



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

**FLÁVIA GUIMARÃES DE OLIVEIRA SANTANA**

**CLIPETECA – SITE DE PRODUÇÃO DE VIDEOCLIPES**

**Memorial do Produto**

Salvador

2014

FLÁVIA GUIMARÃES DE OLIVEIRA SANTANA

**CLIPETECA – SITE DE PRODUÇÃO DE VIDEOCLIPES**

**Memorial do Produto**

Memorial descritivo apresentado como requisito parcial para obtenção de grau de bacharel do curso de Comunicação Social com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura da Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia.

Orientadora: Profa. Dra. Gisele Nussbaumer

Salvador

2014

# CLIPETECA – SITE DE PRODUÇÃO DE VIDEOCLIPES

## Memorial do Produto

Flávia Guimarães de Oliveira Santana

### RESUMO

O “Clipeteca – Site de Produção de Videoclipes” é um site voltado para a divulgação, valorização e incentivo da produção de videoclipes na Bahia. Dividido em sessões específicas, apresenta um acervo da produção baiana, contatos de profissionais que trabalham na área de audiovisual; relatos de diferentes experiências de produção de videoclipes realizadas em Salvador; além de documentos que podem auxiliar na organização e execução deste produto. Desse modo, espera-se que o Clipeteca seja um espaço através do qual artistas, bandas, profissionais, estudantes e demais interessados possam conhecer aquilo que está sendo produzido no estado, e que ele também incentive a produção de novos videoclipes da cena musical baiana.

**Palavras-chave:** produção cultural, audiovisual, música, videoclipe.

## AGRADECIMENTOS

"Cinema nada mais é do que cachoeira", dizia Humberto Mauro. Em 2010, me deparei com essa citação que hoje, mais do que nunca, faz todo o sentido para mim. Me encantei pelo dinamismo, beleza e capacidade de continuidade eterna – dignos de uma cachoeira – que o audiovisual possibilita. Paixão a primeira vista por essa arte do coletivo, que funciona como uma engrenagem em que todas as peças devem se encaixar de forma harmoniosa. Estudando e trabalhando com produção e audiovisual, aprendi a importância do coletivo, do estar junto, e carreguei em mim a alegria de estar acompanhada de pessoas que apoiam e mergulham nessa cachoeira junto comigo.

Primeiramente, agradeço a Sandra, Antônio e Dimitri Santana, pais e irmão amados, que me ensinam todos os dias e me apoiam e incentivam incondicionalmente. Sou muito agradecida por receber tanto amor e compreensão de minha família, que sempre abraça as minhas escolhas e vira até um pouco de produtor por tabela quando necessário. Também a avós, tias, tios, primas e primos que, mesmo não acompanhando de perto e entendendo exatamente a minha profissão, são muito presentes e incentivam sempre.

Não posso deixar de agradecer também a Thais Mello, minha Coquinha, que me conhece desde a pré-escola, e que acompanhou comigo as angústias e felicidades de crescer e 'virar gente grande', como dizíamos. Agradeço por ter vivido comigo tantas épocas e fases diferentes e importantes de minha vida, compartilhando e apoiando tantos sonhos.

A Karina Ribeiro, Gustavo Affonso e Any Valette que, por mais que o tempo e a vida tenham nos distanciado um pouco, foram as primeiras pessoas que conheci e me aproximei dentro da faculdade, compartilhando dúvidas, curiosidades, expectativas e momentos inesquecíveis. A Larinha e Sté, amigas lindas que a Facom me apresentou, que são companheiras fiéis, que confio, tenho muito orgulho e muita felicidade por estarem presentes. A Nelson Oliveira, amigo que também conheci na universidade, meu companheiro de aventuras desde sempre e para sempre.

A Marccela Vegah que há quatro anos me deu a oportunidade de trabalhar na produção de um de seus primeiros filmes, mesmo com quase nenhuma experiência. Foi

trabalhando no curta *Lemon Lips* que me apaixonei por produção audiovisual, me encantando por esse poder de transformar uma ideia e sonho em algo concreto. Também a Cláudio Marques e Marília Hughes, que viram em uma jovem produtora a sede do aprendizado, confiando e dando a oportunidade de trabalhar junto com eles em projetos incríveis que me dão muita alegria e orgulho.

Também tenho a sorte de ter encontrado e me aproximado de pessoas que admiro muito, que também compartilham o sentimento de que o audiovisual é cachoeira, mas, principalmente, companheirismo. A Rodrigo Luna, Jeronimo Soffer, Agnes Cajaíba, Renata Soutomaior, Pedro Perazzo e Dario Vetere, só tenho a agradecer por termos mergulhado juntos de cabeça em projetos que me trazem muita felicidade e, por terem abraçado, desde o início, o projeto *Clipeteca*, construindo junto e tornando possível realizar esse sonho.

A Victor Marinho, Filipe Ratz, Nayara Homem e Juan Rodrigues por também terem topado navegar nesse barco junto conosco, sendo profissionais incríveis que também veem o audiovisual como arte do coletivo. Também aos meninos da Falsos Modernos, da Toco Y Me Voy e a todas as pessoas que estiveram envolvidas na realização dos videoclipes, por terem topado participar do projeto, contribuindo e ajudando para que os clipes chegassem ao seu resultado final.

A Ananda Lima, nana, amiga que conheci ainda na escola, e que me acompanhou até a faculdade, entrando juntas no curso de comunicação. Agradeço a nana por ter vivido e compartilhado comigo tantos momentos, que se iniciaram na adolescência e seguem até hoje; por ter me dado a oportunidade de ajudar a criar e produzir o seu projeto musical, que já rendeu frutos e tenho certeza que continuará rendendo mais; e por ter também participado dessa empreitada do *Clipeteca*, confiando na gente para realizar o videoclipe de uma de suas canções.

Também a Falk Schrauwen, companheiro, amigo, que me ensina todos os dias a ser uma pessoa mais leve e otimista. A Anita Dominoni, Alice Van der Wielen e Anouk Dominguez-Degen, amigas queridas que, mesmo longe fisicamente, estão muito perto e fazem a diferença em minha vida.

A Gabriela Rocha, Joana Giron e Juliana Jambo, amigas, sócias e produtoras incríveis, que me apoiam, me ensinam e compartilham comigo o desejo de transformar tantos sonhos em realidade.

A João Carlos Sampaio, meu melhor amigo, meu anjo protetor, que sempre cuidou de mim, me ensinando que o amor e o companheirismo são umas das coisas mais preciosas do mundo. Agradeço imensamente por ter tido a oportunidade de tê-lo em minha vida, por ter me incentivado a trabalhar com produção, a dar o melhor de mim e, principalmente, por me ensinar todos os dias a ser uma pessoa melhor.

A Tais Bichara por ser uma das pessoas que mais compartilhou comigo os aprendizados e angústias da produção, mas principalmente a vontade de querer que as coisas deem certo. Agradeço a Bichara por ser uma das pessoas mais generosas que conheço, por ter me transmitido tanta força e ter me ajudando tanto na criação e execução do projeto, desde o início até o fim.

Por fim, não posso deixar de agradecer também a Gisele Nussbaumer, minha orientadora, professora e profissional que admiro, por ter acreditado no projeto desde o início, me ajudando a amadurecê-lo e construí-lo.

A todos vocês, muito obrigada!

## SUMÁRIO

<b>1. APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TÉORICA.....</b>	<b>10</b>
2.1. O VIDEOCLÍPE.....	11
2.1.1. Surgimento e conceito.....	11
2.1.2. Importância para o cenário audiovisual e musical.....	13
2.2. A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL.....	15
2.2.1. O papel do produtor e as fases da produção audiovisual.....	15
<b>3. O PRODUTO: CLIPETECA.....</b>	<b>18</b>
3.1. DESCRIÇÃO E OBJETIVOS.....	18
3.2. O PROCESSO.....	19
3.2.1. Elaboração do projeto e captação de recursos.....	19
3.2.2. Elaboração do site.....	21
3.2.2.1. Criação do nome, marca e concepção visual.....	21
3.2.2.2. Videoclipes Baianos: pesquisa e mapeamento.....	22
3.2.2.3. <i>Diário de Bordo</i> : criação e execução dos videoclipes.....	24
3.2.2.3.1. Falsos Modernos.....	25
3.2.2.3.2. Toco Y Me Voy.....	28
3.2.2.3.3. nana.....	30
3.2.2.4. <i>Rede de Contatos</i> .....	33
3.2.2.5. Documentos.....	34
3.2.3. Estratégias de divulgação.....	35
3.2.4. Evento de lançamento.....	36
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>39</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>41</b>
<b>ANEXOS</b>	

## 1. APRESENTAÇÃO

Sendo um dos formatos mais novos do campo audiovisual, o videoclipe surgiu em meados do século XX e consolidou-se como formato específico a partir do surgimento do videocassete e da criação de programas especializados em música nos anos 80. As formas de se realizar um produto deste gênero sofreram mudanças ao longo do tempo, principalmente devido ao declínio da monopolização de gravadoras sobre os artistas, a rapidez no acesso à informação, a facilidade ao acesso a equipamentos de filmagem, e a existência de um mercado consumidor próprio e ativo. Na Bahia, a produção de videoclipes se intensificou a partir da década de 90, apresentando um número relevante de produções que continua em constante crescimento.

Pensando no videoclipe e sua importância para a divulgação de trabalhos de artistas e tendo o cenário musical e audiovisual baiano como foco principal, surge a proposta de realizar o *Clipeteca – Site de Produção de Videoclipes*. Trata-se de um site cujo objetivo é valorizar, divulgar e, sobretudo, incentivar a produção de videoclipes no estado da Bahia. A partir dessa plataforma online, é possível ter acesso a um acervo da produção baiana de videoclipes; a relatos sobre o processo de realização de três produções diferentes; a uma *Rede de Contatos* de profissionais do audiovisual; e a documentos importantes que podem auxiliar na organização e realização deste produto.

O presente memorial tem como objetivo narrar o processo de criação e execução do site *Clipeteca* e do seu evento de lançamento. Ele está dividido em duas partes: fundamentação teórica e produto.

A primeira parte trata do surgimento, conceito e importância do videoclipe para o cenário audiovisual e musical. Durante o processo de pesquisa, foi possível notar que ainda existe uma bibliografia escassa sobre videoclipes, principalmente em português, se compararmos com a produção acadêmica voltada para a área cinematográfica, por exemplo. Também que as publicações sobre videoclipes restringem-se muito mais ao campo teórico, analisando questões estéticas, estilísticas e autorais, do que ao campo prático. Pelo fato de o *Clipeteca* ser um produto que visa contribuir para a construção de um diálogo técnico, valorizando a produção local e apresentando o processo de produção de videoclipes como objeto de análise e compreensão, embasaram este trabalho, sobretudo, aquelas publicações voltadas para mais para a prática, a produção,



sua importância e fases. Além disso, também foram levadas em consideração as experiências anteriores da autora ao longo de quatro anos desenvolvendo trabalhos na área do audiovisual, trabalhando especificamente com produção.

A segunda parte deste memorial está voltada para o processo de concepção e realização do site. Será mostrada a criação e elaboração do projeto; captação de recursos; elaboração dos roteiros e produção de três videoclipes para artistas baianos do cenário independente; mapeamento dos videoclipes de artistas baianos; pesquisa e criação de uma *Rede de Contatos* de profissionais do audiovisual; estratégias de divulgação; e evento de lançamento do site.

Por fim, é importante destacar que a realização do *Clipeteca - Site de Produção de Videoclipes* é fruto do interesse em realizar um produto que fosse voltado para a área do audiovisual. Ao dar destaque para a produção e suas etapas, existe a intenção de transmitir conhecimento e informações a respeito do trabalho de criação e execução de um videoclipe através de uma linguagem simples e acessível para o público em geral. Desse modo, espera-se que o *Clipeteca* contribua para que produtores, artistas, estudantes, pesquisadores e demais interessados possam conhecer a produção baiana e sejam estimulados a desenvolver novos trabalhos na área.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A existência de publicações, artigos, livros e textos variados voltados para o audiovisual reflete a consolidação do campo, no qual a sua bibliografia volta-se não só para estudiosos e pesquisadores, como também contribui para a formação e qualificação de profissionais da área. Todavia, é possível notar que a grande maioria das publicações nesta área está direcionada ao seu setor mais antigo e consolidado em termo de mercado – o cinema –, restando um número reduzido de publicações relacionadas a setores de atuação e produtos mais recentes, como o videoclipe.

Isso se dá, sobretudo, devido ao fato de o videoclipe ser um dos mais novos produtos do audiovisual: enquanto o surgimento do cinema se deu no século XIX, o videoclipe só deu os seus primeiros passos em meados do século XX. Segundo Rodrigo Barreto (2009), a consolidação do setor como o conhecemos hoje ocorreu a partir da metade da década de 80, quando deixou de ser visto apenas como uma ferramenta promocional e passou a ser visto como um produto com mercado consumidor próprio. Desse modo, surgiram diferentes instâncias que legitimaram o formato videoclipe, reforçando "o seu valor estético ao invés de restringi-lo à sua função comercial" (BARRETO, 2009, p.178).

Hoje, a produção do videoclipe é uma área de atuação consolidada, que apresenta um mercado próprio, capaz de proporcionar o surgimento de canais e programas televisivos específicos; movimentar setores econômicos, qualificar profissionais para área, entre outros. Ao mesmo tempo, mesmo com a sua consolidação, percebe-se que ainda está sendo traçado um caminho para a reflexão do setor, tanto no que diz respeito ao campo teórico, quanto em relação ao campo prático.

Apesar da bibliografia escassa traduzida em português, como já registrado, textos de autores como Rodrigo Barreto (2009), Thiago Soares (2012) e Jeder Janotti (1997), que se preocuparam em estudar o surgimento do videoclipe, assim como traçaram caminhos de análise das obras videoclípticas no que diz respeito a estética, autoria, gênero, campo e estilos, muito contribuíram com este trabalho. Além deles, também textos de autores mais voltados para o setor da produção e produção audiovisual, como Chris Rodrigues (2007), auxiliaram na compreensão teórica e prática do papel do produtor e das etapas do processo de realização de um produto audiovisual.

## 2.1. O VIDEOCLIFE

### 2.1.1. Surgimento e conceito

Pode-se dizer que o videoclipe apresenta uma forte relação histórica com a música e a imagem. Apesar de o cinema já ter incorporado a trilha sonora associada a imagens desde cedo, foi a partir da década de 1920 que surgiram diversas e importantes modificações na forma de consumo das canções populares que influenciaram, posteriormente, no surgimento do videoclipe. Dentre elas, podemos citar o jazz e seus "números filmados", as vitrolas de fichas visuais, programas de TV e cinema disseminando números musicais, e assim por diante.

Em meados dos anos 60, foi difundido um sistema portátil de captação de imagens que delineou um novo movimento denominado video-arte, trabalhando com o alicerce da manipulação de imagens. Para Juan Anselmo Leguizamón, a vídeo-experimentação serviu para o vídeo traçar uma trajetória diferenciada da gramática estética do cinema, o “vídeo foi utilizado como campo de investigação formal e expressiva, assumindo um forte caráter reflexivo, problematizando o conceito de interação entre planos e rompendo com a pretensa unicidade de uma narrativa audiovisual” (LEGUIZAMÓN apud SOARES, 2004, p.18).

Existe uma corrente que acredita que uma das bandas pioneiras a realizar o que conhecemos hoje como videoclipe foi o grupo britânico *The Beatles*, que lançou o filme *A Hard Day's Night* em 1964, dirigido por Richard Lester. Junto com a película, a banda também divulgou pequenos vídeos com suas músicas, que ficaram conhecidos como *promos*. Segundo o pesquisador Guilherme Bryan (2005), esses vídeos produzidos não são videoclipes devido ao fato de terem sido realizados com um único objetivo: fazer com o que grupo *The Beatles* pudesse aparecer em mais de um programa de televisão ao mesmo tempo. Todavia, é importante destacar que o material apresenta alguns aspectos que são reconhecidos como característica de videoclipe, como, por exemplo, a articulação entre canção e edição, a fragmentação, junção de elementos ficcionais e documentais, imprevisibilidade, entre outros.

Acredita-se, assim, que o primeiro videoclipe intencionalmente produzido, contribuindo para o surgimento do formato, foi o da música *Bohemian Rhapsody*, da banda *Queen*, produzido em 1975 e dirigido por Bruce Gowers. O vídeo foi

desenvolvido com a finalidade de divulgar o disco da banda, sendo exibido inúmeras vezes no programa televisivo *Tops of the Pop*, da BBC. Segundo Barreto (2012), a venda do disco atingiu o topo das vendas, não devido a execução da canção nas rádios, mas principalmente pela exibição do videoclipe na TV.

As décadas de 70 e 80 também são conhecidas pelo lançamento de filmes musicais famosos, como *American Graffiti* (1973), *Os Embalos de Sábado à Noite* (1977), *Abba - O Filme* (1977), *Grease - Nos Tempos da Brilhantina* (1978) e *Flashdance* (1983). Segundo Soares (2012), este último título trouxe uma inovação que transformou o status do videoclipe como meio de divulgação do disco de um determinado artista: a partir de então, o videoclipe também poderia ser um produto audiovisual de promoção de filmes. O diretor de *Flashdance*, Adrian Lyne, produziu um videoclipe de três minutos de duração, que contribuiu na venda e distribuição do seu filme.

Mas pode-se dizer que foi durante a década de 80 que o videoclipe tornou-se mesmo popular, sendo produzido e difundido em maior escala, consolidando o formato que hoje conhecemos. Foi a partir dessa época que o “vídeo começou a ser visto como a imagem artística de nosso tempo, com estreitas implicações não só no mundo televisivo, como no cinema e até nos modos de criação da música pop” (JANOTTI, 1997, p.48).

Foi também neste período que foi criado o termo "videoclipe", utilizado até os dias atuais. A sua derivação vem da palavra *clipping*, que significa recorte. A associação possivelmente se dá devido a uma relação com a técnica e forma comum de produzir videoclipes na época, quando havia uma tendência forte em realizar cortes rápidos e, por vezes, frenéticos. Segundo Soares (2012), isso se deu porque, no começo, o videoclipe tinha como principal característica ser rápido e instantâneo, para atingir seu principal objetivo de divulgação comercial do disco e do artista.

Porém, é possível notar que essa característica, que era reconhecida como um dos elementos principais do videoclipe não se aplica para os tempos atuais. O videoclipe apresenta uma linguagem híbrida, fruto de fusões culturais e artísticas de obras (literárias, plásticas, audiovisuais), que contribui para possibilidades estéticas das mais variadas formas. Sendo assim, um videoclipe, hoje, pode apresentar tanto cortes rápidos, quanto não apresentar nenhum corte (plano sequência); pode ser narrativo ou ser uma

experimentação de imagens desconexas; pode apresentar uma narrativa linear ou não; pode ter a banda e/ou o artista presente nas imagens ou não; ser de animação, ficção ou documental; e assim por diante.

Desse modo, classificar e/ou categorizar um videoclipe de forma padrão torna-se uma tarefa difícil. Ao mesmo tempo, é possível concluir que o videoclipe, hoje é dia, é um espaço de experimentações, que exige uma concepção que está diretamente associada a música e a imagem que o artista deseja passar através do produto; além de ser um produto de divulgação e venda de trabalhos de artistas, sejam eles consagrados no mercado ou do cenário independente.

Também cabe destacar aqui alguns os motivos que levaram a consolidação do produto: o surgimento de produtores e diretores especializados, a existência de instâncias de consagração específicas e, por fim, a existência de um mercado consumidor. Para Barreto (2009), existe um mercado próprio para os clipes a partir do momento em que eles estão disponíveis para os consumidores interessados, tanto na forma de DVDs, como também em canais televisivos e na Internet.

De fato, o videoclipe ficou tão popular, que surgiram canais especializados e voltados para a exibição de clipes durante vinte e quatro horas por dia, como foi o caso da Music Television (MTV) em 1981 e da MTV Brasil em 1990. Vale destacar que o canal no Brasil exibiu como primeiro videoclipe *Garota de Ipanema*, na voz de Marina Lima, e foi um dos responsáveis por impulsionar a produção de vídeos de artistas e bandas brasileiras. Também foram criadas o *American Video Awards* e *Video Music Brasil (VMB)*, que são premiações que surgiram como um meio de incentivo e reconhecimento das produções deste formato.

### 2.1.2. Importância para o cenário audiovisual e musical

Atualmente é muito difícil imaginar um artista consagrado na mídia que não tenha realizado, no mínimo, um videoclipe. Os motivos da popularização são os mais variados: além de ter se firmado como uma "nova" modalidade de expressão nos meios comunicacionais (JANOTTI, 1997, p.48), tais como a televisão e Internet, o videoclipe também apresenta um grande potencial mercadológico devido, sobretudo, a sua

linguagem própria e inovadora. Segundo Barreto (2009), os clipes apresentam um importante papel promocional para bandas e artistas já conhecidos ou que estão se inserindo no mercado, sendo a mais bem sucedida dentre as associações entre canções populares e imagens.

Inicialmente, a única janela de exibição para os videoclipes eram os canais de televisão e programas especializados em música. Sendo assim, para que um videoclipe pudesse ter espaço em um meio como esse, ele passava por uma seleção interna, que, conseqüentemente, limitava a oportunidade de artistas menos conhecidos aparecerem na televisão. Porém, ao longo dos anos isso foi mudando, ao mesmo tempo em que passou a existir um crescimento na produção de videoclipes bem elaborados, principalmente no cenário independente<sup>1</sup>.

Isso se deu, sobretudo, devido ao crescimento de profissionais especializados em audiovisual, a facilidade ao acesso a equipamentos de filmagem dos mais variados tipos e, principalmente, a consolidação da Internet e criação de sites voltados para vídeos, como *Youtube* e *Vimeo*. Importante destacar o papel da Internet como um meio difusor de informações que, através de suas plataformas multimídias, proporcionam a rapidez na troca de informações de diferentes meios em uma única plataforma. Sendo assim, muitos artistas e bandas, principalmente os independentes que surgiram neste novo período, optaram por investir na produção de videoclipes com a intenção de que estes circulassem na Internet e gerassem, como resultado, uma maior visibilidade para seus trabalhos.

Como exemplo disso, podemos citar o grupo curitibano *A Banda Mais Bonita da Cidade*, que através da divulgação e compartilhamento do videoclipe *Oração* em sites especializados em música e nas redes sociais, passou a ser conhecido nacionalmente e o clipe atinge atualmente mais de treze milhões de visualizações no *Youtube*. Assim, é possível perceber que a realização e difusão desse produto audiovisual, seja de bandas independentes<sup>1</sup> ou não, é um importante cartão de visita para os artistas, principalmente para aqueles que estão dando os seus primeiros passos da carreira.

---

<sup>1</sup> Entende-se por independentes artistas ou bandas que não apresentam vínculo com grandes gravadoras e que, por sua vez, não estão atreladas a nenhum tipo de empresa mainstream.

No caso da Bahia, levando em conta esse novo contexto, é possível destacar diversas bandas e artistas que apresentaram um expressivo retorno do público através da divulgação dos seus videoclipes na Internet, atingindo um expressivo número de visualizações. Entre elas, destacam-se a banda Vivendo do Ócio, que apresenta seis videoclipes bem elaborados e já atingiu mais de 694.000 visualizações com o clipe *Nostalgia*; o grupo Maglore que tem cinco videoclipes e, com o clipe *Demodê*, apresenta mais de 163.000 visualizações; a banda de pagode Mr. Bobby, que virou um *boom* na internet com o videoclipe *Ui, Que Bruxaria É Essa*, atingindo mais de 270.000 visualizações; a cantora nana, que atingiu mais de 36.000 exibições com o clipe da música “expressionismo alemão”, que foi produzido inteiramente de forma independente; entre muitos outros.

Ainda no cenário baiano, também é possível notar a crescente produção de videoclipes de artistas e bandas do interior, como os grupos Escola Pública (Cachoeira), Mano Link (Cachoeira), Escaparate de Baiano (Cachoeira), Inventura (Alagoinhas), Sanitário Sexy (Juazeiro), Maria Cristina (São Félix), entre outros. Importante destacar, aqui, o papel fundamental da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) que, através das disciplinas Produção e Oficinas Orientadas de Audiovisual, possibilitou o mapeamento da música popular na região do Recôncavo e a realização de diversos videoclipes para artistas e bandas locais realizados pelos alunos do curso de Cinema e Audiovisual da UFRB.

## 2.2. A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

### 2.2.1. O papel do produtor e as fases da produção audiovisual

Como citado anteriormente, existe uma bibliografia reduzida de obras voltadas para o videoclipe. Dessas publicações, a maioria delas volta-se para questões autorais e estilísticas, restando um número menor de trabalhos direcionados para os processos práticos que envolvem a realização de um produto audiovisual; e, especificamente, voltados para o setor da produção.

Mesmo direcionando o discurso para o campo cinematográfico, o autor Chris Rodrigues (2007), em sua obra *O Cinema e a Produção - Para quem gosta, faz ou quer fa-*

*zer cinema*, se propõe a trazer como foco o setor da produção. Importante destacar que, deixando de levar em conta algumas questões específicas que dizem somente respeito ao cinema, a obra apresenta dados, informações, tabelas e documentos que auxiliam na compreensão e organização do processo de produção, que pode ser aplicado para a execução de qualquer tipo de produto audiovisual.

Desse modo, trata-se de uma obra que influenciou no desenvolvimento do projeto, principalmente por tornar ainda mais claro o papel desempenhado pela produção, que, em termos gerais, cuida da administração, logísticas, táticas e custos de filmagem. Rodrigues (2007) ainda complementa:

Apesar de parecer uma tarefa puramente administrativa, em cinema exige-se da equipe de produção um elevado senso artístico, contribuindo com sugestões e soluções de problemas em que esse sentido é extremamente necessário (RODRIGUES, 2007, p. 76).

O autor também contribui para a explicação das diversos tipos de funções que podem ser desempenhadas por um produtor, a partir de seus interesses e afinidades. No caso dos videoclipes, cabe destacar apenas algumas dessas funções. São elas: Produção Executiva, que é responsável pela captação de recursos, gerenciamento do orçamento, pagamento de profissionais, etc.; Direção de Produção, responsável pela organização da dinâmica de produção do videoclipe, sob a supervisão do produtor executivo; e Produtor de Platô, que é o responsável por gerenciamento e bom funcionamento do *set* de filmagem.

É importante levar em consideração que, no caso de alguns videoclipes, principalmente aqueles realizados de forma mais independente, os profissionais de produção muitas vezes acumulam mais de uma função. Isso se dá devido ao fato de o videoclipe, no geral, apresentar uma dinâmica mais ágil e contar com equipes mais reduzidas.

Para compreender sistematicamente o processo realização de um produto audiovisual, é importante organizar as demandas e necessidades a partir das etapas de produção. No caso do videoclipe, pode-se dizer que o processo divide-se em quatro etapas distintas: preparação, pré-produção, produção e pós-produção.

A preparação, segundo Rodrigues (2007), é fundamental para a execução, tendo em vista que envolve um levantamento minucioso de tudo que será necessário para que



a ideia saia do papel e possa ser executada. Para isso, compreende-se a realização das seguintes atividades: elaboração/revisão do roteiro literário; decupagem; elaboração do roteiro técnico; pesquisa de locações; análise técnica; cronograma; orçamento definitivo.

A segunda etapa trata-se da pré-produção, que corresponde ao momento em que os profissionais, equipamentos e serviços são contratados e todos os preparativos são realizados para que, na etapa seguinte, possa ocorrer a filmagem. Deste modo, é realizada a contratação da equipe técnica; a elaboração de projeto de captação de recursos; captação de recursos; o fechamento de apoios e parcerias; a cotação e aluguel de equipamento de filmagem; a cotação e aluguel de equipamento de fotografia; a contratação de fornecedores de alimentação; a contratação de transportes; a montagem de logística; a montagem do plano de filmagem; a montagem das ordens do dia; a seleção e preparação de elenco; o aluguel e compra de objetos de cena; o aluguel e compra de figurino; a montagem do cenário; e os ensaios nas locações finais.

Logo em seguida ocorrerá a etapa de produção que corresponde, neste caso, às filmagens dos videoclipes. Para que isto ocorra, as duas etapas anteriores devem ser realizadas da forma atenta e minuciosa para que não ocorram imprevistos no momento da filmagem. E, por fim, a última etapa de produção corresponde à pós-produção, que envolve as atividades que são realizadas após a sua filmagem. Isto inclui o pagamento dos profissionais, equipamentos e serviços utilizados; desmontagem dos cenários; devolução de objetos de cena e figurino; edição e finalização do videoclipe; prestação de contas e, por fim, divulgação/distribuição do produto finalizado.

### **3. O PRODUTO: CLIPETECA**

#### **3.1. DESCRIÇÃO E OBJETIVOS**

Pensando nas formas de se produzir e consumir música, contextualizadas em um período em que tanto a música, quanto a imagem são muito importantes para a divulgação de novos artistas, foi elaborado um projeto voltado para a valorização e incentivo das produções de videoclipes na Bahia. Desse modo, o *Clipeteca - Site de Produção de Videoclipes* tem como objetivo principal ser um produto que possa contribuir para que estudantes, produtores, artistas e outras pessoas interessadas tenham acesso a produção de videoclipes no estado — sem restrição de época e estilo musical —; e também possa mostrar o que está por trás do processo de criação e produção de um videoclipe, a partir de três experiências diferentes.

A escolha pela elaboração de um site se deu devido ao fato de ser uma plataforma que possibilita o acesso de pessoas de todo o estado e país, além de propiciar a utilização de diversos recursos multimidiáticos, tais como a inserção de textos, fotos, vídeos, entre outros. Ele é composto por quatro sessões específicas. A primeira apresenta um acervo da produção de videoclipes produzidos na Bahia e/ou de artistas baianos, dividido por ordem alfabética pelo nome do grupo ou artista. Reconheço que, para o projeto, poderia ser mais interessante que esta sessão fosse dividida por estilo musical, direcionando o público a partir dos seus interesses musicais. Por outro lado, não me senti capaz de realizar esse tipo de definição e enquadramento, a partir do momento em que muitos artistas e bandas apresentam trabalhos que são influenciados por diversos estilos musicais ao mesmo tempo, dificultando uma classificação específica. Também é importante destacar que essa sessão é colaborativa, pois bandas, artistas e público em geral podem cadastrar, através de um formulário, um videoclipe que ainda não esteja fazendo parte do acervo.

A segunda sessão relata o processo de criação e produção dos videoclipes das bandas Falsos Modernos, Toco Y Me Voy e da cantora nana, que são artistas independentes de Salvador que lançaram novos trabalhos no ano de 2013. Os relatos seguem uma ordem cronológica (encontro com a banda, criação de roteiro, visita de locação, etc.) e buscam mostrar o processo criativo e técnico dos setores do audiovisual (Fotografia, Direção de Arte, Figurino, Maquiagem, etc.), dando um maior destaque para o setor da produção, principal objeto do site. Cada texto é ilustrado com imagens de making of da gravação dos videoclipes e, no final, o leitor pode assistir ao videoclipe finalizado. Desse modo, pretende-se não só contribuir para que pessoas interessadas no

audiovisual compreendam o processo de produção de um videoclipe; como também colaborar para a divulgação dos novos trabalhos das bandas através desse formato.

A terceira sessão disponibiliza contatos de profissionais do audiovisual, divididos por áreas de atuação (Roteiro, Direção, Fotografia, Maquinária/Elétrica, Arte, Edição/Montagem, Som e Produção), para que artistas e bandas interessadas em desenvolver um videoclipe tenham o conhecimento dos profissionais que estão trabalhando na área. O espaço é colaborativo, de modo que os profissionais podem cadastrar seus contatos e, inclusive, divulgar seus portfólios através da disponibilização de links.

Por fim, a última sessão apresenta modelos de alguns documentos que podem auxiliar na organização da produção (Análise Técnica e Ordem do Dia), assim como outros documentos que são importantes para evitar problemas com direitos de imagem (Autorização de Uso de Imagem e Voz) e uso de locação (Autorização de Filmagem e Imóvel). Para cada documento, foi escrito um parágrafo descrevendo a sua função e como deve ser utilizado.

Abaixo, serão relatados os processos de criação e execução do site e de cada uma dessas sessões citadas acima. Também serão abordadas as questões referentes as estratégias de divulgação do produto e também do seu evento de lançamento.

## 3.2. O PROCESSO

### 3.2.1. Elaboração do projeto e captação de recursos

O *Clipeteca - Site de Produção de Videoclipes* é resultado de um processo de criação e elaboração que começou em 2012, a partir da disciplina Elaboração de Projetos em Comunicação, ministrado pela Profa. Dra. Annamaria Jatobá Palácios. Por ser aluna do curso de Produção Cultural e trabalhar com produção audiovisual desde 2010, a minha intenção, com o meu trabalho de conclusão de curso, era que o produto final pudesse mostrar as etapas do processo de criação de um produto audiovisual, destacando, principalmente, o papel e a importância do setor da produção.

Por não haver perspectiva de financiamento naquele primeiro momento de elaboração, o produto — que ainda não havia recebido o título de *Clipeteca* — seria, a princí-

pio, um blog no qual iria relatar o processo de produção independente de um videoclipe para a cantora nana. Importante destacar o fato de que trabalhei como produtora e assessora da artista de 2010 a 2013, tendo produzido três videoclipes independentes, *Expressionismo Alemão*, *Montanha-russa* e *Aniversário*, entre 2011 e 2012. A produção dos videoclipes foi fruto de uma relação com amigos profissionais de cinema (Jeronimo Soffer, Agnes Cajaiba e Tais Bichara), que eram parceiros do projeto e integravam a equipe "audiovisual" da cantora nana, realizando ensaios fotográficos, gravação de shows e videoclipes.

No início de 2013, foi aberto um chamado para o edital Calendário das Artes, realizado pela Fundação Cultural do Estado da Bahia (Funceb), em que cada proposta poderia ser inscrita com um orçamento máximo de treze mil reais. Inscrevi o projeto no edital com o objetivo de viabilizar, pela primeira vez, a realização de um videoclipe para a cantora nana, com verba para realizar o pagamento de profissionais, fornecedores e demais custos de produção. Porém, não fui aprovada no Calendário das Artes com a proposta.

Em setembro de 2013, foi divulgado o edital *Arte em Toda Parte*, realizado pela Fundação Gregório de Matos (Prefeitura de Salvador). O edital contemplava propostas de audiovisual no valor de até trinta mil reais. Através de conversas com a minha orientadora e amigos profissionais do audiovisual sobre o projeto, amadureci e desenvolvi a proposta pensada anteriormente, com a intenção de que o blog se transformasse em site, sendo uma plataforma mais completa, que unisse diversas informações em um mesmo local.

Desse modo, foi pensado nesse formato que ele apresenta hoje, no qual armazena os videoclipes produzidos no estado e também de artistas baianos; divulga contatos de profissionais e seus portfólios; disponibiliza documentos importantes para a realização de um videoclipe; e, por fim, também mostra o processo de criação e execução de três propostas diferentes de videoclipes.

Sendo assim, a partir do formulário de inscrição do edital *Arte em Toda Parte*, desenvolvi uma apresentação do projeto; seus objetivos; metas; roteiro de ação; cronograma e orçamento — que deveria ter um valor máximo de trinta mil reais. Em novembro

de 2013, o resultado foi divulgado e, com a aprovação no edital, realizamos o projeto entre os meses de janeiro e junho de 2014.

Além da captação de recursos via o edital da Prefeitura de Salvador, o projeto também contou com o apoio de parceiros que se envolveram mais precisamente na execução dos vídeos e serão abordados de forma mais detalhada no item *Diário de Bordo: criação e execução dos vídeos*.

### 3.2.2. Elaboração do Site

#### 3.2.2.1. Criação do nome, concepção visual e desenvolvimento do site

O primeiro passo foi definir o nome do site. O projeto foi aprovado no Edital Arte em Toda Parte com o título *Site de Produção de Vídeos*, porém, havia a necessidade de criar um título que fosse mais objetivo e que, ao mesmo tempo, remetesse diretamente ao conteúdo do produto. Após fazer pesquisas e não encontrar nenhuma plataforma com o título *Clipoteca*, defini que o nome do projeto seria *Clipoteca - Site de Produção de Vídeos*, ressaltando, também, o seu foco principal: a produção.

Além do conteúdo e do título, uma das principais preocupações com a plataforma dizia respeito a sua estética. Sendo assim, também foi realizada uma pesquisa de profissionais que desenvolvem sites em Salvador, buscando uma empresa e/ou profissional que cuidasse tanto do desenvolvimento, quanto da concepção visual. Decidi realizar o trabalho com a empresa Lamparina Web, que desenvolveu sites como para o *Canteiros Coletivos*, *Festival Viva Dança*, *Ricardo Castro*, entre outros.

A partir disso, discuti junto com o profissional da Lamparina Web, Daniel Cambuí, quais eram as principais referências estéticas. Devido ao fato de os vídeos serem assistidos, principalmente, através da Internet pela maioria das pessoas em sites como *Youtube* e *Vimeo*, a marca deveria trazer uma referência desse fato contemporâneo. Ao assistir a um vídeo, a pessoa clica em um "botão" que é conhecido como *play* e que tem um formato de triângulo deitado. Desse modo, pensamos que essa imagem do *play* deveria estar associada a marca. Daniel apresentou algumas sugestões de marca (ANEXO I), que foram sendo amadurecidas até chegar ao resultado final (ANEXO II). Paralelamente a isso, também definimos uma paleta de cor que pudesse ser ca-

racterística do site e que se distanciasse de plataformas relacionadas, como o *Youtube*, para marcar a independência do *Clipeteca*. Desse modo, optamos pela escolha das cores azul, cinza e branco, de modo que a sua distribuição facilitasse a leitura e não deixasse o site poluído esteticamente.

Após a definição estética, entramos nas discussões a respeito da disposição dos conteúdos no site. Para cada sessão principal (*Videoclipes Baianos*, *Diário de Bordo*; *Rede de Contatos* e *Documentos*), foram pensados e testados diferentes modos de colocar as informações e dados, de forma que o material ficasse organizado da melhor forma possível, e que a pessoa que estivesse acessando o site encontrasse as informações necessárias sem dificuldades.

Por fim, além das sessões citadas acima, também criamos a sessão *Home*, página inicial na qual colocamos em destaque a sessão *Diário de Bordo* em um banner, disponibilizamos os últimos videoclipes adicionados e colocamos o formulário de envio de videoclipe em um box; a sessão *Projeto*, no tem um texto de apresentação falando sobre a proposta e conteúdo do site de forma breve, fotos e currículos resumidos dos envolvidos no projeto e divulgação das marcas apoiadoras e patrocinadora do projeto; e, por fim, a sessão de *Contatos*, com a disponibilização do e-mail do *Clipeteca* para eventuais dúvidas, sugestões ou reclamações.

#### 3.2.2.2. Videoclipes Baianos: pesquisa e mapeamento

Como citado anteriormente, essa sessão do site dedica-se, especialmente, a divulgação de videoclipes produzidos na Bahia e/ou de artistas e bandas baianos. Ao mesmo tempo em que o espaço difunde a produção musical do estado, ele também mostra o que está sendo desenvolvido pelos profissionais de audiovisual.

A primeira etapa da pesquisa concentrou-se na procura de bandas, profissionais, coletivos de audiovisual e sites especializados, que pudessem trazer informações e pistas acerca da produção musical e audiovisual baiana. As principais fontes serão citadas a seguir:

- Mapa Musical da Bahia: o site, que é uma realização da Fundação Cultural do Estado da Bahia (Funceb) recebeu um cadastramento de artistas e grupos musicais de todo o estado, dividindo-o a partir dos macroterritórios da Bahia. A partir da lista dos nomes cadastrados, realizei a pesquisa de vídeos em sites como *Youtube* e *Vimeo*, e fui cadastrando os links e informações sobre cada clipe em uma planilha. O problema desta plataforma é que ela é essencialmente colaborativa, ou seja, basicamente aparecem os artistas que, espontaneamente enviaram seus dados para o cadastramento no site. Sendo assim, muitos artistas que apresentam vídeos não estão cadastrados no sistema, se fazendo necessária a busca em outras fontes.
- El Cabong: O site *El Cabong*, do jornalista cultural Luciano Matos, é especializado em música, trazendo também um enfoque para o estado da Bahia no que diz respeito a eventos musicais, novidades do cenário musical baiano, divulgação de vídeos, entre outros. Na plataforma, existe uma sessão dedicada especialmente para o mapeamento dos vídeos lançados por artistas e grupos baianos. Desse modo, o site serviu como uma importante fonte de descoberta não só de vídeos recentes, como também daqueles que já faziam parte do acervo interno do *El Cabong*. Importante destacar que o *Clipoteca* e o *El Cabong* se complementam a partir do momento que o primeiro funciona como fonte de armazenamento dos vídeos, para auxiliar na difusão e até pesquisa das produções baianas; enquanto o segundo apresenta uma preocupação e cuidado em divulgar e trazer destaque para os novos trabalhos, criando texto jornalístico e divulgando a ficha técnica dos vídeos.
- Vídeo clipe no Recôncavo: o projeto tem como objetivo realizar um mapeamento da música popular na região do Recôncavo Baiano e realizar vídeos para artistas locais. Os vídeos são produzidos por alunos das disciplinas Produção e Oficinas Orientadas de Audiovisual, do curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Federal do Recôncavo Baiano (UFRB). As produções, que são de diferentes estilos musicais, foram armazenadas em um site, no qual é possível ter acesso a todas as produções realizadas,

contribuindo para uma maior diversidade de videoclipes na sessão *Video-clipes Baianos* do *Clipeteca*.

Além dos sites citados anteriormente, também houve uma pesquisa em portfólios de produtoras audiovisuais na Bahia. Através de sites e canais no *Youtube*, foi possível descobrir os trabalhos desenvolvidos por produtoras e profissionais baianos, que passaram a fazer parte do acervo. Entre elas, destacam-se a *Carcamano Filmes*, *Cavalo do Cão*, *0800 Filmes*, entre outras.

Também por ser frequentadora de eventos musicais e por acompanhar a produção do cenário independente de Salvador, também tomei como base o meu conhecimento sobre as bandas e artistas locais, além de entrar em contato diretamente para amigos que desempenham diversas funções no audiovisual para indicar os videoclipes que já trabalharam ou que conheciam.

Por fim, com o site pronto e funcionando, criamos um formulário no qual qualquer pessoa pode preencher para cadastrar um videoclipe. Ele passa por uma breve análise, para que seja classificado como videoclipe, e passa a fazer parte do acervo do *Clipeteca*. Com isso, desde o lançamento que aconteceu no dia 11 de junho, já foram enviados, de forma espontânea, mais de trinta videoclipes. A pesquisa continua diariamente, em busca de novas descobertas e, também, espera-se continuar contando com a colaboração do público externo.

### 3.2.2.3. Diário de Bordo: criação e execução dos videoclipes

O processo de realização de um produto audiovisual varia de acordo com as demandas de cada projeto. A partir de escolhas técnicas e estéticas, surgem necessidades específicas que guiarão cada produção.

O *Diário de Bordo* surge com a proposta de mostrar os bastidores da produção de diferentes videoclipes. Nessa sessão, são reunidos relatos pessoais sobre cada processo específico, mas, também, sem deixar de trazer dados e informações gerais que podem auxiliar no entendimento da dinâmica do processo de produção e suas etapas no geral.



O primeiro passo para a realização dos videoclipes e, conseqüentemente, dos relatos, foi determinar a equipe técnica que seria responsável por criar e executar os clipes. Importante destacar que decidi que seria a mesma equipe para elaborar os três videoclipes com o objetivo de facilitar na dinâmica de trabalho e, também, mostrar que uma mesma equipe de criação pode apresentar possibilidades estéticas diferentes, que podem variar de acordo com a imagem que a banda deseja passar através do videoclipe.

Desse modo, convidei Tais Bichara (Diretora de Produção), Rodrigo Luna (Diretor e Roteirista), Pedro Perazzo (Diretor e Roteirista) e Renata Soutomaior (Diretora de Arte e Figurinista) para fazerem parte da equipe desde o início, realizando junto a curadoria das bandas e/ou artistas que iriam fazer parte do *Diário de Bordo* do *Clipeteca*. O recorte definido, de antemão, era que os três artistas escolhidos tivessem lançado disco ou EP no ano de 2013, que pertencesse ao cenário independente e que fossem de Salvador devido aos custos orçamentários.

Desse modo, definimos as bandas Falsos Modernos, Toco Y Me Voy e a cantora nana, que lançaram trabalhos novos em 2013 e que são artistas que apresentam estilos e estéticas próprias, contribuindo para que os videoclipes pudessem ser totalmente diferentes um do outro. Após a definição das bandas, realizamos o primeiro contato com cada uma delas para saber se elas tinham interesse em participar do projeto e, assim, realizamos encontros para definirmos a canção do videoclipe e o seu roteiro. Após esse contato, também convidei os outros membros que fariam parte da equipe. São eles: Filipe Ratz (Diretor de Fotografia), Nayara Homem (Maquiadora e Cabeleleira) e Dario Vetere (Edição e Finalização).

#### 3.2.2.3.1 Falsos Modernos

Marcamos uma reunião com a equipe técnica e membros da banda para descobrir quais eram as principais referências, conceitos e interesses do grupo. A Falsos Modernos, até então, tinha apenas um videoclipe oficial, que foi gravado dentro de um estúdio. Naquele momento, a vontade da banda era de ter um clipe que tivesse um roteiro, com personagens e cenário elaborados e, principalmente, que fosse divertido – tanto para eles, quanto para quem assistisse ao vídeo.

A maior dúvida, no entanto, era definir a canção do videoclipe. Das onze canções do disco *Perfil de Cena*, a indecisão estava entre as canções *Lollipop* e *Balada Sem Lei*. Foi escolhida, ao final, *Balada Sem Lei* por ser uma espécie de música-hino do grupo, além de ser uma canção curta, leve e divertida em sua própria essência.

Após escolhermos a música junto com a banda, partimos para a criação do roteiro, que foi elaborado por Rodrigo Luna e Pedro Perazzo. A proposta era recriar um programa de auditório de TV dos anos 60, colocar a banda para se apresentar e, a partir daí, pensar em situações pitorescas. As principais referências eram o clipe de Nancy Sinatra, *These Boots are Made for Walking*, e do Nirvana, *In Bloom*. A ideia, contudo, foi evoluindo até tornar-se um show de calouros, com a participação especial de três jurados e um corpo de baile feminino. Logo em seguida, apresentamos a proposta para os membros da Falsos Modernos e tivemos a aprovação do roteiro.

A partir disso, saímos em busca da locação. A definição de uma locação é sempre um quebra-cabeças no qual todas as peças devem se encaixar. Desse modo, tivemos que observar todas as questões que devem ser articuladas conjuntamente: desde a disponibilidade do local de acordo com as datas possíveis para elenco e equipe técnica; até o fato da locação apresentar características que se adequem às necessidades do roteiro.

No caso do videoclipe da Falsos Modernos, a locação deveria ser ampla, para poder ter espaço para equipe técnica e elenco; ter disponibilidade nos finais de semana; apresentar uma estrutura em que pudessem ser colocados objetos de cena pendurados no teto; e, principalmente, já ter algum equipamento de iluminação. Desse modo, buscamos por teatros em Salvador que se adequassem a essas demandas e tentamos pauta em alguns como Teatro Molière (Aliança Francesa), Teatro Martim Gonçalves (Escola de Teatro da UFBA), Teatro Eva Herz (Livraria Cultura) e até auditórios de escolas, como o do Colégio Antônio Vieira.

No final, o espaço que mais se encaixava nas necessidades do videoclipe e tinha disponibilidade para a data e tempo de gravação que precisávamos (12 de abril, das 7h às 17h) foi o Teatro do Movimento, localizado na Escola de Dança da UFBA. Fechamos a pauta e fizemos uma visita técnica com as equipes de produção, direção, direção de arte e fotografia, para cada setor conhecer o espaço e ver as demandas específicas a partir dele.

Assim, a direção já pôde pensar melhor nos planos que faria; a direção de arte tirou medidas exatas do espaço e identificou como poderia colocar os objetos de cena pensados; e a direção de fotografia verificou quais equipamentos de iluminação havia no local e, a partir disso, checkou as necessidades de compra ou aluguel de materiais complementares. No caso de produção, especificamente, foram observadas questões estruturais, como disponibilidade de estacionamento, banheiros e uma sala próxima ao *set* para colocar lanche, acomodar equipamentos e servir como camarim para o elenco. Outra questão importante era ter certeza de que o local era amplo o suficiente para que a equipe e elenco se acomodassem de forma confortável, viabilizando a gravação da melhor forma possível.

A partir do fechamento do local e data de filmagem, foi possível realizar um *check list* com demandas que deveriam ser cumpridas antes da gravação, ou seja, durante a pré-produção. Foram elas: formalização da pauta do Teatro do Movimento, para que ele fosse utilizado somente por nós durante o tempo necessário para as gravações; contratação de van para transportar equipe e elenco; organização do mapa de transporte com os horários que o carro iria passar para buscar cada pessoa; solicitação e fechamento de apoio do Restaurante Maria Bonita, que ficava próximo à locação; compra de água e lanche (também chamado de manutenção) para equipe e elenco; aluguel de equipamentos e compra de consumíveis solicitados pelo diretor de fotografia (gelatinas, bandeiras, refletores, etc.); aluguel e compra de objetos de cena, junto com a equipe de direção de arte; entre outros.

No dia anterior à filmagem, conseguimos utilizar o espaço para montagem de parte do cenário e da iluminação, para que otimizássemos o tempo disponível para gravação no dia seguinte – o que foi muito importante nesse clipe mas nem sempre é possível, a depender da disponibilidade do local. No dia 12 de abril, data da filmagem (produção), a equipe e o elenco chegaram no local por volta das 7h para iniciar os trabalhos. A produção organizou o *set* de filmagem e a sala de apoio para a equipe e o elenco; direção de arte e direção de fotografia fizeram os ajustes finais na locação; a direção repasou todos os planos que haviam pensado; e a troca de figurinos e maquiagem foram realizadas no camarim. Com tudo pronto, iniciamos a gravação por volta das 11h, tivemos uma pausa de 1h para o almoço das 13h às 14h, e finalizamos o dia de filmagem por volta das 17h.

Terminadas as gravações, chegou o momento de organizar a pós-produção: desmontagem do cenário e devolução dos objetos de cena emprestados e/ou alugados; envio do material gravado para o editor iniciar o trabalho de montagem e edição do videoclipe; e pagamento dos equipamentos, transporte e demais serviços utilizados para a realização do videoclipe.

#### 3.2.2.3.2. Toco Y Me Voy

Conhecemos a Toco Y Me Voy através da internet e conseguimos imaginar uma série de roteiros possíveis, por conta dos variados ritmos que as canções apresentavam. Logo no primeiro contato, feito inicialmente pelo telefone com o vocalista e músico Thiago Ribeiro, ele disse que o grupo tinha vontade de fazer um videoclipe para a canção intitulada Toco Y Me Voy (homônima à banda), porém, ainda não havia um roteiro definido para o videoclipe. A única certeza que eles tinham era de que a ideia deveria ter coerência com a letra da música.

Marcamos um encontro para conhecer mais sobre o grupo e ficamos em dúvida entre duas canções: uma era a *Toco Y Me Voy*, que fazia parte do disco da banda que tinha sido lançado em 2013, e a outra se chamava *O Monte Azul*, que é uma das faixas do novo disco, ainda em processo de finalização e que deve ser lançado no segundo semestre de 2014.

Depois de conversar sobre a importância que cada uma teria para a divulgação do trabalho da banda, foi decidido, então, que o clipe seria da música *Toco Y Me Voy* por ser uma canção que fala muito sobre o grupo e sua essência: formado por pessoas de diferentes lugares, que trazem diversas influências para as suas composições. Além disso, realizar um videoclipe para essa música ajudaria a reforçar a divulgação do primeiro disco do grupo, enquanto o segundo ainda está em processo de finalização.

Desse modo, o espírito de mobilidade e o conceito de que a banda é o verdadeiro lar dos músicos foram as características que nortearam a concepção do clipe, trazendo os quatro músicos morando dentro de uma kombi. A proposta era que eles vivessem e realizassem atividades de rotina (escovar os dentes, tomar banho, lavar roupa, etc) com a kombi, enquanto o carro percorria a cidade e eles tocavam, tanto no caminho quanto em todas as paradas.

Sendo assim, como a proposta do videoclipe era mostrar a rotina da banda nessa casa móvel, realizamos as gravações em diferentes pontos da cidade, pegando imagens de dentro e fora da kombi, com o carro parado e também em movimento. A equipe de direção e produção fizeram um roteiro dos locais pelos quais o carro iria passar – e também ficar parado – para realizar algumas ações que foram pensadas no roteiro, como tomar café da manhã, lavar roupa, fazer a barba e, principalmente: tocar.

Concentramos a gravação no centro e na cidade baixa principalmente por serem regiões que apresentam características próprias, uma estética diferente de outros lugares da cidade. Além disso, também escolhemos ruas e locais que fossem mais tranquilos, de modo que não precisássemos fechar o trânsito para realizar as gravações.

Definido o roteiro de gravação, fomos em busca de um dos personagens principais: o carro-casa do grupo. Encontramos uma kombi azul, modelo 69, no bairro do Barbalho e descobrimos que ela pertencia ao dono do Restaurante Bom de Papo. Conseguimos fechar uma parceria com ele, de modo que pudéssemos ter o carro disponível por uma diária, para realizar as gravações. Logo em seguida, marcamos uma visita com Renata Soutomaior, Diretora de Arte, para ela conhecer o carro, tirar as medidas e pensar em como *dressar*, ou seja, montar o cenário dentro e fora da kombi.

Assim que fechamos a parceria com o dono da Kombi, pudemos fazer o check list com as outras demandas, que tem muito em comum com as etapas realizadas na gravação de Falsos Modernos. Elaboramos uma ordem do dia, com os horários de filmagem para cada sequência; contratamos a van que iria transportar a equipe e integrantes da banda; organizamos e repassamos os horários em que a van passaria para buscar cada um em casa; contratamos um segurança particular para termos proteção em relação aos equipamentos e podermos realizar as gravações externas; providenciamos uma caixinha de som móvel para tocar o playback; compramos lanche e água para a equipe – sendo que, por ser todo em locações externas e em um dia bem quente, a quantidade de água comprada foi maior que nos outros casos; compramos e pegamos emprestado com parceiros os objetos de cena acompanhados pela direção de arte; compramos o material necessário para fazer o rebatedor (isopor, papel laminado, fita, etc) para a equipe de fotografia; e fechamos o local em que iríamos almoçar.

Cumpridas essas demandas, já estava tudo pronto para a etapa de produção, ou seja, o dia da gravação, que foi 15 de abril de 2014, das 6h às 15h. Marcamos o ponto

de encontro no Restaurante Bom de Papo, localizado no Barbalho, onde a kombi estava estacionada. Lá no restaurante, tomamos café da manhã; fizemos a maquiagem da banda, troca de figurino e montagem do cenário dentro da kombi; e as equipes de direção e de fotografia afinaram o plano de filmagem, discutindo que tipos de planos seriam importantes para o clipe.

Partimos para a rua, seguindo o roteiro feito anteriormente, por volta das 7h30. É importante destacar que, como se trata de uma filmagem realizada em locações externas e em movimento, optamos em fazer uma base de produção móvel. Ou seja, não existiam lugares fixos para acomodar a equipe. Todo o material (equipamentos, lanche, água, figurino, objetos de cena) ficava armazenado em um automóvel (carro de produção) ou então na van da equipe. Foi uma opção para termos mais mobilidade e otimizarmos o tempo o máximo possível, já que dependíamos da luz do sol para filmagem. Almoçamos por volta das 12h30 em um restaurante no bairro da Ribeira, última locação do dia, e encerramos a gravação às 14h30.

Assim, entramos na pós-produção, que são as atividades realizadas após a filmagem. Foi realizada a desmontagem do cenário que estava dentro da kombi e devolução dos objetos de cena emprestados; envio do material gravado para o editor iniciar o trabalho de montagem e edição do videoclipe; e pagamento dos equipamentos, transporte, segurança e demais serviços utilizados para a realização do videoclipe.

#### 3.2.2.3.3. nana

nana é uma artista com notável cuidado com a parte visual de sua produção, que pode ser percebido no encarte do seu disco, no site, nos ensaios fotográficos e também nos videoclipes. Sendo assim, sabíamos que o clipe para a cantora deveria dialogar com as suas referências, ressaltando elementos do seu universo imagético já construído.

Marcamos um encontro com parte da equipe (direção, direção de arte e produção) e nana nos apresentou algumas ideias de roteiros que já havia pensado. Uma das propostas era para a canção *pequenas margaridas*, música homônima ao seu álbum lançado em 2013, para qual propunha uma adaptação de algumas cenas do filme que inspirou o seu disco. Porém, o roteiro exigia um orçamento que não tínhamos disponível. Pensamos

em possíveis soluções e formas de viabilizar o clipe, mas entendemos que as adaptações necessárias poderiam fazer com que a ideia perdesse a sua essência.

Decidimos, então, realizar um clipe para a canção *as nuvens*, que fala sobre solidão, ao mesmo tempo em que evoca imagens de carnaval. nana já havia pensado em algumas referências, mas ainda era necessário criar um roteiro mais elaborado, que unisse os elementos propostos por ela. Sendo assim, o tema norteador do roteiro foi o tom onírico, que o próprio título *as nuvens* remete. A proposta era criar um universo onírico de um céu de nuvens de papel, neblina, dançarinas com plumas e pintura corporal emulando pássaros. Além disso, a filmagem envolvia a realização de um plano sequência (gravação sem corte) e em slow motion, pra reforçar a proposta do clipe.

Em *as nuvens*, também era de extrema importância que encontrássemos um espaço que atendesse às necessidades não só estéticas, como também técnicas do videoclipe. Como a ideia era construir um ambiente onírico e com limites indefinidos, precisávamos de uma locação com paredes lisas, sem janelas e de cor clara. Já para viabilizar a parte técnica, era necessário que o lugar fosse bastante amplo, para facilitar a movimentação da equipe e elenco durante a realização do plano sequência que envolvia uma pequena caminhada pelo cenário.

Realizamos visitas em alguns locais, como Ciranda Café, MAM, Aliança Francesa, e em outros ambientes, como salas de ensaio, apartamentos de amigos que possuíam uma sala grande, mas nenhuma das opções conseguia unir as características que precisávamos: ou eram pequenas, ou tinham janelas/espelhos, ou não tinham disponibilidade no período que precisávamos. Pensamos também em utilizar, mais uma vez, o Teatro do Movimento da Escola de Dança da UFBA, por ser um espaço que já dispunha de equipamentos de iluminação e era amplo. Porém, todas as paredes do espaço eram de cor preta, o que traria custos elevados para tornar o ambiente mais claro.

Por fim, acabamos descobrindo o estúdio do Trapiche Pequeno, que fica no Comércio e foi construído para comportar não só a realização de ensaios fotográficos, mas também filmagens. Além de ser um espaço bastante amplo, com paredes brancas lisas, fundo infinito e estrutura para colocar iluminação e cenário, ainda existia a vantagem de apresentar uma boa infra-estrutura, pois tinha um camarim climatizado, copa e espaço para a acomodação da equipe, elenco, equipamentos, entre outros.

A partir do momento em que definimos a locação e realizamos a visita técnica, pudemos cuidar de demandas específicas da pré-produção. Desse modo, contratamos uma van para transportar equipe e elenco; organizamos o mapa de transporte com os horários que a van iria passar para buscar cada pessoa; compramos água e lanche (também chamado de manutenção) para equipe e elenco; cuidamos de aluguel e compra de objetos de cena acompanhados pela equipe de arte; entre outros.

A gravação do videoclipe aconteceu no dia 24 de abril e o estúdio do Trapiche Pequeno, local da filmagem, estava disponível para a equipe por um período total de 10h. Como uma das dançarinas tinha um compromisso no final da tarde, optamos por chegar no local o mais cedo possível, às 7h. A equipe de produção chegou um pouco antes para arrumar a mesa para o café da manhã – já que muitos acordaram muito cedo – e verificar se estava tudo certo no local para a chegada do restante da equipe. Assim, logo que chegaram, os profissionais e elenco foram tomando café e iniciando os seus trabalhos: a equipe de maquiagem foi para o camarim com as dançarinas e a cantora; a equipe de direção, direção de fotografia e direção de arte foram se organizar dentro do estúdio.

Assim que o cenário e iluminação foram montados, foi pensado o trajeto que a câmera faria, levando em conta os posicionamentos dos refletores. A partir disso, os diretores conversaram com as dançarinas sobre o tempo do movimento da dança e alertaram os possíveis deslocamentos que deveriam ser feitos durante a gravação. Pequenos ensaios, inclusive com a câmera, foram feitos na hora para fecharmos os “passos” exatos da câmera a partir da caminhada de nana, sempre relacionada com a entrada e movimentação das dançarinas-pássaros.

Também é importante destacar que, como o videoclipe foi pensado para ser em câmera lenta, tivemos que acelerar a música (que acabou tendo a metade da duração original) para a gravação. Assim, no momento da edição, quando a canção fosse colocada em sem tempo normal, a imagem ficaria ‘devagar’. Porém, para que isso desse certo e houvesse sincronia, nana teve que ensaiar a canção mais rápida e foi necessário que levássemos sonorização para que a dublagem saísse de acordo com a música.

Por serem tantos fatores (caminhada de nana, entrada das dançarinas, deslocamento da câmera, dublagem e etc) que deveriam estar em sintonia perfeita, houve a necessidade de se repetir a gravação do take diversas vezes, incluindo aqueles que achávamos



que poderiam ter funcionado. Inclusive, esses podem ser perigosos, porque é possível que algum erro passe despercebido na câmera, mas que seja muito mais perceptível na tela do computador – como aconteceu com, pelo menos 3 takes que achávamos que tinha funcionado.

Por volta das 16h encerramos as gravações e demos início ao primeiro passo da pós-produção, com a desmontagem de cenário; desmontagem e devolução dos equipamentos de iluminação e pagamento dos equipamentos, transporte e demais serviços. Logo em seguida, enviamos todo o material gravado para o editor iniciar o trabalho de edição do videoclipe que se resumiu, praticamente, ao *Color Grading*.

#### 3.2.2.4. Rede de Contatos

A *Rede de Contatos* é um espaço colaborativo e em construção, que busca reunir os contatos de profissionais que trabalham com audiovisual na Bahia. Os contatos estão dispostos a partir das seguintes áreas de atuação: Arte, Direção, Edição/Montagem, Fotografia, Maquinária/Elétrica, Produção, Roteiro e Som.

Inicialmente, a rede foi sendo construída através da agenda pessoal e indicações de amigos que conheciam mais pessoas que trabalhavam na área. Todos os contatos que estão presentes na lista autorização a sua disponibilização. Além disso, também foi criado um formulário no qual o profissional pode realizar o cadastro, informando as funções que exerce e enviando e-mail, telefone e link para portfólio (se houver).

Assim, pretende-se que a rede possa facilitar o encontro entre profissionais do audiovisual e interessados em realizar videoclipes – ou até mesmo outros produtos audiovisuais. Além disso, o espaço também contribui para a divulgação dos trabalhos realizados por estes profissionais através da disponibilização de links dos seus sites e portfólios.

#### 3.2.2.5. Documentos

A sessão de *Documentos*, como o próprio nome já diz, tem como objetivo disponibilizar arquivos que podem auxiliar ou contribuir para a organização de algumas etapas que envolvem a execução de um videoclipe, assim como outros documentos que são importantes para evitar problemas com autorização de uso de imagem e locação. São eles: a Análise Técnica, Ordem do Dia, Autorização de Uso de Imagem e Voz e Autorização de Filmagem e Imóvel.

A Análise Técnica reúne todas as informações referentes a cada núcleo técnico envolvido na produção de um produto audiovisual. Normalmente é construída a partir da junção das decupagens do roteiro feitas por cada núcleo, que é discutida e revisada em uma reunião presencial com todos os responsáveis dos núcleos (ex: Diretor(a) de Fotografia, Diretor(a) de Arte, Diretor(a) de Produção, Som Direto, etc). É o documento que permite ter uma visão geral de todos os elementos envolvidos na filmagem de cada cena.

A Ordem do Dia é um documento para consulta que deve servir como guia de organização e *check list* para todos os núcleos técnicos envolvidos em uma diária de filmagem. Ela traz um resumo do plano de filmagem previsto para o dia e os detalhes envolvidos em cada uma das cenas, como elenco, objetos de cena, figurino e orientações para a captação de som. Trata-se de um documento que resume as informações necessárias para um dia de filmagem e deve ser entregue sempre no dia anterior.

Já a Autorização de Uso de Imagem e Voz e Autorização de Filmagem e Locação são documentos que comprovam que a produção e equipe apresentam a autorização para utilização da imagem e voz da pessoa registrada, assim como a autorização para filmagens ou quaisquer tipos de utilização do espaço. Por isso, é importante, antes do dia da filmagem, conseguir essas autorizações para garantir que as imagens registradas das pessoas e realizadas em cada locação sejam liberadas para os usos necessários.

### 3.2.3. Estratégias de divulgação

Para divulgar o *Clipeteca* e gerar expectativas no público em relação ao produto e ao seu evento de lançamento, foi gerado um plano de comunicação que pudesse dialogar diretamente com o público-alvo. Por se tratar de um site, a divulgação concentrou-se na plataforma online, através da divulgação em redes sociais e mailing. O primeiro passo

foi criar uma página na rede social *Facebook*, no qual houve uma preocupação em já divulgar a marca, link do site (que ainda estava aberto para o público) e objetivos do projeto.

Foi feito um planejamento de publicações na página oficial do projeto, que contava com postagens para todos os dias até depois da data de lançamento do site. Desse modo, foi enviado um convite para que as pessoas "curtissem" a página e, assim, pudessem ver uma breve apresentação do projeto, seus objetivos e estrutura. Também contei com a ajuda das pessoas que estavam envolvidas diretamente no projeto para compartilhar a página.

A divulgação também foi feita em grupos especializados na rede social, como de cursos de cinema na Bahia, de produtores culturais, músicos e, inclusive, em um grupo voltado para videoclipes baianos. Desse modo, através do compartilhamento do link da página do *Clipeteca* nesses espaços, o alcance do público-alvo aumentou, fazendo com que pessoas que não são presentes no meu ciclo social conhecessem o projeto e também contribuíssem para a divulgação.

As publicações eram direcionadas para as sessões principais do site (*Videoclipes Baianos*, *Diário de Bordo* e *Rede de Contatos*), nas quais cada postagem era acompanhada por um vídeo ou imagem que estava associada diretamente ao seu tema. Para a divulgação da sessão de mapeamento, eram divulgados links de videoclipes que já faziam parte do acervo e que mostravam um pouco da diversidade da produção baiana. Desse modo, foram postados videoclipes de diferentes épocas, gêneros e regiões da Bahia. Todos eles associados a um texto que falava da sessão *Videoclipes Baianos*.

Para o *Diário de Bordo*, foi realizada uma breve apresentação das bandas Falsos Modernos e Toco Y Me Voy e da cantora nana e a divulgação da música escolhida de cada artista para ganhar uma versão audiovisual. Ainda para divulgar essa sessão, também foram colocados depoimentos enviados pelos artistas, falando brevemente sobre a experiência de participar do projeto e a importância de ter um videoclipe de uma de suas canções.

Por fim, para a *Rede de Contatos*, a página do *Facebook* teve dupla função: divulgar não só os objetivos e funções da sessão, como também convidar as pessoas a envia-

rem, desde já, os seus contatos para fazerem parte da rede. Desse modo, foi criado um banner (ANEXO III) no qual foram solicitadas as informações que deveriam ser enviadas para o e-mail oficial do projeto.

É importante destacar que, além de divulgar o site e as suas sessões, a página do *Clipeteca* também teve um papel importante na divulgação do evento de lançamento. Para isso, foi criado um cartaz de divulgação (ANEXO IV), que foi produzido por Daniel Cambuí, com as informações sobre o formato do evento. Também foi criado um evento no *Facebook*, no qual pudemos convidar pessoas para participarem. Sendo assim, o evento também foi divulgado nos grupos e páginas voltados para o público-alvo.

Por fim, foram produzidos dois releases que foram enviados, via mailing, para jornalistas e sites especializados em cultural em Salvador. O primeiro release tinha como objetivo trazer informações mais detalhadas sobre o site de forma objetiva e já informando a data do lançamento; e o segundo release foi direcionado especificamente para o evento de lançamento do produto, com o cartaz de divulgação.

#### 3.2.4. Evento de lançamento

O evento de lançamento do *Clipeteca - Site de Produção de Videoclipes* foi pensado com o objetivo de apresentar o resultado final (Videoclipes e site) para as pessoas envolvidas no projeto; parceiros; apoiadores; patrocinador; artistas, bandas e músicos; produtores culturais; jornalistas e público em geral. Sendo assim, a realização do evento contribuiu não só para marcar o surgimento oficial do site, como também para divulgar o trabalho realizado.

A estrutura pensada, desde o início, envolvia a apresentação do site, exibição dos videoclipes realizados pelo projeto e, para encerrar o evento, apresentações das bandas Falsos Modernos e Toco Y Me Voy, e da cantora nana. Convidamos os artistas para realizarem os shows em formato reduzido (entre 30 a 40 minutos de duração) e todos aceitaram participar do lançamento.

A partir disso, foi realizada uma busca em Salvador por um espaço que viabilizasse a realização das projeções dos videoclipes e que também já tivesse uma estrutura de

palco e sonorização para diminuir os custos. Fechamos a pauta com o *Commons Studio Bar*, localizado no Rio Vermelho, para o dia 11 de junho de 2014, quarta-feira. A escolha desse dia da semana para a realização do evento se deu devido ao fato de apresentar uma proposta de lançamento, que deveria começar cedo e não terminar muito tarde, além de não competir com outros eventos voltados para o mesmo público-alvo.

Fiz um *check list* com as demandas que envolviam o evento de lançamento e que iriam guiar a pré-produção e produção do evento. Entre elas, destacam-se: visita técnica para definir o local exato da exibição dos videoclipes; aluguel de projetor de alta qualidade; aluguel de caixas de som (PA) de alta qualidade; aluguel de tela para projeção; confirmação dos artistas e organização das suas necessidades a partir dos seus mapas de palcos e rider técnico; fechamento de cronograma, incluindo passagens de som, apresentação do projeto, exibição dos videoclipes e realização dos shows; contratação de rodie; contratação de pessoas responsável pela recepção e bilheteria; contratação de DJ; elaboração da lista de convidados; e divulgação.

O evento, que tinha ingresso no valor simbólico de R\$5,00, teve seu início às 20h com o DJ Camilo Fróes e, por volta das 21h30, iniciei a apresentação do projeto. Nesse momento, o objetivo era falar para as pessoas presentes as metas e intenções do *Clipete-ca*, apresentar a sua estrutura de forma objetiva e, também, realizar um agradecimento formal a todas as pessoas e empresas que apoiaram e participaram da realização do projeto. Depois, foram exibidos os videoclipes por ordem de execução: primeiro *Balada Sem Lei*, da Falsos Modernos; depois *Toco Y Me Voy*, da banda Toco Y Me Voy e, por fim *as nuvens*, de nana.

Por fim, por volta das 22h30 nana abriu as apresentações musicais com um repertório essencialmente autoral, com trinta minutos de duração. Logo em seguida e após a troca de palco, a banda Falsos Modernos apresentou seu show com músicas do novo disco e bandas que marcaram o cenário musical baiano, como os Dead Billies; por fim, a banda Toco Y Me Voy fechou as apresentações musicais.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como citado anteriormente, o *Clipeteca - Site de Produção de Videoclipes* é um Trabalho de Conclusão de Curso de Produção em Comunicação e Cultura, que foi elaborado e executado com o objetivo principal de ultrapassar a universidade e contribuir, de alguma forma, para a valorização e difusão da produção audiovisual e musical baiana. Ao longo de dois anos, quando foi elaborada a ideia embrionária do *Clipeteca*, o projeto passou por diversas modificações, apresentando um crescimento e amadurecimento no que diz respeito as suas intenções e metas.

Com o projeto finalizado e disponibilizado na Internet, o *Clipeteca* trouxe, como um de seus resultados alcançados, a criação e execução de três videoclipes com estéticas e propostas diferentes entre si, que estão contribuindo para a divulgação dos trabalhos de artistas independentes de Salvador. O videoclipe da Balada *Sem Lei*, da Falsos Modernos, apresenta mais de 800 visualizações; o clipe *as nuvens*, de nana, atingiu mais de 1.800 visualizações; e o videoclipe *Toco Y Me Voy*, da Toco Y Me Voy, ultrapassou o número de 2.000 acessos até o momento. As produções também receberam destaque em sites voltados para música, como o *El Cabong*, *Monkey Buzz*, *Move That Jukebox*, *Música Pavê*, entre outros.

Com o processo de pesquisa citado anteriormente para a realização do mapeamento de videoclipe, foi possível chegar a um número de mais 400 videoclipes. Devido ao fato de não haver o compromisso em realizar uma classificação dos videoclipes, principalmente em relação aos estilos musicais dos artistas, não foi possível gerar um banco de dados mais detalhados. Ao mesmo tempo, tem-se consciência de que fazem parte do acervo videoclipes produzidos desde a década de 80 até os dias atuais; de diferentes estilos, como rock, samba de roda, pagode, axé, rap e dub; e de artistas da capital e de cidades do interior, tais como Cachoeira, São Félix, Alagoinhas, Juazeiro, Vitória da Conquista, Feira de Santana, Paulo Afonso, entre muitos outros.

Através de uma ferramenta do *Google Analytics*, também foi possível obter informações a respeito de acessos do site, perfil de público, entre outros. Desse modo, até o momento o site já foi acessado, em sua maioria, por pessoas do estado da Bahia, principalmente devido ao seu direcionamento e recorte. Porém, mesmo assim, por ser uma plataforma online acessível, o *Clipeteca* também foi visualizado por pessoas nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco, entre outras regiões brasileiras.

Em aspectos mundiais, o *Google Analytics* também trouxe dados de acessos em outros países, como Argentina, Estados Unidos, Bélgica, Alemanha, Inglaterra, Hungria, Holanda, Angola, Índia, entre outros. É importante destacar que as visualizações nos outros países apresenta um número muito reduzido, quase inexpressivo se compararmos com a quantidade de acessos no Brasil. Ao mesmo tempo, também é interessante perceber o alcance que uma plataforma online pode atingir, ultrapassando fronteiras e atingindo outros territórios.

Outro dado importante a respeito do perfil do público que tem acessado o site. A maioria das pessoas apresenta entre 25 a 34 anos (33,5%), seguido de 18 a 24 anos (27,5%), depois 35 a 44 anos (15,5%) e assim por diante. Ao mesmo tempo, esses dados levam em consideração apenas pessoas de mais de 18 anos e que disponibilizaram a informação a respeito da sua idade. Sendo assim, os acessos de pessoas menores de idade ou que não disponibilizaram informações pessoais – como a idade –, não estão contempladas nesta análise.

Por fim, também é importante destacar a quantidade de presentes no evento de lançamento. Além dos convidados, que foram as pessoas que fizeram parte da criação e produção dos videoclipes do *Clipeteca*, parceiros e apoiadores, o evento de lançamento contou com a participação de um público majoritariamente da cidade de Salvador, atingindo o número de mais 200 pessoas no local no período do evento de lançamento.

Desse modo, é possível notar que o site *Clipeteca*, assim como os videoclipes realizados a partir do projeto e o evento de lançamento, conta com um público distinto e diversificado, que tem, em comum, o fato de se interessarem pela produção musical e audiovisual. A intenção é dar prosseguimento ao projeto, atualizando com as novas produções de videoclipes ou acrescentando ao acervo aqueles clipes que ainda não foram descobertos a partir do trabalho de pesquisa. Também faz parte da meta do projeto desenvolver outros *Diários de Bordo*, a partir de experiências futuras com a produção de videoclipes, com o objetivo de movimentar o site e mostrar outras possibilidades de criação e realização de um videoclipe.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ALVES, Iali. **A produção independente de videoclipes: um estudo dos casos das bandas soteropolitanas Cascadura, Demoiselle e Radiola.** (Graduação em Comunicação Social com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura). UFBA. Salvador, Ba. 2008.

BARRETO, Rodrigo. **Do contexto produtivo às obras: autoria, campo e estilos dos videoclipes.** In: SERAFIM, José Francisco (Org.). Autor e Autoria no Cinema e Televisão. Salvador: Editora EDUFBA, 2009.

BRYAN, Guilherme. Música: 30 anos num clipe. Folha de S. Paulo de 31/10/05. *Bohemian Rhapsody – o primeiro clipe permanece original.* Artigo publicado dia 15/03/2004 na coluna De olho no clipe, site da MTV Brasil.

JANOTTI, Jader. **O videoclipe como forma de experiência estética na comunicação contemporânea.** In: MATTOS, Sérgio (Org.). A Televisão e as Políticas Regionais de Comunicação. Salvador - São Paulo: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação / GT Televisão, 1997.

MOLETTA, Alex. **Criação de curta-metragem em vídeo digital: Uma proposta para produções de baixo custo.** São Paulo: Summus, 2009, 2ªEd.

RODRIGUES, Chris. **O cinema e a produção: para quem gosta, faz ou quer fazer cinema.** Editora DP&A / Lamparina, 2007.

## ANEXO I - Desenvolvimento da marca





**ANEXO II - Marca final do Clipeteca**



Quer seu contato no  
Clipeteca?

É só mandar email pra  
[clipeteca@gmail.com](mailto:clipeteca@gmail.com)

informando:

Nome

Telefone e email

Link para site ou portfólio

Funções que exerce

Contamos com sua colaboração!



[www.clipeteca.com.br](http://www.clipeteca.com.br)

LANÇAMENTO

# Clipe TECA

site de produção de videoclipes

Lançamento do videoclipe  
**"Toco y me voy"**  
e show da  
**Toco y me voy**



Lançamento do videoclipe  
**"as nuvens"**  
e show de  
**nana**



Lançamento do videoclipe  
**"Balada sem lei"**  
e show da  
**Falsos Modernos**



11/06  
Commons Studio Bar  
Rio Vermelho

20h | R\$5  
Discotecagem de:  
**Camilo Fróes**

Realização:  giro

Patrocínio:  SALVADOR  
PRIMEIRA CAPITAL DO BRASIL



site de produção de videoclipes



- Home
- Projeto
- Videoclipes Baianos
- Diário de Bordo
- Rede de Contatos
- Documentos
- Contato



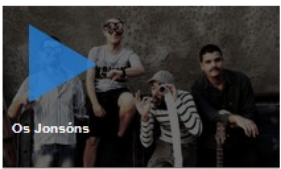
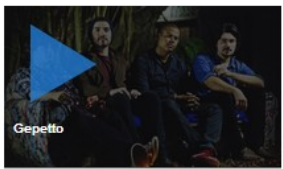
Encontre-nos no Facebook

**Clipeteca**  
Você curtir isso.

Você e outras 747 pessoas curtiram Clipeteca.

Plugin social do Facebook

### Últimos videoclipes adicionados



[Ver todos os Videoclipes Baianos](#)

Tweets [Seguir](#)

Hmm, um histórico vazio. Isso é estranho.

[Verificar por Tweets](#)

Tweetar para @Clipeteca

**Enviar videoclipe**

Clique aqui para enviar um videoclipe para fazer parte do acervo do Clipeteca



Buscando valorizar e, sobretudo, incentivar a realização deste produto audiovisual, foi criado o Clipeteca – Site de Produção de Videoclipes. A plataforma tem como foco a produção de videoclipes feitos na Bahia, mas também pode incluir produções realizadas fora do estado, desde que a banda ou artista sejam da nossa casa.

- Home
  - Projeto
  - Videoclipes Baianos
  - Diário de Bordo
  - Rede de Contatos
  - Documentos
  - Contato
-