.

Futuro do Mundo do Trabalho para as Juventudes Brasileiras - **Itaú Educação e Trabalho**. Disponível em:
 <<https://www.itaueducacaoetrabalho.org.br/biblioteca/publicacoes/futuro-do-mundo-do-o-trabalho-para-as-juventudes-brasileiras>>. Acesso em: 10 abr. 2025

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (org.). *Métodos de pesquisa*. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 120 p. (Série Educação a Distância). Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/213838/000728731.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2025.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil-2012. 2012. Disponível em:
<http://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2012.pdf> . Acesso em: 10 maio 2025.

GIL, A. C. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social* (5ª ed.). Atlas, 2002.

_____. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GUERRA, J. R. F. ; JÚNIOR, F. G. P. Empreendedorismo cultural na produção cinematográfica: a ação empreendedora de realizadores de filmes pernambucanos .**Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 8, n. 3, p.78-99, jul./set. 2011. DOI: 10.5773/rai.v8i3.792 . Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809203916304296?ref=pdf_download&fr=RR-2&rr=93ddf9352b9679a8 . Acesso em: 10 de maio 2025

GREATTI, L. O uso do plano de negócios como instrumento de análise comparativa das trajetórias de sucesso e de fracasso empresarial. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2004. Disponível em: http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2004/ECE/2004_EC E2007.pdf Acesso em: 11 mar. 2017.

ITAÚ CULTURAL. *PIB da economia da cultura e das indústrias criativas: a perspectiva das unidades federativas*. Observatório Itaú Cultural, 2023. Disponível em: https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/publicacoes/boletins/pib-da-economia-da-cultura-e-das-industrias-criativas-a-perspectiva-das-unidades-federativas?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 11 maio 2025.

_____. *PIB da economia da cultura e das indústrias criativas: a importância da cultura e da criatividade para o Produto Interno Bruto brasileiro*. Observatório Itaú Cultural, 2023. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/publicacoes/boletins/pib-da-economia-da-cultura-e-das-industrias-criativas-a-importancia-da-cultura-e-da-criatividade-para-o-produto-interno-bruto-brasileiro>. Acesso em: 11 maio 2025.

JUDICE, Valéria Maria Martins; FURTADO, Sandra Cristina. Gestão de empreendimentos criativos e culturais: estudo de uma organização de ensino e difusão de ritmos afro-brasileiros em São João Del-Rei (MG). *Osocial*, v. ? n. ? 2012. Disponível em: SciELO. Acesso em: 24 jun. 2025.

LABRA, D. Coletivos Artísticos como Capital Social. Publicado na Revista Dasartes n.5. Agosto, 2009. 96. Disponível em: https://desarquivo.org/sites/default/files/labra_daniela_coletivos_artisticos.pdf . Acesso em:09 jun. 2025.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. Disponível em: https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india/view . Acesso em: 23 jun. 2025.

_____. *Fundamentos de Metodologia Científica* (7ª ed.). Atlas, 2010.

MACHADO, H. V. (Org.). Empreendedorismo, oportunidades e cultura. Maringá: **Eduemed**. 2013.

MAIA, João. *Estéticas e subjetividades juvenis nas redes sociotécnicas: coletivos em cena*. In: Anais do 37º Encontro Anual da ANPOCS. Águas de Lindóia: ANPOCS, 2013.

MARINS, Simony Rodrigues; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. *Empreendedorismo cultural e artístico: veredas da pesquisa acadêmica*. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 14, n. 4, p. 115-140, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.12712/rpca.v14i4.46268>. Acesso em: 24 jun. 2025.

MARQUES, Marcelo de Souza; MARX, Vanessa. *Os coletivos em cena: algumas contribuições para o debate*. Simbiótica. Vitória, v. 7, n. 3, p. 8-28, jul./dez. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.47456/simbitica.v7i3.33691>. Acesso em: 04 jun. 2025.

MCROBBIE, A. British fashion design: rag trade or image industry? London: Routledge, 1998

OLIVEIRA, L. DE B. **Economia Criativa: arte e cultura como vetores de sustentabilidade econômica na região administrativa de Samambaia (DF)**. Processos contemporâneos: da ideia à publicação. / organizadora, Lavínnia Seabra – Goiânia: Gráfica UFG, 2019.

OLIVIERI, C. G. Cultura neoliberal: Leis de incentivo como política pública de cultura. São Paulo: **Escritura Editora e Distribuidora de Livros Ltda**. 2015

PAIM, Claudia Teixeira. Coletivos e Iniciativas coletivas: modos de fazer na América latina contemporânea. 2009. Tese (Doutorado em Artes Visuais) –Instituto de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/17688/000722624.pdf;sequence=1#:~:text=Para%20o%20%C3%A2mbito%20da%20mesma,criativa%2C%20autoconsci%20e%20n%C3%A3o%20hier%C3%A1rquica> . Acesso em: 07 jun. 2025.

PAULA, Isiane de. FERREIRA, Marcelo. A Experiência do Lumo Coletivo na Produção Musical Independente em Pernambuco. 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-0776-1.pdf> . Acesso em: 06 jun. 2025.

REIS, J. M. dos; ZILLE, L. P. Empreendedorismo cultural e economia criativa: a companhia de teatro “grupo galpão”. **Rev. de Empreendedorismo e Gest. Pequenas Empres.** | São Paulo, v.9 | n.2 | p. 97-122 | Jan/Abr. 2020. DOI: <https://doi.org/10.14211/regepe.v9i2.1576> . Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7294022> . Acesso em 10 maio 2025.

SALLES, R. DE L. Economia Criativa: uma estratégia de desenvolvimento urbano em Belo Horizonte. **Cadernos Metrópole**, v. 24, n. 54, p. 721–738, ago. 2022.

TAVARES, M. A.. O empreendedorismo à luz da tradição marxista. Em Pauta: Teoria Social e Realidade Contemporânea, 16(41), 107-121. 2018

TOGHRAEE, M. T., & MONJEZI, M.. Introduction to Cultural Entrepreneurship: cultural Entrepreneurship in developing countries. International Review of Management and Marketing, v. 7, n. 4, pp. 67-73. 2017

UNCTAD. *Creative economy report 2010: creative economy – a feasible development option*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2010.

UNESCO. *Reshaping cultural policies: advancing creativity for development – 2005 Convention Global Report*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2018.

VERGA, E.; SOARES DA SILVA, L. F. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014. DOI: 10.14211/regepe.v3i3.161. Disponível em: <https://regepe.org.br/regepe/article/view/161>. Acesso em: 1 maio. 2025

WAGNER, J. **Pragatecno. A história da rede de coletivos que revolucionou a cultura**. Disponível em: <https://musicnonstop.uol.com.br/pragatecno-a-heroica-historia-da-rede-de-coletivos-nordestina-que-revolucionou-a-cultura-eletronica-na-virada-do-milenio/>. Acesso em: 10 abr. 2025.

ZARPELLON, S. C. O empreendedorismo e a teoria econômica institucional. **Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía**, 1(1), pp. 47-55. 2010.

APÊNDICES

APÊNDICE A- QUESTIONÁRIO APLICADO A TODOS

Empreendedorismo Cultural e Profissionalização no Coletivo Candieiro

Olá!

Este questionário faz parte de uma pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso de **Administração** do **Instituto Federal da Paraíba – IFPB**. O estudo tem como objetivo analisar como o **Coletivo Candieiro** promove o empreendedorismo cultural e contribui para a profissionalização de artistas cristãos.

Sua participação é muito importante! As informações fornecidas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos, de forma anônima e sigilosa, contribuindo para uma melhor compreensão sobre os desafios, estratégias e impactos envolvidos na atuação cultural do coletivo.

Desde já, agradeço sua colaboração!

Nyedja Ataide — Estudante de Administração – IFPB

** Indica uma pergunta obrigatória*

Dados Sociodemográficos

Esta seção busca identificar informações pessoais e de perfil dos respondentes, essenciais para a caracterização da amostra e para compreensão das análises com base nas variáveis sociodemográficas.

1. Gênero *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Outro
- ☐ Prefiro não dizer

2. Faixa etária *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Até 18 anos
- ☐ 19 a 25 anos
- ☐ 26 a 35 anos
- ☐ 36 a 45 anos
- ☐ Acima de 45 anos

3. Estado civil

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Solteiro(a)
- ☐ Casado(a)
- ☐ União estável
- ☐ Divorciado(a)
- ☐ Outro

4. Escolaridade

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ensino Fundamental
- ☐ Ensino Médio
- ☐ Superior Incompleto
- ☐ Superior Completo
- ☐ Pós-graduação

5. Qual sua relação com o Coletivo Candiero? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Artista integrante
- ☐ Funcionário/colaborador contratado
- ☐ Familiar de artista
- ☐ Artista e funcionário contratado

APÊNDICE B- QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ARTISTAS

Escala Likert: 1 – Discordo totalmente | 2 – Discordo | 3 – Neutro | 4 – Concordo | 5 – Concordo totalmente

Marque o nível de concordância com as afirmações abaixo:

- 1- O Coletivo Candiero tem influenciado positivamente minha trajetória artística.
- 2- Me considero um artista profissional, mesmo sem vínculos formais.
- 3- Enfrento desafios para conciliar fé e exigências do mercado artístico.
- 4- Enfrento desafios para conciliar fé e exigências do mercado artístico.
- 5- Sinto que minha identidade cristã é respeitada e valorizada no meio artístico.
- 6- Participei de projetos do coletivo que incentivam a autogestão artística.
- 7- Tenho aprendido a buscar parcerias e criar redes de apoio para projetos culturais.
- 8- O coletivo oferece suporte para o desenvolvimento de propostas autorais.
- 9- Os eventos promovidos pelo coletivo contribuem para minha visibilidade profissional.
- 10- O coletivo estimula a visão empreendedora entre os artistas que o integram.
- 11- Já senti dificuldade em acessar espaços culturais por minha identidade cristã

QUESTÕES ABERTAS:

- 12- Quais os maiores desafios que você enfrenta como artista cristão independente?
- 13- Como você descreveria a principal contribuição do Coletivo Candiero para sua trajetória artística?

APÊNDICE C- QUESTIONÁRIO APLICADO AOS FUNCIONÁRIOS/ ARTISTAS

Escala Likert: 1 – Discordo totalmente | 2 – Discordo | 3 – Neutro | 4 – Concordo | 5 – Concordo totalmente

Marque o nível de concordância com as afirmações abaixo:

- 1- O coletivo possui práticas organizacionais bem definidas.
- 2- Existe um planejamento estratégico para sustentar os projetos culturais.
- 3- O coletivo busca constantemente parcerias e apoios institucionais.
- 4- Há clareza na divisão de funções e responsabilidades na equipe.
- 5- O uso de ferramentas de gestão fortalece a atuação do coletivo.
- 6- A profissionalização dos artistas é um objetivo explícito nas ações do coletivo.
- 7- As estratégias adotadas promovem a sustentabilidade financeira dos projetos.
- 8- O coletivo incentiva a autogestão e o empreendedorismo entre os artistas.
- 9- Os princípios cristãos estão presentes na gestão e tomada de decisão.
- 10- A equipe de gestão contribui diretamente para o crescimento artístico dos integrantes.
- 11- Existe planejamento financeiro regular no coletivo.
- 12- Acredita que o coletivo é sustentável a longo prazo.

QUESTÃO ABERTA:

- 13- Em sua visão, como a gestão do Coletivo Candiero pode melhorar seu impacto na profissionalização dos artistas?

APÊNDICE D- QUESTIONÁRIO APLICADO AOS FAMILIARES

Escala Likert: 1 – Discordo totalmente | 2 – Discordo | 3 – Neutro | 4 – Concordo | 5 – Concordo totalmente

Marque o nível de concordância com as afirmações abaixo:

- 1- Compreendo os desafios enfrentados por meu familiar na carreira artística.
- 2- A escolha pela arte como profissão impacta a rotina familiar.
- 3- O Coletivo Candiero contribui para a estabilidade emocional do(a) artista.
- 4- Acredito que é possível viver da arte com profissionalismo e fé.
- 5- Sinto orgulho da atuação do(a) meu(minha) familiar como artista cristão.
- 6- O Coletivo oferece estrutura que ajuda no desenvolvimento profissional dos artistas.
- 7- A família tem papel importante no incentivo à profissionalização artística.
- 8- A fé é uma base importante na caminhada artística e pessoal do(a) artista.
- 9- O engajamento do coletivo ajuda a reduzir as incertezas típicas da carreira artística.
- 10- Percebo que a atuação no coletivo amplia o alcance e as oportunidades do(a) artista.

QUESTÃO ABERTA:

- 11- Como você avalia o impacto da participação no Coletivo Candiero na vida do(a) artista e da família?

APÊNDICE E- TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
Pró-Reitoria de Pesquisa, Inovação e Pós-Graduação – PRPIPG
Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/IFPB

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Título do Projeto: *Empreendedorismo cultural e a profissionalização de artistas cristãos: uma análise sobre o Coletivo Candieiro*

Pesquisadora Responsável: Nyedja Dylanne Nunes Ataíde da Silva

Curso: Bacharelado em Administração – IFPB

Orientador(a): Profa. Msc. Elaine Gonçalves Soares de Medeiros

Contato da Pesquisadora: nyedja.ataide@academico.ifpb.edu.br

Contato do Orientador(a): elaine.medeiros@ifpb.edu.br

Esclarecimentos sobre a pesquisa

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa acadêmica intitulada “*Empreendedorismo cultural e a profissionalização de artistas cristãos: uma análise sobre o Coletivo Candieiro*”. O objetivo é compreender como práticas de empreendedorismo cultural têm influenciado a profissionalização de artistas cristãos vinculados ao Coletivo Candieiro, identificando desafios, estratégias e contribuições para o desenvolvimento artístico e cultural no contexto nordestino.

Sua participação consistirá em responder a um questionário com perguntas relacionadas à sua trajetória artística, às práticas de gestão, aos desafios enfrentados e à percepção sobre profissionalização. O tempo estimado para o preenchimento é de aproximadamente **15 a 20 minutos**.

Riscos e desconfortos

A participação envolve riscos mínimos, limitados a possíveis desconfortos ao responder algumas perguntas. Caso isso ocorra, você poderá deixar de responder a qualquer questão ou encerrar sua participação a qualquer momento, sem qualquer prejuízo.

Benefícios

Embora não haja remuneração financeira, a sua participação contribuirá para dar visibilidade às experiências de artistas cristãos e poderá auxiliar no desenvolvimento de estratégias de fortalecimento do campo da música e da cultura no Nordeste.

Garantia de sigilo

As informações obtidas serão utilizadas **apenas para fins acadêmicos**, sendo tratadas de forma confidencial. Os resultados serão apresentados coletivamente, sem qualquer identificação individual. Assim, seu nome e dados pessoais não aparecerão em nenhuma etapa da divulgação da pesquisa.

Direito de participação

Sua participação é **voluntária**. Você pode recusar-se a participar ou desistir a qualquer momento, sem nenhuma penalidade ou prejuízo.

Declaração de consentimento

Declaro que fui informado(a) sobre os objetivos, procedimentos, riscos e benefícios da pesquisa acima descrita e que todas as minhas dúvidas foram esclarecidas. Estou ciente de que minha participação é voluntária e que posso desistir a qualquer momento, sem qualquer prejuízo. Autorizo, de forma livre e esclarecida, a utilização das informações fornecidas, garantindo-se meu anonimato.

- ☐ **ACEITO PARTICIPAR**
- ☐ **NÃO ACEITO PARTICIPAR**

Nome do(a) participante: _____

Assinatura: _____

Ano: 2025

Pesquisadora responsável: _____

Assinatura: _____

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus João Pessoa - Código INEP: 25096850
	Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, CEP 58015-435, João Pessoa (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Assunto:	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
Assinado por:	Nyedja Ataíde
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Nyedja Dylanne Nunes Ataíde da Silva, DISCENTE (20212460038) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA, em 28/08/2025 12:33:17.

Este documento foi armazenado no SUAP em 28/08/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1589181
Código de Autenticação: 9385027779

