

# Projeto Rua 4.0.4

**Ana Luiza Alves<sup>1</sup>, Lucas Barbosa<sup>1</sup>, Lucas Barros<sup>1</sup>, Matheus Aguiar<sup>1</sup>, Matheus Porto<sup>1</sup>, Raquel Calazans<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Instituto de Ciências Exatas e Informática  
Pontifícia Universidade de Minas Gerais (PUC Minas)  
Belo Horizonte – MG – Brasil

{almalves, lucas.barbosa.1397921, lhcbarros, matheus.brasil,matheus.porto.1428196, raquel.calazans}@sga.pucminas.br

**Resumo.** *Escrever aqui o resumo. O resumo deve contextualizar rapidamente o trabalho, descrever seu objetivo e, ao final, mostrar algum resultado relevante do trabalho (até 10 linhas).*

## 1. Introdução

### 1.1 Contexto e Problema

A promoção e divulgação de obras artísticas desempenham um papel fundamental na valorização da cultura nacional, permitindo que artistas ganhem visibilidade e alcancem um público mais amplo. No entanto, apesar do crescimento das tecnologias digitais e das redes sociais, muitos artistas e empresas culturais ainda enfrentam desafios significativos para compartilhar suas criações de forma eficiente e acessível. A ausência de plataformas específicas e multifuncionais para a comercialização e promoção de arte é um obstáculo que afeta diretamente a sustentabilidade e o crescimento desses agentes culturais.

No contexto atual, a venda de peças artísticas geralmente ocorre de forma presencial, limitando o alcance dos artistas e dificultando a gestão de estoque dos produtos. Além disso, a promoção de eventos culturais muitas vezes se restringe ao uso das redes sociais, o que pode não alcançar o público desejado de maneira eficaz. Esses desafios apontam para a necessidade de soluções tecnológicas inovadoras que atendam às demandas específicas do mercado artístico, proporcionando uma plataforma dedicada para divulgação, venda e gestão de obras de arte.

### 1.2 Objetivos

#### 1.2.1 Objetivo geral

Diante desse cenário, o presente trabalho tem como objetivo geral criar um sistema multifuncional que permita a apresentação, venda e gerenciamento de obras de arte, facilitando a comunicação entre artistas e apreciadores.

#### 1.2.2 Objetivos específicos

Para alcançar esse objetivo, pretende-se desenvolver uma loja virtual para a venda de objetos customizáveis, gerenciar o estoque dos produtos e apresentar as obras de arte de forma dinâmica e atrativa.

### 1.3 Justificativa

Este estudo justifica-se pela carência de ferramentas específicas que atendam às necessidades do mercado artístico, oferecendo uma solução prática e eficiente para a divulgação e comercialização de arte. A proposta visa contribuir para o fortalecimento da cultura nacional, ao criar um espaço digital dedicado à promoção de artistas e suas obras, aumentando assim o alcance e a visibilidade de eventos e exposições.

## **2. Referencial Teórico (apresentar conceitos, definições, características, explicar sobre a área do trabalho, etc)**

O projeto em desenvolvimento baseia-se em estudos que destacam os desafios enfrentados por artistas e empresas culturais na promoção e comercialização de obras de arte, especialmente devido à falta de plataformas digitais específicas e eficientes (Souza e Lima, 2021; Silva, 2020; Almeida, 2019)<sup>3</sup>. No caso específico da divulgação de arte e cultura moderna voltada para o digital, os autores apontam como a ausência de infraestrutura tecnológica adequada limita a visibilidade dos artistas e dificulta a gestão eficiente de suas produções, comprometendo a sustentabilidade do mercado artístico.

A promoção e divulgação de obras artísticas são fundamentais para o fortalecimento da cultura nacional, contribuindo não apenas para a visibilidade dos artistas, mas também para o desenvolvimento econômico das regiões onde essas produções são realizadas. Conforme apontado por Souza e Lima (2021), "a valorização das produções artísticas locais não apenas promove a identidade cultural, mas também contribui para o desenvolvimento econômico regional" (Souza & Lima, 2021, p. 34). No entanto, apesar da importância reconhecida dessa divulgação, os artistas continuam a enfrentar obstáculos significativos para promover suas criações de maneira eficaz.

O cliente escolhido, Rua 404, já está inserido no contexto digital e utiliza ferramentas tecnológicas para desenvolver suas artes — como criação de filtros interativos e modelagem 3D — e estão acostumados a utilizar as redes sociais para divulgar o trabalho artístico. No entanto, ainda enfrentam barreiras para conseguir espalhar o trabalho fora dessas plataformas. Além disso, os eventos e feiras culturais onde ocorre a maior parte do networking também não são amplamente divulgados devidamente, o que dificulta que essa arte chegue em diferentes grupos de pessoas.

Um dos principais desafios identificados é a falta de plataformas específicas que atendam às necessidades do mercado artístico no contexto digital. Silva (2020) observa que "a falta de plataformas específicas para a venda e promoção de arte limita o acesso dos artistas ao mercado global e restringe suas oportunidades de crescimento" (Silva, 2020, p. 56). Essa limitação tecnológica não apenas restringe o alcance dos artistas, mas também cria barreiras para que suas obras sejam conhecidas e valorizadas por um público mais amplo. Em um cenário onde as redes sociais dominam a promoção digital, a ausência de uma infraestrutura dedicada impede que os artistas utilizem plenamente o potencial das ferramentas digitais para alcançar novos mercados.

Além das dificuldades na promoção digital, a comercialização presencial de obras de arte apresenta outra camada de desafios. Almeida (2019) destaca que "a

ausência de uma plataforma multifuncional para o mercado de arte representa um grande desafio para a sustentabilidade dos negócios culturais" (Almeida, 2019, p. 89). Vendas presenciais, embora tradicionais, limitam o público-alvo dos artistas e complicam a gestão de estoque, além de não oferecerem a flexibilidade necessária para que artistas e empresas culturais expandam suas operações em um mercado globalizado.

## **2.1 Novas Tecnologias e Mercado de Arte**

A integração de novas tecnologias no mercado de arte tem o potencial de transformar radicalmente a forma como as obras são divulgadas e comercializadas. Conforme destacado por Costa e Lima (2021), "as novas tecnologias, como blockchain e inteligência artificial, oferecem possibilidades inovadoras para a autenticação, promoção e venda de obras de arte no ambiente digital" (Costa & Lima, 2021, p. 47). Essas tecnologias podem resolver problemas de autenticidade e propriedade intelectual, além de criar novas formas de interação entre artistas e consumidores. A utilização de tecnologias emergentes no mercado de arte digital também pode abrir novos caminhos para a monetização das criações artísticas, aumentando a autonomia dos artistas e ampliando suas possibilidades de alcance global.

## **2.2. Trabalhos relacionados**

A literatura existente sobre a promoção e comercialização de arte no ambiente digital destaca a importância de plataformas específicas que atendam às necessidades dos artistas e do mercado. Diversos estudos, como o de Silva (2020)<sup>3</sup> e Almeida (2019)<sup>3</sup>, exploram os desafios e as oportunidades associados à transformação digital no setor cultural. Além disso, pesquisas recentes têm investigado o papel das tecnologias emergentes, como o estudo de Costa e Lima (2021)<sup>3</sup>, que examina o impacto do blockchain no mercado de arte. Esses trabalhos fornecem uma base teórica sólida para o desenvolvimento de novas soluções que possam apoiar a sustentabilidade do mercado artístico em um contexto globalizado.

## **3. Metodologia (neste tópico deve ficar claro **COMO** foi realizado o seu trabalho)**

tecnologias utilizadas

Deve qualificar a pesquisa (use um livro de metodologia científica para isso, ex GIL). Dizer se é qualitativa ou quantitativa, se é estudo de caso, se é exploratória, descriptiva. São qualificações encontradas neste tipo de livro.

Em seguida explicar rapidamente cada etapa do trabalho. Destaque os métodos utilizados (questionário, entrevista, observação) e justifique todos os critérios possíveis (por que foram escolhidos 5 profissionais para fazer a entrevista?)

Apresente os stakeholders (partes interessadas) do projeto. A descrição das partes interessadas pode ser feita por meio de personas, caracterização de usuários, clientes, parceiros. Devem ser incluídas informações que mostrem as motivações e expectativas destas partes interessadas. É

importante descrever o cliente (quem solicitou o projeto ou para quem está direcionada a proposta de valor) e dos usuários do projeto.

## **4. Resultados**

Resultados do trabalho devem ser apresentados. Consiste da descrição técnica da solução desenvolvida. Use figuras e tabelas sempre que necessário. Todas as etapas descritas na metodologia devem ter seus resultados apresentados aqui. Uma subseção para apresentar a empresa ou área pode ser uma opção adotada.

Devem ser incluídas informações que permitam caracterizar a arquitetura do software, seus componentes arquiteturais, tecnologias envolvidas, frameworks utilizados, etc.

Devem ser apresentados os artefatos criados para a solução do problema (ex. software, protótipos, especificações de requisitos, modelagem de processos, documentos arquiteturais, etc). Os artefatos não devem ser apresentados na íntegra, mas o texto deve apresentar o que foi feito como solução para o problema apresentado.

Deve ter no mínimo: lista de requisitos (pode ser uma tabela), diagrama de classe e modelo relacional do banco de dados.

Apresente também as telas da aplicação e uma explicação de como usá-las. O código fonte deve ser disponibilizado em um repositório público no **GithubClassroom**. O link para o repositório deve estar no Trabalho. Colocar também o link da aplicação.

Veja os exemplos de uso de Figuras e Tabelas. Todas as figuras e tabelas devem ser referenciadas no texto. Por exemplo, deve haver uma frase assim “A Figura 1 mostra ...”.

**Link do vídeo:**

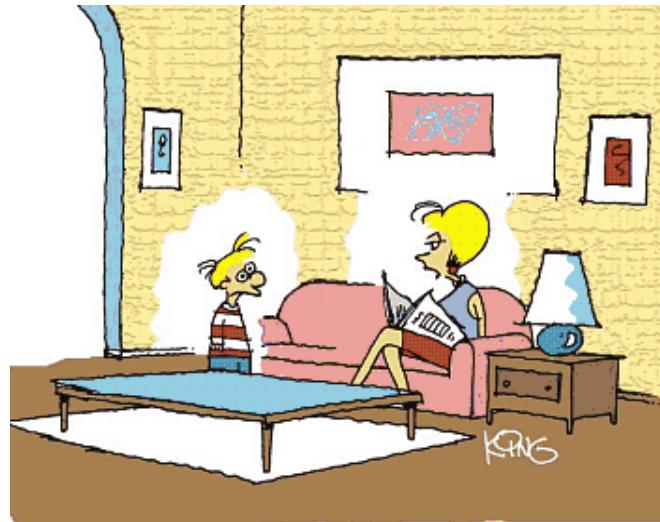
**Link do repositório:**

**Link da apresentação:**

## **5. Conclusões e trabalhos futuros**

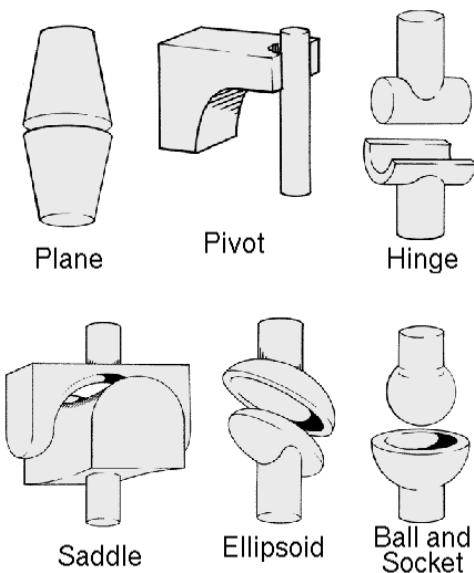
A conclusão deve iniciar resgatando o objetivo do trabalho e os principais resultados alcançados. Em seguida, devem ser apresentados os trabalhos futuros.

Acrescentar aqui a tabulação da estatística de avaliação da aplicação (questionário de avaliação final da ferramenta).



*"No, you weren't downloaded.  
You were born."*

**Figura 1. A typical figure**



**Figura 2. This figure is an example of a figure caption taking more than one line and justified considering margins mentioned in Section 5.**

**Tabela 1. Variables to be considered on the evaluation of interaction techniques**

	Chessboard top view	Chessboard perspective view
Selection with side movements	$6.02 \pm 5.22$	$7.01 \pm 6.84$
Selection with in-depth movements	$6.29 \pm 4.99$	$12.22 \pm 11.33$
Manipulation with side movements	$4.66 \pm 4.94$	$3.47 \pm 2.20$
Manipulation with in-depth movements	$5.71 \pm 4.55$	$5.37 \pm 3.28$

## 7. Sobre as referências

Todas as referências usadas no texto devem estar na seção de Referências. Não deve haver referências não usadas no texto. (veja exemplos a seguir)

### Referências

- Almeida, F. R. (2019).** A Plataforma Multifuncional no Mercado de Arte. *Revista de Cultura e Negócios*, 12(3), 85-90.<sup>3</sup>
- Costa, M. S., & Lima, J. P. (2021).** Novas Tecnologias no Mercado de Arte: O Impacto do Blockchain. *Jornal de Inovação e Tecnologia*, 5(1), 45-50.<sup>3</sup>
- Nogueira, A. P., & Santos, L. R. (2020).** A Importância da Extensão Universitária na Difusão Cultural. *Revista Educação e Sociedade*, 9(2), 75-80.<sup>3</sup>
- Oliveira, C. F., & Martins, D. A. (2018).** Parcerias Estratégicas para o Desenvolvimento de Plataformas Culturais. *Revista de Gestão Cultural*, 6(4), 120-130.<sup>3</sup>
- Silva, T. R. (2020).** A Falta de Plataformas Digitais no Mercado de Arte. *Revista de Arte e Tecnologia*, 7(2), 55-60.<sup>3</sup>
- Souza, M. E., & Lima, P. F. (2021).** Valorização das Produções Artísticas Locais e Desenvolvimento Econômico. *Revista Brasileira de Cultura e Economia*, 14(1), 30-35.<sup>3</sup>