

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM  
RADIALISMO**

**BRUNA GOMES DO NASCIMENTO  
CHÉLIDE FERNANDA TEIXEIRA**

**ANDARILHO DAS ESTRELAS**

Bauru  
2014

BRUNA GOMES DO NASCIMENTO – RA 1033531  
CHÉLIDE FERNANDA TEIXEIRA – RA 1033565

## **ANDARILHO DAS ESTRELAS**

Projeto experimental apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Radialismo, ao Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", atendendo à resolução de número 02/84 do Conselho Federal de Educação.

Orientador  
PROF<sup>a</sup> DR<sup>a</sup>. ANA SILVIA DAVI LOPES MÉDOLA  
Banca examinadora  
PROF<sup>o</sup> GLAUCO MADEIRA DE TOLEDO  
FERNANDA CAROLINA AMANDO DUARTE

Bauru  
2014



## DEDICATÓRIA

Aos nossos pais que sempre estiveram ao nosso lado, apoiando nossas decisões, abrandando nossas dúvidas, comemorando nossas vitórias. Mesmo quando acreditávamos ser impossível, faziam-nos crer que poderíamos ir além.



## AGRADECIMENTO

À nossa orientadora Ana Sílvia Lopes Davi Médola, por tudo que nos ensinou.

Ao nosso co-orientador, Carlos Henrique Sabino Caldas, por estar ao nosso lado em todas as etapas da produção do videoclipe.

Ao Bruno Jareta, pela contribuição na pós-produção e em nosso projeto interativo de videoclipe.

À nossa equipe sempre dedicada e prestativa: André Pacano, Barbara Toscano, Barbara Benevenuto, Henrique Gun, Mariana Belo, Tiago Gaeta e Vitor Gomes.

À Talita Gomes, pela contribuição na pré-produção.

Ao Jeferson Borges e Lucas Oliveira da Silva pelo desenvolvimento do aplicativo interativo.



"Se você pode sonhar, você pode fazer."  
Walt Disney



## RESUMO

O projeto consiste na realização do videoclipe e aplicativo interativo da música Andarilho das Estrelas do cantor e compositor Luiz Beleza. A intenção do videoclipe é mostrar um lado mais tranqüilo e poético do cantor e ampliar a divulgação de seu trabalho. Visando destacar a importância do videoclipe e de suas novas formas de veiculação, o referencial teórico discorre sobre sua história e linguagem.

**Palavras-chave:** Produção audiovisual; videoclipe; interatividade.



## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - PALETA DE CORES .....	28
FIGURA 2 - ESTAÇÃO FERROVIÁRIA (BROTAS-SP).....	29
FIGURA 3 - PARQUE DOS SALTOS (BROTAS-SP) .....	29
FIGURA 4 - CASA DAS MÁQUINAS (BROTAS-SP).....	30
FIGURA 5 - INSTALAÇÃO ARTÍSTICA NO MUNICÍPIO DE ÁGUEDA, PORTUGAL .....	31
FIGURA 6 - CENA DO FILME “DOGVILLE”, DE LARS VON TRIER .....	32
FIGURA 7 - COMPARAÇÃO DE CENÁRIOS: PONTE .....	35
FIGURA 8 - COMPARAÇÃO DE CENÁRIOS: TRILHO DE TREM .....	36
FIGURA 9 - COMPARAÇÃO DE CENÁRIOS: CASA DAS MÁQUINAS .....	37
FIGURA 10 - COMPARAÇÃO DE CENÁRIOS: ASAS .....	38
FIGURA 11 - VIOLÃO UTILIZADO NAS GRAVAÇÕES - ESTAÇÃO FERROVIÁRIA (BROTAS-SP) .....	39
FIGURA 12 - FIGURINO INICIAL DE LUIZ BELEZA.....	40
FIGURA 13 - FIGURINO DE LUIZ BELEZA NO COMEÇO DE SUA TRANSFORMAÇÃO.....	41
FIGURA 14 - FIGURINO FINAL DE LUIZ BELEZA .....	41
FIGURA 15 - FIGURINO DE LUIZ BELEZA, LOCAÇÃO ESTÚDIO.....	42
FIGURA 16 - TESTE DE FIGURINO .....	42
FIGURA 17 - CLIPE DE KNIGHT OF WANDS: ILUSTRAÇÃO PARA O USUÁRIO COLORIR .....	45
FIGURA 18 - INÍCIO DA INTERAÇÃO.....	46
FIGURA 19 - ETAPA DA ESCOLHA DA FOTO.....	46
FIGURA 20 - TELA ONDE O USUÁRIO REALIZA O SEU DESENHO .....	47
FIGURA 21 - PLANO DETALHE .....	48
FIGURA 22 - PLANO DETALHE.....	49
FIGURA 23 - CLOSE .....	49
FIGURA 24 - CENA GRAVADA EM ESTÚDIO (PLANO CONJUNTO).....	50
FIGURA 25 - CASA DAS MÁQUINAS – PARQUE DOS SALTOS (BROTAS- SP).....	52
FIGURA 26 - PARQUE DOS SALTOS (BROTAS-SP) .....	53
FIGURA 27 - ESTAÇÃO FERROVIÁRIA (BROTAS-SP).....	53
FIGURA 28 - CENA DO CLIPE <i>HER MORNING ELEGANCE</i> .....	58
FIGURA 29 - DESENHO FEITO NO QUADRO NEGRO.....	59
FIGURA 30 - COMPARAÇÃO DE COLORAÇÃO ANTES E DEPOIS DOS AJUSTES DIGITAIS .....	60
FIGURA 31 - TOTAL DE “CURTIR” DA PÁGINA ANTES DO PROCESSO DE DIVULGAÇÃO .....	70
FIGURA 32 - TOTAL DE “CURTIR” DA PÁGINA APÓS O PROCESSO DE DIVULGAÇÃO .....	71
FIGURA 33 - TOTAL LÍQUIDO DE CURTIDAS DA PÁGINA .....	71
FIGURA 34 - NÚMERO DE ALCANCE DAS PUBLICAÇÕES DURANTE O PERÍODO DE DIVULGAÇÃO.....	72
FIGURA 35 - NÚMERO DE ALCANCE DE TODAS AS ATIVIDADES DA PÁGINA DURANTE O PERÍODO DE DIVULGAÇÃO.....	72



FIGURA 36 - PROGRAMA SOM E PROSA DA TV UNESP (LANÇAMENTO ANDARILHO DAS ESTRELAS) .....	73
FIGURA 37 - PROGRAMA SALA D VISITA DA TV CLUBE/BAND.....	73
FIGURA 38 - PROGRAMA JORNAL DA RECORD DO CANAL RECORD NEWS.....	74
FIGURA 39 - PROGRAMA TODO SEU DA TV GAZETA.....	74
FIGURA 40 - TEASER DE DIVULGAÇÃO.....	75
FIGURA 41 - COMPARTILHAMENTOS ANDARILHO DAS ESTRELAS .....	75
FIGURA 42 - CANAL ANDARILHO DAS ESTRELAS NO YOUTUBE.....	76
FIGURA 43 – PÁGINA DE LUIZ BELEZA NO FACEBOOK.....	77
FIGURA 44 - SITE OFICIAL.....	77
FIGURA 45 - INSTAGRAM .....	78





## ÍNDICE DE TABELAS

TABELA 1 - CRONOGRAMA DA PRÉ-PRODUÇÃO .....	20
TABELA 2 - CRONOGRAMA DA PRODUÇÃO .....	21
TABELA 3 -CRONOGRAMA DA PRODUÇÃO .....	21
TABELA 4 - PLANILHA DE GASTOS .....	21
TABELA 6 - LISTA DE EQUIPE .....	56
TABELA 7 - CHECKLIST PRODUÇÃO .....	56
TABELA 8- QUADRO COMPARATIVO DA MARCA LUIZ BELEZA E CLIPE ANDARILHO DAS ESTRELAS:.....	65



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
<b>1 PROJETO</b> .....	<b>12</b>
1.1 PROPOSTA DE TRABALHO .....	12
1.1.1 Escolha do artista .....	12
1.1.2 Escolha da música .....	13
1.2 JUSTIFICATIVA .....	13
1.3 OBJETIVO.....	14
1.3.1 Geral .....	14
1.3.2 Específico .....	14
1.4 GÊNERO E FORMATO .....	14
1.4.1 O que é o Videoclipe?.....	14
1.4.2 História do Videoclipe.....	17
1.5 FORMA DE PRODUÇÃO.....	20
1.6 CRONOGRAMA.....	20
1.7 ORÇAMENTO.....	21
<b>2 RELATÓRIO DE PRODUÇÃO</b> .....	<b>23</b>
2.1 ROTEIRO.....	23
2.1.1 Sinopse .....	24
2.1.2 Descrição e perfil da personagem em videoclipe .....	24
2.1.3 Perfil da Personagem no videoclipe Andarilho das Estrelas... 25	
2.1.4 Direção de Arte.....	26
2.1.5 Aplicativo Interativo .....	42
2.2 PRÉ-PRODUÇÃO .....	48
2.2.1 Planos de enquadramentos .....	48
2.2.2 Câmeras .....	50
2.2.3 Iluminação.....	50
2.2.4 Áudio .....	51
2.2.5 Agendamentos .....	51
2.3 PRODUÇÃO.....	55
2.3.1 Planejamento de equipes .....	55
2.3.2 Fichas de produção .....	56
2.3.3 Captação de imagens e som .....	57
2.4 PÓS-PRODUÇÃO.....	58



2.4.1	Animação .....	58
2.4.2	Montagem e Coloração.....	59
<b>3</b>	<b>ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO .....</b>	<b>60</b>
3.1	A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO DE DIVULGAÇÃO .....	60
3.2	ESTRATÉGIA DE ANDARILHO DAS ESTRELAS .....	61
3.2.1	Marketing .....	61
3.2.2	Comunicação.....	62
3.2.3	Análise.....	63
3.3	OBJETIVOS DE MARKETING.....	66
3.4	ESTRATÉGIAS DE MARKETING.....	66
3.4.1	Posicionamento.....	66
3.4.2	Público – alvo .....	67
3.4.3	Comunicação.....	67
3.5	OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO.....	68
3.6	TÁTICAS DE MARKETING.....	68
3.7	RESULTADOS DA DIVULGAÇÃO .....	70
<b>4</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>79</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>80</b>
	<b>APÊNDICE A – ROTEIRO DO VIDEOCLÍPE.....</b>	<b>82</b>
	<b>APÊNDICE B – ROTEIRO INTERATIVO .....</b>	<b>84</b>
	<b>APÊNDICE C - <i>STORYBOARD</i> .....</b>	<b>85</b>
	<b>APÊNDICE D – AUTORIZAÇÃO DE IMAGEM.....</b>	<b>89</b>
	<b>ANEXO A – LETRA DA MÚSICA.....</b>	<b>90</b>
	<b>ANEXO B – AUTORIZAÇÃO PREFEITURA MUNICIPAL DE BROTAS .....</b>	<b>91</b>



## INTRODUÇÃO

O poder da imagem é por si só muito forte, quando unido então com a essência de uma boa canção, só tende a causar o que toda verdadeira obra de arte proporciona: um intenso encontro com si mesmo e sem limites, em uma esfera que nosso pensamento racional está longe de compreender. (MARQUES, 2004. p.18)

O videoclipe é um formato multifacetado, apresenta versatilidade e flexibilidade e é aberto a experimentações, rompendo com as estruturas clássicas e tornando-se uma atual referência para novos demais formatos audiovisuais. Sendo assim, sua realização permite abordar conhecimentos variados.

Este projeto tem como propósito principal apresentar a concepção e o planejamento de Andarilho das Estrelas, constituído por um videoclipe e um aplicativo interativo, bem como sua concretização sob a forma de um produto audiovisual. O desenvolvido ocorreu no ano de 2013 e representa o Trabalho de Conclusão de Curso dos alunos envolvidos.

Para realizar o projeto foi escolhida a canção Andarilho das Estrelas, interpretada por Luiz Beleza. A música faz parte do seu primeiro álbum intitulado “Chegou a Hora”, lançado em 2011, o disco mescla composições próprias, que transitam entre o pop/rock e a MPB, com regravações consagradas do cancionista brasileiro.



## **1 PROJETO**

### **1.1 PROPOSTA DE TRABALHO**

A proposta deste trabalho foi a criação e realização de um videoclipe e de um aplicativo interativo, tendo por base os conhecimentos adquiridos ao longo dos quatro anos do curso de Comunicação Social – Radialismo.

Durante as pesquisas realizadas chegou-se a conclusão de que para a produção de um videoclipe não existem regras a serem seguidas e sim uma liberdade para se buscar, nas diversas obras audiovisuais, referências e métodos.

Toda a criação dentro do projeto passou pela avaliação final do artista, pois era necessário que a obra atendesse às suas expectativas.

#### **1.1.1 Escolha do artista**

Luiz Eduardo tem 21 anos e ganhou o apelido de “Beleza” na infância. Quando ia à algum lugar fazia o sinal de positivo com o dedão para amigos e desconhecidos. Então começaram a chamá-lo de Beleza, apelido que foi agregado ao nome artístico.

Aos 10 anos ganhou seu primeiro violão. Estreou na música aos 14 anos, quando fundou, juntamente com seus amigos, a banda de rock “Inércia 42” e gravou um CD experimental cujo título é “Princípio Inercial”.

Nasceu em Santos, no estado de São Paulo, mas viveu em Manaus dos 2 aos 18 anos, por isso se considera um Manauara. No final de 2008 deixou a capital amazonense emudou-se com a família para São Carlos, no interior de São Paulo, e lá conheceu César Bottinha, que produziu e dirigiu seu CD “Chegou a Hora”. Cesar também tocou violões e guitarras e reuniu músicos como Marcos da Costa na bateria – que trabalhou com Maria Rita, Bocato e Cesar Camargo Mariano, Robinho Tavares no contrabaixo - que tocou com Ed Motta, Simoninha, e outros grandes instrumentistas.

A escolha de realizar o projeto com Luiz Beleza se deu pelo fato das integrantes já conhecerem e admirarem o seu trabalho. Desde 2011, Luiz estava investindo em sua carreira musical, já possuía CD próprio, realizava



shows por diversas cidades do interior paulista e participava de programas de televisão, como o programa Todo Seu, da TV Gazeta e Record News da TV Record.

### 1.1.2 Escolha da música

O CD “Chegou a Hora” possui 11 faixas, sendo duas delas regravações, e nove faixas na autoria do próprio Luiz, em parceria com familiares e amigos, ou da autoria de amigos. Luiz Já trabalhava a faixa “Mu ndo Cruel” nas rádios e programas de televisão. Assim, optou-se pela escolha de outra faixa com o objetivo de divulgá-la através do videoclipe. As idealizadoras do projeto ouviram as músicas e analisaram quais seriam as ideias de videoclipe possíveis para cada uma delas.

O público de Luiz Beleza estava acostumado a ouvir as músicas mais rápidas, com um ritmo de samba rock e pop. A escolha da música Andarilho das Estrelas se deu pela mensagem que a música traz. E por ser uma música mais calma, mostra para o público um lado mais poético do cantor, ressaltando assim sua versatilidade.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O videoclipe é hoje um dos mais populares formatos audiovisuais. É uma arte nova, com aproximadamente 40 anos de existência. Um produto inicialmente criado para ajudar a divulgar a música na televisão e que acabou tornando-se tão significativo, que ganhou um canal próprio, a MTV - *Music Television*. Atualmente, ele segue o mesmo propósito de divulgação da música/cantor(a), entretanto, com sua evolução midiática, conquistou outras plataformas, deixando de ser um produto unidirecional. Assim, possui um intenso potencial de distribuição. O clipe se difunde na internet em sites como *YouTube* e *Vimeo*, redes sociais e blogs.

O videoclipe realizou mudanças no mundo fonográfico desde seu surgimento. Muitas vezes o telespectador passa a acompanhar o videoclipe, não apenas pela música, mas pela produção audiovisual que a canção desencadeou. Hoje a revista americana *BillBoard*, que é referência para o



mercado fonográfico, usa como um dos critérios de classificação da Hot 100 – ranking das músicas mais ouvidas, as visualizações de vídeo e faixas de áudio oficiais no *YouTube*.

Pelo fato de ter curta duração, o videoclipe proporciona espaço para experimentações. Oferece inúmeras possibilidades de criação devido ao seu formato livre e multifacetado, além de ser um formato de baixo custo.

Através do videoclipe, espera-se também a contribuição para a expansão das produções locais divulgando o produto para dentro e fora do Estado de São Paulo, alcançando rumos nacionais e internacionais através da veiculação pela internet.

### 1.3 OBJETIVO

#### 1.3.1 Geral

Adquirir conhecimentos práticos e abrir espaço para a experimentação; para isto propomos a realização do videoclipe e aplicativo de videoclipe interativo da música Andarilho das Estrelas do cantor e compositor Luiz Beleza.

#### 1.3.2 Específico

Produzir um videoclipe de qualidade, através da interação teórica a prática.

Divulgar o trabalho desenvolvido por Luiz Beleza através de uma ou mais mídias audiovisuais, como televisão e internet.

Exibir o conteúdo produzido em festivais e mostras audiovisuais.

### 1.4 GÊNERO E FORMATO

#### 1.4.1 O que é o Videoclipe?

O videoclipe é um formato multifacetado, apresenta versatilidade, flexibilidade e é aberto a experimentações, rompendo com as estruturas clássicas e tornando-se uma atual referência para novos demais formatos audiovisuais.



Podemos caracterizá-lo por apresentar grande fragmentação imagética e uma despreocupação com a narrativa, ou por apresentar a mesma de forma básica e simples. O videoclipe acaba sendo uma forte marca da cultura contemporânea e segundo Thiago Soares em seu livro “Videoclipe: o Elogio da Desarmonia”, ele acaba tendo todas as características que o aproximam das definições pós-modernistas.

As várias estéticas do videoclipe seriam, pois, uma espécie de versão resumida e específica do estilo pós-modernista, compreendendo num universo mais circunscrito as linhas mestras definidoras do pós-moderno (o hibridismo, o pastiche, a hiperrealidade, o descentramento, a fragmentação, a volta de algumas formas tradicionais de representação, o desencaixe entre os seus vários elementos, a coleção desordenada, com certo apelo da nostalgia, a constituição de uma história e uma tradição *pop*). (SOARES, 2012, p.12)

Como também afirmou Steven Connor:

O vídeo exemplifica de maneira particularmente intensa a dicotomia pós-moderna entre estratégias disruptivas de vanguarda e os processos mediante os quais essas estratégias são absorvidas e neutralizadas. (CONNOR, 1993, p. 129)

Sua denominação acaba sendo autoexplicativa; derivado da palavra *clipping*, que tem como significado recorte de jornal, pinça ou grampo, representando assim uma das fortes características do videoclipe, a edição, o recorte e colagem de imagens em forma de narrativa em vídeo. Segundo Thiago Soares, no início o clipe era rápido e instantâneo, com prazo de validade, enquanto esforço para divulgação musical. A particularidade marcante do videoclipe eram imagens frenéticas, sem a obrigação de contar uma história linear. Ele vinha com o papel publicitário, de “vender” a música e o artista.

Além da não linearidade da narrativa, esse formato não apresenta a necessidade de ser uma tradução fiel da música. Há possibilidade da utilização de imagens que tenha alguma relação intersemiótica com a canção, que não esteja explícito; como também o criador do videoclipe possui a liberdade de elaborar uma narrativa que se relacione em maior ou menor grau com a letra da música. Não há uma narração obrigatória, ele pode tanto usar imagens,





como apoio a letra, como também pode ser contrário a ela; como já dito anteriormente, é um formato totalmente voltado para a experimentação.

O videoclipe usa técnicas da publicidade e do cinema, uma vez que ele tem um formato televisual e também a intenção de promover a música e o artista, não deixando assim de ser uma peça de divulgação publicitária também. Como afirma Valéria Brandini:

Os videoclipes tornaram-se um novo referencial para a apreciação estética da música associada a uma forma de oferecer um produto ao consumo. Inegavelmente, pela indústria fonográfica, vídeos musicais são formas de exposição de um produto que está à venda, um apelo ao consumo. Sua estética une técnicas apuradas do cinema e da publicidade, a liberdade de criação de *filmmakers* e um universo simbólico que visa à expressão do sentido da canção e da personalidade do artista. (BRANDINI, 2006, p. 04)

A única regra existente na elaboração de um videoclipe é que a música é o suporte fundamental, uma referência e o limite de imagens na formatação do mesmo. Com essa grande liberdade, o videoclipe também pode absorver a linguagem de outro formato, como podemos notar no videoclipe da música “A minha alma”, da banda O Rappa. O produto traz a linguagem de documentário para o videoclipe, que fala de cultura periférica e violência, e tornou-se uma referência para filmes. Não só no Brasil, mas também no mundo, a utilização da linguagem de documentário para videoclipe se faz presente; o clipe de *Boom*, da banda *System of a Down*, dirigido pelo *Michel Moore*, não apresenta imagens da banda, apenas imagens de manifestações anti-bélicas de vários lugares do mundo. Esses modelos dados reforçam uma das características dos videoclipes, eles podem espelhar o que acontece, falar sobre o cotidiano, o contexto histórico no qual está inserido.

Também podemos ter o inverso, a linguagem do videoclipe sendo absorvida por outros formatos. Um exemplo é o filme “Corra Lola Corra”, de Tom Tykwer, no qual o roteiro justapõe três possibilidades de narrativa para o filme, misturando linguagens de vários formatos audiovisuais como cinema, videoclipe, videogame, música e animação. A linguagem de videoclipe mostra-se fortemente presente, uma vez que a música condiz com o ritmo do filme, completa as ações, narram os sentimentos da personagem e até mesmo



passam mensagens a mesma, há um jogo de câmera e imagens, reforçando o ritmo do filme e também não apresenta a linearidade.

Como situa Aumont, “as imagens provocam processos emocionais incompletos”, muitas pessoas não se lembram do que aconteceu, mas lembram-se das imagens do que houve. A imagem deve ser utilizada como uma memória afetiva, não necessariamente a memória de quem viveu efetivamente a situação, mas deve gerar a sensação de ver e ouvir aquela música, e estar inserido na mesma, “estar” no som, como afirma Thiago Soares. A utilização de imagens, mesmo sem linearidade, e mesmo contrárias a narrativa da música, faz com que o espectador de alguma maneira se sinta inserido naquele contexto, faz com que a música não seja apenas ouvida, seja associada a um conjunto de imagens, faz com que a música também seja vista.

Além de ser uma quebra de paradigmas, o videoclipe transformou o modo de consumir uma música. A música não é somente para ser ouvida, mas também para ser vista, justificando a tendência audiovisual da cultura contemporânea, a tendência da união do som e da imagem. Cada vez mais com aparatos tecnológicos, o videoclipe acompanha essa transformação constante da tecnologia de produção e circulação de bens simbólicos. Atualizando-se e aprimorando suas narrativas para acompanhar esses avanços, e toda essa falta de conexão e linearidade, com a combinação de recursos artísticos, foi o que gerou a linguagem própria do videoclipe e é o que faz com que cada vez mais ele se firme como um formato, mesmo ainda novo, porém que já influencia formatos como a televisão e o cinema.

#### **1.4.2 História do Videoclipe**

Estudiosos afirmam que o primeiro videoclipe internacionalmente produzido foi *Bohemian Rhapsody*, da banda *Queen*, em 1975. O que o caracteriza como videoclipe verdadeiramente é que ele foi produzido intencionalmente com o objetivo de divulgar o disco da banda; e com a exibição freqüente do videoclipe de *Bohemian Rhapsody* no programa *Top of the Pops*, da rede BBC, esse objetivo foi alcançado, e o disco chegou ao topo de vendas.



Já em território brasileiro, o primeiro videoclipe exibido foi “América do Sul”, música interpretada por Ney Matogrosso, com direção de Nilton Travesso. O videoclipe foi ao ar em 1975, pelo programa Fantástico, da Rede Globo.

Apesar de ter se tornado um produto de massa apenas a partir da década de 1980, é importante inserir o videoclipe em um contexto anterior, quando novas formas de comportamento social começaram a surgir, preparando os indivíduos para o aparente excesso informacional que estrutura o videoclipe desde seu cerne.

A virada do século XIX para o século XX fez com que houvesse uma grande mudança na paisagem urbana, os centros urbanos passaram a ter um grande crescimento populacional, junto com o advento de aparatos tecnológicos, essa virada resultou em uma mudança radical na experiência sensorial dos indivíduos. Para suprir a necessidade de individualização do homem, passa a oferecer entretenimento dentro dos seus próprios lares.

Junto com outros elementos, esse cenário de mudanças tecnológicas e culturais consolida, no século XX, o excesso de informação oferecendo múltiplas experiências sensoriais e a experiência de consumo individualizada da televisão. E é esse excesso de informação que o videoclipe nasceu para suprir.

As tecnologias de reprodução visual e sonora foram criadas separadamente, entretanto, em pouco tempo passaram a ser usadas juntas, como elementos complementares do audiovisual. Partindo dessa análise, temos o cinema como o pioneiro nessa fusão. Desde o cinema mudo, descobriu-se a necessidade de atrelá-lo a música, para isso orquestras complementavam a experiência visual das sessões noturnas de filmes. Não demorou a tornar realmente efetiva a união entre imagem e som, através do considerado primeiro filme falado *The Jazz Singer*, de Alan Crosland. Segundo Thiago Soares:

A ideia de sincronização da música e da imagem é um princípio basilar do que “veio a se chamar videoclipe” e necessário para elencar o início de sua trajetória. Nas projeções cinematográficas do início do século XX, a música acompanhava as exibições, sendo que até “a escolha da partitura estava relacionada ao teor das imagens apresentadas. (SOARES, 2004, p. 14)



O videoclipe, sem dúvida, recebe essa herança da sétima arte, entretanto a música exerce um papel bem maior do que no cinema, no videoclipe música e imagens acabam sendo interdependentes, não há hierarquização de nenhum dos dois elementos.

Com o advento da gravação com armazenamento de áudio e vídeo, e o surgimento da televisão na década de 40, esse novo formato acaba encontrando no ambiente televisivo um local propício para ser disseminado. Entre a década de 50 e 60, a televisão estava se consolidando nos países ocidentais e, através dos seus programas de auditório, conseguia agradar as novas gerações, consumidoras do pop e rock, através de atrações dos principais artistas do momento, como *Elvis Presley* e *The Beatles*. A televisão passou a ter um importante papel de divulgação dos ritmos musicais e seus artistas.

A indústria fonográfica encontrou um lugar para a divulgação de suas bandas, e a partir de então começa a se firmar como um formato e começou ganhar autonomia. Em 1º de Agosto de 1981 surge um canal totalmente voltado para esse formato, a MTV – *Music Television*, apresentando como o primeiro videoclipe *Video Killed the Radio Star*, do banda *The Buggles*.

A MTV cresceu por todo mundo, e com o videoclipe cada vez mais consolidado, os investimentos nas produções começaram a aumentar, principalmente nas produções para grandes artistas, como é o caso de *Thriller* que foi produzido no ano de 1983, estrelado pelo cantor pop Michel Jackson, foi dirigido por John Landis. *Thriller* trouxe várias características de superprodução cinematográfica, e fez alusão ao cinema ao explorar o universo dos filmes de terror; além da inovação na aplicação de efeitos especiais, maquiagem, figurino e coreografia. Após nove anos surgiu a MTV Brasil, assim o videoclipe conquistou de vez seu espaço no território brasileiro.

O fortalecimento de novas mídias, de novas tecnologias da informação, trouxe ao videoclipe oportunidade de mudança de plataforma. A partir do ano 2000, com o surgimento do *YouTube*, o videoclipe ganha força na internet e a utilização dessa nova plataforma tomou uma proporção tão grande, que as





Produção												
Orçamento												
Visita à locação												

Tabela 2 - CRONOGRAMA DA PRODUÇÃO

ATIVIDADES	MESES											
	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez	jan
Compras/ Empréstimos												
Gravações												

Tabela 3 -CRONOGRAMA DA PRODUÇÃO

ATIVIDADES	MESES											
	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez	jan
Captura das imagens												
Edição												
Videografismo												
Programação Aplicativo Interativo												
Divulgação												
Lançamento do videoclipe												
Lançamento App interativo												
Produção de relatório												
Distribuição de DVDs												

## 1.7 ORÇAMENTO

Os custos finais do projeto estão apresentados na tabela IV - *Planilha de Gastos*.

Tabela 4 - PLANILHA DE GASTOS

Alimentação	R\$	201,50
Arte	R\$	494,90
Equipamentos	R\$	700,00
Maquiagem	R\$	43,50
Produção	R\$	48,00



Reprodução e Cópias em DVD	R\$	144,00
Transporte	R\$	400,00
Total	R\$	2.031,50



## 2 RELATÓRIO DE PRODUÇÃO

### 2.1 ROTEIRO

A primeira etapa do projeto foi a criação do roteiro. E, para isso, foi discutido inicialmente qual seria a mensagem a ser transmitida pelo videoclipe. Para isso, foi perguntado ao Luiz Beleza, qual sentimento a musica transmitia e o que significava para ele. A musica foi ouvida inúmeras vezes e a partir daí as integrantes anotavam significados e ideias. Partindo da resposta do Luiz Beleza e dessas anotações sobre o significado da música, as idéias foram norteadas.

Chegou-se à resposta de que a musica fala sobre a valorização da vida simples em oposição aos bens materiais. E o período Artístico à que foi remetida é o Arcadismo. Por isso buscou-se para servir de cenário para Andarilho das Estrelas, locações com paisagens naturais.

Podemos ressaltar como uma característica marcante do videoclipe a ausência de narrativa. Muitas vezes, as imagens não obedecem auma lógica e são transmitidas aleatoriamente. O seu público está preparado para receber asimagens de forma desorganizada e está aberto às várias interpretações e leituras que o clipe proporciona. Como afirma Arlindo Machado:

O videoclipe, entretanto, pode dispensar inteiramente o suporte narrativo e o seu público já está preparado para aceitar as imagens sem nenhum significado imediato, sem qualquer denotação direta, sem referência alguma no sentido fotográfico do termo, desde que o seu movimento seja harmônico com o da música. (MACHADO,1995, p. 170)

Em Andarilho das Estrelas não existe uma narrativa lógica, porém existem elementos que levam à ideia de busca pela simplicidade, resgate da vida simples. Essa interpretação pode ser feita através da observação do cenário, que é uma paisagem natural; da desconstrução do figurino de Luiz Beleza; e pela simplicidade dos desenhos, em 2D, apenas usando preto e branco.





### **2.1.1 Sinopse**

Andarilho das Estrelas conta a história de um homem que decide “jogar tudo para o alto” e viver a vida de uma maneira simplória, sem todos os luxos e agregado ao mesmo todo o caos que a urbanização acaba trazendo.

Com exaltação de belas paisagens, e forte presença do bucolismo, Andarilho das Estrelas é um videoclipe, da música homônima, do cantor brasileiro Luiz Beleza.

Ao início do videoclipe temos a apresentação do cantor Luiz Beleza, como personagem ainda urbanizado. Ao entrar em contato com paisagens e belezas naturais, paisagens essas que Luiz havia entrado em contato somente através do mundo lúdico, da sua imaginação. O músico passa a se familiarizar com aquele ambiente natural, o qual torna-se, ao longo da narrativa e principalmente em seu desfecho, intrínseco a ele.

Através de belas paisagens e desenhos, o videoclipe Andarilho das Estrelas é leal a canção, explora um lado poético, cultiva a busca pela felicidade e evolução pessoal.

### **2.1.2 Descrição e perfil da personagem em videoclipe**

Nenhuma produção é capaz de apresentar a totalidade de uma realidade, mas apenas um fragmento desta. Obras maiores conseguem sugerir o todo com maior eficiência, enquanto as menores não conseguem um aprofundamento psicológico desta maneira, uma vez que não apresenta tempo hábil para a familiarização e reconhecimento por parte do telespectador, que é o caso do formato do videoclipe.

As narrativas com maior ocorrência em videoclipes são:

- a) Performances de Bandas: temas dos primeiros vídeos musicais, que provinham de apresentações em programas televisivos ou os próprios shows dos artistas.
- b) Com personagens externos a bandas: geralmente são videoclipes que apresentam sequências mais lineares, gerando histórias na ordem tradicional do audiovisual, com início, meio e fim.



- c) Que retratam os membros da banda enquanto personagens: os integrantes são inseridos dentro de um cenário especial, representando personagens ou eles próprios. Pode ser intercalado com momentos de interpretação e performáticos dos músicos.
- d) Experimentais (Videoarte): narrativas que apresentam imagens desconexas entre si; não possui o compromisso de mostrar o artista.
- e) Híbridos: mistura de um, ou mais, classificações citadas acima

### **2.1.3 Perfil da Personagem no videoclipe Andarilho das Estrelas**

A mente humana é dividida em ego, id e superego. O id representa os nossos desejos inconscientes; o ego é o nosso contato com a realidade objetiva do mundo, onde estão as memórias, pensamentos e sentimentos, a parte consciente da mente. O superego entra como sensor de conduta, os valores do que é certo e errado, os valores que adquirimos vivendo em sociedade. Como afirma Freud (1933, p.67): “Defensor da luta em busca da perfeição – o superego é, resumindo, o máximo assimilado psicologicamente pelo indivíduo do que é considerado o lado superior da vida humana”.

No videoclipe Andarilho das Estrelas, escolhemos como narrativa retratar o músico enquanto personagem, compositor. Portanto a personagem central do videoclipe é o próprio cantor Luiz Beleza. Ao usar a figura de Luiz como personagem, conseguimos explorar um lado tranquilo e poético do cantor, que entrava em total harmonia com a letra da música, como também conseguimos explorar, com a contribuição de elementos como os cenários, toda a brasilidade de Luiz.

Ao explorar a imagem de Beleza no vídeo, também conseguimos disseminar sua figura. Uma vez que o videoclipe surgiu como divulgador da música e da banda/músico, conseguimos tornar Luiz Beleza, ainda no início de sua carreira musical, conhecido pelo público ao utilizar sua imagem no videoclipe.

A narrativa é marcada por um momento de transição na vida e personalidade de Luiz Beleza. Ele, enquanto personagem é caracterizado por ser um executivo totalmente urbanizado, que vive o universo caótico de uma



grande metrópole. Podemos classificá-lo como o pícaro, que é a representação do humano, da contradição, do sobrevivente que está inserido em um sistema maior que o oprime e, mesmo assim, ele luta para sobreviver, para alcançar a satisfação de suas necessidades mais simples.

O herói épico é o sonho de o homem fazer a sua própria história; o herói trágico é a verdade do destino humano; o herói trivial é a legitimação do poder vigente; o pícaro é a filosofia da sobrevivência feita gente. (KLOTHE, 1987, p.15)

O começo do vídeo é Luiz chegando ao mundo novo, o mundo que antes ele só via em seu imaginário, que podemos classificar como ID. De início ele ainda está caracterizado como um executivo, não está inserido ao mundo novo, no entanto, ao longo do videoclipe, ele vai se familiarizando, percebendo em seu imaginário, pontuado no videoclipe através das animações, que ele pertence a esse novo mundo, e decide jogar tudo para o alto para ficar naquele lugar, onde ele encontra a real felicidade; é nesse momento que seu superego falha, não censura seu ego e não detém os impulsos do ID.

O personagem passa por um processo psicológico ao longo do videoclipe, um processo de desapego ao material, de desconstrução, marcado materialmente pela alteração de figurino. Um processo em que ele passa a viver na sua essência, canalizando as energias da natureza e necessitando apenas do que é mais simples para viver.

#### **2.1.4 Direção de Arte**

A direção de arte do videoclipe Andarilho das Estrelas foi pensada a partir do estilo musical do cantor Luiz Belezinha, e de acordo com as sensações que a música escolhida para o videoclipe trazia.

O videoclipe apresenta uma não linearidade, como já citado anteriormente, entretanto, seguindo o roteiro, a Direção de Arte apresentou uma sequência, uma desconstrução da personagem, que ao longo do clipe “joga tudo para o alto” e aproxima-se cada vez mais da vida na natureza, em meio ao que lhe faz bem.



Seguindo essa perspectiva a Direção de Arte do videoclipe foi pensada para seguir dois mundos, o mundo imaginário de Luiz Beleza, no qual ele sonha com um mundo novo, e o mundo real ideal, o qual a música Andarilho das Estrelas cita, o mundo onde o cantor não está preso as amarras sociais.

Para a representação desse mundo ideal, optou-se por locações bucólicas, com belas paisagens, com muito verde e que resultasse em uma imagem que transmitisse paz ao espectador.

Mistura do amarelo e do azul, contém a dualidade do impulso ativo e a tendência ao descanso e relaxamento. (...) Verde vem do latim *viridis*. Simboliza a faixa harmoniosa que se interpõe entre o céu e o Sol. Cor reservada e de paz repousante. (FARINA, 2006, p. 101)

Já para representar o mundo lúdico, do imaginário, pensou-se em utilizar como base as cores preto e branco, como um sonho, o objetivo era utilizar cores que realmente levassem o espectador a outro patamar do seu subconsciente. A maneira como foi realizada a iluminação aliado ao quadro negro de fundo, fez com que o foco principal estivesse nos desenhos e no cantor, Luiz Beleza, localizado no centro dele.

Duas variações televisivas do estilo neutro são: camafeu e limbo (...). O camafeu é um fundo preto, um vazio aparentemente infinito. Um cenário neutro obviamente focaliza o interesse da audiência no sujeito. (BONASIO, 2002, p. 321)

Além desse referencial, também optou-se pela estética do preto e branco para conversar com a arte do CD e material de divulgação do cantor. Toda a arte do primeiro CD "Chegou a Hora" de Luiz, como todo seu material fotográfico, de divulgação e site, segue essa estética. Assim optou-se em manter essa marca, esse diálogo entre todas as plataformas, para haver um ponto de identificação.

Com isso temos duas paletas de cores em dois momentos do clipe, temos a paleta de cores do mundo real e a do mundo imaginário.

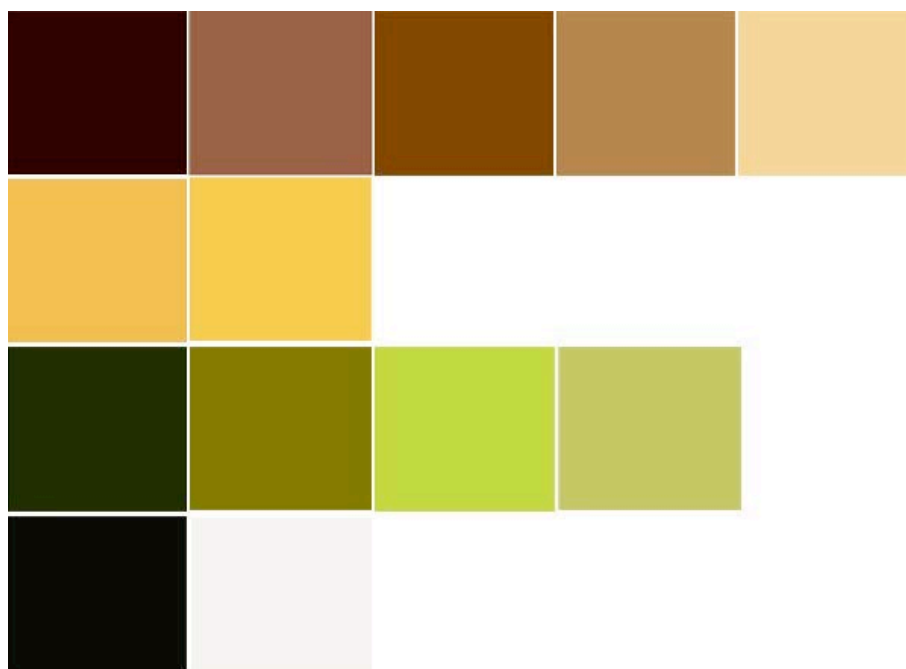


Figura 1 - Paleta de Cores

#### 2.1.4.1 Cenário

As locações são divididas em três categorias. A primeira sequência apresentada, gravada na locação da estação ferroviária da cidade de Brotas, tem a representação da chegada de Luiz Beleza ao “novo mundo”, um mundo bucólico.

Nessa sequência foi necessário para arte o trilho de trem, principal personagem para caracterizar o “mudar de rumo”. Pensando nessa caracterização da estação ferroviária como personagem da música, os pensamentos de Luiz Beleza estavam presentes nela; ao longo da linha do trem, algumas palavras apareciam escritas no muro, conforme Luiz caminhava. Um início da mistura do real com o lúdico.



Figura 2 - Estação Ferroviária (Brotas-SP)

A segunda locação apresentada é o Parque dos Saltos, também localizado em Brotas. O Parque que é aberto à população e é envolto por paisagens as quais levaram Luiz Beleza para uma segunda categoria, o mundo onde as coisas mais simples possuem maior valor. Para caracterizar esse novo mundo, nada melhor que natureza, como plantas, quedas de água, uma casa simples, dentre outras cenas apresentadas ao longo do clipe.



Figura 3 - Parque dos Saltos (Brotas-SP)

Dentro do Parque do Salto algumas locações foram selecionadas para o clipe. As quedas de água da cachoeira, representada na imagem acima, uma



ponte que liga a Casa das Máquinas ao Parque, e a própria Casa das Máquinas, uma das locações mais utilizadas durante as gravações.



Figura 4 - Casa das Máquinas (Brotas-SP)

A terceira categoria apresentada é a locação do estúdio da UNESP, em Bauru. Essa locação nasceu para transmitir o que se passa na cabeça do cantor, o mundo imaginário, com o que ele sonha. Esse mundo lúdico conversa ao longo do clipe com as paisagens reais, que ele consegue alcançar.

Para trazer o viés da imaginação, muitas hipóteses de cenário foram pensadas. Uma das primeiras ideias foi inspirada em uma instalação pública, que para alguns críticos está entre as dez instalações de arte mais impressionantes de 2013, realizada no município de Águeda em Portugal durante o festival de movimentações artísticas *AgitÁgueda*; a obra, feita pela artista Patrícia Almeida, era composta por diversos guarda-chuvas coloridos que encontravam-se cobrindo uma rua da cidade, em um jogo de cor e luz impressionantes, uma vez que a sombra feita pela instalação também fazia parte da concepção artística.



Figura 5 - Instalação artística no município de Águeda, Portugal  
Fonte: Internet

Usando essa concepção teríamos um efeito de que adereços simples, como um guarda-chuva que faz parte do nosso cotidiano, podem resultar em uma incrível proposta artística. Entretanto o problema ficava justamente por conta da iluminação, do jogo de luz e sombra que esses objetos traziam, e que poderiam atrapalhar e dificultar a concepção de iluminação pensada para o clipe.

Depois de várias possibilidades, a junção de muitas ideias e o aprimoramento das mesmas, foi idealizada o que seria mais simples e que mais entraria em sintonia com a proposta do trabalho. Os desenhos feitos em lousa com giz. Essa ideia leva o espectador a um mundo irreal, um mundo onde tudo pode ser imaginado, um mundo onde você pode encontrar a felicidade plena, como a música diz.

Com grande inspiração no referencial estético do filme *Dogville* (2003), do diretor Lars von Trier, o qual tem como cenário apenas uma planta baixa. O longa-metragem passa-se em um galpão que é a cidade de “Dogville”, com um chão negro onde não há paredes nem portas, apenas riscas de giz que os representam no cenário, o qual é montado apenas com objetos e pela sua iluminação, que faz com que o dia pareça ensolarado, frio, noite ou dia.





Figura 6 - Cena do filme “Dogville”, de Lars von Trier  
Fonte: Internet

O cenário minimalista do filme buscava possuir o mínimo de recursos e elementos, com um número limitado de cores. Foi esse recurso pensado para o mundo imaginário de Luiz Belezza. A intenção da terceira locação do clipe, a locação do estúdio, era representar os pensamentos do cantor, era fazer a ligação do mundo imaginário com o mundo real e um lugar bom para se viver, o qual a música Andarilho das Estrelas falava.

Seguindo o propósito minimalista, no qual “Mais” viria a significar “Menos”, tal como se refere Barbara Rose em “ABC Art” (Rose, 1965: 277), esse “Menos” acaba fundamentando o movimento, essa estratégia simplificadora e “minimalizadora”, muito presente na concepção do cenário em preto e branco, no qual o foco é o “sonhar”, no qual o foco é o imaginário. Podemos então concluir que o cenário da locação do estúdio foi uma mistura das estéticas Minimalista e Surrealista; ele provou por si só que “menos é mais” em todos os aspectos da arte, desde a composição do cenário até o figurino, que tem como fim o encontro da forma no seu estado puro; e ao mesmo tempo teve forte presença Surrealista, ao não apresentar um limite entre o imaginário e o real, ao fundir esses dois mundos.

Analogamente, com o minimalismo os objetos são condicionados pela apresentação dos seus elementos mínimos, minimamente essenciais, o que também se traduz na própria cor, doravante uniforme e marcadamente neutra (...) para não desviarem a atenção sobre a forma e para ainda a condicionarem. (FLORES, Victor, 2007, p. 30)



Para enfatizar ainda mais esse efeito, os desenhos iam formando-se ao longo do clipe, como se fosse a imaginação de Luiz criando esses espaços.

Esses mesmos desenhos que se formavam eram cenas de lugares reais que Luiz Beleza visitava ao longo do videoclipe, como se fossem lugares de sua mente que se tornavam reais, ou lugares reais que entravam em sua mente. A intenção foi seguir algumas das características do movimento Surrealista, iniciado na década de 20, onde não há um limite entre o real e o imaginário, onde esses dois mundos encontram-se fundidos em um só pensamento, nos significados subconscientes de Luiz.

Para obter o efeito da ação do pensamento do cantor, como já dito anteriormente, seria necessário usar o efeito de animação nessa terceira estética. Em um primeiro momento, a ideia seria usar placas em MDF pintadas com tinta esmalte fosco na cor preta. A intenção seria fazer os desenhos com giz, usando a técnica do *Stop Motion* que se caracteriza por animar um objeto fotografado quadro a quadro, uma disposição sequencial de fotografias diferentes de um mesmo objeto.

A história da animação é particularmente significativa na demonstração de como a relação entre a técnica e estética na produção visual da arte é indissolúvel e vital – simplesmente uma não existe sem a outra. (LUCENA, 2001, p. 28)

No caso o desenho iria se formando linha a linha, o que no final nos daria a sensação do movimento. É a animação tradicional, desenhada a mão, sendo a mais velha historicamente e a mais popular, para sua realização é necessário preparar 24 fotogramas.

A síntese de movimento se explica por um fenômeno psíquico (e não óptico ou fisiológico) descoberto em 1912 por Wertheimer e ao qual ele deu o nome de fenômeno phi: se dois estímulos são expostos aos olhos em diferentes posições, um após o outro e com pequenos intervalos de tempo, os observadores percebem um único estímulo que se move da posição primeira à segunda. (MACHADO, 1997, p.20)

Entretanto, por conta do curto tempo que a equipe teria para utilizar a locação do estúdio, seria inviável realizar todos os desenhos usando essa



técnica de maneira rudimentar, ou seja, como ela era utilizada quando surgiu. Foi aí que nasceu a ideia de gravar o desenho pronto, junto com Luiz Beleza cantando o trecho da música. As animações seriam feitas virtualmente, através de softwares. Desta forma a estética da imagem se formando foi mantida, como se o telespectador tivesse entrado na mente do cantor, e pudesse acompanhar seus pensamentos se formando, além de se obter um efeito visual mais polido, uma vez que vários ajustes foram feitos na imagem, principalmente no quadro negro que, por conta do pó do giz, manchava facilmente.

Foi um total de quatro desenhos feitos utilizando essa técnica. O primeiro apresentado, após a letra da música citar “um espaço sem cor”, foi a ponte, a mesma localizada em Brotas e apresentada na cena anterior ao desenho.

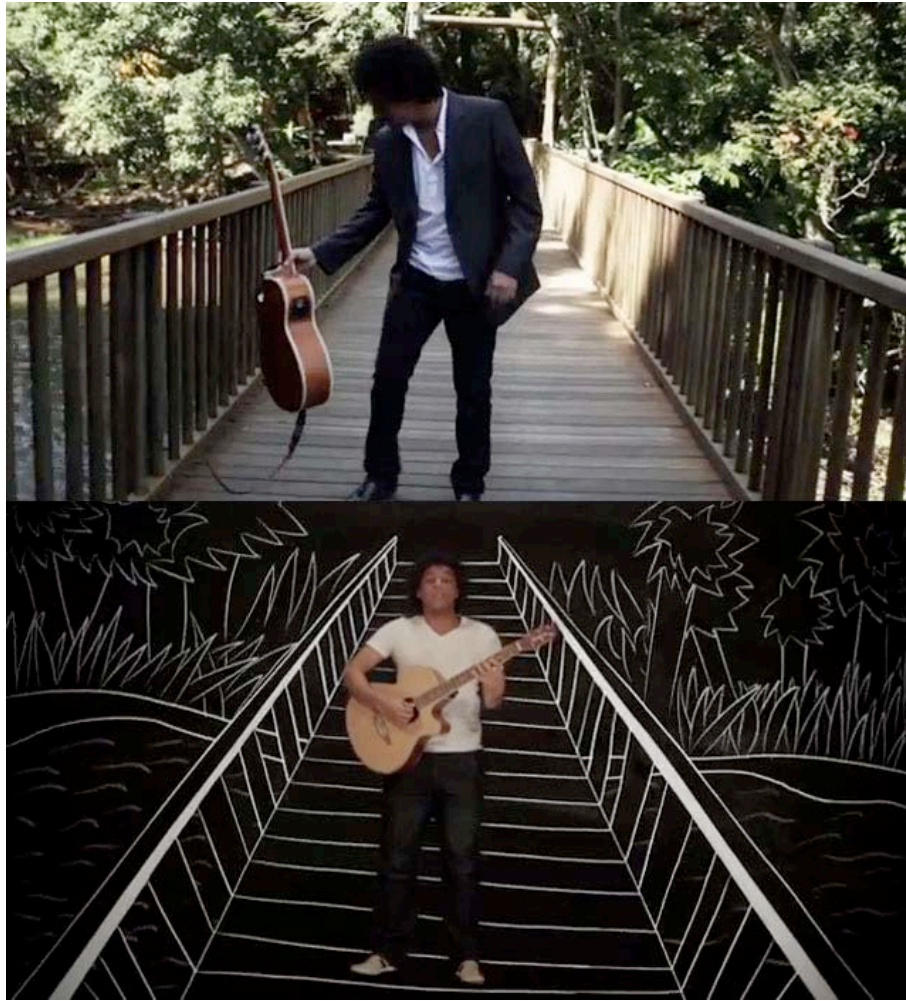


Figura 7 - Comparação de cenários: Ponte

A segunda figura apresentada em forma desenho é a locação da Estação Ferroviária de Brotas, a primeira locação apresentada, na primeira cena do videoclipe.



Figura 8 - Comparação de cenários: Trilho de trem

O terceiro desenho formado é a Casa das Máquinas, localizada no Parque dos Saltos, lugar onde se passa grande parte do clipe.



Figura 9 - Comparação de Cenários: Casa das Máquinas

E o quarto e último desenho apresentado são as asas de Luiz Belez, uma marca que já vem da capa do seu primeiro CD “Chegou a Hora”. Mais uma forma do videoclipe dialogar com os trabalhos de Luiz Belez e criar identificação, além da asa ser uma representação da fuga para um novo mundo, a vontade de mudar de vida.



Figura 10 - Comparação de cenários: Asas

#### 2.1.4.2 Produção de Objetos

A produção de objetos para o videoclipe Andarilho das Estrelas foi totalmente minimalista. Partindo da premissa de que a personagem deveria “jogar tudo para o alto” optou-se por um cenário limpo, explorando apenas as belezas naturais, sem a necessidade de adornos. Por isso, em concordância com a narrativa que foi criada, acreditou-se que seria necessário um único objeto, o violão. O mesmo, que além de auxiliar Luiz ao cantar, também tem a representação poética, da música, da valorização do que já de simples.

O violão utilizado em todas as gravações, nas duas locações, foi emprestado por uma loja de instrumentos musicais de Bauru. Para a escolha do objeto, sua cor, formato, também foi levado em consideração a temática, foi



pensado em um modelo mais simples, sem muitos apetrechos e sofisticções, para assim ir de encontro ao que a narrativa pedia.



Figura 11 - Violão utilizado nas gravações - Estação Ferroviária (Brotas-SP)

#### 2.1.4.3 Figurino

O signo por natureza é arbitrário, entretanto a roupa abarca um conjunto de constituintes geradores de significados que não podem ser visto de maneira explícita. A roupa é um código cultural, encena algo, está em diálogo com quem a veste e onde ela atua. De forma que a escolha por um figurino, dentro de uma trama ficcional de um videoclipe, apresenta uma dinâmica conceitual, várias traduções estéticas, que podem ser aproveitadas para o posterior consumo desse artista, para deixar sua marca.

O figurino eleito para Luiz Beleza também seguiu a estética minimalista. As cores foram pensadas de forma que ele se destoasse do mundo real, nas locações paisagísticas, uma vez que em meio a um mundo cheio de cores ele estaria usando preto e branco.

Ao mesmo tempo, no mundo imaginário, marcado pelo preto e branco também, Luiz Beleza estaria inserido, afinal o mundo imaginário pertencia a ele.

O figurino entrou como um personagem no clipe, uma vez que ele foi evoluindo ao longo da narrativa, de acordo com a canção.





Luiz Beleza começa o clipe usando uma calça jeans de lavagem escura, camisa social branca, terno preto e sapato social; uma indumentária totalmente urbana e requintada, muito comum em grandes centros nos quais, normalmente, não se vê paisagens, nem o verde, sendo tudo muito escuro e carregado.

A caracterização de Luiz vai mudando desde sua chegada no “mundo novo”, na primeira sequência do trilho do trem, até o final do clipe. Há ao longo da narrativa uma descaracterização da personagem, na qual Luiz vai tirando o terno, sapato, arregaçando as mangas da camisa e a calça. Pela paleta de cores, como já dito, não há conexão entre Luiz e a natureza, ao início do clipe. No final da narrativa, o cantor já decidiu abandonar seu mundo e já está em sintonia com a natureza, já optou por “jogar tudo para o alto”, como diz a música. E toda essa evolução encontra-se visível na sua indumentária, que cada vez mais se apresenta despojada.



Figura 12 - Figurino inicial de Luiz Beleza



Figura 13 - Figurino de Luiz Beleza no começo de sua transformação

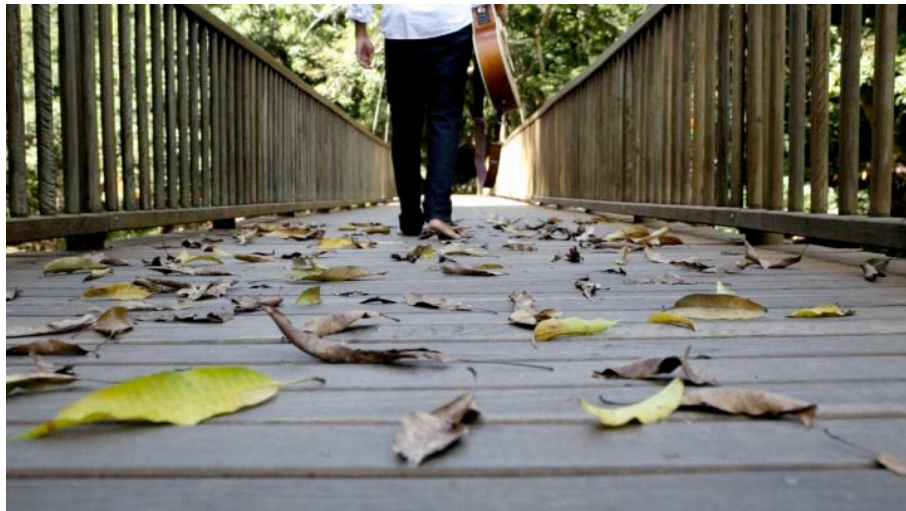


Figura 14 - Figurino final de Luiz Beleza

O segundo figurino escolhido para a locação do estúdio continuou seguindo a estética minimalista. Foi utilizada uma camiseta branca básica, para destoar do fundo negro, trazer profundidade e criar um ponto de luz no fundo preto, chamando atenção não só para o desenho, como também para a figura de Luiz que estava centralizada no quadro. A calça jeans com lavagem levemente escura, também foi escolhida para não ser confundida com o fundo preto da lousa e um sapato claro, escolhido pelo mesmo motivo.



Figura 15 - Figurino de Luiz Beleza, locação Estúdio

As roupas utilizadas são do próprio cantor, uma vez que o mesmo reside em outra cidade, seria mais viável, além de manter sua personalidade no clipe, uma preocupação que a equipe teve desde a escolha da música até a finalização do projeto, que ele tivesse a marca de Luiz Beleza.



Figura 16 - Teste de Figurino

## 2.1.5 Aplicativo Interativo



Na era digital um referencial imagético tornou-se imprescindível na produção musical, tornando o videoclipe um poderoso veículo de divulgação da música. Além dos canais de televisão, as pessoas passaram a ter acesso a videoclipes em seus computadores e aparelhos de telefonia móvel.

Desde o seu nascimento, sob fortes influências tecnológicas, mercadológicas e artísticas, o videoclipe tem caminhado em um processo evolutivo ao ponto de, atualmente, perder seu status unicamente televisivo, evoluindo para as novas mídias num processo convergente. (MÉDOLA, CALDAS, 2013, pg.124)

Para Pierre Lévy, “com o espaço cibernético temos uma ferramenta de comunicação muito diferente da mídia clássica, porque é nesse espaço que todas as mensagens se tornam interativas, ganham uma plasticidade e têm uma possibilidade de metamorfose imediata”.

Novas tecnologias e novas condições de produção e consumo de videoclipe são possíveis devido à internet em sites como YouTube. *Videomakers*, músicos e atores começam a criar vídeos especialmente para serem veiculados no site. Os artistas estão utilizando o endereço para experimentar linguagens audiovisuais e para divulgar e distribuir as obras.

Pensando em inovar no formato, buscando surpreender e proporcionar experiências diferenciadas para quem o assiste, alguns músicos têm apostado nos videoclipes interativos. Algumas bandas e cantores que usam do artifício da interatividade e já são referência no assunto são: “*Ok Go*”, “*Björk*”, “*Arcade Fire*”, “*Rome*”, “*Au Revoir Simone*”, “*Cold War Kids*”, “*Andropop*”. Seja funcionando como jogos ou participação em 3D, sua função e objetivo principal é fazer com que o telespectador se veja no produto final, gerando assim uma identidade com o mesmo.

É possível encontrar nas plataformas de exibição online de videoclipes recursos de interatividade típicos da Web 2.0, que permitem ao internauta comentar sobre os videoclipes, compartilhá-los, encontrar informações relativas ao artista e gravadora, comprar CDs, DVDs, músicas individuais em formato MP3, ingressos para shows ou outros produtos relativos ao artista. “Como um produto audiovisual, os videoclipes são agentes de transmissão de mensagens



produzidas para fazer do fã um consumidor.” (MÉDOLA,CALDAS, 2013, pg.126).

O ciberespaço atua de forma favorável à manutenção de certas características do novo consumidor, pois conectado à Internet ele tem acesso a grande quantidade de informações a qual é instigado a trocar com outros usuários. Esse buzz gerado por publicações em plataformas online torna-se cada vez mais interessante para as gravadoras diante da construção coletiva do consumo em rede. (ZANETTI; BELO, 2013)

Henry Jenkins (2008) em *Cultura da convergência* explica o momento atual em que as mídias novas e tradicionais colidem, a comunicação alternativa e corporativa passa a ter mais presença na cena midiática, na qual o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem. Segundo este autor:

[...] a convergência ressurgiu como um importante ponto de referência, à medida que velhas e novas empresas tentam imaginar o futuro da indústria do entretenimento. Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas. (JENKINS, 2008, p. 30-31)

O autor ainda afirma que há na sociedade de consumo uma cultura de fã, onde os consumidores são ativos e interagem com os produtos que gostam. Eles se apropriam das obras de artistas pelos quais têm admiração e criam suas próprias interpretações. Para Jenkins, produtores e consumidores não possuem mais papéis separados, podendo ser considerados participantes interagindo sob um novo conjunto de regras.

Como principal referência temos o videoclipe *Knight of Wands*<sup>1</sup>. A banda *Au Revoir Simone* trouxe criatividade pra os clipes. No *hotsite*, lançaram o clipe *Knight of Wands*. Dirigido por Eli Stonberg e ilustrado por Chris Sanchez, o vídeo apresenta um livro onde os objetos “ganham vida” à medida que o usuário os colore num clima um tanto sombrio ditado pela sonoridade da música.

---

<sup>1</sup> Disponível em <http://www.theknightofwands.com>

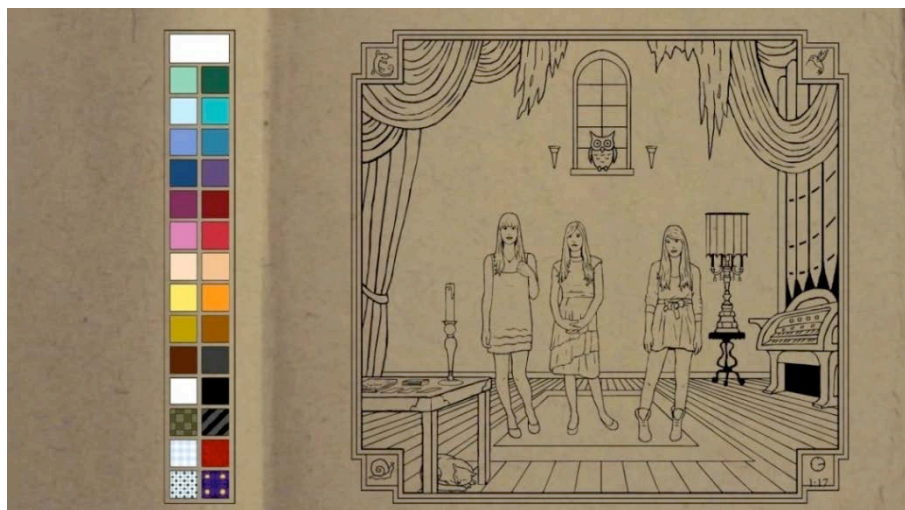


Figura 17 - Clipe de Knight of Wands: Ilustração para o usuário colorir  
Fonte: internet

#### 2.1.5.1 Videoclipe Interativo Andarilho das Estrelas

A proposta é o usuário possa ser um co-produtor da obra. Contribuindo com uma imagem que pode fazer parte da narrativa do clipe.

Os objetivos do videoclipe interativo são:

- 1) Traduzir na interatividade as mensagens trazidas pela música;
- 2) Permitir ao usuário personalizar o videoclipe, deixando cada versão única;
- 3) Utilizar as reflexões trazidas na letra para conectar a música com a vida do usuário, no formato do videoclipe.

O videoclipe interativo foi programado em linguagem Flash. E é um aplicativo para a rede social *Facebook*. Para ter acesso ao aplicativo é necessário curtir a *fanpage*<sup>2</sup> oficial de Luiz Beleza. O fato de interligar o aplicativo à página faz com que seja necessário que ela seja curtida para que se possa usar o aplicativo, geando assim uma promoção da página juntamente com o aplicativo.

Ao entrar no aplicativo o usuário têm a opção de assistir outros vídeos na galeria, ver a versão oficial do clipe e realizar a sua própria versão.

---

<sup>2</sup>Disponível em <http://www.facebook.com/luizbelezaoficial>



Ao selecionar a opção de criar sua versão o usuário é levado a uma tela com uma caixa de texto e o seguinte questionamento: “O importante na vida é...”. É necessário respondê-lo e assim o clipe se inicia assim como na versão oficial. Em determinado momento, é apresentada para o usuário uma tela para que o mesmo selecione uma de suas fotos do *Facebook*.

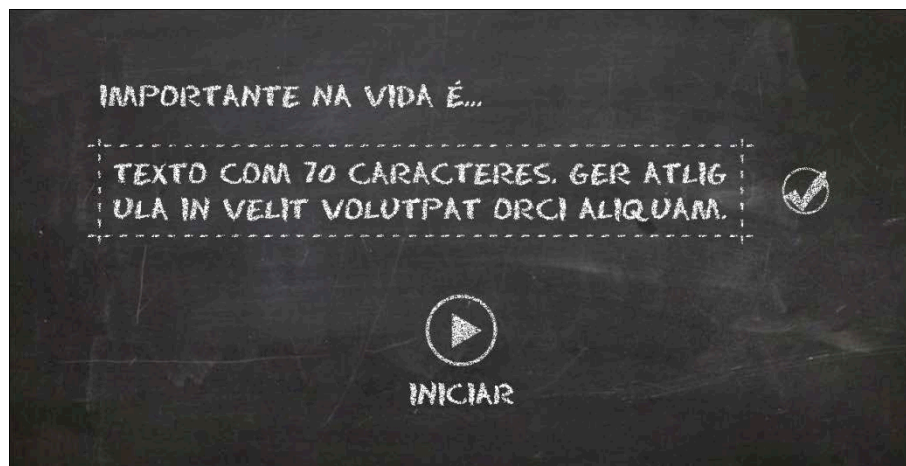


Figura 18 - Início da interação

No Clipe Oficial os desenhos tomam forma ao redor do cantor. Na versão interativa tornou-se relevante que esse universo fosse criado em torno do usuário (ou seus amigos, familiares, etc.), por isso a decisão em substituir o Luiz Bezeza por uma foto dos álbuns deste usuário. A foto também pode servir como ponto de partida para o desenho.

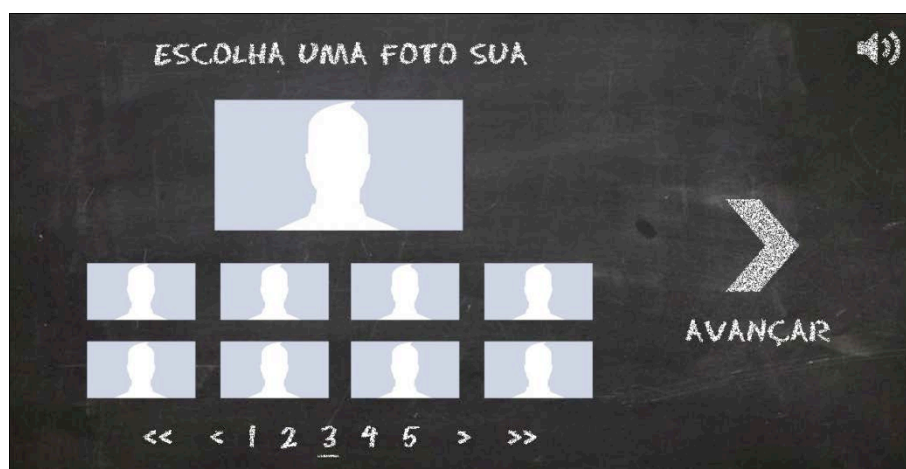


Figura 19 - Etapa da Escolha da foto



Apos selecionar a foto que deseja usar o usuário é conduzido a próxima etapa. A foto escolhida por ele estará no centro da tela, com a opção de alterar seu tamanho, posição, ou até mesmo remove-la. Há também ferramentas que permitirão ao usuário elaborar seu desenho, como lápis, borracha e zoom.

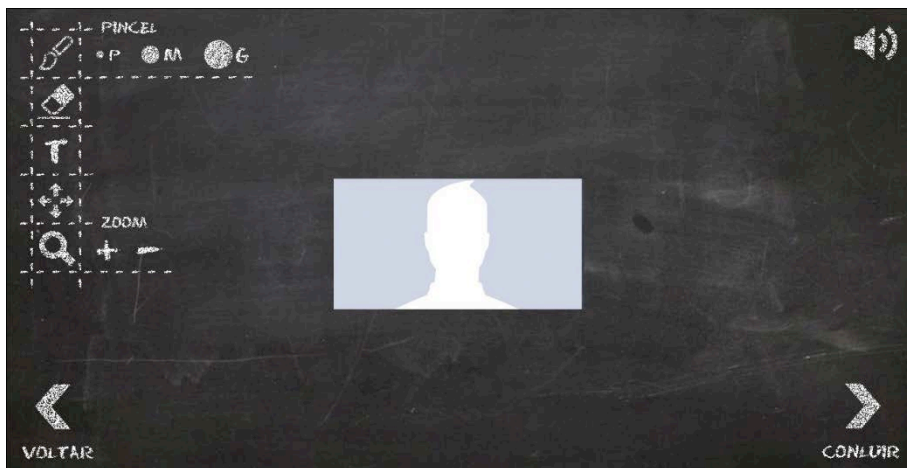


Figura 20 - Tela onde o usuário realiza o seu desenho

Colocar um limite de tempo para desenhar talvez prejudique a experiência interativa, pois o usuário pode se sentir pressionado com uma contagem regressiva, por mais longo que o tempo possa ser. Assim decidiu-se pelo tempo ilimitado pois permite desenhos mais elaborados, o que contribui para deixar o clipe gerado mais relevante a ser compartilhado por parte do usuário.

Enquanto as etapas que levam à construção do videoclipe por parte do usuário ocorrem, a versão instrumental da canção Andarilho das Estrelas é tocada através de um *player*, que pode ser desabilitado se o usuário preferir.

Devido à decisão de não delimitar o tempo para os desenhos, viu-se que era inviável colocar a música com letra, então, tomou-se a decisão de utilizar a versão instrumental. Que mantém o usuário na atmosfera do clipe e não prejudica seu desempenho no ato de desenhar.

Assim que o usuário acaba de desenhar, ele dá andamento, e as cenas do clipe oficial retomam. Durante o refrão da canção, o desenho feito por ele é exibido.





Há duas interrupções, assim o usuário realiza dois desenhos que são exibidos nos dois refrões da música. Na última cena do clipe a frase criada no começo é apresentada com um efeito como se estivesse sendo escrita com giz.

A página gerada ao fim é o resultado a ser compartilhado. Ali o usuário poderá assistir novamente sua participação no clipe, porém sem as interrupções para desenhar, e conferir o resultado final antes de compartilhar.

## 2.2 PRÉ-PRODUÇÃO

### 2.2.1 Planos de enquadramentos

Em Andarilho das Estrelas há a criação de dois universos, o real e o ficcional. No universo real temos cenas externas, captadas durante o dia em locais predefinidos pela equipe. No universo ficcional, as cenas são internas, gravadas em estúdio. Os planos de enquadramentos diferem quanto as cenas externas e internas.

#### 2.2.1.1 Cenas externas

Nas cenas externas ora foi dada ênfase a planos próximos e detalhados, ora os planos eram mais abertos a fim de mostrar as paisagens e cenários escolhidos, como cachoeira, ponte e a Casa das Máquinas.



Figura 21 - Plano detalhe



Figura 22 - Plano detalhe



Figura 23 - Close

#### 2.2.1.2 Cenas internas

Nas cenas em estúdio a câmera foi fixada no teto, assim todas as cenas foram gravadas em plano conjunto, pois a intenção era mostrar os desenhos e situar o espectador de que o cenário dialogava com as paisagens reais.



Figura 24 - Cena gravada em estúdio (Plano conjunto).

### 2.2.2 Câmeras

Andarilho das Estrelas foi gravado com duas Câmeras HD/SLR: a Canon EOS 6D Mark III nas cenas externas, e a Canon Rebel T4i nas cenas de estúdio.

Foi definido que nas gravações em Estúdio a lousa ficaria no show e o plano conjunto seria realizado gravando de cima para baixo, com a câmera fixa no teto.

A mudança de câmera para gravação em estúdio se deu pelo fato de que era necessária uma abertura maior para que o plano conjunto fosse feito há uma curta distância, já que havia o limite do teto.

### 2.2.3 Iluminação

Segundo (Kellison, 2007): “A iluminação é uma ferramenta essencial para o vídeo. O uso da luz cria a atmosfera, o tom, a dimensão(...)”.

Em Andarilho das Estrelas houve cenas externas e internas. No caso da iluminação externa, a gravação muitas vezes foi desafiadora, uma vez que o movimento do sol é contínuo e seu brilho e intensidade podem variar ao longo do dia. Nesses casos faz-se necessário bloquear parcialmente a luz solar com o uso de rebatedores ou aumentar sua intensidade com luzes de preenchimento.



No caso da iluminação em estúdio foram usados fresnéis e *set lights*.

- a) Fresnell: tipo de refletor que possui foco ajustável, por meio de sua lâmpada móvel, podendo ir de uma luz semi-difusa em foco aberto e luz dura com o foco fechado, e por isso é utilizada principalmente como luz principal, mas nada a impede de ser usada para outras funções.
- b) *Set light*: um tipo de refletor de definição focal larga e de luz dura, usada geralmente com difusores, para suavização, por não possuir controle de foco como no Fresnel; ela possui como função principal iluminar o fundo da cena, além de funcionar como preenchimento e *back lights*.

#### **2.2.4 Áudio**

De acordo com Chion, 1993, existe um valor agregado, o qual seria um valor expressivo e informativo, que é dado à imagem através do som. Chion aponta o som como um agente de agregação de valor. Tinha como objeto de pesquisa o cinema, e seu objetivo era demonstrar que, no estudo do audiovisual, a imagem não deve ser priorizada em detrimento do som.

Chion destacou o papel crucial e indispensável do áudio. Entretanto, o autor também reconhece que elementos musicais podem agregar valores às imagens, assim como as imagens podem agregar valores à música, pois “se o som faz ver a imagem de modo diferente ao que essa imagem mostra por si mesma; a imagem, por sua parte, faz ouvir o som de modo distinto a como este ressoaria somente na escuta” (CHION, 1993:31).

A música que ouvimos no videoclipe difere da que ouvimos no CD, e não somente quando ocorrem acréscimos. Difere por se tratar agora de um produto audiovisual.

#### **2.2.5 Agendamentos**

##### **2.2.5.1 Locações**



Ao terminar o roteiro foram traçados os ambientes que seriam necessários para a realização das cenas idealizadas; iniciou-se então a busca por locações.

Inicialmente foram definidos três ambientes que seriam essenciais para a transmissão da ideia do videoclipe: natureza, trilhos de trem e ambiente para as animações.

Partindo dessa premissa, buscaram-se ambientes que fornecessem as características necessárias. Através de trabalhos fotográficos e pela proximidade da região, chegou-se até cidade de Brotas - SP. A equipe foi até cidade alguns meses antes da data das gravações para conhecer o local pesquisado, o Parque dos Saltos.



Figura 25 - Casa das Máquinas – Parque dos Saltos (Brotas-SP)



Figura 26 - Parque dos Saltos (Brotas-SP)

Nessa primeira pesquisa, outras locações que pudessem atender as necessidades foram visitadas. Uma dessas locações foia Estação Ferroviária da cidade de Brotas, a qual estava desativada. Pelo fato da outra opção de estação ferroviária da qual a equipe tinha conhecimento localizar-se na cidade de Tibiriçá/SP, optaram, pela questão de logística e cronograma orçamentário de produção, em realizar a gravação na estação ferroviária localizada em Brotas.



Figura 27 - Estação Ferroviária (Brotas-SP)



A partir das imagens acima, certificou-se que o Parque dos Saltos e a Estação Ferroviária atendiam a todas as necessidades do roteiro. Entretanto, por serem locais públicos, seria necessária uma autorização da prefeitura da cidade de Brotas.

A equipe entrou em contato com a prefeitura de Brotas, para informar-se sobre os procedimentos legais necessários afim de obter a autorização para a gravação. Foi necessário entrar em contato com a Secretária do Meio Ambiente, para a qual foi mandada uma carta de solicitação do uso de imagem do Parque dos Saltos e da Estação Ferroviária.

Outra necessidade do roteiro seria um ambiente para realizar a animação. Seria necessário um ambiente fechado, para que fosse utilizada iluminação artificial, e do tamanho suficiente para montar um fundo feito em quadro negro. Para esse espaço foi pensado no Estúdio de Rádio e Televisão da UNESP de Bauru, um lugar de fácil acesso a toda equipe, e fornecido pela instituição UNESP.

Após fechar o cronograma de gravação e definir a data das mesmas, o estúdio foi reservado para o dia da gravação; além de ter sido reservado anteriormente para a realização de testes de iluminação, captação das imagens e da direção de arte.

#### 2.2.5.2 Transporte

Optou-se pela contratação de um serviço de transporte para realizar o transporte da equipe (oito pessoas) e de todos os equipamentos de captação de imagem e iluminação, até a cidade de Brotas e os deslocamentos dentro da mesma.

Após cotação de valores, contratou-se o serviço da empresa que oferecia o melhor custo benefício. O veículo foi contratado por um dia; A equipe saiu de Bauru pela manhã, passou o dia nas gravações em Brotas, na qual realizou o deslocamento até a primeira locação (Parque dos Saltos), depois o



deslocamento para a refeição da equipe, e o terceiro deslocamento para a segunda locação do dia (Estação Ferroviária).

## 2.3 PRODUÇÃO

### 2.3.1 Planejamento de equipes

O projeto Andarilho das Estrelas foi idealizado por duas pessoas. Não seria possível realizá-lo sem contar com a ajuda de uma equipe trabalhando em conjunto com as duas integrantes do projeto. Para realizar as gravações foi preciso buscar interessados para compor a equipe técnica, que deveria comprometer-se com o projeto e encará-lo com seriedade e dedicação.

A produção foi organizada e realizada por Bruna Gomes e Chélide Teixeira, membros do TCC. Participaram da equipe de produção as alunas Barbara Toscano, aluna do então 5º termo de Radialismo e a aluna Barbara Benevenuto, que cursava o 3º termo.

A direção geral foi realizada por Chélide Teixeira, membro da equipe de TCC, responsável por coordenar todo o processo de produção, fazer os planos de gravação e, juntamente com o diretor de fotografia Helder Martins, planejar todos os enquadramentos.

Como assistente de direção, Henrique Gun, aluno do 3º termo de Radialismo, foi responsável por toda organização e agilidade do *set*, auxiliando a direção geral.

Como Diretora de Arte, Bruna Gomes ficou responsável pela cenografia, figurino e maquiagem.

A aluna do 7º termo Mariana Belo, foi responsável pelo vídeo de *making-off* e fotos das gravações.

A montagem, coloração e animação foi realizada pelo profissional Bruno Jareta, formado em Radialismo pela UNESP e editor da TV UNESP. As ilustrações na lousa foram feitas por Letícia Panichi, aluna de Design da UNESP e André dos Passos Pacano, aluno do 5º termo de Radialismo. As





demais ilustrações, utilizadas na etapa de Pós-produção foram feitas pelo designer Bruno Feltran.

O projeto interativo foi idealizado por Chélide Teixeira, Bruna Gomes, Bruno Jareta e Carlos Henrique Sabino Caldas.

O aplicativo foi desenvolvido pelo programador Jeferson Borges e pelo web designer Lucas Oliveira da Silva.

### 2.3.2 Fichas de produção

Tabela 5 - Lista de equipe

<b>PRODUÇÃO</b>	Nome	Telefone
Produtora	Bruna Gomes	(14) 98176-8364
Produtora	Chélide Teixeira	(14) 98803-0681
Assist. Produção	Barbara Toscano	(14) 98170-6907
Assist. Produção	Barbara Benevenuto	(14) 98121-6159
<b>DIREÇÃO</b>		
Diretora	Chélide Teixeira	(14) 98803-0681
Assist. de Direção	Henrique Gun	(11) 98299-8897
<b>DIREÇÃO DE ARTE</b>		
Diretora de Arte	Bruna Gomes	(14) 98176-8364
Maquiadora	Bruna Gomes	(14) 98176-8364
Figurista	Bruna Gomes	(14) 98176-8364
<b>FOTOGRAFIA</b>		
Diretor Fotografia	Helder Martins	(14) 98151-8668
Assist. Iluminação	Tiago Gaeta	-
Assist. Iluminação	Vitor Gomes	-
<b>ILUSTRAÇÕES</b>		
Ilustrador	André	(14) 98152-9655
Ilustradora	Letícia Panichi	-
<b>TRANSPORTE</b>		
Van	Papaléguas	(14) 3239-1696
<b>PÓS-PRODUÇÃO</b>		
Editor	Bruno Jareta	-
Ilustrador	Bruno Feltran	-
Programador	Jefferson Borges	
Web designer	Lucas Oliveira	

Tabela 6 - Checklist Produção

<b>Quant.</b>	<b>Descrição</b>	<b>Fornecedor</b>
1	Violão	Loja Elo Musical
1	Correia	Daniel Teixeira
1	Violão (ensaio)	Daniel Teixeira



1	Pó	Loja Nina Rosa
1	Base	Loja Nina Rosa
1	Camisa branca	Luiz Beleza
1	Camiseta branca	Luiz Beleza
2	Calças jeans	Luiz Beleza
1	Terno	Luiz Beleza
5	Decalque	Bruna Gomes
1	Megafone	Chélide Teixeira
2	Fita crepe	Jalovi
1	Autorização de Imagem	Bruna Gomes
1	Autorização de locação (Brotas)	Bruna Gomes
4	Roteiros Decupados	Chélide Teixeira
1	Câmera	Helder Martins
1	SteadyCam	Helder Martins
1	Grua	Helder Martins
3	LuzedeLed	Helder Martins
3	Suporte Luz	Helder Martins
6	Lentes	Helder Martins
2	Galão de água 10L	Bruna Gomes
1	Guardanapo	Bruna Gomes

### 2.3.3 Captação de imagens e som

As imagens foram captadas com balanço do branco ajustado. A função do balanço do branco permite eliminar cores que não refletem a realidade. Foi levada em consideração a “temperatura da cor” da fonte de luz, o que significa se a cor da luz é quente ou fria. Assim, ajustaram-se as proporções das cores básicas RGB (*Red*, *Green* e *Blue*) na cena de modo a equilibrar a coloração geral.

Optou-se pela gravação com o “balanço de branco” ajustado, fazendo a coloração na etapa de pós- produção, assim o ajuste seria preciso e alterações poderiam ser realizadas, caso houvesse algum problema com a coloração adotada.

O videoclipe tem como base e ponto de partida a musica. A canção já havia sido gravada em estúdio, portanto, não houve captação de áudio durante as gravações. Para que houvesse sincronia, a canção original era colocada para tocar em um notebook com caixas de som.



## 2.4 PÓS-PRODUÇÃO

### 2.4.1 Animação

Inicialmente a ideia era realizar um stop motion, técnica de animação quadro a quadro, onde são realizadas séries de fotografia e entre elas ocorre mudança na cena. O roteiro foi pensado tendo como inspiração o videoclipe de *Her Morning Elegance*, produzido em 2009 e dirigido por Oren Lavie, Yuval e Merav Nathan.



Figura 28 - Cena do clipe *Her Morning Elegance*  
Fonte: Internet

Durante os testes realizados antes da gravação a equipe notou que poderia ser arriscado utilizar essa técnica, já que para realizar as fotos a câmera estaria presa no teto e não poderia haver movimentação da mesma. Surgiriam problemas como a troca de bateria, o fato de não ter uma boa visibilidade da foto tirada.

Assim, optou-se por gravar a cena com o quadro negro já desenhado e então realizar o procedimento inverso, apagar digitalmente as linhas riscadas de giz através do Programa Adobe AfterEffects. O teste para verificar se esse procedimento era possível também foi realizado antes das gravações.

Durante a etapa de pós-produção, vimos que a técnica não o efeito desejado, de que era um desenho manual sendo feito. Assim optou-se pela



realização de três desenhos para cada uma das ilustrações propostas: Trilho de trem, ponte, Casa das Máquinas e Asas.

Os três desenhos são alternados, sendo que cada um dura 3 frames e em *looping* nos dão a sensação de movimento.

A animação foi sobreposta ao vídeo gravado no quadro-negro. Os recortes foram feitos através da técnica de rotoscopia. A rotoscopia consiste em trabalhar a animação em cima de uma filmagem.



Figura 29 - Desenho feito no quadro negro

#### 2.4.2 Montagem e Coloração

A canção Andarilho das Estrelas possui um ritmo mais lento, assim, em Andarilho das Estrelas realizou-se uma edição que acompanhasse o ritmo da música.

É preciso compreender de que forma a música está inserida na dinâmica do videoclipe. Como o elemento musical vai dialogar com a imagem e com a edição. Afinal de contas, a música é tanto o constituinte videoclíptico que evoca uma espécie ou efeito de narrativa quanto responsável, de maneira geral, pelo ritmo da montagem do vídeo. Se a canção apresenta-se mais “rápida”, por exemplo, através de melodias eletrônicas e batidas sincopadas, há uma tendência a que o videoclipe também se referencie com uma edição “rápida”. O efeito contrário, de um videoclipe de uma música mais lenta, também implicará, de maneira geral, a que se tenha uma edição menos frenética. (SOARES, 2009, pg. 41)



Como foi dito anteriormente, no videoclipe de Andarilho das Estrelas há ausência de uma narrativa linear, e a interpretação do vídeo pode dar-se também através de sua montagem.

(...) A base do formato é a música. A narrativa é o menos importante, o sentimento é o que importa. Do ponto de vista da montagem, isso traduz-se em tornar o *jump-cut* mais importante do que o corte contínuo. Também implica a centralidade do ritmo. Dado o baixo quociente de envolvimento da narrativa, é no ritmo que está o papel da interpretação. Conseqüentemente, o ritmo, torna-se a fonte de energia e de novas justaposições que sugerem anarquia e criatividade. (DANCYGER, 2007, pg. 203)

A Edição foi realizada pelo software Adobe Premiere CS6. Foi realizado também um tratamento de imagem a fim de alterar e melhorar a cor. Os ajustes foram totalmente digitais, também através do software Adobe Premiere CS6.



Figura 30 - Comparação de coloração antes e depois dos ajustes digitais

### 3 ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO

#### 3.1 A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO DE DIVULGAÇÃO

Segundo Arlindo Machado “o videoclipe é irmão da publicidade”. Uma vez que sabe-se, pelo seu próprio histórico, que o videoclipe surgiu como uma ferramenta de divulgação da música e principalmente do artista, foi decidido ir além da experimentação da produção audiovisual, para também focar no modo de divulgação que seria usado para atingir grande parcela do público e promover o máximo de conhecimento do produto, o videoclipe “Andarilho das Estrelas”.

Marketing é o processo de planejar e executar a concepção, estabelecimento de preços, promoção e distribuição de ideias, produtos e serviços; ou seja, a essência do marketing é o desenvolvimento de trocas, em



que tanto a organização como o cliente participa voluntariamente de transações destinadas a trazer benefícios para ambos.

O marketing tem por objetivo identificar tudo que é indispensável para lançar um produto ou serviço, apresentar o produto aos clientes em potencial, fazer o cliente desejar o produto e depois vender o produto aos mesmos.

Segundo Churchill Jr. e Peter (2000), o composto de marketing é uma combinação de ferramentas estratégicas usadas para criar valor para os clientes e alcançar os objetivos da organização.

Parte das competências, decisões e atividades, referentes a uma boa promoção ou comunicação, deve-se levar em conta:

- a) Definição dos objetivos de promoção;
- b) Determinação dos principais tipos de promoção;
- c) Seleção e programação de mídias de propaganda;
- d) Medição da eficácia das campanhas de marketing;
- e) Definição de territórios de vendas;
- f) Planejamento e implementação de esforços de promoção de vendas;
- g) Elaboração e divulgação de textos de publicidade;
- h) Integração de toda comunicação.

O planejamento de marketing é um importante instrumento de persuasão, servindo de alicerce para o desenvolvimento de toda a ação, e indispensável para uma boa execução da mesma e conseqüentemente obter bons resultados. Para isso ele deve ser bem organizado, claro, completo, racional, persuasivo e principalmente atual, acompanhando as mudanças de cada setor de maneira sistêmica.

## 3.2 ESTRATÉGIA DE ANDARILHO DAS ESTRELAS

### 3.2.1 Marketing

- a) Produto: Videoclipe;
- b) Categoria: Mercado Audiovisual;
- c) Local de Uso: Mídias sociais, televisão, internet, celulares, *tabletes*, dentre outros;



- d) Imagem do produto: Um cantor/compositor de música popular, que apresenta proximidade com a cultura popular, tipicamente brasileira, além da natureza e toda a brasilidade.

### 3.2.2 Comunicação

Como a marca Luiz Beleza ainda está em construção, toda parte artística do clipe foi pensada para gerar uma identidade com os outros produtos e materiais de divulgação que Luiz Beleza possuía. Desta forma, pretende-se fortalecer o clipe e todos os produtos do cantor como, CD “Chegou a Hora”, site, *fanpage*, material fotográfico, dentre outros, “conversassem” entre si, possuíssem uma identificação da marca Luiz Beleza.

Tavares (1998, p.75) afirmou:

A identidade de uma marca pode ser definida como um conjunto único de características de marca que a empresa procura criar e manter, pois são nessas características que a empresa se apoia e se orienta para satisfazer consumidores e membros da empresa e da sociedade.

Como não é necessária uma reformulação total da identidade visual do Luiz Beleza, pois sua marca é forte, tem o perfil adequado para seu público, sendo clean e de fácil desdobramento, o foco é intensificar sua comunicação e gerar uma idêntica única.

O perfil nas mídias sociais e seu site são fundamentais, pois possibilitam um contato e relacionamento maior com seus fãs, sua página no *Facebook* é pouco atualizada e seu site apesar de bem interativo, não tem visualizações expressivas.

A marca Luiz Beleza se apresenta no mercado a mais de três anos, o logotipo de asas do CD “Chegou a Hora” é forte e chamativo. O cantor não possui uma página no *Youtube*, fator fundamental para divulgação de clipes, bastidores, show e conseqüentemente aumento do seu reconhecimento perante o público.

Apesar de realizar shows periódicos, o cantor não os aproveita para aumentar seu *marketing share*, divulgando em seus perfis e conectando-se



com possíveis fãs ou empresários do ramo. Suas músicas foram divulgadas em seu site, mídia sociais, shows e também participação em programas como “Todo Seu”, da TV Gazeta e o programa “Jornal da Record”, Record News.

Por estar com a marca em crescimento, e não ser ainda reconhecido pelo grande público, a maioria das comunicações realizadas pelo Luiz Beleza são utilizadas no estágio cognitivo, que visa chamar atenção do consumidor para a marca e fixá-la na mente, além de instigar o consumidor a conhecer mais fundo o cantor, seu CD e seu videoclipe. O cantor ainda não tem um investimento maciço em marketing e comunicação.

Em suas músicas, site e meios de divulgação Luiz Beleza procura transmitir seu contato popular, que além de cantor é musicista e compositor, o que agrega valor a sua marca, pois o torna um artista completo.

### **3.2.3 Análise**

O ambiente de marketing é composto por macroambiente e microambiente. Sendo macroambiente relacionado à forças sociais maiores e microambiente relacionado à forças próximas.

#### **3.2.3.1 Macroambiente**

A partir das facilidades crescentes da composição musical, causadas pela adoção de novas tecnologias disponíveis, tem-se a reconfiguração de diversos conceitos tradicionais do universo da música. A produção cultural da atualidade vem sendo mediada pelo desenvolvimento de novas tecnologias de produção e distribuição.

A indústria fonográfica, como parte integrante da indústria cultural apresenta uma evolução com íntima conexão com o desenvolvimento da tecnologia, uma vez que seu surgimento foi pautado na possibilidade de gravação dos sons, que anteriormente eram apresentados apenas ao vivo. Dessa forma, com a evolução dos sistemas de gravação a indústria fonográfica foi evoluindo e se modificando. Segundo Dias (2000): “Os rumos da produção fonográfica vão estar sempre em estreita sintonia com suas necessidades de reprodução técnica.”





A partir da virada do século, a produção do mercado fonográfico foi totalmente digitalizada e com imensa disponibilidade tecnológica. Atualmente toda essa disponibilidade faz com que o mercado seja inserido nos processos ciber-culturais. Um novo ciclo se iniciou após o desenvolvimento da internet, que não modificou apenas a indústria fonográfica, como também os consumidores inseridos no processo, como também seu modo de consumir os produtos. Nota-se uma digitalização dos produtos dessa indústria, que saíram das prateleiras para se tornarem bytes no ciberespaço.

Atualmente as pessoas consomem produtos da indústria fonográfica através da internet, plataformas sociais, computadores, celulares, tablets, sites de compartilhamento, dentre outros.

Mas, deve-se precaver que as crises econômicas também podem afetar diretamente o consumo de música, pois shows, bares, eventos, baixar músicas pagas na internet são formas de lazer, e em períodos em que as pessoas estão precisando economizar, acaba ficando em segundo plano, quando comparada com necessidades básicas, como alimentação, educação, saúde, entre outros.

Outro fator determinando no consumo é que, parte da população brasileira tem a tendência de consumir a cultura americana, o que muitos chamam de se “americanizar”, mas a música popular brasileira tem um grande espaço no país e é muito valorizada.

A divulgação do clipe no final de 2013, como lançamento oficial da carreira de Luiz Beza é um ponto assertivo, pois com o “boom” de mercado, orgulho nacional e brasilidade que a Copa do Mundo traz para o país, cantores e todo tipo de cultura relacionada às belezas naturais e intrínsecas do Brasil geram interesse da população.

Isso influi, positivamente, no consumo de música popular brasileira, já que existem diversos mercados e segmentos musicais, disseminados pelo país.

Além disso, a música e cantor que admira também faz parte do perfil psicológico do consumidor, faz com que ele transmita uma imagem perante a sociedade e também é uma forma de interação social e intelecto. Portanto, modismos e tendências de mercado são muito influentes neste segmento,



muitas vezes o público consome algo para participar do grupo no qual está inserido.

Como tem um perfil eterno, transgressor e bem nacional, cantores de MPB, ultrapassam este tipo de tendências e músicas da época, por ser algo praticamente literal do país.

### 3.2.3.2 Microambiente

Como principais públicos da marca Luiz Beleza, foram abordados três principais perfis, sendo consumidores finais, formadores de opinião, que são profissionais especializados em músicas, como produtor musical, cantores, musicistas, críticos, compositores, entre outros, por fim, os revendedores, site de música, televisão, entre outros.

Os consumidores finais é qualquer público interessado em música, que pode ou não ser fãs do Luiz Beleza, ou seu estilo musical. Formadores de opinião são fundamentais e um público que pode ou não fazer com que a marca cresça e torne-se conhecida, pois geram formas de comportamento e consumo que são copiadas.

Já os revendedores é um público que pode ser impactados tanto pelos seus consumidores e formadores de opinião que desejam consumir a música, ou pelo artista, com interesse totalmente financeiro.

Não há distinção de sexo, tanto homens quanto mulheres podem comprar esse tipo de produto, a faixa etária também não é definida, já o perfil econômico é de um público que consome cultura brasileira intensamente, classe A e B.

### 3.2.3.3 Prognóstico

Tabela 7- Quadro comparativo da marca Luiz Beleza e clipe Andarilho das Estrelas:

<b>Pontos a serem melhorados</b>	<b>Estratégias</b>
Material de divulgação confuso.	Identidade visual única.
Ausência de atualizações de conteúdo veiculado	Intensificar relação com seus públicos.



Ausência de divulgação do trabalho.	Realizar um trabalho efetivo de divulgação.
Falta de atualização tecnológica.	Criar perfil em aplicativos e em novas tecnologias disseminadas.
Não possui investimento em comunicação e marketing.	Definição de posicionamento e estratégias de marketing e comunicação.
Alta concorrência de mercado musical.	Estabelecer um principal diferencial em relação à concorrência.
Falta de interação com públicos.	Aumentar a participação em veículos de comunicação.
Falta de reconhecimento perante consumidor final.	Fortalecer relações com formadores de opinião e influenciadores técnicos
Falta de divulgação de novo CD.	Inserir música de trabalho em diversos meios, lojas e sites.
Logo forte, porém não divulgada intensamente.	Disseminar marca.

### 3.3 OBJETIVOS DE MARKETING

Como objetivo de marketing tem-se em vista aumentar os “curtir” da *Fanpage* de Luiz Beleza em 100% ou mais. E, como as mídias sociais serão o principal meio de divulgação do videoclipe, pretendemos impulsionar os índices de contratação do cantor e venda do CD “Chegou a Hora”.

### 3.4 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

#### 3.4.1 Posicionamento

O posicionamento consiste em: “Marca interativa, popular e com a brasilidade do cantor e clipe”.



A marca Luiz Beleza pertence a um cantor e compositor de MPB, que explora a cultura popular e a brasilidade. Com um clipe totalmente pertinente ao perfil e aos públicos que deseja atingir.

### **3.4.2 Público – alvo**

Tem-se a intenção de trabalhar três públicos:

- a) Consumidor final;
- b) Revendedores: sites, televisão, plataformas sociais;
- c) Formadores de opinião: produtores musicais, musicistas, críticos, compositores, dentre outros.

O foco é aumentar o conhecimento da marca na mente dos consumidores, através de uma comunicação contínua, inteligente e elegante.

Quanto a formadores de opinião devido a grande influência que possuem perante o consumidor final e a sociedade como um todo é essencial um trabalho de relacionamento com os mesmos, buscando aproximação com a marca Luiz Beleza, para que o processo de fortalecimento e reconhecimento da mesma seja completo.

Desta forma, será mais fácil aumentar o interesse de revendedores, pois com os interesses dos outros públicos, os mesmos geraram lucros com a marca.

### **3.4.3 Comunicação**

Com relação à comunicação a mesma acompanhará os conceitos definidos de *marketing*, tentando demonstrar e destacar qualidades, interatividade e diferenciais da marca aos consumidores finais e públicos de interesse uniformizando toda a campanha.

Desta forma, propondo uma identidade visual única, que deve ser mantida ao longo dos anos, para um fortalecimento gradativo da mesma.

Será sugerido um primeiro e grande passo, para um resultado de reconhecimento e lançamento da marca Luiz Beleza e seu clipe do grande



público, utilizando seus principais potenciais, os artista completo e o clipe totalmente assertivo, tanto para seu perfil, quanto para os públicos destinados.

### 3.5 OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

- 1) Divulgar e lançar o cantor Luiz Beleza;
- 2) Divulgar a música Andarilho das Estrelas;
- 3) Aumentar as postagens e a interação do público com as mídias sociais do cantor;
- 4) Divulgar o clipe da música Andarilho das Estrelas;
- 5) Divulgar o CD “Chegou a Hora”;
- 6) Aumentar o reconhecimento da marca;
- 7) Fortalecer a marca;
- 8) Gerar empatia da marca, música e clipe com grande público.

### 3.6 TÁTICAS DE MARKETING

Para criar uma identidade da marca Luiz Beleza e seu videoclipe, optou-se inicialmente por criar táticas e ações, para o lançamento da marca, clipe e fortalecimento e reconhecimento da marca, as quais são:

- a) Padronização de todo material gráfico de Luiz Beleza, afim de, criar um produto único e fortalecido;
- b) Trabalhar a marca Luiz Beleza, como um músico completo – músico, cantor e compositor – que tem orgulho do Brasil, por isto utiliza em seus clipes e músicas as belezas naturais do país e sua simplicidade. Desta forma, gerar um diferencial perante o cenário musical;
- c) Utilização das asas com logomarca;
- d) Reformulação da *fanpage* de Luiz Beleza, em busca de criar uma identidade visual com o público, e maior interatividade do mesmo com o trabalho do cantor;



- e) Produção de um videoclipe como forma de divulgação do cantor e da música Andarilho das Estrelas, integrante do CD “Chegou a Hora” de Luiz Beleza;
- f) Produção de um videoclipe interativo, almejando criar uma relação mais próxima do público com o videoclipe, música e consequentemente o trabalho de Luiz Beleza;
- g) Criação de um canal no *YouTube*, para divulgação do vídeo;
- h) Cronograma de conteúdo para postagens nas mídias sociais do cantor;
- i) Divulgação de fotos e detalhes do *making-off* do clipe, para gerar curiosidade e interesse do público;
- j) Divulgação de vídeos teasers e contagem regressiva no canal do *YouTube* e mídias sociais, para aguçar a curiosidade do público;
- k) Utilizar todos os meios – site, *Facebook*, *YoTtube* – para aproximar cantor com seu público-alvo;
- l) Divulgação do dia-a-dia do cantor, com show, músicas e momentos importantes, para gerar maior proximidade com os públicos;
- m) Criação de um *Instagram* como meio de comunicação e interação, também como forma de aproximar a marca ainda mais das novas tecnologias e formas de consumo;
- n) Divulgação de vídeos caseiros, com músicas novas – gera grande proximidade com o perfil do cantor e público que participa das redes sociais, sente-se privilegiado;
- o) Postagens com influências musicais, para criar identificação com segmento e público;
- p) Lançamento do clipe em um programa de televisão;
- q) Frases das músicas, para gerar maior conhecimento e compartilhamento, aumentando o alcance das publicações;
- r) Postagens com os compartilhamentos dos vídeos, para gerar “viral”;
- s) Marketing Direto, com divulgação do clipe via uma rede de compartilhamento;



- t) E-mail marketing de divulgação para críticos, profissionais do segmento, canais exibidores de clipes;
- u) Assessoria de imprensa - contatos para participação do cantor em programas de televisão e rádio;
- v) Retrospectiva do cantor, para gerar interesse do público e divulgar crescimento;
- w) Criação de um aplicativo para Facebook, através do qual o fã será o coautor de Andarilho das Estrelas produzindo sua própria versão do videoclipe;
- x) Criar a promoção “O Importante na vida é...”, para lançamento do videoclipe interativo, como forma de incentivar a utilização do aplicativo pelos consumidores.

### 3.7 RESULTADOS DA DIVULGAÇÃO

Através das táticas utilizadas como forma de fortalecer a marca Luiz Beleza, obtiveram-se resultados na *fanpage* e Luiz Beleza, que podem ser observados nos gráficos a seguir:



Figura 31 - Total de “curtir” da página antes do processo de divulgação



Figura 32 - Total de “curtir” da página após o processo de divulgação

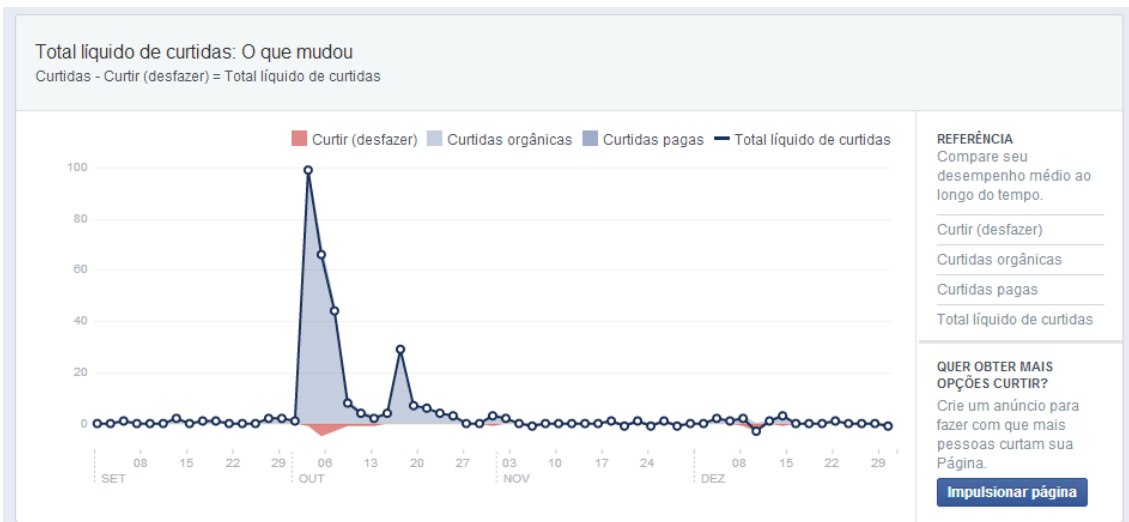


Figura 33 - Total líquido de curtidas da página



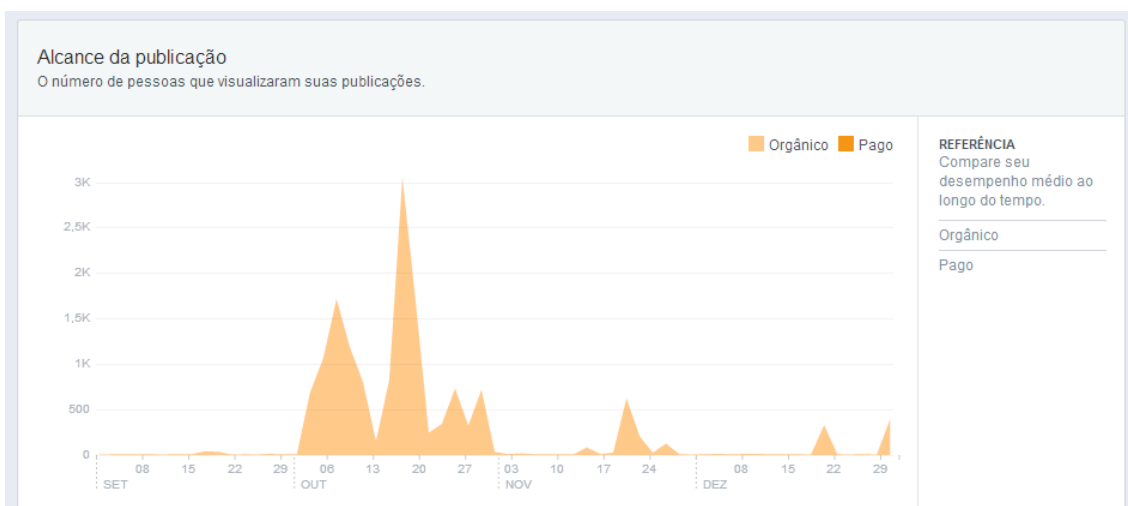


Figura 34 - Número de alcance das publicações durante o período de divulgação



Figura 35 - Número de alcance de todas as atividades da página durante o período de divulgação

Nota-se um significativo aumento, em todos os gráficos, a partir da estratégia adotada de publicações antes da divulgação do videoclipe, na *fanpage* de Luiz Beleza. Através dos mesmos pode-se concluir que obteve-se um significativo aumento na interação entre o público e a marca Luiz Beleza, através das postagens sobre a carreira, histórico, produtos e a estratégia de marketing direto, que proporcionou a absorção de uma grande parcela como novos consumidores da marca. Portanto o planejamento de mídia social, realizado como estratégia de divulgação do videoclipe, atendeu ao seu objetivo.

Luiz Beleza também participou de vários programas televisivos, alguns deles nas imagens abaixo. Dentre esses programas, o “Som e Prosa”, da TV



UNESP, além de contar a carreira do músico e divulgar seu trabalho, foi a primeira veiculação do videoclipe, que após a divulgação foi liberado nas redes sociais para o público.



Figura 36 - Programa Som e Prosa da TV UNESP (Lançamento Andarilho das Estrelas)



Figura 37 - Programa Sala D Visita da TV Clube/BAND



Figura 38 - Programa Jornal da Record do canal Record News



Figura 39 - Programa Todo Seu da TV Gazeta

Na semana da divulgação do videoclipe foram elaborados teasers, na *fanpage* de Luiz Beleza, com contagem regressiva para publicação do vídeo.

Em uma semana, obteve-se aproximadamente 100 compartilhamentos do vídeo, através da *fanpage* do músico e de perfis pessoais, da equipe que trabalhou na execução do videoclipe e do próprio Luiz Beleza.



O videoclipe Andarilho das Estrelas alcançou, após uma semana de sua estreia, mais de 2.000 visualizações no *YouTube*.



Figura 40 - Teaser de divulgação



Figura 41 - Compartilhamentos Andarilho das Estrelas



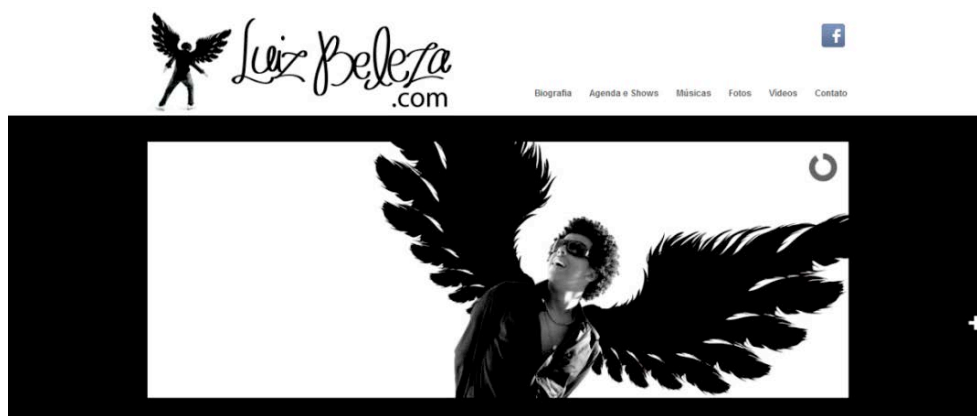
Figura 42 - Canal Andarilho das Estrelas no *YouTube*

Suas mídias sociais, como site oficial, *fanpage* e *instagram*, foram completamente reformuladas. Criada a identidade visual das mesmas, sua divulgação tornou-se mais efetiva, pois além de uma plataforma estar completamente vinculada a outra, através dos conteúdos publicados, o que direciona o consumidor a adquirir uma experiência de consumo multiplataforma, a identidade visual das mídias sociais também levavam o consumidor final a uma maior identificação do produto.

As mídias sociais foram divulgadas e propagadas pelo consumidor final, atingindo o objetivo pretendido.



Figura 43 – Página de Luiz Beza no *Facebook*



“ Luiz Beza é novidade na Música Brasileira. Acaba de lançar seu primeiro CD

Figura 44 - Site Oficial



Figura 45 - Instagram

A partir dos resultados obtidos, pode-se concluir que os objetivos estabelecidos pelas táticas de marketing adotadas foram cumpridos. Também pode-se comprovar que os três públicos de Luiz Beleza tem interesse no tipo de conteúdo veiculado e é atingido por essas mídias e as estratégias adotadas dentro delas.

Após esse estudo também pode-se deduzir que a marca Luiz Beleza deve continuar utilizando das táticas de marketing adotadas, utilizando plataformas como mídias sociais como ponto forte de sua divulgação, como uma maneira de alcançar cada vez mais reconhecimento do público e firmar-se como um forte produto dentro da indústria fonográfica.



#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo do projeto Andarilho das Estrelas foi criar um videoclipe e aplicativo interativo que auxiliassem no trabalho de divulgação de Luiz Beleza.

De modo geral, é possível afirmar a conclusão com êxito de todas as etapas planejadas. Como resultado final foi desenvolvido a pesquisa de fundamentação teórica e referências para constituir o projeto, os relatórios de produção, um roteiro e dois produtos audiovisuais, bem como o trabalho de divulgação dos mesmos.

A pesquisa teórica direcionou os membros da equipe para seus pontos de interesse, de modo que cada um pudesse aprofundar seus conhecimentos e constituir mais bagagem informativa. A dissertação a respeito do Projeto Andarilho das Estrelas é resultado do próprio produto, já que o seu processo de elaboração é um reflexo do preparo e planejamento realizados com o intuito de materializar nesta obra audiovisual todo o conhecimento adquirido.

Em suma, toda experiência vivenciada no Projeto foi de extrema importância para formação pessoal, acadêmica e profissional dos membros do TCC.





## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUMONT, J. **A imagem**. 5. ed. Campinas: Papirus, 2001.
- BONASIO, V. **Televisão: manual de produção e direção**. Belo Horizonte: Leitura, 2002.
- BRANDINI, V. **Panorama histórico – MTV Brasil**. In: PEDROSO, Maria Goretti & MARTINS, Rosana.
- CHION, M. **L’audiovision au cinéma**. Paris: Nathan, 1990.
- DIAS, M.Y. **Os Donos da Voz. Indústria Fonográfica Brasileira e Mundialização da Cultura**. São Paulo: Boitempo, 2000.
- FARINA, M. et al. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. Edgard Blücher: São Paulo, 2006.
- FLORES, V. M. E. **Minimalismo e Pós-Minimalismo. Forma, Anti-Forma e Corpo na obra de Robert Morris**. São Paulo, 2007.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- KELLISON, C. **Produção e direção para TV e vídeo**. Elsevier, 2007.
- LUCENA JÚNIOR, A. **Arte da animação: Técnica e estética através da história**. São Paulo: Senac, 2005.
- MÉDOLA, A. S. L. D.; CALDAS, C. H. S.. The music video in an environment of media convergence: regimes of meaning and interaction. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 10, n. 29, p. 121-141, 2013.
- PEDROSO, M. G.; MARTINS, R. **Admirável mundo MTV Brasil**. São Paulo: editora Saraiva, 2006.
- SOARES, T. **A Construção Imagética dos Videoclipes: Canção, Gêneros e Performance na Análise de Audiovisuais da Cultura Midiática**. 2009. 302f. Tese (Doutorado em comunicação e Culturas Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.
- SOARES, T. **Videoclipe: o elogio da desarmonia**. Recife: Livro Rápido, 2004.
- TAVARES, M.C. **A Força da Marca – como construir e manter marcas fortes**. São Paulo: Habra, 1998.
- ZANETTI, D., BELO, R.. Da TV para a Web 2.0: os novos usos do videoclipe // FROM TV TO WEB 2.0: THE NEW USES OF VIDEOCLIP. **Contemporanea - Revista de Comunicação e Cultura**, América do Norte, 10, set. 2012.



Disponível

em:<<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6265>>. Acesso em: 15 Set. 2013.



## APÊNDICE A – ROTEIRO DO VIDEOCLÍPE

<i>Instrumental</i> 0 a 05" (desfocado e ficando focado) 05" a 12" (andando no trilho)  13" a 20"	Luiz Beleza andando no trilho do trem de frente com violão no ombro. (começa desfocado e conforme se aproxima da câmera fica focado)  Plano Geral – Grua	Externa/Dia
	Luiz Beleza caminhando e mudando o cenário ao seu entorno para a ponte de Brotas	Externa/Dia
<i>Decidi jogar as tralhas velhas do coração</i>	Brotas: Sentado na janela da casa amarela tocando violão (Iluminação da silhueta).	Externa/Dia
<i>Partir sem rumo, sem direção - 32"</i>	Trilho do trem (close pé – palavras no concreto)	Externa/Dia
<i>E ir-me das lembranças do meu amor</i>	Ponte Brotas	Externa/Dia
<i>Jogar tudo pro alto, lançar num espaço sem cor - 46"</i>	Cena na ponte. Luiz tirando o paletó	Externa/Dia
<i>Desisti, de coisas sem importâncias eu desisti</i>	Cenário preto e branco (Tinta de lousa e giz – stop motion) *90 graus com Luiz andando e formando uma ponte.	Interna/Estúdio
<i>Das coisas ditas grandes eu desisti</i>	Cenário preto e branco (Tinta de lousa e giz – stop motion) *90 graus com Luiz andando e formando uma ponte.	Interna/Estúdio
<i>Me basta o canto livre dos bem-te-vis</i>	Formando floresta (stop motion)	Interna/Estúdio
<i>E ver que o belo existe, e que o importante é ser aqui</i>	Formando floresta (stop motion)	Interna/Estúdio
<i>Mar de estrelas navegar - 1'16"</i>	Brotas: Luiz Beleza sentado pedra (360 graus, em slow motion).	Externa/Dia
<i>Cais de terra, aportar</i>	Brotas: Luiz Beleza sentado pedra (360 graus, em slow motion). Luiz Cantando na Casa das Maquinas	Externa/Dia
<i>Infinito céu, meu lar - 1'50"</i>	Brotas: Luiz Beleza sentado pedra (360 graus, em slow motion). Luiz Cantando na Casa das Maquinas	Externa/Dia
<i>Descobri, nuances singelezas do bem-querer</i>	Trilho do trem (close pé – palavras no concreto)	Externa/Dia
<i>Andar por entre estrelas é aprender</i>	Trilho do trem (close pé – palavras no concreto)	Externa/Dia
<i>Querer bem a si mesmo é perceber que apesar do você,</i>	Cenário preto e branco (Tinta de lousa e giz – stop motion) *Asa se formando	Interna/Estúdio



<i>apesar do você não há outro lugar a ocupar</i>	Cenário preto e branco (Tinta de lousa e giz – stop motion) *Asa se formando	Interna/Estúdio
<i>E seguir, só tendo a vastidão em frente</i>	Cenário preto e branco (Tinta de lousa e giz – stop motion) *Andando no trilho de trem	Interna/Estúdio
<i>Eu vou seguir os trilhos de quem ama</i>	Trilho de trem: Luiz beleza andando no trilho real	Externa/Dia
<i>Eu vou seguir o ardor no peito, a chama</i>	Brotas: sentado na janela da casa amarela (plano detalhe tocando violão)	Externa/Dia
<i>Eu vou seguir e sorrir para a vida de cabeça erguida Jornada eu vou seguir</i>	Brotas: sentado na janela da casa amarela (plano detalhe tocando violão)	Externa/Dia
<i>Mar de estrelas navegar</i>	Brotas: apenas natureza, cenas espontâneas	Externa/Dia
<i>Cais de terra, aportar</i>	Brotas: Caminhando na ponte de madeira com folhas secas	Externa/Dia
<i>Infinito céu, meu lar</i>	Luiz Beleza andando no trilho do trem de costas com violão no ombro. (até ficar em desfoque)  Plano Geral – Grua	Externa/Dia



## APÊNDICE B – ROTEIRO INTERATIVO







### Andarilho das Estrelas Projeto de Videoclipe Interativo

Na pagina inicial há um link com o convite a criar sua versão do clipe. Ao clicar, o usuário é conduzido ao seguinte formato:

<p>Enquanto o clipe é carregado, é apresentada a frase “Importante na vida é:”, com um campo de texto para a continuação. Há um limite de 70 caracteres. Quando o clipe está pronto, um botão para começar aparece e o usuário deve responder para continuar.</p> <p>Ao clicar, o clipe se inicia assim como o oficial:</p>	
<p><i>Decidi jogar as tralhas velhas do coração Partir sem rumo, sem direção E ir-me das lembranças do meu amor Jogar tudo pro alto, lançar num espaço sem cor</i></p>	<p>Cenas do Clipe Oficial</p>
<p><b>Interrupção1</b> (música segue, mas apenas instrumental e infinita – em <i>looping</i>) Primeira interface para desenhar. Estilo de lousa, como no clipe (mas sem o cantor). Ao centro há a foto de perfil do usuário, com setas abaixo que, quando clicadas, mudam entre as fotos dos álbuns deste usuário. A posição e tamanho da foto são alteráveis. Ela também pode ser removida. Há uma barra superior com as ferramentas de desenho em sua extremidade esquerda, e um botão “concluir” na direita. Ao clicar neste botão, música e imagem entram em fade out.</p>	
<p><i>Desisti, de coisas sem importâncias eu desisti Das coisas ditas grandes eu desisti Me basta o canto livre dos bem-te-vis E ver que o belo existe, e que o importante é ser aqui</i></p>	<p>Cenas do Clipe Oficial retomam a partir deste trecho (com uma nova edição, sem os desenhos)</p>
<p><i>Mar de estrelas navegar Cais de terra, apontar Infinito céu, meu lar</i></p>	<p>Desenho feito pelo usuário é exibido, surgindo como no Clipe Oficial</p>
<p><i>Descobri, nuances singelezas do bem-querer Andar por entre estrelas é aprender Querer bem a si mesmo é perceber que apesar do você, apesar do você não há outro lugar a ocupar</i></p>	<p>Cenas do Clipe Oficial (com uma nova edição, sem os desenhos)</p>
<p><b>Interrupção3</b> (música segue, mas apenas instrumental e infinita – em <i>looping</i>) Segunda interface para desenhar, igual à primeira.</p>	
<p><i>E seguir, só tendo a vastidão em frente Eu vou seguir os trilhos de quem ama Eu vou seguir o ardor no peito, a chama Eu vou seguir e sorrir para a vida de cabeça erguida</i></p>	<p>Cenas do Clipe Oficial retomam a partir deste trecho (com uma nova edição, sem os desenhos)</p>
<p><i>Mar de estrelas navegar Cais de terra, apontar Infinito céu, meu lar</i></p>	<p>Segundo desenho feito pelo usuário é exibido, surgindo como no Clipe Oficial</p>
<p><i>... meu lar</i></p>	<p>Cenas finais do Clipe Oficial retomam</p>
<p>Última cena - com o desfoque e Luiz Beza indo pelos trilhos</p>	<p>Frase criada no começo é apresentada com um efeito como se estivesse sendo escrita com giz.</p>
<p>Ao fim, é perguntado ao usuário se ele quer compartilhar seu videoclipe. Se a resposta for sim, é gerada uma nova página contendo o videoclipe criado e com as opções de compartilhamento. Se for não, ele é levado à pagina inicial</p>	



APÊNDICE C - STORYBOARD

NAME	NOTES	page
PROJECT	"Andarilho das Estrelas"	
1	 <p>Imaginar sempre a história, digamos um personagem e vai sendo formado.</p>	
2		
3	 <p>partir sempre a direção</p>	
4		
5	 <p>Stop - motion i ponto se formando. 90°</p>	
6	 <p>Stop - motion i ponto finalizado. 90°</p>	

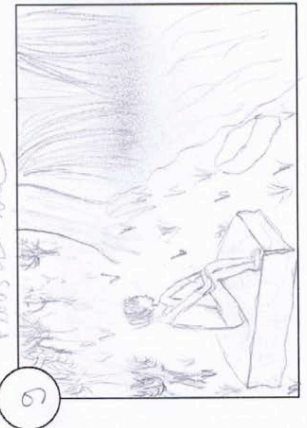
NAME \_\_\_\_\_ page \_\_\_\_\_  
 PROJECT \_\_\_\_\_ NOTES \_\_\_\_\_



Stop - refotom : flosista  
 se fermanda 90°



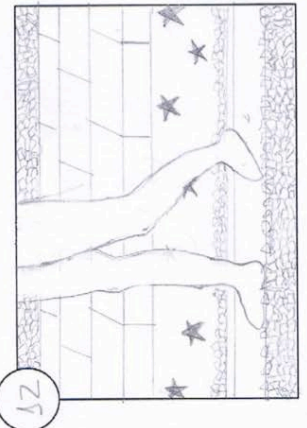
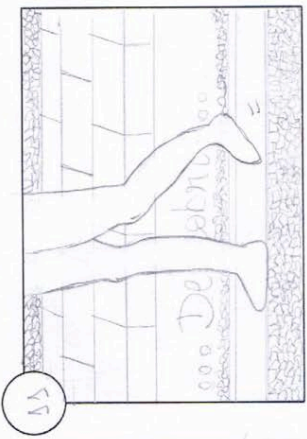
Stop - refotom : flosista  
 fermanda 90°



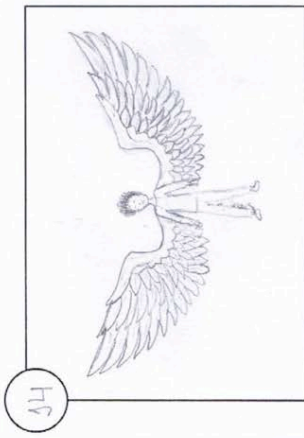
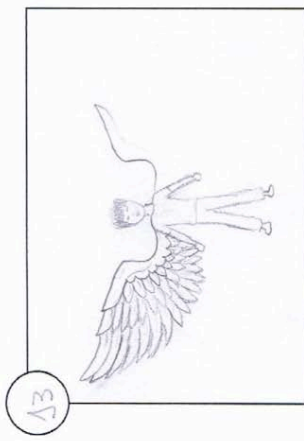
flosista real



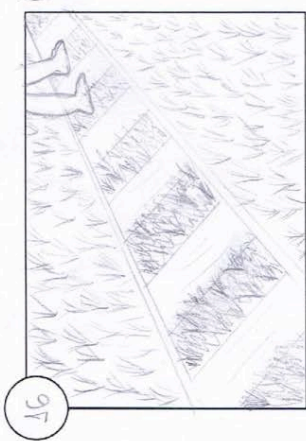
flosista real



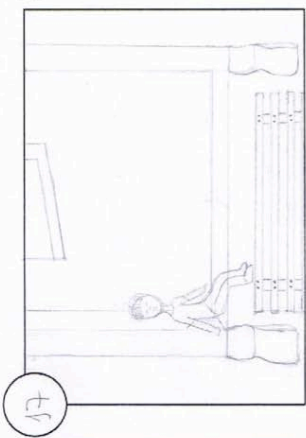
NAME \_\_\_\_\_ page \_\_\_\_\_  
 PROJECT \_\_\_\_\_ NOTES \_\_\_\_\_



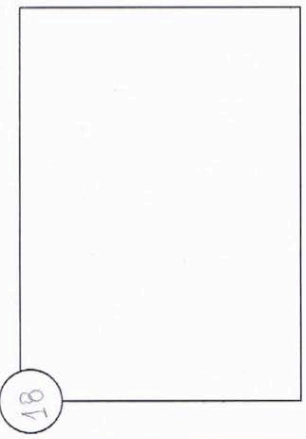
Stop motion: vídeo de quem se formando. 90°



Tudo se quem real

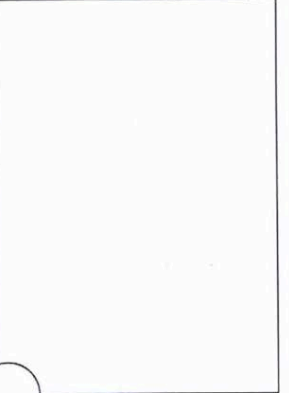



flame detalhe: luz  
Baluço, tranca e vidro



Gras ispendentes Brotos



NAME	PROJECT	NOTES	page
67		20	



## APÊNDICE D – AUTORIZAÇÃO DE IMAGEM

### Autorização de Uso de Imagem Completa

Eu, Luiz Eduardo Santos da Silva abaixo assinado, concedo para livre utilização os direitos sobre minha imagem e som da minha voz neste ato à equipe do videoclipe “Andarilho das Estrelas”, realizado como Trabalho de Conclusão de Curso pelas alunas Bruna Gomes do Nascimento e Chélide Fernanda Teixeira do curso de Comunicação Social: habilitação em Rádio e Televisão da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, a qualquer tempo, autorizando, consequentemente e universalmente, sua utilização, em toda e qualquer exploração comercial, distribuição e exibição da obra audiovisual, por todo e qualquer veículo, processo, ou meio de comunicação e publicidade, existentes ou que venham a ser criados, notadamente, mas não exclusivamente, em cinema, televisão, TV por assinatura, TV a cabo, Pay per view, ondas hertzianas, transmissões por satélite, vídeo, vídeo laser, home vídeo, disco, em exibições públicas e/ou privadas, circuitos fechados, aeronaves, navios, embarcações, assim como na divulgação e/ou publicidade do videoclipe em rádio, revistas, jornais, cinema e televisão, para exibição pública ou domiciliar, reprodução no Brasil e exterior, podendo as cenas do videoclipe em questão serem utilizadas para fins comerciais ou não, exibições em festivais ou outros meios que se fizerem necessários.

Bauru, 12 de maio de 2013

Luiz Eduardo Santos da Silva  
Assinatura

Roberto Luciano Bezzi  
Testemunha

Nome Artístico: Luiz Belza

Nome Completo: Luiz Eduardo Santos da Silva

End: Rua Elyse Gorguly Relylo, 62, apto 162 Baurão Jardim  
Dona Santa Paula, 500 Centro - SP

Telefones:  
(16) 3413-3285  
(14) 8170-8391  
( ) \_\_\_\_\_

RG: 1823383-0

CPF: 001.122.932-20



## ANEXO A – LETRA DA MÚSICA

### Letra da música

Andarilho das Estrelas  
Composição: José Willace

Decidi jogar as tralhas velhas do coração  
Partir sem rumo, sem direção  
E ir-me das lembranças do meu amor  
Jogar tudo pro alto, lançar num espaço sem cor

Desisti de coisas sem importâncias, eu desisti  
Das coisas ditas grandes eu desisti  
Me basta o canto livre dos bem-te-vis  
E ver que o belo existe, e que o importante é ser aqui

Mar de estrelas navegar  
Cais de terra aportar  
Infinito céu, meu lar

Descobri, nuances singelezas do bem-querer  
Andar por entre estrelas é aprender  
Querer bem a si mesmo é perceber que apesar do você,  
apesar do você não há outro lugar a ocupar

E seguir, só tendo a vastidão em frente  
Eu vou seguir os trilhos de quem ama  
Eu vou seguir o ardor no peito, a chama  
Eu vou seguir e sorrir para a vida de cabeça erguida

Mar de estrelas navegar  
Cais de terra aportar  
Infinito céu, meu lar



## ANEXO B – AUTORIZAÇÃO PREFEITURA MUNICIPAL DE BROTAS



### PREFEITURA MUNICIPAL DE BROTAS

CNPJ 46.362.927/0001-72

Fone: (14) 3653-9900 – FAX: (14) 3653-1205  
Rua Benjamin Constant, 300 – CEP 17380-000 – Cx.Postal 03  
ESTADO DE SÃO PAULO

site: [www.brotas.sp.gov.br](http://www.brotas.sp.gov.br) e-mail: [pmbrotas@brotas.sp.gov.br](mailto:pmbrotas@brotas.sp.gov.br)



Ofício n.º 919/2013/GP-PMB

Brotas, 17 de maio de 2013.

Assunto: **Uso de Imagem**

Senhora Chélide,

Em atenção ao Requerimento encaminhado a este Executivo Municipal que deu origem ao **Processo PM n.º 2.255/2013**, de 25 de abril de 2013, referente ao pedido de uso de imagem do Parque dos Saltos e da Estação Ferroviária, para finalidade acadêmica, informamos a Vossa Senhoria que não há problemas quanto a utilização dos referidos locais para captação de imagens, solicitamos que seja enviado a esta Prefeitura Municipal cópia do material produzido, para anexarmos ao processo acima referido e, solicitamos ainda, que seja informado o horário no qual ocorrerá a captação das referidas imagens para o devido acompanhamento do setor de Comunicação desta Municipalidade.

Atenciosamente,

  
**BENTO DIAS GONZAGA FILHO**  
Chefe de Gabinete

A Sua Senhoria a Senhora  
**CHÉLIDE FERNANDA TEIXEIRA**  
Rua Nilo Peçanha, n.º 271, Bairro Vila Souto  
17.051-130 – BAURU-SP

DSL/.