

NEGÓCIOS

nicho, mercado

Empreendedores apostam no fomento da arte e da cultura em Porto Alegre

Negócios da Capital têm o objetivo de aproximar a cultura do público através de iniciativas que passam pela música, artes gráficas e literatura

JAMIL AIQUEL
@jamil_aiquel

Em um mundo cada vez mais acelerado e focado na produtividade, a arte pode ser um refúgio de autocuidado. É por meio dela que a humanidade expressa suas necessidades, crenças e desejos. Foi pensando nisso que empreendedores de Porto Alegre resolveram apostar no fomento de manifestações artísticas como norte de seus negócios.

O Outradora, iniciativa criada pelos jovens empreendedores Bernardo Liz, Leonardo Marques, Marco Leal, Nicolas Mendes e Pietro Braga, é um desses projetos e tem como objetivo de diversificar a cena artística da capital gaúcha. O empreendimento se trata de um ecossistema cultural que busca dar voz a artistas locais e divulgar produções culturais mais independentes e alternativas.

O Outradora surgiu no fim de 2016 de maneira despretensiosa. Inicialmente, era exclusivamente um portal online criado pelos amigos para debater seus álbuns, filmes e séries favoritas. Algo enfatizado pelos empreendedores é que, desde o início do projeto, o foco do Outradora sempre foram as mídias alternativas. Assim, eles buscavam debater obras menos populares e mais focadas



Marco Leal, Bernardo Liz, Leonardo Marques, Pietro Braga e Nicolas Mendes são os rostos por trás do Outradora, que opera em Porto Alegre

em um público específico.

Até 2022, o Outradora seguiu apenas como um portal focado em debater arte. Foi neste ano que Nicolas, formado em produção fonográfica, decidiu que queria ajudar músicos locais a gravarem seus discos. Ele já escrevia sobre música no portal e, em conjunto com os outros sócios, decidiu criar um novo segmento no negócio: o Outradora Rec, selo fonográfico independente focado em pequenos artistas porto-alegrenses. “Em 2022, decidimos fazer a guinada para a produção cultural. Começou com uma ideia de gravar nossos amigos e artistas que gostávamos. Tínhamos parceria com alguns estúdios de Porto Alegre e, assim, podíamos gravar”, explica Nicolas.

Atualmente, o selo fonográfico conta com cinco artistas, cuidando da agenda de shows,

gravação, produção e divulgação das músicas.

Outra parte relevante do empreendimento é a Outradora Store, uma loja de vinil focada no público mais jovem. O segmento foi idealizado por Bernardo que, ao perceber que faltavam alternativas de lojas físicas que não fossem focadas nos clássicos, decidiu criar um novo braço no negócio. “Tem muita loja de discos antigos por aqui, ou lojas focadas em artistas específicos que vendem seus discos, como loja de merchandising da Beyoncé, do Harry Styles e por aí vai. Não tinha disco de música eletrônica, de rap. Vi um nicho, um lugar para que pessoas que gostam de música em geral pudessem comprar seus discos”, explica Bernardo. Para tirar o projeto do papel, ele teve ajuda de sua sócia, Vitória Potrich. Segundo

os empreendedores, o diferencial da Outradora Store, além de uma curadoria focada em títulos mais alternativos, é o fato de que eles trabalham em um sistema de pronta-entrega. Ou seja, todos os produtos oferecidos estão presentes na loja, que fica no segundo andar da Fábrica do Futuro e funciona com horário marcado através do Instagram (@outradorastore).

Um dos principais parceiros do Outradora era bar Agulha, fechado durante a enchente. O dono do local convidou os jovens empreendedores para operarem um ponto fixo no bar. Com a parceria estabelecida, um pequeno festival, apenas com os artistas da Outradora Rec, foi organizado no local. “Além de divulgar a nossa marca, o Agulha elevou o nível do que estávamos fazendo. Conseguimos nos conectar com

a cidade”, pondera Bernardo. O Outradora segue cuidando da agenda cultural de outros lugares, como Alameda Bom Fim e a Fábrica do Futuro. Com uma curadoria focada em artistas que, por vezes, passam batido no mainstream, os empreendedores passaram a organizar shows de artistas independentes. Inicialmente, o foco estava em artistas locais e brasileiros, mas, em novembro deste ano, prepararam-se para receber sua primeira atração internacional no Bar Opinião. “Queremos, cada vez mais, fazer coisas maiores e melhores. Nossa força está na capacidade de entender as tendências e nos comunicarmos com o público mais jovem e descolado, mas também ter um comportamento e seriedade profissional que nos permite chegar a qualquer público”, afirma Bernardo.