

UNESP – Universidade Estadual Paulista
“Júlio de Mesquita Filho”

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Departamento de Comunicação Social

WEBSÉRIE DELAS

Orientando
ANA CLARA FERREIRA FRANCO DE TOLEDO
MAYARA BAILO GOMES

Orientador:
Prof.^a. Dr.^a LORIZA LACERDA DE ALMEIDA

Banca examinadora:
Prof.^a. Dr.^a TAMARA GUARALDO
Ma. ELISSA SCHPALLIR SILVA

Bauru – SP
2017

UNESP – Universidade Estadual Paulista
“Júlio de Mesquita Filho”

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Departamento de Comunicação Social

WEBSÉRIE DELAS

Ana Clara Ferreira Franco de
Toledo
131033671

Mayara Bailo Gomes
131031261

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

Dedicamos este trabalho à todas as mulheres brasileiras que passam ou já passaram por situações de machismo em suas vidas. Juntas podemos transformar o mundo.

Primeiramente agradecemos nossa família, que sempre nos apoiou, incentivou e que esteve sempre ao nosso lado durante esses anos na universidade fazendo-nos acreditar em nosso potencial e comemorando conosco nossas vitórias.

Agradecemos à Universidade Estadual Paulista ‘Júlio de Mesquita Filho’ e aos professores por todo aprendizado, pelas reflexões e desenvolvimento ao longo da graduação.

À nossa orientadora Loriza Lacerda de Almeida, por tudo que nos ensinou e por ter nos acompanhado durante toda essa jornada.

E por fim, agradecemos à nossa equipe e todos que se envolveram no projeto “Delas”, sem eles não seria possível a realização deste trabalho.

"É na arte que o homem se ultrapassa definitivamente."
Simone de Beauvoir

RESUMO

“Delas” é uma *websérie* criada para a plataforma Instagram e voltada para o público adolescente. A série tem como principal objetivo abordar o tema feminismo, através de uma linguagem fácil, ao mesmo tempo que explora uma nova forma de produção audiovisual. Através de 30 episódios, o projeto trouxe os temas estupro, *slutshaming*, relacionamento abusivo e *porn revenge* às meninas de 14 a 18 anos, buscando apresentar a importância de sua abordagem nos dias atuais.

PALAVRAS-CHAVE

Websérie; Feminismo; Adolescentes; Instagram

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: exemplo de enquadramento utilizado no longa-metragem Moonrise Kingdom	27
Figura 2: frame do videoclipe “What do you mean”	27
Figura 3: exemplo de fotografia em <i>vlog</i>	28
Figura 4: paleta de cores e figurinos Isabelle	29
Figura 5: paleta de cores e figurinos Laura	29
Figura 6: paleta de cores e figurinos Patrícia	30
Figura 7: paleta de cores e figurinos Raíssa	30
Figura 8: referência quarto Isabelle	31
Figura 9: referência quarto Isabelle	32
Figura 10: referência quarto Isabelle	32
Figura 11: quarto Isabelle pronto	33
Figura 12: referência quarto Laura	33
Figura 13: referência quarto Laura	34
Figura 14: quarto Laura pronto	34
Figura 15: referência quarto Raíssa	35
Figura 16: referência quarto Raíssa	35
Figura 17: quarto Raíssa pronto	36
Figura 18: referência quarto Patrícia	36
Figura 19: referência quarto Patrícia	37
Figura 20: quarto Patrícia pronto	37
Figura 21: referência quarto meninos	38
Figura 22: referência quarto meninos	38
Figura 23: frame quarto Guilherme pronto	39
Figura 24: cores principais da identidade visual	41
Figura 25: logo da série	41
Figura 26: logo das personagens	42
Figura 27: modelo de <i>pattern</i>	42
Figura 28: logotipo do colégio fictício Função, onde estuda Patrícia	48
Figura 29: logotipo do colégio fictício Bioma, onde estudam Laura, Raíssa e Isabelle	48

Figura 30: frame do Episódio 1 em que ocorreu distorção das paredes	50
Figura 31: Equipe de captação de áudio deitada no chão para não aparecer no enquadramento	51
Figura 32: Comparação do antes e depois do ajuste de cor	53
Figura 33: videografismo mensagens	53
Figura 34: foto da celebridade Selena Gomez postada em seu Instagram pessoal e foto da atriz Mariana Boico em ensaio fotográfico da série	56
Figura 35: Post no instagram da série com itens da loja Imaginarium Bauru ...	58
Figura 36: perfil da série no Instagram	60
Figura 37: página da série no Facebook.....	61
Figura 38: entrevista concedida à TV Unesp publicada no Youtube.....	62
Figura 39: matéria para o Social Bauru publicada em página do Facebook.....	63
Figura 40: publicação feita na página da Unesp	64
Figura 41: entrevista ao vivo para a Revista AZ!	65

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – CRONOGRAMA DE PRÉ-PRODUÇÃO	21
Tabela 2 - CRONOGRAMA DE PRODUÇÃO	22
Tabela 3 - CRONOGRAMA DE PÓS-PRODUÇÃO	22
Tabela 4 - ORÇAMENTO INICIAL	40
Tabela 5 - PLANILHA DE GASTOS.....	40
Tabela 6 - ATORES SELECIONADOS	43
Tabela 7 – LISTA DA EQUIPE.....	46

SUMÁRIO

Introdução	12
Capítulo 1 - Conceitos fundamentais	14
1.1- Instagram	14
1.2- Websérie	15
1.3- Geração Z	15
1.4- Objetivos	17
1.4.1- Objetivos gerais	17
1.4.2- Objetivos específicos	17
1.5- Metodologia.....	17
Capítulo 2 - Relatório de produção	19
2.1- A ideia	19
2.2- Cronograma	21
2.3- Roteiro.....	23
2.3.1- Descrição das personagens e sinopse	23
2.3.1.1 Patrícia.....	23
2.3.1.2 Raíssa.....	24
2.3.1.3 Laura.....	24
2.3.1.4 Isabelle.....	25
2.3.2- Divisão dos episódios entre a direção.....	25
2.4- Pré-produção.....	26
2.4.1- Referenciais estéticos	26
2.4.2- Plano de filmagens.....	39
2.4.3- Orçamento	39
2.4.4- Identidade visual	40
2.4.5- Casting	43
2.4.6- Locações.....	44
2.4.7- Lista de providências	45
2.4.8- Equipe.....	46
2.5- Produção.....	47
2.5.1- Ordem do dia	47
2.5.2- Direção de arte.....	47

2.5.3- Direção de fotografia	49
2.5.4- Captação de áudio	50
2.6- Pós-produção	52
2.6.1- Montagem	52
2.6.2- Trilha sonora e sonorização	52
2.6.3- Correção de cor	52
2.6.4- Videografismo	53
2.6.5- Finalização	54
Capítulo 3 - Divulgação e veiculação da série	55
3.1- A importância do planejamento de marketing na divulgação	55
3.2- Meios de atingir o público-alvo	56
3.2.1- Ensaio fotográfico	56
3.2.2- Parcerias com lojas	57
3.3- Redes sociais	58
3.3.1- Instagram	58
3.3.2- Facebook	60
3.4- Repercussão	62
Considerações Finais	66
Referências Bibliográficas	67
APÊNDICES	69
APÊNDICE A – Exemplo de Roteiro (Episódio 14)	69
APÊNDICE B - Planos de câmera em movimento (Episódio 12)	70
APÊNDICE C – Exemplo de lista de providências	71
APÊNDICE D – Termo de concessão de imagem	72
APÊNDICE E – Exemplo de Ordem do Dia	75
APÊNDICE F – Plano de Mídia para empréstimo na loja Miscelânea.....	76
APÊNDICE G – Perguntas Formulário “Conte Sua História”	81

Introdução

O presente relatório tem como foco apresentar todo o processo de elaboração do produto audiovisual *websérie* “Delas”. Explicando desde a plataforma, o formato e o público-alvo, até o processo de criação, pré-produção, produção e pós-produção, abordando ainda a divulgação e veiculação dos episódios nas redes sociais. Serão apresentadas também todas as temáticas presentes na série, mostrando sua importância nos dias atuais.

Pensou-se na produção de uma *websérie*, pelo fato de que a internet é o principal meio de comunicação utilizado pelos adolescentes, público-alvo do trabalho. O formato auxilia quando se pensa que, na atual sociedade, o intenso fluxo de informações faz com que as novas gerações tenham cada vez menos paciência com formatos tradicionais de longa e média duração e prefiram algo de menor extensão, que elas possam escolher assistir no momento que acharem melhor.

Foi escolhido o Instagram como mídia social a ser divulgada a série, pois seu curto tempo, 60 segundos para vídeos, é um desafio a ser explorado dentro da plataforma, que também não possui muitos produtos audiovisuais deste caráter em seus conteúdos.

Com relação ao tema empoderamento das mulheres, teve-se essa ideia, uma vez que as questões femininas abordadas neste trabalho, são de extrema importância e, neste momento atual da sociedade, estão sendo muito debatidas e comentadas em diversos meios sociais. Percebendo-se que esse tema poderia gerar uma grande discussão entre meninas adolescentes, que possam ter sofrido ou estar sofrendo com algum (uns) dos temas abordados dentro da *websérie*, foi decidido trabalhar em cima destas situações, a fim de incentivá-las a apoiarem mutuamente e fazer com que elas saibam que muitas dessas situações não acontecem ou aconteceram somente com elas.

Como muitos destes assuntos estão presentes no cotidiano das meninas brasileiras, sua abordagem se torna necessária e interessante. Através da *websérie*, as jovens meninas podem saber como enfrentar esses problemas e que eles existem e ocorrem no dia-a-dia. Além disso, a série e as histórias representadas nela podem incentivar as adolescentes a se tornarem mulheres conscientes, que encorajam outras mulheres e debatem entre si sobre problemáticas feministas.

Assim, este projeto busca refletir e mostrar a importância do audiovisual na propagação do feminismo e do debate das temáticas presentes na série.

Capítulo 1 - Conceitos fundamentais

1.1- Instagram

A rede social foi criada em 2010 por Kevin Systrom e Myke Trieger¹ e tem como seu objetivo principal o compartilhamento de fotos instantâneas como nas antigas *polaroids* (daí o nome, que é uma junção das palavras em inglês “*instant*”, instantâneo, e “*telegram*”, telegrama), possibilitando que outros usuários acompanhem as fotos compartilhadas e interajam com quem postou. Atualmente, contando com mais de 500 milhões de contas ativas, a rede social vem ganhando espaço no cotidiano do brasileiro, visto que a base de usuários do país vem sendo ampliada em 1 milhão por mês. A plataforma também permite significativa interação entre usuários. Para acompanhar as postagens é possível seguir a conta, para que as fotos e vídeos postados por aquele usuário sejam acompanhadas no Feed de notícias, ou buscar um assunto pelas “*hashtags*” (#): comandos que permitem que determinado assunto seja encontrado. Quando se adiciona o símbolo antes da palavra, é criado um “*hiperlink*” que reunirá todas as postagens que contenham aquela “*hashtag*”. Também é possível assinar a conta para receber notificações toda vez que aquele usuário postar alguma foto ou vídeo. A interação direta entre usuários se dá por meio de curtidas e comentários nas publicações, também é possível mencionar uma conta utilizando o símbolo do “@” antes do nome de quem se quer mencionar.

Embora as postagens sejam majoritariamente de fotos, em 2013 a plataforma possibilitou a postagem de vídeos de 15 segundos e, em 2016, este limite aumenta para vídeos de até 60 segundos. Junto com esta mudança, veio também a contagem de visualizações nos vídeos e a possibilidade de transmissão ao vivo pelo aplicativo. Também em 2016 foi incluída a opção de conta comercial no aplicativo, para que empresas e pessoas públicas possam acompanhar as impressões e o alcance de suas publicações, bem como criar anúncios facilmente e relacionar um site ou página do facebook à conta.

¹ fonte: <https://www.instagram.com/about/us/>

1.2- Websérie

Segundo Arlindo Machado (2005), a serialidade acompanha o homem desde os tempos da comunicação epistemolar e dos folhetins impressos, mas se aperfeiçoou a partir da segunda metade do século XX, com o surgimento da televisão e, posteriormente, das novelas na América Latina e dos seriados de ficção norte-americanos. Com o surgimento do YouTube, plataforma de compartilhamento de vídeos para a Web, em 2005, o consumo de audiovisual se alterou significativamente, ao ponto de novas formas de produção de conteúdo serem pensadas, em pouco tempo, a narrativa seriada foi transportada para o meio digital em diferentes escalas. O conceito de *websérie* surgiu em 2008 a partir das pesquisas de Romero e Centenellas que a consideraram um formato híbrido, pois utilizava da divisão em capítulos e temporadas, como os conhecidos seriados americanos para televisão, em uma plataforma que possibilita a correspondência com outros tipos de conteúdos e a interação direta do espectador. Segundo eles,

“Hosted on entertainment sites or websites created ad hoc, web series extend the fictional universe through virtual on-line communities that constitute a significant meeting point for the series’ followers. These are spaces where the user stops being a consumer of contents and becomes an active subject interacting with other members of the community concerning the plot, which sometimes goes on building it one episode at a time.” (CENTENELLAS, ROMERO, 2008)

Desde o surgimento do formato, a *websérie* tem se direcionado majoritariamente ao público adolescente e jovem. Nativos digitais, este público, além de dominar as funcionalidades da internet, está familiarizado com a narrativa rápida dos episódios, diferentemente das gerações anteriores, que cresceram acostumados com o desenrolar mais lento dos folhetins televisivos.

1.3- Geração Z

Existem, na literatura, diferentes delimitações de juventude e de geração Z. Neste trabalho foi utilizada a definição de Tapscott (2010), que considera integrantes desta geração os nascidos a partir de 1998, ou seja, nativos digitais. Ainda segundo Tapscott, esta geração vê televisão de forma diferente de seus pais e avós. A TV, para eles, é apenas um plano de fundo, uma música ambiente que toca enquanto realizam outras tarefas, como por exemplo, conversar com amigos nas redes sociais. Esta é

uma juventude que não consegue conceber um mundo onde não haja tecnologia, tanto quanto não concebe um mundo em que suas vontades não sejam atendidas. Acostumados a customizar seus dispositivos e imprimir sua identidade em tudo o que possuem, os membros da Geração Z respondem ao conteúdo que lhes é apresentado pelas grandes empresas de comunicação de forma crítica, pois, além de possuírem, atualmente, uma infinidade de opções de entretenimento, tornaram-se também produtores de conteúdo na internet.

Entretanto, é preciso salientar que, mesmo tendo em mãos todo esse “poder” de informação e voz, os membros da geração Z são, acima de tudo, jovens, e portanto, não possuem conhecimento completo de todos os processos e instância da vida adulta, não possuem ainda um pensamento crítico formado completamente. E, segundo Helena Abramo (2014):

“É na juventude que os indivíduos iniciam e processam suas inserções nas diversas dimensões na idade adulta (na constituição de famílias, no mundo do trabalho e nos espaços de cidadania). Assim sendo, na etapa da juventude se definem possibilidades e impossibilidades de inserção na vida produtiva e social, de desenvolvimento de projetos pessoais e sociais.”

Desta forma, considerou-se, neste trabalho, a importância de criar um conteúdo direcionado à Geração Z que trouxesse, não apenas o entretenimento, ao qual seus integrantes já estão habituados, mas também algum tipo de informação relevante à esta parcela da população em um conteúdo sintético, que prenda a atenção dos jovens, principalmente meninas, de forma interessante, ou seja, sem “ditar regras” pois, ainda segundo Tapscott, eles estão acostumados a colaborar entre si para a criação de conteúdos, conhecimento e a ter liberdade para opinar, tanto dentro de casa, quanto na criação de serviços junto com as empresas, ou seja, não reagem bem a sermões e a regras postuladas.

Visto isso, como criar uma narrativa que atenda às necessidades da Geração Z, sendo que esta é a geração mais presente e engajada nas mídias sociais, tendo como fator a produção de vídeos de 1 minuto em uma plataforma pouco explorada?

1.4- Objetivos

1.4.1- Objetivos gerais

Colocar em prática conhecimentos adquiridos durante a graduação e poder experimentar e estudar uma linguagem seriada, pouco trabalhada dentro da plataforma Instagram e com o desafio de episódios com apenas 60 segundos de duração. Para tanto, é proposta a realização da Série Delas e sua distribuição através das redes sociais.

1.4.2- Objetivos específicos

Criar e produzir uma série de qualidade, voltada para o público adolescente.

Colocar meninas brasileiras como protagonistas das histórias retratadas na série.

Trazer o debate entre os adolescentes sobre temas feministas em voga atualmente.

Trazer temas presentes no cotidiano das adolescentes à tona, para compreendermos como esses temas refletem no dia-a-dia da sociedade brasileira.

Distribuir os episódios através das plataformas Instagram e Facebook.

1.5- Metodologia

A metodologia utilizada no projeto foi o método utilizado em produções audiovisuais tradicionais, seguindo as etapas de pré-produção, produção/ gravação e pós-produção, quando então o produto é finalizado.

Na pré-produção foi feita uma grande pesquisa a partir da documentação indireta, focada em teses, artigos e livros publicados recentemente sobre as áreas de concentração delimitadas no trabalho, buscando-se compreender melhor cada uma delas.

Durante a etapa de pré-produção, elaborou-se todos os procedimentos necessários para gravação de forma organizada, para que tudo ocorresse da melhor forma. Foram realizados o roteiro, a escolha da equipe, decupagens técnicas, procura de atores e locação, definição de figurinos. Além disso, nesta fase foram providenciados documentos importantes, como projeto de marketing, projeto de mídia e termos de autorização.

Finalizada a primeira etapa, foi dado início à fase de produção, que consistiu na gravação de imagens e sons, de acordo com roteiro e plano de filmagem predefinidos.

Após finalizadas as gravações, iniciou-se o processo de pós-produção, onde ocorreram todas as edições, videografismos e ajustes, como correção de cor. Depois de finalizado, os episódios foram entregues e puderam ser veiculados.

Capítulo 2 - Relatório de produção

2.1- A ideia

Definidos o formato, a plataforma e o público-alvo do produto, além, dos objetivos a se atingir com o mesmo, é chegada a hora da criação, com a escolha dos temas, elaboração das histórias dos personagens e de seus universos.

Com o feminismo presente cada vez mais em nossas vidas e em discussões entre amigos e *online*, optou-se por abordá-lo na série e mostrar o quão importante é tratar essa questão.

Pesquisando um pouco mais sobre o feminismo, baseando-se em vivências pessoais pelas quais passamos durante nossa adolescência e nos conflitos vividos por adolescentes de hoje em dia, chegamos em quatro temas para abordar na série. São eles: relacionamento abusivo, *porn revenge*, estupro e *slutshaming*. Vamos explicar cada um separadamente.

Relacionamento abusivo, como diz o nome, ocorre quando uma pessoa sofre abuso, podendo ser ele físico, psicológico, intimidação, entre outros tipos, dentro de uma relação, podendo ser esta entre casais heterossexuais, homossexuais, entre parentes, amigos. Como afirma a psicóloga Raquel Silva Barreto (2015): “Relação abusiva é aquela onde predomina o excesso de poder sobre o outro. É o “desejo” de controlar o parceiro(a)”. Alguns indicativos de relações abusivas são a possessividade em relação ao outro, ciúmes exagerado, querer controlar a vestimenta e o comportamento do parceiro(a), grande desrespeito com relação ao sentimento, pensamento e sonhos da outra pessoa, querer isolar o companheiro(a) do convívio entre familiares e amigos, entre outros indicativos. Por vezes, o comportamento abusivo se inicia de maneira sutil e aos poucos vai se tornando pior, causando muito sofrimento e mal-estar na pessoa que sofre os abusos. A grande maioria das vítimas são mulheres, podendo acontecer com homens também, e na maior parte dos casos a pessoa que sofre com o abuso acredita que a culpa do comportamento do abusador é sua, trazendo o problema da culpabilização da vítima que temos em nosso país.

Revenge porn, ou pornografia de vingança, é a prática de enviar fotos ou vídeos íntimos de uma pessoa sem sua autorização ou consentimento pela internet e redes sociais. Essa prática é muito comum na adolescência, sendo que grande parte das pessoas abordadas pessoalmente, relataram histórias que conheciam ou vivenciaram sobre esse tema. Ter sua privacidade espalhada no mundo *online* traz graves

consequências à vítima da exposição, causando enormes danos emocionais e podendo levar a depressão e ao suicídio. A pornografia de vingança é praticada, na maioria dos casos, por homens e configura-se como uma das práticas de violência doméstica e como uma forma de chantagem emocional por parte dos parceiros.

O estupro tem definições e caracterizações bastante diversas, podendo variar de cultura para cultura, mas sua definição principal é: “atividade em que o agressor invade o corpo de uma pessoa, sem o seu consentimento válido, mediante uma conduta que resulte na penetração vaginal, anal ou oral, por insignificante que seja, com seu órgão sexual ou com qualquer objeto ou qualquer outra parte do corpo, por meio do uso de ameaça, força ou coerção”. Juridicamente, segundo a lei 12.015 de 07 de agosto de 2009², estupro é: “Constranger alguém, mediante violência ou grave ameaça, a ter conjunção carnal ou a praticar ou permitir que com ele se pratique outro ato libidinoso”, e a pena prevê reclusão de seis a 10 anos. O estupro é outra prática em que a vítima, na grande maioria das vezes, é mulher, e ocorre em grande parte pelos próprios parceiros, namorados, maridos, conhecidos da vítima. A pessoa que sofre com esse ato passa por um trauma severo, causando grande ansiedade, dificuldades para dormir, estresse pós-traumático, alterações de concentração, e também depressão. Além dos danos psicológicos, podem haver danos físicos como transmissão de doenças sexualmente transmissíveis, lesões, gravidez indesejada, entre outros.

E o último tema é o *slutshaming* ou *slut-shame* que é a prática de julgar, discriminar, ridicularizar e criticar uma pessoa por conta da sua vestimenta e do seu comportamento. Vindo da junção das palavras em inglês *slut* (vadia) e *shame* (vergonha), o *slutshaming* é muito praticado dentro do ambiente escolar, durante a infância e a adolescência, mas também pode ocorrer em outras esferas sociais, como a família ou o local de trabalho. Essa temática é muito aplicada no cotidiano feminino e demonstra um preconceito que vem sendo trazido há muito tempo pelo machismo com relação ao modo como uma menina se veste ou age.

Decidiu-se então, criar quatro personagens para protagonizar a série e cada uma delas com um tema, dentre os já escolhidos, para conduzir sua trama. Assim a personagem Isabelle ficaria com o tema estupro, Laura iria viver um relacionamento

² Fonte: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l12015.htm

						X						
Visita às locações						X						
Escolha dos atores/ <i>Casting</i>						X						

Tabela 2 - CRONOGRAMA DE PRODUÇÃO

ATIVIDADES	MESES/2016											
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Compras/ Empréstimos						X	X	X				
Gravação							X	X				
Relatório gravação							X	X				

Tabela 3 - CRONOGRAMA DE PÓS-PRODUÇÃO

ATIVIDADES	MESES/ final de 2016 e início de 2017											
	08	09	10	11	12	01	02	03	04	05	06	07
Montagem		X	X									
Videografismo			X									
Sonorização		X	X									
Tratamento de cor			X									
Finalização			X	X								
Divulgação dos episódios				X	X							
Finalização relatório						X	X					

Apresentação para a banca								X				
---------------------------	--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

2.3- Roteiro

Para o desenvolvimento do roteiro da série, utilizamos a metodologia explanada por Doc Comparato em seu livro “Da Criação ao Roteiro” (2009) em que o autor divide a criação em: ideia, conflito, personagens, ação dramática, tempo dramático e unidade dramática. Quando definimos que o público-alvo seriam os adolescentes, listamos os principais conflitos que ocorrem nesta fase, envolvendo escola, amigos e família. Chegamos então aos quatro temas principais acima citados: relacionamento abusivo, *revenge porn*, *slutshaming* e assédio. Após a listagem destes temas, ou seja, da ideia, listamos os conflitos que cada personagem iria viver, com começo, meio e fim e foi criado um primeiro rascunho do perfil das personagens, apenas com o nome e algumas características.

Após a leitura dos relatos conseguidos com o formulário “Conte sua história”, apuramos a descrição das personagens e escolhemos os fragmentos que entraram no roteiro. A única história que não foi inspirada nos relatos foi a da personagem Patrícia, correspondente ao *Slutshaming*. A ideia para esta trama veio de um protesto que ocorreu em 2016 em uma escola de Porto Alegre, em que alunas reivindicaram o direito de usar short nas dependências do colégio.

2.3.1- Descrição das personagens e sinopse

2.3.1.1 Patrícia

Patrícia é uma menina que está no colegial, muito carismática e que se dá bem com todos ao seu redor, desde os funcionários, passando pelos professores e até os outros alunos, todos gostam do seu jeito avoado. A menina é cheia de boas energias, e procura tratar bem todos ao seu redor, porém não é do tipo que atura desaforos e luta muito pelo que acredita, seu tema é o *slutshaming*.

Certo dia, acorda atrasada e pega a primeira peça de roupa que encontra. Acaba indo de *shorts* à escola, onde é proibido usar tal peça de roupa. Um menino, colega de classe, tenta passar a mão em sua perna durante o intervalo da aula, mas Patrícia se manifesta e o funcionário da escola fica contra ela, já que a menina estava de

shorts e quebrou a regra primeiro, deixando Patrícia sem ter a quem recorrer. Resolve então conversar com uma professora de literatura que a encoraja a não abaixar a cabeça. Faz um protesto na escola e todos os alunos vão de *shorts* curto e com frase de protesto pintada no corpo. Raíssa e Laura assistem uma entrevista de Patrícia na televisão e convidam-na para se juntar a elas.

2.3.1.2 Raíssa

Raíssa é descolada, sagaz, animada e extrovertida, um verdadeiro furacão por onde passa. Cheia de amigos ao seu redor, Raíssa possui um namorado, com o qual se dá bem. Porém, no terceiro ano do colégio, algumas dúvidas aparecem quanto ao futuro que fazem a menina pensar sobre a relação. Preocupada com a estética, Raíssa gasta suas energias fazendo esportes e pesquisando sobre saúde. Seu tema é a pornografia de vingança, optamos por construir uma personagem vívida para passar por esta situação para ilustrar a força de vontade e talvez dar energia às pessoas que possuem sua vida exposta.

A menina está em um relacionamento sério há um ano, quando ela e o namorado decidem terminar de comum acordo. Em uma festa, Raíssa beija outro menino. O ex-namorado, enciumado com a situação, resolve enviar fotos de Raíssa nua para todos do colégio. Quando um menino a aborda no corredor e ela descobre o que seu ex-namorado fez, já é tarde demais e todos estão comentando sobre a situação nas redes sociais. Junto com Laura, cria um grupo para meninas que sofreram algum tipo de abuso.

2.3.1.3 Laura

Inicialmente, esta personagem era heterossexual, mas após a sugestão de um dos membros da equipe, consideramos interessante para a representatividade de diferentes sexualidades que houvesse uma personagem homo ou bissexual. Laura foi a escolhida, pois é importante mostrar que os relacionamentos abusivos não acontecem só entre homens e mulheres. Porém sua sexualidade não resume Laura. A menina é doce, possui uma boa relação com os pais, mas é um pouco insegura, se preocupa muito com a opinião de suas amigas. Mesmo a personagem sendo bissexual, optamos por não fazer disto o centro de sua trama, mas sim o

relacionamento abusivo que vive com sua namorada, agravado pelo fato da menina ser mais velha que ela.

Certo dia, Laura vai à escola e descobre, através de suas amigas, uma traição de Sophia, sua namorada. Em uma discussão a menina decide terminar, mas Sophia pede perdão e ela decide por perdoá-la. Dias depois, Laura posta uma foto com uma amiga em uma rede social, sua namorada não aceita a atitude, pois considera falta de respeito, e termina com ela. Com o término, Laura percebe que, por causa do relacionamento, se afastou de suas amigas. Decidida a se reaproximar, ela pede desculpa à Raíssa, de quem havia se afastado, e volta a conversar com ela contando seus problemas e ouvindo os problemas dela. As duas criam um grupo de apoio às meninas que sofreram algum tipo de abuso.

2.3.1.4 Isabelle

A mais tímida das personagens, Isabelle vive no mundo cor-de-rosa. Atenciosa com todos, organizada e dedicada nos estudos, a menina pouco sai de casa, mas é sonhadora e romântica e espera ainda conhecer seu príncipe encantado. Se dá bem com a família, que se acostumou a não se preocupar com a menina, pois ela é responsável e não dá trabalho aos pais.

Os amigos de Isabelle resolvem dar uma festa, mas a menina se recusa a ir, até que suas amigas a convencem, pois lá estará um menino por quem Isabelle está interessada. Chegando a festa ela aceita bebida deste menino e acorda na casa de um estranho apenas se lembrando de alguns *flashes* da noite passada. Descobre então, que sua bebida estava adulterada. Resolve contar para a amiga mais próxima que tenta ajudá-la apoiando e a leva para o grupo de Raíssa e Laura em que as quatro meninas juntas criam um Instagram.

2.3.2- Divisão dos episódios entre a direção

Para o desenvolvimento dos roteiros dividimos duas personagens para cada uma da dupla, utilizando o critério da afinidade com o tema. Portanto, Mayara ficou com os roteiros de Laura e Raíssa e Ana Clara com Patrícia e Isabelle. Durante as gravações, esta divisão continuou, pois aquela que escreveu o roteiro de determinada personagem, dirigiu os atores e atrizes do núcleo, enquanto a outra dirigiu os

enquadramentos, previamente acordados entre as duas diretoras. Esta divisão teve bons resultados nas gravações, principalmente com as atrizes principais, que encontraram nas respectivas diretoras um suporte para tirar dúvidas e receber feedback, porém a equipe de fotografia, por muitas vezes se confundia em meio a tantas gravações de núcleos diferentes que ocorriam no mesmo dia. Ao final, percebemos um saldo positivo desta divisão, pois não houveram conflitos entre a direção durante as gravações.

A equipe é composta por: três pessoas na fotografia (diretora e duas assistentes), uma diretora de arte, uma produtora de arte, uma maquiadora, dois produtores de elenco, um produtor executivo, duas assistentes de produção, dois assistentes de direção, duas diretoras de áudio e três editores de vídeo, totalizando 20 pessoas, se somadas as duas diretoras.

2.4- Pré-produção

Na fase de pré-produção são realizadas todas as preparações e atividades necessárias para a gravação do produto. Nela são decididas as referências estéticas, os planos de filmagem, os atores, as locações.

2.4.1- Referenciais estéticos

As referências estéticas nos auxiliaram a criar e imaginar toda a parte visual e estética da série *Delas*. Definidos os modelos a seguir, com base em produtos audiovisuais que gostamos e que se relacionam com a *websérie*, pudemos selecionar os ambientes que serviriam como locação, as paletas de cores das personagens e dos cenários, os enquadramentos de câmeras e até a montagem dos episódios. Todos selecionados para transmitirem a emoção desejada em cada cena.

Algumas referências utilizadas pela série *Delas* foram: a série de televisão *Gossip Girl*, transmitida entre 2007 e 2012 pelo canal CW, que aborda o cotidiano de jovens da alta sociedade de Nova York e seus conflitos. O ritmo dos episódios com montagens rápidas e enquadramentos com leves movimentos foram utilizados como referências pela direção para tornar as cenas da série *Delas* rápidas e dinâmicas devido ao pouco tempo de episódio.

O Longa-metragem *Moonrise Kingdom*, de 2012, dirigido por Wes Anderson, também foi utilizado como referência estética, pois a composição imagética e a preocupação constante com a estética e harmonia em todos os enquadramentos do

filme são de extrema importância para a série, que foi veiculada no Instagram, plataforma onde a imagem do produto é muito levada em consideração por seu público.



Figura 1: exemplo de enquadramento utilizado no longa-metragem Moonrise Kingdom
Fonte: focusfeatures.com/moonrise_kingdom

A série de vídeos para o Instagram “Só Um Minutinho” realizada por Mica Rocha, Maria Kauffman e Felipe Valerim Serra foi a referência brasileira de vídeos para Instagram mais próxima da proposta do projeto. Os vídeos, mesmo respeitando o tempo limite de um minuto, possuem um enredo com começo, meio e fim e conseguem passar a mensagem proposta de forma clara e objetiva.

O videoclipe do cantor Justin Bieber “*What do You Mean*” foi a referência utilizada para compor a fotografia, principalmente nas cenas de festas, pois toda a cor e iluminação utilizadas ajudam a contar melhor a história e passar a mensagem desejada no menor tempo possível.



Figura 2: frame do videoclipe “What do you mean”
Fonte: youtube.com

A fotografia também utilizou como referência os *vlogs*, vídeos comuns no Youtube, onde o balanço de branco feito deixa o branco da imagem realmente branco e as cores chamam bastante atenção.



Figura 3: exemplo de fotografia em *vlog*
Fonte: youtube.com

Além dos produtos audiovisuais citados, alguns sites foram muito importantes no auxílio das referências utilizadas pela arte e pela fotografia, como o *pinterest* e o Instagram, ambas redes sociais de compartilhamento de fotos e ideias. Através da pesquisa realizada nestes sites foram decididos alguns figurinos e cenários.

Paleta de cores e figurino

Com os referenciais estéticos escolhidos e apresentados para a equipe, pôde-se elaborar a paleta de cores e os figurinos de cada personagem principal da série. Pensada e executada pela diretora de arte, as cores foram combinadas de acordo com a personalidade e estilo de cada uma.

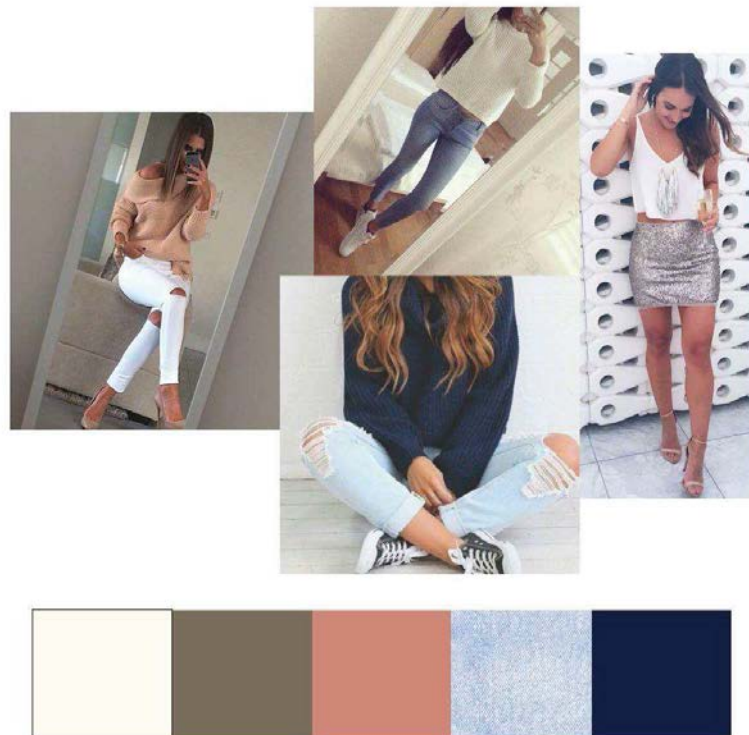


Figura 4: paleta de cores e figurinos Isabelle

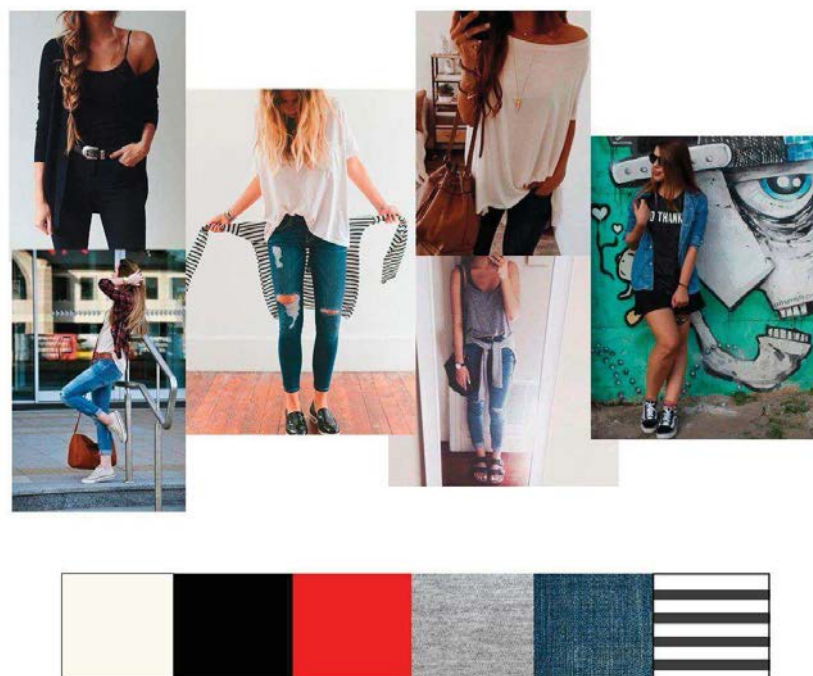


Figura 5: paleta de cores e figurinos Laura



Figura 6: paleta de cores e figurinos Patrícia



Figura 7: paleta de cores e figurinos Raissa

Cenários

Os cenários também foram fortemente inspirados nas referências audiovisuais citadas no item 5.4.1 e em sites como o *Pinterest*. Quartos e outros cômodos das casas foram elaborados de acordo com estilo próprios de cada personagem pela diretora de arte.



Figura 8: referência quarto Isabelle



Figura 9: referência quarto Isabelle



Figura 10: referência quarto Isabelle



Figura 11: quarto Isabelle pronto

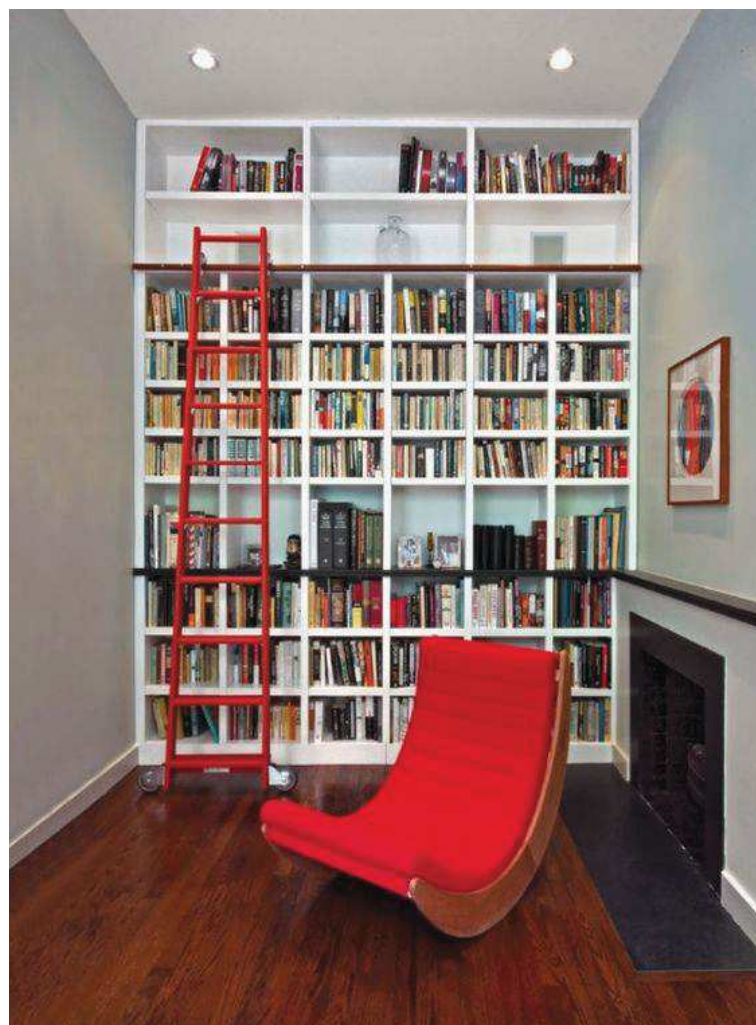


Figura 12: referência quarto Laura



Figura 13: referência quarto Laura



Figura 14: quarto Laura pronto



Figura 15: referência quarto Raíssa



Figura 16: referência quarto Raíssa



Figura 17: quarto Raíssa pronto



Figura 18: referência quarto Patrícia



Figura 19: referência quarto Patrícia

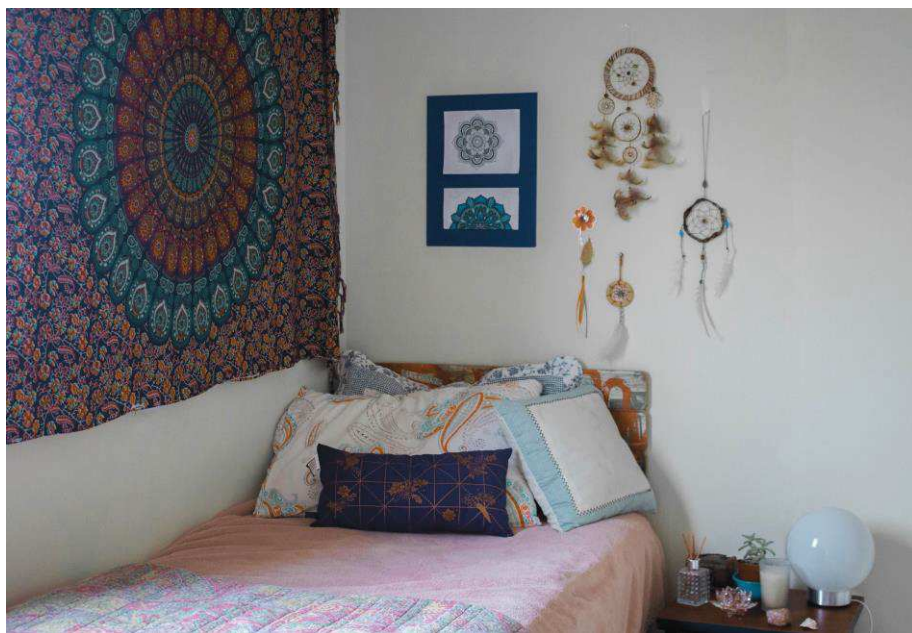


Figura 20: quarto Patrícia pronto



Figura 21: referência quarto meninos



Figura 22: referência quarto meninos



Figura 23: frame quarto Guilherme pronto

2.4.2- Plano de filmagens

Planejamento de filmagens ou decupagem consiste em dividir as cenas em planos, e prever como esses planos irão se ligar uns aos outros através de cortes na etapa de montagem na pós-produção. Com o roteiro pronto e aprovado, inicia-se esta fase, onde diretores irão fazer indicações técnicas como posição da câmera, enquadramentos, movimentos de câmera, entre outras indicações, para que toda a equipe compreenda o que será gravado e como será gravado.

Dentro da série Delas foi de opção das diretoras, em cenas com diálogos a predominância de planos próximos dos personagens em cena, com troca rápida entre esses planos para haver dinâmica durante o episódio, e um plano aberto para situar o espectador do ambiente onde acontece a cena. Em cenas mais tensas, optou-se pela câmera em movimento acompanhando a personagem e sem muitos cortes para causar impacto e dramaticidade no episódio, como por exemplo, no episódio 20 (“?”), em que a câmera acompanha a personagem Isabelle durante toda a atuação. Há ainda episódios onde houve a tentativa de fazer planos e movimentos diferenciados, por exemplo, o episódio 16 (“Flashes de uma noite”) com muitos enquadramentos bem próximos, planos com foco e desfoco do objeto principal; e o episódio 12 (“Party time”) em que a câmera permanece no mesmo eixo e pouco se mexe e são as personagens que entram e saem de cena.

2.4.3- Orçamento

O orçamento inicial pensado está apresentado na tabela abaixo.

Tabela 4 - ORÇAMENTO INICIAL

DESCRIÇÃO	VALOR
Produção	R\$200,00
Arte	R\$300,00
Equipamentos	R\$500,00
Alimentação	R\$100,00
Transporte	R\$100,00
Identidade Visual	R\$400,00
Total	R\$1600,00

Os custos finais do projeto estão apresentados e detalhados na tabela a seguir.

Tabela 5 - PLANILHA DE GASTOS

DESCRIÇÃO	VALOR
Produção	R\$209,08
Arte	R\$391,37
Equipamentos	R\$526,80
Alimentação	R\$101,21
Transporte	R\$50,00
Identidade Visual	R\$110,71
Total	R\$1389,17

Percebe-se assim, que enquanto alguns setores como produção, arte e equipamentos o gasto foi maior que o esperado, em outros como identidade visual e transporte ele foi menor, sendo que o total geral permaneceu abaixo das expectativas.

2.4.4- Identidade visual

A identidade visual da série foi criada pelo estudante de Design Gráfico da Unesp de Bauru, Giovanne Flores, e a designer Adriane Mascotti. A partir da ideia de um objeto para cada personagem, de acordo com a personalidade e história de cada uma

(Patrícia uma coroa, Raíssa um raio, Laura uma estrela e Isabelle um coração), e um objeto comum para as quatro personagens (o trevo de quatro folhas) iniciou-se o processo de concepção da identidade visual.

Com a ideia de ser utilizada nas redes sociais da série, bem como na abertura e encerramentos dos episódios, foi necessária a escolha de cores e fontes que seriam aplicadas a toda identidade visual e que se tornariam padrões e não poderiam ser alteradas após definidas.

As cores principais dos logos, foram definidas pelas diretoras e pela diretora de arte em conjunto, e ficaram estabelecidas as cores salmão clara (código f26f5e³) e verde água (código 37b391⁴), e poucas variações destas.

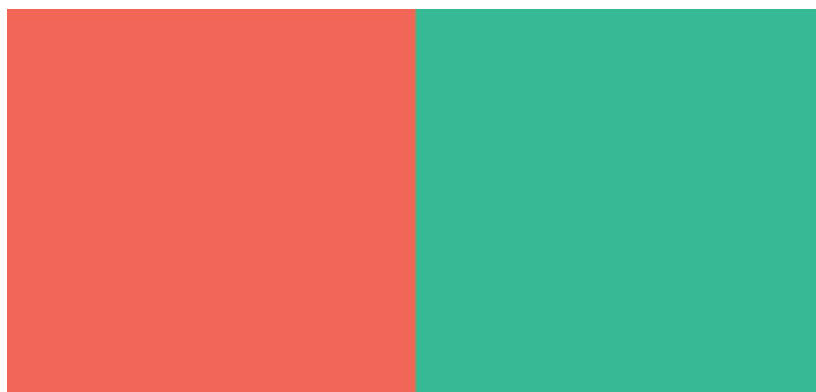


Figura 24: cores principais da identidade visual

Primeiramente, foram criados os logos da série e os logos de cada personagem, idealizados e finalizados por Giovanne Flores.



Figura 25: logo da série

³ Código de cor HTML

⁴ Código de cor HTML



Figura 26: logo das personagens

O logo da série além de presente na abertura dos episódios, também está presente como foto de perfil do Instagram e do Facebook, e serve de fácil identificação da série onde aparecer. Já o logo com o nome das personagens foi utilizado na abertura da série para identificar de quem seria o episódio apresentado.

Foram também criados *patterns* com a ideia de um objeto para cada protagonista e um objeto em comum. Os *patterns* foram desenhados por Adriane Mascotti e foram utilizados na abertura e encerramentos dos episódios, onde os desenhos dos objetos ao fundo mudava de cor de acordo com a personagem, assim episódios da Patrícia possuíam os objetos em verde, os da Raíssa em azul, os da Laura em lilás e os da Isabelle em rosa bebê.

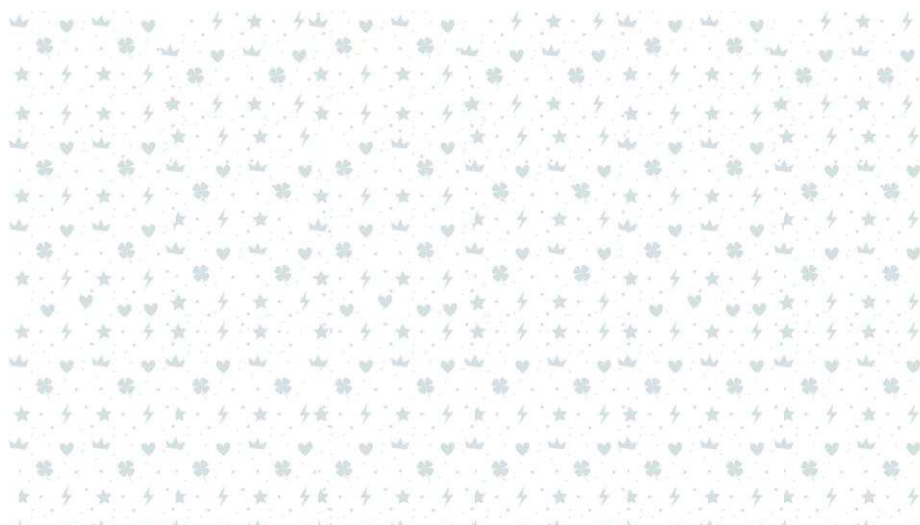


Figura 27: modelo de *pattern*

A identidade visual bem feita e aplicada chama a atenção do público e traz maior consistência à imagem do produto.

2.4.5- Casting

Elencados os personagens presentes na *websérie*, inicia-se o processo de procura de atores profissionais e amadores para participação no projeto. A série é composta por 20 atores, a maioria jovens e adolescentes, cada um com uma participação diferente em cada trama.

Para a definição de tais atores foi necessária uma grande apuração para que a escolha fosse a melhor possível. Primeiramente, foi-se ao Teatro Paulo Neves para observar os atores e convidá-los para o *casting* aqueles com características e idades próximas ao desejado, além daqueles indicados pelos professores do local. Também houveram algumas publicações em grupos de teatro locais e no grupo de Rádio e TV da Unesp.

Após o primeiro contato com os possíveis atores, foi marcado um dia com cada um em local determinado, para que pudessem ser avaliados através de três atividades, sendo elas, um jogo de improviso, inspirado no programa Quinta Categoria transmitido pela MTV, um diálogo decorado, enviado previamente, em que o ator precisava interpretar tanto a personagem feminina, quanto a masculina, e um diálogo improvisado.

Toda a procedência do *casting* ocorreu em junho de 2016, e posterior à análise de todos os atores chegou-se ao total de 17 atores, entre eles as quatro atrizes principais. Os três atores que faltavam foram chamados pontualmente, como o caso do personagem Caio, que teria um envolvimento com a personagem Isabelle, e por protagonizarem cenas de beijo, o ator chamado foi o próprio namorado da atriz escolhida para a personagem.

Segue abaixo lista de todos os personagens e seus respectivos atores.

Tabela 6 - ATORES SELECIONADOS

PERSONAGEM	ATOR
Laura	Mariana Boico
Sophia	Vanessa Usó

Giovana	Laura Kuster
Fernanda	Beatriz Alvarez
Raíssa	Anna Luisa Lopes
Mãe Raíssa	Greice Luiz
Guilherme	Vitor Tonsig
Beatriz	Vitória Toledo
Camila	Drielle Yoshihara
João	Alexsandro Stenico
Menino Escola	Pedro Oliveira
Patrícia	Joana Calepso
Dinho	Jeferson (Ralado) Martins
Diretor	Roger Lima
Professora	Aline Barudi
Menino 01	Alberto Brochieri
Menino 02	José Paulo Urives
Isabelle	Lara Baldi
Caio	João Gabriel Silva
Luisa	Ana Carolina Piaggi
Juliana	Lara Aleixo

2.4.6- Locações

Através do roteiro é possível traçar os ambientes em que se desdobrarão os acontecimentos da série. Inicia-se então, a partir dos espaços enumerados, a busca por locações ideais e propícias à gravação.

De início precisávamos de seis quartos, uma cozinha, duas salas de jantar, dois banheiros, uma cafeteria, uma sorveteria, duas escolas e dois espaços onde poderia haver uma festa.

Partindo desta extensa lista, buscaram-se ambientes que fornecessem as características necessárias para a gravação. Através de visitas e fotos chegou-se aos espaços ideais e possíveis para a produção.

Foram escolhidos cinco quartos, todos eles de pessoas da equipe, que seriam montados pela direção de arte. Um dos quartos serviu para a gravação de duas cenas com quartos diferentes, com a cenografia completamente modificada e utilizando espaços diferentes do mesmo quarto não foi possível perceber durante os episódios que se tratava do mesmo cômodo.

As cozinhas, salas de jantar e banheiros também foram utilizadas de casas de membros da equipe. Assim como as festas, que foram realizadas no quintal da casa de pessoas da equipe.

Após algumas visitas, o Colégio Coolidge em Bauru foi escolhido para realizarmos todas as cenas referentes a escola, pois, pôde-se selecionar espaços diversos dentro do ambiente do colégio e por isso, foi possível gravar quase todas as cenas referentes à escola lá, mesmo que o roteiro e os uniformes sinalizassem colégios diferentes. Apenas duas cenas de escola foram gravadas fora do Colégio Coolidge: uma realizada na quadra do edifício *Spot Club House* em Bauru (Episódio 8) e outra nos corredores do Colégio Técnico Industrial da Faculdade de Engenharia da UNESP de Bauru (Episódio 14).

A cafeteria e a sorveteria foram selecionadas após indicações e fotos analisadas pela internet. Após visita e contato com os responsáveis, foram eleitas a cafeteria Hoss e a sorveteria La Sorella, ambas localizadas na Avenida Getúlio Vargas em Bauru.

2.4.7- Lista de providências

Criadas para elencar tudo que será necessário durante as gravações, as listas de providências auxiliam a não esquecer objetos essenciais e diminuem os imprevistos que possam acontecer. Cada área precisa ler o roteiro decupado e fazer sua própria lista com todos os equipamentos, adereços, utensílios, peças fundamentais para a filmagem.

2.4.8- Equipe

Idealizado pelas alunas Ana Clara Toledo e Mayara Bailo, o projeto contou com o apoio de 20 pessoas, todos do curso de Rádio e TV da Unesp, que contribuíram em diversas áreas e tornaram a ideia em produto audiovisual.

Tabela 7 – LISTA DA EQUIPE

FUNÇÃO	NOME
Produção	Alexsandro Stenico
Produção	Jade Coelho
Assistente de pré-produção	Bruna Cruz
Produção Executiva	Gabriela Tiemi
Produção Executiva	Luis Moraes
Produção Executiva	Maria Eduarda Delfino
Direção	Ana Clara Toledo
Direção	Mayara Bailo
Assistente de Direção	Lucas do Carmo
Assistente de Direção	Victória Alves
Direção de Arte	Beatriz Nogueira
Produção de Arte	Ana Carolina Dal Piaggi
Maquiadora	Bárbara Benevenuto
Direção de Fotografia	Júlia Piccolo von Zeidler
Assistente de Fotografia	Beatriz Silva
Assistente de Fotografia	Vitória Toledo
Direção de Som	Thaís Martins
Assistente de Som	Carolina Maris
Edição	Andrey Sanches
Edição	Gabriela Staffa
Edição	Júlio César

Edição de Som	Thaís Martins
Edição de Som	Carolina Maris
Colorização	Júlia Piccolo von Zeidler

2.5- Produção

2.5.1- Ordem do dia

A Ordem do Dia é um documento preparado diariamente pela assistência de direção e compartilhado com o resto da equipe. Nela continham todas as informações necessárias para a organização da gravação, como por exemplo, os atores que estariam presentes, as cenas que seriam gravadas naquele dia, a ordem e descrição dos planos. Este documento era importante para todas as áreas, para a direção de fotografia montar as câmeras, para o áudio se posicionar e preparar os equipamentos, para a maquiagem saber quais atores iriam ter que ficar prontos primeiro. A Ordem do Dia era controlada pelos assistentes de direção, que cronometravam o tempo e alertavam as diretoras quando era necessário acelerar a gravação, ou cortar algum plano. A importância da Ordem do Dia era tanta que as diárias em que ela não foi elaborada a equipe ficou confusa com os planos, as gravações atrasaram e passaram do horário previsto.

2.5.2- Direção de arte

A equipe de direção de arte era composta pela diretora de arte, Beatriz Nogueira, uma produtora de arte, Ana Carolina Dal Piaggi e uma maquiadora, Bárbara Benevenuto. A diretora de arte ficou responsável por toda a concepção de cenário e figurino e a produtora ficou responsável por auxiliar a diretora na montagem dos cenários e buscar os itens que nos foram emprestados. A maioria dos objetos do cenário foram conseguidos com pessoas próximas da equipe ou na loja Imaginarium Bauru, o figurino também foi obtido majoritariamente por empréstimos e roupas das próprias atrizes, que levaram nas gravações uma mala com roupas que combinavam com a concepção da personagem. Um fato curioso que aconteceu foi que na gravação dos episódios 26, 27 e 28 as atrizes usaram roupas uma da outra: a Mariana, que interpreta Laura, utilizou um vestido da Anna Luísa, que interpreta Raíssa, e que usou

uma blusa da Mariana. O único objeto de arte produzido exclusivamente para as gravações foram os uniformes das duas escolas, cujos logos foram pensados pela própria diretora de arte da série e levam nomes de matérias estudadas no ensino médio: “Bioma” e “Função”. Inicialmente a ideia é que cada personagem estudasse em um colégio diferente, mas devido ao encarecimento da produção de um número menor de camisetas (seriam produzidas quatro camisetas de uma escola, cinco de outras duas e sete de outra), optamos por deixar Isabelle, Raíssa e Laura estudarem na mesma escola, visto que não haveria prejuízo para o roteiro.



Figura 28: logotipo do colégio fictício Função, onde estuda Patrícia



Figura 29: logotipo do colégio fictício Bioma, onde estudam Laura, Raíssa e Isabelle

A diretora de arte se preocupou em pensar em cenários que não interferiam na locação, que não precisassem furar paredes, por exemplo. E este foi um dos maiores

desafios: não interferir nos ambientes, que eram as casas de pessoas da equipe. Outro desafio encontrado, principalmente pela maquiadora, foi a quantidade de figurantes nas cenas das festas, pois haviam muitas meninas para serem maquiadas em pouco tempo.

2.5.3- Direção de fotografia

A equipe de direção de fotografia ficou responsável pela gravação e iluminação das cenas e era composta por uma diretora, Júlia Piccolo, e duas assistentes, Beatriz Silva e Vitória Toledo. Para a gravação foram utilizadas câmeras Canon t5i, 60D e 70D, em algumas cenas foi necessária a utilização de uma câmera GoPro Hero III, como por exemplo no Episódio 1, em que a câmera ficou dentro da geladeira, e no Episódio 19, em que a câmera ficou presa em um suporte de GPS no pára-brisa do carro e a equipe de fotografia acompanhou a cena através de um aplicativo no celular. A iluminação foi feita majoritariamente com refletores SoftBox de luz fria, nos episódios 10, 12 e 14 foi utilizada uma luz de efeito colorida que mudava de cor, para dar o efeito necessário de festa ou, no caso do Episódio 14, de dramaticidade. Foi aproveitado muito da luz natural dos ambientes, principalmente nas locações externas, em que a softbox servia apenas para corrigir alguns reflexos ou iluminar pequenas áreas. Nas gravações com movimento de câmera foram utilizados estabilizadores e, em poucas cenas, um monopé, para que o movimento fosse suave, quase imperceptível. As lentes utilizadas foram: 18-55mm, 50 mm f/1.8 e 17-50mm. Todos os equipamentos foram emprestados de membros da equipe ou pessoas próximas.

Os maiores desafios da Direção de Fotografia foram causados pela escassez de equipamentos adequados, os movimentos de câmera, que foram muito solicitados pela direção para dar um tom de realidade às cenas e os equipamentos que dispúnhamos não eram os ideais para a realização destes, fazendo com que uma mesma cena tivesse que ser repetida várias vezes até que o movimento fosse acertado, outra complicação encontrada foi a falta de recuo para a câmera nas locações, pois não possuíamos uma lente suficientemente aberta e com distância focal pequena, fazendo com que a câmera tivesse que ficar muito longe dos atores para que o enquadramento fosse realizado com perfeição, o que ocasionou o uso da GoPro Hero III o episódio 1, pois não possuíamos uma lente que captasse todo o quarto como

a direção solicitou, causando uma distorção nas paredes, a lente 17-50mm foi conseguida, através de empréstimo, por apenas um dia e foi utilizada na gravação dos episódios da festa e na cena do banheiro do Episódio 14. O único desafio causado pela estrutura de uma locação é que a cena da entrevista do Episódio 29 precisaria ser gravada na frente do Colégio Coolidge, que é toda espelhada, e dificultava o posicionamento da câmera, levando a equipe a transferir a gravação para outro ambiente, dentro do colégio.

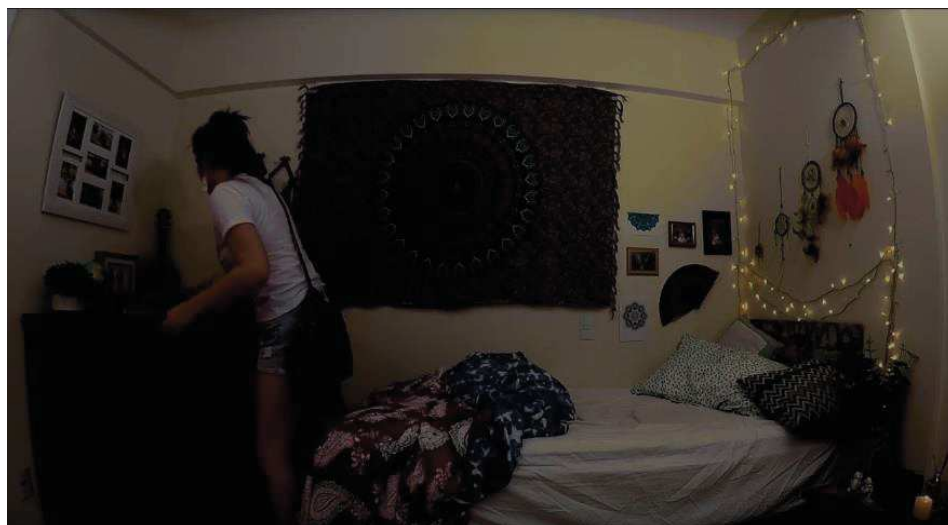


Figura 30: frame do Episódio 1 em que ocorreu distorção das paredes

Por outro lado, a equipe obteve muito êxito no seu trabalho quando visto o resultado final. Foi buscado um trabalho que parecesse claro, bastante iluminado, em que os tons brancos ficassem bem visíveis e as outras cores bem vivas, quase saturadas. Os movimentos de câmera, apesar da falta do equipamento ideal, ficaram muito próximos ao idealizado pela direção e trouxeram maior naturalidade às cenas. Outro ponto positivo foi o entrosamento da equipe, para alcançar o efeito desejado de diálogos rápidos e economizar, muitas cenas foram gravadas com mais de uma câmera e cada uma era operada por uma pessoa da equipe.

2.5.4- Captação de áudio

A captação de áudio foi realizada por duas alunas do curso de Radialismo, Carolina Maris Pereira e Thais Martins, que se revezaram nas funções de microfonista e técnica de áudio. Optou-se por captar o áudio o mais próximo possível da boca dos atores, na maioria das cenas, com exceção de situações especiais, como o carro e o plano sequência do Episódio 20 por ter de ampla movimentação da atriz e da câmera,

foram utilizados microfones de lapela e um microfone *boom shotgun*, ambos simultaneamente acoplados a um gravador de áudio. Os microfones de lapela, muito utilizados em telejornais, possuíam fios que precisavam ser escondidos, para isso foram colados com fita crepe por baixo do figurino dos atores. Devido ao período de greve, não foi possível emprestar o gravador de áudio Zoom H4n da Universidade, portanto foi necessário o aluguel deste equipamento, que foi conseguido com produtoras menores, por um preço abaixo do mercado. Os microfones de lapela e *boom* foram conseguidos através de empréstimo com pessoas da equipe que possuíam os equipamentos.

As gravações mais desafiadoras para a captação de áudio foram as externas, já que não era possível controlar todos os barulhos, como por exemplo, no episódio 11 em que se perdeu muito tempo esperando carros passarem na rua, cachorros pararem de latir, entre outros barulhos. No Colégio Coolidge, onde foi gravada a trama da Patrícia e o Episódio 07, pertencente à trama da Laura, o desafio foi o eco, pois o pátio do Colégio é um galpão e haviam poucas pessoas ocupando o espaço. O eco era frequente, mas conseguiu ser diminuído na pós-produção com a inserção de efeitos e ruídos de pessoas ao fundo. A equipe de áudio encontrou alguns problemas também na hora de se posicionar no set, principalmente nas locações dos banheiros, pois o espelho era grande e o banheiro pequeno, obrigando as meninas a ficarem no box do chuveiro. A gravação do carro também foi um tanto quanto desconfortável, já que a Carolina precisou ficar escondida no banco de trás para não aparecer.



Figura 31: Equipe de captação de áudio deitada no chão para não aparecer no enquadramento

2.6- Pós-produção

2.6.1- Montagem

Após captação de imagem e som de todas as cenas e episódios, inicia-se o processo de montagem, onde os arquivos brutos são selecionados, cortados e disposto em uma ordem linear, de acordo com a decupagem previamente realizada, criando uma unidade rítmica. Nessa etapa são sincronizados os áudios gravados com suas respectivas imagens.

A edição foi realizada no software *Adobe Premiere CS6* por três membros da equipe, Andrey Sanches, Gabriela Staffa e Júlio César. Os 30 episódios foram divididos entre os três editores, ficando 10 episódios para cada um montar. Ao final de cada episódio montado, o produto era apresentado às diretoras que o aprovavam ou solicitavam novas alterações.

Com todos os episódios montados e aprovados, é dado início as etapas de sonorização e trilha sonora concomitantemente a etapa de colorização.

2.6.2- Trilha sonora e sonorização

O processo de sonorização foi dividido em tratamento do áudio captado durante as gravações e finalização da faixa de som, para facilitar o trabalho das editoras, Carolina Maris Pereira e Thais Martins, onde a primeira ficou com a finalização do áudio e a segunda com o tratamento inicial.

Utilizando o software *Adobe Audition CS6*, pôde haver a correção e mixagem do som, para que este ficasse o melhor possível.

A trilha sonora, incluída muitas vezes na finalização ou utilizada em episódios inteiros, foi pensada pelas diretoras e pela diretora de som e foi escolhida baseada em referências. A grande maioria das trilhas utilizadas na série foi selecionada na internet através de músicas habilitadas para *free download* ou de bancos de músicas *online*. Salvo a música do início do episódio 10 (“Um carinho X”) que foi criada e produzida pela diretora de som Thais Martins.

2.6.3- Correção de cor

Realizado pela diretora de fotografia Júlia Piccolo von Zeidler, a colorização tratou as imagens captadas para que elas chegassem a cor ideal, de acordo com as

referências previamente estabelecidas. Através do software *Adobe Premiere CS6* pode-se ser feito o tratamento necessário nas cores do produto.

As ferramentas utilizadas para correção de cor foram *Three Way Color Correction* e brilho e saturação.



Figura 32: Comparação do antes e depois do ajuste de cor

2.6.4- Videografismo

Produzidos pelos editores, os videografismos criaram a abertura, o encerramento e as mensagens que aparecem em alguns episódios. Auxiliados pelo software *Adobe After Effects CS6*, os editores se dividiram para elaborar cada um dos videografismos necessários. Assim, abertura e finalização dos episódios foi criada e produzida em conjunto por Andrey Sanches e Gabriela Staffa, enquanto que o videografismo das mensagens foi elaborado por Júlio César.



Figura 33: videografismo mensagens

2.6.5- Finalização

Com os episódios montados, coloridos, sonorizados e com os videografismos prontos, pôde-se finalizar a edição. Após acrescentar abertura e encerramento, ocorre a etapa de finalização onde o produto é enfim terminado e exportado, tornando-se um arquivo no formato mp4. Com o produto exportado pudemos iniciar a publicação dos episódios nas mídias digitais.

Capítulo 3 - Divulgação e veiculação da série

3.1- A importância do planejamento de marketing na divulgação

Neste trabalho será utilizada a definição de Marketing de Philip Kotler e Gary Armstrong (1995), que consideram, entre outras definições, marketing como o ato de compreender e satisfazer as necessidades do cliente. Transferindo esta ideia para o audiovisual, a Websérie “Delas” procura satisfazer as necessidades de uma narrativa rápida e atrativa, que passasse um conteúdo consistente a uma geração acostumada às mudanças do século XXI. Ainda trabalhando nos conceitos de Kotler e Armstrong, concebemos o planejamento estratégico como: “[...] processo de desenvolvimento e manutenção de uma referência estratégica entre os objetivos e capacidades da empresa e as mudanças de suas oportunidades no mercado.” (ARMSTRONG, KOTLER, 2007 p.29).

Para tal, traçamos um objetivo inicial: focar no Instagram como principal rede social do projeto, fazendo com que este chegasse ao maior número de pessoas em diferentes círculos sociais, não só o próximo das diretoras. A estratégia inicial foi seguir pessoas que faziam parte do público alvo com a conta da série e esperar que elas nos seguissem de volta. A administração das contas que realmente nos seguiam e que deixavam de nos seguir era feita a partir de um aplicativo denominado “FollowCop”, que permite deixar de seguir até dez pessoas de uma só vez, recurso que é limitado no Instagram, pois é necessário acessar conta por conta. Outra estratégia foi a produção de conteúdo pensando apenas no Instagram, deixando o Facebook como um meio para replicar as publicações, sempre acreditando no potencial de compartilhamento desta rede social. Parte do planejamento é também saber se moldar às novas necessidades e, neste sentido, o planejamento estratégico foi importante para nortear o projeto. A partir do momento em que a repercussão no Facebook aumenta, passamos a investir mais nesta rede social, criando conteúdo específico para ela, como por exemplo o teste “Quem é você na Série Delas”, criado pelas autoras utilizando a plataforma BuzzFeed.

Ao analisar o emprego dos conceitos de Philip Kotler e Gary Armstrong, podemos considerar que o Planejamento Estratégico foi de suma importância para nortear os objetivos da divulgação do projeto, tornando todas as ações significativas com resultados satisfatórios e, muitas vezes, superando as expectativas da equipe.

Abaixo, explicaremos os métodos utilizados na divulgação, bem como os resultados numéricos das redes sociais e a repercussão do projeto em outras mídias.

3.2- Meios de atingir o público-alvo

3.2.1- Ensaio fotográfico

O Instagram, como dito acima, é uma rede social criada inicialmente para o compartilhamento de fotos, que com o passar dos anos tornaram-se menos amadoras, deixando também o público que utiliza esta rede social mais criterioso quanto à qualidade das fotos apresentadas. Levando isto em consideração foi pensado um ensaio fotográfico com as atrizes principais para o abastecimento das redes sociais antes do lançamento da série.

Os ensaios foram realizados com as quatro atrizes, separadamente, e posteriormente todas juntas. Foram utilizadas como referência as fotos que as celebridades postam nas redes sociais, já que a Geração Z gosta e está familiarizada com este tipo de conteúdo. Os ensaios aconteceram no centro histórico da cidade de Bauru, aos arredores da estação ferroviária e o figurino utilizado foi conseguido através de empréstimo da loja Atelier Miscelânea, que nos cedeu as roupas em troca de divulgação nas redes sociais.



Figura 34: foto da celebridade Selena Gomez postada em seu Instagram pessoal e foto da atriz Mariana Boico em ensaio fotográfico da série

Para manter a fidelidade estética do Instagram, a fotógrafa dos ensaios foi a própria diretora de fotografia da série e a maquiagem também foi feita pela maquiadora da série.

3.2.2- Parcerias com lojas

Logo no início do projeto, foi pensada a parceria com lojas e estabelecimentos para empréstimos de produtos para o cenário e roupas para o figurino, pois a qualidade estética do trabalho era muito importante, por se tratar de uma rede social em que imagem é tudo. As lojas inicialmente pensadas foram as que se aproximavam da estética jovem da série e que não pertenciam a grandes redes, priorizamos as lojas menores e que não pertenciam a franquias conhecidas, para não ter problemas com nomes de grandes marcas.

O processo iniciou-se com a criação do Plano de Mídia, um documento que continha informações necessárias sobre a série, o objetivo, público alvo e a importância da parceria solicitada, bem como todos os termos de empréstimos e, ao final, uma relação entre a série e a loja visitada. Foi feito um plano de mídia genérico para lojas de decoração, um para lojas de roupas e um para locações.

Os resultados desta prática foram satisfatórios, pois conseguimos parcerias com duas lojas que vendiam produtos de qualidade e haviam sido pensadas desde o início: o Atelier Miscelânea, loja de roupas, e a loja Imaginarium Bauru, da franquia Imaginarium de itens de decoração e acessórios. Por se tratar de uma loja de franquia, esta havia sido descartada logo de início, mas quem ficou encarregada de entregar os planos de mídia nas lojas do Bauru Shopping foi uma das assistentes de produção, que acabou levando na Imaginarium e depois nos avisou, a qual foi a única que entrou em contato e se interessou pelo projeto. Ambas as lojas foram muito atenciosas com a equipe. O figurino do Atelier Miscelânea foi utilizado nos episódios das festas (10, 12 e 16) e nos ensaios fotográficos, já os itens da Imaginarium Bauru foram utilizados para criar os cenários dos quartos das quatro meninas, e algumas mochilas nas escolas.

Em troca do empréstimo, divulgamos as duas lojas com fotos dos itens e marcando-as em todos os episódios que apareciam, como prometemos 10 fotos patrocinadas para a Imaginarium Bauru, remontamos alguns cenários após as gravações para poder tirá-las com mais calma, já que isto não foi possível durante as

gravações, devido ao curto espaço de tempo e o grande fluxo de pessoas nos cenários. Por fim, acreditamos que houve um retorno muito bom para ambas as partes.



Figura 35: Post no instagram da série com itens da loja Imaginarium Bauru

3.3- Redes sociais

Produzida para a internet e para as redes sociais, principalmente para o Instagram, a série precisava de um perfil e uma página nas plataformas Instagram e Facebook, respectivamente, para que os episódios pudessem ser liberados e divulgados. Foram criadas então o perfil @aseriedelas e a página “Série Delas” nas mídias digitais citadas.

Tanto a página no Facebook, quanto o perfil no Instagram seguiram a mesma identidade visual proposta e utilizada durante a série, mantendo-se assim uma uniformidade na imagem passada ao público.

3.3.1- Instagram

Criada no início do projeto, o Instagram levou o nome de A Série Delas ou @aseriedelas (www.instagram.com/aseriedelas) e teve suas primeiras postagens no dia 23 de outubro de 2016, um mês antes do início da série. Durante esse primeiro mês de publicação, divulgamos as atrizes que estariam presentes na *websérie*, um pouco sobre as personagens e os temas que iriam ser abordados em cada história. Utilizamos as fotos do ensaio fotográfico para chamar a atenção do público através da imagem, parte importante na plataforma Instagram, e na descrição de cada foto

falávamos sobre os tópicos citados acima: atrizes, temas ou personagens. Além disso, durante esse período, postamos fotos dos quartos de cada personagem, fotos de algumas locações e de figurinos, sempre marcando as lojas e locais que nos apoiaram, assim retornando a ajuda recebida através desta forma de publicidade. Aproveitamos este primeiro mês de postagem para conseguir curtidas no perfil e gerar expectativa no nosso público para assistir os episódios.

O primeiro episódio do Delas foi publicado no dia 20 de novembro de 2016, nesse dia contabilizamos 775 seguidores em nossa página e o episódio intitulado “Bom dia Patrícia” teve em torno de 150 visualizações no primeiro dia. Foram postados 30 episódios no total, sendo um por dia. O último episódio foi publicado em 20 de dezembro de 2016, onde já contávamos com 850 curtidas no perfil.

Os episódios eram postados diariamente às 19 horas, pois como pesquisado em diversos sites de marketing, este era o horário de maior acesso ao Instagram por parte do público-alvo. Apenas alguns episódios não foram postados dentro deste horário, pois em alguns tivemos problemas, como no episódio 25 (“Vai ter shortinho sim”) a música utilizada, por ser de um grupo famoso, não era aceita pelo Instagram, sendo assim, tivemos que reeditar no mesmo dia com apenas o instrumental da música, e isso atrasou a postagem do episódio.

No Instagram tivemos um total de 6.154 visualizações nos 30 episódios e ao fechamento do presente trabalho um total de 874 seguidores na página.



Figura 36: perfil da série no Instagram

3.3.2- Facebook

A página na rede social Facebook (www.facebook.com/seriedelas) foi criada em 10 de outubro de 2016 e teve como primeira publicação um gif de “bem vindos” e um texto explicando sobre o que seria a página no Facebook e a série que ali seria veiculada.

Durante as primeiras semanas, antes do Instagram ser lançado, a página foi utilizada para abordar os temas que estariam presentes na série (estupro, *slutshaming*, relacionamento abusivo e *porn revenge*) e mostrar para o público o quão importante é tratar destes assuntos. Foram postadas notícias, dicas de filmes, vídeos e dados relacionados às temáticas presentes no projeto.

Ao longo da primeira semana, a página Série Delas somou um total de 165 curtidas e um alcance de 1.134 pessoas nas publicações. E esses números aumentaram consideravelmente durante as primeiras semanas de divulgação.

Com a inauguração do Instagram, optou-se por tornar a página um replicador dos *posts* compartilhados no perfil @aseriedelas. Assim, quem não tivesse acesso ao Instagram poderia acompanhar tudo sobre as personagens e as histórias também pelo Facebook.

O primeiro episódio da série foi postado no dia 20 de novembro de 2016. A página neste dia contava com 356 seguidores e o primeiro episódio “Bom dia Patrícia!” teve um alcance de 1000 pessoas em seu primeiro dia de exibição. Ao todo foram 30 episódios, sendo um episódio por dia, com horário de publicação às 20 horas, uma hora após a publicação no Instagram, pois assim os horários não coincidiam e o Instagram continuaria sendo a principal mídia do projeto, onde os episódios seriam exclusivos. Assim como no Instagram, poucos episódios não foram postados no horário correto por contratempos ou erros do Facebook, como por exemplo o episódio 27 (“Chama as meninas”), que foi programado dentro da plataforma para ser postado às 20 horas do dia 17 de dezembro de 2016, porém o próprio Facebook não publicou, fazendo-nos publicar manualmente o episódio com o atraso de algumas horas.

Ao final, os 30 episódios da série totalizaram, até o fechamento deste trabalho, 25.976 visualizações e a página hoje conta com mais de 880 curtidas.



Figura 37: página da série no Facebook

3.4- Repercussão

A divulgação e veiculação da série Delas nas redes sociais foi de extrema importância. Através da internet alcançamos diversos espectadores de outros estados como Amapá, Rio de Janeiro e Minas Gerais, além de diversas cidades no estado de São Paulo, como Franca, Campinas, São Carlos e a capital.

A aceitação por parte do público foi ótima, recebemos diversas mensagens de apoio e de elogios sobre a iniciativa, sobre o modo como a série abordou os temas e a importância de tratar sobre o feminismo na internet.

Por conta da repercussão, maior do que esperávamos, fomos convidadas por diversos meios de comunicação para darmos entrevistas e contar um pouco mais sobre o projeto, o que gerou um alcance ainda maior da série nas mídias digitais.

Concedemos, primeiramente, uma entrevista a TV Unesp, onde contamos um pouco como foi fazer a série e um pouco sobre a graduação em Rádio e TV. A entrevista foi ao ar em 22 de dezembro de 2016 e posteriormente publicada no canal da emissora no Youtube, onde já acumula mais de 200 visualizações

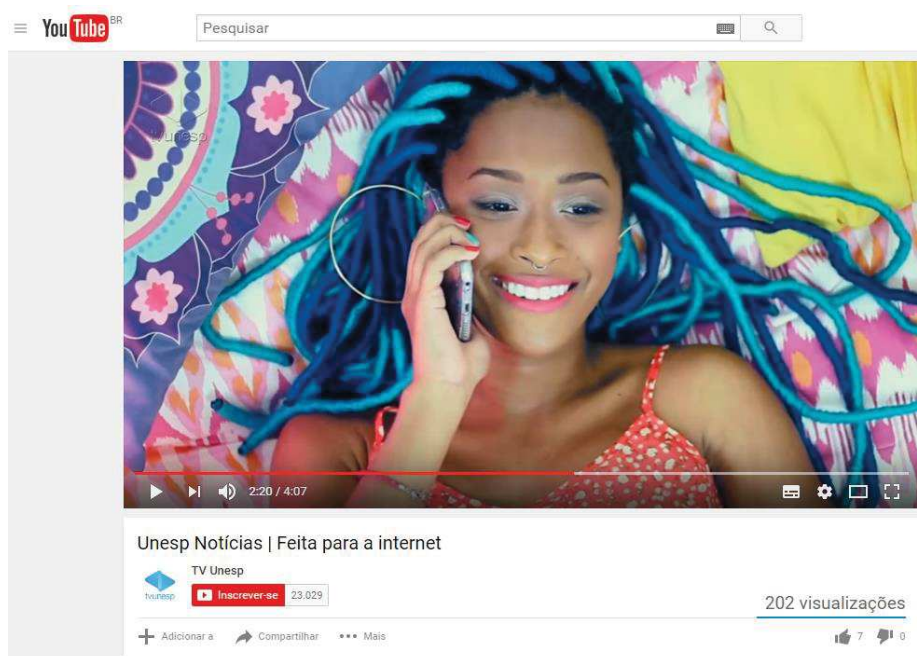


Figura 38: entrevista concedida à TV Unesp publicada no Youtube

Após a publicação da entrevista concedida à TV Unesp, o blog Bauru TV, coletou as informações da nossa página no Facebook e o que abordamos durante a

entrevista para a TV, e montou uma matéria contando sobre o nosso projeto, sobre as diretoras e publicou ainda o primeiro episódio.

A página do Social Bauru, mídia online com cobertura de eventos, matérias e entrevistas sobre o que acontece de mais importante na cidade, também publicou uma reportagem sobre a série no dia 16 de janeiro de 2017, contando um pouco como foi para as diretoras a realização da série e a importância de se falar sobre o feminismo com uma linguagem de fácil acesso. A matéria rendeu grande visibilidade da série e impulsionou curtidas na nossa página no Facebook.



Figura 39: matéria para o Social Bauru publicada em página do Facebook

O site da Unesp também publicou um texto explicando sobre o projeto e posteriormente a página da Unesp no Facebook fez uma publicação falando sobre a série e marcando nossa página do Facebook para que mais pessoas pudessem acessá-la.



Figura 40: publicação feita na página da Unesp

Houve ainda uma matéria ao vivo pela página do Facebook da Revista AZ! no dia 30 de janeiro de 2017, onde contamos um pouco sobre a nossa decisão de fazer o curso de Rádio e TV na Unesp, como surgiu a ideia de fazer a série para o Instagram, como foi o processo de criação das personagens e a importância da igualdade de gênero no meio audiovisual.



Figura 41: entrevista ao vivo para a Revista AZ!

Com todo o resultado positivo obtido com as publicações e entrevistas em diversos veículos de comunicação, outros blogs e sites entraram em contato conosco para entrevistas e matérias relacionadas ao projeto Delas.

Toda obra audiovisual é produzida para ser vista e apreciada, por isso há a necessidade de se pensar as melhores formas para esse produto ser assistido pelo maior número de pessoas possíveis, de forma que elas gostem do trabalho e ainda possam acrescentar em suas vidas prováveis questionamentos incluídos na produção. Ao analisar a repercussão e os números expressivos, tanto no número de curtidas, quanto de visualizações e alcance da série, já expressados nos tópicos 6.4.1 e 6.4.2 dedicados ao perfil no Instagram e à página no Facebook, respectivamente; percebemos que a divulgação e a escolha dos meios de veiculação do produto foram bem apuradas e definidas. Desta forma, a obra Delas conseguiu alcançar seu objetivo ao trazer a temática do feminismo, com uma linguagem de fácil compreensão, às mídias sociais de grande acesso ao público jovem, trazendo a eles a discussão necessária para a transformação deste mundo em um lugar melhor e mais igualitário para se viver.

Considerações Finais

Ao final do projeto, concluímos que o nosso objetivo principal: realizar uma websérie para o Instagram, foi alcançado. Mesmo com alguns contratempos no caminho, acreditamos que todas as etapas foram concluídas com sucesso e obtivemos um resultado satisfatório, tanto na questão técnica de produção audiovisual, quanto na repercussão do trabalho em geral. De veículos de comunicação que se aproximaram para fazer matérias, a pessoas que não conhecíamos e elogiaram o projeto, ficamos contentes com o carinho e atenção do público, mas não esquecemos do mote inicial do projeto, retratar as situações de abuso que meninas sofrem todos os dias. Acreditamos também que esta missão foi cumprida, pois conseguimos conscientizar pessoas de diferentes faixas etárias e levar esta discussão a quem realmente importa: as adolescentes.

Desde o início das pesquisas, quando desenvolvemos o pré-projeto, já percebemos o desafio que seria realizar algo que nunca havíamos visto antes, contudo, provar para nós mesmas que a nossa ideia era algo possível de realizar foi a nossa motivação para desenvolver o roteiro e o projeto como um todo. Houve também quem não acreditou na proposta e no sucesso da produção audiovisual, que disseram que teríamos pouco tempo para passar uma mensagem tão profunda, ou que o público-alvo não assimilaria o conteúdo. Porém, as críticas nos motivaram mais ainda e, no final, foram irrisórias se comparado a todo apoio que recebemos em todas as instâncias do projeto. O projeto nos deu uma base para o crescimento profissional, pois precisamos lidar com muita responsabilidade, contratempos, críticas construtivas e não construtivas, além de nunca antes administrarmos uma equipe tão grande, tanto na parte técnica quanto dos atores.

Também não podemos deixar de mencionar a disposição e comprometimento de todas as pessoas envolvidas no projeto, pois sem elas, seria impossível realizar a série de forma tão satisfatória. O trabalho em equipe se mostrou a força principal de todas as gravações, pois, muitas vezes, a cooperação entre os membros extrapolava o limite da função técnica, fazendo com que a equipe “Delas” se tornasse uma grande família.

Por fim, consideramos a execução deste projeto experimental como a consolidação de todo o aprendizado adquirido durante a graduação, não só em sala de aula e nos quesitos técnicos, mas também no amadurecimento ao longo destes quatro anos de trabalhos em grupo e projetos de extensão.

Referências Bibliográficas

ABCMED, 2015. **Estupro: o que é? Quais são as causas? E as consequências?** Disponível em: <<http://www.abc.med.br/p/psicologia..47.psiquiatria/807564/estupro-o-que-e-quais-sao-as-causas-e-as-consequencias.html>>. Acesso em: 8 de fevereiro 2017.

ABRAMO, Helena. **Estação Juventude: conceitos fundamentais - ponto de partida para uma reflexão sobre políticas públicas de juventude**. Brasília: Secretaria Nacional da Juventude, 2014. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/a_hora_da_geracao_digital_-_resumo_marina_polli.pdf> Acesso em 18 de janeiro de 2017

ARMSTRONG, G; KOTLER, P. **Planejamento estratégico e o processo de marketing**. In: Princípios de Marketing Rio de Janeiro: LTC Editora p.21 a 43

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. São Paulo: Summus, 2009.

CRUZ, Melissa. In: TechTudo **Instagram lança business tools; perfil para empresas agora é oficial**. Globo.com, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://glo.bo/2fDi0xR>> Acesso em 10 de janeiro de 2017

FRAGA, Rafaella. In. **Alunas fazem mobilização pelo uso de shorts em escola de Porto Alegre**. Porto Alegre 2016, Globo News. Disponível em: <<http://glo.bo/1TGaOKi>> Acesso em 20 de janeiro de 2017

GOSSIP GIRL, Série de televisão. Direção: Josh Schwartz e Stephanie Savage, The CW, Estados Unidos, 2007.

INSTAGRAM, **About us**. In: Instagram, 2017. Disponível em: <<https://www.instagram.com/about/us/>> Acesso em 10 de fevereiro de 2017

JUSTIN BIEBER - WHAT DO YOU MEAN. vídeo on line. Los Angeles/EUA: Happy Place Inc. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DK_0jXPulr0> Acesso em 10 de fevereiro de 2017

LEMONS, V. C. A. **Formatos narrativos audiovisuais para a Web: a relevância da segmentação. Caso de estudo: Projecto Carne p'ra Canhão**. Aveiro, PT: 2009. Originalmente apresentada como dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro. Disponível em: <<http://ria.ua.pt/handle/10773/1213>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2017.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada à sério**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

MEGACURIOSO, Equipe. **20 sinais de que um relacionamento é abusivo** In: Medicina e tecnologia. Megacurioso. São Paulo 2016. Disponível em : <<http://mulher.megacurioso.com.br/comportamento/93782-20-sinais-de-que-um-relacionamento-e-abusivo.htm>> Acesso em 08 de fevereiro de 2017

MOONRISE KINGDON, Filme. Direção: Wes Anderson [2012]. EUA. Indian Paintbrush, 2012.

NOVAIS, Moema. **Psicóloga explica relacionamentos abusivos: o que é e como lidar com essa situação.** In: Repórter UNESP. Bauru, 2015. Disponível em: <<http://www.reporterunesp.jor.br/psicologa-explica-relacionamentos-abusivos-o-que-e-e-como- lidar-com-essa-situacao/>> Acesso em 08 de fevereiro de 2017.

OLIVEIRA, B, J; SILVA, E, S; SILVA, C, N, L. **Narrativas audiovisuais para Instagram: continuidade temporal e espacial na criação de histórias.** 2016. Disponível em: <<http://alaic.org/descargas/2016/GT14.pdf>>

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica.** Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em <<http://bdm.unb.br/handle/10483/3243>> Acesso em 20 de fevereiro de 2017.

ROMERO, N. L.; CENTELLAS, F. C. **New stages, new narrative forms: The Web 2.0 and audiovisual language.** 2008. Disponível em: <<https://www.upf.edu/hipertextnet/en/numero-6/lenguaje-audiovisual.html#5.4>> . Acesso em: 10 de janeiro de 2017.

REDAÇÃO, G1. **Instagram ultrapassa 500 milhões de usuários** In: Tecnologia e Games, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://glo.bo/28KqnDI>> Acesso em 20 de janeiro de 2016

SILVA, L. O. C; ZANETTI, D. **A Websérie Como Produto Audiovisual.** 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-0339-1.pdf>> Acesso em: 10 de janeiro de 2017

SÓ UM MINUTINHO. vídeo on line. São Paulo. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BGGM-xjPL8t/?taken-by=micarocha&hl=pt-br>> Acesso em 10 de fevereiro de 2017

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos.** Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

ZETTL, Herbert. **Manual de Produção de Televisão.** São Paulo: Cengage, 2011.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Exemplo de Roteiro (Episódio 14)

INT. ESCOLA - DIA

RAÍSSA está andando no corredor e um menino a aborda

PLANO MÉDIO: STEADY SEGUINDO RAÍSSA

MENINO

Raissinha, eu não sabia que a
camiseta do uniforme escondia esse
mulherão hein, passa lá em casa
estudar.

PLANO MÉDIO (A MESMA CÂMERA DA STEADY)

RAÍSSA

Que que você está falando moleque?
Ta louco, é?

MENINO

To falando disso aqui

O menino entrega o celular pra RAÍSSA, que fica chocada

MENINO

Quando tiver nudes novos pode me
mandar. Você tem meu número.

RAÍSSA

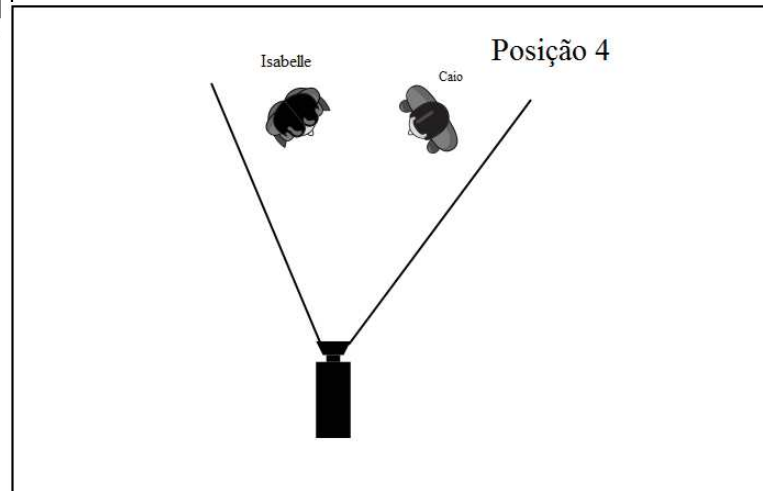
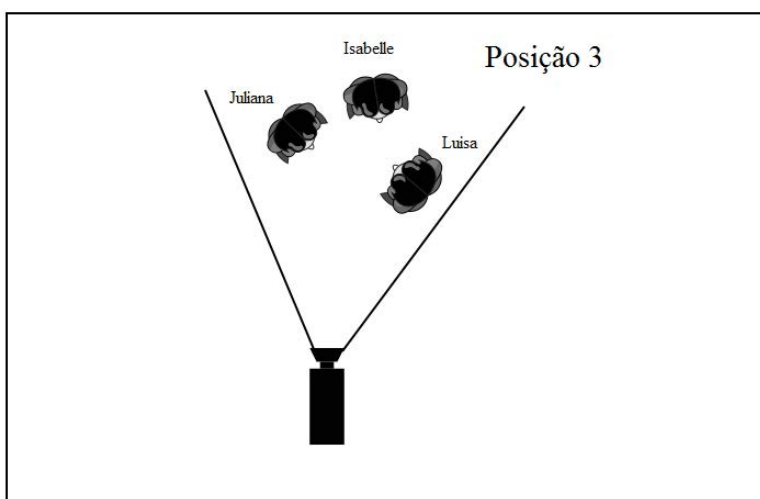
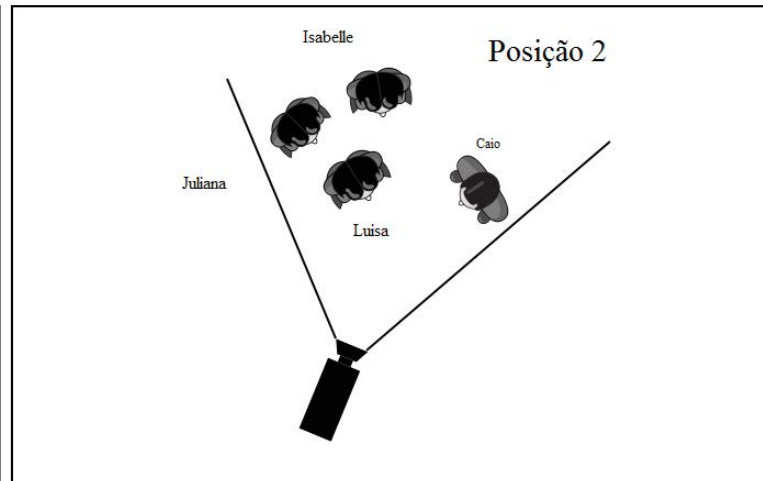
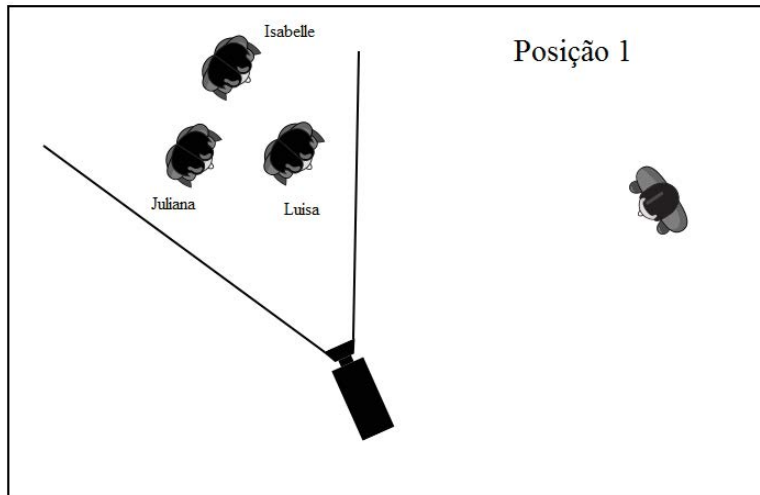
Eu não acredito que o Guilherme fez
isso. Sai da minha frente agora.

RAÍSSA empurra o menino e sai

INT. CABINE DO BANHEIRO DA ESCOLA - DIA

PLANO PRÓXIMO GRAVADO DE BAIXO

RAÍSSA está muito triste olhando o celular. Na tela, passam
ofensas e assédio direcionados a ela.

APÊNDICE B - Planos de câmera em movimento (Episódio 12)

APÊNDICE C – Exemplo de lista de providências

Lista de Povidencias - Direção de Fotografia				
Quantidade	Ítem	Responsável	Observação	Status
2	CÂMERAS	Nalda/Ana	T5i	OK
3	BATERIAS	Nalda/Ana/Lua		OK
3	CARTÃO 32G	Nalda/Ana	Falta 1	
2	TRIPÉ	Nalda/Simba		OK
1	SOFTBOX	Shey		OK
1	MONOPÉ	Júlia		OK
1	LUMINÁRIA		Conversar com a arte/ Luz diegética	
1	LENTE 50 MM	Nalda		OK
1	LENTE 17 55 2.8			
1	LENTE 18 55	Ana		OK
1	REBATEDOR			

APÊNDICE D – Termo de concessão de imagem

TERMO DE USO DE IMAGEM

LICENCIADO: A dupla responsável pela criação da Websérie “Delas”, atualmente estudantes da Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho. São elas: Mayara Bailo Gomes, portadora do RG: 40209894-8 e do R.A: 131031261 Ana Clara Ferreira Franco de Toledo, RG:49.974.991-1 e RA: 131033671 representados por Mayara Bailo Gomes portadora do RG: 40209894-8, RA:131031261.

LICENCIANTE: Anna Luisa Lopes de Souza RG: 41.777.678-0, residente e domiciliada na Rua Américo Sallas, 260, Bairro Chácara Malota, 13211547, Jundiaí, estado de São Paulo.

DO OBJETO DO CONTRATO

Cláusula 1ª. O presente CONTRATO tem como objeto a autorização, do uso de imagem do LICENCIANTE.

Parágrafo primeiro. A licença concedida neste CONTRATO abrange somente o uso especificado nas cláusulas seguintes.

Cláusula 2ª. As mídias licenciadas neste CONTRATO consistem em vídeos, fotos e gravações de voz realizados durante os períodos de gravação da “Websérie Delas”

DAS OBRIGAÇÕES DO LICENCIADO

Cláusula 3ª. O LICENCIADO se compromete a utilizar a imagem do LICENCIANTE somente para os seguintes fins específicos: divulgar o trabalho dos LICENCIADOS.

Cláusula 4ª. As imagens serão veiculadas pelo LICENCIADO em todas e quaisquer mídias.

Cláusula 5ª. O LICENCIADO tem somente o direito do uso das imagens do

LICENCIANTE para exibição nos moldes explicitados neste CONTRATO, não possuindo o direito de vendê-las a terceiros.

Parágrafo único. O LICENCIADO não se responsabiliza pelo uso indevido das imagens, cuja licença é objeto do presente instrumento, captadas por terceiros em exibições e/ou reproduções ocorridas de acordo com as especificações estabelecidas neste CONTRATO.

DAS OBRIGAÇÕES DO LICENCIANTE

Cláusula 6ª. O LICENCIANTE se compromete a ceder sua imagem para utilização nos moldes desse contrato.

DA EXCLUSIVIDADE

Cláusula 7ª. A imagem cedida pelo LICENCIANTE será de utilização exclusiva do LICENCIADO, a quem competirá o direito de tomar as medidas judiciais e/ou extrajudiciais cabíveis para impedir a utilização da imagem por terceiros.

Parágrafo único. O LICENCIADO se compromete a não denegrir, desrespeitar nem difamar a imagem do LICENCIANTE

DO PAGAMENTO

Cláusula 8ª O LICENCIADO não pagará ao LICENCIANTE nenhuma quantia em dinheiro

Parágrafo único. O LICENCIADO se compromete a arcar com todas as eventuais necessidades do LICENCIANTE no que se refere a logística e alimentação durante o período das gravações, desde que tenham suas necessidades comprovadas

DO PRAZO

Cláusula 9ª. O presente CONTRATO vigorá pelo prazo indeterminado.

DO FORO

Cláusula 10ª. Para dirimir quaisquer controvérsias oriundas do CONTRATO, será competente o foro da comarca de Bauru.

Por estarem assim justos e contratados, firmam o presente instrumento, em duas vias de igual teor, juntamente com 2 (duas) testemunhas:

Bauru, ____, de _____ de 2016

APÊNDICE E – Exemplo de Ordem do Dia

Série Delas ORDEM DO DIA - 27/jul, quarta-feira

LOC: Escola Patricia	CHAMADA GERAL na locação
Endereço: Escola Coolidge	13h45

Episódio	I-E / D-N	SET e SINOPSE	PGs CRONO	ELENCO	H a H
Preparação geral e montagem do set// Preparação elenco					13h30 – 14h
2- PATRÍCIA	I / D	Exterior Entrada Escola: Patricia chega apressada a escola/ Interior Escola dia: Ao chegar perto da sala de aula Patricia ouve alguém a chamando	2 pg	Patricia, Dinho, Diretor	14h15 – 15h40
7 - PATRÍCIA	E / D	Escola entrada: Várias meninas e meninos entram na escola de shorts com dizeres escritos em seus corpos.	2pg	Patrícia e Dinho Figurantes	16h00 - 16h45
3- PATRÍCIA	I / D	Sala do diretor interior : Patricia está sentada na mesa do diretor. Ela houve o sermão dele impaciente e incomodada. diretor anda em volta dela.	2 pg	Patrícia, Diretor	17h – 17h50
TOTAL DE PÁGINAS: 3			DESPRODUÇÃO	17h45 / 18h	

Diretora	13h30	Ana Clara/ Mayara Bailo
1º AD	13h30	Victoria Alves
2º AD	13h30	Lucas do Carmo
Produtora	13h30	Jade Coelho
Produtor	13h30	Alexsandro Stênico
Diretora de Arte	13h30	Beatriz Nogueira
Assistente da Arte	13h30	Carol dal Piaggi
Diretora de Fotografia	13h30	Júlia Picollo
Assistente de Fotografia	13h30	Vitoria Toledo
Diretora de Som	13h30	Thais Martins
Assistente de Som	13h30	Carolina Maris

PERSONAGEM	ELENCO	NA LOC	MARCA CENA	FIG. MAKE
Patricia	Joana	13h45	14h15	13h45
Dinho	Ralado Martins	13h45	14h15	13h45
Diretor	?????	13h45	14h15	13h45
Figurantes	????	13h45	14h15	13h45
3 pessoas				

ep. / cena	Plano	Descrição	Locação	Minutagem	Atores
montagem plano seguinte + caracterização de atores			Escola Coolidge	13h30 – 14h15	Joana, Ralado, Diretor, Figurantes
2/ 1	1	Plano Americano Porteiro	Entrada Escola	14h15 – 15h00	Patricia, Dinho, Figurante
2 / 2	2	Plano americano Patricia	Interior Escola	15h00 - 15h40	Patricia, Diretor, Figurante
montagem plano + cenario + caracterização de atores			Entrada Escola	15h40 – 16h	Dinho, Patricia, Figurantes
7/1	2	Plano Geral Intercalado Com Planos Detalhes	Entrada Escola	16h -16h30	Dinho, figurantes
7/1		Plano Próximo Dinho	Entrada Escola	16h30-16h35	Dinho ,Figurantes
7/1		Plano tilt Patricia	Entrada Escola	16h35-16h40	Patricia, figurantes
Montagem plano + cenario + caracterização de atores			Sala Diretor	16h45-17h00	Joana, Diretor
3/1	2	Plano Abrindo/ Patricia Sentada	SALA diretor	17h – 17h50	Joana, Diretor

APÊNDICE F – Plano de Mídia para empréstimo na loja Miscelânea

Quem são elas?

"Elas" são as mulheres e meninas que não aceitam ficar caladas diante dos obstáculos e não aceitam ser diminuídas pelo simples fato de serem "Elas". E Elas estão em todos os lugares, mostrando que a vida é curta demais pra se deixar vencer.

A Série

"Delas" é o nome de uma websérie produzida como Trabalho de Conclusão de Curso de alunas de Rádio e TV da UNESP de Bauru produzida para atender o público adolescente feminino na faixa de 14 a 18 anos e que tem o objetivo principal empoderar meninas nessa faixa etária. A equipe e as criadoras acreditam que é conscientizando as meninas do seu espaço na sociedade que conseguimos mulheres cada dia mais poderosas.

Para isso, reúne 4 temáticas atualmente muito presentes neste universo e que ganharam mais destaque recentemente na sociedade por estarem relacionadas às novas formas de relacionamento na era da informação: **Assédio, Porn Revenge ou Pornografia de Vingança, Relacionamento Abusivo e Slutshaming**, quando uma mulher é julgada pelo modo que se veste e se comporta. A série conta a história de 4 personagens principais: Isabelle, Raíssa, Laura e Patrícia, sendo que

cada uma representa um tema, ainda assim, suas histórias se conectam ao longo da websérie.

Atingir a geração “Z”, nosso público-alvo é um desafio encontrado por todo o mercado recentemente, e, para contorná-lo, decidimos ir onde ele está, portanto, “Delas” é 100% produzida, para veiculação na rede social **Instagram**, serão 31 episódios, de 60 segundos cada um, que mostrarão para as meninas que o mundo também é delas!

O que é empoderamento?

Ficando somente na superfície da palavra, empoderar-se é o ato de tomar poder sobre si mesmo. De fato pode significar isso, mas também pode ir muito além, principalmente no que diz respeito à parte do “sobre si”. Podemos entender o empoderamento como um processo pelo qual nos entendemos como parte de um grupo maior, que vai além de nós, além do individual. (fonte: Revista Capitolina)

A Plataforma

Quando decidiu-se distribuir o produto pela rede social Instagram, estudos foram realizados pela equipe para melhor explorar a plataforma e garantir a **visibilidade** de “Delas” e das marcas anunciantes e parceiras. A rede apresenta números expressivos quanto ao seu alcance e

utilização. Lançado em 2010, o aplicativo permite, atualmente, a postagem de fotos e vídeos que podem gerar centenas e milhares de comentários e compartilhamentos, notadamente se em seus comentários trazer palavras acompanhadas do símbolo “hashtag” (#). Até dezembro de 2015 o Instagram já possuía mais de **400 milhões de usuários** tendo impressionante aumento de 33% de contas abertas no aplicativo em relação a dezembro de 2014, ou seja, no curto espaço de um ano.

No **Brasil**, a rede social divulgou que por mês existem cerca de 29 milhões de usuários ativos, tornando o país com o **segundo maior** número de pessoas conectadas. Ainda conforme as características do povo brasileiro, **65%** dos jovens entre 16 e 24 anos de idade, faixa que contempla grande o público alvo da série, **acessa todos os dias as redes sociais** – meio de comunicação que tem 73% de aderência entre a população brasileira com acesso a internet. Nesta mesma fonte, a Pesquisa Brasileira de Mídia da Secretaria de Comunicação da Presidência da República, realizada em 2015, chama a atenção o número de **66%** de acesso a redes sociais por meio de **smartphones**, ou seja, a imensa maioria dos brasileiros que têm acesso a internet além de estarem conectadas as redes sociais, ainda o fazem por seus dispositivos móveis, **principal meio físico de propagação do Instagram**.

“Delas” acredita então, que por meio dos **números** pesquisados e confirmados a respeito de sua plataforma principal de **divulgação**, aliados à **qualidade** do material produzido, sua relevância perante aos debates sociais do universo que explora e a participação de **parcerias e colaboradores fiéis** no projeto, poderá atingir uma expressiva marca de exibição e **impacto** no público alvo e seus adjacentes. Claro que para circular mais ainda pelos meios de divulgação disponíveis para as características do projeto, todos os episódios serão replicados na página do **Facebook** da série e em seu **site exclusivo**



Formas de Parceria

*“Delas” aborda temas de notório impacto social, direcionados a um público envolvido com o ambiente da websérie e divulgado pelo Instagram em uma estratégia desafiadora como apresentada acima. Para a realização completa da websérie, a produção solicita parceria com a **Miscelânea** para contribuir com algumas peças de roupa a serem utilizados como figurino na gravação de “Delas”, encaixando o perfil de itens comercializados neste local com o perfil artístico/cenográfico pensado para compor o universo da websérie.*

*Por meio de contrato simples, “Delas” se compromete a conservar o(s) objeto(s) solicitado(s), deixando claro que ele será emprestado à equipe e devolvido à loja **nas mesmas condições do momento do empréstimo** e, para a segurança total de ambas as partes, a equipe se responsabiliza financeiramente por **eventuais danos**. Em contrapartida ao empréstimo sem custos e obedecendo a manutenção de sua integridade, “Delas” oferece a **exposição da marca** parceira, em suas páginas exclusivas nas redes sociais: Instagram (mínimo de 1 postagem e máximo de 3 postagens) e **Facebook** (mínimo de 1 postagem e máximo de 10 postagens) em número de posts que variam proporcionalmente ao número de itens emprestados, além do logo da loja na aba de “apoiadores” em nosso site. O período de duração de empréstimo de cada peça deve ser posteriormente firmado e respeitado por ambas as partes.*

Desde já agradecemos imensamente,

Equipe da Websérie “Delas”

APÊNDICE G – Perguntas Formulário “Conte Sua História”

PERGUNTAS

RESPOSTAS

17

Queremos saber sua história

Somos alunas de Rádio e TV na UNESP - Bauru e estamos criando uma série sobre os problemas que as meninas passam para mostrar a outras meninas que não estamos sozinhas. Para que a série fique o mais próximo da realidade, queremos montá-la com histórias reais, e por isso precisamos da sua ajuda. Conte-nos sua história do jeito que achar melhor. Caso você se identifique, sua identidade ficará completamente preservada

Minha idade *

Texto de resposta curta

Minha história é sobre *

- ☐ Slutshaming - fui julgada porque ficava com várias pessoas e isso me atrapalhou de alguma forma
- ☐ Pornô de vingança - espalharam fotos/vídeos íntimos meus que confiei a um parceiro(a) ou amigo(a)
- ☐ Relacionamento abusivo
- ☐ Assédio/ estupro

Minha história é a seguinte: *

Texto de resposta longa

Pergunta *

- ☐ Aceito que as alunas Ana Clara Toledo e Mayara Bailo utilizem a história descrita acima para a realização de