

MAPEAMENTO DE PROCESSOS EM UMA BANDA MUSICAL DA CIDADE DE JOÃO CÂMARA/RN

Pedro Henrique Fernandes Grilo¹

Thyago de Melo Duarte Borges²

André Luiz Sena da Rocha³

RESUMO

Este artigo tem como objetivo apresentar uma proposta de mapeamento de processos em uma banda musical da cidade de João Câmara/RN com o intuito de implementar melhorias. Para isso, foi realizada uma pesquisa aplicada com referencial teórico sobre a indústria do entretenimento, com ênfase na música, através de um estudo de caso. O mapeamento de processos é uma importante ferramenta para indentificar e melhorar a eficiência e eficácia nas operações, podendo ser fundamental para uma banda musical. Foi abordado o conceito de processos, a importância da melhoria e a metodologia de mapeamento de processos utilizando o software Bizagi. Além disso, foi discutida a importância do entretenimento para a sociedade, incluindo as bandas musicais. A importância do mapeamento de processos numa organização vai além da identificação de processos e da identificação de lacunas para melhoria. Pode também levar a reduções de custos significativas, uma vez que mostra falhas no sistema e promove uma compreensão alargada dos processos utilizados pela organização. Como resultado, espera-se contribuir para a gestão de uma banda musical, aprimorando seus processos e consequentemente aumentando sua eficiência e sucesso no mercado. Foram escolhidos seis principais processos, que trouxeram resultados significativos no tempo e na qualidade dos serviços prestados, e os processos foram: passagem de som, mapa de palco, comunicação no show, recepção no camarim, contratação da banda e divulgação da banda.

Palavras-chave: Mapeamento de processos. Entreterimento. Banda Musical.

ABSTRACT

This article aims to present a proposal for mapping processes in a musical band in the city of João Câmara/RN in order to implement improvements. For this, an applied research was carried out with a theoretical reference on the entertainment industry, with an emphasis on music, through a case study. essential for a musical band, considering that it was a little used tool, it is an uncommon tool in the field of musical bands and entertainment, also with few articles on the subject, referring to musical bands. The concept of processes, the importance of improvement and the process mapping methodology using the Bizagi software were addressed. In addition, the importance of entertainment for society was discussed, including musical shows, with references from national and international authors. As a result, it is expected to contribute to the management of a musical band, improving its processes and consequently increasing its efficiency and success in the market. Six main processes were chosen, which brought significant results in the time and quality of the services provided, and the processes were: sound check, stage map, communication at the show, reception in the dressing room, hiring the band and publicizing the band.

Keywords: Mapping of processes. Entertainment. Musical Band.

1 INTRODUÇÃO

A indústria musical é uma das maiores indústrias de entretenimento do mundo, movimentando bilhões de dólares anualmente. As bandas musicais, por sua vez, são organizações complexas, que envolvem desde a criação e composição de músicas até a gravação e produção de álbuns, além de atividades como marketing, divulgação e realização de shows e turnês.

Segundo Kotler (1997), o marketing desempenha um papel crucial no sucesso das organizações de artes performáticas, exigindo uma abordagem estratégica para atrair e envolver o público. No entanto, muitas bandas enfrentam desafios na gestão de seus processos internos, que são processos que não envolvem o público, mas apenas os componentes da equipe, o que pode levar a atrasos na produção de novos materiais, conflitos internos e baixa eficiência operacional. Nesse sentido, o mapeamento de processos pode ser uma ferramenta útil para identificar oportunidades de melhoria e aumentar a eficiência e eficácia das atividades realizadas pelas bandas.

O entretenimento desempenha um papel importante na sociedade, oferecendo às pessoas uma variedade de formas de diversão e lazer que podem ajudar a aliviar o estresse e proporcionar um escape da rotina diária. Além disso, o entretenimento pode ter um impacto positivo em diversas áreas da vida das pessoas, incluindo saúde mental, socialização e bem-estar emocional. Segundo Passman (2019), a indústria da música é uma das mais dinâmicas, desafiadoras e gratificantes do mundo.

As bandas musicais são uma forma popular de entretenimento que tem um impacto significativo na sociedade. Além de proporcionar um momento de diversão e lazer para o público, os shows também têm um papel importante na promoção da cultura e das artes. As bandas musicais podem variar em tamanho e escopo, desde pequenos shows locais, até grandes concertos internacionais. Eles também podem incluir uma variedade de gêneros musicais, como rock, pop, hip-hop, jazz, música clássica, entre outros.

As bandas musicais oferecem ao público uma experiência imersiva que pode ajudar a criar memórias duradouras. De acordo com um estudo feito em 2018 pela Eventbrite, empresa americana de gerenciamento de eventos, 78% dos participantes de shows musicais relataram sentir-se mais felizes após o evento. Além disso, 72% relataram que os shows musicais ajudaram a reduzir seu nível de estresse. Além de

oferecer um momento de diversão e entretenimento para o público, os shows musicais também têm um impacto significativo na economia. De acordo com um estudo feito em 2019 pela Pollstar, empresa que fornece informações sobre o ramo do entretenimento, a indústria de shows musicais gerou US \$12,2 bilhões em receita em 2019 nos Estados Unidos. Isso inclui não apenas a venda de ingressos para shows, mas também gastos com acomodação, alimentação e outras atividades relacionadas a shows.

Por fim, as bandas musicais também desempenham um papel importante na promoção da cultura e das artes. Eles oferecem uma plataforma para artistas se apresentarem e compartilharem sua música com o público, ajudando a difundir diferentes gêneros musicais e estilos artísticos. Além disso, muitas bandas musicais também têm um componente social, ajudando a promover causas sociais e a conscientizar o público sobre questões importantes. Segundo Simon Fuller (2006), o sucesso de uma banda musical não é apenas medido pelo seu talento, mas também pela sua capacidade de gerenciamento de negócios e marketing.

Nesta perspectiva, o objetivo desta pesquisa consiste em propor melhorias para alguns processos inerentes a uma banda musical a partir do mapeamento dos seus processos, com isso, será possível identificar oportunidades de melhoria de processos e aumentar a eficiência operacional da banda. Sendo assim, o presente trabalho é caracterizado como uma pesquisa que se caracteriza pela sua interdisciplinaridade, pois envolve a colaboração de profissionais de diversas áreas do conhecimento, como a administração, a engenharia, a tecnologia, entre outras.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Mapeamento de processos

Segundo o escritor e consultor em gestão James Harrington, processo pode ser definido como um conjunto de atividades inter-relacionadas que transformam insumos (entradas) em produtos ou serviços (saídas) para um cliente interno ou externo"(HARRINGTON, 1991).

Essa definição destaca a ideia de que um processo é uma série de atividades interdependentes que visam transformar *inputs em outputs* com o objetivo de atender

às necessidades dos clientes. O processo é definido como "um conjunto específico de atividades relacionadas que produzem um resultado desejado para um cliente interno ou externo.

Essa definição reforça a ideia de que um processo é composto por atividades inter-relacionadas que visam atender às necessidades dos clientes, sejam eles internos ou externos à empresa. A abordagem proposta por Hammer e Champy enfatiza a importância de identificar os processos críticos da organização e promover sua reengenharia, utilizando a tecnologia da informação como meio para obter ganhos de eficiência e eficácia.

Segundo Womack e Jones (2003), a busca pela melhoria contínua é fundamental para o sucesso das empresas. Os autores destacam que a melhoria contínua não se trata apenas de reduzir custos e aumentar a produtividade, mas sim, de atender às necessidades dos clientes de forma mais eficiente e eficaz, entregando-lhes produtos ou serviços de qualidade e valor agregado.

Para Womack e Jones (2003), a melhoria contínua deve ser uma busca constante das empresas, que devem adotar uma cultura de aprendizado e experimentação, buscando sempre novas formas de aprimorar seus processos e produtos. A abordagem *Lean Thinking* proposta pelos autores enfatiza a importância de identificar e eliminar desperdícios em todas as etapas dos processos, de forma a otimizar a eficiência e a eficácia na entrega de valor aos clientes. Bizagi é uma plataforma de automatização de processos empresariais (*Business Process Management* - A BPM) que lhe permite modelar, automatizar e melhorar os processos da sua organização. Seis exemplos de processos que podem ser geridos através da Bizagi são:

- Processo de aprovação de pedidos: Pode incluir pedidos de compra, pedidos de férias, pedidos de despesas, etc. O Bizagi pode ser utilizado para criar fluxos de trabalho automatizados, encaminhar pedidos para as partes responsáveis e acompanhar o estado de aprovação;
- Processo de gestão de reclamações: Com a Bizagi, é possível criar um fluxo de trabalho para registrar e acompanhar as reclamações dos clientes. Isto pode incluir a notificação do departamento responsável, o acompanhamento do estado da reclamação e a resolução do problema;
- Processo de gestão de incidentes: a Bizagi pode ser utilizada para automatizar

fluxos de trabalho para a gestão de incidentes, como problemas de TI ou falhas operacionais. Pode ajudar a registrar os incidentes, encaminhá-los para o especialista adequado e acompanhar a resolução até ao encerramento;

- Processo de recrutamento de funcionários: Utilizando a Bizagi, pode criar um fluxo de trabalho para o processo de recrutamento. Este pode incluir a candidatura de novos funcionários, a aprovação de posições, a apresentação de documentos, a realização de entrevistas, a verificação de referências e a emissão de contratos de trabalho;
- Processos de gestão de projectos: Bizagi pode ser utilizado para criar fluxos de trabalho para ajudar a gerir projetos, desde a criação de âmbitos e atribuição de tarefas até ao acompanhamento do progresso e aprovação de resultados;
- Processos de serviço ao cliente: Com a Bizagi, pode automatizar os fluxos de trabalho de serviço ao cliente, desde o registo de pedidos até ao acompanhamento e resolução de problemas. Isto pode incluir a triagem de pedidos, a sua atribuição ao agente adequado, a comunicação com os clientes e a análise da satisfação do cliente.

Estes são apenas alguns exemplos dos processos que podem ser geridos através da Bizagi. A plataforma é flexível e pode ser adaptada para atender às necessidades específicas de uma organização (PORDANOV; FREITAS, 2013).

Goetsch (2015) destaca a importância de implementar um sistema de gestão da qualidade para garantir a conformidade dos processos e produtos aos requisitos dos clientes, bem como para buscar a melhoria contínua das atividades. Ele apresenta diversas ferramentas e técnicas para o gerenciamento da qualidade, incluindo o controle estatístico de processos, o mapeamento de processos, o PDCA (*Plan-Do-Check-Act*), entre outros.

3 METODOLOGIA

De acordo com Turrioni e Mello (2012), a pesquisa aplicada é caracterizada por uma abordagem prática e empírica, que utiliza uma variedade de métodos, incluindo estudos de caso, experimentos, pesquisas de campo, entre outros. A pesquisa

aplicada tem como objetivo produzir conhecimento que possa ser utilizado na solução de problemas reais em organizações, empresas e na sociedade em geral.

Algumas características da pesquisa aplicada incluem a necessidade de que os resultados sejam aplicáveis e relevantes para o contexto prático, a utilização de abordagens interdisciplinares e a colaboração com profissionais e empresas para a identificação de problemas e para a implementação das soluções propostas. Dessa forma, a pesquisa aplicada é uma forma de utilizar o conhecimento científico para resolver problemas práticos e produzir soluções inovadoras e eficazes.

O estudo será conduzido por meio de análises nos shows de uma banda de forró do RN, e análises de documentos e processos internos da organização. Os resultados obtidos foram discutidos e apresentados, e conclusões e recomendações foram feitas para aprimorar a gestão dos processos internos e externos da banda. Os processos externos são os processos que envolvem o público alvo e os clientes, que contratarão a banda, e todos esses processos serão utilizados no mapeamento de processos.

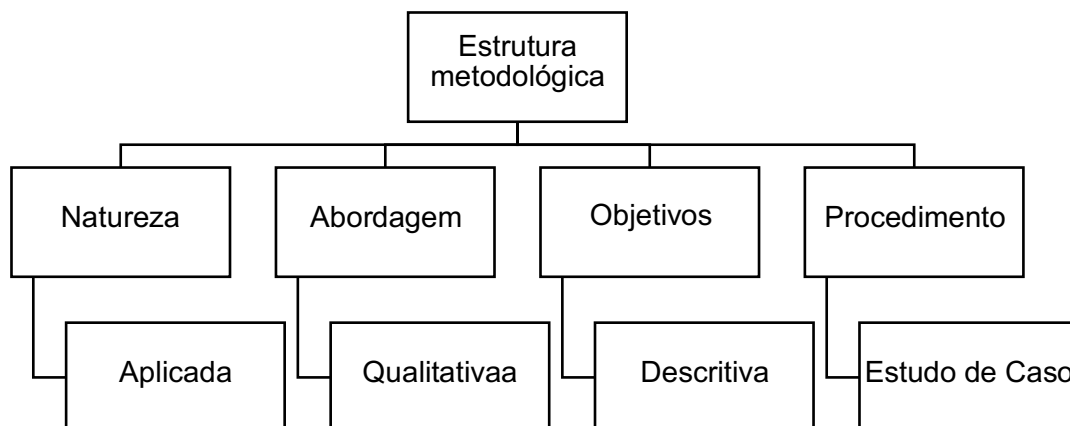
De acordo com Gil (2008), a pesquisa aplicada tem como finalidade principal a resolução de problemas práticos, o desenvolvimento de produtos ou serviços inovadores, a melhoria dos processos produtivos e a otimização dos recursos utilizados nas organizações.

De acordo com Pordanov e Freitas (2013), a pesquisa de natureza aplicada: É uma pesquisa que busca solucionar problemas práticos e aplicar os resultados obtidos em situações reais. O objetivo principal é a aplicação do conhecimento produzido para melhorar processos, produtos ou serviços em organizações, empresas ou na sociedade em geral. A abordagem qualitativa é uma abordagem de pesquisa que busca compreender e interpretar o significado das experiências, crenças e valores dos sujeitos envolvidos no estudo. Ela utiliza métodos de coleta de dados que incluem entrevistas, observação, análise de documentos e outras formas de interação social.

De acordo com Pordanov e Freitas (2013), o procedimento de estudo de caso. É uma estratégia de pesquisa que busca analisar a fundo um caso específico, seja ele uma pessoa, um grupo, uma comunidade, uma organização ou um evento. O estudo de caso utiliza múltiplas fontes de coleta de dados, incluindo entrevistas, observação, análise de documentos, entre outras. Ele analisa a fundo um caso específico, seja ele uma pessoa, um grupo, uma comunidade, uma organização ou um evento. O objetivo

é compreender em profundidade o caso estudado e, a partir disso: extrair lições que possam ser aplicadas em outras situações, como mostra a Figura 1:

Figura 1: Estrutura metodológica



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Nesta pesquisa, foram mapeados os processos fundamentais relacionados ao funcionamento de uma banda, e foram escolhidos os processos de passagem de som, mapa de palco, comunicação no show, recepção no camarim, contratação da banda e divulgação da banda.

Foram realizadas análises nos atuais processos para a obter as informações precisas para o mapeamento dos processos que serão descritos Nas seções subsequentes. Foram mapeados seis processos que se dividiram em internos e externos, como uma ordem. As análises foram realizadas em vários momentos, tendo em cada show, diversas variáveis em todos os processos.

Foi possível adequar a modelagem de cada processo após analsar 7 shows, e identificar vários pontos negativos nos processos. Após isso, foram realizadas as propostas de melhorias das restrições identificadas, que serão apresentadas posteriormente.

4 ESTUDO DE CASO

4.1 Apresentação da empresa

A banda em questão atua no ramo de entretenimento, com apresentações musicais no ritmo de forró desde 2017. Encontra-se localizado na cidade de João Câmara, interior do estado do Rio Grande do Norte, na cidade onde foi criada. Em sua apresentação, a banda possui uma variedade de estilos em seu repertório, que entre eles estão músicas autorais, e *covers* de bandas da atualidade, e também músicas de vaquejada, que são músicas mais antigas (1990 a 2010). As músicas são divididas em blocos, que possuem 5 músicas em cada bloco, e são numerados do número um em diante, para uma melhor organização do show, podendo haver pequenas pausas após cada bloco.

Com o objetivo de aumentar a qualidade da banda como um todo, as melhorias tem como principal objetivo trazer mais otimização aos processos da banda, ganhando tempo nos processos e eventualmente trazendo melhorias entre shows.

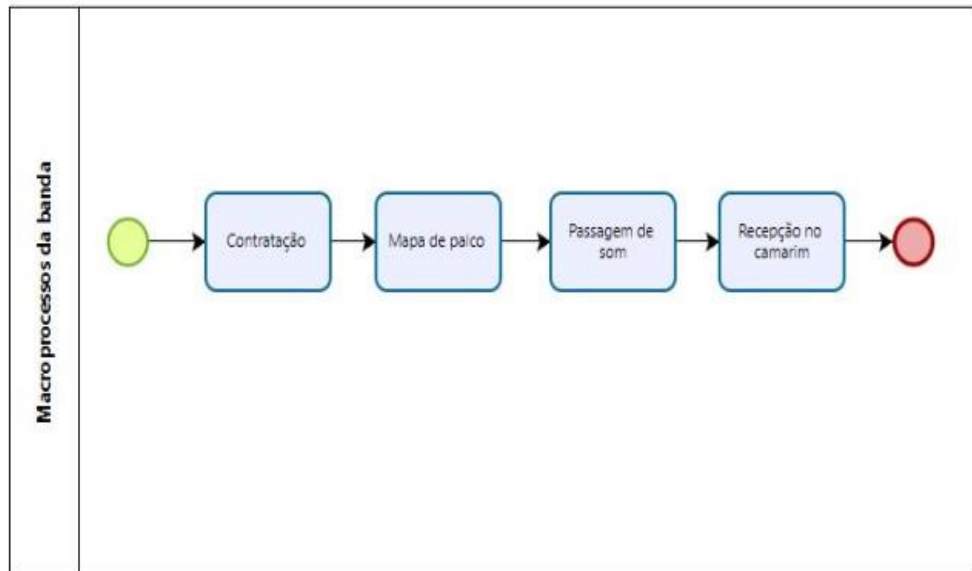
Atualmente, a banda tem cinco componentes: um baterista, um baixista, um guitarrista, um tecladista e um vocalista, este último, que também toca a sanfona. Além dos músicos, a banda também tem como membros, uma equipe formada por 4 pessoas: um responsável por cuidar da mídia social, um motorista, um empresário e um *roadie* geral (profissional responsável pela montagem/desmontagem dos instrumentos musicais).

A banda analisada nesse estudo de caso, realiza uma média de sete a dez shows por mês, e tem como objetivo aumentar a visibilidade da empresa, com melhorias também voltadas para o marketing, aumentando a rentabilidade e sucesso na carreira da banda, com mais público, shows e valorização da sua marca.

4.2 Mapeamento dos processos e propostas de melhorias

Os processos que foram escolhidos para serem mapeados e melhorados, se dividem entre o interno e o externo da banda, onde os processos internos, são atividades que acontecem no palco e durante os shows (passagem de som, comunicação da banda durante os shows e mapa de palco), e os processos externos (contratação da banda, divulgação da banda e recepção no camarim), onde os macroprocessos da banda são classificados como contratação, mapa de palco, passagem de som e recepção do camarim, como mostra a Figura 2:

Figura 2 – Macroprocessos da banda



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Estes foram os principais processos escolhidos, pois se não forem realizados com eficiência, poderão fazer com que a banda tenha atrasos nas principais atividades, podendo perder a qualidade e confiabilidade com o público.

4.2.1 Processos Internos

Passagem de som

O processo de passagem de som é uma etapa importante para garantir a qualidade do som durante um evento musical ao vivo. Ela ocorre antes do início do show, permitindo que a equipe técnica ajuste o som dos instrumentos e dos microfones, além de fazer testes para garantir que tudo esteja funcionando corretamente.

Durante a passagem de som, os músicos tocam suas músicas e a equipe técnica ajusta o som para que ele esteja balanceado e claro. Isso envolve ajustar o volume de cada instrumento, equalizar as frequências, posicionar os microfones corretamente, testar efeitos sonoros, entre outras ações técnicas.

Essa etapa é fundamental para que o som durante o show esteja perfeito e para evitar problemas técnicos, como microfonia, interferências ou falhas de equipamento. Além disso, a passagem de som é uma oportunidade para que a banda e a equipe técnica possam se comunicar e se preparar para o show, ajustando detalhes técnicos e fazendo acertos de última hora.

Atualmente, o processo de passagem de som da banda acontece de forma despadronizada, onde afeta principalmente no tempo, variando de 15 a 40 minutos por não possuir uma padronização no processo, acarretando atrasos para toda a equipe e afetando o início do show. Sem uma ordem, a equalização dos instrumentos varia em todos os shows, sendo esse um ponto negativo, principalmente devido a bateria por demandar mais tempo.

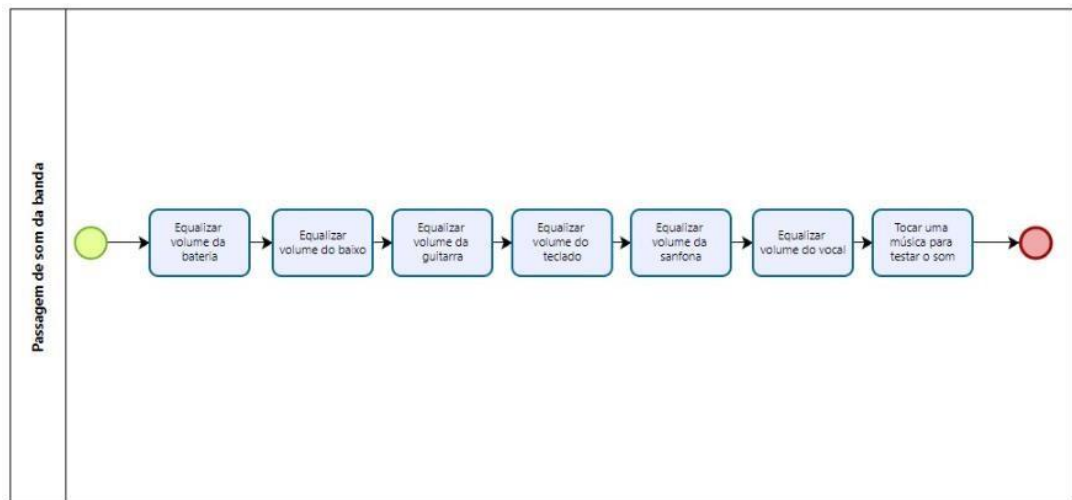
Como proposta de melhoria para este processo, foi modelado através do *software* Bizagi, uma passagem de som para a banda que acontece através de um padrão de organização, onde foi feita uma ordem para cada instrumento ser equalizado, onde apenas a bateria é microfonada.

Dando início pela bateria, por ser o instrumento mais complexo e possuir o maior número de vias a serem equalizadas, por usar 6 microfones, sendo um microfone condensador para o chimbau e cinco microfones dinâmicos para as demais peças (bumbo, caixa, tom 1, tom 2 e surdo).

Seguindo com os instrumentos de corda, o baixo, pois reproduz frequências musicais mais graves, com o intervalo de frequência de 20hz a 9khz, e acompanha a bateria, sendo mais eficaz, equalizá-lo em seguida. Depois do teclado, equaliza-se a sanfona e o microfone, em conjunto, pois serão conduzidas pelo cantor.

É importante salientar que a bateria é o único instrumento microfonado. Sendo os demais, ligados em linha (instrumento conectado via cabo P10 ou XLR direto na mesa de som, sendo esta direcionado à caixa de som para o público). Após estes processos, a banda irá tocar 1 ou 2 músicas para conferir a equalização geral do som, e iniciar o show. Nas figuras abaixo estão os processos mostrados no Bizagi, iniciando com a figura 3.

Figura 3 - Modelagem do processo de passagem de som



Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

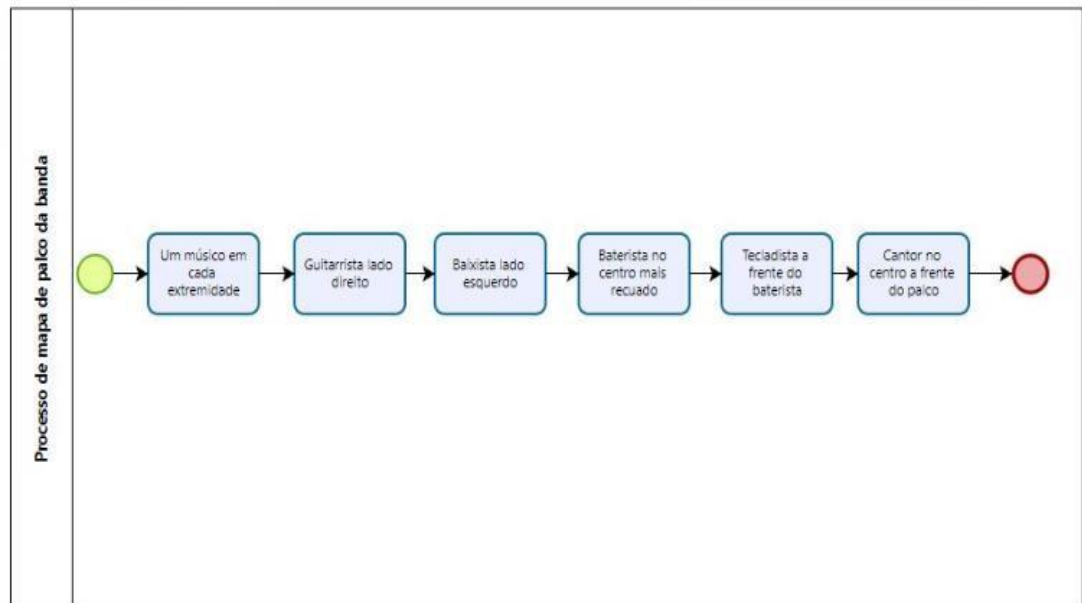
Mapa de palco:

O processo de mapa de palco envolve a análise do espaço físico disponível para o show, a identificação das necessidades de cada artista, a definição do posicionamento dos equipamentos e instrumentos musicais no palco e a comunicação dessas informações para a equipe técnica responsável pela montagem do espetáculo.

Os artistas geralmente fornecem o mapa de palco com antecedência para que a equipe técnica possa preparar o palco de acordo com as especificações do espetáculo. Isso inclui a disposição dos amplificadores, microfones, caixas de som, bateria, teclados, entre outros equipamentos, além da marcação de pontos de luz e outros elementos cênicos.

O mapa de palco é uma ferramenta importante para garantir a eficiência e qualidade do som durante o show, além de contribuir para a segurança dos artistas e da equipe técnica. Ele permite que todos os envolvidos no espetáculo estejam cientes das necessidades e expectativas de cada um, contribuindo para uma apresentação fluida e bem-sucedida, como mostra a Figura 4:

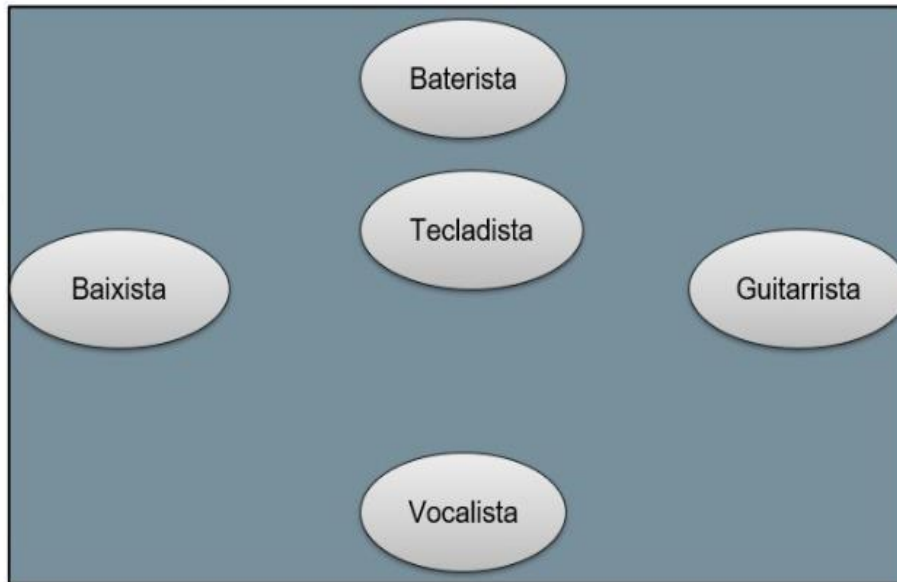
Figura 4 – Mapa de palco da banda



Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Atualmente, a banda não possui um mapa de palco, e acontece apenas a escolha do próprio músico pela sua posição no palco para o show. Como proposta de melhoria para este processo, a figura 5 mostra como foi modelado um mapa de palco para a banda, que seguirá um padrão em todos os shows, posicionando os músicos de instrumentos de corda nas extremidades, com o guitarrista do lado direito e o baixista do lado esquerdo, o baterista no centro do palco na parte posterior, não necessitando de tanta visão ao público, o tecladista a frente da bateria, e o cantor no centro do palco, como o maior alvo das atenções do seu público. Com isso, a banda terá mais otimização do seu tempo, por fazer um processo padronizado.

Figura 5- Layout do palco



Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Assim, pode-se observar que a apresentação da banda no palco segue com o vocalista à frente, tendo o tecladista logo atrás e ao lado deles, na direita se tem o guitarrista e à esquerda o baixista, e por fim, atrás do tecladista fica localiza-se o baterista da banda.

Comunicação durante o show

No processo de comunicação no show, a comunicação interna ocorre principalmente por meio de sistemas de rádio, fones de ouvido e monitores de palco. O responsável pelo som geralmente é o ponto central de comunicação, mantendo contato com as equipes de iluminação, palco, artistas e produção.

A comunicação interna também é importante para lidar com imprevistos, como problemas técnicos ou alterações de última hora no roteiro do show, onde o cantor pode se comunicar com os demais músicos. A equipe deve estar preparada para agir rapidamente e tomar decisões em conjunto para garantir que o evento continue sem interrupções e de acordo com as expectativas do público e dos artistas.

Atualmente, na comunicação da banda durante os shows, ocorrem vários problemas, que acabam afetando diretamente na performance do show, o vocalista perde o foco com facilidade, pois além de estar com uma sanfona, precisa

constantemente estar se virando para os músicos para fazer a comunicação referente a próximas músicas, blocos a ser tocados ou pausas. Com isso, a apresentação para o público demonstra muitas falhas perceptíveis.

Como proposta de melhoria para este processo, foi modelada uma nova comunicação para a banda durante os shows, com duas opções para escolha. Caso a banda possua capital de investimento, deve investir em microfones e fones de ouvido para a comunicação interna, onde o vocalista irá se comunicar com os músicos apenas por um botão no seu microfone, que tudo que for comunicado, apenas a equipe irá ouvir pelos fones de ouvido, sendo inaudível ao público, podendo entregar uma apresentação sem falhas.

Caso a banda não possua capital de investimento, o vocalista se comunica com os músicos através de sinais comunicacionais, que serão previamente ensaiados para todos entenderem completamente. Utilizando as mãos, pode usar a mão direita para se referir ao bloco das músicas, sinalizando através de números, e a mão esquerda para se referir a música do bloco, onde cada bloco varia de 3 a 5 músicas cada.

Utilizando os pés, pode movimentar a perna, batendo o pé no chão para sinalizar uma pausa, que pode acontecer na última música de um bloco. Com essas melhorias, a banda entrega um show completamente mais fluido e dinâmico ao público. Na figura 6 é mostrado como foi modelado o processo de comunicação dos músicos durante o show.

Como proposta de melhoria, a modelagem do processo da comunicação dos músicos durante o show pode ser elaborada iniciando a comunicação do vocalista com os demais membros da banda, investindo em uma comunicação interna a fim de comunicar sobre o bloco de músicas.

4.2.2 Processos externos

Recepção no camarim

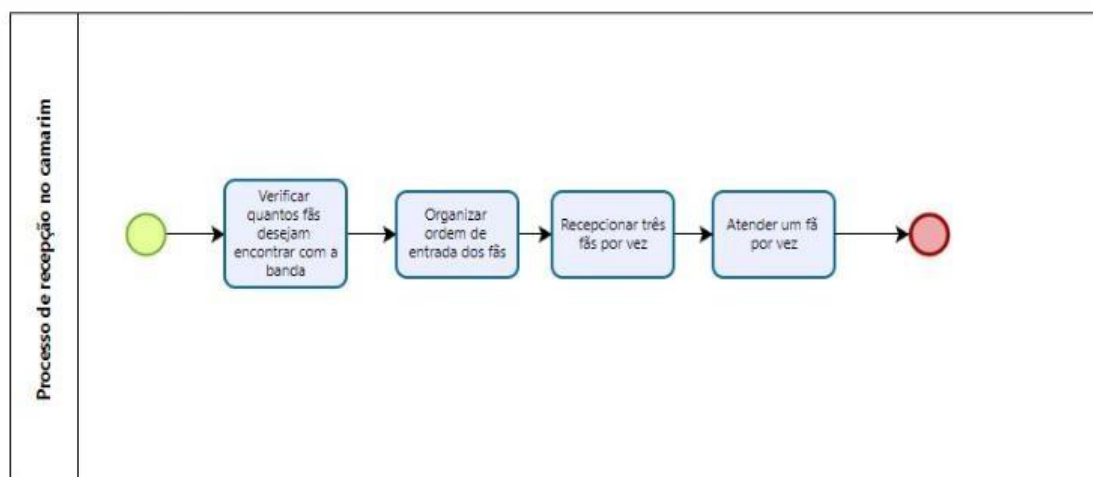
O processo de recepção de fãs no camarim é uma atividade comum em shows e eventos musicais. Geralmente, essa recepção é organizada pela equipe de produção do evento em conjunto com a equipe do artista ou banda. O objetivo é permitir que os fãs possam se aproximar de seus ídolos, tirar fotos, pegar autógrafos e ter um momento de interação mais íntimo. Para garantir que a recepção ocorra de

forma organizada e segura, é necessário estabelecer alguns procedimentos. Por exemplo, é comum que a recepção seja limitada a um número específico de fãs, para que haja mais segurança.

Atualmente, a banda não possui um processo fixo de recepção no camarim, onde acontece muitas vezes de forma aleatória e desorganizada, com um alto fluxo de pessoas entrando e saindo, gerando um maior estresse e cansaço mental devido ao barulho, principalmente para o vocalista, que precisa atender ao público em toda essa desorganização. Como proposta de melhoria para este processo, a banda deve investir primeiramente em proposta de melhorias que possuam imagem do artista, para ser utilizado como um fundo para as fotos com os fãs, podendo agregar valor ao ambiente do artista e também, irá servir para mostrar onde devem se posicionar dentro do camarim.

Deve haver também um controle do número de pessoas que entram no camarim, que como proposta, se limita a três fãs por vez, onde um tira a foto com o artista e tem um breve momento de interação, e os outros dois aguardam a sua vez, com isso, havendo um maior controle e organização dentro do camarim, mostrado na Figura 6:

Figura 6 – Processo de recepção no camarim



Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

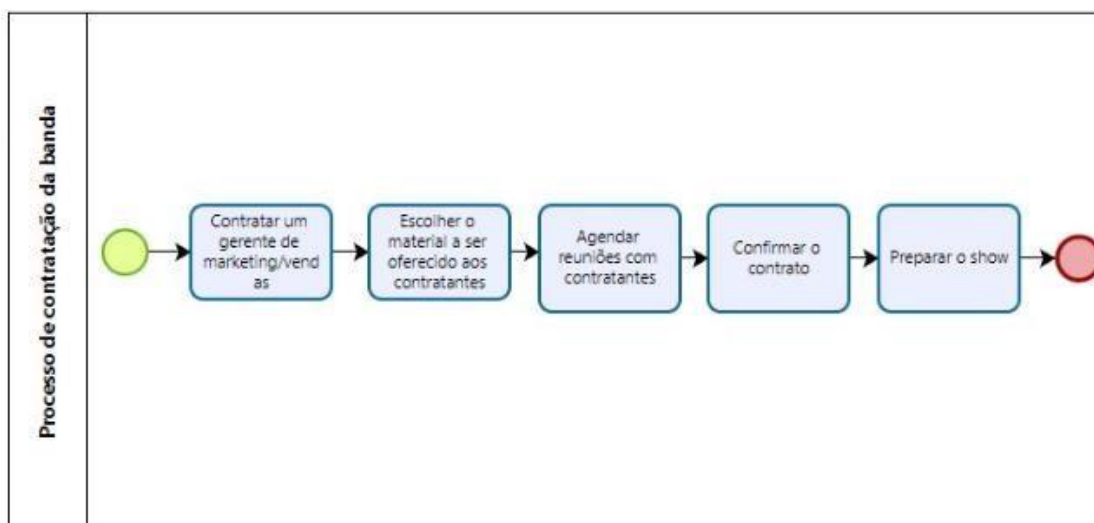
Contratação da banda

O processo de contratação da banda se inicia com a negociação dos termos e condições do contrato, incluindo cachê, horário do show, condições de pagamentos, entre outros detalhes. É importante que todas as informações sejam acordadas e formalizadas em um contrato para garantir que ambas as partes estejam cientes de suas responsabilidades e obrigações.

Atualmente, o processo de contratação da banda acontece apenas por combinados, com o vocalista, através de conversas e mensagens, sem a caracterização formal em um contrato por ambas as partes, e por não haver nenhum tipo de contrato, consequentemente, não há nenhuma multa prevista caso o mesmo não seja seguido, assim, ocorre facilmente cancelamentos de shows por parte do cliente. O material de vídeos oferecido pela banda também é mostrado pelo mesmo, e são apenas vídeos de shows passados sem edições, e com o áudio e vídeo captados pelo próprio celular.

Como proposta de melhoria para este processo, a banda pode contratar um gerente de marketing para fazer as vendas dos shows, com um material mais profissional da empresa, mostrando também a relevância em redes sociais. Deve haver um contrato para que haja uma negociação profissional, e nele, deve conter preços, horários e condições de pagamento. Após a confirmação contratual, a equipe conclui com a preparação para o show, onde discutem a data e o material que será necessário para a banda, como mostra a Figura 7:

Figura 7 - Modelagem do processo de contratação da banda



Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Divulgação da banda:

O processo de divulgação de uma banda, visando as redes sociais, é fundamental para a sua promoção e crescimento. É importante que a banda tenha uma presença forte nas principais plataformas de mídia social, como Facebook, Instagram e YouTube, pois isso ajuda a construir sua marca e a se conectar com seus fãs.

Atualmente, o processo de divulgação da banda acontece apenas no Instagram, pelo próprio vocalista que possui uma certa relevância com 15 mil seguidores no Instagram, onde o mesmo publica fotos e vídeos de shows, mas sem constância, o que é um ponto negativo.

Como proposta de melhoria para este processo, a banda deve realizar o cadastro da banda nas demais redes sociais em alta no mercado digital: Facebook, Youtube e Instagram e Tiktok buscando alcançar um maior número de seguidores e visualizações. Também é importante investir em tráfego pago, que é uma ferramenta paga na rede social, que consiste no impulsionamento da conta, feito pela própria rede social, aumentando os números e melhorando a visibilidade com anúncios, que pode ser configurado de acordo com o público desejado, com filtros de idade, gênero e escolaridade dos usuários que terão acesso ao anúncio por meio da rede social em questão, proporcionando assim, maior direcionamento ao público desse estilo musical. Essa modalidade de tráfego pago, pode ser utilizada no Facebook, Youtube ou Instagram.

A banda deve se manter atualizada nas redes sociais, criando campanhas, com postagens recentes e planejadas para o seu público, posteriormente, alcançando as mídias tradicionais, como rádio, jornais e programas de televisão, com apresentações ou pequenas entrevistas.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao documentar cada etapa do processo, desde a passagem de som até o mapa de palco, é possível identificar pontos de melhoria. Por exemplo, pode ser que a banda esteja gastando muito tempo na preparação do equipamento antes de cada show, o que pode ser resolvido com um melhor planejamento e organização. Ou ainda, pode

ser que haja uma falta de comunicação entre os membros da banda, o que pode levar a atrasos e conflitos.

Ao implementar melhorias nos processos, a banda pode melhorar sua eficiência, reduzir custos e melhorar a qualidade de seus shows. Além disso, a implementação de processos mais formais pode permitir que a banda cresça e se torne mais profissional, o que pode levar a novas oportunidades e conquistas.

6 CONCLUSÃO

Os mapeamentos foram feitos com o intuito de obter informações para buscar melhorias no funcionamento da banda analisada nesse estudo de caso, assim como, para retirar dúvidas a respeito das mudanças nos processos atuais. Todas essas melhorias propostas têm como objetivo principal otimizar o tempo e aumentar a eficiência dos processos da empresa resultando em maior satisfação dos clientes e dos colaboradores, ter um melhor alcance de público e maior lucratividade para a empresa.

As análises proporcionaram o contato na prática com os procedimentos que ocorrem durante o show no ambiente do palco e trouxe a percepção de como é a estrutura física de uma banda, como funcionam os seus processos internos e externos, onde estavam as suas falhas e o que poderia ser melhorado na empresa, tendo êxito com as melhorias e conseguindo otimizar o tempo e aumentar o seu alcance em número de shows e números em redes sociais.

Com relação às limitações da pesquisa, é importante destacar que o estudo foi realizado em uma única banda e, portanto, as conclusões não podem ser generalizadas para outras empresas do mesmo segmento, mas podem servir como uma base inicial de dados. Além disso, o estudo se limitou a uma análise dos processos principais da empresa, não sendo possível realizar uma análise mais aprofundada.

Para uma futura continuação deste trabalho, pode ser feita a realização de um estudo mais detalhado dos processos, podendo também envolver operações de custo e logística, para assim, ter um maior aproveitamento da engenharia no ramo do entretenimento, assim, sendo usado como consultoria para empresas do mesmo

ramo, visando entregar melhores resultados em seus processos, aumentando assim os seus rendimentos.

REFERÊNCIAS

BIZAGI. **Business Process Management Software**. 2021. Disponível em: <https://www.bizagi.com/pt/produto/bizagi-modeler>. Acesso em: 18 maio 2023.

EVENTBRITE. **The Power of Live Events**. 2018. Disponível em: <https://www.eventbrite.com/blog/the-power-of-live-events-ds00/>. Acesso em: 18 maio 2023.

FULLER, S. **Now That's What I Call Music! The inside Story of the Great Recordings**. Random House. New York: McGraw-Hill, 2006.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008.

GOETSCH, D. L. **Quality Management for Organizational Excellence**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2015.

HAMMER, M.; CHAMPY, J. **Reengenharia de Processos**: Como inovar na empresa através da tecnologia da informação. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

HARRINGTON, H. J. **Business process improvement**. New York: McGraw-Hill, 1991.

KOTLER, P.; SCHEFF, J. **Standing Room Only**: Strategies for Marketing the Performing Arts. New York: McGraw-Hill, 1997.

PASSMAN, D. S., **Tudo o que Você Precisa Saber sobre a Indústria da Música**: 10. ed. São Paulo: Editora Feevale, 2019.

POLLSTAR. **Pollstar Year-End Top 200 North American Tours**. Disponível em: https://www.pollstar.com/Charts/2019YearEndTop200NorthAmericanTours_793.pdf. Acesso em: 18 maio 2023.

PORDANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. São Paulo: Editora Feevale, 2013.

TURRIONI, João Baptista; MELLO, Carlos Henrique Pereira. **Metodologia Científica**: para cursos de graduação e pós-graduação. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.