



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
Campus de Bauru



BETÂNIA VIEIRA DE SOUSA MENARDI
CAROLINA SOARES MOLINA
DANIELA CORRÊA FREIRE

Processo de produção e divulgação do videoclipe Uma Razão

Bauru
2017



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
Campus de Bauru



Processo de produção e divulgação do videoclipe Uma Razão

Betânia Vieira de Sousa Menardi

Carolina Soares Molina

Daniela Corrêa Freire

Trabalho Experimental apresentado como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Radialismo à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho".

Orientador: Prof. Dr. Marcos Américo

Bauru
2017

FOLHA DE APROVAÇÃO

Betânia Vieira de Sousa Menardi

Carolina Soares Molina

Daniela Corrêa Freire

Processo de produção do videoclipe Uma Razão

Trabalho Experimental apresentado como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Radialismo à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”.

Área de concentração: Ciências Sociais Aplicadas: Comunicação Social

Banca examinadora

Orientador: Prof. Doutor Marcos Américo
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Unesp

Prof. Me. Carlos Henrique Sabino Caldas
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Unesp

Prof. Dr. Willians Cerozzi Balan
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Unesp

Resultado:

Bauru, ____ / ____ / ____

Agradecimentos

Agradecemos imensamente e primeiramente à Alexandre Beltramini que, com seu enorme talento musical, nos emprestou suas aspirações, sua voz e sua sensibilidade para que pudéssemos, em meio à nossa loucura, concretizar nosso tão sonhado produto audiovisual. Agradecemos a confiança e a autonomia que nos foram dadas para que déssemos vida à sua obra musical, por meio de imagens enriquecedoras.

Agradecemos ao Maicon Milanezi, amigo fiel e companheiro, por conseguir transformar, com suas ideias e criatividade, a letra da canção em uma narrativa plenamente sensível e de bom gosto, que nos encantou e colocou, no papel, nossas aspirações.

Agradecemos à Andrey Sanches e Júlia von Zeidler, por traduzirem a essência do roteiro em imagens tão graciosas e delicadas, por meio de seus olhares e lentes meticulosos e detalhistas, garantindo as sensações por nós almejadas.

Agradecemos à Gabriela Staffa, montadora tão paciente que, com seus ouvidos e olhos atentos a toda batida da melodia, conseguiu dinamizar e dar ritmo ao produto final.

Agradecemos aos nossos pais e familiares que, desde o início de nossa jornada em uma universidade pública a quilômetros de casa, nos deram todo o apoio necessário, nos fortalecendo como pessoas, aprendizes e futuros profissionais de Comunicação Social. A eles que, mesmo que muitas vezes não tenham compreendido nossos objetivos e causas, dedicaram-se a nós e abraçaram nossos propósitos nos dando a força que precisávamos para seguir em frente, em busca de nossos sonhos, sempre tentando encontrar as soluções para tudo aquilo que nos afligia. Dedicamos a eles, todo nosso amor e o mais verdadeiro obrigada.

Agradecemos a todos os amigos, colegas e conhecidos que, de maneira ou outra, fizeram parte desse trabalho, nos ajudando de diversas formas e nos dando suporte e boas vibrações para que tudo ocorresse com êxito.

Agradecemos aos nossos examinadores da banca, Prof. Me. Carlos Henrique Sabino Caldas e Prof. Dr. Willians Balan que, durante a Graduação, dividiram conosco experiências incríveis e nos inspiraram a ser pessoas e profissionais melhores, mostrando que a área pela qual decidimos seguir, a Comunicação, é inerente ao ser humano, contribuindo para nossa constituição enquanto seres pensantes e críticos

que viemos a nos tornar durante a vida.

Agradecemos ao nosso orientador, Prof. Dr. Marcos Américo, por nos ter aceitado como orientandas e confiado, integralmente, em nossa capacidade enquanto produtoras de conteúdos audiovisuais.

Agradecemos a tudo aquilo que, mesmo de forma não palpável, foi importante para que nos equilibrássemos e nos sustentássemos nessa trajetória árdua, recheada de imprevistos e desafios, de maneira a nos tornarmos mais fortes, valentes e destemidas.

“Não é sobre ter
Todas as pessoas do mundo pra si
É sobre saber que em algum lugar
Alguém zela por ti
É sobre cantar e poder escutar
Mais do que a própria voz
É sobre dançar na chuva de vida
Que cai sobre nós

É saber se sentir infinito
Num universo tão vasto e bonito
É saber sonhar
E então fazer valer a pena cada verso
Daquele poema sobre acreditar

Não é sobre chegar no topo do mundo
Saber que venceu
É sobre escalar e sentir
Que o caminho te fortaleceu
É sobre ser abrigo
E também ter morada em outros corações
E assim ter amigos contigo
Em todas as situações

A gente não pode ter tudo
Qual seria a graça do mundo se fosse assim
Por isso eu prefiro sorrisos
E os presentes que a vida trouxe
Pra perto de mim

Não é sobre tudo que o seu dinheiro
É capaz de comprar
E sim sobre cada momento
Sorriso a se compartilhar
Também não é sobre correr
Contra o tempo pra ter sempre mais
Porque quando menos se espera
A vida já ficou pra trás

Segura teu filho no colo
Sorria e abraça teus pais
Enquanto estão aqui
Que a vida é trem-bala parceiro
E a gente é só passageiro prestes a partir”

– Ana Vilela, *Trem Bala*

Resumo

O presente trabalho consiste em apresentar como se deu o processo de produção do videoclipe da música autoral Uma Razão, do artista Alexandre Beltramini, bem como divulgar seu trabalho e, através de estratégias e planejamento de marketing, aumentar sua visibilidade no mercado fonográfico.

Palavras-chave: produção audiovisual; videoclipe; divulgação

Abstract

This work consists of presenting how the process of production of the music video of the song "Uma Razão" was done, by the artist Alexandre Beltramini, as well as reveal his work and, through strategies and marketing planning, increases its visibility in the music industry

Keywords: audiovisual production; video clip; disclosure

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Artista escolhido – Alexandre Beltramini.	17
Figura 2 – Planos detalhes do videoclipe Me Espera, da cantora Sandy, usados de referência.....	34
Figura 3 – Planos detalhes videoclipe Uma Razão.	35
Figura 4 –Plano centralizado do videoclipe Uma Razão.	35
Figura 5 –Plano centralizado do videoclipe Uma Razão.	36
Figura 6– Plano Geral do videoclipe Uma Razão.....	36
Figura 7– Plano Conjunto do videoclipe Uma Razão.	37
Figura 8– Plano Americano Lateral do videoclipe Uma Razão.....	37
Figura 9– Plano Médio Lateral do videoclipe Uma Razão.....	38
Figura 10– Plano Próximo do videoclipe Uma Razão.	38
Figura 11– Plano Fechado do videoclipe Uma Razão.....	39
Figura 12– Plano Detalhe do rascunho da música do videoclipe Uma Razão.....	39
Figura 13 –Plano detalhe do olho do cantor no videoclipe Uma Razão.....	40
Figura 14 –Plano detalhe da boca do cantor no videoclipe Uma Razão.....	40
Figura 15 –Contra-Plongée no Videoclipe Uma Razão.	41
Figura 16 –Plongée com Over The Shoulder com movimento no Videoclipe Uma Razão ...	41
Figura 17–Referência para disposição do cenário da sala do videoclipe Uma Razão. Fonte: reprodução da Internet.....	51
Figura 18 –Paleta de cor criada pelas autoras para referência do cenário da sala do videoclipe Uma Razão	51
Figura 19– Cenário da sala com respectiva paleta de cor criada pelas autoras para o videoclipe Uma Razão.	51
Figura 20– Referência para o cenário do corredor do videoclipe de GonnaHurtLike A Motherfucker, de Maroon 5.	52
Figura 21– Cenário do corredor e respectiva paleta de cor criada pelas autoras do videoclipe Uma razão.....	53
Figura 22– Cenário da saída da casa com respectiva paleta de cor criada pelas autoras do videoclipe Uma Razão.	54
Figura 23– Referência de cenário da estrada para o videoclipe Uma Razão. Fonte: reprodução da Internet.....	56
Figura 24– Cenário da estrada com respectiva paleta de cor criada pelas autoras do videoclipe Uma Razão.	57
Figura 25– Cenário do pír com respectiva paleta de cor criada pelas autoras do videoclipe Uma Razão.....	58
Figura 26 –Referência 1 do videoclipe Só não deixa eu tomar birra, de Lucas Lucco, para cenário do teatro para o videoclipe Uma Razão.....	59
Figura 27 –Referência 2 do videoclipe Sou Eu, de Fiuk, para cenário do teatro para o videoclipe Uma Razão.	60
Figura 28 –Referência 3 do shows acústico de Sandy e Junior para cenário do teatro do videoclipe.....	60
Figura 29– Cenário do teatro com respectiva paleta de cor criada pelas autoras do videoclipe Uma Razão.....	61
Figura 30– Teatro Municipal Renata Lycia dos S. Ludovíco (Macatuba – SP)	62
Figura 31 –Preparação do Chroma Key.....	65
Figura 32 –Preparação do Chroma Key.....	65

Figura 33 –Referência 1 de iluminação para o cenário da sala retirada do videoclipe Me Espera, de Tiago Iorc.....	66
Figura 34 –Referência 2 de iluminação para o cenário da sala retirada do videoclipe Me Espera, de Sandy.	66
Figura 35 –Referência para iluminação das cenas na estrada, retirada do videoclipe Paradise, de Coldplay.....	67
Figura 36 –Referência 2 para iluminação das cenas na estrada, retirada do videoclipe Paradise, de Coldplay.....	68
Figura 37–PrintScreens tirados para mostrar o antes e o depois da coloração do videoclipe Uma Razão.....	87
Figura 38–Referência 1 para a figura do lobo. Fonte: reprodução da Internet.	99
Figura 39– Referência 2 para a figura do lobo. Fonte: reprodução da Internet.	99
Figura 40 –Paleta de cores da nova identidade visual criada pelas autoras.	100
Figura 41– Evolução do desenvolvimento da figura do lobo	101
Figura 42 –Photoshoot realizado por Aline Manzino, no Bairro dos Paturis – Pederneiras SP.	102
Figura 43 –Photoshoot realizado por Aline Manzino, no Bairro dos Paturis – Pederneiras SP.	102
Figura 44–PrintScreen 1 tirado do web site http://www.marcelojeneci.com.br/	103
Figura 45–PrintScreen 2 tirado do website http://www.marcelojeneci.com.br/	103
Figura 46– Primeiro rascunho da estruturação do website de Alexandre Beltramini. Não levar em consideração as cores.	104
Figura 47 –PrintScreen do site de Alexandre Beltramini.	105
Figura 48–Imagem de perfil da página do Facebook do artista.....	106
Figura 49– Foto de capa da página do Facebook do artista.....	107
Figura 50 –PrintScreen tirado da página do Facebook de Alexandre no dia 7 ago. 2016. .	107
Figura 51 –Referência: Imagem retirada da página oficial do Facebook da cantora Sandy.	108
Figura 52 - Postagem do dia 29 jul. 2016.....	108
Figura 53 – Printscreen retirado da página do YouTube de Alexandre	109
Figura 54 – Printscreen retirado da página do YouTube de Alexandre.	109
Figura 55 – Referências para arte das publicações.	111
Figura 56 – Publicações fixas no cronograma.....	111
Figura 57- PrintScreen de Post de agradecimento à equipe na página do Facebook de Alexandre	112
Figura 58 –PrintScreen de Post de agradecimento aos apoiadores do trabalho.	113
Figura 59 - Dados dos seguidores do mês de janeiro de 2017	114
Figura 60 –Dados do número de curtidas na página do Facebook.	114
Figura 61 - Total de “curtir” da página durante as ações planejadas pela equipe.....	115
Figura 62 - Total líquido de curtidas.	115
Figura 63 - Engajamento do público durante o processo de reestruturação.....	116
Figura 64 –Dados da divulgação do videoclipe Uma Razão	117
Figura 65 - Dados dos seguidores do canal do YouTube.....	118
Figura 66 - Dados de comentários no canal do YouTube.	118
Figura 67 - Dados de compartilhamento no canal do YouTube.....	119

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1– Lista de equipe.....	71
Tabela 2– Contatos das Locações.....	72
Tabela 3–Checklist Produção	72
Tabela 4–Checklist Produção	74
Tabela 5–Checklist Produção	74
Tabela 6 – Caixa inicial.....	79
Tabela 7 – Orçamento detalhado.....	80
Tabela 8 – Ensaio fotográfico	80
Tabela 9– Gravação teatro	80
Tabela 10– Gravação píer/estrada.....	81
Tabela 11– Gravação sal/corredor/saída da casa.....	81
Tabela 12– Pós-produção.....	82

SUMÁRIO

1.1	Produto.....	14
1.1.1	Justificativa	14
1.1.2	Objetivos.....	15
1.1.2.1	Geral.....	15
1.1.2.2	Específico.....	15
2.	PROPOSTA DE TRABALHO.....	16
2.1	A escolha do artista.....	16
2.1.1	A escolha da música	18
2.1.1.1	Uma Razão: letra, significados e sentimentos	19
2.2	O processo de produção audiovisual	21
3.	O FORMATO VIDEOCLÍPE E SUAS CARACTERÍSTICAS.....	23
3.1	A convergência das mídias.....	23
3.2	A pós-modernidade e o videoclipe.....	24
4.	O VIDEOCLÍPE E SUA PRODUÇÃO.....	27
4.1	A Pré-produção.....	27
4.1.1	O roteiro	28
4.1.1.1	Sinopse.....	29
4.2	Direção geral.....	30
4.2.1	Planos e Enquadramentos.....	33
4.2.2	Assistência de Direção	42
4.3	Direção e Produção de Arte.....	44
4.3.1	Figurinos.....	46
4.3.2	Cenários	49
4.4	Direção de Fotografia.....	62
4.4.1	Iluminação.....	64
4.5	Produção Geral.....	69
4.5.1	Produção.....	69
4.5.2	Produção Executiva	75
4.5.2.1	Planilhas Orçamentárias	79
4.6	Pós-Produção	82
4.6.1	Montagem	84
4.6.2	Coloração.....	86
5.	DIVULGAÇÃO DO PRODUTO	88

5.1	As redes sociais de Alexandre.....	88
5.1.1	Análise das redes sociais	89
5.1.2	Conclusão da Análise	94
5.2	Planejamento e estratégias para divulgação do artista	97
5.2.1	Estabelecendo uma nova identidade visual	98
5.2.2	<i>Photoshoot</i>	101
5.2.3	Criação do <i>site</i>	102
5.3	Planejamento de Postagens nas Redes Sociais	105
5.4	Divulgação do Videoclipe nas Redes Sociais.....	110
5.5	Resultados de Ações de <i>Marketing</i>	113
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	120
7.	REFERÊNCIAS	121
7.1	Bibliográficas.....	121
7.2	Figuras	123
8.	APÊNDICES.....	130
9.	ANEXOS.....	166

INTRODUÇÃO

O videoclipe é um formato audiovisual que permite os mais diversos tipos de experimentações, uma vez que, por se tratar de um gênero versátil, não exige o cumprimento de ordens e regras pré-estabelecidas pelos padrões.

Este produto se deu como trabalho de conclusão de curso de alunas do curso de Comunicação Social – Radialismo, visando a produção de um videoclipe, bem como um relato de como ocorreu todo o processo do mesmo. No caso, foi escolhida a música Uma Razão, do compositor, cantor e multi-instrumentista Alexandre Beltramini, natural da cidade de Pederneiras - SP. O desenvolvido se deu durante o ano de 2016, sendo finalizado no início de 2017.

A música Uma Razão compõe o primeiro álbum do artista, intitulado “Ser”, com composições autorais, que remetem a uma mistura de *folk*, *rock*, *pop* e orquestral, gerando, assim, um som alternativo inspirador.

1.1 Produto

1.1.1 Justificativa

O presente trabalho foi realizado com a intenção de se produzir um videoclipe com base nos conhecimentos adquiridos durante a Graduação. No entanto, uma motivação maior veio principalmente pelo fato de ter sido um formato pouco explorado durante os quatro anos de curso em comparação à elaboração de curtas metragens e séries, por exemplo. Além disso, decidimos, também, trabalhar com uma das disciplinas oferecidas durante o curso, Marketing em Rádio e TV, buscando colocar em prática as teorias aprendidas.

Ainda, optamos pelo formato pelo fato de podermos ter a oportunidade de nos envolvermos em um trabalho que incluísse um cliente, já que a produção audiovisual se dá dessa maneira no mercado de trabalho. Assim, colocaríamos nossas opiniões e teorias em práticas, mas também aprenderíamos a lidar com os gostos e sugestões do cliente, no caso, um cantor.

Além de ser um formato audiovisual de enorme aceitação pelo público, o videoclipe é um produto que faz com que os fãs de um artista se sintam próximos dele ao ver, em imagens, os significados das letras de suas músicas.

Por fim, notamos a enorme importância do videoclipe em questões mercadológicas, uma vez que, por ser um formato flexível e de pequena duração, pode ser assistido em momentos curtos do cotidiano, garantindo que esteja em constante divulgação.

1.1.2 Objetivos

1.1.2.1 Geral

Colocar em prática, através de um formato pouco explorado, as teorias acerca do mundo audiovisual apreendidas durante a graduação. Para isso foi proposta a realização de um videoclipe da música Uma Razão do compositor, cantor e multi-instrumentista Alexandre Beltramini.

1.1.2.2 Específico

Realizar a produção de um videoclipe de qualidade visual, técnica e temática, com poucos recursos financeiros e escassez de equipamentos.

Divulgar o artista Alexandre Beltramini, através do videoclipe e de mídias audiovisuais como a televisão e a *internet*.

Aprimorar as estratégias de divulgação e conteúdo das redes sociais do artista escolhido, entre elas *Facebook* e *YouTube*.

Criação do *website*, a fim de concentrar informações e materiais pertinentes sobre o trabalho de Alexandre Beltramini em um único espaço.

2. PROPOSTA DE TRABALHO

A ideia de se realizar a produção de um videoclipe, de certa forma, sempre esteve presente em discussões sobre o que planejávamos para nosso Trabalho de Conclusão de Curso. Trabalhar com vídeos sempre foi uma escolha que possuía um “quê” de personalidade e decidimos unir o que gostávamos ao que poderíamos produzir com base em todo conteúdo e aprendizado sobre os processos audiovisuais que obtivemos durante a graduação e os projetos dos quais participamos.

Assim, quando, no sexto termo do curso, nas aulas de Planejamento em Comunicação, elaboramos um pré-projeto de Conclusão de Curso, decidimos embarcar na produção fonográfica unindo-a às aulas de Marketing ministradas anteriormente. Logo, este Trabalho de Conclusão de Curso engloba, sobretudo, a produção de um videoclipe de um artista da região de Bauru, Alexandre Beltramini, que não possui, ainda, grande reconhecimento pelo público, além de uma análise de Marketing acerca das redes sociais deste artista. A análise das páginas online do cantor se dará para que se definam os pontos negativos e positivos de suas publicações na *web* bem como o estabelecimento, a partir desses estudos, de metas e estratégias para uma maior visibilidade do artista e de seu trabalho.

2.1 A escolha do artista

Iniciamos a busca por um artista que fosse da região de Bauru e que ainda não possuísse grande fama ou reconhecimento, justamente para que pudéssemos impulsioná-lo através de nossas ações de Marketing em suas redes sociais. Nessa busca, por meio de contatos de amigos e conhecidos e também procurando em páginas online, nos interessamos por dois artistas: Alexandre Beltramini, de Pederneiras/SP e Digo Policiano, de São José do Rio Pardo/SP, ambos com músicas autorais.

Marcamos reuniões com os dois artistas, para que pudéssemos conhecê-los melhor como pessoas, bem como seus objetivos, pensamentos e trabalhos como cantores brasileiros. Primeiro, conhecemos Digo, através do Skype, já que ele não estava no Brasil (estava colocando em andamento, naquele momento, trabalhos nos Estados Unidos da América) e, conversando com ele, acabamos entendendo que

seus trabalhos já estavam bem embasados, desenvolvidos e com alguns videoclipes já produzidos. Além disso, descobrimos que o que ele queria e precisava no momento era de um *Social Media*, para cuidar de suas redes sociais e fazer todo o trabalho envolvendo assessoria de imprensa. Dessa forma, entendemos que, como graduandas de Rádio e TV, se decidíssemos por Digo Policiano, acabaríamos fazendo um papel voltado para Relações Públicas, o que não é o foco de nosso trabalho.

Assim, marcamos uma reunião, também via Skype, com Alexandre Beltramini. Vimos que o artista ainda não possuía nenhum videoclipe produzido, mas já havia produzido várias músicas autorais e não tinha um suporte com suas redes sociais. Logo, decidimos realizar o trabalho com Alexandre Beltramini, já que poderíamos elaborar uma produção audiovisual, no caso, um videoclipe de uma música autoral do artista, além do fato de podermos desenvolver melhor suas páginas online, para conseguir mais visualizações e fãs para o cantor. Ainda, por ser da cidade de Pederneiras, que se encontra na região de Bauru, os processos de logística ficariam mais fáceis.



Figura 1 – Artista escolhido – Alexandre Beltramini.

Uma segunda reunião foi marcada com Alexandre, desta vez pessoalmente, para que pudéssemos definir a música que iria receber um videoclipe e também definir todo o processo de elaboração do melhoramento das suas redes sociais.

Na reunião, Alexandre nos mostrou suas músicas autorais que ele mais desejava que se transformassem em um videoclipe. Assim, após conversarmos com ele, escolhemos duas músicas que mais gostamos: Uma Razão e Um Passo de Cada Vez, uma mais calma e outra com um tom mais agitado. Logo, como estávamos indecisas, uma pesquisa de opinião, através de nossas redes sociais foi realizada, com amigos, colegas e familiares, para que opinassem sobre qual lhes agradava mais. Para o público, Um Passo de Cada Vez foi a escolhida. Mas ainda tínhamos algumas incertezas, principalmente com relação a roteiro e, por isso, ainda não tínhamos dada por escolhida definitiva a música aclamada pelo público, Um Passo de Cada Vez.

2.1.1 A escolha da música

Nesse meio tempo, conversamos sobre nosso trabalho e a dúvida acerca de qual música, em um Workshop de Direção de Videoclipe, com o Diretor de Cena da Okent Filmes, Santiago Paestor. Com toda segurança, ele nos aconselhou, dizendo que videoclipe de música triste é considerado melhor e mais acessível de ser realizado, uma vez que os recursos não precisam ser inúmeros nem caros, principalmente com relação à arte e fotografia, já que o clima da angústia, da tristeza e do sofrimento deve ser passado e, para isso, não são necessários muitos objetos, muitas cores, muitas ações, muitas locações, muitos atores. Os gastos são menores, nesse caso, o que, diante de um baixo orçamento, é visto como ponto positivo. Além disso, o próprio tom de melancolia e reflexão da música já garante a sensibilidade e a emoção que o espectador poderá sentir. Passar sensações com uma música de melodia mais dramática é mais fácil e mais crível que uma música mais frenética. Força-se menos o sentimento na música mais melancólica, ele vem de maneira mais verdadeira.

Assim, após longas discussões, Uma Razão, a música com um tom mais melodramático, mais reflexivo, mais calmo, foi a escolhida. A partir disso, a música foi apresentada à equipe para que o as etapas necessárias comesçassem a se desenvolver.

2.1.1.1 Uma Razão: letra, significados e sentimentos

Conversando com Alexandre sobre a letra de Uma Razão, ele nos explicou os motivos que o levaram a escrevê-la e o que significava para ele. A música tem como principal influência o avô paterno de Alexandre que, em meio às escolhas que fez em sua vida, sempre pendeu para o caminho mais cômodo, com mais garantias e segurança, mesmo que isso o deixasse longe de seus sonhos e daquilo que realmente o fazia feliz e realizado. Alexandre vê seu avô, hoje, como alguém que acabou se arrependendo do que deixou de fazer, estando sempre fechado em seu próprio mundo, deixando de viver experiências e conhecer o novo. Além disso, o cantor contou que, de certa forma, seu bisavô também possui algum peso nessa história, pois fez com que seu avô desistisse do sonho de se tornar jogador de futebol. Mais tarde, seu avô influenciou seu pai a desistir de ir para a Itália, quando recebeu um convite de se mudar para o país a trabalho. Ambos, avô e pai de Alexandre, tiveram oportunidades que poderiam mudar suas vidas em muitos aspectos, mas acabaram recusando-as por influência de terceiros, por medo de magoá-los.

Em contrapartida, Alexandre conheceu amigos e pessoas próximas de seu avô que, mesmo não possuindo muito em questões financeiras e materiais, possuíam inúmeras e grandiosas experiências de vida, conseguindo deixar, de alguma forma, seu pensamento no mundo, sua marca, suas ações, suas palavras. Conseguiram ser lembrados e, de alguma maneira, fizeram diferença na vida de pessoas que conheciam e com as quais conviveram.

A letra de Uma razão busca se aprofundar em uma questão que faz parte da vida de muitas pessoas: se preocupar exageradamente com o que elas acham que podem levar desse mundo em um tempo tão curto que temos, que é a vida, sem se dar conta de que, no entanto, ao partir, só levarão aquilo que vivenciaram, que foram, o que fizeram para os outros e com os outros, as experiências, sentimentos e sensações que aproveitaram. Para Alexandre, o foco está no fato de que a maioria das pessoas busca razões para conseguir se manter na ilusão criada de que se pode ser feliz e protegido vivendo do modo como o resto do mundo diz ser melhor. Para ele, o que importa não é o que se leva deste mundo em questões materiais, mas sim o que se deixa de legado para o mundo e o que se aproveita dele em seus aspectos mais abstratos com afinco.

No mundo de hoje, as pessoas deixam de seguir aquilo que desejam ou de fazer algo da maneira que consideram melhor para manter os padrões e se conformam com o que é regido pelos demais. O que mais incomoda Alexandre é que essas pessoas, mais tarde, podem se arrepender por não terem ido em busca de seus objetivos e quando perceberem, poderá ser tarde demais. Para o cantor, tais situações o deixam completamente desestruturado, principalmente com relação aos acontecimentos envolvendo sua família, uma vez que se considera “a ovelha negra” dela, já que não optou por uma profissão tradicional, se posiciona politicamente contrário ao restante de seus familiares, não é adepto a religiões e é o único que possui tatuagem, por exemplo. Ele, em seu universo familiar, é o oposto dos padrões estabelecidos ali, pois tenta se manter como é e buscar aquilo que o completa, independente das regras criadas por terceiros.

A música fala exatamente da invisível passagem do tempo (que não é notada por muitos) e de tudo que se deixa de fazer devido a se tentar se adequar ao que se é estabelecido pelos padrões. Alexandre, na letra, menciona e lamenta como as pessoas preferem “errar pela razão” ao invés de seguir o coração, já que fazem escolhas baseadas, em sua maioria, visando o material, o financeiro, o sucesso almejado no mundo capitalista. As pessoas escondem quem realmente querem ser e a vida que desejam ter. Buscam sonhos que, talvez, não sejam seus próprios sonhos e sim, de outras pessoas.

No entanto, Uma Razão enxerga que, mesmo com todas as ilusões criadas pelas e para as pessoas, ainda há salvação, esperança de que a sociedade comece a perceber que a felicidade não se baseia somente no dinheiro como um fim. Que ele é importante é fato, mas que não se torne o centro de suas vidas. Com a letra, espera-se que se entenda que não é matando o tempo com exaustivas horas de trabalho ou perdendo a noção de quantas pessoas deixamos para trás, o quanto de experiências novas não vivemos por causa do comodismo, quantas oportunidades deixamos de aproveitar ou o quanto nos cegamos com nossas crenças que se chegará à felicidade. Ainda, entona-se o fato de que a felicidade vem mais como um estado de espírito, uma busca que precisa vir do interior do ser humano, o que, na maioria das vezes, causa medo.

Diante dessas declarações e de todo o sentimento que a letra passa, juntamente com a melodia da música, o roteiro do videoclipe foi pensado de maneira que os espectadores conseguissem refletir, um pouco que fosse, acerca de suas

escolhas e desejos, acerca do que fazem e do que realmente buscam em suas vidas.

2.2 O processo de produção audiovisual

Desenvolver um produto audiovisual demanda uma preparação minuciosa de toda equipe, exigindo que cada pessoa, em sua(s) respectiva(s) área(s), se esforce para manter a organização em todas as etapas, fazendo com que o processo de produção se dê antes mesmo da elaboração do roteiro.

Determinado o produto audiovisual que se deseja realizar, as etapas que englobam o processo audiovisual começam a ser pensadas e elaboradas. Em nosso trabalho, optamos por adotar o método mais tradicional de produção audiovisual, dividido em três etapas: pré-produção, produção e pós-produção.

Durante a pré-produção se dá a elaboração do roteiro, além da construção de um cronograma para que as gravações ocorram com sucesso. O roteiro é a base da produção, pois é a partir dele que todas as etapas vão funcionar. Nele se estuda a narrativa para que, após a realização da decupagem feita por cada área, possa se definir tudo o que irá ser preciso para colocá-lo em prática: objetos de arte, locações, tipos de equipamentos de luz, de câmera, cenários, figurinos, movimentações e falas do personagem, enquadramentos e movimentos de câmera.

É nessa etapa que se define, também, a equipe que participará de todo o trabalho. Para isso, contamos com veteranos, colegas de turma e calouros. A pré-produção é uma etapa em que todo cuidado que se tem é pouco, sendo que o produtor deve ser uma pessoa organizada e prevenida, pois, se algo sair dos conformes nas próximas etapas ele terá condições de solucionar.

Essa etapa conta com a Produção Executiva e a de Arte: a primeira é responsável por buscar captação de recursos, patrocínios, estabelecer contratos, sendo uma das primeiras a ser colocada em prática, para dar base às outras e para que a equipe toda tenha ciência sobre quais os recursos disponíveis para se trabalhar. Além disso, a pré-produção se encarrega dos atores, do *casting*, da logística, da alimentação e, juntamente com a Produção de Arte, fica responsável pela escolha das locações (e seus respectivos contratos) e a produção de objetos.

Durante a Produção, coloca-se em prática a efetiva captação das imagens e dos sons. Nessa etapa, a equipe de Fotografia realiza seu trabalho, orientada pela

Direção que, desde o início, passa a estética desejada, bem como os planos e enquadramentos. Na fase de produção se dá, portanto, a gravação das cenas do produto, contando com quase toda a equipe no *set*, a partir da construção artística dos cenários nas locações, determinada durante o processo de pré-produção e seguindo a organização prevista.

Já a fase de pós-produção se dá após as gravações terem sido feitas. É nela que se realizam a montagem, a coloração, sonorização e finalização de todo o produto audiovisual. O editor, a partir de sua visão e das concepções e referências propostas pelo roteiro e pela direção, monta a obra e a sincroniza com o áudio. Nessa fase, alguns erros de gravação podem, quando possível, ser consertados, bem como animações e inserções de texto podem aparecer.

3. O FORMATO VIDEOCLÍPE E SUAS CARACTERÍSTICAS

3.1 A convergência das mídias

Em 1962, McLuhan definiu, com base em suas análises e obras, o conceito de Aldeia Global, termo que, mais tarde, gerou grande polêmica, vindo a ser identificado como um fato que realmente acontecia na sociedade. Nessa época, as comunicações ainda eram muito caras e somente poucos tinham acesso a elas. No entanto, já nos anos 90, o conceito de Aldeia Global vinha a fazer sentido, se referindo, junto à ideia da globalização, ao fato de que, agora, se proliferavam as comunicações instantâneas, as quais praticamente não eram afetadas pelo tempo e distância entre as pessoas. As conexões estavam sendo estabelecidas, fortificadas pela imediatez e pela transparência, através das tecnologias eletrônicas, sendo a informação o conteúdo mais dissipado entre as redes conectadas. Todos estariam, de certa forma, interligados e isso traria consequências tanto tecnológicas quanto sociais e culturais. As tecnologias se desenvolviam cada vez mais, justamente para expandir a transmissão de informação.

Vive-se, assim, uma era em que tudo converge, tudo se conversa, se integra, a globalização se impõe e a Era da Convergência se revela. Henry Jenkins, em seu livro *Cultura da Convergência*, propôs o conceito de convergência como sendo

(...) o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação de múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2015).

Assim, na Era da Convergência, a sociedade é considerada a sociedade da informação, tendo as bases das relações de espaço, tempo, economia, cultura e informação remodeladas. As mídias se conversam e se entrelaçam e as tradicionais, como a TV, o rádio, a imprensa, já não são as únicas, precisando se adequar às novas tecnologias midiáticas, como a *internet*.

(...) um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura quanto personalizando-os a gosto das identidades e humores dos indivíduos. (CASTTELS, 1999, p. 40)

A sociedade vê-se inserida na cibercultura, a terceira era mediática, que se caracteriza pela velocidade e pelas milhões de conexões feitas por meio das redes de computadores, que buscam e encontram informação valiosa em outras sociedades. “A cibercultura é o produto da multiplicação da massa pela velocidade, com as tecnologias do vídeo a serem intensificadas pelas tecnologias informáticas”. (KERCKHOVE, 2009, pg 178). Diz-se que as “tecnologias ocidentais estão a estender-se para ir ao encontro de todas as culturas do Planeta” (KERCKHOVE, p.178).

3.2A pós-modernidade e o videoclipe

Partindo da origem etimológica, a palavra “videoclipe” deriva do inglês *clipping* que significa “recorte”. Este termo se encaixa bem ao gênero, pois o videoclipe trata do engendramento da música através do recorte de imagens, que podem ser totalmente aleatórias ou bem definidas. A união desses elementos pode gerar narrativas lineares ou fragmentadas, dependendo do estilo de montagem escolhido pelo artista e sua equipe.

A respeito disso, David Harvey, em seu livro “Condição pós moderna” (1993), faz uma reflexão acerca da estética pós-modernista, de fragmentar a arte, abandonando o sentido de continuidade em seus produtos – coisa que, segundo Charles Newman (1984, p.9 apud HARVEY, 1993) é uma resposta ao surto inflacionário do capitalismo avançado. Tal fragmentação e retaliação das narrativas, mostra-se muito presente no formato do videoclipe, uma vez que este, quase sempre, conta com rupturas temporais, feitas através da montagem na pós-produção. Dessa forma, considera-se a colagem/montagem como sendo a modalidade primária do discurso pós-moderno.

O conceito de pós-modernismo é relativamente atual e se integra à convergência dos meios, visto que é usado para designar a sociedade capitalista avançada em que estamos inseridos, muito atrelada à força que os computadores e as máquinas têm adquirido ao longo dos anos: “Os computadores, ao acelerarem o ritmo da nossa cultura televisiva, geraram a implosão pós-modernista” (KERCKHOVE, 2009, p. 218). As mudanças que ocorreram foram principalmente no campo cultural, a respeito da sensibilidade nas práticas e nas formações discursivas que distinguem-se do período anterior, moderno. Conforme Harvey (1993) comenta, este conceito está

relacionado a uma total aceitação do efêmero, do fragmentário e do descontínuo, e encara com naturalidade as inúmeras e constantes mudanças que ocorrem em diversos campos e que antes eram vistos como “eternos e imutáveis”. Nestes dias, segundo Lyotard e Foucault, o “conhecimento é a principal força de produção”. Esse conhecimento, entretanto, está totalmente disperso em “nuvens”, principalmente devido às muitas plataformas de comunicação e também aos inúmeros jogos de linguagem, de informação valorizada.

Essas muitas plataformas de comunicação criam um pluralismo de mundos que coexistem na ficção pós-moderna, algo que Foucault denomina “heterotopia”: “‘espaço impossível’, de um ‘grande número de mundos possíveis fragmentários’, ou, mais simplesmente, espaços incomensuráveis que são justapostos ou superpostos uns aos outros”. (HARVEY, 1993, p. 52). O fato da informação e do conhecimento terem sido democratizados, através da tecnologia que possibilitou a criação e melhoria dos meios de comunicação, fez com que os diversos grupos sociais ganhassem voz e poder de manifestação, podendo trazer pontos considerados negativos pelas mídias, que, como visto anteriormente, impunham suas opiniões, visões de mundo e até mesmo interpretações sobre diversos assuntos, e que agora está tendo que encarar questionamentos a esses sistemas fixos de representação.

Produtores e consumidores de “textos” (artefatos culturais) participam da produção de significações e sentidos (...). A minimização da autoridade do produtor cultural cria a oportunidade de participação popular e de determinações democráticas de valores culturais, mas ao preço de uma certa incoerência ou, o que é mais problemático, de uma certa vulnerabilidade à manipulação do mercado de massa. De todo modo, o produtor cultural só cria matérias-primas (fragmentos e elementos), deixando aberta aos consumidores a recombinação desses elementos da maneira que eles quiserem. O efeito é quebrar (desconstruir) o poder do autor de impor significados ou de oferecer uma narrativa contínua. (...) O efeito disso é o questionamento de todas as ilusões de sistemas fixos de representação. (HARVEY, 1993, p. 55)

O videoclipe, nessa medida, é uma das inúmeras formas audiovisuais de linguagem presentes no período pós-moderno, que visa, além de entreter, passar uma mensagem (e, por mensagem, entende-se aqui, informação e conhecimento), passar uma identificação aos que o assistem. Pelo fato de sua linguagem ser fragmentária, já que se trata de um formato em que a narrativa não se preocupa com a linearidade de sons e imagens, fica a critério do espectador fazer as ligações entre os elementos que compõem a narrativa da maneira que ele considera relevante. Obviamente, os

produtores dos videoclipes, pelo fato de terem tido contato com o roteiro e também estarem inseridos no processo de pré-produção do mesmo, possuem ciência da real intenção daquele produto, entretanto, isso nem sempre fica claro para quem o assiste, podendo ser visto de formas diferentes, conforme o repertório de cada um e o mundo em que cada um vive, como sugeriu Foucault. Assim, a informação transmitida pelo videoclipe chega de uma maneira ao espectador/consumidor e pode, na maioria das vezes, ser compreendida por ele através de outras várias formas.

Apesar de os experimentos de unir som e imagem terem sido feitos em 1960, com as performances musicais em programas de televisão e experimentos do compositor e cineasta Nam June Paik, a primeira vez que se utilizou a palavra “videoclipe”, propriamente dita, foi em 1980, sendo considerado, oficialmente, o primeiro videoclipe o *Bohemian Rhapsody*, da banda Queen em 1975.

O surgimento da MTV nos Estados Unidos em 1980 fomentou este mercado e logo, todos os artistas de renome possuíam um videoclipe para divulgar seu trabalho. No Brasil, a filial da emissora chegou em 1990 transmitindo “Garota de Ipanema” numa versão alternativa de Marina Lima.

Na convergência, graças ao advento da tecnologia e ao consequente aumento do acesso à *Internet*, o videoclipe se difundiu ainda mais, dando oportunidade para bandas alternativas divulgarem seu trabalho em *sites* como, por exemplo, o *YouTube*. Tal situação ajudou o videoclipe a se tornar um dos formatos mais populares, o que se mantém até hoje.

Com base em tais fatos, nota-se que o videoclipe apresenta enorme poder de gerar um bom retorno e reconhecimento ao artista. Porém, observa-se que, de forma geral, os videoclipes realizados com grandes recursos financeiros e técnicos são mais divulgados e conseguem alcançar um número maior de espectadores em relação aos clipes produzidos de maneira menos favorecida. O que ameniza este problema é o uso das redes sociais e da *web*, como dito anteriormente, que contribui enormemente para o reconhecimento desse artista e de suas produções.

A *Internet* conquistou um espaço de enorme importância na sociedade da Indústria Cultural, conseguindo eliminar as mais diversas barreiras, o que fez com que se tornasse uma plataforma obrigatória para a divulgação de qualquer produto audiovisual, isso porque, quando usada da maneira correta, ela é capaz de atingir facilmente o público com eficácia.

4. O VIDEOCLÍPE E SUA PRODUÇÃO

4.1 A Pré-produção

A Pré-Produção se caracteriza como uma etapa estrutural, que tem por finalidade desenvolver o produto e planejar minuciosamente como se darão as futuras gravações. É durante este processo que o projeto se transforma em algo mais concreto, o que torna possível visualizá-lo, não só como uma história no papel, mas sim como uma narrativa audiovisual.

Primeiramente, procuramos formar uma equipe com pessoas de nossa confiança, que tivessem, principalmente, responsabilidade e organização, atributos extremamente necessários para que todo o processo de produção se conduza mais tranquilamente. A equipe técnica, orientada pela direção, determinou as necessidades previstas para cada cena da narrativa, o que fez com que o roteiro literário passasse a ter orientações técnicas que delinearam e definiram quais seriam os próximos passos.

Assim, após pesquisas, locações foram propostas pela produção e, posteriormente, visitadas pelos membros do grupo, até finalmente serem aceitos pela direção e produção de arte por atenderem com precisão às características exigidas pelo roteiro. Após a escolha, a equipe visitou as locações novamente, com o objetivo de definir as necessidades técnicas de cada lugar, a fim de planejar como se dariam as gravações e quais seriam as demandas exigidas, principalmente em relação à arte e fotografia.

O processo de decupagem feito pela direção, no qual roteiro foi detalhado sistematicamente, permitiu que o produtor, em conjunto com o produtor de arte, se preparasse para atender aos requisitos estipulados por cada área, como: equipamentos, materiais, objetos de cena e especificações do cenário, procurando, conforme os limites e orientações estabelecidos pela produção executiva, criar alternativas viáveis para se manter sempre dentro do orçamento previsto.

Após as datas de cada gravação serem estabelecidas, elaboramos um cronograma geral de filmagem, reunindo e orientando a equipe com o objetivo de planejar e organizar minuciosamente a forma com que as gravações seriam conduzidas, na tentativa de minimizar qualquer possível imprevisto durante a etapa

de produção.

4.1.1 O roteiro

Para a produção do roteiro, contamos com a mente criativa de Maicon José de Faria Milanezi que, com base em nossas referências estéticas e simbólicas, bem como seus conhecimentos e vivências de roteiro, conseguiu nos auxiliar no caminho escolhido.

Como estávamos em período de greve universitária, as reuniões foram feitas, principalmente, via *Web*, através do Skype. Em nosso primeiro contato com Maicon, passamos a ele a letra da música e o que ela significava para Alexandre, em que contexto foi escrita e com qual intuito. Acrescentamos nossos olhares acerca do tema, bem como nossas referências de fotografia, arte e pós-produção, para que, desde o começo, o roteiro já fosse pensado com as características que tínhamos em mente.

Diante disso, o roteiro criado não visou apresentar ao espectador uma narrativa fechada, uma história com começo, meio e fim determinados, muito menos personagens específicos. O intuito foi produzir uma narrativa mais aberta, que fizesse com que o espectador pudesse se inserir no universo criado e conseguisse repensar seus atos e decisões. A proposta da narrativa era, então, tentar abranger não somente um tipo determinado de público mas sim, através de situações corriqueiras e consideradas universais, fazer com que um maior número de pessoas se identificassem.

Em reuniões com o roteirista, mostramos a ele o que desejávamos que tivesse, de forma indispensável, no roteiro. Por exemplo, Alexandre nos contou que gostava muito de se apresentar em teatros, ali ele se encontrava. Diante disso, algo desejado no roteiro foi que houvesse cenas em um teatro, auditório ou, até mesmo, em um estúdio de TV que conseguíssemos, através da arte e da fotografia, transformar e fazer parecer um teatro, deixando o cantor o mais confortável possível naquele ambiente. É importante lembrar que o roteiro passou por vários tratamentos, no total, quatro, para que chegássemos ao que desejávamos.

A narrativa do videoclipe tem como personagem principal e único o próprio Alexandre que passará por situações, em meio a memórias e idas e vindas pelo tempo (presente, passado e futuro), em que precisará tomar decisões importantes para a vida. Além disso, cenas de *mastershot*, em que o artista canta e toca são

apresentadas. A narrativa não contou com outros personagens justamente porque o objetivo do videoclipe, o primeiro de Alexandre, era divulgá-lo, bem como seu trabalho, torná-lo conhecido diante do público.

Além disso, queríamos, como um ponto importante, explorar os recursos disponíveis de luz e enquadramentos, tornando a fotografia um traço forte, de maneira simples, mas intensa e emotiva.

4.1.1.1 Sinopse

O videoclipe de Uma Razão conta a história de um jovem (no caso, o próprio cantor) que se vê perdido e confuso com seu futuro e suas escolhas. A narrativa não se apresenta de forma totalmente linear, visto que há a mescla de cenas do presente, do passado e do futuro do artista organizadas de forma não cronológicas, mas que apresentam uma interpretação de sentidos e de acontecimentos.

No início da narrativa, vemos Alexandre em uma sala de uma casa que parece não estar mais em uso, isso porque há muitos móveis, aparatos e objetos deixados no local de maneira não muito organizada, o que nos leva a crer que algumas mudanças podem ter sido feitas às pressas naquela casa. Em meio a muitas lembranças e memórias que os objetos e paredes da sala lhe trazem, Alexandre vai se lembrando, enquanto canta, de seus entes queridos, pessoas importantes de sua história, seus pertences pessoais, suas escolhas feitas em seu passado. Andando pelos cômodos da casa, o jovem acaba se deparando, em um corredor, com um móvel no qual há um porta-retrato com uma foto de um homem (que descobrimos, ao longo da narrativa, ser o pai do personagem) em seu ambiente de trabalho: um engenheiro posando para a fotografia em uma obra em construção.

Após isso, vemos Alexandre chegando ao final desse corredor e uma luz branca estourada passa a dominar a tela do espectador. Alexandre se vê, então, entrando em um ambiente com cadeiras que parecem de uma plateia: está agora em um teatro e, pelos corredores da plateia, avista, o palco todo apagado, com apenas uma luz focada em um violão no centro e vai até ele.

Novamente, as cenas se voltam para a sala da casa, na qual, agora, Alexandre encontra uma caixinha com um rascunho de uma letra de música em um papel todo amassado. A letra de “Uma Razão” é relembrada, fazendo com que o jovem se lembre de tê-la escrita. Assim, ele se decide por guardá-la consigo e ir em busca de seu

violão. O cantor toma uma decisão importante: resgatar aquilo que um dia deixou de seguir por pressão de outros, principalmente de membros de sua família, que desejavam vê-lo como alguém bem sucedido em uma profissão considerada mais tradicional e segura, como era seu pai. Na ânsia de satisfazer e agradar sua família, principalmente, o jovem acaba se perdendo e negando seu verdadeiro eu. No entanto, nesse momento, o personagem passa por uma transformação e se decide por seguir seus desejos e seus dons. Alexandre deixa a casa e suas memórias para trás e sai em busca daquilo que realmente quer e o faz feliz: a música.

Vemos o artista cantando e se apresentando, de maneira extremamente feliz, realizado, no teatro que anteriormente ele havia entrado. Luzes penduradas no palco se acendem, representando o estado de espírito do cantor que, agora, não se mostra mais em dúvida do que quer, mas ao contrário, mesmo não tendo absoluta certeza do que realmente o futuro tem para ele, se entrega, sem medo, ao que o faz feliz.

Ao desenrolar da narrativa e mescladas às cenas da sala e do teatro, vemos Alexandre caminhando com seu violão por uma estrada de terra em um entardecer. Há a representação de um deslocamento, de seu caminhar, o que simboliza sua transição saindo das amarras e obrigações do passado, das pressões e daquilo que o prendia e indo para o novo, para o que deseja, seu universo de fato.

Ao final do videoclipe, Alexandre chega, depois de muito caminhar, em um pântano rodeado por uma paisagem bucólica, e se senta ao pé de um rio. Ali ele desamassa a letra de “Uma Razão” e começa a tocar seu violão. A tranquilidade do local, caracterizado pela natureza e pelas cores que a simbolizam, como o verde e o azul representa, dessa forma, a paz interior do personagem, sua calma, sua certeza de que acreditar em si mesmo e buscar o que faz sentido para si é a melhor forma de se sentir realizado.

4.2 Direção geral

Desde o momento em que o diretor pega o roteiro em mãos pela primeira vez, sua maior responsabilidade é enxergar o filme como um todo. Isso porque, apesar do diretor se preocupar, separadamente, no momento da filmagem, com os planos, ele deve ter consciência de que essas menores unidades do filme, irão compor as cenas e que essas, quando ligadas umas às outras, formarão a unidade maior: o filme em si.

Para conseguir passar isso à equipe da maneira mais clara possível, é preciso que, além de possuir consciência do todo, o diretor faça escolha de uma equipe e, principalmente de um assistente de direção, com os quais possua afinidade com relação à forma de trabalhar e aos estilos e referências procuradas por ele.

Segundo Mamet (2002), um diretor pode agir de duas maneiras em uma produção: seguir os atores, com a câmera, como se o que está sendo gravado fosse um simples registro do que o protagonista e os outros personagens fazem no filme ou, como Eisenstein propõe, contar uma história por meio de cortes, ou seja, através de “uma sucessão de imagens justapostas para que o contraste entre essas imagens faça a história avançar na mente da plateia” (MAMET, 2002, p. 21). Embora, essa segunda maneira possa parecer gerar, à primeira vista, fragmentos de imagens sem coerência e nexos, se analisarmos de modo mais profundo, o conjunto revelar-se-á ter se tornado uma linha contínua, uma ordem simples e um sentido completo. Para Eisenstein, é preciso deixar que o corte conte a história, uma vez que, optando-se pelo contrário, não haveria uma ação dramática, e sim apenas uma narração do que está acontecendo. É preciso surpreender o espectador, para que ele se pergunte sobre o que irá acontecer nas cenas seguintes, não para que espere por algo do qual ele já tem conhecimento e não lhe gerará surpresas.

Assim, é função do diretor, além de definir enquadramentos, planos e movimentos de câmera, coordenar os atores, dirigindo-os com relação às suas falas, gestos, ações e posturas em cena, pois é ele que tem esse contato direto com os intérpretes, além ser aquele que dá o aval final sobre a produção em si, como os melhores *takes* para serem usados na pós-produção.

Com relação à direção de atores, um bom diretor deve ser objetivo ao se reportar a eles, da mesma maneira que se reporta a qualquer outro profissional da equipe, já que a atuação em uma cena deve ser a execução de uma ação simples. O contrário é arriscado, pois uma atuação muito dramatizada/teatral pode cair no exagero e acabar por arruinar a produção. Isso se dá, porque não só de um bom ator se faz um bom filme, mas também de vários outros detalhes e elementos que envolvem toda a produção e que contribuem, juntamente com a atuação, para se criar o clima esperado para aquela determinada cena.

Ao contrário do que parece, o trabalho mais intenso de um diretor ocorre muito antes das filmagens em *set*, isso porque é o planejamento que faz um filme ocorrer: ele define, na pré-produção, tudo o que será executado nos dias de gravações,

estabelecendo as coordenadas e as sequências de planos que serão seguidas no *set* de filmagem, local no qual simplesmente será “registrado o que foi escolhido para ser registrado” (MAMET, 2002, p. 24).

No *set* de gravação, um diretor tem o dever de passar firmeza e segurança acerca do que estiver pedindo e instruindo, bem como ter, consigo, de forma bem clara, suas justificativas para cada escolha tomada. É preciso que o *set* esteja sempre em constante movimento, mesmo quando houver imprevistos, pois é necessário que os membros da equipe continuem atentos para que, ao se retomarem as atividades, estas se dêem de maneira fluida e com a mesma energia de antes.

Em Uma Razão, a direção se deu de forma bem parecida com o que foi descrito acima: o diretor, junto de seu assistente, decupou o roteiro, cena a cena, as referências foram determinadas – tanto visuais (cores, saturação, contraste, iluminação etc.), quanto técnicas – para cada locação e definiram-se planos, enquadramentos e possíveis movimentos de câmera, os quais foram concretizados em sua maioria, já que outros foram impossibilitados devido à falta de equipamentos adequados ou à alguma limitação das locações. Apesar disso, podemos dizer que, em termos de direção, o resultado do videoclipe ficou bem parecido com o que estávamos buscando desde o início, conforme pode ser visto nas comparações de imagens de referências/*frames* finais do videoclipe, que colocamos ao longo do relatório.

Nos dias de gravação, o diretor, além de se preocupar com o todo que se via em quadro, ficou responsável por dirigir Alexandre. Este, por nunca ter estado em um *set* antes, teve várias dúvidas e, para saná-las, se encaminhava diretamente ao diretor. Foi preciso familiarizá-lo com o que se desenrolaria ao longo das gravações, passar instruções de como ele deveria se portar diante da câmera, repassar todas as cenas e explicar o que aquele momento queria passar ao espectador, para que ele pudesse se inteirar.

Apesar da equipe, em alguns dias, ser relativamente numerosa – o que deixou Alexandre, num primeiro momento acanhado –, buscamos deixá-lo o mais à vontade possível para que o resultado na câmera ficasse natural. A maior dificuldade, nessa questão, foi a gravação com o *ChromaKey*, pois Alexandre teve dificuldades para interagir com um fundo verde, o qual ele deveria imaginar que, à sua volta, surgiriam objetos que lhe remeteriam ao seu passado. Por outro lado, na gravação do teatro, o cantor conseguiu se soltar mais, uma vez que era um ambiente comum e familiar, além do fato de ele estar fazendo o que mais gosta: cantar, como se realmente

estivesse em um show, o que contribuiu para deixar a cena muito natural.

Isso acabou por dar um resultado interessante ao videoclipe em termos de atuação: percebemos que, nas primeiras cenas em que ele se encontra na antiga casa dos pais e ainda está em dúvida sobre qual caminho seguir – local onde foi usado o recurso do *Chroma*key, ele se mostra inseguro e acanhado, e, após ter feito a escolha de viver pela música, fica mais estável e determinado. Esse crescimento do personagem ocorre de forma gradativa no videoclipe: ele começa a ganhar confiança ao sair da casa dos pais; tem passos seguros na estrada, mesmo que não saiba exatamente pra onde está indo; tem o auge de sua soltura e emancipação no teatro e no píer, após toda descarga emocional, se mostra finalmente equilibrado e sereno.

4.2.1 Planos e Enquadramentos

A linguagem cinematográfica se dá através da combinação de diversos elementos, escolhidos, principalmente, pela Direção geral, que apresenta referências e justificativas sobre toda a produção. Entre eles, estão os planos, os enquadramentos e os movimentos de câmera, além dos tipos de cortes que se farão durante a pós-produção, no momento da montagem.

O bom uso da linguagem cinematográfica é responsável por gerar emoções e sensações no espectador. Embora não haja um padrão único de se fazer isso, existem maneiras que podem gerar efeitos mais certos que outras. Para se contar uma história, portanto, o domínio da linguagem audiovisual é imprescindível.

No cenário audiovisual, há convenções que indicam que determinados planos e enquadramentos geram determinados efeitos, portanto, não seguir essas convenções é um risco que se corre, podendo gerar uma quebra de expectativa positiva ou não.

Para a escolha dos elementos que compõem a linguagem cinematográfica de Uma Razão, o diretor geral, junto com seu assistente, buscou selecionar referências que se enquadrassem ao estilo de música de Alexandre Beltrami, bem como ao gosto pessoal da equipe. De forma geral, o que visualizávamos, desde o início, era uma estética que gerasse reflexão no espectador, através, principalmente, da alternância entre diversos planos e dos movimentos de câmera que são, em sua maioria, calmos e leves, mas que são notórios e intensos, já que não há uma narrativa linear e há apenas um personagem na obra: o próprio cantor. Dessa forma, tivemos

como principais referências videoclipes de músicos brasileiros, como Sandy e Tiago Iorc.

No videoclipe *Me Espera*, da cantora Sandy em parceria com Tiago Iorc, utilizamos como referência os planos detalhes de objetos que aparecem de forma constante na produção. Neste, o que se percebeu foi que os planos detalhes apresentavam uma duração de tempo significativa, e se mantinham sem movimento de câmera, uma vez que os próprios objetos possuíam, em sua maioria, vida, como por exemplo, o balançar de uma cadeira, a água indo embora pelo ralo de uma pia e folhas voando no chão de um quintal. Já em *Uma Razão*, como os objetos de cena escolhidos não possuíam movimento, optamos por gerar cinesia através dos cortes, durante a montagem, que ocorrem de maneira mais rápida que em *Me Espera*, além de buscar fazer uso de movimentos nos quais há a sensação de passeio pelas memórias do personagem, o que dá maior dinamicidade ao videoclipe em si, como por exemplos, planos sequências.



Figura 2 – Planos detalhes do videoclipe *Me Espera*, da cantora Sandy, usados de referência.



Figura 3 – Planos detalhes videoclipe Uma Razão.

De maneira geral, podemos dizer que os enquadramentos centralizados são bastante presentes no videoclipe Uma Razão, principalmente nas cenas em que Alexandre canta olhando para a câmera. Optamos por essa solução para que o centro de interesse do olhar do espectador fosse justamente direcionado ao rosto de Alexandre. Além disso, em específico nas cenas feitas na locação do píer, buscamos utilizar das linhas arquitetônicas da ponte de madeira e do coreto para dar uma perspectiva de profundidade.



Figura 4 –Plano centralizado do videoclipe Uma Razão.

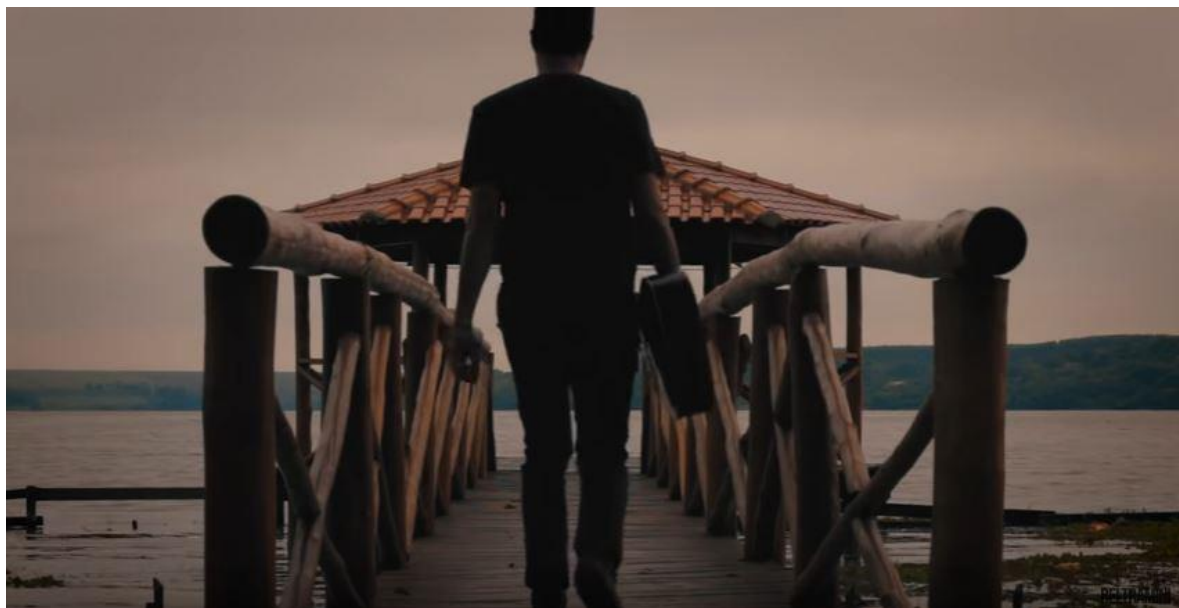


Figura 5 –Plano centralizado do videoclipe Uma Razão.

O uso de enquadramentos gerais e de conjuntos, presente, principalmente, nas locações da sala e do teatro têm por objetivo mostrar o que está à volta do personagem e ambientar o espectador. O primeiro plano do videoclipe, inclusive, se estabelece na sala e é de conjunto, já que era preciso que o espectador sentisse a emoção e a interação visual que ocorria entre os objetos do cenário e o personagem que vai relembrando seu passado.



Figura 6– Plano Geral do videoclipe Uma Razão.



Figura 7– Plano Conjunto do videoclipe Uma Razão.

Já os planos americanos tinham a intenção de deixar o espectador mais próximo do personagem, para que sua atuação fosse mais enfatizada. Os planos médios, nos quais o objeto passa a ocupar mais da metade do quadro, foram utilizados para mostrar trejeitos corporais como movimento das mãos, como pode ser visto na cena em que Alexandre, sentado em uma poltrona da sala, gira uma lupa em suas mãos.



Figura 8– Plano Americano Lateral do videoclipe Uma Razão.



Figura 9– Plano Médio Lateral do videoclipe Uma Razão.

O plano próximo, aquele em que o personagem ocupa mais da metade do quadro, mostrando seu rosto e parte do tronco, foi usado várias vezes com a intenção de revelar o artista e criar empatia com o público. Os planos fechados ou de *close*, nos quais o objeto/personagem ocupa dois terços ou mais do quadro, foram utilizados para dar ênfase aos pequenos movimentos e expressões do personagem na narrativa, agregando valor dramático às cenas. Estes últimos planos foram constantemente realizados no ambiente do teatro, pois lá era onde o personagem se encontrava mais à vontade, por ser um local de sua afinidade.



Figura 10– Plano Próximo do videoclipe Uma Razão.



Figura 11– Plano Fechado do videoclipe Uma Razão.

Por fim, os planos detalhes presentes, tanto para mostrar os objetos da sala quanto para revelar minúcias do rosto de Alexandre, foram feitos de forma a fazer com que o que estava sendo filmado ocupasse o quadro todo. É o plano que possui maior valor dramático em uma narrativa, uma vez que o campo focal é mínimo e salienta as texturas que existem em tela.

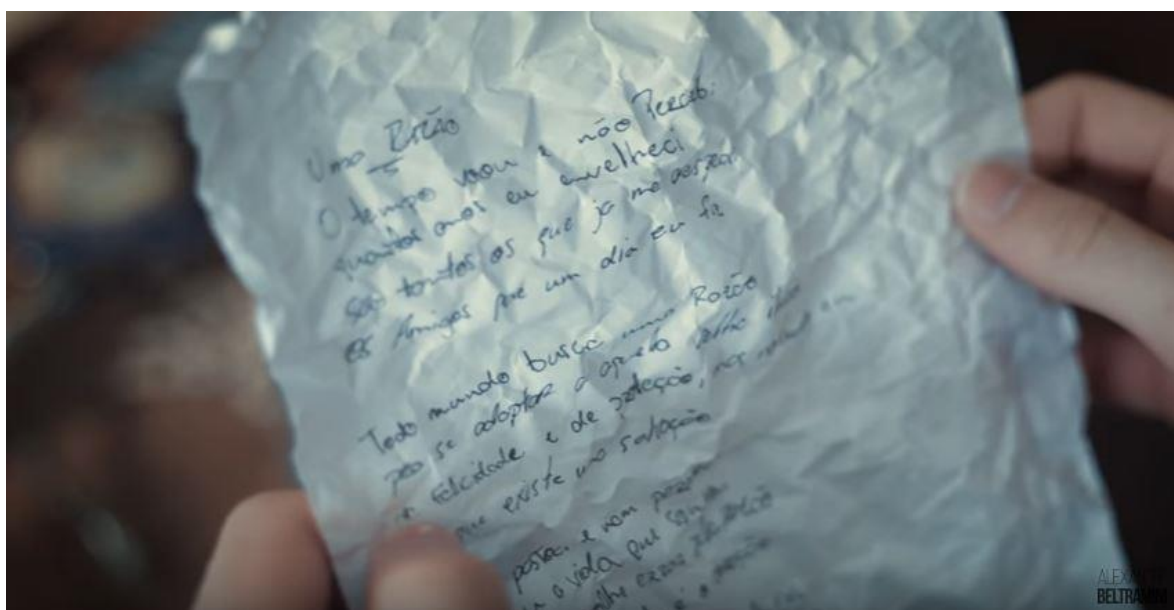


Figura 12– Plano Detalhe do rascunho da música do videoclipe Uma Razão.



Figura 13 –Plano detalhe do olho do cantor no videoclipe Uma Razão.



Figura 14 –Plano detalhe da boca do cantor no videoclipe Uma Razão.

Com relação aos ângulos de câmera optamos, quase sempre, pelo uso do ângulo normal, no qual a câmera se alinha à mesma altura dos olhos do personagem. Além disso, fizemos uso do *contra-plongée*, apenas em uma cena, na qual o personagem se encontra andando em uma estrada de terra, em que a câmera, ao girar 360° em torno de Alexandre, é posicionada abaixo dos olhos do personagem, denotando o crescimento e a importância que o protagonista ganha durante o decorrer da narrativa.



Figura 15 –Contra-Plongée no Videoclipe Uma Razão.

O *plongée*, que ocorre quando a câmera se posiciona acima dos olhos do personagem, se deu, nos dois momentos em que aparece no videoclipe, aliado a um *over the shoulder* com movimento: quando Alexandre, no corredor da casa, observa a fotografia de seu pai em um porta-retrato, se sentindo indeciso e frágil, já que não estava seguindo os preceitos de sua família; e quando ele encontra, na sala da casa, o rascunho da letra de sua música que dá nome ao videoclipe. Neste último momento, o recurso foi usado para destacar o redescobrimto de Alexandre ao reconhecer a letra que havia escrito e deixado para trás.



Figura 16 –Plongée com Over The Shoulder com movimento no Videoclipe Uma Razão

Os movimentos usados para o videoclipe não foram muitos, englobando *travelling (dolly)* e movimentos curtos e sutis que lembram os gerados por *slider*. O *travelling* ocorre quando há o movimento físico da posição da câmera e não só de sua lente. Esse movimento pode ser dar tanto lateralmente quanto para frente ou para trás. No caso de Uma Razão, utilizamos o lateral no ambiente do teatro, no momento em que Alexandre sobe ao palco; já o *travelling out* ocorreu no teatro, em um momento de intensa emoção no qual Alexandre começa a tocar a parte instrumental final de sua música. Já no pier, o penúltimo plano, em que o cantor está tocando, sentado diante da paisagem, com tranquilidade, fizemos uso do *dolly out*.

4.2.2 Assistência de Direção

O Assistente de direção, de forma bastante abrangente, segundo Robert Edward Lee, é “o homem de ligação da produção” (LEE apud MALFILLE, 1979, p. 21). É ele o responsável por conectar as ideias, desejos e anseios do Diretor ao resto da equipe. Ele coordena, com o intuito de manter um grupo integrado e coerente, toda a equipe técnica e fica a par dos acontecimentos que envolvem cada setor. Isso porque ele está ligado, diretamente e de forma subordinada, ao Diretor, sendo seu colaborador imediato, principalmente na questão artística de uma produção.

Nos processos relacionados à Direção, o assistente é aquele que, quando se mostra de fato competente e ganha a confiança do Diretor, que pode passar a pedir sugestões e soluções para seus problemas, por exemplo, da decupagem técnica do roteiro, acaba ganhando cada vez mais responsabilidades. Assim, é importante para o assistente apresentar gosto e senso artísticos.

Para Lee, “[...] o assistente é praticamente o responsável por tudo o que acontece no local de filmagem, exceto da direção de atores propriamente dita e do estilo de interpretação dos atores principais.” (MALFILLE, 1979, p. 21). Dessa forma, é imprescindível que o trabalho de um assistente se dê de maneira ágil, tanto na compreensão quanto na execução dos fatos e resolução de imprevistos.

O Assistente, portanto, tem o papel de entrar em contato com a equipe de forma geral e fazer com que tudo no set de gravação aconteça da melhor maneira possível. É de sua responsabilidade planejar a ordem das cenas e planos a serem gravados (cronograma ou plano de filmagem) e controlar os horários durante as gravações, através das fichas de gravação. É ele que sabe, detalhadamente, tudo o que está

previsto para uma cena, quais objetos, quais atores e equipamentos devem estar presentes no momento de cada gravação.

Existe uma dificuldade para se delimitar com exatidão as funções desse profissional, já que não há uma definição padrão, única e rígida acerca de seu trabalho, uma vez que o limite de suas responsabilidades pode mudar de acordo com cada produção. Dessa forma, uma das principais características de um assistente é ser flexível e se adaptar às diferentes situações que podem surgir em uma produção audiovisual.

O Assistente de direção tem papel fundamental em uma produção audiovisual, papel esse que, muitas vezes, é ingrato e desgastante, mas por sua variedade e desafios, torna-se estimulante.

No processo de pré-produção do videoclipe *Uma Razão*, o assistente de direção encarregou-se, ao lado e apoiando a direção, de estabelecer a estética do produto audiovisual em questão, através das escolhas dos planos e enquadramentos, bem como fotográficas da obra.

Além disso, durante a produção em si, os cronogramas de gravações e o acompanhamento atento de todo o desenrolar das mesmas foram responsabilidades do assistente. A ele coube definir os horários e a ordem em que seriam gravadas as cenas, levando em conta as dificuldades que cada uma apresentaria o tempo necessário e o tempo disponível para a execução de cada cena bem como os enquadramentos estabelecidos.

Assim, foi definido um cronograma para cada diária de gravação: a ordem do dia. É nessa ficha que se apresentam informações detalhadas tanto técnicas (equipamentos de fotografia, por exemplo) quanto estéticas (como objetos de arte, cenário, figurino) das cenas, além de dados a respeito da equipe e seus membros, horários para pausas, contatos necessários. A ordem do dia, portanto, se define como uma ficha que irá nortear e direcionar o caminho que as gravações devem seguir, através da sequenciação do que se deve gravar.

Ainda durante as gravações, o assistente de direção, seguindo uma ficha de gravação, ficou responsável por registrar os *takes* que iriam ser utilizados no processo da pós-produção e quais não iriam, de acordo com opinião da direção, para que se fizesse um controle e, quando se estivesse na etapa de montagem, o andamento se desse de forma muito mais objetiva e prática.

Dessa forma, foi função do assistente coordenador o *set* de gravação, de forma

que, se surgisse alguma eventualidade, ele deveria buscar soluções. Assim, controlando o tempo e a duração de cada *take*, além de auxiliar a direção no que era necessário, bem como a produção, o assistente se encarregava de que tudo, durante as gravações, acontecesse da forma prevista.

4.3 Direção e Produção de Arte

A direção de arte é a área responsável por transformar a linguagem do roteiro em imagem, criando contextos e espaços para que os personagens existam e a história seja contada. É com a equipe de arte que as locações ganham vida e viram cenários, que os figurinos e toda caracterização dos personagens são definidos e executados, que as paletas de cores – e o clima criado a partir delas – são pensadas e determinadas.

Pode-se dizer, portanto, que o diretor de arte é a pessoa responsável por toda unidade visual da produção e, mesmo que o espectador não consiga captar todos os detalhes, é de extrema importância que seu trabalho seja minucioso, pois o todo transmite um recado e uma informação a respeito do presente, passado ou futuro daqueles personagens. É importante ressaltar também que o diretor de arte tem que estar em total sintonia com o diretor de fotografia, pois a iluminação tem que conversar com as cores dos objetos e dos figurinos da cena.

As etapas de produção da área de arte numa produção audiovisual consistem em: leitura do roteiro para entendimento geral da narrativa; reunião com o diretor para que ele possa falar de suas expectativas em relação à direção de arte daquele produto; decupagem do roteiro, momento em que são extraídos os *props*– objetos já descritos no roteiro e essenciais para a ação se desenvolver – e analisadas as informações colocadas pelo roteirista, a partir das quais são estabelecidas as primeiras referências de cores, texturas, tempos, espaços e atmosferas; definir paleta de cores por cenário e por personagem; fazer análises espaciais, para se pensar no cenário; fazer análise dos personagens, para que se possa pensar em maquiagens e penteados propícios para cada um; reunião com o produtor para nortear o estilo de locação que ele deve procurar para cada cena e quais objetos para cada cenário; visitar locações junto com o diretor de fotografia; conceber desenhos artísticos e técnicos; execução dos cenário, em caso de não conseguir nenhuma locação

adequada já pronta; produzir objetos, se preciso, e ir atrás dos *dressings*—objetos que, apesar de não estarem descritos no roteiro, ajudam a compor o ambiente; selecionar figurinos e provar nos atores; estar presente nos dias de gravações para possíveis imprevistos, além caracterizar os atores e vesti-los; desprodução, que consiste no processo de desmontar o cenário e deixar a locação intacta, devolver todos os itens emprestados aos seus donos no mesmo estado em que foram emprestados; e, finalmente, prestação de contas.

Para que todo esse trabalho seja feito, em um mundo ideal, a equipe de arte é composta por diversos membros, entre eles: diretor de arte; produtor de arte; cenógrafo (responsável pela concepção do cenário); cenotécnico (o que, de fato, constrói os cenários); produtor de objetos; contrarregra; aderecista (constrói objetos que não existem, que sejam específicos daquela história, como por exemplo, a varinha de Harry Potter); figurinista; produtor de figurino; maquiador; cabeleireiro; pintor; pintor de arte (responsável por dar efeitos na pintura, como por exemplo, efeito de madeira); artista gráfico, equipe de efeitos especiais, entre outros.

No ambiente universitário, entretanto, devido ao fato das equipes não serem compostas por tantos membros, como ocorreria em uma produção audiovisual profissional, quase sempre foi preciso resumir a equipe de arte em apenas duas pessoas: diretor e assistente, que quase sempre trabalharam, em conjunto, tanto na concepção, quanto na produção de arte. Foi dessa forma, inclusive, que se deu a equipe de arte em *Uma Razão*.

A concepção artística do videoclipe *Uma Razão* foi totalmente pensada a partir do estilo musical de Alexandre Beltramini, bem como das sensações que a música gerava ao ser ouvida e as que queríamos passar ao espectador que assistisse ao videoclipe. Dessa forma, buscamos, a partir da escolha e análise de cores, locações e objetos, juntamente com a ajuda fundamental da Direção de Fotografia, criar um clima e uma atmosfera que fossem íntimos e aconchegantes para Alexandre, uma vez que era seu primeiro videoclipe, cuja música possuía muito de sua história particular vivenciada por ele e seus familiares.

A partir do roteiro, estabelecemos que a narrativa se passaria em seis cenários ao todo: a sala da antiga casa em que Alexandre se encontra no início do videoclipe, entulhada de lembranças e memórias de seus antepassados; o corredor dessa mesma casa, onde se encontra o porta-retrato do pai de Alexandre, que posa para a foto orgulhoso de sua profissão como engenheiro; o teatro, local em que Alexandre

finalmente se entrega à música e deixa para trás as incertezas e dúvidas que até a pouco lhe assombravam; a saída da casa dos pais de Alexandre, momento de reviravolta no videoclipe, já que ele realmente deixa seu passado para encarar um novo mundo; a estrada por onde Alexandre caminha carregando seu violão, que pode ser vista como uma metáfora ao processo de transição pelo qual o personagem passa; e, por fim, o píer, onde Alexandre, em contato íntimo com a natureza, se mostra em paz com sua escolha de viver daquilo que lhe faz feliz: a música.

Depois de totalmente decupado o roteiro, um *powerpoint* de referência com a concepção artística do videoclipe Uma Razão foi apresentado a toda equipe. Tal procedimento mostrou-se extremamente importante e válido, uma vez que a partir dos slides foi possível visualizar melhor o que até então estava apenas subentendido através do roteiro. Na apresentação de *powerpoint*, além de possuir a descrição das locações que se buscavam, com respectivas fotos de referência, foram colocadas também imagens dos objetos que seriam necessários para construção daqueles ambientes e também da narrativa – uma vez que o artista, na produção audiovisual em questão, interage com os mesmos. Ao final de cada *slide* eram apresentadas, também, paletas de cores ideais para cada locação. A produção geral e a produção de arte, a partir disso, puderam buscar as possíveis locações e objetos, com uma noção maior do que a direção de arte buscava. Algo importante de ser salientado é que procuramos gastar o mínimo possível, uma vez que os recursos financeiros para produção do videoclipe eram bem escassos.

4.3.1 Figurinos

“Figurino é vestir a palavra” (Lessa de Lacerda in Entre Tramas, Rendas e Fuxicos, 2008, p. 15).

O figurino de um personagem – composto por roupa, cabelo, maquiagem, acessórios e adereços – está totalmente a serviço da narrativa: é pensado a partir dela e existe para ela. Ele é um dos principais recursos usados na hora de se contar uma história, pois a roupa que um personagem usa, em uma determinada obra audiovisual, pode dizer muito sobre ele: sua classe social, seu estilo de vida, seus gostos e, muitas vezes, até sua maneira de pertencer e ser reconhecido em meio à sociedade.

Após a leitura do roteiro e do perfil dos personagens, a função de um figurinista é – juntamente com o fotógrafo e o cenógrafo – construir visualmente os personagens,

levando-se em consideração as pretensões do diretor e do diretor de arte. Isso porque são eles que determinam, primeiramente, a estética daquela obra e dão as coordenadas que devem ser seguidas pelo figurinista. Este, entretanto, possui uma certa liberdade para criar e sugerir o que ele considera como sendo mais condizente com determinado personagem e com o que se quer passar a partir dele.

O processo criativo dos figurinistas inclui uma série de premissas: Compromisso com a unidade da obra, coerência com o projeto estético e o desafio de produzir individualizações, diferenciando cada um dos personagens, fazem parte de sua linha de estudos. (...) São muitos exemplos em que o figurino muda para seguir a evolução dos personagens na trama. A modificação exige do figurinista muita pesquisa para condensar o que parece um paradoxo: transformar sem perder a unidade. (ARRUDA, L., 2007, p. 22)

Apesar da roupa por si só ser capaz de dizer muito, uma vez que “a roupa traz mil e uma informações que traduzem o espírito de um personagem” (Helena Gastel in *Entre Tramas, Rendas e Fuxicos*, 2008, p. 15), o figurino vai muito além disso. É extremamente importante que ele esteja totalmente vinculado ao roteiro, às ideias do diretor, às equipes de caracterização – penteado e maquiagem –, à cenografia, à produção de arte, à iluminação, ao setor de efeitos especiais e, mesmo que indiretamente, a todos os outros setores existentes em uma produção. Isso porque o figurino não existe sozinho, é, na verdade, a soma do trabalho de todos os setores que resultará no que se vê na tela. Portanto é essencial que todos estejam trabalhando em sintonia, para que o resultado final seja harmonioso e não conflitante.

Em *Uma Razão*, como figurino, foram usadas roupas do próprio Alexandre Beltramini, uma vez que buscamos, durante o processo como um todo, manter a identidade e o estilo próprios do cantor, para que ele se sentisse à vontade dentro do próprio videoclipe. Como Alexandre residia em Pederneiras – SP, o processo de escolha de figurino se deu através do aplicativo *Whatsapp*: a diretora de arte entrava em contato constante com Alexandre para lhe explicar quais tipos de roupas, sapatos e cores seriam interessantes para determinada locação. A partir disso, Alexandre enviava fotos de suas roupas, acessórios e sapatos pessoais que se encaixavam no perfil pedido pela diretora de arte e, juntos, chegavam a um consenso sobre quais peças ele deveria usar.

Apesar de o videoclipe contar com seis cenários, foram usados apenas dois figurinos, devido ao fato da narrativa se passar basicamente em um dia e quase todas as cenas serem sequenciadas. O figurino principal, usado em quase todas locações,

exceto o teatro, foi composto por uma camiseta básica, sem detalhes, na cor cinza, uma calça *jeans* marrom escura e uma bota de couro já surrada também marrom, em um tom mais claro que o da calça.

Já o segundo figurino, usado nas cenas do teatro, foi composto por uma calça jeans na cor preta, uma camisa com botões na cor verde musgo, que devido à iluminação ficou mais parecida com cinza, e uma bota de couro envernizado na cor marrom. É importante ressaltar aqui que, apesar do corredor da casa dos pais de Alexandre estar vinculado à chegada dele à plateia do teatro, o que, em um primeiro momento, indicaria sequência temporal, a luz estourada no final do corredor e a troca de figurino mostram que, na verdade, sua apresentação no teatro se passa em um momento futuro, podendo ser entendido como um pequeno vislumbre do que vai vir a ser o futuro de Alexandre se optar viver pela música.

A ausência de estampas e acessórios e a predominância de cores neutras, como o marrom, o cinza e o preto, falam muito sobre a personalidade de Alexandre, que se mostrou, desde o início de nosso contato com ele, uma pessoa de caráter forte, que não se deixa influenciar facilmente e que possui seus próprios princípios, dos quais dificilmente abre mão. Diante de toda temática trazida pela letra da música *Uma Razão* e pela própria construção da narrativa do videoclipe – em que vemos Alexandre cheio de dúvidas e incertezas a respeito de qual caminho seguir – se fez necessário o uso de cores neutras, uma vez que elas contribuíram para reforçar o clima de sobriedade, temperança e simplicidade que já estava sendo construído a partir dos outros elementos que compuseram o videoclipe, como cenário e a iluminação.

O cinza, cor que fica entre as cores “puras” como o branco e o preto, tem um efeito incerto e simboliza o caráter reservado que o personagem tem. No caso de Alexandre, essa cor se mostra presente nos figurinos dos dois tempos do videoclipe: presente e futuro. O que se quer demonstrar com isso é que, apesar das reviravoltas que a vida de Alexandre pode ter, conforme o tempo passar, ele continuará, em essência, sendo a mesma pessoa, com os mesmos princípios e valores de antes.

O marrom, presente no figurino através das duas botas, no violão e nos cenários de forma geral, representa a falta de artificialidade e a valorização do que é bonito por naturalidade. Além disso, por ser a cor do elemento terra, ela também indica uma certa ligação de Alexandre com a natureza – o que fica bem evidente no videoclipe.

Já o preto, a cor mais objetiva entre todas, contribui para o figurino como sendo

a cor da individualidade e da elegância, uma vez que é caracterizado cor representante das pessoas discretas, que não fazem questão de se destacar visualmente. Sobre isso, Eva Heller (2012), comenta:

Quem se veste de preto não tem necessidade de se tornar interessante pelas cores que usa; para isso, basta sua personalidade. (...) 'Quem se veste com cores alegres passa uma impressão de superficial. Quem se veste de preto está demonstrando que não necessita de adornos, que tem valores internos. (p. 142)

4.3.2 Cenários

O videoclipe *Uma Razão* teve como cenários tanto locações internas quanto locações externas, que foram constantemente alternadas em sua exibição no videoclipe, já que procuramos, através da montagem, evidenciar a linguagem fragmentária e não linear própria desse produto audiovisual. Para que se desse vida aos cenários descritos no roteiro, as equipes de produção de locação e de produção de arte procuraram locações que se aproximavam, ao máximo, do ideal idealizado e esperado pela equipe de arte. Além das necessidades narrativas estabelecidas para o videoclipe, levou-se em consideração também as necessidades técnicas, essenciais para que as gravações pudessem ocorrer de forma segura e com qualidade. Depois de muita pesquisa, através da *internet* e também do chamado “boca-a-boca”, chegamos aos seguintes cenários e locações:

a. Sala

Um espaço com bastante recuo, janelas grandes e largas por onde passasse uma quantidade de luz considerável, além de uma ambientação rústica, com possível chão de madeira ou parede de tijolo à vista eram alguns dos itens necessários para a escolha da locação onde seriam gravadas as cenas da sala. As referências visuais para esse espaço, principalmente em questão de cor, apresentadas no *powerpoint* pela equipe de arte, contavam com *printscreens* de cenas, com suas respectivas paletas de cores, dos videoclipes *Dia Especial* do artista Tiago Iorc e *Me Espera* da cantora Sandy, em parceria com o primeiro. Além disso, foram acrescentadas outras imagens, que serviam de referência para o estilo do espaço que deveria ser buscado pela equipe.

Depois de muita pesquisa via *Web*, chegamos ao espaço escolhido: uma chácara do *buffet* Comearte localizada na cidade de Bauru-SP. Nela havia muitos cômodos relativamente grandes os quais ficamos à vontade para escolher qual usar. Optamos pela sala, principalmente pelas questões estéticas, que era bastante parecida com o que estávamos procurando: chão de madeira, móveis antigos, janelas largas e bastante recuo. Os móveis usados para a construção do cenário da sala foram todos da própria locação, sendo preciso apenas uma mudança na disposição dos mesmos de acordo com o espaço que a câmera enquadraria. Para isso, a equipe se deslocou um dia antes da gravação até o local e, com muito cuidado, escolheu os móveis que apareceriam no cenário. Dessa forma, após a mudança de disposição dos móveis, a sala havia ficado bem diferente do começo do processo, ficando o mais parecido possível com o resultado que havíamos idealizado.

Os objetos – tanto os *props* quanto os *dressings*–, por outro lado, eram acervos pessoais de membros da própria equipe, o que com certeza contribuiu para a diminuição dos gastos com cenário, que se mostrou o item mais complicado do ponto de vista de produção. Foram deslocados para o local da gravação televisão e rádio antigos, abajur, imagens antigas de santos, bíblia, vasos de prata, malas antigas, quadros religiosos, estátuas, diversos porta-retratos, livros, e diversos souvenirs dos mais diversos tipos: canetas de tinteiro, terços, álbuns antigos de fotografias, lembranças de viagens (como uma mini torre *Eiffel*), muitas fotos em preto e branco, conjunto de xícaras, e pequenas peças de porcelanas, entre inúmeros outros itens. Além disso, foi pedido à Alexandre que levasse alguns objetos pessoais que lhe remetessem à memória e à infância, para dar ao cenário ainda mais um ar de personalidade. Foram acrescentadas, então, algumas fotografias de Alexandre ainda criança junto de seus familiares, além de brinquedos com os quais costumava brincar.



Figura 17—Referência para disposição do cenário da sala do videoclipe Uma Razão. Fonte: reprodução da Internet.

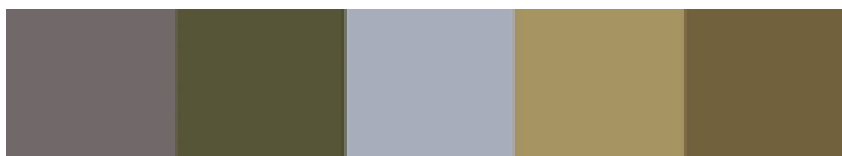


Figura 18 –Paleta de cor criada pelas autoras para referência do cenário da sala do videoclipe Uma Razão

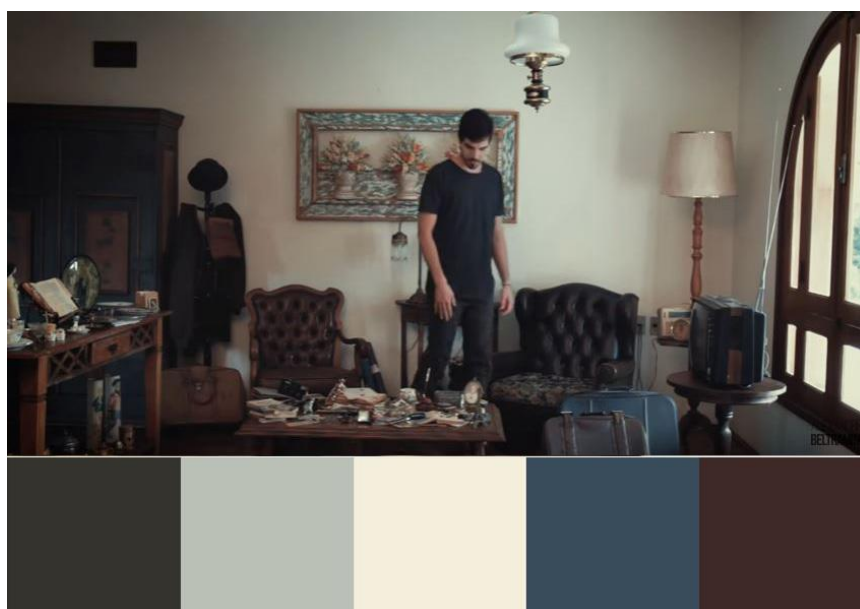


Figura 19— Cenário da sala com respectiva paleta de cor criada pelas autoras para o videoclipe Uma Razão.

b. Corredor

O corredor, assim como a sala, também foi gravado na chácara do *buffet* Comearte, já que, coincidentemente, havia um corredor com as mesmas características que buscávamos lá, o que foi benéfico em questões de produção: as cenas da sala e do corredor foram gravadas no mesmo dia.

As características necessárias ao cenário do corredor foram: possuir recuo, para que a câmera conseguisse enquadrar a cena de maneira satisfatória; não ser muito estreito, já que seria preciso colocar um pequeno aparador ali que seria suporte para um porta-retrato; e, por fim, não ser extremamente escuro. O corredor da chácara encaixou-se bem nesses quesitos, pois era bastante comprido, relativamente largo e possuía, ao final dele, uma luz bem forte, desejada pela direção de fotografia. Como referência visual para esta cena, tivemos o videoclipe da música *This Summer's Gonna Hurt Like A Motherfucker* da banda norte-americana Maroon 5.



Figura 20– Referência para o cenário do corredor do videoclipe de *GonnaHurtLike A Motherfucker*, de Maroon 5.

Para que a locação se transformasse no cenário que precisávamos, levamos para o corredor um aparador (móvel estreito da própria chácara Comearte), em que foi colocado o porta-retrato com uma foto do pai de Alexandre em cima. Substituímos, também, os quadros que estavam na parede do local por quadros trazidos pela equipe que eram mais condizentes com a estética e a narrativa desejadas e inserimos alguns

outros objetos em cima do aparador para preenchimento do espaço.

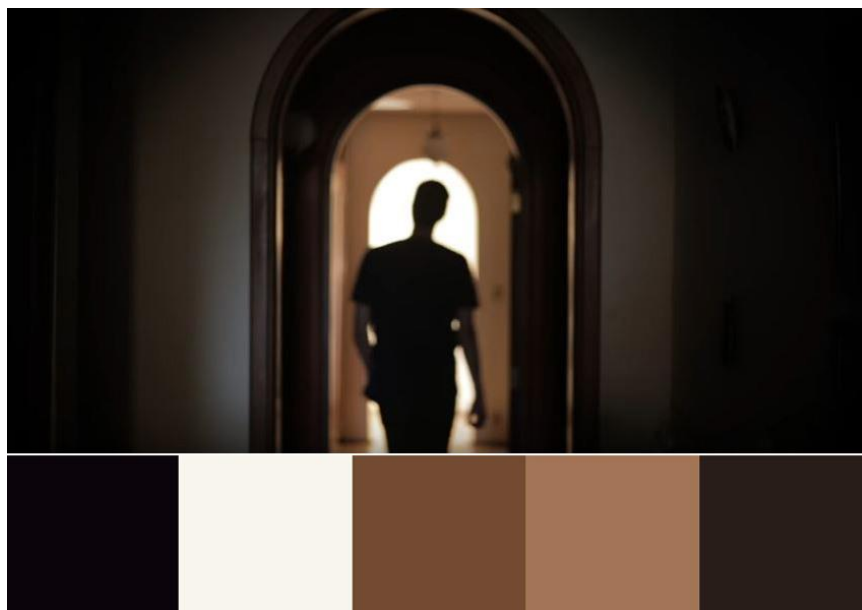


Figura 21– Cenário do corredor e respectiva paleta de cor criada pelas autoras do videoclipe Uma razão.

c. Saída da casa

Esse cenário foi o menos previamente definido pela Direção de arte, já que desde a leitura do roteiro, chegamos à conclusão de que ele dependeria muito da locação que conseguiríamos para a casa dos pais de Alexandre. Algo já pré-estabelecido pela equipe era que não queríamos que a sala e a saída da casa fossem cenários de locações diferentes, pois o objetivo era manter uma estética visual – arquitetura e iluminação – coerente e sequencial, e isso poderia ser quebrado, caso gravássemos em dois lugares diferentes. Por sorte, a chácara, onde foram gravadas as cenas da sala e do corredor, também se mostrou uma ótima locação para as cenas da saída de Alexandre da antiga casa dos pais, uma vez, que de fato, havia uma porta na sala que dava para um caminho determinado por pedras largas no chão e chegava em uma pequena rua.

A saída da casa dos pais significa, em termos de narrativa, um momento crucial na vida de Alexandre, já que, ao pegar seu violão e sair pela porta de sua antiga casa, é dado o primeiro passo em direção ao mundo novo, proporcionado por sua escolha de lutar por seu sonho de viver de música. A presença de grandes árvores no caminho que Alexandre faz – por onde ele vai seguir até chegar na estrada – já começa a

indicar, visualmente, o rumo que Alexandre vai tomar dali em diante na narrativa: lugares simples e naturalmente bonitos.

Apesar de termos gravado passo a passo de Alexandre saindo da casa antiga de seus pais, no momento da montagem, acabamos optando por colocar apenas duas cenas: a que ele pega seu violão e sai pela porta da sala e, depois, o caminho verde pelo qual Alexandre passa até encontrar a rua, que ele segue, rumo à estrada. A cena em que Alexandre atravessava a fachada externa da casa foi descartada na montagem final, pois, por se tratar de um videoclipe, não sentimos necessidade de nos prender a uma montagem tão gradual. Além disso, em termos de ritmo, percebemos que, descartando essa cena, haveria uma maior dinamicidade a esse momento do videoclipe.

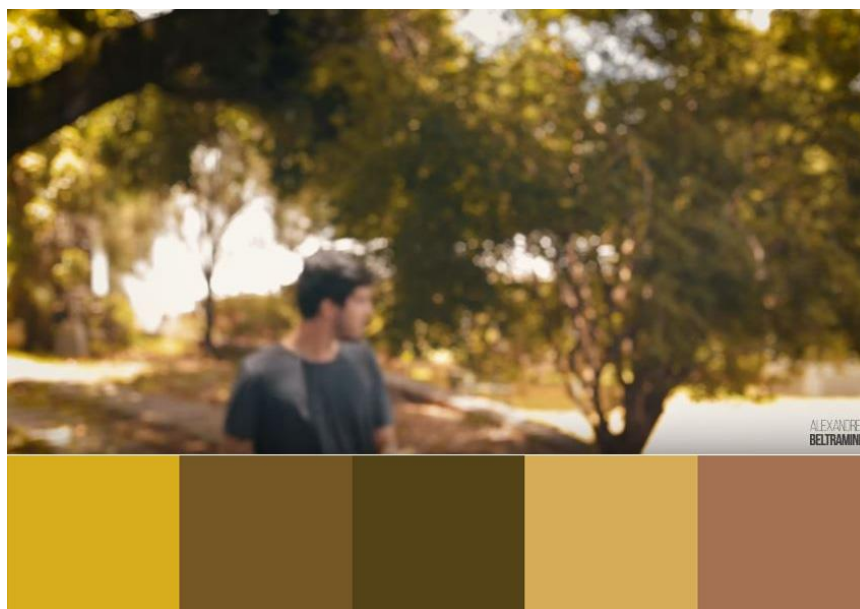


Figura 22– Cenário da saída da casa com respectiva paleta de cor criada pelas autoras do videoclipe Uma Razão.

Dentre as seis locações exigidas pelo roteiro, as três citadas anteriormente foram as que exigiram uma pesquisa mais aprofundada, já que precisávamos de um lugar amplo, que, de preferência, representasse um ambiente mais rústico. Primeiramente pesquisamos algumas casas que estavam disponíveis para alugar, porém ao entrar em contato com as respectivas imobiliárias fomos informados de que não possuíam permissão para passar o contato dos locatários e que, portanto, não seria possível entrar em contato com os mesmos.

À vista disso, passamos a procurar por chácaras e restaurantes na região de

Bauru que pudessem atender aos requisitos básicos da locação. Após uma pesquisa, entramos em contato com Verilene Rodrigues, responsável pela empresa Comearte, que oferece serviços de buffet especializada na realização de eventos como casamentos e cerimônias no geral, localizada na cidade de Bauru, que dispõe de uma infraestrutura própria direcionada a serviços de locação para lazer familiar, ensaios audiovisuais e fotográficos.

Marcamos uma visita ao local e constatamos que a chácara se ajustava completamente ao que havíamos idealizado para a locação: representava um ambiente rústico e possuía objetos e móveis que condiziam com o que a arte havia determinado para a estética das cenas. Além disso, ao conhecer o local, notamos que poderíamos utilizar o local para gravarmos as duas outras locações: o corredor e a saída da casa dos pais de Alexandre.

Em reunião com as proprietárias do estabelecimento, elas nos informaram que a chácara costumava ser alugada para produções audiovisuais e que o valor cobrado era de R\$ 70 (setenta reais) a hora. Sabendo que a cena da sala seria a mais trabalhosa e que, provavelmente, exigiria um tempo maior de gravação, pagar pelo local estava completamente fora de nosso orçamento, já que o objetivo era produzir o videoclipe com um custo reduzido.

Dessa forma explicamos que o produto seria fruto de um trabalho de conclusão de curso, sem fins lucrativos, o que fez com que nos fosse proposta uma permuta: não seria cobrada nenhuma taxa desde que o artista, Alexandre Beltramini, se compromettesse a tocar em um evento familiar que elas iriam organizar no começo do ano de 2017. Após as duas partes terem concordado com a proposta, definimos as datas e adaptamos o nosso cronograma conforme a disponibilidade do local.

d. Estrada

A estrada, por onde Alexandre caminha ao sair da casa dos seus pais, funciona, no videoclipe, como espaço de transição entre o passado (caracterizado por dúvidas e incertezas a respeito de qual caminho seguir) e o seu andar para o novo que, apesar de desconhecido e incerto, é vinculado a sensações de esperança e tranquilidade. Ao carregar apenas o violão junto de si, Alexandre nos mostra que literalmente deixou todas as bagagens pesadas para trás e que a partir de agora carregará consigo apenas o que couber no bolso e no coração, além do seu violão, é claro.

Para essa cena foi escolhida uma estrada de terra localizada na cidade de Pederneiras-SP. A escolha dessa locação, juntamente com a do píer, foi uma das primeiras, uma vez que ela já tinha sido usada como cenário para um ensaio fotográfico que fizemos de Alexandre alguns meses antes da própria produção do roteiro. Tais fotografias foram usadas para se criar a nova identidade visual das redes sociais de Alexandre e para melhor divulgá-lo diante de seu público. Por termos apreciado muito o resultado desses ambientes nas fotografias, optamos por repeti-los como locações do videoclipe, já que se tratavam de cenários naturais muito bonitos, de fácil acesso e que não exigiriam tanto trabalho em questão de produção, já que eram pouco movimentados (no caso da estrada) ou de propriedade particular (no caso do píer).

As referências visuais para as cenas da estrada foram tiradas do videoclipe da música *Paradise* da banda britânica de rock *Coldplay*. Buscou-se manter uma paleta de cores entre os tons de azul, verde, amarelo e marrom, que trazem uma sensação de tranquilidade, representantes do estado de espírito de Alexandre neste momento do videoclipe.



Figura 23– Referência de cenário da estrada para o videoclipe *Uma Razão*. Fonte: *photoshoot* realizado por Aline Manzino.

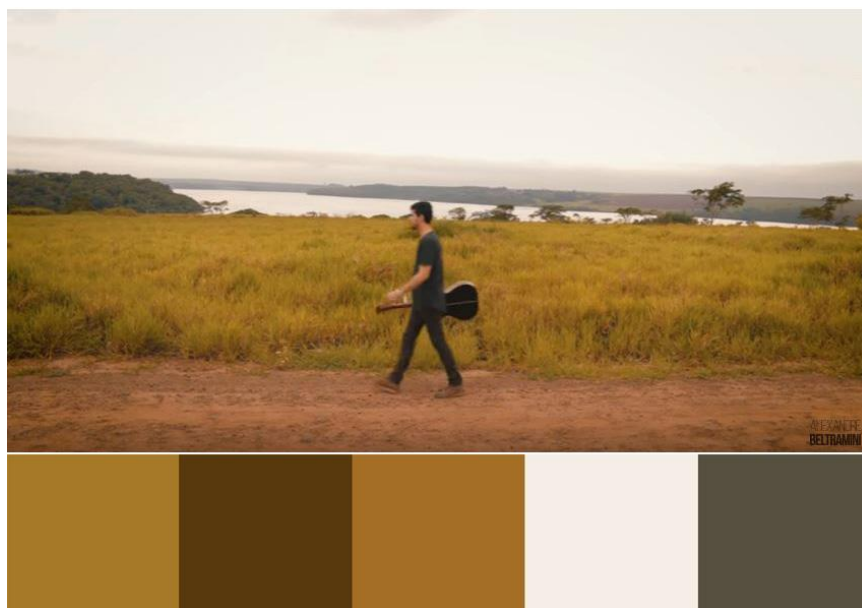


Figura 24— Cenário da estrada com respectiva paleta de cor criada pelas autoras do videoclipe Uma Razão.

e. Píer

A estrada por onde Alexandre caminha acaba por levá-lo a um lugar exuberante: uma passarela de madeira sobre um rio muito extenso. O azul do céu, misturado ao azul do rio, proporciona ao espectador a sensação de infinitude, que pode representar, portanto, as inúmeras possibilidades e oportunidades que Alexandre terá na sua nova vida.

Meses antes do término do roteiro, realizamos uma sessão fotográfica com o artista, Alexandre Beltramini, em um rancho localizado à margem do Rio Tietê, no Bairro dos Paturis na cidade de Pederneiras - SP. Quando comentamos com ele que procurávamos um lugar naturalmente bonito e simples, Alexandre nos contou que havia um rancho de conhecidos, local em que ele ia com uma certa frequência e possuía um vínculo emocional. Ao vermos fotografias do local, acabamos por escolhê-lo, sem muito hesitar, como cenário para as fotos e, futuramente, também para algumas cenas do videoclipe. O local era atrativo por dispor de uma paisagem extremamente agradável, que transmitia a ideia de um ambiente bucólico oposto ao caos das grandes cidades, o que condizia com a narrativa vivida pelo personagem principal, além de ser bastante próximo do lugar escolhido para uma das locações secundárias, a estrada. Dessa forma, o local correspondeu ao que estávamos procurando para a gravação da cena externa do videoclipe.

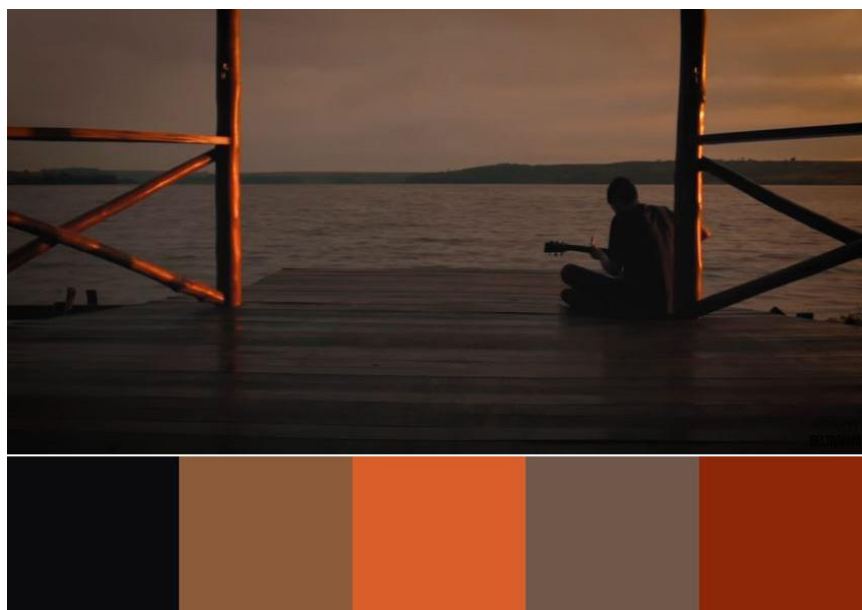


Figura 25– Cenário do píer com respectiva paleta de cor criada pelas autoras do videoclipe Uma Razão.

O rancho em Pederneiras foi a primeira locação escolhida para o produto, além de atender à questão logística, por ser um local perto da cidade de Bauru-SP e de fácil acesso, pertencia a familiares do artista, o que facilitou os acordos necessários para o uso do lugar.

Apesar de ter sido gravado no amanhecer do dia – já que o sol se põe no oeste e a posição da locação dava visibilidade apenas ao leste – através da fotografia buscamos dar continuidade temporal às cenas da estrada, que possuíam uma luz do período da tarde. O objetivo, portanto, era parecer que Alexandre chegava ao píer, ao final do dia, momento em que o sol está se pondo e há uma mistura grande de tons de azul; verde – uma vez que é possível observar no fundo, uma formação vegetal margeando o rio; e também o amarelo, proveniente do Sol.

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).

f. Teatro

O teatro, como a troca de figurino faz notar, não faz parte da mesma sequência temporal que as outras cenas. A luz estourada no final do corredor – cena que antecede a sequência em que Alexandre chega ao teatro – revela que o que se passa

ali é apenas um indício do que vai vir a acontecer num futuro próximo: a consolidação de um artista, materializada por meio de um show, e a realização pessoal de Alexandre que, ao optar por seguir a carreira artística, fica satisfeito consigo mesmo.

Para a escolha desta locação, alguns itens foram levados em consideração. Precisávamos de um lugar relativamente grande, de preferência com um palco e a presença de gradil no teto para pendurar um fio de luzes que foi produzido para o videoclipe. Apesar da cena poder ser reproduzida em vários lugares, como o estúdio de televisão da UNESP – que nos seria mais acessível –, ou qualquer outro local que tivesse um palco, o objetivo era conseguir gravar em um teatro de fato. Isso porque, além do teatro oferecer, visualmente, um resultado mais próximo do que buscávamos para o videoclipe, Alexandre também comentou que o local era onde ele se sentia mais à vontade para fazer seus shows. Dessa forma, depois de muita pesquisa via *Web*, chegamos ao teatro de Macatuba - SP.

As referências visuais para as cenas do teatro foram retiradas da capa de um CD acústico da dupla Sandy e Júnior, do cenário de um show da cantora Maria Bethânia, intitulado *Brasileirinho*, e de cenas de dois videoclipes nacionais: *Só Não Deixa Eu Tomar Birra*, do cantor Lucas Lucco e *Sou Eu*, do cantor Fiuk. Nessas quatro referências visuais o que se notou foi a presença de pontos luminosos – seja por meio de fio de luzes pendurados ou por luzes próprias de show – diante de um fundo preto, o que cria um clima de intimidade e introspecção, condizentes com o momento que Alexandre estava vivenciando.



Figura 26 –Referência 1 do videoclipe *Só não deixa eu tomar birra*, de Lucas Lucco, para cenário do teatro para o videoclipe *Uma Razão*.

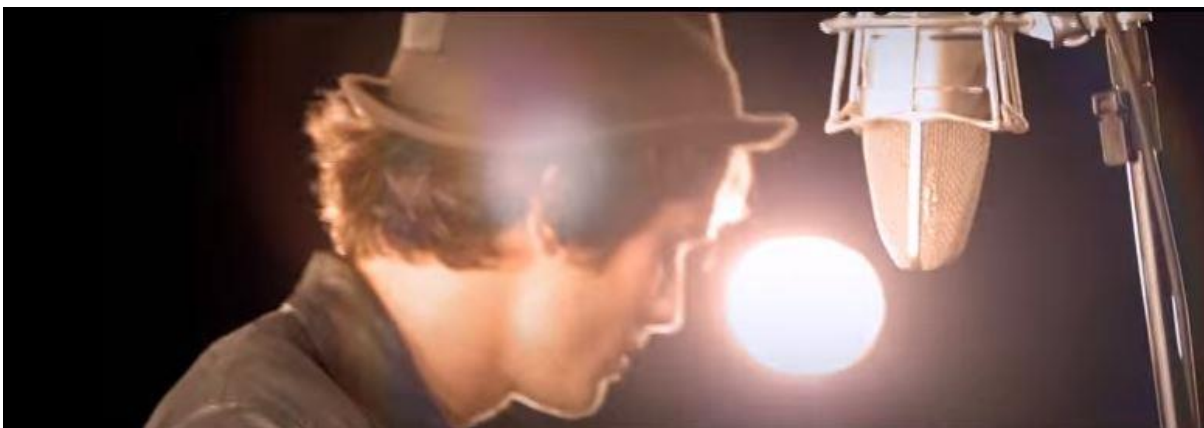


Figura 27 –Referência 2 do videoclipe Sou Eu, de Fiuk, para cenário do teatro para o videoclipe Uma Razão.

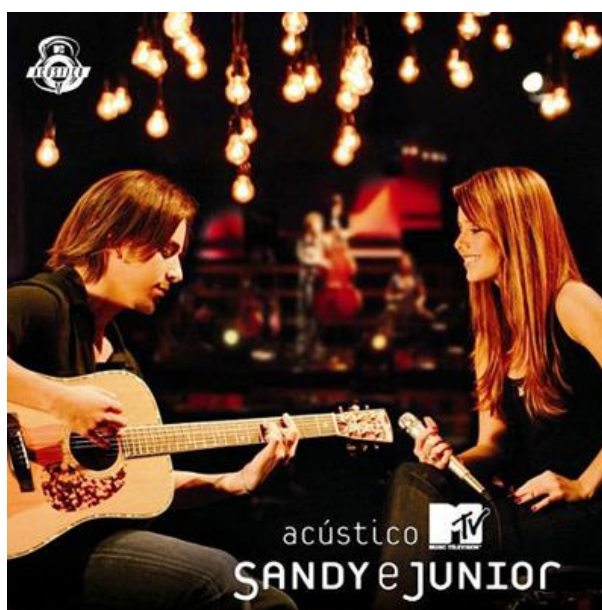


Figura 28 –Referência 3 dos shows acústicos de Sandy e Junior para cenário do teatro do videoclipe.

Além disso, buscamos também representar visualmente a cultura do interior brasileiro em que, distante dos grandes centros urbanos, a prática de se fazer shows em teatros é bastante comum. O palco não tão alto e as cadeiras próximas do artista, permitem uma maior interação dele com seu público.

O fio de luzes, construído especialmente para o videoclipe, foi confeccionado por nosso colega de classe e Técnico em Eletrônica Leonardo Rodrigues de Almeida e, para seu feitiço, foram utilizadas lâmpadas de filamento tungstênio que não já não eram mais fabricadas, sendo encontradas em um pequeno supermercado de Macatuba-SP. Optamos por essas lâmpadas, pois, além de terem um custo menor do que as fabricadas atualmente, eram visualmente mais interessantes, já que possuíam o filamento mais evidente, o que nos remete às origens de um Brasil distante, rural.

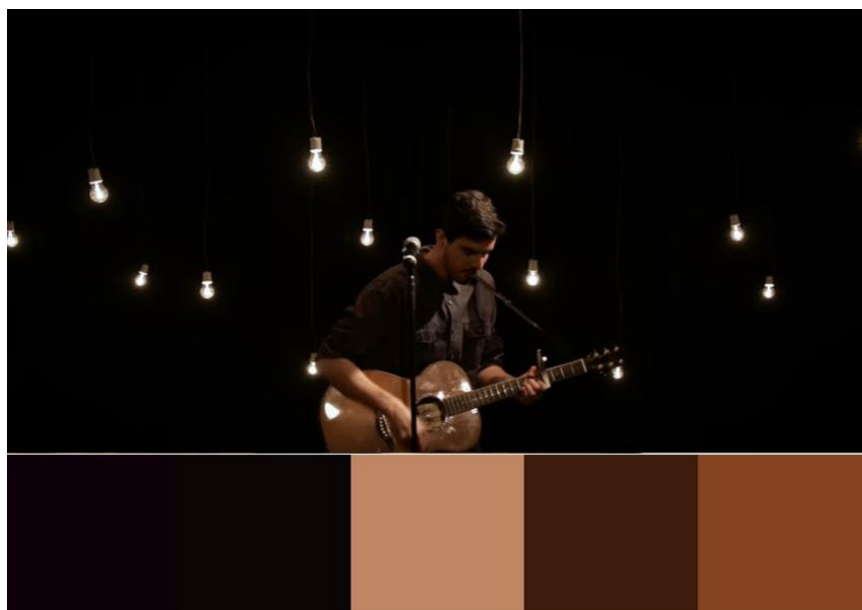


Figura 29– Cenário do teatro com respectiva paleta de cor criada pelas autoras do videoclipe Uma Razão

Devido a alguns atrasos no cronograma, ocorridos por conta da greve de alunos e professores no início de 2016, resultando no afastamento de parte da equipe técnica escolhida para compor a equipe principal do trabalho, as gravações foram remarçadas para dezembro de 2016, o que dificultou a procura por teatros com a agenda livre. Entramos em contato com a Secretaria de Cultura de Bauru para vermos sobre a disponibilidade de utilizarmos o Teatro Municipal como locação. Assim, foi-nos requisitado um ofício para solicitar o uso do local, encaminhado para o Secretário de Cultura da cidade. Porém não obtivemos retorno.

Outra opção foi entrar em contato com a Secretaria de Cultura da cidade de Pederneiras - SP que nos informou que o Teatro Municipal não poderia ceder seu espaço voluntariamente e que era cobrada uma taxa de R\$ 800 (oitocentos reais) para o uso do teatro local. Por uma questão econômica, a equipe precisou descartar seu uso, uma vez que o pagamento da taxa faria com que saíssemos do nosso orçamento.

Optamos, então, por entrar em contato com outra cidade da região, Macatuba. Tivemos uma resposta imediata sobre o Teatro Municipal e, após uma visita, estabelecemos uma data que atendesse ao nosso cronograma e à agenda do local, ficando estipulado que a gravação ocorreria em um único dia mediante ao acompanhamento dos funcionários e de forma totalmente gratuita. Dessa maneira, além de ser um local que condizia com as exigências da narrativa, atendeu à questão

logística e orçamentária da equipe, reforçando a escolha do grupo.



Figura 30– Teatro Municipal Renata Lúcia dos S. Ludovico (Macatuba – SP)

Tanto o Teatro Municipal de Macatuba quanto a chácara Comearte exigiram que fizéssemos contrato de locação temporária do espaço para garantir que os interesses das duas partes fossem considerados e reconhecidos. Com as locações determinadas demos início ao processo de planejamento necessário a cada gravação, como definição de equipe necessária, logística, equipamentos e testes de iluminação e arte em cada locação.

4.4 Direção de Fotografia

[...] O que faz o diretor de fotografia? Em uma reportagem da revista de Domingo sobre 'profissões estranhas', perguntava-se a mesma coisa. Almendros disse que o fotógrafo é uma pessoa que faz tudo e nada. Os diretores de fotografia entrevistados pela revista do JB deram respostas diversas. Tadeu disse que o diretor de fotografia era o responsável técnico da filmagem. Murilo disse que o fotógrafo (diz-se, por vezes, fotógrafo em vez de diretor de fotografia) era o *spalla* do diretor do filme. Eu disse que o diretor de fotografia era quem transformava os sonhos do diretor em realidade. Mas a melhor de todas as definições foi a do Antônio Luiz: 'O diretor de fotografia é o pintor dos quadros dos outros. [...] Diretor de fotografia é quem lida com luz e câmera. Qualquer outra definição definirá outra profissão (MOURA, 1999, p. 209)

O diretor de fotografia é o profissional responsável por captar, através de uma visão estética, os desejos do diretor e transformá-los em imagens, sentindo a energia

de cada cena e potencializando a dramaticidade pedida em cada parte de um roteiro. É ele quem tem o poder de selecionar as luzes que serão usadas para se evidenciar o caráter artístico dos planos de uma produção audiovisual, seja para as telas do cinema, seja para o vídeo.

Além disso, o fotógrafo, como também é chamado, tem a tarefa de selecionar e aprovar os materiais mais apropriados para que a cena aconteça: a melhor câmera, as lentes mais adequadas, os filtros que serão precisos, bem como os suportes, equipamentos e estruturas para que se deem os movimentos de câmera, como *steady-cam* e grua.

A direção de fotografia entra em contato constante com a direção de arte, uma vez que é preciso preservar a coerência e a simetria que constituem a trama narrativa, bem como sua carga emocional, sensitiva e dramática. Assim, o modo como se utiliza uma luz, por exemplo, interfere – positiva ou negativamente – no âmbito da arte, com relação à escolha dos cenários, dos figurinos, da maquiagem. Por isso, deve haver uma convenção e um contínuo diálogo entre os profissionais de tais áreas.

“Vivemos num espaço de três dimensões. É nesse espaço que a luz se propaga. A quarta dimensão, que seria o tempo, não nos interessa, pois a luz, para toda aplicação prática, se desloca a uma velocidade instantânea e em linha reta. É nesse mundo que trabalha o diretor de fotografia” (MOURA, 1999, p.40)

No caso de *Uma Razão*, a direção de fotografia foi executada por Andrey Sanches e Júlia von Zeidler que, juntos, determinaram os equipamentos necessários às gravações de cada cena: as câmeras, os suportes para elas – dependendo dos movimentos que iriam acontecer nas cenas –, as lentes e as luzes que caberiam e gerariam o efeito desejado pela direção geral, pensado em conjunto com a direção de arte.

No *set* de filmagem, além de posicionar a câmera de acordo com os enquadramentos pensados pelo diretor e o que mais se encaixaria em cada locação (uma vez que alguns enquadramentos e planos precisaram ser repensados devido a limitações das próprias locações), a direção de fotografia foi a responsável por montar, nas cenas internas do videoclipe, a iluminação, com base no que havia sido estabelecido pela direção. No entanto, as referências propostas pela direção geral não foram feitas, de forma alguma, de maneira engessada, sendo de extrema importância a opinião e as sugestões dos fotógrafos acerca do que ficaria bom ou não com relação

às cenas gravadas.

4.4.1 Iluminação

As imagens de Uma Razão foram todas gravadas com o balanço de branco ajustado, levando-se em conta a temperatura das fontes de luzes dos ambientes. Essa opção se deu pelo fato de se poder, na etapa de coloração, regular ou alterar algum aspecto da fotografia.

No quesito iluminação, a direção geral apresentou como referências aquelas usadas para se delimitar a arte, uma vez que, de certa maneira, elas se complementavam, gerando a dramaticidade e as sensações procuradas para as cenas.

Foi determinada uma paleta de cores e uma iluminação específicas para cada locação e cenário. Na sala, era desejada a entrada de uma luz natural por meio de uma janela lateral, para que se tivesse a noção de que, naquele local, já não mais em uso, a falta de eletricidade era algo aparente e, portanto, a única fonte de luz que se tinha era a do sol, vinda pela janela.

Na cena da sala, o mais complicado se deu com relação ao uso do *Chroma*key. Para que pudéssemos utilizar esse recurso foi necessário que montássemos um suporte para sustentar um tecido verde. Visando o menor custo possível, procuramos dispor de materiais que não exigissem um gasto excessivo. Dessa forma, a estrutura foi montada através do empréstimo de objetos e a compra de materiais simples, que foram instalados manualmente. Conforme alguns tutoriais assistidos através do canal do *YouTube*, vimos que precisaríamos de um varão de cortina e dois tripés, que serviriam de sustento. Para que pudéssemos fixar o pano verde nos tripés e no cabo, utilizamos o ilhós, apetrecho geralmente aplicado em cortinas que tem como finalidade ligar o tecido ao varão. Assim, o material foi aplicado nas laterais e na parte superior do pano. Com o propósito de manter o tecido verde bem esticado e imóvel na estrutura, o prendemos no tripé com abraçadeiras de *nylon*, comumente conhecido como “enforca gato”, fazendo com que o tecido pudesse ser fixado plenamente no suporte.



Figura 31 –Preparação do *Chroma*key.



Figura 32 –Preparação do *Chroma*key.

Para a iluminação do *Chroma*key, era preciso que o tecido verde estivesse totalmente esticado e iluminado, apresentando o mínimo de sombras possível. Já o personagem que estava na frente do tecido, no caso, o Alexandre, deveria receber a mesma iluminação que os objetos e o ambiente no qual ele estava e que substituiriam, na montagem, o tecido verde. Dessa forma, não se causaria estranhamento no espectador, uma vez que, apresentando a mesma iluminação, tanto para os objetos junto com Alexandre e o tecido verde, haveria uma homogeneidade não desejada.

Já no corredor, a iluminação se deu de forma mais carregada e melancólica,

apresentando uma nuance de tons alaranjados, sendo o corredor em si onde se encontra o porta-retrato do pai de Alexandre, um primeiro plano mais escuro em comparação ao final do corredor, o segundo plano, no qual havia uma luz mais estourada. Essa opção foi pensada de maneira metafórica para que se remetesse à ideia de salvação que ainda existe, de uma última esperança, que se encontraria no fim do túnel, citada, na letra de Uma Razão, pelo trecho: “Mas eu sei que no fundo existe uma salvação”. Assim, no videoclipe, Alexandre caminha em direção a essa luz que vem do final do corredor como forma de representar sua escolha – no começo incerta, mas depois certa – a respeito de seu futuro profissional.



Figura 33 –Referência 1 de iluminação para o cenário da sala retirada do videoclipe Me Espera, de Tiago Iorc.



Figura 34 –Referência 2 de iluminação para o cenário da sala retirada do videoclipe Me Espera, de Sandy.

Nas cenas gravadas na estrada Pederneiras-Bauru, não houve interferência de luz artificial ou rebatedores e outros equipamentos, sendo respeitada a luz natural. Para isso, foi preciso gravar em um horário que estabelecesse uma luz mais difusa, no caso, entre as 7h30 e 8h00 da manhã. Esse horário é conhecido pelos profissionais da fotografia, como *Golden Hour*, o intervalo que se estabelece de mais ou menos uma hora antes e depois do nascer e do pôr-do-sol, no qual a luz está baixa e garante uma iluminação mais suave, conseguindo gerar brilhos e sombras interessantes e temperaturas mais quentes.

A ideia, no videoclipe, era que Alexandre caminhasse, para o píer, em um final de tarde (pôr do sol) e, como a cena foi gravada durante o nascer do sol, por questões climáticas e de produção, foi preciso alterar as nuances de cores no processo de pós-produção, com a coloração. No mesmo dia em que se gravaram as cenas na estrada, foram também gravadas as cenas no píer, no entanto, antes das primeiras, literalmente durante o nascer do sol. Assim, as cenas tiveram que ser gravadas de forma invertida em relação à narrativa, uma vez que o sol nasce em um curto período de tempo e era preciso garantir, para que se desse sentido à narrativa, que as cenas em que Alexandre toca e canta no píer (cenas finais do videoclipe) apresentassem a sensação do sol se pondo. Nessas gravações também não houve a interferência de luzes artificiais e outros equipamentos – como rebatedores – de fotografia.



Figura 35 –Referência para iluminação das cenas na estrada, retirada do videoclipe Paradise, de Coldplay.



Figura 36 –Referência 2 para iluminação das cenas na estrada, retirada do videoclipe Paradise, de Coldplay.

As gravações que ocorreram no Teatro Municipal de Macatuba contaram com luzes disponíveis em um gradil do próprio local. A principal luz utilizada nessa locação foi a de três pontos, dando o devido contorno ao personagem que estava à frente de um fundo preto. Aqui também houve a inserção de um varal de luzes cuja potência não era alta, já que se previa um fator mais estético que de uma real iluminação que tivesse a função de definir um personagem, por exemplo. Assim, essas luzes serviram como uma espécie de cenário, que, da mesma maneira que serve de ornamento, embeleza a cena e dá um caráter mais aconchegante ao local, local este no qual Alexandre se sentiu mais familiarizado e à vontade.

Com relação aos movimentos de câmera que foram pensados para o videoclipe, sua execução não se deu de forma rápida e fácil, já que não possuíamos os equipamentos mais adequados para essas práticas: na cena de *dolly out*, no teatro, por exemplo, no qual Alexandre toca olhando para a câmera, o movimento se deu com o auxílio de um *skate* foram presos o tripé e a câmera para que não tombassem. Assim, um outro membro da equipe, quando recebia o sinal do diretor, puxava o *skate* para trás.

Outros dois movimentos realizados na estrada e no píer foram o giro 360° e o *dolly out*, respectivamente. Os dois foram realizados com a ajuda de um estabilizador de ombro, sendo preciso, apenas no do píer, durante a pós-produção, fazer uso de um efeito do próprio *software* de edição, chamado *WarpStabilizer*, garantindo mais leveza à cena.

4.5 Produção Geral

4.5.1 Produção

A etapa de produção consiste na gravação das imagens que serão utilizadas no produto final; é o momento em que as propostas, idealizações e criações saem do papel e se transformam em imagens, fazendo com que o projeto tome forma e movimento começando, finalmente, a revelar seu aspecto de produto audiovisual.

O processo de filmagem do videoclipe ocorreu durante três dias, tendo início em dezembro, no ano de 2016 e sendo finalizado em janeiro de 2017. As gravações foram realizadas conforme o planejamento do cronograma, elaborado de acordo com as datas disponíveis dos membros da equipe, do artista e de cada locação. Essa fase do processo foi minuciosamente organizada e planejada durante a pré-produção, que teve como objetivo principal assegurar que as necessidades de cada área fossem consideradas e atendidas, com a finalidade de minimizar os possíveis imprevistos.

Dessa forma, para que as gravações fossem conduzidas tranquilamente, toda equipe foi orientada e preparada, a fim de se estabelecer um planejamento tanto técnico, que visava as condições com que as filmagens iriam proceder, quanto logístico, que teve como finalidade traçar as rotas e determinar os horários, a fim de evitar que eventuais atrasos ocorressem, uma vez que, fomos instruídos a entregar as locações em horários pré-determinados pelos encarregados de cada local.

Em cada gravação, as cenas foram organizadas seguindo um fluxo de filmagem definido pela assistência de direção (ordem do dia). Assim, as imagens não foram gravadas conforme o tempo cronológico do roteiro e sim agrupadas de acordo com a locação, planos e enquadramentos, com a finalidade de usufruir melhor do tempo previsto, visto que, essa estratégia possibilita conduzir a produção de forma mais ordenada. Sabendo que o videoclipe exige uma sincronia com a música determinada para o produto, durante as gravações a canção original foi tocada a todo o tempo, por meio de um aparelho celular conectado a uma caixa de alto falantes, com a finalidade de sincronizar as imagens gravadas com a música, facilitando, assim, a etapa de montagem.

A primeira gravação ocorreu no dia 07 de dezembro de 2016, quarta-feira, no Teatro Municipal de Macatuba - SP. A montagem do cenário demandou um tempo maior do que o previsto, uma hora a mais do que havíamos planejado, porém as

filmagens ocorreram em um período satisfatório, o que fez com que as gravações terminassem de acordo com o que fora programado. A preocupação da equipe em relação a essa locação era o cenário que levaria um varal de luzes pendurado, constituído por materiais de condução elétrica e cabos, composto por 24 lâmpadas pendentes, com comprimentos diferentes de cabos em cada fileira (3, 3,5 e 4 metros), ligados em paralelo, ou seja, com fiação independente. O varal foi construído por nosso colega de sala, Leonardo Rodrigues. Quando a locação foi escolhida, nos atentamos a todas as especificações técnicas de iluminação e eletricidade do local, a fim de que o varal fosse instalado sem que nenhum incidente mais sério pudesse acontecer. Dessa forma, sabendo de nossas pretensões, a montagem e as filmagens contaram com a ajuda e o acompanhamento de Márcio, um dos funcionários do Teatro Municipal, o que foi bastante apreciado por toda equipe já que o varal exigia principalmente um conhecimento técnico sobre a fiação do local. Foram necessários alguns ajustes durante a instalação, porém o aparato, que foi previamente testado, não manifestou nenhum tipo de problema o que fez com que a gravação fluísse normalmente.

A segunda gravação ocorreu na locação do píer e da estrada, no Bairro dos Paturis em Pederneiras-SP, no dia 14 de dezembro de 2016, também quarta-feira. Por uma falta de comunicação com a moradora do local, ao chegarmos ao local, demoramos algum tempo para ter acesso a casa, porém, quando entramos, seguimos o planejamento normalmente e nos organizamos rapidamente a fim de não perder o nascer do sol. A gravação terminou antes do programado, sendo esta a filmagem com menor duração na etapa de produção do videoclipe.

A filmagem na Chácara e *Buffet* Comearte ocorreu no dia 11 de janeiro, quarta-feira, sendo que no dia anterior fomos até o local para realizar a montagem do cenário. Nesta locação gravamos as cenas referentes a sala, corredor e saída da casa do personagem. A responsável pelo local solicitou, de última hora, que fôssemos mais tarde para a chácara e saíssemos mais cedo do que havíamos planejado, fazendo com que toda a ordem do dia tivesse de ser reprogramada para que os horários pudessem ser cumpridos. Visando usufruir do tempo obtido, orientamos a equipe a agir de forma mais veloz, o que foi positivo, uma vez que se focou e terminamos antes do previsto, sem perda da qualidade de trabalho.

Quando optamos por essa locação uma das questões direcionadas à proprietária do local era a possibilidade de mudarmos os móveis e objetos da sala com

a finalidade de arquitetar o cenário de forma adequada à estética do videoclipe, dessa forma, todo o local foi reorganizado de acordo com a orientação da equipe artística. Foram tiradas diversas fotos dos ambientes, para que todos os objetos fossem colocados no local e na posição de origem. No entanto, houve um imprevisto com um quadro que estava pendurado em uma das paredes da sala: no momento de desprodução, ao recolocá-lo na parede, acidentalmente, derrubamos um dos ganchos que o mantinham preso. Assim, decidimos manter o quadro apoiado em um dos sofás da sala e, logo que saímos do local, a produção entrou em contato com a proprietária e explicou o ocorrido, se colocando à disposição de reembolsar a mesma, porém ela se mostrou compreensível e tranquilizou a equipe quanto ao imprevisto. Fora o acidente mencionado, a gravação foi satisfatória e ocorreu de acordo com que fora planejado previamente.

Para facilitar a organização das filmagens a produção elaborou uma tabela com os contatos da equipe e dos responsáveis pela locação, além de reunir, em uma ficha de providências, todos os materiais e equipamentos requisitados em cada dia de filmagem.

Tabela 1– Lista de equipe

DIREÇÃO	NOME	TELEFONE
DIRETORA	Betânia Menardi	(19) 981533515
ASSIST. DE DIREÇÃO	Carolina Molina	(16) 981379205
DIREÇÃO DE ARTE		
DIETORA DE ARTE	Betânia Menardi	(19) 981533515
ASSIST. DE ARTE	Carolina Molina	(16) 981379205
PRODUÇÃO DE ARTE	Betânia Menardi	(19) 981533515
	Carolina Molina	(16) 981379205
FOTOGRAFIA		
DIREÇÃO DE	Júlia Piccolo	(11) 983285609
FOTOGRAFIA	Andrey Sanches	(17) 997475793
PRODUÇÃO		

PRODUTORA	Daniela Freire	(11)974833505
PRODUTORA EXECUTIVA	Daniela Freire	(11)974833505
PÓS –PRODUÇÃO		
EDIÇÃO	Gabriela Staffa	(16) 991093359
FINALIZAÇÃO	Júlia Piccolo	(11) 983285609
	Andrey Sanches	(17) 997475793
MONTAGEM	Betânia Menardi	(19) 981533515
	Carolina Molina	(16) 981379205
	Daniela Freire	(11) 974833505
	Gabriela Staffa	(16) 991093359
SOM		
TRILHA	Alexandre Beltramini	(14) 981098894

Tabela 2– Contatos das Locações

TEATRO	TELEFONE	E-MAIL	ENDEREÇO
ADRIANA	(14)3268-1821	cultura@macatuba.sp.gov.br	Av. Cel. Virgílio
MÁRCIO	(16) 981379205		Rocha, 5-25, Macatuba - SP
COMEARTE			
DENISE	(14) 3016-4223 (19) 98282-7984	deniseccsantos@gmail.com	Rua Walter Belian, 4-18, Bauru – SP
RANCHO			
ALEXANDRE	(14)98109-8894	-	Bairro dos Paturis, Pederneiras - SP

Tabela 3–Checklist Produção

PROVIDÊNCIAS	TEATRO / ESCADA - 07/12/2016
---------------------	-------------------------------------

QUANT.	DESCRIÇÃO	FORNECEDOR
		Raissa Constantino
1	Tripé	Mayara Bailo
2	Soft box	Henrique Gun
1	Estabilizador	Estúdio
1	Skate	Thales Mendes
1	Fita crepe	Daniela Freire
2	Extensão	Vinícius Laureto
1	Papelão grande	Júlia Piccolo
1	Canon 6d	Daniela Freire
		Júlia Piccolo
	Baterias	Victor Barboza
3		Andrey Sanches
		Carolina Molina
2	Cartões classe 10	Raissa Constantino
1	Lente 17-50 mm	Locomotiva
1	Lente 50 mm	Daniela Freire
1	Lente 70-300 mm	Júlia Piccolo
1	Superfície dura	Carolina Molina
1	Cabos de som	Alexandre Beltramini
1	Microfone	Alexandre Beltramini
1	Pedestal	Alexandre Beltramini
24	Luzes	Leonardo Almeida
1	Violão	Alexandre Beltramini
1	Suporte violão	Alexandre Beltramini
1	Galão de Água	Daniela Freire
1	Alimentação	Daniela Freire

Tabela 4–Checklist Produção

PROVIDÊNCIAS		EXT. PÍER / ESTRADA 07/12/2016	
QUANT.	DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	
1	Canon 6D	Daniela Freire	
1	Lente 50mm	Daniela Freire	
3	Bateria	Victor Barboza	
		Julia Piccolo	
		Andrey Sanches	
1	Rebatedor	Henrique Gun	
2	Cartões classe 10	Carolina Molina	
		Raissa Constantino	
1	Estabilizador	Estúdio	
1	Extensão	Vinicius Laureto	
1	Tripé	Mayara Bailo	
1	Galão de Água	Daniela Freire	
1	Alimentação	Daniela Freire	

Tabela 5–Checklist Produção

PROVIDÊNCIAS		SALA/CORREDOR/SAÍDA - 11/01/2017	
QUANT.	DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	
1	Câmera 6D	Daniela Freire	
1	Lente 17-50 mm	Locomotiva	
1	Lente 50 mm	Daniela Freire	
3	Baterias	Victor Barboza	
		Julia Piccolo	
		Carolina Molina	
2	Cartões Classe 10	Vinicius Laureto	
3	Marmita	Estúdio	
6	Lâmpadas para Marmita	Daniela Freire	
1	Tecido <i>Chroma</i> key	Carolina Molina	
1	Estrutura para <i>Chroma</i> key	Daniela Freire	
2	Tripé de Marmita	Estúdio	
1	Estabilizador	Estúdio	

1	Varão de Cortina	Carolina Molina
2	Extensão	Laura Hanitzsch
1	Tripé	Estúdio
4	Adaptador de Tomada	Daniela Freire
1	Galão de Água	Daniela Freire
1	Alimentação	Daniela Freire

4.5.2 Produção Executiva

Dentre os profissionais envolvidos em uma produção, o produtor executivo é quem deve ter uma visão de mercado mais aguçada, tendo sempre em mente que o produto, além de tudo, faz parte de um negócio e que desenvolvê-lo por meio de uma proposta com qualidade pode resultar em oportunidades para toda a equipe. O produto, antes de mais nada, deve ser encarado como um empreendimento dentro do mercado audiovisual. Dessa forma, é indispensável que o produtor viabilize o projeto com o intuito de ser lançado comercialmente, sendo necessário, além da captação de fundos, o domínio orçamentário de todas as etapas do trabalho. É dele a responsabilidade de estimar, definir e controlar os custos e gastos, inevitáveis em qualquer produto atualmente.

É de suma importância que esse profissional faça com que a proposta torne-se viável, orientando e administrando as áreas desde a concepção até a divulgação, assegurando que os gastos se mantenham sob controle e constantemente apresentando alternativas que reduzam os custos sem que se tenha uma perda na qualidade.

Assim, por meio de muito planejamento, o produto poderá atingir um público alvo com o objetivo de ser consumido e lançado a um mercado, e que o mesmo terá a oportunidade de se tornar lucrativo, ou não, para toda a equipe envolvida. Portanto, o trabalho deve ser desenvolvido visando sempre a entrega do produto final ao mercado audiovisual.

Muitas vezes, no ambiente profissional, essas responsabilidades são transferidas ao produtor geral, fazendo com que o produtor executivo, não se envolva nas etapas criativas do produto, sendo apenas o indivíduo responsável por financiar toda a produção ou parte dela.

Assim, a produção executiva deve viabilizar e conciliar as capacidades humanas e técnicas da produção para que ela se torne possível através da verba disponível. É o produtor-executivo que viabiliza a verba através do conhecimento para fazer acontecer o projeto do filme. Um bom produtor-executivo precisa ter conhecimento da área, visão de mercado e proatividade, além de criatividade, como qualquer bom negociador. (FAZOLI, 2013)

Seus encargos podem variar conforme as exigências e a dimensão de cada produção. No trabalho em questão, o produtor executivo ficou responsável por gerenciar os custos e despesas, tendo como propósito e necessidade, desde o início, de desenvolver um videoclipe contando com um capital extremamente reduzido.

Procuramos, durante o trabalho, conter ao máximo qualquer gasto desnecessário, cotando e avaliando as alternativas que nos trariam melhores benefícios orçamentários. Dessa maneira, assim que a proposta original tomou forma, nos reunimos para elaborar estratégias que pudessem colaborar com a captação. Logo, houve diversas tentativas da produção executiva para se buscar recursos, através de patrocinadores externos, com o objetivo de arcar com alguns dos custos desse trabalho.

Como nossa produção audiovisual, um videoclipe, teve como objetivo principal divulgar o trabalho de um cantor – o que faz com que o produto seja reconhecido externamente como um negócio, tanto para o artista quanto para os possíveis patrocinadores, já que a ideia principal é gerar audiência aumentando a visibilidade e facilitando o lançamento do cantor no mercado musical – viu-se a necessidade de se realizar uma pesquisa na região de Bauru, a fim de estabelecer quais tipos de comércios poderiam se interessar pelo trabalho a ser desenvolvido e também se beneficiar pelo produto final produzido.

Dessa forma, após a identidade visual e a estética do videoclipe terem sido definidas, entramos em contato com estabelecimentos que possuíam algum tipo de vínculo com o mercado musical e elaboramos um plano de mídia que apresentava todo o projeto. Porém os responsáveis pelos estabelecimentos não demonstraram interesse em colaborar com o produto, tendo como justificativa a dificuldade em contribuir com qualquer tipo de quantia naquele momento.

Sendo assim, buscamos outra estratégia: a venda de alimentos na universidade, como bolos e doces, o que permitiu custear uma parte dos gastos

durante a primeira gravação. Porém o lucro era pequeno em comparação às despesas direcionadas à preparação dos alimentos, conseqüentemente as vendas não se mostraram vantajosas o que fez com que optássemos por dividir os custos entre os membros da equipe principal.

Como as tentativas de captação foram insatisfatórias, se intensificou a importância de se planejar em relação às despesas, o que tornou a etapa de pré-produção ainda mais fundamental, pois foi através dela que obtivemos uma ideia mais concreta sobre os custos do videoclipe. A decupagem do roteiro e a análise técnica foram essenciais para que o produtor pudesse ter uma compreensão mais abrangente do que seria necessário providenciar em cada etapa do trabalho. A fim de promover uma maior organização detalhamos, por locação, o que seria fundamental providenciar para cada dia de gravação, o que possibilitou à equipe uma concepção mais específica dos possíveis custos do produto.

Dentre as necessidades se destacavam os gastos voltados com transporte, equipamentos, cenários e alimentação da equipe, tornando primordial que o produtor procurasse por alternativas que pudessem diminuir os custos.

Em relação aos equipamentos requisitados pela equipe de fotografia, em sua ficha de providências, tivemos como opção realizar empréstimos do estúdio da UNESP ou dos próprios alunos, fazendo com que economizássemos com o aluguel de utensílios utilizados para iluminação ou acessórios para as câmeras, como baterias, cartões e lentes. Apenas uma das lentes, a 70 - 50mm, teve de ser alugada, sendo uma diária referente à locação do teatro e a outra, para a casa do personagem, fazendo com que, no total, R\$ 140 (cento e quarenta reais) fossem revertidos a esse propósito.

Para o quesito transporte, foi realizada, entre as visitas feitas em cada locação, uma pesquisa orçamentária, que levou em consideração tempo e gastos de cada viagem e ficou decidido que seria mais vantajoso nos deslocarmos para cada local de carro, o que proporcionaria um melhor custo-benefício, além de garantir mais liberdade e conforto para todo o grupo. Ainda assim, baseado nos custos totais das etapas de pré-produção e produção, R\$ 1.146 (mil cento e quarenta e seis reais), os gastos direcionados à gasolina dos carros utilizados para transportar a equipe e os equipamentos, foram significativos e ocuparam quase um terço do orçamento, somando R\$ 325 (trezentos e vinte e cinco reais), porém ainda assim foi a opção mais sensata tendo em vista que o aluguel de um transporte teria um preço mais expressivo,

e o uso de transporte coletivo, por conta da necessidade de deslocamento de equipamentos, seria inviável.

Foi durante a etapa de produção, no momento das gravações, que os gastos foram maiores, porém não ultrapassaram o orçamento previsto para a produção do videoclipe, que era de R\$ 2.000 (dois mil reais). As filmagens contavam com uma equipe que variou entre sete e nove pessoas, dependendo das necessidades das filmagens, fazendo com que fosse necessário oferecer a todos uma boa alimentação, principalmente nas gravações mais extensas, como no teatro e casa do personagem, que exigiram que permanecêssemos por mais horas no set de filmagem. As despesas voltadas a essa finalidade chegaram a um total de R\$ 233 (duzentos e trinta e três reais), porém foi garantido que toda a equipe fosse bem alimentada, o que proporcionou um melhor rendimento durante as gravações.

O que mais nos garantiu uma vantagem econômica foi a escolha das locações, pois, além de terem sido selecionadas estrategicamente, por serem na região ou na própria cidade de Bauru - SP, onde residem os integrantes da equipe, o que facilitou a questão logística, elas não exigiram o pagamento de nenhuma taxa e, ainda, contribuíram para a concepção do cenário.

A primeira gravação, realizada em Pederneiras - SP, o Píer, não demandou tanta despesa, já que os objetos utilizados na cena pertenciam ao próprio artista, eliminando assim os gastos com o cenário.

Em Macatuba - SP foram gravadas as cenas do teatro. Essa foi a locação que nos exigiu um maior investimento, já que o cenário, composto por um varal de lâmpadas, necessitava do uso de materiais com um custo mais elevado. A fim de reduzir as despesas, foi realizada uma cotação com todo o material necessário, o que resultou na diminuição significativa dos custos, já que havia uma boa diferença de preços entre uma loja e outra. Os gastos nessa locação ficaram em um total de R\$ 562 (quinhentos e sessenta e dois reais), sendo que R\$ 269,36 (duzentos e sessenta e nove reais e trinta e seis centavos) foram utilizados para a compra desses objetos.

O cenário da casa do personagem, gravado na cidade de Bauru - SP, era a locação que exigia um maior número de providências de objetos que compunham a arte, era o que mais nos preocupava em questão orçamentária, pois seriam necessários alguns móveis específicos, que teriam que se ajustar à estética da narrativa. Porém, conseguimos utilizar os móveis na própria locação, a chácara Comearte, o que nos permitiu diminuir custos tanto com o aluguel quanto com o

transporte de móveis externos, além de que uma das integrantes do grupo possuía a maior parte dos objetos necessários, o que consequentemente nos manteve em nosso orçamento, sendo gastos nessa locação um total de R\$ 333,88 (trezentos e trinta e três e oitenta e oito centavos) e apenas R\$ 69 (sessenta e nove reais) com objetos de cena.

Para que as despesas se mantivessem sob controle, a produção se organizou por meio de uma planilha, atualizada ao decorrer de cada etapa de produção. Através das tabelas orçamentárias representadas abaixo, é possível se ver detalhadamente os custos e arrecadamentos de cada fase da produção deste videoclipe. Para facilitar a organização de despesas, ela foi dividida entre as locações, sendo composta por subdivisões que indicam os gastos com combustível - utilizado para o transporte da equipe, cenário – objetos necessários para compor corretamente cada cena, equipamentos utilizados pela direção de fotografia, materiais necessários para a gravação e alimentação.

4.5.2.1 Planilhas Orçamentárias

Tabela 6 – Caixa inicial

CAIXA INICIAL			
Vendas	Custo	Total	Lucro
Bolo 01	R\$ 16,00	R\$ 50,00	R\$ 34,00
Bolo 02	R\$ 10,00	R\$ 33,60	R\$ 23,60
Total em Caixa: R\$57,60			

Tabela 7 – Orçamento detalhado

ORÇAMENTO DETALHADO			
1. VISITAS ÀS LOCAÇÕES			
Descrição	Material	Total	Obs.
Teatro (Macatuba – SP)	Combustível	R\$ 70,00	Foram feitas duas visitas prévias à locação.
Chácara Comearte (Bauru – SP)	Combustível	R\$ 30,00	Foram feitas três visitas prévias à locação.
Subtotal:	R\$ 100,00		

Tabela 8 – Ensaio fotográfico

2. ENSAIO FOTOGRÁFICO		
Descrição	Material	Valor
Pier (Pederneiras – SP)	Combustível	R\$ 35,00
	Alimentação	R\$ 25,00
Subtotal:	R\$ 60,00	

Tabela 9– Gravação teatro

3. GRAVAÇÃO TEATRO		
Descrição	Material	Valor
Cenário	Cabos	R\$ 77,56
	Soquete	R\$ 47,20
	Lâmpadas	R\$ 105,00
	Plug	R\$ 39,60
Equipamentos	Lente 70 - 50mm	R\$ 70,00
Materiais	Fita Crepe	R\$ 6,00
	Adaptadores (T)	R\$ 16,50
Alimentação	Salgados	R\$ 40,00
	Mercado	R\$ 75,23

Combustível	Carro Equipe	R\$ 35,00
	Carro Produção	R\$ 50,00
Subtotal:	R\$562,09	

Tabela 10– Gravação píer/estrada

4. GRAVAÇÃO PÍER/ESTRADA		
Descrição	Material	Valor
ALIMENTAÇÃO	Mercado	R\$ 20,00
COMBUSTÍVEL	Carro Equipe	R\$ 35,00
	Carro Produção	R\$ 35,00
Subtotal:	R\$90,00	

Tabela 11– Gravação sal/corredor/saída da casa

5. GRAVAÇÃO SALA/CORREDOR/SAÍDA DA CASA		
Descrição	Material	Valor
	Antiquário	R\$ 44,00
CENÁRIO	Malas	R\$ 25,00
EQUIPAMENTOS	Lente 70 - 50mm	R\$ 70,00
MATERIAIS	Tecido Verde	R\$ 30,80
	Ilhós	R\$ 18,00
	Enforca Gato	R\$ 9,50
	Lâmpadas para Marmitta	R\$ 28,80
ALIMENTAÇÃO	Salgados	R\$ 38,00
	Refrigerante	R\$ 7,00
	Mercado	R\$ 27,78
COMBUSTÍVEL	2 Carros Equipe	R\$ 20,00
	Carro Produção	R\$ 15,00
Subtotal:	R\$ 333,88	

Tabela 12– Pós-produção

6. PÓS –PRODUÇÃO			
Descrição	Material	Quant.	Valor
IMPRESSÕES	Capas de DVDs	25	R\$ 37,50
	Relatório	4	R\$ 140,00
	DVDs	25	R\$ 17,50
	Impressão de DVDs	25	R\$ 37,50
	Caixa para DVDs	25	R\$ 35,00
Subtotal:	R\$ 267,50		
TOTAL	R\$ 1.413,47		

4.6 Pós-Produção

A etapa de pós-produção engloba a montagem, a coloração, a sincronização de imagem e som e a finalização da obra audiovisual. É nela que os últimos detalhes são acertados, erros conseguem ser corrigidos e a identidade do produto se torna aparente. Aqui, o montador, junto com o diretor geral, constrói o caminho que a narrativa será, como ela será contada, por quem, a partir de qual visão, com quais intenções, o que revelará e o que esconderá do espectador.

De acordo com alguns teóricos do audiovisual, como Eisenstein e Welles, a arte do cinema estaria baseada na montagem. Já para outros, como Renoir e Kubrick, o fato de se evitar a montagem criaria a arte do cinema, isso porque

“[...] o desafio prático do diretor e do montador é trabalhar com uma certa quantidade de planos para criar a continuidade, evitar uma desnecessária atenção para o próprio trabalho. Se chama a atenção, o realizador e o montador falharam ao apresentar a narrativa da maneira mais eficiente possível.” (DANCYGER, 2007, p. 399)

Nem uma teoria nem outra foi refutada ou comprovada, no entanto, sabemos que ambas trabalham com a unidade principal de uma montagem, o plano, e concordam que o objetivo maior dessa etapa é deixar o público envolvido com a história. É na montagem que o plano ganha sequência, gerando continuidade e garantindo uma narrativa.

Construir, através da montagem, uma narrativa, não significa mostrar ou revelar

tudo ao espectador. Pelo contrário, a elegância de uma montagem se dá quando se mostra o necessário e, não mais que isso, para levar o público ao que é importante, mantendo-o interessado. Os planos devem se relacionar uns com os outros, sendo o primeiro objetivo de um montador, tornar o mais suave possível o corte entre um e outro, para que não seja percebida qualquer tipo de estranheza pelo público.

“A clareza na narrativa é alcançada quando o filme não confunde os espectadores. Isso requer uma ação contínua de um plano ao outro e a manutenção de um sentido claro de direção entre os planos. Isso significa fornecer uma explicação visual se uma nova idéia ou um *insert* for apresentado. Para permitir clareza na narrativa, as deixas visuais são necessárias e, aqui, a habilidade do montador é um fator crucial.” (DANCYGER, 2007, p. 400)

Assim, tendo, a seu dispor, uma gama de planos gravados, o montador tem a função de selecionar aqueles que melhor servirão para dar o caráter dramático pedido pelo filme, em sua maioria das vezes, sempre buscando soluções criativas baseadas no pragmatismo. “Se um plano não ajuda a contar a história, por que deve ser incluído no filme?” (DANCYGER, 2007, p. 409), pois é assim que se deve pensar. Uma montagem bem realizada é aquela que visa a essência de cada plano.

Outro ponto muito importante, principalmente quando se trata do formato videoclipe, diz respeito ao ritmo que a produção terá. É a montagem a responsável por criar o ritmo, após os cortes terem sido feitos, bem como a sincronização de áudio, estando todos satisfatórios. O ritmo é uma das chaves da pós-produção e se faz presente nos mais diferentes gêneros. Ao lado da composição, da encenação e da iluminação, ele consegue contar uma história de forma fluida, sem que o espectador perceba os cortes. Para que os planos tenham ritmo é necessário, na montagem, que eles tenham durações diferentes. Se, por exemplo, tivermos planos com uma mesma duração em uma montagem, o produto audiovisual não apresentará ritmo, pois essa escassez de variedade vai fazer com que tudo fique no mesmo padrão, não gerando o impacto da sequência. Isso porque, “Quando o filme tem um ritmo apropriado, a montagem parece ser sem emenda, e ficamos envolvidos com os personagens da história”. (DANCYGER, 2007, p. 416). Portanto, “Se o objetivo do montador é fazer a sequência sem emenda, seu primeiro critério é compreender e trabalhar para esclarecer a característica emocional da sequência”, garantindo ao público sensações.

Nas produções de videocliques, podemos dizer, que a questão da montagem aparece de forma mais destacada, com um quê maior de experimentação. A

montagem de videoclipes foi muito influenciada pelo estímulo visual rápido, sendo, diversas vezes, bastante fragmentada, evitando os objetivos tradicionais de uma montagem linear, por exemplo. Existe um foco multilateral nesse, uma vez que a narrativa pode contar uma história, com vários personagens, mas pode também não haver, como pode haver somente um personagem ou nenhum, sem que isso prejudique a produção. Cada narrativa se dará de uma maneira, podendo diferenciarem-se muito ou pouco umas das outras, no entanto, o lugar, o sentimento e o tom são as características que definem uma montagem de videoclipe. É com esses elementos que o montador pode brincar e gerar, no espectador, vários sentimentos e interpretações com relação ao que ele assiste. Isso porque, neste tipo de narrativa, criam-se um tempo e um espaço delimitados para aqueles fins, ou seja, o que se conta no videoclipe apresenta seu próprio tempo e seu próprio espaço, são correlatos e fazem sentido ali naquele universo, podendo ser totalmente distante do que é real. “No mundo do videoclipe, o lugar real é o menos importante (referencia)”. A narrativa tradicional não é, geralmente, a finalidade de um videoclipe, que se baseia na melodia e letra da música.

A pós-produção, portanto, se dá pela justaposição dos planos que, sequenciados, devem enfatizar e esclarecer a estrutura daquilo que é transmitido pelas imagens. Esses planos, após coloridos e finalizados conseguem gerar uma narrativa que, especialmente no videoclipe, se apoia no sentimento humano, gerando, no público, diferentes experiências.

4.6.1 Montagem

Para que o processo de montagem do videoclipe *Uma Razão* se realizasse, foram necessárias aproximadamente doze horas, divididas em três dias. Nesta etapa, contamos com a técnica e experiência de uma colega de classe, Gabriela Staffa. O roteiro decupado pela direção e as fichas de gravação, que continham os *takes* válidos ou não, foram constantemente consultados para que a essência da obra fosse mantida.

No primeiro e segundo dias, selecionamos os arquivos de *takes* aprovados pela direção durante as filmagens e iniciamos a etapa da montagem em si, colocando os planos em sequência conforme as determinações e orientações da decupagem. Nessa etapa, nos atentamos às batidas instrumentais da música e optamos por cortar

as imagens conforme aquelas se sucediam, visando criar ritmo e fluidez ao produto. Para essa fase de pós-produção utilizamos o *software* Adobe Premiere CS6.

Procuramos, através de cortes regulares, garantir uma dinamicidade ao videoclipe, uma vez que muitas das imagens gravadas apresentavam pouco movimento de atuação do personagem. Ainda com esse intuito, foi utilizado, em alguns momentos da narrativa, um tipo específico de corte, o *jump cut*, que consiste em remover parte de um *take* dividindo-o em dois instantes ou mais, ocasionando, assim, uma transição brusca, como se gerasse um efeito de saltos na cronologia da narrativa. No caso do videoclipe de Uma Razão, o *jump cut* foi usado para criar a sensação de passagem do tempo e demonstrar a relutância do personagem em determinados momentos da obra. Além disso, esse tipo de corte favoreceu a estética desejada para o videoclipe que seria divulgado, principalmente, na *Internet*, meio cuja linguagem é extremamente rápida e dinâmica. Os cortes mais rápidos e os *jump cuts* estão presentes maiormente até o meio da narrativa, em que Alexandre ainda se sentia indeciso em relação ao caminho que ele deveria seguir. Tomada sua decisão, o espectador consegue notar que os planos passam a apresentar maior duração, condizendo com o estado de espírito do personagem naquele momento, caracterizado por calma e segurança a respeito de sua decisão.

O terceiro dia foi o que exigiu intensa atenção, cuidado e paciência da equipe, uma vez que foi realizado o recorte, através do programa Adobe After Effects CS6, de Alexandre Beltramini na cena da sala, no *ChromaKey*, técnica de efeito visual que sobrepõe uma imagem sobre a outra, por meio do anulamento de uma cor padrão, que no nosso caso, foi o verde. Pelo fato da iluminação da locação da sala vir de uma janela lateral, o personagem e o tecido de cor verde não recebiam luz com uniformidade, fazendo com que um lado ficasse mais iluminado e outro, mais sombreado, o que dificultou o processo do recorte. Por conta disso, a equipe precisou trabalhar de forma minuciosa, para que as imprecisões dessa técnica não se revelassem de forma aparente ao espectador. Apesar disso, o resultado mostrou-se satisfatório.

No processo de montagem acabamos notando que, na decupagem do roteiro, não nos atentamos a idealizar imagens de segurança que pudessem preencher os longos períodos instrumentais presentes na música, o que fez com que se tornasse necessário utilizar inserções não planejadas anteriormente.

4.6.2 Coloração

Durante o processo de coloração contamos com a ajuda dos colegas Andrey Sanches e Júlia von Zeidler. Depois de calibrado o brilho da tela do *notebook*, procuramos igualar as cores entre as imagens da mesma locação, uma vez que nem todos os planos tinham sido gravados em uma mesma câmera, gerando tons diferentes entre as imagens. Assim, partimos para o processo de fato de coloração e, para isso, usamos como base as mesmas fotos que serviram de referência para a direção de fotografia do produto final.

O antes e depois da coloração que ficou mais evidente estabeleceu-se nas locações da sala e da estrada, uma vez que as cenas do teatro e do píer já possuíam uma coloração bem próxima daquela que a equipe de fotografia buscava. Na sala, devido à falta de iluminação ideal, as imagens brutas – ou seja, as originais sem nenhum tipo de edição ou ajuste de cor – estavam bem cruas, com tons difusos, sem muito contraste e definição de cores. No processo de coloração, então, buscamos aprimorá-las através de um escurecimento em todos os tons – tanto dos objetos quanto do tom de pele de Alexandre, o que acarretou numa maior definição da imagem. Já na locação da estrada, por termos, como finalidade, demonstrar uma sequência temporal, entre ela e a locação do píer, procuramos aproximar a coloração para tons mais “quentes” e terrosos. Isso se tornou necessário principalmente pelo fato de as gravações terem acontecido no período matutino e essas imagens representarem, no entanto, de acordo com o roteiro, um final de tarde.

Na coloração ainda utilizamos o efeito de vinheta, com o objetivo de escurecer as bordas das imagens e dar ênfase ao que se localiza no centro do quadro, direcionando o olhar do espectador. Além disso, foi usado o filtro que granula a imagem, o que causa a impressão de o filme ter sido gravado em película.

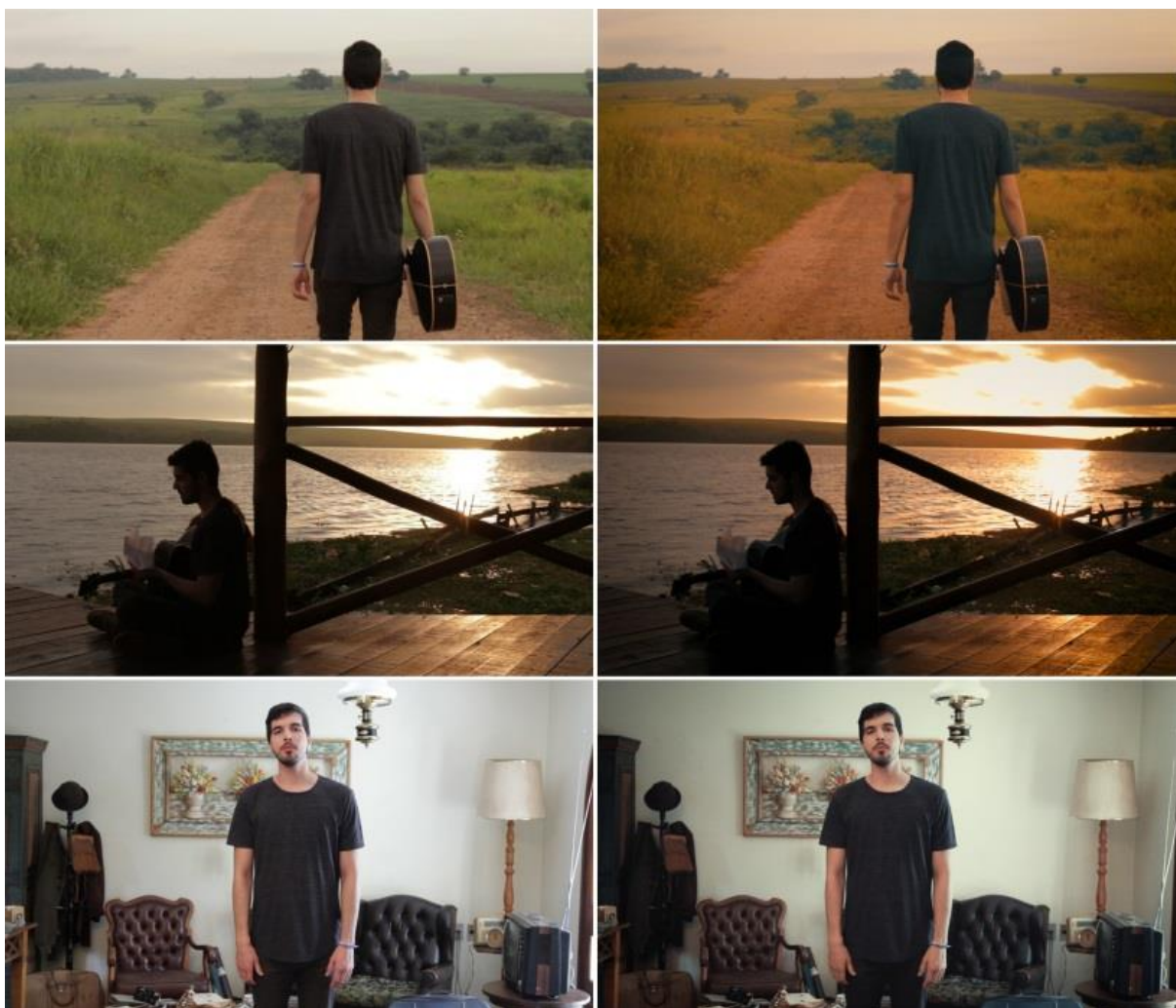


Figura 37—*PrintScreens* tirados para mostrar o antes e o depois da coloração do videoclipe Uma Razão.

5. DIVULGAÇÃO DO PRODUTO

5.1 As redes sociais de Alexandre

Para que o processo de produção do videoclipe se desse de forma coerente, se tornou fundamental compreender seu público, pois, além de se ter como alvo consumidores de música e de produtos relacionados a ela, entende-se a necessidade de satisfazer também aqueles que não enxergam a música apenas como uma forma de lazer, e sim, como um negócio: donos de bares, casas de show, produtoras, segmentos que dão movimento a esse mercado, essenciais para quem deseja viver plenamente de seu trabalho musical.

O primeiro passo rumo ao sucesso é ver a música como um negócio, ou seja, algo que você vai oferecer a um grupo de pessoas e empresas, recebendo coisas que necessita e deseja em troca, como dinheiro, espaços para divulgar seu trabalho, reconhecimento, etc. Isso te leva a um grande mercado, onde você concorre não só com músicos, mas também com atores, artistas plásticos, dançarinos, cineastas, desenvolvedores de games, restaurantes e jogos de futebol, pelo tempo e dinheiro das pessoas. (VAN DE KAMP, 2010, p.06)

Dessa forma, para identificarmos melhor as características principais do público do artista como hábitos, atitudes e interesses em comum, analisou-se primeiramente os locais de shows do artista. Segundo Alexandre, seus shows eram feitos geralmente em bares, teatros, festas de faculdade e também no interior do próprio espaço físico universitário, ou seja, ambientes em que geralmente se concentram um público maior de jovens adultos.

Para prosseguir com a análise de público alvo estudaram-se os meios pelos quais o cantor divulgava seu trabalho. As redes sociais foram os meios mais utilizados, uma vez que concentram o maior número de pessoas online. O primeiro monitoramento foi realizado no mês de maio (2016). Ao analisar *Facebook*, *YouTube*, *SoundCloud* e *Spotify*, as redes utilizadas por Alexandre, notou-se que a melhor forma de segmentação de público se daria a partir da rede social *Facebook*, já que disponibiliza inúmeras ferramentas capazes de gerenciar e reconhecer com mais afinco o público visitante de sua página online, além de ser aquela mais utilizada e atualizada por Alexandre.

As características de cada plataforma serão mais bem explicadas no

desenvolver deste relatório, porém, vale dizer, que as plataformas *SoundCloud* e *Spotify*, que oferecem planos pagos e gratuitos de serviço *streaming*, são utilizadas principalmente por jovens e ainda são consideradas novidade no mercado da música *online*. *Facebook* e *YouTube* são plataformas que já foram difundidas amplamente na *Web*, sendo acessadas por um grupo amplo de pessoas, de todas as idades, além de serem gratuitas.

Ao analisarmos os dados fornecidos pelo *Facebook*, na página de Alexandre, verificamos que os seus seguidores estavam localizados, em sua maioria, principalmente nas cidades de Pederneiras (cidade natal e na qual Alexandre residia), seguida por São Paulo e Rio de Janeiro, sendo a maioria de seus fãs composta por mulheres, com faixa etária entre 13 e 24 anos.

Esses dados foram ao encontro das informações disponibilizadas por Alexandre durante suas reuniões com a equipe, o que representou um resultado favorável ao trabalho que Alexandre vinha fazendo até esse momento, pois significava que ele estava direcionando seus projetos ao grupo correto.

Definir a personalidade dos seus principais consumidores facilita a criação de uma estratégia de relacionamento mais profundo com o público. A partir do momento em que se compreendeu o perfil dos fãs do artista demos início a táticas de direcionamento de conteúdos e publicações da página, seguindo uma linguagem mais adequada e que atendesse às preferências desses consumidores a fim de reunir o maior número de pessoas possíveis, com características e interesses parecidos possibilitando ao grupo identificar a melhor forma de se conectar com os seguidores do artista, não só nas redes sociais, mas também através do produto audiovisual.

5.1.1 Análise das redes sociais

As redes sociais, através de suas especificações e gerenciamentos, possibilitaram aos artistas compreender melhor os interesses de seu público e, dessa forma, utilizar estratégias mais eficientes para aumentar a proximidade com seus fãs e, por consequência, a visibilidade no mercado. Pelo fato de a *internet* ser um meio extremamente interativo, é possível saber rapidamente se os consumidores estão satisfeitos ou não com o produto, o que exige atenção redobrada dos profissionais da área. Segundo uma pesquisa divulgada em 2015, por uma das maiores empresas dos EUA de análise da *Internet* (*ComScore*), o brasileiro é o internauta que fica *online* por

mais tempo nas redes sociais, cerca de 650 horas por mês, 60% mais do que internautas de outros países, alcançando aproximadamente 78% do total de acesso à *internet*. Justamente por isso as redes sociais serão a principal ferramenta a ser utilizada para a divulgação do videoclipe de Alexandre neste trabalho.

Dentre as plataformas analisadas – *YouTube*, *SoundCloude* *Facebook*– destaca-se o último, uma vez que o próprio site disponibiliza inúmeras ferramentas capazes de gerenciar e reconhecer com mais afinco o público visitante de sua página *online*, sendo a mais utilizada pelo artista em questão e ainda possuindo cerca de 58 milhões de usuários, o que dá a ela uma importância muito significativa.

Quando utilizadas de maneira correta, as redes sociais, permitem que o público alvo possa ser alcançado mais rapidamente e possibilitam que qualquer pessoa, sem restrições, tenha acesso ao seu produto. Para isso, entretanto, é preciso compreender como funciona cada uma das redes, pois saber explorar os seus potenciais da melhor maneira possível permite que os consumidores sejam atingidos de forma eficaz e rápida. A escolha da rede para se realizar a divulgação do produto deve ser determinada de acordo com o objetivo proposto.

a. FACEBOOK

Não é à toa que a principal fonte de divulgação de Alexandre seja sua a página do *Facebook*, pois é através dessa rede que Alexandre apresentou um maior contato com as pessoas que conheciam e admiravam o seu trabalho, ou seja, pessoas que consumiam suas produções e projetos artísticos. Por isso o *Facebook* foi fundamental para a divulgação do videoclipe que produzimos.

Primeiramente, analisamos minuciosamente os principais dados de sua página para compreender melhor a forma com que Alexandre a estava utilizando. Ao início dos estudos, a plataforma possuía, em média, 2000 curtidas. Esse número representa, principalmente, a popularidade do artista e, apesar de não ser um número expressivo, consideramos que era uma quantidade de seguidores razoável. Entretanto, notamos que, tais seguidores não participavam efetivamente das postagens, além do fato do conteúdo ter poucas visualizações e quase nenhum engajamento.

Suas publicações não eram regulares e havia um tempo muito longo sem novidades entre uma publicação e outra. Seu conteúdo era basicamente composto por áudios, fotos e vídeos (gravações de músicas de sua autoria e alguns *covers*),

sem contar que esses conteúdos possuíam uma qualidade visual insatisfatória.

Tanto a iluminação quanto os enquadramentos utilizados não possuíam um cuidado estético, não havia uma preparação artística do cenário e os elementos posicionados na cena não possuíam um planejamento profissional. Consequentemente essas publicações, além de não gerarem um estímulo visual, não instigavam a participação de seu público, o que diminuía a sua capacidade de atrair novos seguidores.

A identidade verbal do artista – forma com que ele se comunicava com os fãs – mudava a cada postagem: alguns eram mais simpáticos e aproximativos, outros mais formais fazendo com que seu público alvo, mulheres com menos de 18 anos, não se identificassem com aquelas postagens. Percebemos que, assim, não havia nenhum tipo de conexão emocional entre o artista e seus seguidores.

Em alguns *posts*, principalmente nos vídeos, houve uma tentativa de impulsionar as publicações. Essa ferramenta do *Facebook* permite que o seu *post* apareça no *feed* de notícias de pessoas que façam parte de um público alvo pré-estipulado pelo administrador da página. Possui um custo baixo e, se utilizada da maneira correta, proporciona um bom resultado, pois, possibilita que mais pessoas sejam alcançadas – além daquelas que já o seguem –, o que aumenta a chance de novos usuários se interessarem pelo conteúdo da página. Entretanto, notamos que as tentativas de Alexandre não foram efetivas: mesmo com o impulsionamento as curtidas continuaram baixas e o engajamento quase não existia, isso porque o artista não estava explorando corretamente a ferramenta.

Apesar de seu conteúdo ser totalmente direcionado aos jovens, Alexandre estipulou que os *posts* alcançassem pessoas com idade de 18 a 65 anos, porém ele possuía um número bastante baixo de seguidores com idade acima dos 35 anos, o que fez com que o impulsionamento não atingisse os fãs em potencial, ou seja, seguidores que pudessem se interessar pelas postagens da página e pelo seu trabalho.

Além disso, sua página e as postagens não facilitavam a identificação do estilo do artista, a sua identidade visual não o caracterizava o suficiente, ele não possuía um perfil que mostrasse realmente qual era a sua personalidade e as características de sua “marca” ou estilo, sua página não chamava atenção para o seu trabalho, o que não contribuía para a sua entrada no mercado musical.

Existem duas explicações de por que o consumidor usa uma determinada marca. A primeira, porque ela lhe transmite certas sensações e ele se identifica com elas. A segunda, porque ela representa algo que ele aspira ter em termos de imagem, algo que ele não tem e que a marca pode lhe proporcionar. A marca não é só um logotipo, uma etiqueta ou slogan; a verdadeira essência radica em seu significado, um meio de vida, uma atitude, um conjunto de valores, uma expressão, um conceito. (VÁSQUEZ, 2007, p.202)

Uma identidade bem estruturada permite que o artista transmita positivamente seu estilo e seus valores, expressando sua personalidade através de elementos visuais que irão reafirmar sua conexão com os fãs. A identidade visual pode ser composta tanto por elementos gráficos quanto visuais (tipografia, símbolos, logotipos, cores) e, quando bem elaborada, permite que o artista se destaque em um mercado extremamente concorrido.

Esses pontos foram os mais preocupantes na página de Alexandre, no *Facebook*, pois demonstravam que quem visitava a página não conseguia entender qual era a proposta musical do artista, muito menos enxergar suas características de personalidade, resultando em uma ineficaz comunicação entre o artista e seus fãs.

Os dados mostraram que a página podia ter um alcance bem melhor e maior do que ela possuía naquele momento, ou seja, o potencial da *fanpage* não estava sendo explorado corretamente, o que diminuía consideravelmente a capacidade de alcançar novos seguidores.

b. YOUTUBE

O *YouTube* é uma rede social voltada, principalmente, para o carregamento e compartilhamento de vídeos, além disso, ainda é uma das plataformas mais utilizadas para se escutar música atualmente. Em 2014, a empresa de monitoramento E.lifeIntelligence divulgou um estudo sobre os hábitos e comportamentos de redes sociais, revelando que o *YouTube* é “a segunda rede social com maior percentual de cadastros, com 77% – apenas 20 pontos percentuais abaixo do *Facebook*.”

A palavra “*YouTube*” foi criada a partir de dois termos da língua inglesa, “you” que significa “você” e “tube”, uma gíria que serve para representar a palavra “televisão”. Dessa forma essa rede seria como uma televisão digital e *online* feita para e pelos próprios usuários. O *site* permite que qualquer pessoa crie uma conta ou canal personalizado, e disponibilize vídeos que poderão ser visualizados por qualquer

usuário, desde que o vídeo esteja definido como público.

Essa plataforma de vídeo possibilita que o artista reúna todo o conteúdo audiovisual produzido por ele em um único canal, o que faz com que seus fãs possam ter um rápido acesso a produções mais antigas. Segundo dados disponibilizados pela própria página, Alexandre possuía em seu canal 269 inscritos, e um público composto principalmente por mulheres sendo 56% entre 18 e 24 anos e 22% entre 25 e 34 anos.

A conta havia sido criada há mais de um ano e possuía apenas 23 comentários, sendo que nenhum deles tinha sido respondido pelo cantor, o que demonstrava um número bastante baixo de engajamento e conexão do público para com o conteúdo publicado.

No começo das análises, o canal de Alexandre possuía 14 vídeos, compostos por uma imagem fixa (fotografia), na qual estava inserido o nome da canção e do artista. Além de estáticas, as imagens não transmitiam ao público o estilo e a personalidade do artista e de sua música, o que fazia com que a interação e a troca de informação com os fãs fossem nulas, dando ao canal uma imagem pouco profissional.

Dessa maneira, sabendo que o objetivo de Alexandre era o de ingressar no mercado fonográfico, as características e ações de suas redes não estavam coerentes. Apesar de ser uma estratégia comum, esse tipo de abordagem não é interessante para essa plataforma pois, não chama a atenção dos usuários para o conteúdo, principalmente porque as imagens utilizadas não foram bem elaboradas.

Para que o videoclipe seja bem divulgado e bem recebido também nesse canal é necessário criar um ambiente interativo entre o artista e os fãs. Assim, entendemos que a forma mais eficiente de transformar essa plataforma em uma rede relevante para a divulgação do trabalho era fazer com que os vídeos demonstrassem um pouco das características e da realidade de Alexandre, pois isso iria estimular, em seu público, a vontade de compartilhar com amigos e conhecidos, os vídeos e as músicas do artista, atraindo mais internautas para o seu canal.

c. SOUNDCLOUD

O *SoundCloud* é uma plataforma que oferece um serviço de música digital e permite que qualquer pessoa vincule e compartilhe os arquivos de som em outras redes sociais. Essa plataforma possibilita que todos os usuários possam enviar e

gravar músicas de sua própria autoria, o que a transforma em uma ótima rede para os artistas independentes.

Essa rede é um bom complemento para as outras mídias utilizadas por Alexandre, como o *Facebook* e o *YouTube*, porém o artista não elaborou estratégias de divulgação efetivas, tornando-a sem eficácia para seu projeto.

Notamos que, além de não estar atualizada e não possuir todas as músicas e álbuns já desenvolvidos e publicados pelo artista, essa rede também não possuía uma identidade visual condizente com o trabalho artístico atual de Alexandre, o que acabou tornando-a desconhecida por seu público alvo.

5.1.2 Conclusão da Análise

O videoclipe musical tornou-se, ao longo dos anos, uma importante ferramenta de divulgação e caracterização da imagem de bandas e artistas que visam profissionalizar sua ocupação com a música. Transformar a música – o som – em um segmento estético ampliou as possibilidades de experimentação no processo de produção musical. Sendo assim, além de fazer parte de um empreendimento, o videoclipe possui uma grande representação artística em sua composição.

O avanço tecnológico, juntamente com um maior acesso às ferramentas de produção de conteúdo –*softwares* de edição, gravação independente, entre outros, permitiu que pessoas que tivessem interesse, mesmo sem formação na área, pudessem gerar conteúdos de qualidade e, aliando o desenvolvimento tecnológico à *web*, surgiu a possibilidade de se armazenar e distribuir suas próprias produções, garantindo uma maior oportunidade a bandas e músicos independentes de entrarem no mercado musical sem estarem necessariamente vinculados a nenhuma gravadora.

Promover seu trabalho, seu estilo e sua imagem através de uma produção de vídeo provou ser uma ótima alternativa, pois o formato videoclipe, que normalmente se desenvolve em um curto espaço de tempo, possibilita uma fácil adaptação em meios como televisão, cinema, celular e *internet*, atendendo rapidamente aos fãs e facilitando a distribuição e o compartilhamento em suas redes.

Dessa forma o processo de planejamento de divulgação tornou-se fundamental para aqueles que desejam viver em função da música, sendo necessário conhecer e saber corresponder às expectativas de um público que deseja, cada vez mais, participar e intervir em todo o processo de criação dos produtos.

Sabendo que esse trabalho possuiu como objetivo principal desenvolver um videoclipe para a música Uma Razão do cantor e compositor Alexandre Beltramini, vimos a necessidade de compreender melhor o público do artista, analisando desde os locais em que Alexandre realizava seus shows, até suas redes sociais, meios de divulgação mais utilizados por ele.

É importante lembrar que as redes são estruturas sociais existentes muito antes de qualquer tecnologia, uma vez que o ato de interagir com seus semelhantes é uma tendência inata do ser humano. Quando nascemos, nossa interação se resume aos familiares e pessoas próximas, depois, ao longo da vida, isso se amplia com os outros ambientes sociais que passamos a frequentar, como escola e trabalho. Nessa medida, a *web* veio a acrescentar, uma vez que permitiu que as conexões se expandissem, a baixíssimo ou nulo custo, o que possibilita aos usuários o alcance de um número irrestrito de pessoas. As redes sociais permitiram a criação de um vínculo entre as milhões de pessoas conectadas, propiciando a formação de um espaço favorável para o compartilhamento de informações, experiências e interesses.

Quanto à divulgação, o formato audiovisual videoclipe é considerado um meio de exposição bastante eficaz, não apenas da música, mas também do artista em si – quando este opta por aparecer no videoclipe –, pois permite a criação de uma identificação e maior aproximação com seu público, que agora é segmentado e personalizado, tornando-se mais “palpável” e “humanizado” para aqueles que o acompanham.

O processo de reconhecimento do público-alvo de Alexandre Beltramini é extremamente importante, pois, além de identificar a melhor forma de se conectar com seus fãs, também permite um melhor direcionamento nas estratégias de *marketing*, a fim de aumentar a popularidade em suas redes sociais e também de pensar em melhores estratégias de divulgação do produto audiovisual que será produzido: um videoclipe. Dessa forma, torna-se essencial identificar características como idade, sexo, localização e interesses pessoais, para se compreender melhor o perfil das pessoas que seguem tal artista, redirecionando os conteúdos e publicações de suas redes sociais especificamente para eles, através de uma linguagem mais adequada e que melhor atenda às preferências desses consumidores.

Uma das mais significativas mudanças nas atitudes empresariais dos anos 80 foi a nova ênfase dada à psicografia por oposição à demografia, que tinha reinado nos anos 60 e 70. Esta foi uma clara deslocação de uma psicologia

da massa para uma psicologia da velocidade causada pelos computadores. A mudança permitiu à indústria tornar-se mais precisa nas análises estatísticas e de tendências, sob pressão da crescente concorrência, para se manter na frente. A psicografia permitiu aos executivos do marketing perceber muito mais do que números. Foi um salto significativo na pesquisa de audiências, que fez dos dados psicológicos, mais do que os numéricos, o indicador das áreas de crescimento no mercado. A pesquisa assistida por computador permite apontar com ainda maior precisão que tipos de pessoas são susceptíveis de comprar um produto ou um serviço, quanto comprarão, durante quanto tempo e onde estão localizadas. Várias companhias de estudo de mercado estão agora atarefadas a criar as suas próprias categorias de pessoas sob várias classificações. Novas personalidades coletivas, representando segmentos com valor de mercado da população total, estão a ser definidas não em termos de carácter, como eram as mulheres e homens individuais pelos escritores e críticos sociais depois da Renascença, mas em termos de hábitos de compra fiáveis e demonstrados por gostos, disposições e atitudes. (KERCKHOVE, 2009, p. 187/188)

O monitoramento inicial das redes sociais utilizadas por Alexandre fez com que compreendêssemos, como necessidade principal, a elaboração de uma identidade visual propícia ao novo álbum do artista, que pudesse expressar de maneira clara e objetiva a personalidade que Alexandre deseja transmitir ao seu público.

A partir de uma identidade bem elaborada, optamos por estruturar estratégias que aumentassem o engajamento dos fãs nas redes sociais, deixando seu conteúdo mais profissional e com uma imagem visual mais sofisticada. Além disso, como uma forma de complementar o trabalho do artista e reunir todo o conteúdo produzido por ele em um único espaço decidimos também por elaborar um site que representasse sua nova fase.

Dessa forma, entendemos ser fundamental que as redes fossem veículos que propiciassem aos fãs um contato maior com Alexandre, tendo como objetivo promover seus trabalhos e projetos de uma forma positiva entre seu público. Logo, foi essencial que as redes tivessem suas postagens e conteúdo variados e sempre atualizados, tendo como objetivo principal potencializar os resultados obtidos por ele até o momento.

Com as análises, viu-se que Alexandre possuía conta no *Facebook*, *YouTube*, *SoundCloud* e *Spotify*, e que essas plataformas eram o suficiente para que seus produtos e projetos fossem divulgados de maneira eficaz. Porém, foi sugerido ao artista que ele utilizasse, como uma forma de complemento, o *Instagram*, rede social gratuita em que se compartilha vídeos e fotos de maneira instantânea, possibilitando a edição das mesmas, bastante utilizada entre o público jovem. Apesar de Alexandre acatar a ideia, ele preferiu não nos dar acesso a essa rede por considerá-la de uso

pessoal.

5.2 Planejamento e estratégias para divulgação do artista

Tendo em vista que, diferentemente da cultura de massa, movida pela chamada Indústria Cultural, que enxergava o público como consumidor passivo, que apenas recebia as informações sem questioná-las ou individualizá-las, o consumo na Era da Convergência e da cibercultura se dá de forma personalizada e motivada pela co-criação: o consumidor não só consome informação, como também produz e interage, ele cria conteúdos junto aos produtores. Isso ocorre porque há uma espécie de democratização dos meios de produção e comunicação. Há a interação com a convergência das formas, dos suportes técnicos (em sua maioria, *online*), do conteúdo e da difusão. Aquele que consome também é capaz de produzir, ele possui acesso aos meios que, agora, são mais facilmente assimilados. Assim, o consumidor está cada vez mais seletivo, mais atento ao que lhe é transmitido e, portanto, não assiste a tudo o que chega a ele sem questionar. Com a evolução da economia, das tecnologias e, conseqüentemente, dos padrões de consumo tornou-se necessário, para as empresas e grupos de comunicação, a segmentação de seu público-alvo, a personalização, para se garantir que haja algum sucesso. Não se busca mais atingir o maior número de pessoas possível, mas sim atingir um público que confiará no trabalho da empresa e que manterá uma relação estável com ela. É preciso compreender um consumidor em específico, suas vontades, seus desejos, seus hábitos, suas metas de vida, seus costumes, seu grau de informação, seus gostos. A fidelização do cliente é o que se busca nessa era, começar e manter uma relação com seu público é fundamental.

Dessa forma, procuramos por elaborar algumas estratégias, relatadas a seguir, que fizessem com que Alexandre Beltramini através de suas redes sociais, pudesse se aproximar e se conectar com os seus seguidores, a fim de instigar a participação mais ativa dos fãs em suas redes, com publicações que estimulassem o engajamento de seu público alvo garantindo que as suas postagens e, conseqüentemente, o seu trabalho pudesse atingir um alcance maior, resultando em uma divulgação mais eficiente de seu videoclipe.

Por ser um artista que possui um gênero musical bastante específico, influenciado por estilos musicológicos pouco contemplados pelo público geral e com

características artísticas singulares que tendem a atrair um consumidor mais segmentado, procuramos desenvolver estratégias com o objetivo de despertar a atenção de um público com um perfil mais particular, condizente com as especificidades de seu trabalho.

Sendo assim, procuramos analisar a forma como o público de Alexandre se relacionava e se comportava em suas redes, o que lhe atraía a atenção e qual seria a melhor forma de nos comunicarmos com ele, fazendo com que as técnicas fossem aplicadas com o intuito de estimular a aproximação de um consumidor que realmente se identificasse com o seu trabalho, e que fosse relevante para a divulgação do artista, tornando as estratégias mais eficientes e assertivas.

5.2.1 Estabelecendo uma nova identidade visual

Para se pensar a identidade visual das redes sociais de Alexandre Beltramini, bem como do seu *website*, também desenvolvido por nós, foi aplicado um questionário com o objetivo de conhecer um pouco mais sobre sua personalidade, além de sua personalidade como artista.

Ao interpretarmos as respostas de Alexandre, de forma geral, o que percebemos é que era uma pessoa emotiva, ligada à família, simples, decidida, sonhadora, intuitiva – uma vez que preferia agir com o coração que com a razão e não tinha medo de se arriscar em coisas incertas. Além disso, ele se mostrou uma pessoa observadora, que mais ouve aos outros do que se pronuncia e tem como animal preferido o lobo.

Sobre o lobo, sabe-se que esse animal possui uma audição bastante apurada, além de ter uma ótima visão noturna. Para os povos indígenas, o lobo é um dos melhores guias animais, que encoraja sempre a tribo a enfrentar novas ideias e projetos: “O lobo é um explorador de ideias que volta para a tribo para ensinar e compartilhar a medicina. O senso do lobo é muito aguçado e a lua é a sua aliada de força” – astro, aliás, pertencente ao signo de câncer, signo de Alexandre.

Algo interessante que observamos foi que a personalidade de Alexandre, uma pessoa que prefere o campo à cidade, a noite ao dia e mais ouve que fala, estava bastante relacionada à figura do lobo e sua representação. Assim, decidimos incorporar à identidade visual do artista Alexandre Beltramini a figura do lobo.

Optamos por uma figura de lobo bem simples, mas ao mesmo tempo, sofisticada: apenas o contorno do rosto, com traços simples e sem muitos detalhes. Pensamos, também, de, em algumas ocasiões, utilizar apenas metade do rosto do lobo. As principais imagens de referência são:



Figura 38—Referência 1 para a figura do lobo. Fonte: reprodução da Internet.



Figura 39— Referência 2 para a figura do lobo. Fonte: reprodução da Internet.

Já com relação à paleta de cores, estabelecemos o azul, o branco, o preto e o cinza/prata como as cores principais de representação da identidade do artista.



Figura 40 –Paleta de cores da nova identidade visual criada pelas autoras.

Além de ser a cor favorita de Alexandre, o azul é considerado também a cor predileta entre os homens e as mulheres, além de possuir efeito calmante. O azul é considerado a cor da simpatia, da harmonia, da confiança, do eterno e do imutável e também representa o infinito. “Nossa experiência demonstra que o azul é gerado pela reprodução infinita de qualquer material transparente. Por isso o azul é a cor das dimensões ilimitadas. O azul é grande” (HELLER, 2012, p. 24).

Também uma das cores favoritas de Alexandre, o preto é a cor predileta dos jovens e dos *designers* – não por acaso, o curso que Alexandre fazia. É também considerada a cor da elegância e da simplicidade, coisas que o artista preza na escolha de suas roupas.

Quem se veste de preto não tem necessidade de se tornar interessante pelas cores que usa; para isso, basta sua personalidade. (...) ‘Quem se veste com cores alegres passa uma impressão de superficial. Quem se veste de preto está demonstrando que não necessita de adornos, que tem valores internos. (HELLER, 2012, p. 142)

Já o branco foi escolhido por ser a cor da leveza e dos sentimentos bons, equilibrando com o lado obscuro do preto. Sendo a cor do bem e da perfeição, e também dos tipos cujo caráter é tranquilo e passivo, com o branco, tudo se torna positivo.

Por último, o cinza prateado é a cor do signo de câncer e a cor representativa da Lua, além disso é considerada uma das principais cores da elegância, da humildade, do respeito e da sutileza.

A figura final do lobo foi desenvolvida pelo *designer* gráfico Bruno Feltran e, para que chegássemos a um produto final que agradasse tanto a nós quanto a Alexandre, o desenho passou por algumas alterações ao longo do processo:



Figura 41– Evolução do desenvolvimento da figura do lobo

Com relação à fonte escolhida para toda a identidade visual, mantivemos a já usada por Alexandre – “Bebas Neue” –, pois ela já apresentava o aspecto simplista que procurávamos. Pelo fato dessa fonte só possuir versão em maiúscula, em alguns casos, para se dar destaque, foi usado o negrito em determinadas palavras.

5.2.2 Photoshoot

Para dar início às ações nas redes sociais de Alexandre, vimos a necessidade de elaborar um material mais sofisticado para suas páginas. Dessa maneira decidimos realizar um ensaio fotográfico com o artista, visando deixar evidente, em cada fotografia, seu estilo e sua nova identidade visual, uma vez que esse tipo de ação não havia sido trabalhada em suas redes sociais.

As fotos foram realizadas na cidade de Pederneiras – SP, pelo olhar profissional da colega Aline Manzino. Em cada imagem procuramos estabelecer cuidados estéticos e técnicos, tendo como objetivo fazer com que elas pudessem se sobressair nas redes sociais entre seus seguidores e destacara nova fase artística do cantor. Assim, buscamos harmonizar as fotos com a proposta estética do videoclipe, através do figurino e do cenário, além de orientarmos o artista a utilizar uma postura mais dinâmica nas fotografias, a fim de estabelecer uma presença mais aproximativa nas imagens.

As fotos foram aplicadas principalmente em postagens do *Facebook*, as publicações foram utilizadas alternadamente na plataforma e tiveram como finalidade principal estabelecer um vínculo maior entre Alexandre e seus seguidores, através

também do uso de uma identidade verbal que estabelecia um contato mais simpático com os fãs.



Figura 42 –*Photoshoot* realizado por Aline Manzino, no Bairro dos Paturis – Pederneiras SP.



Figura 43 –*Photoshoot* realizado por Aline Manzino, no Bairro dos Paturis – Pederneiras SP.

5.2.3 Criação do *site*

Ao se pensar a elaboração de um *website* – etapa em que contamos com a ajuda do programador Neto Christovam e do próprio Alexandre –tínhamos em mente, desde o início, que queríamos algo simples, intuitivo e *clean*. A partir disso, foi feita uma busca por *sites* de artistas reconhecidos e já consagrados, com o objetivo de

encontrar uma referência estética e estrutural que deveria servir de base para a criação do site de Alexandre. Dentre todos os vistos, optamos por referência principal o site do cantor brasileiro Marcelo Jeneci.



Figura 44—PrintScreen 1 tirado do website <http://www.marcelojeneci.com.br/>.



Figura 45—PrintScreen 2 tirado do website <http://www.marcelojeneci.com.br/>.

Assim como no site de Marcelo Jeneci, foi colocado um vídeo em *looping* no site de Alexandre, que se iniciava a partir do momento em que o *site* era acessado. O vídeo escolhido para isso foi o videoclipe Uma Razão, uma vez que o *site* foi colocado

ao ar pouco tempo após o lançamento do mesmo e tínhamos por objetivo divulgá-lo em mais essa plataforma. Além disso, é interessante ressaltar que a estratégia de deixar, a cada acesso dos usuários ao *site*, o videoclipe em *looping*, contribuiria para aumentar o número de visualizações do mesmo também na plataforma *YouTube*.

Além disso, os ícones – galeria, agenda e contato – foram pensados de maneira a estarem distribuídos de forma semelhante ao *site* de Jeneci, com a diferença de que no de Alexandre, eles já apareceriam no momento de acesso inicial e não apenas quando o usuário movesse o *mouse* em cima do nome do ícone. Outra diferença é que a *playlist* de Alexandre, apesar de estar facilmente acessível, não começaria a tocar automaticamente no mesmo momento em que o *site* fosse aberto.

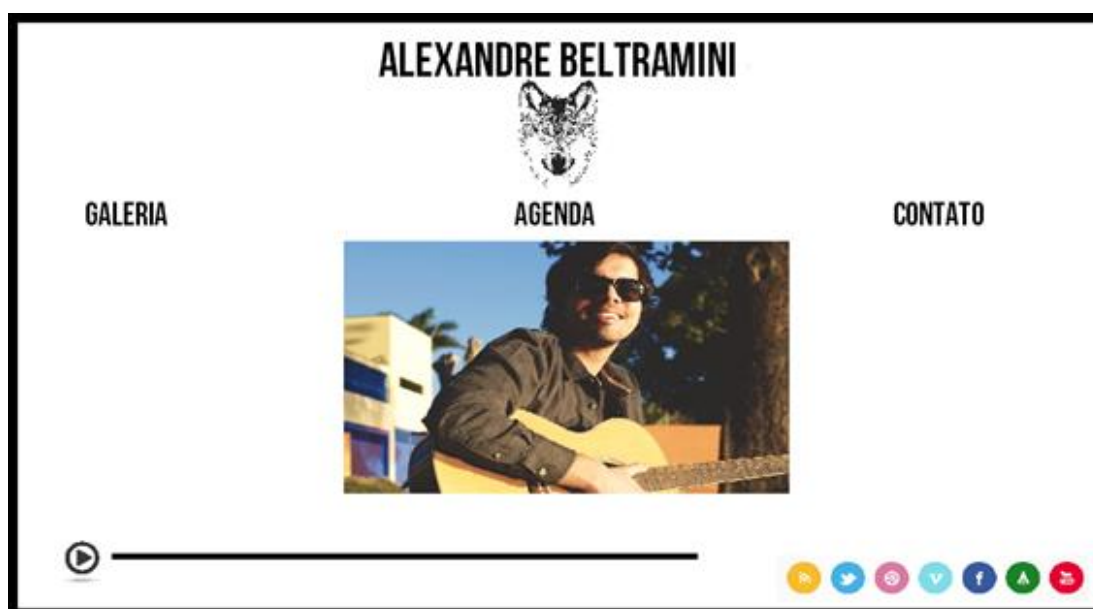


Figura 46– Primeiro rascunho da estruturação do website de Alexandre Beltrami. Não levar em consideração as cores.

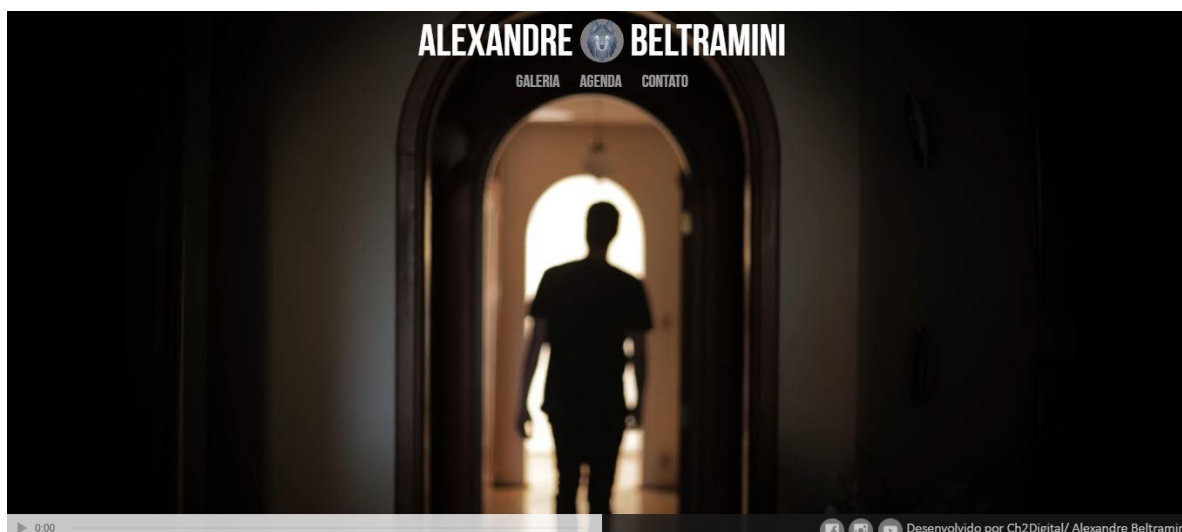


Figura 47 –PrintScreen do site de Alexandre Beltrami.

5.3 Planejamento de Postagens nas Redes Sociais

Após a criação da identidade visual do artista, entendemos a necessidade de explorarmos suas redes de uma forma mais precisa, tendo como finalidade aprimorar a conexão e o relacionamento entre o cantor e seu público, uma vez que, a pouca interatividade de Alexandre Beltrami, bem como, a não participação dos fãs nas redes sociais, foi compreendida como um dos fatores mais prejudiciais no que diz respeito à divulgação e alcance do mesmo, o que resultou em uma grande dificuldade de disseminar o seu trabalho, além de sua inserção no mercado fonográfico, visto que, os seus principais meios de propagação – suas redes sociais – estavam sendo utilizadas de forma ineficiente.

Tendo como propósito principal profissionalizar as redes sociais do artista, procuramos elaborar estratégias que fizessem uso de técnicas que instigassem o seu público alvo a participar e a propagar as informações e as postagens geradas. Dessa forma, sabendo que a principal fonte de divulgação de Alexandre, era sua página do *Facebook*, utilizamos recursos de análise de publicações da própria plataforma para adquirir informações que contribuiriam com a identificação de possíveis métodos que auxiliariam no aperfeiçoamento da página do artista.

Assim, no final de julho de 2016, iniciamos o projeto de reconfigurar a rede, através da criação de artes, que seriam utilizadas nas postagens. Para isso, contamos com a ajuda do colega Fernando Araújo Velloso, que elaborou as imagens de acordo com nossas orientações e referências. Essas postagens tiveram como finalidade

principal dinamizar a página, fixar a nova identidade visual do artista, aproximar e interagir, tanto por meio das postagens, quanto através da nova postura adotada pelo cantor em relação ao seu público – mais simpática e próxima.

Iniciamos com a mudança de foto de perfil e capa de sua página do *Facebook*, já com a sua nova identidade visual, afim de anunciar o começo de um novo ciclo na carreira do cantor. A foto de perfil, apresentada logo abaixo, foi elaborada apenas com a sua marca, tendo como objetivo retratar sua personalidade simplista, *clean*, possibilitando aos fãs conhecer e se identificar melhor com a identidade artística de Alexandre. Já a foto de capa, foi resultado do ensaio fotográfico realizado por Aline Manzino, e teve como finalidade representar a evolução da carreira do artista, uma vez que a fotografia foi tirada levando princípios técnicos e estéticos em consideração, fazendo com que sua aparência fosse mais profissional do que as comumente postadas por Alexandre.



Figura 48—Imagem de perfil da página do Facebook do artista.



Figura 49– Foto de capa da página do Facebook do artista.

A partir daí as postagens começaram a ser mais frequentes e alternar entre fotos – originadas também pelo ensaio fotográfico realizado com o artista, artes que continham frases das músicas autorais de Alexandre, acompanhadas de seu link do *SoundCloud* e vídeos de músicas autorais e *covers* do artista.

A primeira técnica utilizada foi das postagens com fotos do ensaio fotográfico. Procuramos sempre deixá-las acompanhadas por alguma frase, tendo como intuito dialogar diretamente com os fãs, afim de instigá-los a participar mais das postagens, através de curtidas e comentários. Esses posts possibilitaram o desenvolvimento da identidade verbal do artista, em que, fazendo uso de uma comunicação menos formal, procurou se estabelecer um vínculo maior com os fãs, através de palavras simpáticas que transmitiam uma sensação de proximidade do artista para com os seus seguidores.

"Se eu penso em continuar, tenho certeza de não olhar pra trás"
Que nossa semana comece leve, mas com toda garra para correremos
atrás do que nos faz bem! #umpassodecadavez #alebelt #boasemana



Figura 50 –*PrintScreen* tirado da página do Facebook de Alexandre no dia 7 ago. 2016.

Sandy adicionou uma nova foto.
21 de jul às 19:00 • 🌐

Como
inventar
um
Adeus
se já é
Amor?

Figura 51 –Referência: Imagem retirada da página oficial do Facebook da cantora Sandy.

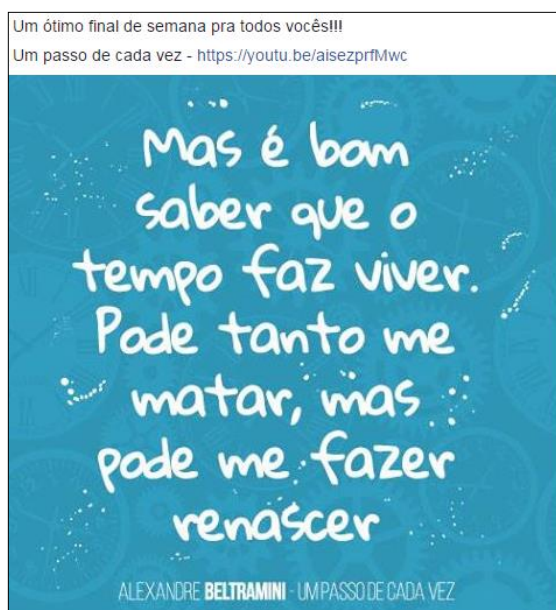


Figura 52 - Postagem do dia 29 jul. 2016.

Já as artes com as letras de músicas autorais, criadas com base na paleta de cores estipuladas em sua nova identidade visual, tinham a finalidade de incentivar a propagação das postagens, uma vez que as frases escolhidas eram cativantes, a fim de servir como um estímulo ao público alvo – mulheres entre 13 e 24 anos –, visando o compartilhamento das imagens. Não por coincidência foram colocados os *links* das músicas, retirados da plataforma do *SoundCloud*, tendo como objetivo divulgar, entre seus fãs, essa rede pouco difundida pelo artista. Para a criação dessas artes

buscamos por referências visuais que pudessem caracterizar a estética desejada por nós para as imagens.

Assim, conforme fomos tendo contato com o seu público, notamos que, os fãs participavam mais quando as postagens tinham como conteúdo vídeos, principalmente covers, gravados por Alexandre. Seguindo orientações da equipe o artista passou a ser mais cuidadoso esteticamente com as gravações, atentando-se para a qualidade das imagens e enquadramentos resultando em filmagens visualmente mais agradáveis e melhor enquadradas. Além disso, essa técnica foi utilizada para divulgar o seu canal do *YouTube*, uma vez que os vídeos eram postados nessa plataforma e compartilhados em sua página do *Facebook*.



Figura 53 – *Printscreen* retirado da página do *YouTube* de Alexandre

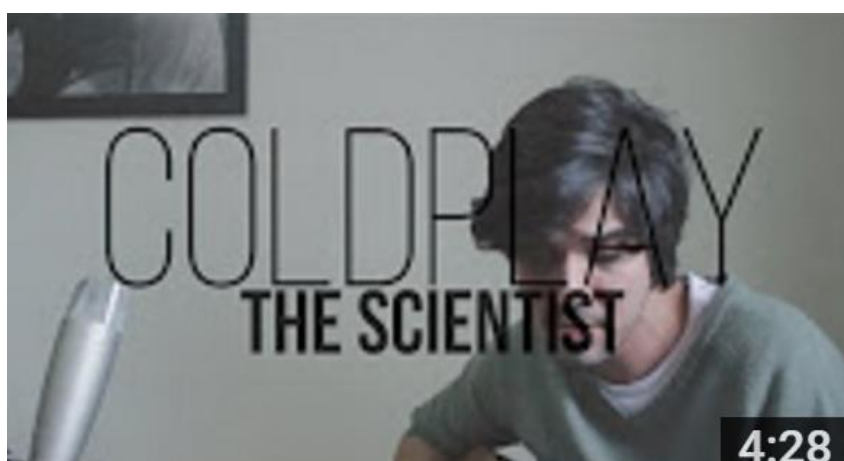


Figura 54 – *Printscreen* retirado da página do *YouTube* de Alexandre.

Para que não se perdesse o ritmo de postagens elaboramos um cronograma, com a finalidade de estabelecermos um planejamento e

acompanharmos a evolução da página, porém não conseguimos segui-lo inteiramente, por conta de dificuldades com o próprio artista. Apesar de todas essas técnicas terem dado um resultado positivo, aumentando a interação dos fãs, através de curtidas e comentários, além dos compartilhamentos que trouxeram mais seguidores para página, uma vez que, houve uma difusão maior dos conteúdos, após uma conversa com Alexandre, entendemos que, para ele, nossa iniciativa de postagens estava se tornando evasiva, o que fez com que a equipe recuasse em relação às redes e optasse por apenas orientá-lo, quando necessário, em relação ao seu conteúdo.

5.4 Divulgação do Videoclipe nas Redes Sociais

Para determinarmos o dia de lançamento do videoclipe procuramos levar em consideração dados como: dia com maior número de acesso dos fãs e horário em que os seguidores da página estão *online*. Essas informações foram retiradas do *Facebook*, plataforma mais utilizada e relevante para a divulgação do trabalho de Alexandre Beltramini.

Dessa maneira, ficou decidido que o melhor dia para o lançamento seria na sexta-feira, as vinte e uma horas tendo em vista que, segundo os dados, esse seria o momento em que mais seguidores estariam *online* o que resultaria em uma maior relevância na publicação já que ela teria um maior alcance no *feed* de notícias da página favorecendo a propagação do videoclipe.

A partir do momento que se determinou a melhor data para o lançamento do produto, três de fevereiro, elaboramos - com a permissão do artista, um planejamento de divulgação que contava com um cronograma detalhado das postagens. Essa programação foi arquitetada com o propósito de manter os fãs atentos ao lançamento do vídeo, dessa forma procuramos desenvolver publicações que pudessem instigar cada vez mais a curiosidade dos seguidores. À vista disso, optamos por fazer uso de imagens de *making of* e *prints* do próprio videoclipe, elaborando artes, a partir de referências externas, que simulavam uma contagem regressiva e as alternando com postagens de fotos tiradas nas próprias locações, além de editarmos um *teaser*, que foi enviado ao artista e postado através de sua página do *Instagram*.

Sabendo que os melhores horários eram ao meio dia e as vinte e uma

horas, decidimos alternar entre uma e duas postagens por dia, sendo que a contagem regressiva era fixa e variava entre os horários a fim de atingir o público que permanecia *online*, tanto durante a tarde quanto a noite.



Figura 55 – Referências para arte das publicações.

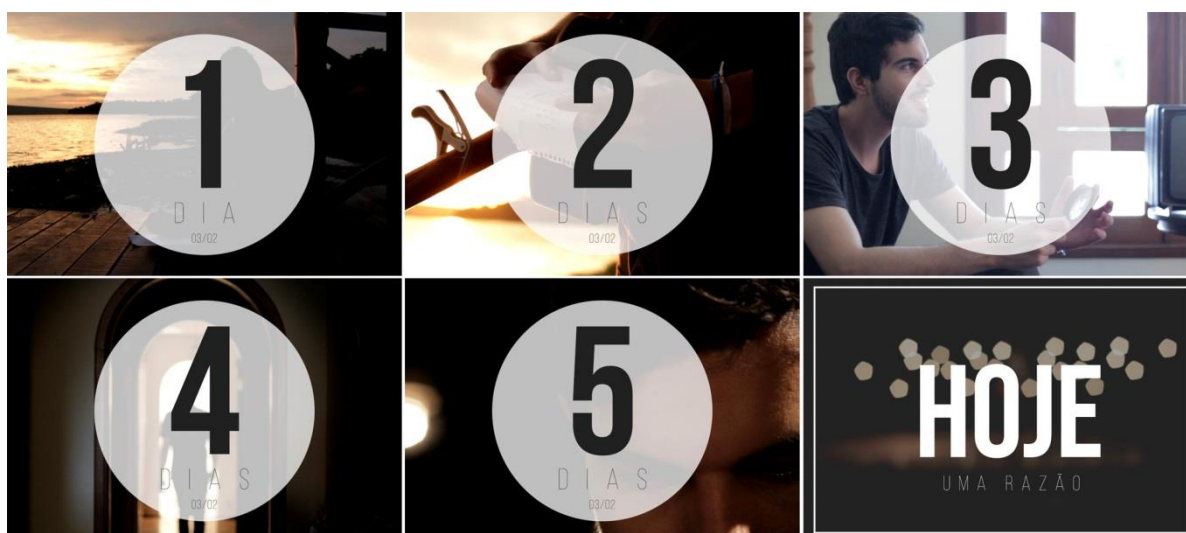


Figura 56 – Publicações fixas no cronograma.

Além de trabalharmos a parte visual das publicações procuramos por nos atentar a identidade verbal utilizada, tendo como objetivo retratar através das

palavras a importância do videoclipe para o artista e instigar a curiosidade dos fãs para com o produto. Dessa forma, buscamos, por meio de frases aproximativas e *emojis*, afetuosa criar conexões principalmente com o seu público-alvo, mulheres entre 13 e 24 anos.

Esse método gerou um resultado satisfatório, uma vez que o videoclipe obteve uma grande participação dos seguidores através de compartilhamentos, comentários e curtidas fazendo com que o envolvimento do público resultasse em um alcance abrangente do produto, o que fez com que o videoclipe tivesse quase mil visualizações, em menos de uma semana, em sua plataforma de origem, o *YouTube*.

Após o lançamento do videoclipe acreditamos que seria importante agradecer, em nome de Alexandre a toda a equipe e os apoiadores que nos ajudaram a produzir o produto, tendo como finalidade expor que uma produção desse tipo não poderia ser realizada sem uma equipe nos bastidores.

Gostaria de agradecer, de todo o coração, a equipe maravilhosa que me acompanhou durante todo o processo de produção do videoclipe "Uma Razão"! Obrigado a vocês que dedicaram muito do seu tempo, para que esse sonho pudesse ser finalmente realizado, sem vocês nada disso seria possível! ❤️



Figura 57- *PrintScreen* de *Post* de agradecimento à equipe na página do *Facebook* de Alexandre

Hoje, gostaria de agradecer, aos apoiadores desse projeto, que nos ofereceram, além de recursos, sua confiança e amizade! Obrigado, de coração, por contribuírem e acreditarem no potencial do nosso trabalho sem vocês nada disso seria possível!



Figura 58 –PrintScreen de Post de agradecimento aos apoiadores do trabalho.

5.5 Resultados de Ações de Marketing

Demos início às reestruturações das plataformas utilizadas por Alexandre – *Facebook*, *YouTube* e *SoundCloud* – em julho de 2016. Desde que as ações citadas acima foram estabelecidas, o total de curtidas e o envolvimento dos fãs, principalmente em sua página do *Facebook*, cresceram expressivamente, uma vez que o artista se tornou mais ativo e comprometido com os seus seguidores, além de demonstrar uma maior dedicação através das postagens em relação ao seu intuito de profissionalizar o seu trabalho com a música, fazendo com que suas publicações representassem, a partir daí, um lado mais profissional do cantor. Através dessas ações procuramos estabelecer um vínculo maior entre Alexandre Beltramini e seus fãs, visando preparar as plataformas para receber a divulgação do produto final, o videoclipe.

a. *Facebook*

No início do trabalho, o *Facebook* de Alexandre possuía aproximadamente duas mil curtidas. Através de uma análise profunda da página foi possível perceber que ela não estava sendo utilizada de forma a potencializar a divulgação da imagem do cantor e, assim, algumas ações foram determinadas a fim de fazer com que sua identidade e personalidade se tornassem mais presentes nas redes, aumentando o seu alcance e gerando mais chances de

Alexandre se lançar na carreira musical, uma vez que, para um cantor independente, a aproximação dos fãs é fundamental para se obter uma chance real de adentrar ao mercado fonográfico.

Os dados abaixo, retirados da plataforma, mostram sua evolução a partir do estabelecimento de técnicas e orientações que tiveram como intuito tornar a página mais eficiente para o seu trabalho como artista.



Figura 59 - Dados dos seguidores do mês de janeiro de 2017

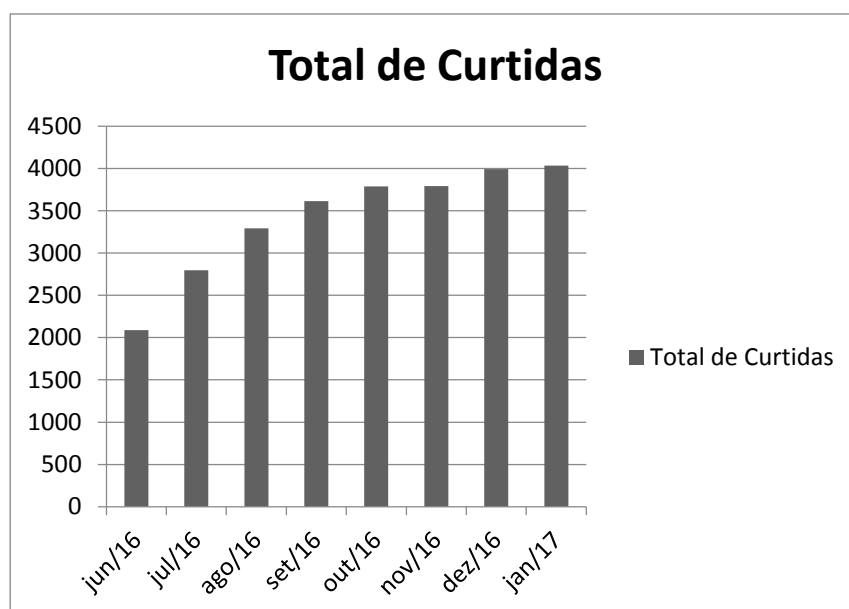


Figura 60 –Dados do número de curtidas na página do *Facebook*.



Figura 61 - Total de “curtir” da página durante as ações planejadas pela equipe.



Figura 62 - Total líquido de curtidas.



Figura 63 - Engajamento do público durante o processo de reestruturação.

As atividades adotadas para a página do *Facebook* obtiveram resultados expressivos, uma vez que, através dos dados fornecidos pela própria plataforma foi possível perceber que, além das ações possibilitarem que o número de curtidas dobrasse - alcançando mais de quatro mil seguidores - até o final desta análise, nota-se também o aumento significativo do engajamento dos fãs, o que, consequentemente, tornou o trabalho de Alexandre mais popular, uma vez que houve mais participação e envolvimento dos fãs, fazendo com que as publicações da página tivessem um alcance maior de internautas, facilitando investimentos de empreendedores do ramo musical.

O *Facebook* foi a plataforma adotada como o principal meio de divulgação do trabalho de Alexandre: além das ações de divulgar o cantor utilizamos a página como a base de propagação do videoclipe. Em menos de uma semana de lançamento o produto já possuía cinquenta e cinco compartilhamentos, tendo alcançado o *feed* de notícias de mais de sete mil pessoas, o maior número obtido dentre todas as publicações feitas na página.

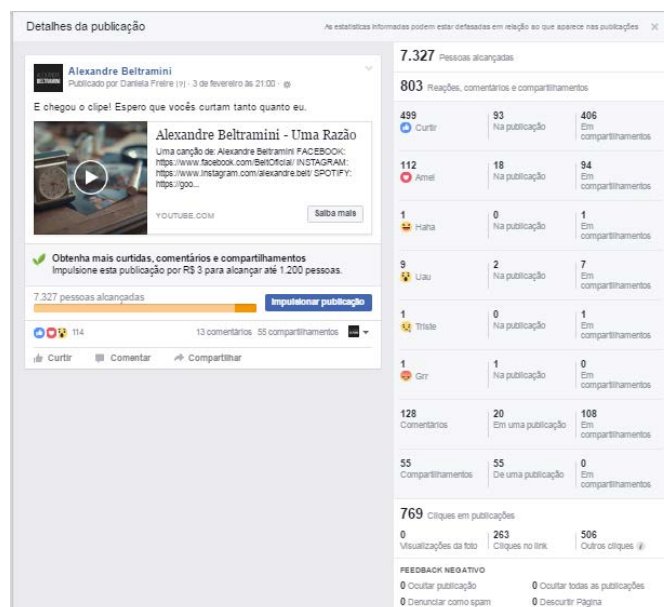


Figura 64 –Dados da divulgação do videoclipe Uma Razão

b. YouTube

A plataforma serviu como uma auxiliar nas estratégias realizadas na *fanpage* do artista. Conforme fomos desenvolvendo as ações, notamos que os vídeos eram as postagens mais apreciadas pelos seguidores do *Facebook*, dessa forma, passamos a conciliar postagens que compartilhavam gravações diretamente do *YouTube* para a página.

O total de inscritos na plataforma diminuiu de 269 para 193, até o final desta análise, desta forma nota-se que essa rede precisa ser melhor trabalhada pelo artista, uma vez que ela acabou sendo utilizada apenas como um meio de postagens e não como uma rede social, faltando um pouco de investimento e ações que destacassem a plataforma.

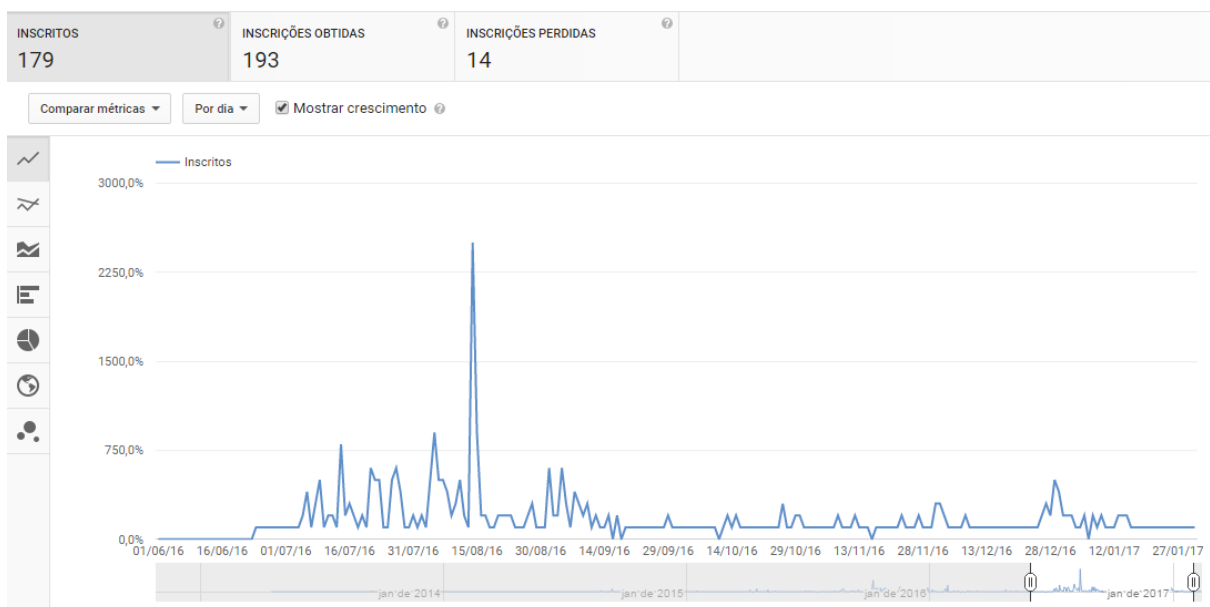


Figura 65 - Dados dos seguidores do canal do *YouTube*.

Apesar dos dados mostrarem que o canal ainda não atingiu seu máximo potencial, resultando em poucos inscritos, notamos que os dados de engajamento vêm aumentando, demonstrando que os fãs têm acompanhado as postagens do artista deixando, no entanto, de se inscreverem no canal.

01/06/2016 – 31/01/2017



Figura 66 - Dados de comentários no canal do *YouTube*.

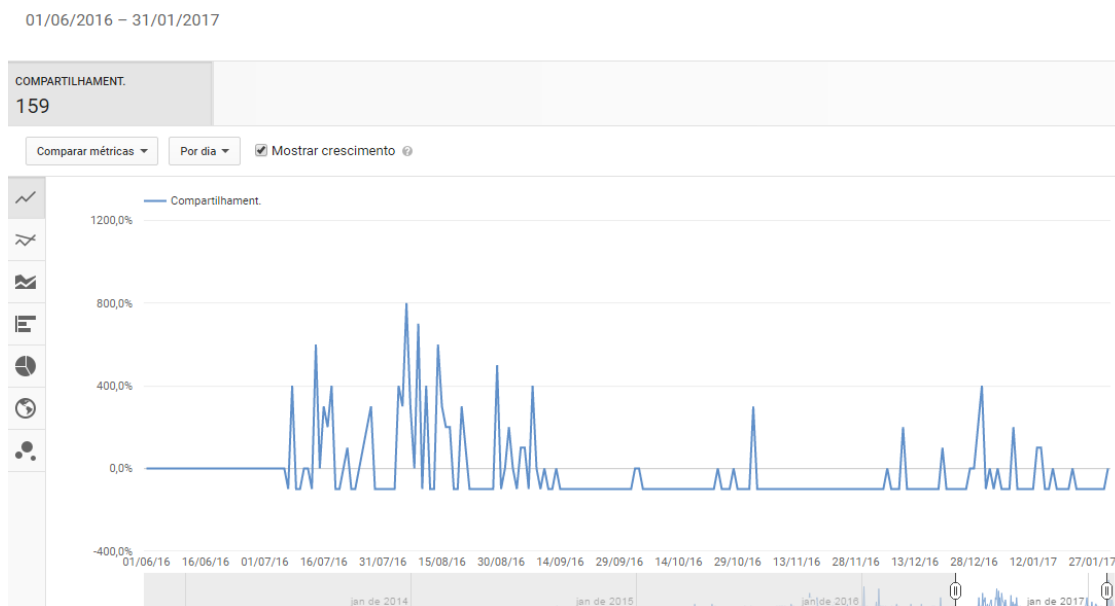


Figura 67 - Dados de compartilhamento no canal do *YouTube*.

O videoclipe de *Uma Razão* obteve mais de mil visualizações em apenas uma semana, sendo até o momento, o terceiro mais visualizado do canal e o vídeo mais curtido pelos inscritos.

c. *SoundCloud*

As atividades elaboradas para o *Facebook* procuraram dar um maior destaque a essa rede, fazendo com que as imagens tivessem na legenda o *link* do *SoundCloud* com as músicas do artista. Quando iniciamos o trabalho, Alexandre não possuía seguidores na página, porém com a divulgação no *Facebook* o artista alcançou 78 inscritos. Esse número ainda não é altamente expressivo, porém a página já apresenta acesso dos fãs, o que não havia anteriormente. Essa plataforma será fundamental no novo ciclo artístico de Alexandre, uma vez que seu novo álbum – *Ser*, será lançado em breve.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando o trabalho final, com relação à divulgação do próprio artista e distribuição de seu trabalho, entendemos que se torna válida sua inserção em meios de comunicação e plataformas diversos, além da própria Internet, como programas de TV e de rádio e mídia impressa. As redes sociais de Alexandre, como Facebook, Instagram e o próprio YouTube funcionaram como um pontapé, um início para a grande divulgação do artista, possibilitando alçar muitos outros meios, uma vez que são plataformas muito mais acessíveis e práticas que outras. Por isso, resolvemos intensificar as postagens e interações com os fãs por meio das redes, melhorando a imagem de Alexandre.

Apesar de muito ter sido alcançado nesses meses, é necessário que se continue, de maneira intensificada, com esta dedicação em relação às redes, uma vez que são plataformas que, devido à sua rapidez, devem ser atualizadas constantemente. Além disso, as redes são meios cujas informações se esvaem de maneira muito ágil e, por isso, é preciso se fazer sempre presente e inteirado sobre o que acontece nesse universo, procurando sempre alternativas criativas e diferenciadas para que se consiga a interação com o público, fazendo com que este esteja sempre ávido por novidades.

Assim, entendemos que o resultado foi bastante satisfatório, uma vez que, de maneira geral, aquilo que nos propusemos a realizar foi concretizado. Apesar dos obstáculos com os quais nos deparamos ao longo do desenvolvimento do trabalho, podemos dizer que conseguimos solucioná-los e nos adaptar a situações imprevisíveis, o que fez com que o videoclipe apresentasse um resultado que contemplou o que fora desejado por nós desde o início, garantindo também a satisfação do artista e de seu público.

Além disso, a produção de um produto, que visava, principalmente, alcançar as expectativas de um cliente, nos permitiu compreender melhor como se dá o mercado fonográfico brasileiro, no qual profissionais independentes, ainda apresentam bastante dificuldades para adentrar.

Neste trabalho, confirmamos, mais uma vez, o quão importante é a divisão do trabalho em equipe, e mais do que isso, descobrimos ser fundamental que cada membro se responsabilize pela sua função, confiando no trabalho do outro, para que todo processo ocorra de forma fluída.

7. REFERÊNCIAS

7.1 Bibliográficas

ARRUDA, Lilian; BALTAR, Mariana. **Entre tramas, rendas e fuxicos**: O figurino na teledramaturgia da TV globo. São Paulo: O Globo, 2007. 400 p.

ASSUMPTÃO FILHO, Milton Mira de. **Marketing**: Mídias Tradicionais, Mídia de Internet e Mídias Sociais. Elaborado pela editora M.Books do Brasil. Disponível em: <http://www.mbooks.com.br/mkt/artigos/artigo_marketing_midias.html>. Acesso em: 25 ago. 2016.

CAPALBO, Livio. **Como analisar sua página no Facebook**. Disponível em: <<http://blog.wishpond.com.br/post/51154232332/como-analisar-sua-página-no-Facebook>>. Acesso em: 25 ago. 2016.

CORRÊA, Taís Moscarelli. **A importância da identidade visual e do uso da marca na comunicação empresarial**. 2007. 9 f. Monografia (Especialização) - Curso de Publicidade e Propaganda, Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, 2007. Disponível em: <<https://comunicacaoorganizada.files.wordpress.com/2009/07/a-importancia-da-identidade-visual-e-do-uso-da-marca-na-comunicacao-empresarial.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2016.

CASTELLS, M. **Prólogo**: A Rede e o Ser. In: CASTELLS, M. "A sociedade em rede: A era da informação". Editora Paz Terra. São Paulo - SP, 1999

_____. **O Paradigma da tecnologia da informação**. In: CASTELLS, M. "A sociedade em rede: A era da informação". Editora Paz Terra. São Paulo - SP, 1999

DANCYGER, Ken. **Técnicas de edição para cinema e vídeo**: História teoria e prática. Trad. Angélica Coutinho e Adriana Araújo Kramer. Campus; Elsevier, Rio de Janeiro, 2007.

DANTAS, Tiago. **YouTube**; Brasil Escola. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/informatica/YouTube.htm>>. Acesso em 29 de agosto de 2016.

DANTAS, Marcos. **A Lógica do Capital-Informação**. Editora Contraponto. Rio de Janeiro - RJ, 2002

FARINA, M. et al. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. Edgard Blücher: São Paulo, 2006.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital**: Conceitos, Plataformas e Estratégias. São Paulo: Novatec, 2010. 424 p.

HARVEY, D. Pós-modernismo. In: HARVEY, D. "**Condição Pós-Moderna**". Editora Loyola. São Paulo - SP, 1993

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Aleph, 2015.

KAMP, Cinthia van de. **Faça da sua música um negócio** – Seu guia de Marketing Musical: Unidade 1 - Princípios básicos do marketing musical. 2004. 22 f. TCC (Graduação) - Curso de Publicidade e Propaganda, Brasília, 2010. Cap. 1. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/cinthiakamp/faa-da-sua-msica-um-negcio-prncipios-bsicos-do-marketing-musical>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

KELLISON, Cathrine. **Produção e Direção para TV e vídeo**: Uma abordagem prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 419 p.

KERCKHOVE, D. Concebendo Novas Tecnologias. In: HERCKHOVE, D. **“A Pele da Cultura”**. Editora Annablume. São Paulo - SP, 2009

_____. Massa, Velocidade e Cibercultura. In: HERCKHOVE, D. **“A Pele da Cultura”**. Editora Annablume. São Paulo - SP, 2009

_____. Tendências Sociais. In: HERCKHOVE, D. **“A Pele da Cultura”**. Editora Annablume. São Paulo – SP, 2009.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. J. Olympio, 1998.

MALFILLE, Pierre. **O assistente de direção cinematográfica**. Trad. Jorge Monclar. Editora Artenova S/A; EMBRAFILME, Rio de Janeiro, 1979.

MAMET, David. **Sobre Direção de Cinema**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

MOURA, Edgar. **50 anos luz: Câmera e Ação**. São Paulo: Senac, 1999. 448 p

O que é Instagram e como funciona. 2015. Disponível em: <<http://www.compartilharmais.com/2015/06/o-que-e-insagram-e-como-funciona.html>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

OTONI, Ana Clara (Ed.). **Brasileiros gastam 650 horas por mês em redes sociais**. 2015. Elaborada por O Globo. Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/nas-redes/post/brasileiros-gastam-650-horas-por-mes-em-redes-sociais-567026.html>>. Acesso em: 28 ago. 2016.

PANVELOSKI, Fernando. **10 métricas para medir o sucesso do seu canal no YouTube**: Tudo o que você precisa saber sobre o maior site de compartilhamentos de vídeo do mundo. 2014. Elaborado por BuzzMonitor. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/Elife2009/ebook-you-tube>>. Acesso em: 29 ago. 2016

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana; DI CHIARA, Ivone. **Das redes sociais à inovação**. Ci. Inf., Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf>> Acesso em: 21 ago. 2016.

VASQUEZ, Ruth Peralta. **Identidade de Marca, Gestão e Comunicação**. Organicom: Revista Brasileira de Comunicação e Relações Públicas, São Paulo, v. 4, n. 7, p.198-211, 01 ago. 2007. Semestral. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/119/138>>. Acesso em: 25 ago. 2016.

FAZOLI, Laura. **Profissões do cinema – parte 2: Produção, produção executiva e direção de fotografia**. Academia Internacional de Cinema, [S.l.], 19 mai. 2013. Disponível em: <<http://www.aicinema.com.br/profissoes-do-cinema-parte-2-producao-producao-executiva-e-direcao-de-fotografia/>>. Acesso em: 13 jan. 2017.

7.2 Figuras

Figura 1: Fonte: Photoshoot elaborado pelas autoras e produzido por Aline Manzino (ç)

Figura 2: ME ESPERA. Direção de Rafael Kent. Intérpretes: Sandy e Tiago Iorc. Roteiro: Sandy, Lucas Lima, Tiago Iorc. Música: Me Espera. 2016. (4 min), COLOR. Disponível em: <<https://www.vevo.com/watch/sandy/me-espera/BR8L71600046>>. Acesso em: 17 abr. 2017

Figura 3: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru, 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 4: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017

Figura 5: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 6: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017

Figura 7: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 8: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 9: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017

Figura 10: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 11: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 12: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 13: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 14: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 15: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 16: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltrami. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 17: Disponível em: <http://www.hofmannimobiliaria.com.br/objetos-vintage-tomam-conta-dos-projetos-de-decoracao/>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 18: Fonte: Elaborada pelas Autoras.

Figura 19: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltrami. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 20: GONNA Hurt Like a Mother Fucker. Produção de Shellback. Intérpretes: Maroon 5. [s.i.]: Interscope Records, 2015. (3 min.), P&B. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RKhFumkKVzA>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 21: Imagem corredor: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltrami. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017. Paleta de Cores: Elaborada pelas autoras.

Figura 22: Imagem saída da casa: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltrami. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: ., 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017. Paleta de Cores: Elaborada pelas autoras.

Figura 23: *Photoshoot* realizado por Aline Manzino

Figura 24: Imagem Estrada: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: ., 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017. Paleta de Cores: Elaborada pelas autoras.

Figura 25: Imagem Píer: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: ., 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017. Paleta de Cores: Elaborada pelas autoras.

Figura 26: SÓ NÃO DEIXA EU TOMAR BIRRA. Direção de Fred Siqueira, Lucas Lucco. Goiânia: Studio Siriguela, 2016. (4 min.), color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qm0V5d_hQf4>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 27: SOU Eu. Direção de Gee Rocha, Caio Paifer, César Ovalle, Fiuk. Intérpretes: Fiuk. Música: Sou Eu. [s.i.]: Wmg, 2011. (3 min.), color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u7icLuprlKY>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 28: Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Ac%C3%BAstico_MTV_-_Sandy_e_Junior>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 29: Imagem Teatro: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017. Paleta de Cores: Elaborada pelas autoras.

Figura 30: ROSAN, 2009. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/cpflcultura/3794861209/in/album-72157621838753771/>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 31: *Making of* realizado por Vinicius Laureto

Figura 32: *Making of* realizado por Vinicius Laureto

Figura 33: ME ESPERA. Direção de Rafael Kent. Intérpretes: Sandy e Tiago Iorc. Roteiro: Sandy, Lucas Lima, Tiago Iorc. Música: Me Espera. 2016. (4 min), COLOR. Disponível em: <<https://www.vevo.com/watch/sandy/me-espera/BR8L71600046>>. Acesso em: 17 abr. 2017

Figura 34: ME ESPERA. Direção de Rafael Kent. Intérpretes: Sandy e Tiago Iorc. Roteiro: Sandy, Lucas Lima, Tiago Iorc. Música: Me Espera. 2016. (4 min), COLOR. Disponível em: <<https://www.vevo.com/watch/sandy/me-espera/BR8L71600046>>. Acesso em: 17 abr. 2017

Figura 35: PARADISE. Direção de Mat Whitecross. Intérpretes: Coldplay. Música: Paradise. 2011. (4 min.), color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1G4isv_Fylg>. Acesso em: 17 abr. 2017

Figura 36: PARADISE. Direção de Mat Whitecross. Intérpretes: Coldplay. Música: Paradise. 2011. (4 min.), color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1G4isv_Fylg>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 37: UMA Razão. Direção de Betânia Menardi. Produção de Daniela Freire. Coordenação de Carolina Molina. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Roteiro: Maicon Milanezi. Música: Uma Razão. Bauru: ., 2016. (3 min.), COLOR. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 38: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/475270566907873671/>>. Acesso em: 17. Abr. 2017.

Figura 39: Disponível em: < https://i0.wp.com/bailaralsol.com/wp-content/uploads/2016/10/07_150ppp-011.jpg?ssl=1>. Acesso em: 17. Abr. 2017.

Figura 40: Fonte: Elaborada pelas autoras

Figura 41: Elaborado pelo *designer* Bruno Feltran

Figura 42: Fonte: Photoshoot elaborado pelas autoras e produzido por Aline Manzino

Figura 43: Fonte: Photoshoot elaborado pelas autoras e produzido por Aline Manzino

Figura 44: Disponível em: <<http://www.marcelojeneci.com.br/>> Acesso em 17 abr. 2017

Figura 45: Disponível em: <<http://www.marcelojeneci.com.br/>> Acesso em 17 abr. 2017

Figura 46: Fonte: Elaborado pelas autoras.

Figura 47: Disponível em: < <http://alexandrebeltramini.com.br/>> Acesso em 17 abr. 2017

Figura 48: Disponível em: <https://scontent.fcgh151.fna.fbcdn.net/v/t1.09/13775803_463335483876266_4827999306843251453_n.jpg?oh=f1bbf1d05608c83da8622b0fd0e0466b&oe=5982FB47>. Acesso em: 17 abr. 2017. Figura 49: Disponível em <https://scontent.fcgh151.fna.fbcdn.net/v/t1.09/13901491_468372016705946_891554199685361140_n.png?oh=59680242ea08cae82b0ffa2f80295fb3&oe=598A975C>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 50: Disponível em: <<https://www.facebook.com/BeltOficial/photos/a.297506433792506.1073741828.296701940539622/470878489788632/?type=3&theater>> Acesso em 17. Abr. 2017

Figura 51: Disponível em: <<https://www.facebook.com/SandyLeahOficial/photos/a.303092803051606.86325.116953421665546/1555418151152392/?type=3&theater>> Acesso em 17. Abr. 2017

Figura 52: Disponível em <https://www.facebook.com/BeltOficial/publishing_tools/?refSource=pages_manager_bar¤t_page=1#> Acesso em 17. Abr. 2017.

Figura 53: PODER da Imaginação. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Pederneiras: ., 2015. (3 min.), son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ErwaBrEO0zU>>. Acesso em: 17 abr. 2017

Figura 54: THE Scientist. Intérpretes: Alexandre Beltramini. Pederneiras: ., 2016. (4 min.), color. Cover. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=lcs7ZqcLx6Y>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Figura 55: Disponíveis em: Imagem A: <
<https://www.facebook.com/SandyLeahOficial/photos/a.303092803051606.86325.116953421665546/1555830344444506/?type=3&theater>
 Imagem B: <
<https://www.facebook.com/SandyLeahOficial/photos/a.303092803051606.86325.116953421665546/1424300890930786/?type=3&theater>
 Imagem C: <
<https://www.facebook.com/SandyLeahOficial/photos/a.303092803051606.86325.116953421665546/1473599066000968/?type=3&theater> Acesso em 17. Abr. 2017.

Figura 56: Disponível em: Imagem 1 dia <
<https://www.facebook.com/BeltOficial/photos/a.297506433792506.1073741828.296701940539622/546969728846174/?type=3&theater> Imagem 2 Dias <
<https://www.facebook.com/BeltOficial/photos/a.297506433792506.1073741828.296701940539622/546547108888436/?type=3&theater> Imagem 3 Dias <
<https://www.facebook.com/BeltOficial/photos/a.297506433792506.1073741828.296701940539622/545368549006292/?type=3&theater> Imagem 4 Dias <
<https://www.facebook.com/BeltOficial/photos/a.297506433792506.1073741828.296701940539622/545361722340308/?type=3&theater> > Imagem 5 Dias <
<https://www.facebook.com/BeltOficial/photos/a.297506433792506.1073741828.296701940539622/544793575730456/?type=3&theater> >

Figura 57: Disponível em: <
<https://www.facebook.com/BeltOficial/photos/a.297506433792506.1073741828.296701940539622/549194481957032/?type=3&theater> Acesso em 17. Abr. 2017

Figura 58: Disponível em: <
<https://www.facebook.com/BeltOficial/photos/a.297506433792506.1073741828.296701940539622/549620181914462/?type=3&theater> Acesso em: 17. Abr. 2017

Figura 59: Fonte: dados restritos ao administrador da página do Facebook de Alexandre Beltramini

Figura 60: Fonte: Elaborado pelas autoras.

Figura 61: Fonte: dados restritos ao administrador da página do Facebook de Alexandre

Beltramini

Figura 62: Fonte: dados restritos ao administrador da página do Facebook de Alexandre Beltramini

Figura 63: Fonte: dados restritos ao administrador da página do Facebook de Alexandre Beltramini

Figura 64: Fonte: dados restritos ao administrador da página do Facebook de Alexandre Beltramini

Figura 65: Fonte: dados restritos ao administrador do canal do Youtube de Alexandre Beltramini

Figura 66: Fonte: dados restritos ao administrador do canal do Youtube de Alexandre Beltramini

Figura 67: Fonte: dados restritos ao administrador do canal do Youtube de Alexandre Beltramini

8. APÊNDICES

Apêndice 1 – Contrato de Prestação de Serviços

Apêndice 2 – Ofício

Apêndice 3 – Ordem do dia Teatro

Apêndice 4 – Fichas de gravação Teatro

Apêndice 5 – Ordem do dia Píer

Apêndice 6 – Ficha de gravação Píer

Apêndice 7 – Ordem do dia Chácara

Apêndice 8 – Ficha de gravação Chácara e Buffet Comearte

Apêndice 9 – Ficha de providências Arte

Apêndice 10 – Plano de Mídia

Apêndice 11 – Questionário

Apêndice 12 – Cronogramas de ações

Apêndice 13 – Planejamento de divulgação de videoclipe

Apêndice 14 – Roteiro do Videoclipe

APÊNDICE 1 – CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Contrato de vínculo estabelecido entre as alunas Betânia Menardi, Carolina Molina e Daniela Freire, contratantes e Alexandre Beltramini, contratado.

CONTRATO PARTICULAR DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS E CESSÃO DE DIREITOS

Por este instrumento, Carolina Soares Molina, 407532730/SP ; Betânia Vieira de Sousa Menardi, 40069878-x , e Daniela Corrêa Freire, 41966176-1, acadêmicas da faculdade Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - UNESP, curso Comunicação Social – Rádio e Televisão, ano letivo 4º, doravante denominados simplesmente CONTRATANTES, e, de outro lado Alexandre Beltramini, RG 42.047.647-7, CPF 434.609.798-79, brasileiro, solteiro, com endereço na Rua Duque de Caxias o-152, CEP 17280-000, endereço, doravante denominado simplesmente CONTRATADO, tem entre si o presente instrumento particular de prestação de serviços combinado com cessão de direitos, nos seguintes termos:

1. Os CONTRATANTES são alunos inscritos na faculdade Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - UNESP, que estão elaborando o TCC para conclusão do curso e colação de grau, TCC esse que tem como projeto:
 - a) a montagem de um site, elaborando a identidade visual e reestruturando as redes sociais do CONTRATADO;
 - b) a produção de um videoclipe que tem previsão para ser gravado agora no final de Novembro de 2016;
 - c) a criação da identidade visual do CONTRATADO, criando o logo do artista, a tipografia, o símbolo do álbum; e
 - d) a sessão de fotos já produzidas e editadas pelos CONTRATANTES
2. O CONTRATADO, por sua vez, compromete a se apresentar como músico/cantor para a gravação do videoclipe descrito no item 1, letra “b”, trazendo consigo e sob sua responsabilidade e ônus qualquer tipo de equipamento e/ou outros artistas, interpretando número musical conforme acordo prévio.
3. CONTRATANTES e CONTRATADO reconhecem que todo esse trabalho está sendo feito por acadêmicos de curso superior de Comunicação Social – Rádio e Televisão, que darão o melhor de si para a consecução do objetivo proposto.
4. O CONTRATADO reconhece o caráter não oneroso deste contrato e do dever de cumprir com todas as obrigações assumidas neste instrumento, e que poderá desfrutar indefinidamente do quanto for elaborado pelos CONTRATANTES com o trabalho realizado nos incisos do item primeiro deste contrato.
5. Os CONTRATANTES, por sua vez, se comprometem a elaborar os serviços elencados no item 01 e seus incisos deste contrato, cedendo-os definitivamente ao CONTRATADO no fim de sua elaboração junto ao TCC pretendido, sem qualquer custo ou despesa.
6. O não cumprimento do quanto aqui avençado pelo CONTRATADO, impedirá que este continue usando qualquer trabalho porventura já entregue pelos CONTRATANTES, mas permitindo que os CONTRATANTES possam usar do trabalho já realizado para a apresentação de seu TCC.
7. Por derradeiro o CONTRATADO cede os direitos de suas imagens e do das músicas apresentadas para o fim da apresentação do TCC, ainda que fora dos meios acadêmicos,

cessão essa estendida a eventuais músicos que o acompanhem na empreitada, aos quais se responsabilizará exclusivamente pelos eventuais direitos de imagem.

8. Para dirimirem quaisquer dúvidas advindas deste termo, as partes elegem o foro da comarca de Bauru/SP por mais privilegiada que possa ser qualquer outra.
9. CONTRATANTES e CONTRATADO declaram que leram, entenderam e aceitaram o presente instrumento, em todos os seus termos e, por estarem justos e acordados, assinam em duas vias de igual teor, sem qualquer rasura ou entrelinhas, na presença de duas testemunhas que a tudo assistiram, para que assim, surtam os efeitos de lei.

Bauru, 05 de outubro de 2016

Carolina Soares Molina -
Carolina Soares Molina

Betânia Menardi
Betânia Vieira de Sousa Menardi

Daniela Corrêa Freire -
Daniela Corrêa Freire

Alexandre Beltrami
Alexandre Beltrami

Testemunhas:

Nome: Betina A. Guerin
CPF: 200.150.788-79

Nome: Denis Gabriel de Souza
CPF: 427.522.298-14

APÊNDICE 2 – OFÍCIO

Ofício, enviado por e-mail à responsável pelo Teatro Municipal de Macatuba. Foi desenvolvido para solicitar o uso do local, com o objetivo principal de deixar registrado que o uso do local seria apenas para fins acadêmicos.

À Secretaria de Cultura

At.: Adriana Gomes da Silva

Ref.: Solicitação de espaço

Prezada Senhora,

Eu, Daniela Corrêa Freire, estudante do 4º ano de Comunicação Social - Rádio e Televisão da UNESP de Bauru, solicito de V. Sa., por fins totalmente acadêmicos, a autorização para a utilização do Teatro Municipal de Macatuba, no dia 07 de Dezembro de 2016, no horário das 07hrs às 19 hrs , para gravação de uma cena concernente ao videoclipe do artista Alexandre Beltramini, escolhido para participar do projeto de conclusão de curso.

Certa de que posso contar com vossa colaboração neste sentido, antecipadamente agradeço.

Atenciosamente,
Daniela Freire

APÊNDICE 3 – ORDEM DO DIA TEATRO

Ordem do dia referente à gravação realizada no dia 07 de Dezembro de 2016, no Teatro Municipal Renata Lúcia dos Santos Ludovico em Macatuba – SP.

Uma Razão

Direção: *Betânia Menardi*

ORDEM DO DIA #01

*Quarta-feira,
07/12/16*

Locação

Teatro Municipal de Macatuba
Telefones

Coord. de Produção

Daniela Freire
11 974833505

Assist. Direção

Carol Molina
16 981379205

MANHÃ

Nascer/Pôr do Sol:

Previsão do tempo:

Equipe no set: 7h

Montando: 7h-8h30

Maquiagem e figurino: 8h30-9h

Filmando: 1º bloco: 9h – 13h

2º bloco: 14h30-18h

Refeição: 13h-14h

Desmontagem: 18h-19h

Fim do Set: 19h

Elenco Principal	Ator/Atriz	Seqs	Chegada	Fig/Maq	Ensaio	Rodando
Alexandre Beltramini	Alexandre Beltramini		07h00	08h30		09h00

SEQ	Luz	Locação	Set	Descrição do Plano		Rodando
Sequência		Plano			Horário	
Cena	Plano	Técnica – descrição	Sinopse		Começo	Fim
08	Médio		No centro do palco, Cantor (2) é cercado, agora, por diversas luzes que, dependuradas do gradil, iluminam à sua volta		9h10	9h30
08	Próximos		No centro do palco, Cantor (2) é cercado, agora, por diversas luzes que, dependuradas do gradil, iluminam à sua volta		9h30	10h00
06	Detalhe	Olhos, boca, mãos tocando violão	Cantor (2) canta expressivamente no palco. Muitos planos e ângulos mostram sua performance. LUZES PENDURADAS ACESAS		10h00	10h40

06	Fechado ou Close	Rosto do cantor	Cantor (2) canta expressivamente no palco. Muitos planos e ângulos mostram sua performance. LUZES PENDURADAS ACESAS	10h40	11h20
08	Travelling lateral	Cantor subindo ao palco	No centro do palco, Cantor (2) é cercado, agora, por diversas luzes que, dependuradas do gradil, iluminam à sua volta	12h00	12h30
10	Primeiríssimo		Cantor (2) canta no palco feliz, satisfeito com seu trabalho e sua escolha	12h30	13h00
10	Aberto		Cantor (2) canta no palco feliz, satisfeito com seu trabalho e sua escolha	13h00	13h30
ALMOÇO					
04	Câmera contorna	Câmera contorna o personagem e o enquadra de costas	Cantor chega ao final do corredor e se vê no centro da plateia de um teatro. LUZES PENDURADAS APAGADAS	15h00	15h40
04	Geral	Enquadrando o cantor andando em direção ao palco	Segue até ele, o pega, e caminha ao palco escuro, exceto por uma luz em seu centro. Se posiciona sob ela e canta. LUZES PENDURADAS APAGADAS	15h40	16h00
04	Fechado - Close	Cantor de frente cantando	Se posiciona sob ela e canta: LUZES PENDURADAS APAGADAS	16h00	16h20

APÊNDICE 4 – FICHAS DE GRAVAÇÃO TEATRO

Unesp		CONTROLE DE GRAVAÇÃO		Data
Aulas práticas		Programa Videoclips "Uma Regate"		07/12/16
Vídeo		Tela		Fita nº
time-code		descrição	observação	
0039	08	01 plano médio (música total) - 01 pl 01	valeu (música total)	
0040	08	02 plano médio (música total) - 01 pl 02	valeu	
0043	10	01 plano aberto - cantor regente - 04 pl 02	não valeu	
0044	10	02 plano aberto - cantor regente - 04 pl 02 (música total)	não valeu	
0045	10	03 plano aberto - cantor regente - 04 pl 02	valeu - desfoque no final	
0046	10	04 plano aberto - cantor regente - 04 pl 02 (música total)	não valeu	
0047	10	05 plano aberto - cantor regente - 04 pl 02 (música total)	valeu - desfoque no final	
0049	08	01 plano p/ o cantor desce - 01 pl 02 (música total)	valeu	
0050	08	02 plano p/ o cantor - 01 pl 02 (música total)	valeu (música total)	
0051	06	01 plano detalhe - 02 pl 01 - cantor	valeu	
0052	06	02 plano detalhe - 01 pl 01 - cantor	valeu	
0054	06	03 plano detalhe - 02 pl 01 - cantor	não valeu	
0055	06	04 plano detalhe - 02 pl 01 - cantor	não valeu	
0056	06	05 plano detalhe - 02 pl 01 - cantor	não valeu	
0057	06	06 " " " "	não valeu	
0058	06	07 " " " "	valeu	
0061	06	01 zoom out - 02 pl 02	não valeu	
0062	06	02 zoom out - 02 pl 02	não valeu	
0070	06	03 zoom out - 02 pl 02	não valeu	
0071	06	04 zoom out - 02 pl 02 (desfoque no final)	valeu	
0072	06	05 zoom out - 02 pl 02 (com foco no final)	não valeu	
00752	06	06 zoom out - 02 pl 02 (sem foco)	valeu	
00753	06	07 zoom out - 02 pl 02	valeu	
00755	08	01 que os cantores - 01 pl 03	não valeu	
00756	08	02 " " " "	valeu	
00757	08	03 que os cantores - 01 pl 03	valeu	
00758	08	04 " " " " (cantores cantando)	não valeu	
00759	08	05 " " " " "	não valeu	
00760	08	06 " " " " "	valeu	
00768	08	01 plano fixado em close do cantor (música total)	valeu	
00770	06	02 " " " " (sem microfone)	valeu	

Unesp		CONTROLE DE GRAVAÇÃO		Data
Aulas práticas		Programa Videoclipe "Uma Região"		07/12/16
Vídeo	Camera	take	plano	Fita nº
time-code			descrição	observação
00771	10	01	primeira plano - 04 pl 01 (com microfone)	valor
00772	10	02	primeira plano - 04 pl 01 (microfone)	não valor
00773	10	03	primeira plano - 04 pl 01 (microfone)	valor
00774	10	04	primeira plano - 04 pl 01 (microfone)	não valor
00778	08	03	travelling lateral - 01 pl 01	não valor
00779	08	02	travelling lateral - 01 pl 03	valor 0-5 final
00780	08	03	travelling lateral - 01 pl 01	valor 0-5 final
00781	08	04	travelling lateral - 01 pl 03	não valor
00782	08	05	travelling lateral - 01 pl 03	não valor
00783	08	06	travelling lateral - 01 pl 03	valor 0-5 final
00785	04	01	plano geral - entrada pl plano - 03 pl 02	valor (negativa)
00786	04	02	plano geral - entrada pl plano - 03 pl 02	valor
00787	04	03	plano fechado (close) - entrada plano - 03 pl 03	valor +
00788	04	02	plano fechado " " " "	não valor
00789	04	03	plano fechado (close) - entrada plano - 03 pl 03	valor
00793	04	03	câmera distante - corte - 03 pl 01	não valor
00794	04	02	câmera distante - corte - 03 pl 01	valor +
00795	04	03	câmera distante - corte - 03 pl 01	valor + não valor
00796	04	04	" " " "	não valor
00797	04	05	" " " "	não valor
00798	04	06	" " " "	valor (+ + r)
00799	04	07	" " " "	valor
00800	04	08	" " " "	não valor

APÊNDICE 5 – ORDEM DO DIA PÍER

Ordem do dia referente à gravação realizada no dia 14 de Dezembro de 2016, no rancho localizado no Bairro dos Paturis em Pederneiras – SP.

Uma Razão

Direção: *Betânia Menardi*

ORDEM DO DIA #01

Quarta-feira,
14/12/16

Locação

Estrada Pederneiras-Bauru

Coord. de Produção

Daniela Freire
11 974833505

Assist. Direção

Carol Molina
16 981379205

MANHÃ

Equipe no set: 5h30

Montando: 5h30 - 6h00

Maquiagem e figurino: 6h00 – 6h30

Filmando: 6h30

Refeição:

Desmontagem:

Fim do Set:

Elenco Principal	Ator/Atriz	Seqs	Chegada	Fig/Maq	Ensaio	Rodando
Alexandre Beltrami	Alexandre Beltrami		5h30	6h00		6h30
Elenco Secundário	Ator/Atriz	Seqs	Chegada	Fig/Maq	Ensaio	Rodando

Sequência		Plano		Horário	
Cena	Plano	Técnica – descrição	Sinopse	Começo	Fim
11	Geral	Cantor andando sobre a ponte e chegando ao píer	Cantor (3) chega ao final de um píer sobre um rio, em uma paisagem linda. Observa-a feliz, retira o papel da letra do bolso, posiciona o seu violão	6h30	6h40
11	Médio	Cantor sentando	Cantor (3) chega ao final de um píer sobre um rio, em uma paisagem linda. Observa-a feliz, retira o papel da letra do bolso, posiciona o seu violão	6h40	6h50
11	Próximo	Cantor tirando o papel do bolso	Cantor (3) chega ao final de um píer sobre um rio, em uma paisagem linda. Observa-a feliz, retira o papel da letra do bolso, posiciona o seu violão	6h50	7h00
13	Médio lateral		No píer, Cantor (3) toca o final instrumental da música no seu violão enquanto observa a paisagem	7h00	7h10

13	Zoom out até congelar a imagem		No pier, Cantor (3) toca o final instrumental da música no seu violão enquanto observa a paisagem	7h10	7h40
09	Americano	Cantor andando de costas pela estrada	Cantor (3) caminha por uma estrada de terra, por um caminho verde e bonito	7h40	8h10
09	Contra-plongée	Cantor olha para a paisagem de modo reflexivo, a câmera o contorna, aproxima-se dele, enquadrando-o de baixo e de lado	Cantor (3) caminha por uma estrada de terra, por um caminho verde e bonito	8h10	8h40

APÊNDICE 6 – FICHA DE GRAVAÇÃO PÍER

A. Oliveira Alves Pereira et al. / IV - O Cinema Brasileiro

Unesp		CONTROLE DE GRAVAÇÃO			Data
Aulas práticas		Programa			Fita nº
time-code		descrição			observação
plano	cenar	descrição	take	vídeo	deu certo?
1	13	plano médio lateral	1	0860	✓
2	13	zoom out até congelar	1	0861	X (OK só o começo)
2	13	zoom out até congelar	2	0862	+ (meio tremido)
lateral	13	plano próximo	1	0863	✓
3	13	tirando o papel do bolso	1	0864	X
3	13	tirando o papel do bolso	2	0865	✓
3	11	tirando o papel do bolso	3	0866	X
3	11	tirando o papel do bolso	4	0867	X
3	11	tirando o papel do bolso	5	0868	X
2	13	zoom out até congelar	3	0869	✓
2	11	plano médio sentando	1	0870	X
2	11	plano médio sentando	2	0871	+/-
2	11	plano médio sentando	3	0872	X
2	11	plano médio sentando	4	0873	✓
1	11	plano geral	1	0874	✓
1	9	plano americano (parado)	1	0877	X
1	9	plano americano (parado)	2	0878	+/-
1	9	plano americano (parado)	3	0879	X
1	9	plano americano (parado)	4	0880	✓
1	9	plano americano (mov.)	1	0881	✓
1	9	plano americano (mov.)	2	0882	X
3	9	contra plongée contorne	1	0883	X
3	9	contra plongée contorne	2	0884	X
3	9	contra plongée contorne	3	0886	+/-
3	9	contra plongée contorne	4	0887	X
3	9	contra plongée contorne	5	0888	X
3	9	contra plongée contorne	6	0889	X
3	9	contra plongée contorne	7	0890	✓
lateral	9	lateral geral	1	0891	✓

APÊNDICE 7 – ORDEM DO DIA CHACÁRA

Ordem do dia referente à gravação realizada no dia 11 de janeiro de 2017, na Chácara e *Buffet* Comearte localizada na cidade de Bauru – SP.

Uma Razão		ORDEM DO DIA #02
Direção: <i>Betânia Menardi</i>		<i>Quarta-feira,</i> <i>11/01/16</i>
Locação	Coord. de Produção	Assist. Direção
Sala – chácara Comearte	Daniela Freire 11 974833505	Carol Molina 16 981379205
MANHÃ		Nascer/Pôr do Sol:
<i>Equipe no set: 08h00</i>		Previsão do tempo:
<i>Montando: 08h00 – 08h30:QUESTÕES DE FOTO</i>		
<i>Maquiagem e figurino: 08h30 – 09h00</i>		
<i>Filmando: 09h00</i>		
<i>Refeição: 12h50/13h50 – 14h30</i>		
<i>Renovar make: 14h30 – 15h00</i>		
<i>Desmontagem: 19hr</i>		
<i>Fim do Set: 20hr</i>		

Sequência		Plano		Horário	
Cena	Plano	Técnica – descrição	Sinopse	Começo	Fim
05	Conjunto	Com leve movimento de câmera	O plano se abre e encontra Cantor (1) no meio da sala. Ele olha aoredor todas as memórias, enquanto o tempo passa.	09:00	09:20
01	Americano	Ângulo Normal; câmera parada	Quando todas essas memóriasse acumularam ele olha para a câmera e começa a cantar	09:20	09:40
03	Primeiro		Close do cantor (1) na sala entulhada de memórias	09:40	10:00
10	Primeiríssimo – rosto do cantor		No meio da sala, emplano aberto, Cantor (1) canta:	10:00	10:10
05	Over the Shoulder plongée		Num dos móveis, Cantor (3) pegae abre uma caixinha, retira dela paletas coloridas de tocar instrumentos, outros objetos, como talvez uma correntinha com pingente de rock’n’roll ou	10:10	10:30

			instrumentos ou alguma outra coisa com significado;		
05	Médio Lateral		Num dos móveis, Cantor (3) pega e abre uma caixinha, retira dela paletas coloridas de tocar instrumentos, outro objetos, como talvez uma correntinha com pingente de rock'n'roll ou instrumentos ou alguma outra coisa com significado;	10:30	10:50
05	Detalhe		...do fundo ele retira uma bolinha de papel, adesamassa e vemos se tratar de um rascunho da letra da música.	10:50	11:00
05	Detalhe	Plano Americano cantor de frente + Zoom out (câmera vai pra trás e abre o plano)	sobre o peito na hora que canta “coração”, pega o violão e sai pela porta.	11:15	11:35
01	Sequência	Plano Sequência com steadycam	A música roda e vamos explorando os objetos pelas paredes, enquanto isso	11:35	11:50
01	Detalhe	Alternância entre planos detalhes dos objetos	Passamos por fotos de quando era criança, mais jovem, com bicicleta etc. essas fotos tradicionais mais pequenos objetos próximo aos retratos/pendurados às paredes, como carrinhos, figuras de ação; uma ampulheta etc. Fotos de familiares, avós ou ídolos que morreram, ou que deixaram, de alguma forma, de seguir algum sonho. Fotos com a galera, um gesso/camiseta de colégio com recadinhos e assinatura de amigos	11:50	12:00
05	Sequência	Plano Sequência – Movimento de câmera lateral ou pan vertical	Voltamos a perambular pela sala, mais souvenirs, religiosos?, alguns livros, de filosofia e outros com títulos a respeito de “razão	12:00	12:10
01	Aberto (cortando	Ângulo normal (na linha do olho); câmera parada (CHROMA)	Cantor (1) está no centro de uma sala vazia. A música começa e, em time lapse, a sala	12:10	12:50

	os pés)		vai se tornando num ambiente apinhado de móveis, souvenirs, todos os tipos, de badulaques de decoração em muitas fotos, dependuradas, coladas etc. Esses itens vão sendo montados e aparecendo nos seus lugares, ele permanece parado e observa.		
02	Médio	Plano médio do cantor de costas entrando no corredor	Cantor (2) abre uma porta, caminha por um corredor amplo e mal iluminado.	12:50	13:10
02	Primeiro plano lateral do cantor	Cantor contra a luz	No meio de seu trajeto, ele se depara com uma grande porta retrato iluminado por uma luz que vem de cima.	13:10	13:20
02	Over the shoulder	Cantor segurando o porta retrato. Leve movimento de câmera mostrando a fotografia (da esquerda para a direita).	Na imagem, uma figura familiar laureada por sua carreira numa profissão tradicional.	13:20	13:30
02	Americano	Câmera parada no final do corredor. Cantor caminha em direção à câmera.	Cantor contorna o quadro e segue pelo corredor. Lá adiante, luzes iluminarem o fim do caminho, talvez vemos um violão, não é claro	13:30	13:50
ALMOÇO					
07	Geral + traveling lateral		Cantor (3) chega ao último lance de uma escada que dá para a porta de saída do seu prédio/Cantor chega ao portão de saída de sua casa.	15:00	15:20
07	Primeiro		Decidido, ele olha à frente e sai.	16:20	16:40

APÊNDICE 8 – FICHA DE GRAVAÇÃO CHACÁRA E BUFFET COMEARTE

Unesp				CONTROLE DE GRAVAÇÃO		Data
Aulas práticas				Programa		11/01/17
Video				Tela nº		
time-code	05	03	01	02	04	06
descrição	observação					
9970	05	03	01	02	04	06
conjunto - vista no meio da sala	não valeu					
9971	05	03	01	02	04	06
conjunto - vista no meio da sala	não valeu					
9972	05	03	01	02	04	06
conjunto - vista no meio da sala	não valeu					
9973	01	03	01	02	04	06
americano - vista parte - plano 1	valeu					
9974	03	03	01	02	04	06
para usar plano - close do rosto	valeu					
9975	03	03	01	02	04	06
primeira plana - close do rosto	valeu					
9976	10	03	01	02	04	06
primeira plana - close do rosto	não valeu					
9977	10	03	01	02	04	06
primeira plana - close do rosto	valeu					
9978	05	03	01	02	04	06
para the shoulder - cintura (papel)	não valeu					
9979	05	03	01	02	04	06
para the shoulder - cintura (papel)	valeu					
9980	05	03	01	02	04	06
media lateral - cintura (papel)	não valeu					
9981	05	03	01	02	04	06
media lateral - cintura (papel)	valeu					
9982	05	03	01	02	04	06
detalhe - papel americano	valeu					
9983	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9984	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9985	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9986	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9987	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9988	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9989	05	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9990	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9991	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9992	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9993	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9994	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9995	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9996	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9997	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9998	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
9999	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
0000	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
0001	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
0002	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
0003	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
0004	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					
0005	01	03	01	02	04	06
detalhe digital - close do rosto	valeu					

ver
qual
gesto
①

APÊNDICE 9 – FICHA DE PROVIDÊNCIAS ARTE

FICHA DE PROVIDÊNCIAS		GRAVAÇÃO DEZEMBRO/JANEIRO
"UMA RAZÃO": VIDEOCLÍPE	ARTE	BETÂNIA MENARDI

SOFÁ	1	SALA	Comearte		OK
CORTINA	4	SALA		Não vai ter mais	
APARADOR	1	SALA	Comearte		OK
ABAJOUR	2	SALA	Ary (pai Bê)		OK
MESA DE CENTRO	1	SALA	Comearte		OK
SOUVENIERS EM GERAL		SALA	Ary		OK
FOTOS SOLTAS		SALA	Alexandre Beltramini + Ary		OK
PORTA-RETRATOS DE MESA	5	SALA	Ary		OK
CARRINHO	4	SALA		Não vai ter mais	
AMPULHETA	4	SALA		Não vai ter mais	
MOEDAS		SALA	Ary		OK
COFRE		SALA			
PAPEL / cartas antigas		SALA			
CANETA		SALA	Ary		OK
TELEFONE	1	SALA	Casarão		OK
CÔMODA	1	SALA	Comearte		OK
LIVROS		SALA	Ary / Biblioteca UNESP		OK
CABIDEIRO COM CHAPÉUS	1	SALA	Betânia		OK
MALA	3	SALA	Vila Vicentina		OK
RELÓGIO	1	SALA	Casarão		OK
GRANDE PORTA RETRATO	1	CORREDOR	Ary		OK
MICROFONE	1	TEATRO	ALEXANDRE		OK
PEDESTAL	1	TEATRO	ALEXANDRE		OK

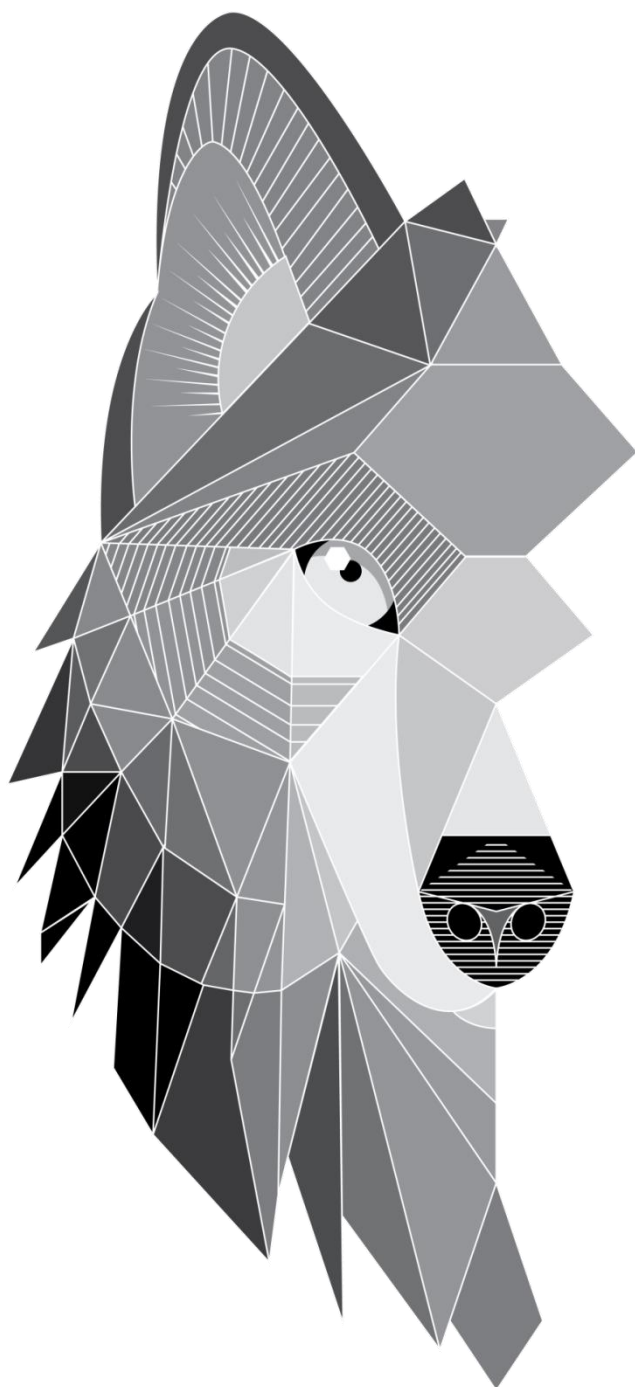
LUZES		TEATRO			OK
VIOLÃO	1	TEATRO	ALEXANDRE		OK
SUPORTE VIOLÃO	1	TEATRO	ALEXANDRE		OK
TERÇO	1	SALA	ARY		OK
BÍBLIA	1	SALA	ARY		OK
LIVRO COM TÍTULO DE "RAZÃO"	1	SALA	BIBLIOTECA UNESP		
CAIXINHA	1	SALA	Betânia		Ok
PALETA DE TOCAR VIOLÃO	3	SALA	ALEXANDRE/ BETÂNIA		
PAPEL AMASSADO	1	SALA	ALEXANDRE		OK
VIOLÃO	1	SALA	ALEXANDRE		OK
VIOLÃO	1	ESCADA	ALEXANDRE		OK
PAPEL AMASSADO NO BOLSO	1	ESCADA			OK
VIOLÃO COM CAPA	4	PAISAGEM	ALEXANDRE	Não precisa mais	
FOTO REVELADA	4	FINAL DO VIDEOCLÍPE		Não precisa mais	
ÓCULOS DE GRAU	1	SALA	Maria Aparecida		OK

APÊNDICE 10 – PLANO DE MÍDIA

Plano de Mídia desenvolvido com o intuito de atrair patrocinadores e apoiadores ao projeto.

UMA RAZÃO

ALEXANDRE BELTRAMINI



APRESENTAÇÃO

O trabalho que se apresenta é fruto do Trabalho de Conclusão de Curso, da Unesp de Bauru, das alunas, Betânia Menardi, Carolina Molina e Daniela Freire, do último ano de Comunicação Social - Radialismo. Tem como objetivo a produção de um videoclipe inspirado na música autoral “Uma Razão”, de Alexandre Beltramini, artista musical da cidade de Pederneiras, interior do estado de São Paulo. Ainda será realizada toda uma abordagem sobre as redes sociais e páginas da Web do cantor, adaptando-as ao mercado para que se alcancem mais seguidores e haja um maior engajamento e interação dos fãs com as publicações de Alexandre.

POR QUÊ VIDEOCLÍPE?

O formato audiovisual videoclipe é considerado um dos meios de difusão mais efetivos quando se trata de divulgação, tanto de uma música quanto de um artista em si, visto que cria uma identificação e conseqüente aproximação do público com seu ídolo. Isso porque o artista parece se tornar mais palpável para aqueles que o acompanham.

Com base nisso, e visando o objetivo desse trabalho, que é tornar reconhecido um artista ainda pouco conhecido no mercado fonográfico, nota-se que o videoclipe apresenta esse grande poder de um bom retorno e reconhecimento para o artista.

Além disso, diante dos poucos recursos financeiros disponíveis para a equipe, o videoclipe possibilita o uso da criatividade aliada à estética proposta, bem como diferentes estratégias de edição e técnicas que sejam assimiladas pela linguagem do produto, o que auxilia na realização de um produto de orçamento reduzido com um rico conteúdo.

O ARTISTA E SUAS REDES SOCIAIS

Alexandre Beltramini, que reside na cidade de Pederneiras - SP, foi o artista escolhido para dar início ao Trabalho de Conclusão de Curso. A equipe, após uma minuciosa análise com outros artistas da região de Bauru - SP, optou

por Alexandre por acreditar que o cantor possui uma proposta de trabalho condizente com o projeto do grupo.

Por saber da importância da *Web* na divulgação de qualquer artista atualmente, o grupo focou primeiramente em suas redes sociais. No início do trabalho, Alexandre possuía, em média, 2000 curtidas em sua página do *Facebook*, uma quantidade não muito relevante, e seus seguidores, um público formado por jovens entre 13 e 24 anos, não participava efetivamente das postagens, o conteúdo tinha poucas visualizações e quase nenhum engajamento.

Suas publicações não eram regulares e havia um tempo muito longo sem novidades entre uma publicação e outra. Seu conteúdo era basicamente composto por áudios, fotos e vídeos (gravações de músicas de sua autoria e alguns covers). Esses conteúdos possuíam uma qualidade visual baixa, e não estimulavam a vontade de participação do público.

A partir desse primeiro monitoramento das mídias utilizadas por Alexandre compreendeu-se, como necessidade principal, a elaboração de uma identidade visual propícia ao novo álbum do artista, que pudesse expressar de maneira clara e objetiva a personalidade que Alexandre deseja transmitir ao seu público.

Após a elaboração da nova identidade visual, a equipe optou por estruturar estratégias que pudessem aumentar o engajamento dos fãs nas redes sociais, deixando seu conteúdo mais profissional e com uma imagem visual mais sofisticada.

Além disso, como uma forma de complementar o trabalho do artista e reunir todo o conteúdo produzido por ele em um único espaço, surgiu a necessidade de se criar um site que pudesse representar a nova fase de sua carreira musical.

Dessa forma, entendendo ser essencial que as redes sejam veículos que propiciem aos fãs um contato maior com Alexandre, deu-se início ao processo de postagem de conteúdos, variados e sempre atualizados, visando potencializar os resultados da página tendo como objetivo promover seus trabalhos e projetos de uma forma positiva entre seu público, procurando fazer com que os seguidores do artista pudessem se conectar melhor com as suas diversas atividades,

Foi possível analisar resultados positivos logo no início da reestruturação, já no primeiro mês de postagem a página do *Facebook* do cantor atraiu mais de mil seguidores, além disso, houve um aumento considerável no engajamento dos fãs e no interesse pelos projetos do artista, fazendo com que sua rede se transformasse em uma ótima ferramenta de divulgação tanto para Alexandre quanto para seus futuros parceiros.

A CANÇÃO:

“Uma Razão”

(<https://www.youtube.com/watch?v=C4Ib4R4yfOc>)

O tempo voou e eu não percebi
quantos anos eu envelheci
são tantos os que já me despedi
os amigos que um dia eu fiz

Todo mundo busca uma razão
pra se adaptar a aquela velha ilusão
de felicidade, de proteção,
mas no fundo eu sei que existe uma salvação.

A vida passou e nem percebeu
escondeu a vida que sonhou
agente escolhe errar pela razão
quando o mais certo é o coração

Não é sobre o que dá pra levar
mas sim daquilo da pra deixar

Felicidade causa medo sim
num mundo onde dinheiro é o fim

Todo mundo busca uma razão

pra se adaptar a aquela velha ilusão
de felicidade e de proteção, mas no fundo
eu sei que existe uma salvação.

A letra de Uma razão busca se aprofundar em uma questão que faz parte da vida de muitas pessoas: se preocupar exageradamente com o que elas acham que podem levar desse mundo em um tempo tão curto que temos, que é a vida, sem se dar conta de que, no entanto, ao partir, só levarão aquilo que vivenciaram, que foram, o que fizeram para os outros e com os outros, as experiências, sentimentos e sensações que aproveitaram. Ainda, aborda a questão do arrependimento que as pessoas podem ter por não terem sido ou feito aquilo que realmente queriam movidos apenas pelos padrões ilusionistas estabelecidos pela sociedade.

No entanto, Uma Razão enxerga que, mesmo com todas as ilusões criadas pelas e para as pessoas, ainda há salvação, esperança de que a sociedade comece a perceber que a felicidade não se baseia somente no dinheiro como um fim. Que ele é importante é fato, mas que não precisa se tornar o centro de suas vidas. Com a letra, espera-se que se entenda que não é matando o tempo com exaustivas horas de trabalho ou perdendo a noção de quantas pessoas deixamos para trás, o quanto de experiências novas não vivemos por causa do comodismo, quantas oportunidades deixamos de aproveitar ou o quanto nos cegamos com nossas crenças que se chegará à felicidade. Ainda, entona-se o fato de que a felicidade vem mais como um estado de espírito, uma busca que precisa vir do interior do ser humano, o que, na maioria das vezes, causa medo.

COTAS

Orçamento Reduzido: R\$2.000,00

PLANOS DE FINANCIAMENTO:

PATROCINADOR OFICIAL – R\$2.000,00

COTA BRONZE – R\$150,00

COTA PRATA - R\$ 300,00

COTA OURO - R\$ 500,00

APOIO CULTURAL - Donativo ou empréstimo de materiais necessários à gravação: alimentação, combustível, equipamentos de luz e/ou som, figurino, maquiagem, espaços e objetos para constituição de cenário.

CONTRAPARTIDAS:

PATROCINADOR OFICIAL – Exclusividade na divulgação do logotipo e contato (telefone, endereço ou site) da marca no fim do videoclipe. Chancela de “Patrocinador Oficial”. Exposição da marca em todo material de divulgação produzido pela produção e divulgação nas redes sociais do artista.

COTA BRONZE – Inserção do logotipo do estabelecimento no fim do filme, no mesmo espaço em que aparecerão logotipos de outras empresas encaixadas no mesmo plano. Máximo de 4 empresas por tela. Durante a tela em exibição: 3 Segundos. Chancela de “Patrocinado por”. Exposição da marca em todo material de divulgação produzido pela produção e divulgação nas redes sociais do artista.

COTA PRATA - Inserção do logotipo e contato (telefone, endereço ou site) do estabelecimento no fim do filme, no mesmo espaço em que aparecerão logotipos de outras empresas encaixadas no mesmo plano. Máximo de 2 empresas por tela. Durante a tela em exibição: 5 Segundos. Chancela de “Patrocinado por”. Exposição da marca em todo material de divulgação produzido pela produção e divulgação das redes sociais do artista

COTA OURO - Inserção do logotipo e contato (telefone, endereço ou site) do estabelecimento no fim do filme, em espaço exclusivo de 5 Segundos por tela. Chancela de “Patrocinado por”. Exposição da marca em todo material de divulgação produzido pela produção e divulgação nas redes sociais do artista.

APOIO CULTURAL – Inserção de logotipo do estabelecimento no fim do filme juntamente com outras empresas encaixadas no mesmo plano. Máximo de 6 empresas por tela. Duração da tela em exibição: 3 Segundos. Chancela de “Apoio”.

PLANO DE DISTRIBUIÇÃO

- Divulgação do produto a canais televisivos destinados a videoclipe nacionais e regionais.
- Veiculação em canais e redes sociais da Web.

CRONOGRAMA

O processo de desenvolvimento do videoclipe se dará em duas partes: a primeira, em que se trabalharão as mídias sociais a favor do artista e da divulgação de seu trabalho; e a segunda, com foco na produção do videoclipe em si e sua posterior divulgação.

Na primeira (realizada desde junho de 2016), foi feito um trabalho de conhecimento da identidade do artista e de suas atividades, para que se definissem sua identidade estética, visual, bem como de seu álbum que será lançado. Além disso, seu público foi estudado com base na segmentação de público-alvo, visando uma melhor comunicação e identificação entre artista e fãs. Ainda, foi trabalhado com o artista o seu comportamento nas redes sociais para que elas contribuam melhor para sua divulgação.

Na segunda etapa, se dará o desenvolvimento da produção do videoclipe de Alexandre Beltramini, de acordo com a estética e identidade definidas na pesquisa da primeira etapa. A produção, após finalizada, será publicada em meios como a Web e as redes sociais, principalmente *YouTube*, *Facebook* e *Instagram*.

O Videoclipe será gravado nas cidades de Bauru, Pederneiras e Macatuba, interior de São Paulo, com previsão de gravação para os meses de dezembro de 2016 e janeiro de 2017.

A divulgação do produto final se dará entre o final de janeiro e começo de fevereiro, através das redes sociais do artista e canais da *Web*, como o *YouTube*. Será feita uma análise acerca dessa divulgação com o objetivo de medir o retorno gerado ao artista, tanto em termos financeiros quanto relativos a aumento de visualizações de suas páginas online e número de fãs, pelo videoclipe.

CONTATO:

(19) 981533515 - Betânia Menardi

(16) 981379205 - Carolina Molina

(11) 974833505 - Daniela Freire

APÊNDICE 11 – QUESTIONÁRIO

Questionário elaborado com o intuito de conhecermos melhor o artista e com base em suas respostas desenvolvermos sua identidade visual.

QUESTIONÁRIO RESPONDIDO POR ALEXANDRE BELTRAMINI

1. Data de aniversário:

R.: 29/06/1993

2. Acredita em signo?

R.: Até que sim.

3. O que sabe sobre seu signo?

R.: Que sou de câncer e que é um signo um tanto “emotivo”.

4. Tem irmãos? Mais velhos ou mais novos?

R.: Tenho uma irmã e um irmão, ambos mais velhos.

5. Orientação sexual:

R.: Heterossexual.

6. Já namorou?

R.: Sim.

7. Descendência familiar?

R.: Italiana.

8. Pessoa em quem mais confia. Por que?

R.: Mãe, por ser a pessoa que mais me conhece de verdade.

9. Religião:

R.: Acredito em uma entidade superior, mas não me foco em uma religião.

10. Pensa em se casar?

R.: Ainda não

11. Ter filhos?

R.: Ainda não

12. Um fato marcante de sua vida:

R.: A primeira vez que subi em um palco

13. Algo/fato que transformou seus pensamentos/ações/vida:

R.: A morte da minha tia.

14. Já trabalhou? Em quê?

R.: Sim, Auxiliar de contabilidade, estagiário de TI e Programador.

15. Já repetiu algum ano escolar?

R.: Não.

16. Cores favoritas (3 cores, em ordem da mais preferida para a menos preferida):

R.: Azul, vermelho, preto.

17. Quarto arrumado ou não?

R.: Arrumado.

18. Bebe?

R.: Raramente.

19. Fuma?

R.: Não.

20. Peça de roupa favorita:

R.: Calça preta.

21. Estampa de roupa favorita:

R.: Sem estampa.

22. Calça ou bermuda? Por que?

R.: Calça, me sinto mais confortável.

23. Esporte ou social? Por que?

R.: Esporte, por ser mais abrangente com ocasiões diferentes.

24. Cidade ou Campo? Por que?

R.: Campo, pela tranquilidade.

25. Noite ou Dia? Por que?

R.: Noite, penso melhor.

26. Praia ou Montanha? Por que?

R.: Montanha no frio e praia no calor, gosto dos dois.

27. Festa ou Cinema? Por que?

R.: Cinema, por ser mais calmo.

28. Inverno ou Verão? Por que?

R.: Inverno, por poder usar roupas que combinam mais com meu estilo.

29. Artista/banda favorito:

R.: Tiago Iorc.

30. Filme favorito:

R.: A espera de um milagre.

31. Gênero de filme que mais assiste:

R.: Suspense.

32. Videoclipe favorito:

R.: Scalene – Surreal.

33. Comida favorita:

R.: Omelete

34. Livro favorito:

R.: Stephen King – Sobre a escrita

35. Objeto preferido:

R.: Cubo mágico

36. Matéria da escola preferida:

R.: Artes

37. Branco ou preto? Por que?

R.: Preto, me agrada.

38. Falar ou ouvir? Por que?

R.: Ouvir, as pessoas ficam felizes ao serem ouvidas.

39. Você foi almoçar na casa de um amigo. O almoço não está muito bom e a mãe do amigo te perguntou o que achou da comida. O que você diria?

R.: Eu diria que estava boa.

40. All Star ou Nike? Por que?

R.: All star, é simples e ao mesmo tempo elegante.

41. Posição política:

R.: Centro esquerda.

42. Sobre meritocracia:

R.: Atualmente no Brasil não é muito presente, para que fosse, as oportunidades deveriam ser iguais para todos, o que não acontece da

forma que deveria.

43. Sobre o feminismo:

R.: Apoio a igualdade entre homens e mulheres e sua luta em busca de seus direitos. Como homem, admiro o feminismo escutando as mulheres.

44. Carnívoro ou vegetariano? Por que?

R.: Carnívoro, não consigo adotar outra dieta.

45. Atividade física que pratica:

R.: Correr, basquete.

46. Hobby favorito:

R.: Basquete

47. Se arriscar em algo novo e incerto ou permanecer com aquilo que tem?

R.: Se arriscar em algo novo e incerto.

48. Amanhecer ou por do sol? Por que?

R.: Amanhecer, gosto de ver um novo dia começando.

49. Rede social favorita. Por que?

R.: *Facebook*, consigo manter contato com meus amigos distantes.

50. Como se comporta em sua rede social favorita?

R.: Fico na minha observando o que acontece, divulgo minhas músicas e as vezes divulgo algum conteúdo que acho interessante.

51. Qual estilo de música nunca tocaria? Por que?

R.: Nenhum, respeito todos os estilos, todos tem algo de bom a oferecer.

52. Cachorro ou gato? Por que?

R.: Cachorro, tenho 2 e nunca tive um gato para saber como é.

53. Viagem que tem vontade de fazer:

R.: Para a Itália.

54. Quanto tempo leva para se arrumar? Por que?

R.: 30 ou 40 minutos, porque me gosto de me cuidar até que bastante

55. Já sofreu bullying?

R.: Acho que não.

56. Qual foi sua pior fase da vida? Por que?

R.: Adolescência, pois a decisão que você adota para sua vida nem

sempre vai agradar sua família ou até mesmo alguns amigos.

57. Decidido ou indeciso?

R.: Decidido.

58. Em uma roda de discussão, você prefere se pronunciar e falar o que pensa ou deixar que os outros falem por você?

R.: Me pronuncio quando se trata de defender uma ideia.

59. Rádio, Tv, cinema ou *internet*?

R.: *Internet*.

60. Por que faculdade de *Design*?

R.: É a faculdade que me ajuda explorar uma gama maior em relação a arte

61. Animal preferido:

R.: Lobo

62. Como você lida com ordens e regras?

R.: Nunca fui muito bom em receber ordens ou seguir regras, prefiro seguir o que eu acredito.

63. O que faltou e o que te marcou em sua educação?

R.: O que faltou não sei definir, mas o que me marcou foi o ensinamento de sempre ser gentil, com todos igualmente.

64. País que quer conhecer. Por quê?

R.: Itália, parece ser um país bonito e agradável.

65. Como é sua relação com os amigos? São de longa data ou recentes?

R.: Tenho bons amigos tanto de longa data, quanto recentes.

66. Se você estivesse fazendo um show e o público começasse a vaiar em algum momento, como reagiria?

R.: Faria o show até o final.

67. Você está no shopping, na praça de alimentação e vê um cliente discutindo e maltratando um funcionário da limpeza na

73. O que te motiva?

R.: Ver as pessoas felizes fazendo o que amam e acreditam... E café.

74. O que te irrita?

R.: Desrespeitos em geral.

frente de todos. Como você reagiria?

R.: Tentaria apaziguar a situação a fim de evitar mais problemas.

68. Acredita em vida em outro planeta?

R.: Acredito.

69. Pularia de para quedas?

R.: Não.

70. Morar no interior ou em cidade grande? Por quê?

R.: Cidade grande, as oportunidades são maiores.

71. Bolo de chocolate ou de frutas?

R.: Frutas.

72. Já se surpreendeu com alguém que te passava uma outra impressão antes de conhecer?

R.: Talvez, não que me lembre, mas é possível que sim.

75. O que te desanima?

R.: Pessoas próximas que não demonstram apoio nas decisões que faço.

76. Consegue fazer compra no mercado sozinho?

R.: Sim.

77. Maior sonho:

R.: Poder viver da música que acredito e as fazer chegar ao maior número de pessoas possíveis, seja por meio de shows ou até outros meios, seja em escala nacional, ou além.

APÊNDICE 12 – CRONOGRAMAS DE AÇÕES

Planejamentos desenvolvidos para a página do *Facebook* de Alexandre Beltramini.

a. Mês de Agosto de 2016

AGOSTO								
SEMANA 1 01/08 - 07/08	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00							
	18:00				VÍDEO			
	19:00							
	21:00						FOTO	ARTE
	22:00							

AGOSTO								
SEMANA 2 08/08 - 14/08	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00							
	18:00	FOTO		ARTE				VÍDEO/PAIS
	19:00							
	21:00							
	22:00							

AGOSTO								
SEMANA 3 15/08 - 21/08	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00				ARTE			
	18:00		VÍDEO					
	19:00							
	21:00							FOTO
	22:00							

SEMANA 4 22/08 - 28/08	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00				FOTO			
	18:00	VÍDEO						
	19:00							
	21:00						ARTE	
	22:00							

AGOSTO								
SEMANA 5 29/08 - 31/08	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00							
	18:00	FOTO		VÍDEO				
	19:00							
	21:00							
	22:00							

DADOS FACEBOOK - FÃS CONECTADOS							
HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
12:00							
13:00							Melhor Horário
18:00							Horário 2
19:00							Horário 3
21:00							
22:00							

b. Mês de Setembro de 2016

SETEMBRO								
SEMANA 1	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00							
	13:00							
	18:00				VÍDEO			

SETEMBRO								
SEMANA 2 05/09 - 11/09	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00							
	13:00							
	18:00				FOTO			
	19:00							VÍDEO
	21:00						ARTE	
	22:00							

SETEMBRO								
SEMANA 3 12/09 - 18/09	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00	FOTO						
	13:00							
	18:00			VÍDEO				
	19:00							
	21:00							
	22:00					ARTE		

SETEMBRO								
SEMANA 4 19/09 - 25/09	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00							
	13:00							
	18:00	ARTE						
	19:00							
	21:00					VÍDEO		FOTO
	22:00							

SETEMBRO								
SEMANA 5 26/09 - 30/09	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00							
	18:00		ARTE		VÍDEO			
	19:00							

APÊNDICE 13 - PLANEJAMENTO DE DIVULGAÇÃO DO VIDEOCLÍPE

Cronograma elaborado para a divulgação do lançamento do videoclipe.

JANEIRO								
SEMANA 4 23/01 – 29/01	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00							FOTO OFF
	18:00					ARTE 1		
	19:00							
	21:00							ARTE 2
	22:00							
ATIVIDADE		Edição do Videoclipe, Editar artes						
SEMANA 5 30/01 – 31/01	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00		ARTE 4					
	18:00							
	19:00							
	21:00	ARTE 3	FOTO OFF					
	22:00							
ATIVIDADE								
FEVEREIRO								
SEMANA 1 01/02 – 05/02	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00							
	18:00			ARTE 5		ARTE 7		
	19:00				FOTO OFF			
	21:00			PRÉVIA		CLÍPE		
	22:00				ARTE 6			
ATIVIDADE		* Contatar Mídias						
FEVEREIRO								
SEMANA 2 01/02 – 05/02	HORÁRIO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	12:00							
	18:00							
	19:00			Agr 1	Agr 2			
	21:00							
	22:00							
ATIVIDADE		* Compartilhamento de mídias de divulgação						

Janeiro/ Fevereiro		
CONTEÚDO		
ARTE	1	* Agradecimento 4000 curtidas, anúncio lançamento do videoclipe
	2	* Faltam 5 dias para o lançamento do videoclipe
	3	* Faltam 4 dias para o lançamento do videoclipe
	4	* Faltam 3 dias para o lançamento do videoclipe
	5	* Faltam 2 dias para o lançamento do videoclipe
	6	* Falta 1 dia para o lançamento do videoclipe
	7	* É Hoje ! Lançamento do Videoclipe
FOTO OFF	* Imagens do videoclipe e bastidores de gravação	
PRÉVIA	* Teaser música Uma Razão	
CLÍPE	* Lançamento Videoclipe	
AGR	1	Agradecimento Equipe (Foto Equipe e Marcação)
	2	Agradecimento Teatro e Cômico (Divulgação Página)

APÊNDICE 14 – ROTEIRO VIDEOCLÍPE

Roteiro clipe "Uma razão", de Alexandre Beltramini

Por

Maicon Milanezi

TRABALHO DE:
Betânia Menardi
Carol Molina
Daniela Freire

Tratamento#3

VIDEO	AUDIO
INT. SALA : Cantor (1) está no centro de uma sala vazia. A música começa e, em <u>time lapse</u>, a sala vai se tornando num ambiente apinhado de móveis, souvenirs, todos os tipos de badulaques de decoração e muitas fotos, dependuradas, coladas etc. Esses itens vão sendo montados e aparecendo nos seus lugares, ele permanece parado e observa. Quando todas essas memórias se acumularam ele olha para a câmera e começa a cantar: A música roda e vamos explorando os objetos pelas paredes, enquanto isso. Passamos por fotos de quando era criança, mais jovem, com bicicleta etc. essas fotos tradicionais mais pequenos objetos próximo aos porta-retratos/pendurados às paredes, como carrinhos, figuras de ação; uma ampulheta etc. Fotos de familiares, avós ou ídolos que morreram, ou que deixaram, de alguma forma, de seguir algum sonho. Fotos com a galera, um gesso/camiseta de colégio com recadinhos e assinatura de amigos.	"O tempo voou e eu não percebi" "quantos anos eu envelheci" "são tantos os que já me despedi" "os amigos que um dia eu fiz"

VIDEO	AUDIO
INT. CORREDOR. DIA/NOITE : Cantor (2) abre uma porta, caminha por um corredor amplo e mal iluminado. No meio de seu trajeto, ele se depara com um grande porta retrato iluminado por uma luz que vem de cima. Na imagem, uma figura familiar laureada por sua carreira numa profissão tradicional. Cantor contorna o quadro e segue pelo corredor. Lá adiante, luzes iluminarem o fim do caminho, talvez vemos um violão, não é claro:	"Todo mundo busca uma razão"
INT. SALA : Close do cantor (1) na sala entulhada de memórias: MESCLADO COM:	"pra se adaptar àquela velha ilusão" "de felicidade, de proteção..."
INT. TEATRO. DIA/NOITE : Cantor (2) chega ao final do corredor e se vê no centro da plateia de um teatro. Mais a frente, um violão o aguarda, iluminado por cima, em um pedestal. Segue até ele, o pega, e caminha ao palco escuro, exceto por uma luz em seu centro. Se posiciona sob ela canta:	"... mas no fundo" "eu sei que existe uma salvação"

VIDEO	AUDIO
INT. SALA : Voltamos a perambular pela sala, mais souvenirs, religiosos?, alguns livros, de filosofia e outros com títulos a respeito de "razão". O plano se abre e encontra Cantor (1) no meio da sala. Ele olha ao redor todas as memórias, enquanto o tempo passa, em <u>time lapse</u> -- percebido pela modificação da iluminação e das sombras de objetos. CORTA PARA: Num dos móveis, Cantor (3) pega e abre uma caixinha, retira dela paletas coloridas de tocar instrumentos, outro objetos, como talvez uma correntinha com pingente de rock'n'roll ou instrumentos ou alguma outra coisa com significado; do fundo ele retira uma bolinha de papel, a desamassa e vemos se tratar de um rascunho da letra da música. Ele a dobra e coloca no bolso da camisa/camiseta/jaqueta etc. sobre o peito na hora que canta "coração", pega o violão e sai pela porta.	"A vida passou e nem percebeu" "escondeu a vida que sonhou" "a gente escolhe errar pela razão" "quando o mais certo é o coração"
INT. TEATRO. DIA/NOITE : Cantor (2) canta expressivamente no palco. Muitos planos e ângulos mostram sua performance. MESCLADO COM:	"Não é sobre o que dá pra levar" "mas sim daquilo que dá pra deixar"

VIDEO	AUDIO
INT. ESCADA/SAÍDA : Cantor (3) chega ao último lance de uma escada que dá para a porta de saída do seu prédio/Cantor chega ao portão de saída de sua casa. Com a mão sobre o bolso em que está o papel da letra ele olha para trás e para a saída, em dúvida. Decidido, ele olha à frente e sai. MECLADO COM:	"Felicidade causa medo sim"
INT. TEATRO. DIA/NOITE : No centro do palco, Cantor (2) é cercado, agora, por diversas luzes que, penduradas do gradil, iluminam à sua volta. A câmera gira ao redor do Cantor em diversos planos enquanto ele canta:	"num mundo onde dinheiro é o fim"
EXT. PAISAGEM. DIA : Cantor (3) caminha por uma estrada de terra, por um caminho verde e bonito.	"Todo mundo busca uma razão"
INT. SALA : No meio da sala, em plano aberto, Cantor (1) canta: MESCLADO COM:	"pra se adaptar àquela velha ilusão" "de felicidade e de proteção..."

VIDEO	AUDIO
EXT. PAISAGEM. DIA : Cantor (3) chega ao final de um píer sobre um rio, em uma paisagem linda. Observa-a feliz, retira o papel da letra bolso, posiciona o seu violão. MESCLADO COM:	"... mas no fundo"
INT. TEATRO. DIA/NOITE : Cantor (2) canta no palco feliz, satisfeito com seu trabalho e sua escolha.	"eu sei que existe uma salvação"
EXT. PAISAGEM. DIA : No píer, Cantor (3) toca o final instrumental da música no seu violão, enquanto observa a paisagem.	
EXT. PAISAGEM. DIA / INT. SALA : O som continua, a imagem paralisa, "saímos dela" e vemos se tratar de uma fotografia que uma mão prega num quadro de cortiça, com um papel sobre a foto que o nomeia: "Uma razão". Pode-se inserir os créditos pregados nesse quadro, se for o interesse.	

9. ANEXOS

Anexo 1 – Letra da música

Anexo 2 – Contrato de Locação – Teatro Municipal de Macatuba

Anexo 3 – Contrato de Locação – Chácara e *Buffet* Comearte

Anexo 4 – Dados de som e iluminação

Anexo 5 – *Links* das redes sociais

ANEXO 1 – LETRA DA MÚSICA

Letra da música Uma Razão, composta por Alexandre Beltramini, que serviu de base para a produção do videoclipe.

UMA RAZÃO

O tempo voou e eu não percebi
quantos anos eu envelheci
são tantos os que já me despedi
os amigos que um dia eu fiz

Todo mundo busca uma razão
pra se adaptar a aquela velha ilusão
de felicidade, de proteção, mas no fundo eu sei que existe uma salvação.

A vida passou e nem percebeu
escondeu a vida que sonhou
agente escolhe errar pela razão
quando o mais certo é o coração

Não é sobre o que dá pra levar
mas sim daquilo da pra deixar

Felicidade causa medo sim
num mundo onde dinheiro é o fim

Todo mundo busca uma razão
pra se adaptar a aquela velha ilusão
de felicidade e de proteção, mas no fundo
eu sei que existe uma salvação.

ANEXO 2 – CONTRATO DE LOCAÇÃO

Contrato de autorização referente ao uso da locação do Teatro Municipal
Renata Lycia dos Santos Ludovico, localizado na cidade de Macatuba – SP.

CONTRATO DE LOCAÇÃO DE TEATRO MUNICIPAL RENATA LYCIA DOS SANTOS LUDOVICO

LOCATARIO: Daniela Correa Freire, brasileira, solteiro, portador da cédula de identidade RG 41.986.178-1 e CPF 424.908.958-42, residente e domiciliado à Rua Doutor Sérgio Túlio Carrijo Coube, 02-106 apartamento 412, bairro Jardim Infante Dom Henrique, Bauru, SP.

LOCADOR: PREFEITURA MUNICIPAL DE MACATUBA.

CLÁUSULA PRIMEIRA: O objeto deste contrato de locação é o imóvel municipal, situado à Avenida Coronel Virgílio Rocha, 6-25, Jardim Capri, Macatuba, SP.

CLÁUSULA SEGUNDA: O prazo da locação é de 01 dia, iniciando-se em 07/12/2016 e com término no mesmo dia independentemente e aviso, notificação ou interpelação judicial ou mesmo extrajudicial.

CLÁUSULA TERCEIRA: A utilização do espaço foi cedida pela Prefeitura Municipal de Macatuba sem custos ao locador.

CLÁUSULA QUARTA: O LOCATÁRIO será responsável por todos os tributos incidentes sobre o imóvel bem como despesas ordinárias, e quaisquer outras despesas que recaírem sobre o imóvel.

CLÁUSULA QUINTA: Fica ao LOCATÁRIO, a responsabilidade em zelar pela conservação, limpeza do imóvel, e também está obrigado a devolver o imóvel em perfeitas condições de limpeza e conservação, quando finda ou rescindida esta avença, conforme constante no termo de vistoria em anexo. O LOCATÁRIO não poderá realizar obras que alterem ou modifiquem a estrutura do imóvel locado, sem prévia autorização por escrito da LOCADORA. Caso este consinta na realização das obras, estas ficarão desde logo, incorporadas ao imóvel, sem que assista ao LOCATÁRIO qualquer indenização pelas obras ou retenção por benfeitorias. As benfeitorias removíveis poderão ser retiradas, desde que não desfigurem o imóvel locado.

PARÁGRAFO ÚNICO: O LOCATÁRIO declara receber o imóvel em perfeito estado de conservação e perfeito funcionamento devendo observar o que consta no termo de vistoria.

PARÁGRAFO ÚNICO: O LOCATÁRIO obriga por si e sua equipe, a cumprir e a fazer cumprir integralmente as disposições legais sobre o Condomínio, a sua Convenção e o seu Regulamento Interno.

CLÁUSULA SEXTA: O LOCATÁRIO não poderá sublocar transferir ou ceder o imóvel, sendo nulo de pleno direito qualquer ato praticado com este fim sem o consentimento prévio e por escrito do LOCADOR.

CLÁUSULA SÉTIMA: Em caso de sinistro parcial ou total do prédio, que impossibilite sua utilização, o presente contrato estará rescindido, independentemente de aviso ou interpelação judicial ou extrajudicial; no caso de incêndio parcial, obrigando a obras de reconstrução, o presente contrato terá suspensa a sua vigência e reduzida a renda do imóvel durante o período da reconstrução à metade do que na época for o aluguel, e sendo após a reconstrução devolvido o LOCATÁRIO pelo prazo restante do contrato, que ficará prorrogado pelo mesmo tempo de duração das obras de reconstrução.



CLÁUSULA OITAVA: Em caso de desapropriação total ou parcial do imóvel locado, ficará rescindido de pleno direito o presente contrato de locação, independente de quaisquer indenizações de ambas as partes ou contratantes.

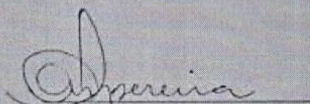
CLÁUSULA NONA: É facultado ao LOCADOR visitar, por si ou seus procuradores, sempre que achar conveniente, para a certeza do cumprimento das obrigações assumidas neste contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA: A infração de qualquer das cláusulas do presente contrato, sujeita o infrator à multa de duas vezes o valor do aluguel, tomando-se por base, o último aluguel vencido.

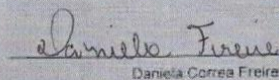
CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: As partes contratantes obrigam-se por si, herdeiros e/ou sucessores, elegendo o Foro da Cidade de Macatuba, para a propositura de qualquer ação.

E, por assim estarem justos e contratados, mandaram extrair o presente instrumento em três (03) vias, para um só efeito, assinando-as, juntamente com as testemunhas, a tudo presentes.

Macatuba, 7 de dezembro de 2016



Prefeitura Municipal de Macatuba
Representante responsável: Lana Cardoso Mariano Pereira


Daniela Correa Freire
TESTEMUNHAS

Não Permitimos colar cartazes em paredes, portas e vidros

Furar cortinas paredes e palco

No dano qualquer item pertencente ao teatro municipal o locatário será responsável pela sua restituição integral.

ANEXO 3 – CONTRATO DE LOCAÇÃO

Contrato de autorização referente ao uso da locação da Chácara e Buffet Comearte localizada na cidade de Bauru – SP.

CONTRATO DE LOCAÇÃO TEMPORÁRIO DO ESPAÇO Nº

376_____/2017_____.

Entre as partes, Verilene Bonfim Rodrigues Restaurante - ME, CNPJ 08.308.469/0001-02, Inscrição Estadual 209380182114, ramo de atividade: Buffet, CEP 17012-380, Rua Anvar Dabus, nº 6-69, Jardim Dona Sarah, estado civil: solteira, telefone (14) 3226-3839, Bauru, São Paulo, que será denominado no decorrer deste contrato como LOCADORA, e de outro lado como LOCATÁRIO (A), identificado (a) abaixo, têm entre si, intransferível, justo e contratado a locação temporária do espaço referido objeto do contrato:

Identificação do Locatário (a)

Nome: Daniela Corrêa Freire
RG: 419661761
CPF: 42490895842
Endereço: Rua Dr. Servio Carrijo Coube
2-105 ap 412
Cep: 17012632
Estado: São Paulo
Profissão: Estudante
Telefone: 11 97483-3505

Especificações

Objeto do contrato: Chácara Comearte
Endereço do contrato: Walter Belian 4-18
Evento: Locação do espaço para gravação de clipe musical
Data de início: 11/01/2017
Data de término: 11/01/2017
Horário de início: 08h
Horário de término: 18h

Pagamento

Forma de pagamento: O pagamento será a permuta do período de 3 horas de música do músico Alexandre Beltramini em um evento da Comearte com a data à combinar. (provavelmente dia 23/03/2017)

Observações:

Atenção:

- 1- Esta locação é destinada apenas a eventos familiares, sendo proibida a contratação e/ou utilização de qualquer tipo de serviço de buffet;
- 2- O pagamento da contrato deverá ser concluído até 15 (quinze) dias antes do período contratado;
- 3- O valor pago pelo sinal referido acima não será devolvido em nenhuma hipótese, salvo se, por caso fortuito ou força maior, a própria LOCADORA der causa a rescisão contratual;
- 4- Em caso de desistência por parte do LOCATÁRIO (A), será cobrada, à título de reparação, o equivalente ao valor integral da locação. Caso o pagamento integral do valor contratado já tenha sido realizado, não haverá cobrança de valores adicionais;
- 5- O número de pessoas presentes no espaço locado não poderá exceder o número máximo de 50 (cinquenta) pessoas.

Permitido:

- 1- Vistoria prévia das instalações no dia da locação;
- 2- Uso das seguintes dependências, utensílios e eletrodomésticos na Chácara Comearte Premium: Casa principal (sala com 3 ambientes, cozinha, 4 suítes, lavabo, biblioteca). Área externa (salão, churrasqueira, piscina, garagem, pomar, quadra de futebol, cancha de bocha, mesa de sinuca e pingue-pongue), incluindo eletrodomésticos e utensílios disponíveis nestes espaços e 6 (seis) chuveiros quentes, sendo 2 na casa principal (suítes sem banheiras) e 4 nos banheiros externos;
- 3- O LOCATÁRIO (A) e seus convidados terão direito a usar as seguintes dependências, utensílios e eletrodomésticos no Restaurante Comearte: Área externa (piscina, churrasqueira, banheiro, lavabo), incluindo fogão, gás e geladeira.

Proibido:

- 1- Danificar as instalações e objetos;
- 2- Colher produtos da horta e pomar;
- 3- Deixar objetos e móveis sujos ou fora de seus devidos lugares;
- 4- Deixar lixo no local;
- 5- Utilizar-se da mão de obra do caseiro para limpeza e organização do espaço;
- 6- Uso de utensílios do Buffet (pratos, talheres, copos e afins);
- 7- Uso do salão na parte inferior da chácara (salão climatizado)
- 8- Uso da cozinha industrial (uso exclusivo do Buffet) – uso exclusivo do Buffet
- 9- Ligar as fontes de água sem autorização;
- 10- Jogar alimento ou objetos no lago;
- 11- Desperdiçar água e luz;
- 12- Barulho excessivo após às 22h00;
- 13- Bebidas alcoólicas para menores;
- 14- Uso de drogas ilícitas;
- 15- Contratar Buffets;
- 16- Causar danos à imagem da Comearte;

ATENÇÃO:

- 1- Verificando a LOCADORA que o número de convidados ultrapassou o contratado neste instrumento, será cobrada taxa de R\$50,00 (cinquenta reais) por pessoa excedente. Em nenhuma hipótese o número total de convidados poderá ultrapassar 100 (cem) convidados;
- 2- Os pagamentos feitos em desacordo com os prazos estabelecido neste contrato sujeitam o o LOCATÁRIO (A) à multa de 1% (um por cento) e mora de 2% (dois por cento), ambos sobre o valor mensal devido;
- 3- Caso o LOCATÁRIO (A) não entregue o imóvel organizado e sem danos, será aplicada multa no valor de R\$250,00 (duzentos e cinquenta reais) ou o valor correspondente ao dano, caso ultrapasse o valor referido;
- 4- Caso antecipe a entrada ou atrase a saída, será aplicada multa no valor de R\$100,00/hora (cem reais por hora) a partir do primeiro minuto da antecipação da entrada e/ou do primeiro minuto em relação ao atraso da saída

Disposições finais:

- 1- Para fins de verificação dos termos contratuais, fica, desde já, autorizado o acesso do LOCADOR (A) e/ou pessoa autorizada por ele ao local;
- 2- A água quente das suítes que possuem banheiras de hidromassagem não estão funcionando e não estarão funcionando no momento da locação contratada.
- 3- O LOCADOR (A) não se responsabiliza por quaisquer bens ou objetos deixados nas instalações físicas da Chácara ComeartePremium e/ou Restaurante Comearte;
- 4- Aresponsabilidade sobre os convidados é do LOCATÁRIO (A), assim como eventuais danos ou prejuízos causados ou sofridos pelos mesmos;

- 5- O não pagamento de eventuais danos ou multas previstas neste contrato, em até 5 (cinco) dias úteis após comunicação sujeitam o LOCATÁRIO(A) à negatização de seu nome perante os órgãos de restrição de crédito e/ou eventual ação judicial.
- 6- Da rescisão unilateral do contrato e compromissos - O LOCADOR(A) se reserva o direito de vistoriar, questionar e até mesmo interromper o referido evento se perceber que houve desrespeito a qualquer cláusula deste contrato, normas de segurança, sossego e/ou bons costumes. O não cumprimento de qualquer disposição deste contrato constitui infração grave e importará na sua imediata rescisão, independente de aviso ou interpelação judicial ou extrajudicial, sujeitando o LOCATÁRIO (A) ao pagamento dos danos causados.
- 7- Eventuais dúvidas deverão ser sanadas anteriormente ao uso do espaço contratado.
- 8- Do foro competente - Para dirimir quaisquer dúvidas e litígios provenientes do presente contrato, fica eleito o foro da comarca de Bauru/SP.

Contato e da campanha publicitária

Como você conheceu a Comearte:

Você conhece nossa campanha publicitária: Quem Indica tem Vantagem:

Favor rubricar todas as folhas e assinar esta folha.

E por se encontrarem certos, justos e contratados, assinam o presente contrato, as partes, em duas vias de igual forma e teor para que surta seus efeitos legais, tendo inclusive valor de título executivo extrajudicial.

Local e data:


 LOCADOR(A)


 LOCATÁRIO(A)


 TESTEMUNHA 1


 TESTEMUNHA 2

TESTEMUNHA 1:

Nome: Ana Raquel Miranda

Endereço: Anvar Dabus 6-69

Fone: 3879-7695

RG: 20562242

CPF: 090.165.598-84

TESTEMUNHA 2:

Nome: Denise Cristina dos Santos Vical Rodrigues

Endereço: Bel Air 4091

Fone: (19) 982827984

RG: 30933766-5

CPF: 216.018.588-41

ANEXO 4 – DADOS DE SOM E ILUMINAÇÃO

Dados técnicos referentes à locação do Teatro Municipal, utilizados para construção do varal de lâmpadas.

Dados de Som Iluminação do Teatro.

Som

2 P.A de frente

2 Retorno

1 Mesa de Som 16 canal

Iluminação

16 Canhão par de 1000 watts 220 volts

2 Elipso

Rack de luz 12 canal volts

Mesa de luz compatível

4 varas para iluminação com tomadas

Palco

Largura 9 metros

Profundidade 6 metros

Altura 4,50 metros

2 Camarim

Saguão

Cabine de som

Capacidade 400 pessoas

ANEXO 5 – LINKS DAS REDES SOCIAIS

Links referentes às redes sociais trabalhadas durante o desenvolvimento do projeto.

Facebook: <https://www.facebook.com/BeltOficial/?fref=ts>

YouTube: https://www.youtube.com/results?search_query=alexandre+beltramini

SoundCloud: <https://soundcloud.com/alexandre-beltramini>

Videoclipe Uma Razão: <https://www.youtube.com/watch?v=A3XrrnMAvHs>

Site: alexandrebeltramini.com.br