



comunicação
da música jovem
e independente

plano estratégico para a artista nana

apresentação

Influenciada pela música francesa da década de 60, pelo rock experimental e pela Bossa Nova, nana passeia entre a melancolia e a leveza pop, apostando sempre na experimentação. Sua música é, ao mesmo tempo, simples e cinestésica, conduzida por letras cotidianas e preenchida com texturas orgânicas e eletrônicas. Sua voz suave, somada à complexidade sonora das músicas, confere à obra um caráter singular em meio à atual produção independente nacional.

Com apenas 23 anos, Ananda Lima é estudante de Composição e Regência na Universidade Federal da Bahia, e seu principal diferencial vem do fato de que, além de interpretar e tocar, compõe e arranja todas as músicas. O disco “pequenas margaridas”, lançado em

agosto de 2013, com 13 faixas autorais, reflete esse caráter do it yourself (faça você mesmo). Parte dele foi gravado e produzido no próprio quarto da cantora. Já no palco, apresenta-se sozinha, acompanhada apenas pelo computador, revezando-se entre instrumentos como teclado, cavaquinho, kaossilator e escaleta.

A proposta visual do trabalho de nana dialoga com o universo imagético evocado por suas canções. Traz elementos que estão entre suas referências, como ilustrações infantis, colagens e aquarelas, além da forte relação com a fotografia. Parte desse universo também está expresso nos videoclipes – dos quais Ananda Lima é roteirista e diretora – e nos vídeos caseiros que ela mesma realiza.

Sua música dialoga com outros trabalhos

do cenário independente e, por sua autenticidade, vem se provando relevante, embora conte com público ainda pouco expressivo quantitativamente no contexto nacional.

Este plano estratégico de comunicação pretende traçar um diagnóstico do atual funcionamento da carreira de nana e dos resultados até então alcançados, buscando, em seguida, estabelecer os principais desafios e objetivos da comunicação da cantora para o ano de 2014. Tendo em vista sempre estratégias de ação que dialoguem com as demandas identificadas através do presente trabalho.

1. equipe de trabalho

1.1 Equipe base

A produção executiva é coordenada pela própria cantora, que trabalha em parceria com duas produtoras. Revezam-se em tarefas como administração do dinheiro e questões burocráticas, produção de materiais de divulgação, assistência a demandas de projetos e eventos de que nana participa, definições de metas e cronogramas e captação de recursos. O trabalho específico de agenciamento de shows no Brasil começou no final de 2012, sendo realizado pelo assessor Marcos Xi através de articulação com gestores de espaços e produtores de outros artistas. A comunicação é dividida também entre a própria Ananda Lima e dois assessores, que se ocupam em abastecer e atender demandas de meios de comunicação e profissionais especializados da imprensa, trabalhar a imagem da cantora e administrar ferramentas de comunicação

com público externo. O assessor de imprensa, Marcos Xi, só começou a fazer parte da equipe em Julho de 2012.

1.2 Colaboradores

Considerando a impossibilidade até o momento de custear o funcionamento ideal de uma equipe, o trabalho se torna possível através da participação de colaboradores voluntários. São os casos de: Agnes Cajaiba, fotógrafa e diretora de arte dos produtos visuais ao lado de Ananda Lima e montadora dos videoclipes; Jeronimo Soffer, diretor de fotografia e câmera dos videoclipes e coberturas de shows, e Paloma Simplício, maquiadora e diagramadora.

1.3 Parceiros

As parcerias para distribuição do “pequenas margaridas” foram estabelecidas através de acordos que

prevêem porcentagem nos lucros para os profissionais envolvidos, já que se trata de um trabalho de venda. Rodrigo Lariú é o distribuidor do disco virtual através do site “Midsummer Madness” e do disco físico para lojas em Rio de Janeiro e São Paulo, enquanto Olivier Durand (FRA) é responsável pela distribuição na Europa e no Japão, onde também faz booking de shows.

1.4 Estrutura

A produção de nana não conta com nenhuma estrutura física como escritório ou estúdio. A equipe trabalha em home office e com equipamento próprio. As reuniões presenciais costumam acontecer na casa de algum membro da equipe ou em local público onde possam ter privacidade.

2. projetos

São projetos já definidos para execução em 2014:

CD “pequenas margaridas”



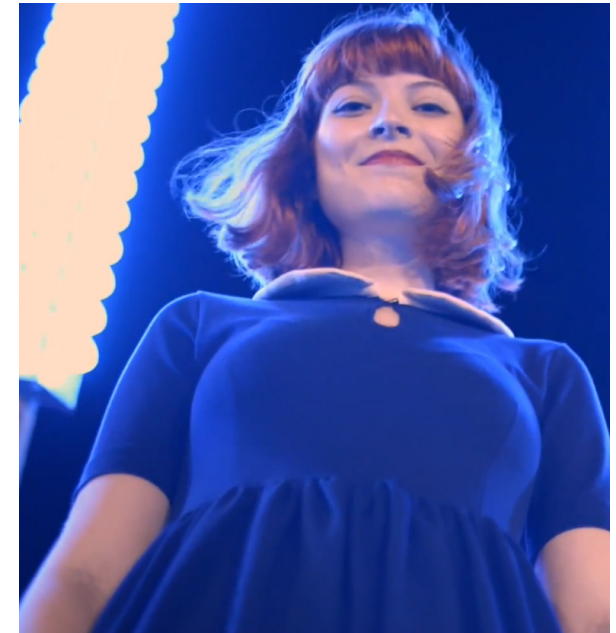
- Prensagem inicial de 1.000 cópias do disco (Março/2014);
- Divulgação e distribuição para venda em lojas e em shows;
- Divulgação da versão para download pago e gratuito.

Circulação do show “pequenas margaridas”



- Realização de shows como atração principal;
- Realização de show de abertura para outras bandas em turnê – trabalho iniciado no final de 2013 em parceria com A Banda Mais Bonita da Cidade.

Videoclipes para todas as músicas do disco



- Produzir e lançar os videoclipes das 10 músicas que ainda não possuem o produto audiovisual.

3. identidade

3.1 Missão

nana é uma artista jovem, que enxerga a música como forma de expressão de idéias e sensações e aposta na experimentação técnica através, principalmente, da combinação de sons orgânicos e eletrônicos. Tem como fundamento de trabalho uma estrutura de produção independente, que valoriza a autoria e a criação multiartística.

3.2 Visão

Mesmo partindo de uma elaboração tão pessoal, a música de nana busca a universalidade na comunicação, mantendo identidade com valores e referências que não se acomodam em regionalismos ou espaços temporais. Apropria-se de sonoridades e temas que podem dialogar com pessoas de qualquer idade e lugar. Ao longo dos próximos 3 anos e com o lançamento de um segundo disco autoral, nana espera alcançar uma repercussão mais expressiva no contexto nacional.

3.3 Valores

nana tem, desde o início da carreira, forte ligação com a filosofia do it yourself, processos de criação e modos de produção quase artesanais e bastante pessoais. No palco, é uma one woman band. Aposta no uso do computador como meio de conseguir executar, sozinha, uma vasta gama de instrumentos e efeitos sonoros.

Na condição de artista independente e com orçamento limitado ao que é arrecadado em bilheteria e cachê de shows, Ananda Lima acredita que o conceito de artista, nesse contexto, se transformou. Não pode mais ser resumido à idéia de mente criativa. Invoca, além disso, competências gerenciais e a capacidade de pensar e acompanhar estrategicamente a administração de sua carreira.

4. análise do ambiente

4.1 Externo

nana faz parte da nova geração do cenário de produção musical independente e eventualmente chamado de alternativo, que vem se consolidando como um nicho específico dentro do mercado fonográfico nacional. Nessa conjuntura, merecem destaque a grande quantidade de artistas jovens e a proposta de colaboração prevalecendo sobre a de concorrência. Compõem este cenário artistas de diversos gêneros musicais, não se resumindo à produção rock ou “indie”. A fusão de gêneros tem, inclusive, ganhado bastante destaque para crítica e público. Nesse contexto, a internet é um dos principais facilitadores, pois permite que artistas novos disponibilizem e divulguem seus trabalhos, alcançando visibilidade sem depender obrigatoriamente de suporte físico (disco), circulação de shows e investimento financeiro. Além de dinamizar e diversificar o contato com público, outros artistas, imprensa e possíveis investidores. Os artistas disponibilizam suas produções através de plataformas digitais como Bandcamp, MySpace, SoundCloud, Youtube e apostam bastante na divulgação através de redes sociais.

No âmbito local (Salvador), nana está situada em um contexto em que os principais produtos de movimentação cultural são fenômenos musicais incluídos no que se batizou “axé system”, produção predominante comercialmente, com variações de gêneros filiados ao axé, como pagode e arrocha. Funciona através de uma lógica que aborda essas manifestações artísticas prioritariamente como entretenimento e confunde o cenário cultural predominante com um circuito de festas. Apesar disto, existe um circuito de consumo alternativo na

cidade que valoriza a diversidade e se constrói também a partir da expectativa pelo novo.

No cenário das políticas culturais, os artistas independentes vivem um momento privilegiado no Brasil. Políticas de financiamento via editais públicos através do Fundo Nacional de Cultura e privados através da Lei de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet) têm permitido que muitos artistas viabilizem seus projetos artísticos e, principalmente, participem de projetos mais abrangentes como festivais de circulação local ou nacional.

oportunidades

- Facilidade de divulgação e distribuição do trabalho através da internet;
- Facilidade de contato com produtores e espaços culturais de outros estados;
- Facilidade de intercâmbio cultural com artistas do Brasil e de outros países;
- Possibilidade de financiamento de projetos via editais públicos e privados

ameaças

- Muitos artistas lançando trabalhos simultaneamente;
- Poucos espaços com boa infraestrutura para shows e capacidade para públicos de pequeno ou médio porte;
- Dificuldade em manter estabilidade de produção por, na maioria das vezes, depender de financiamento ou participação em projetos financiados via editais

4.2 Setorial

De acordo com as estatísticas de acesso às redes sociais, o maior volume de fãs de nana se concentra nas cidades de Salvador, São Paulo e Rio de Janeiro. No entanto, percebe-se que, do público contabilizado em Salvador, parte relevante é composta por pessoas próximas a Ananda Lima – familiares, amigos, colegas de trabalho e faculdade e suas respectivas redes –, ou seja, os dados não permitem quantificar com precisão seu público local espontâneo.

Entende-se, ao mesmo tempo, que São Paulo e Rio de Janeiro são cidades com grande público em potencial, por serem pólos de produção musical nacionais e cidades com mais espaços e grupos de consumo cultural diversificados já sedimentados.

O perfil predominante do público de nana é de pessoas entre 18 e 34 anos, e em sua maioria mulheres. Tendo em vista esse público jovem, o trabalho de divulgação e distribuição via internet

e as opções de lugares para shows se mostram coerentes com a tentativa de ampliar o volume de fãs desse perfil. Ao mesmo tempo, é preciso pensar formas de dialogar com os outros grupos que compõem o público.

Considerando a condição de artista independente, nana lida com espaços de mídia que em sua maioria são, também,

estruturas alternativas de produção de conteúdo, mas que atendem justamente ao público deste setor. A inserção nestes meios não se caracteriza pela disputa por espaço como se dá nos veículos de informação mais tradicionais. O desafio está mais ligado à relevância artística e noticiosa, já que o espaço é – pode-se dizer – ilimitado.

oportunidades e pontos fortes

- Facilidade em circular nos espaços que dialogam com seu principal perfil de público (jovem);
- Conceito musical sofisticado, mas capaz de se expressar de forma simples e acessível;
- Abertura para diferentes espaços de divulgação e formação de público através de videoclipes;
- Boa experiência e recepção de público para participações em projetos de coletâneas e homenagens;

ameaças e pontos fracos

- Público pouco expressivo em Salvador;
- Dificuldade de inserção em veículos de comunicação de grande alcance;
- Estigmatização em um nicho de mercado muito restrito, batizado de “fofo indie”;
- Dificuldade de dialogar com outros públicos fora do perfil jovem e de gênero feminino;
- Dificuldade técnica em alguns espaços para conseguir qualidade de som ideal

4.3 Interno

O funcionamento interno da equipe se orienta principalmente por dois aspectos: trabalho voluntário e participação da cantora em todas as atividades. Os profissionais envolvidos não trabalham em regime de dedicação exclusiva e, em alguns períodos, nem mesmo de dedicação regular. Desta forma, a cantora se envolve com cada etapa de todos os processos e executa muitas tarefas de produção, na tentativa de ter controle sobre tudo que é feito, mas também como meio de complementar a força de trabalho para viabilizar os projetos.

A sobreposição de funções e ausência de divisão clara de tarefas prejudica

o cumprimento das atividades e, principalmente, dos cronogramas. O fato de todas as decisões dependerem da aprovação de Ananda Lima e de muitas das ações práticas ou produção de materiais dependerem do trabalho direto da cantora dificulta a independência de funcionamento de algumas atividades.

Considerando a inexistência de recursos em caixa para investimento em produtos, realização de shows e ações de caráter estritamente promocional, a estrutura de produção prioriza viabilizar projetos através de trabalho voluntário, produções de baixo orçamento e processos e canais de distribuição online.

pontos positivos

- Facilidade de logística para shows e entrevistas por ser one woman band;
- Potencial facilidade na condução da comunicação interna, considerando equipe reduzida;
- Possibilidade de gerar produtos variados, levando em conta outras habilidades artísticas da cantora;
- Potencialidades visuais e amplo universo imagético de referências que facilitam produção de peças gráficas e produtos audiovisuais

pontos negativos

- Centralização de decisões;
- Produção baseada em trabalho voluntário e sobreposição de funções;
- Ausência de planejamento e análise de resultados de comunicação;
- Limitação de orçamento para realização de projetos e ações promocionais;
- Dificuldade em manter regularidade na administração de redes sociais

diagnóstico estratégico

Através da análise de todo o trabalho de comunicação realizado até o momento, percebe-se que não existe um planejamento estratégico consolidado para a carreira de nana. Além disto, existe uma dificuldade estrutural em cumprir as metas estabelecidas.

Um dos problemas identificados especificamente no processo de construção de imagem da cantora é a estigmatização como “fofa”, o que pode contribuir para uma leitura de seu trabalho, por parte expressiva do público e pelos veículos de imprensa, como algo “adolescente” ou mesmo “infantilizado”. Isto dificulta a tentativa de ampliação de público e de espaços na mídia. Nunca foi pensada uma ação para entender contextualmente o fenômeno e reverter esse enquadramento.

Embora não queira ser marcada como “artista baiana” por defender um tipo de música universal, a cantora tem visibilidade ainda pequena em Salvador – e no resto

do estado. Não foram realizadas ações de divulgação específicas, e parte significativa do que é apontado pelas estatísticas como seu público na cidade é composta por pessoas com quem a cantora tem uma relação pessoal. Faz-se necessário, portanto, um trabalho efetivo de pesquisa e formação de público local.

Os trabalhos e eventos de nana não tiveram alcance ideal de visibilidade. Foram usadas estratégias de divulgação diferentes em cada situação, sem terem sido avaliados os resultados. Apesar de existirem propostas de conteúdos específicos e coerentes para cada rede social, ainda não são bem administrados e nunca cumpriram uma frequência regular durante período significativo, o que pode prejudicar o interesse do público em acompanhar o trabalho.

Considerando a impossibilidade de manter uma equipe remunerada em que os profissionais atuem em regime de dedicação exclusiva ou regular, Ananda

Lima conta com o tempo disponível nas rotinas de cada um dos membros de sua equipe. Desta forma, algumas atividades ficam prejudicadas. Também por isso, a cantora assume a função de produtora executiva e tarefas nas demais frentes de trabalho.

No entanto, a sobreposição de funções e atividades para cada membro da equipe e a concentração de decisões nas mãos de Ananda Lima dificultam a agilidade dos processos e a independência de funcionamento em cada setor. Conclui-se, portanto, que é necessário um planejamento estratégico através do qual será repensada a organização interna para otimizar o trabalho.

Dessa forma, indentificam-se como pontos a serem trabalhados durante o ano de 2014: organograma e comunicação interna, ampliação de esforços para divulgação e formação de público local e posicionamento de imagem da artista.

objetivos e metas

1. reposicionamento de imagem

Objetivo

Distanciar a imagem de nana e principalmente seu trabalho da abordagem que supervaloriza o apelo estético estigmatizado como “fofo” concorrendo para o ofuscamento de sua qualidade técnica e apuro artístico.

Justificativa

A imagem de nana está frequentemente associada ao conceito de “fofura”, que não se trata de uma interpretação incoerente ou necessariamente negativa. No entanto, pode ser associada a uma interpretação infantilizada de seu trabalho, o que prejudica tanto a tentativa de conquistar novos e diversificados públicos, quanto o alcance nos veículos de imprensa. Dessa forma, pretende-se um trabalho não de negar os elementos de “fofura” presentes no trabalho de nana e na sua imagem pública, mas de conseguir reverter essa idéia de “infantil”, impulsionando a visibilidade de outras qualidades que sua música possui.

Metas:

- Realizar o projeto “vitrola da nana” em 2014;
- Atividade de Media Training (Fevereiro-Março/2014);
- Realizar reuniões com equipe de roteiro e direção de cada um dos vídeos em fase de produção ao longo de 2014.

Ações:

A) “vitrola da nana”

Considerando que o único produto autoral de nana a ser trabalhado em 2014 é o disco “pequenas margaridas”, cujo apelo estético - sonoro e imagético – está fortemente ligado ao conceito de “fofo” aqui tratado, e tendo em vista que, nas oportunidades em que participou de projetos fazendo versões de músicas de outros artistas, nana construiu peças que se distanciam desse enquadramento, propõe-se, como parte do trabalho de reposicionamento de imagem, o projeto “vitrola da nana”.

O projeto consiste em uma série de versões feitas por nana para músicas de outros artistas que sejam referência ou inspiração para seu trabalho, como Serge Gainsbourg, Sonic Youth, Caetano Veloso e Tom Jobim. A cantora irá escolher as músicas e poderá disponibilizar as versões tanto em formato de áudio quanto de vídeo. Não existe uma proposta visual pré-determinada para os vídeos, apenas que sejam declaradamente caseiros e não reforcem elementos “fofos”.

Não se trata de uma imposição sobre o processo de criação de nana, mas uma tentativa de não sobrecarregar os aspectos visuais que possam vincular sua imagem à supracitada infantilização ou, de alguma forma, a um desmerecimento da seriedade do seu trabalho. Ampliar as referências do seu universo imagético que são aplicadas aos vídeos para que, embora sejam caseiros e expressem a sensibilidade da cantora

e de suas composições, não tenham um aspecto de “brincadeira” ou uma aura exageradamente “fofa” e “inocente”. Portanto, serão evitados elementos normalmente explorados como: filmagens em fundo rosa e/ou no quarto da cantora, animações em stop motion com figuras de animais e corações, excesso de objetos decorativos rosa ou em formato de coração, brinquedos e acessórios infantis.

A divulgação vai se concentrar na Fan Page (Facebook), com periodicidade quinzenal. Todos os vídeos e áudios também serão disponibilizados no canal do Youtube e será criado um espaço específico no site para o projeto.

Obs: Atentar para “Manual de Redes Sociais” em anexo

B) Media training

Tendo sido observado que em muitas vezes em que nana é procurada por veículos de imprensa, existe, por parte desses, uma abordagem da “fofura” tanto em relação a seu trabalho quanto à sua imagem pública, pretende-se, através de um trabalho simples de media training,

preparar a cantora para lidar com esse tipo de abordagem quando associada a um enquadramento de infantilização. O trabalho será realizado pelo próprio núcleo de comunicação da cantora.

Para isso, propõe-se:

- Reunião entre Ananda Lima e o núcleo de comunicação para analisar coletânea de entrevistas em que a “fofura” tenha sido abordada;
- Avaliação feita por Ananda Lima e o núcleo de comunicação de cada nova entrevista concedida;
- Consultoria informal com o editor chefe do Estúdio Showlivre, Marcelo Shida.

C) Videoclipes

Sabendo que os videoclipes têm papel fundamental na construção do conceito visual de nana, propomos um trabalho de acompanhamento estratégico da elaboração dos roteiros e definições das opções estéticas de cada um dos produtos a serem realizados em 2014, a fim de evitar que reforcem a supervalorização dos aspectos que se identifiquem como “fofos” presentes nos trabalhos já lançados.

Novamente, o objetivo não é o de sobrepor as diretrizes de comunicação ao trabalho criativo de nana e demais envolvidos na produção audiovisual. No entanto, faz-se necessário discutir com eles as opções feitas no sentido de evitar que a figura de nana seja retratada como infantil ou até mesmo “boba” nas filmagens, o que deve ser feito principalmente através de um cuidado específico com a direção de cena e de interpretação.

Além disso, é preciso cuidado também da direção de arte com a escolha de objetos e cenários. Elementos como algodão-doce, balões de ar e um piano em miniatura não são necessariamente infantis, mas isso depende do enquadramento e do uso em cena. Entende-se, por exemplo, que os três objetos citados foram explorados nos videoclipes “expressionismo alemão” e “montanha-russa” de forma que constroem impressões infantilizadas da cantora.

2. formação de público local

Objetivo:

Expandir público de nana na Bahia, principalmente na cidade de Salvador, onde vive e trabalha.

Justificativa:

Tendo em vista que, embora não queira ser estigmatizada como “artista baiana” é em Salvador que a cantora vive e desenvolve seu trabalho, e sabendo que o público aqui ainda é bastante reduzido, faz-se oportuno um trabalho específico de formação de público local.

Metas:

- Realização do show de lançamento do disco “pequenas margaridas” em Salvador (Março/2014);
- Distribuição do disco físico em lojas de Salvador e acordo de vendas com a Rede Motiva (Março-Abril/2014);
- Distribuição do disco (versão promocional) para rádios de Salvador e Feira de Santana (Abril/2014);
- Sugestão de pautas para programas de rádio e TV locais ao longo de 2014;
- Realização de ao menos um show fora do trabalho “pequenas margaridas”;
- Realização de ao menos um show em parceria com outro artista local.

Ações:

A) Show de lançamento

Embora tenha sido lançado em agosto de 2013 para download gratuito, o disco físico “pequenas margaridas” só será distribuído em março de 2014. Considerando que o último show da cantora em Salvador como atração principal foi no ano de 2012 pelo projeto Conexão Vivo na Sala do Coro, faz-se necessário um show de lançamento do disco na cidade.

B) Distribuição do disco físico

O disco físico “pequenas margaridas” será distribuído em lojas do setor mapeadas na cidade de Salvador (em anexo). Além disso, será estabelecido acordo com a Rede Motiva para vendas no stand da Lojinha Motiva montado em eventos. É importante fazer um acompanhamento de vendas, para conhecer o interesse do público pelo produto.

C) Inserção em rádios e TV

Algumas músicas de nana já fizeram parte da programação da Rádio Educadora FM, mas é necessário que o material seja distribuído também para outras rádios locais que dialoguem com a proposta artística de seu trabalho.

Embora tenha tido espaço nos principais meios de comunicação impressos, como Jornal A TARDE, Revista Muito e Jornal Correio*, nana não teve participação expressiva em programas de rádio e TV. Portanto, propõe-se um trabalho de divulgação junto à imprensa no sentido de pautar nesses meios o show de lançamento do disco, futuros eventos e projetos, além de tentar participações em programas de entrevistas.

D) Projetos para espaços culturais

Cuidando para não saturar o público local com repetição de shows do disco “pequenas margaridas”, propõem-se tentativas de parceria com espaços culturais e projetos para realização de shows diversificados em seu conteúdo/repertório, com potencial de atrair novos grupos de interesse. Considerando as influências musicais e a identidade da artista, sugere-se: Homenagem a Serge Gainsbourg no Teatro da Aliança Francesa e Homenagem a Jorge Ben no espaço Varanda do Sesi.

E) Parcerias com artistas locais

Considerando o hábito saudável e funcional de artistas locais promoverem eventos em parceria como forma de agregar públicos, pretende-se realizar shows de nana com bandas como Marcela Bellas, Gepetto e Ronei Jorge e os Ladrões de Bicicleta.

3. organização interna

Objetivo:

Reestruturar o funcionamento interno da equipe para que as funções e tarefas sejam melhor distribuídas e, conseqüentemente, não haja sobrecarga de trabalho e descumprimento do cronograma.

Justificativa:

Tendo em vista que os membros da equipe trabalham de forma voluntária, possuem outras ocupações e assumem múltiplas funções, por formarem uma equipe bastante reduzida, alguns prazos e objetivos não têm sido cumpridos. Além disto, o envolvimento de Ananda Lima com quase todas as decisões e também com a produção de conteúdo gera uma dependência que prejudica o desenvolvimento das atividades.

Metas:

- Implantar novo organograma com equipe base (Janeiro-Fevereiro/2014)
- Criar e atualizar ferramentas de comunicação interna (Janeiro/2014)
- Garantir produção de material antecipado para alimentação de redes sociais. Ex: vídeos do projeto “vitrola da nana”, cartazes e banners para Facebook, fotos não-datadas (Janeiro/2014)

Ações:

A) Novo organograma

- Produção

Produção Executiva: Ananda Lima

Direção de Produção: Tais Bichara

Booking de shows: Marcos Xi

- Núcleo de criação

Direção de arte: Agnes Cajaiba

e Ananda Lima

Produção de conteúdo e material gráfico:

Agnes Cajaiba, Ananda Lima
e Paloma Simplício

Produção de objetos: Ananda Lima
e Tais Bichara

- Núcleo de Comunicação

Coordenação de Comunicação:

Tais Bichara

Assessoria de Imprensa: Marcos Xi

B) Comunicação interna

A partir do novo organograma e divisão de tarefas, faz-se necessário um sistema prático e funcional de comunicação interna, considerando as intersecções existentes entre as diretrizes e o trabalho de cada setor.

B.1) Para isso, propõe-se a criação de três principais fluxos de comunicação entre os núcleos de trabalho:

- *Produção ↔ Comunicação*

Encaminhamento de eventos, produtos e informações para divulgação, ajuste de demandas e opções de linguagem e atuação.

- *Produção e Comunicação ↔ Criação*

Encaminhamentos de demandas de produtos audiovisuais, peças gráficas para divulgação, projetos e layouts de redes sociais. Diálogo sobre informações necessárias para composição.

- *Produção ↔ Colaboradores/Parceiros*

Exposição de demandas de produção e diálogo sobre possibilidades de execução do projeto ou serviço.

B.2) Os canais para estabelecer essa dinâmica seriam principalmente:

- Lista de equipe base no Google Groups;
- Grupos de discussão de cada núcleo no aplicativo Whatsapp;

- Reuniões ordinárias quinzenais para equipe base (pessoalmente ou Skype);
- Reuniões específicas com núcleos de trabalho a depender das demandas.

B.3) Ferramentas importantes para facilitar a comunicação:

- Agenda compartilhada no Google Agenda
- Documentos básicos compartilhados no Google Docs e em pasta no Dropbox

C) *Banco de conteúdo/material*

Considerando que praticamente todas as peças gráficas, vídeos, fotos e demais produtos que funcionam como material para atualização das redes sociais dependem da presença, do trabalho ou da aprovação de Ananda Lima, propõe-se a criação, através de planejamento, de um banco de conteúdo.

Trata-se de uma tentativa de impedir atrasos ou ausências de atualização por falta de material ou disponibilidade da cantora. Antecipando a produção de

alguns itens com margem de segurança para o cronograma e criando alternativas com peças “coringas” para momentos em que não existirem produtos novos a serem divulgados, diminuindo consideravelmente o risco de um hiato nas atualizações.

Sugestão de material:

Três fotos não-datadas de situações da rotina ou de algum produto em fase de produção;

Três vídeos do projeto “vitrola da nana” (de acordo com a ordem alfabética proposta);

Dois cartazes genéricos para divulgação da Fan Page (Facebook) ou do site;

Um cartaz e um teaser para divulgação do próximo videoclipe “aniversário”;

Novo ensaio fotográfico

Obs: Atentar para “Manual de Redes Sociais” em anexo

acompanhamento e análise de resultados

Ao final do ano de 2014, é necessária uma avaliação cuidadosa e detalhada das metas e dos resultados alcançados através da aplicação de cada item do plano de comunicação aqui proposto. Para tanto, propõem-se os seguintes procedimentos:

- Reunião da equipe base para avaliar cumprimento das metas e efeitos alcançados com cada ação;
- Reunião com colaboradores para feedback do novo funcionamento da comunicação interna;
- Avaliação de estatísticas de público da Fan Page (Facebook) em comparação com as recolhidas no final de 2013;
- Avaliação do balanço de vendas nas lojas físicas e da planilha de vendas em shows por cidade;
- Avaliação do retorno de público e dos espaços na realização dos shows fora do projeto “pequenas margaridas”;
- Análise das entrevistas de nana ao longo de 2014 com especial atenção para as possíveis abordagens do aspecto “fofo” do trabalho

anexos

- 1) Histórico profissional de nana
- 2) Estatísticas de público da Fan Page (Facebook)
- 3) Coletânea de trechos de entrevistas que abordam a “fofura” de nana
- 4) Manual de Redes Sociais
- 5) Mapeamento de lojas em Salvador para distribuição do disco físico
- 6) Proposta de inserção em rádios de Salvador

histórico

Trajetória

Com 23 anos, baiana nascida em Catu e morando em Salvador, Ananda Lima estuda Composição e Regência na Escola na Universidade Federal da Bahia e deu início a seu projeto autoral – sob o nome de nana – no final de 2011. O primeiro momento da carreira foi marcado pelo lançamento do videoclipe da música “expressionismo alemão” e do EP homônimo, com quatro de suas primeiras composições, lançado para download gratuito pelo site Musicoteca. Ainda em 2011 nana fez sua primeira apresentação pública no Festival Zona Mundi, no Museu de Arte Moderna (MAM-BA).

Em março de 2012, nana fez um show individual dentro do projeto Conexão Vivo na Sala do Coro, que selecionou 12 artistas da Bahia para realizarem shows na Sala do Coro do Teatro Castro Alves. Esse show contou com músicas inéditas e resultou em um DVD com a apresentação na íntegra. nana ainda se apresentou, escolhida por voto popular, no show de encerramento do projeto, na Concha Acústica do TCA.

Também em 2012 nana participou de algumas coletâneas com versões para músicas de outros artistas, como foi o caso de: “Re-trato”, homenagem aos 15 anos do grupo Los Hermanos produzida pela Musicoteca; “Jeito Felindie”, produzida por Jorge Wagner para o site Fita Bruta homenageando o grupo Raça Negra; “Brasileiros”, produzida pelo Pulsa Nova Música com artistas novos fazendo releituras de clássicos da música brasileira. Em 2013, também participou da “Um novo Prisma”, organizada pelo Rock’n’Beats em homenagem aos 40 anos do álbum Dark Side of the Moon do Pink Floyd; e da “Armazém73”, em homenagem aos 40 anos do disco “Secos e Molhados”.

Além disso, teve seu trabalho autoral como parte da coletânea “Bahia Export”, produzida pela Fundação Cultural do Estado da Bahia (Funceb), especialmente para distribuição fora do Brasil e está entre os artistas que compõem o Guia MobiArt, site sobre o

setor musical da Bahia e o Mapa Musical da Bahia, ação da Funceb com o objetivo de mapear e promover o trabalho dos músicos e compositores do estado.

Em 2012 também fez shows de abertura para o duo argentino Finlandia em Feira de Santana e para o músico texano Ben Kweller, no SESC Vila Mariana em São Paulo. Além de um show no Estúdio Showlivre, transmitido ao vivo pela internet e disponível na íntegra no canal do programa no youtube. Participou do Programa Evidente, do Canal Brasil, com exibição do clipe “expressionismo alemão” e do clipe musical de sua versão para as músicas “Odara” de Caetano Veloso e “Punhal de prata” de Alceu Valença. Em 2013 fez show de abertura para a Bande Desineé (PE) em Salvador e para shows d’A Banda Mais Bonita da Cidade em Curitiba e Rio de Janeiro.

Os shows de 2013 já contaram com o repertório do disco “pequenas margaridas” lançado em agosto deste mesmo ano para download gratuito através do site da cantora. O CD físico que também contou com apoio de financiamento via crowdfunding tem previsão de lançamento para março de 2014. Acompanhando o disco, também foi lançado o videoclipe da música “montanha russa”, terceiro videoclipe de trabalho da cantora, que já havia lançado em 2012 “i can’t fall in love”.

Imagem

Além da força que a música tem por si só, a recente carreira de nana vem sendo fortemente pautada pela imagem, principalmente por acreditar nos produtos visuais não apenas como meios de divulgação, mas como extensão do som que produz. Com três clipes já lançados (“expressionismo alemão”, “i can’t fall in love” e “montanha russa”) e mais um em fase de edição (“aniversário”), a cantora se apropria da linguagem audiovisual para expor algumas das impressões que tem sobre a própria música.

O encarte do disco “pequenas margaridas” é outro exemplo de cuidado com a imagem que dialoga com precisão com as sonoridades do trabalho. Estará impressa no disco a atmosfera de sonho, bucolismo e retalhos cotidianos que suas músicas evocam. Além do conceito, nana se ocupou inteiramente da confecção do produto, através de um processo artesanal de ilustração, colagem e composição de texturas.

Disco

Segundo o assessor de imprensa e crítico musical, o disco “pequenas margaridas” diz mais sobre nana do que qualquer texto sobre ela. É através dos sons delicados e por vezes introspectivos de sua música que podemos entrar em seu universo e reaprender o significado de coisas muitas vezes banais, mas que, aos olhos de nana, parecem adquirir um outro tipo de vida. O nome “pequenas margaridas” foi escolhido, segundo a cantora, pelo fato de o disco compartilhar dos ideais de liberdade e autenticidade do filme homônimo de 1966, de Vera Chytilová.

Uma característica importante em “pequenas margaridas” é o seu caráter do it yourself. Além de gravar todos os arranjos instrumentais em casa, nana produziu, quase artesanalmente, todas as bases eletrônicas sem se utilizar de efeitos de quantização e nas vozes, os plug-ins de afinação também foram dispensados. A intenção da artista era produzir uma música baseada em samplers e sons eletrônicos, mas que não soasse robótica ou muito pós-produzida. O resultado disso é um disco acolhedor e sensível, que, em suas imperfeições, se torna ainda mais autêntico e, sobretudo, feminino. “pequenas margaridas” é um disco feito por uma mulher comum, suscetível a erros como todas as outras, mas que consegue, através de sua música, expressar um caleidoscópio de sentimentos que são comuns a todos nós.

estatísticas da fanpage (facebook)

As pessoas que curtiram sua Página

Mulheres

58%

Seus fãs

46%

Todo o Facebook

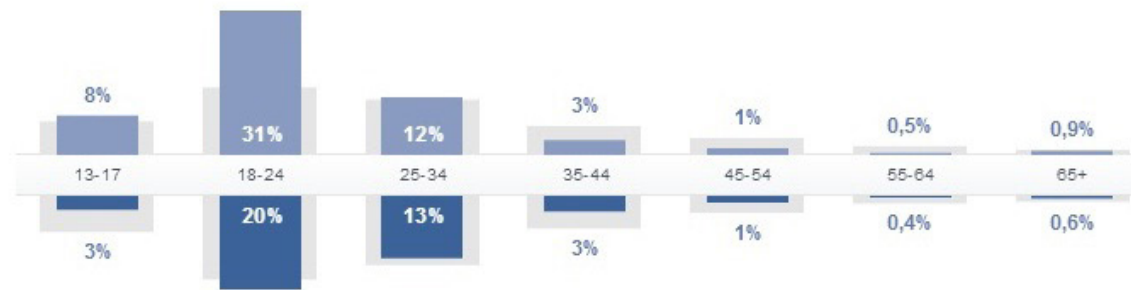
Homens

42%

Seus fãs

54%

Todo o Facebook



País	Seus fãs	Cidade	Seus fãs	Idioma	Seus fãs
Brasil	2.453	Salvador, Bahia, Brazil	464	Português (Brasil)	2.176
Estados Unidos da América	20	São Paulo, Brazil	265	Inglês (EUA)	216
Portugal	13	Rio de Janeiro, Brazil	177	Inglês (Reino Unido)	64
Espanha	9	Curitiba, Parana, Brazil	93	Espanhol	24
Reino Unido	8	Fortaleza, Ceara, Brazil	73	Francês (França)	24
México	8	Recife, Pernambuco, Brazil	59	Português (Portugal)	22
Argentina	6	Belo Horizonte, Minas Ge...	58	Espanhol (Espanha)	15
Japão	5	Brasília, Distrito Federal, ...	51	Italiano	5
França	4	Feira de Santana, Bahia, ...	36	Japonês	4
Chile	3	Belém, Para, Brazil	36	Inglês (Pirata)	2

De onde vêm as curtidas na sua página

O número de vezes que sua página foi curtida, detalhado por onde isso aconteceu.



REFERÊNCIA

Compare seu desempenho médio ao longo do tempo.

[Na sua página](#)

[Publicações de Outras...](#)

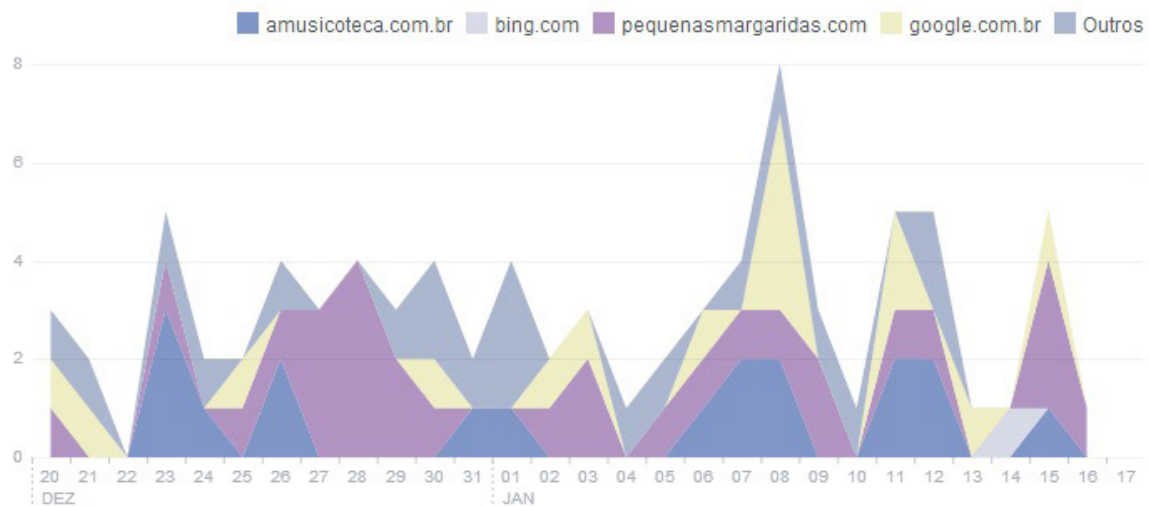
[Sugestões de página](#)

[Dispositivo móvel](#)

[Outros](#)

Referências externas

O número de vezes que as pessoas visitaram sua Página a partir de um site fora do Facebook.



REFERÊNCIA

Compare seu desempenho médio ao longo do tempo.

[amusicoteca.com.br](#)

[bing.com](#)

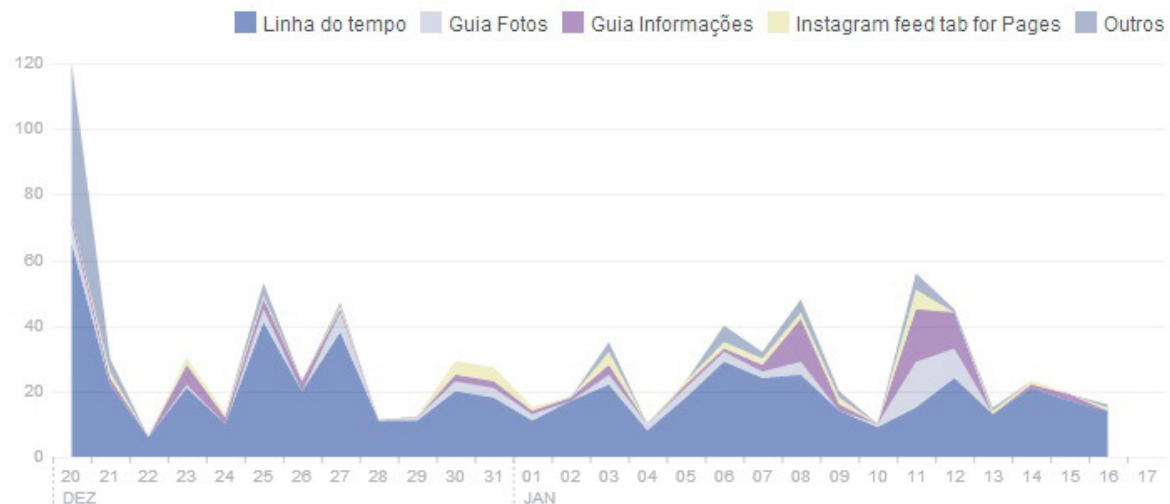
[pequenasmargaridas....](#)

[google.com.br](#)

[Outros](#)

Visitas à Página e guias

O número de vezes que cada guia da sua página foi visualizada.



REFERÊNCIA

Compare seu desempenho médio ao longo do tempo.

[Linha do tempo](#)

[Guia Fotos](#)

[Guia Informações](#)

[Instagram feed tab for ...](#)

[Outros](#)

Alcance total

O número de pessoas que visualizaram qualquer atividade da sua página, incluindo publicações, publicações de outras pessoas, anúncios para curtir Página, menções e check-ins.



REFERÊNCIA

Compare seu desempenho médio ao longo do tempo.

[Orgânico](#)

[Pago](#)

trechos de entrevistas e matérias

“Nana é uma baianinha tímida que sorri e avermelha-se ao menor elogio. [...] Emana fofura e alegria até para pontuar uma frase com carinhas meigas.”

“Talvez, de cara, muitos tracem um paralelo imaginário com o início da carreira de Mallu Magalhães ou com as fofurices da pernambucana Lulina, mas entenda que dentro deste rosto sensível, encontra-se uma mulher diferente, com uma desenvoltura musical tão interessante quanto inominável.”

Trechos da entrevista ao site Rock in Press em 07/06/2012

“Ontem conheci uma preciosidade baiana de indie pop fôfis: Nana [...]”

Trecho do blog Implosão Sonora, postagem em 15/06/2011

“O lançamento da cantora baiana homenageia o filme da cineasta Vera Chytilová no título e é a grande aposta do fofopop brasileiro em 2013.”

Trecho do blog Fita Bruta, postagem em 05/08/2013

“Com letras inocentes e uma voz doce, quase infantil, o trabalho vem recheado de sintetizadores embebidos em sonoridades futuristas como diferencial para canções leves permeadas por percussões diversas, sinetas e xilofones.”

Trecho do blog Monkey Buzz, postagem em 08/08/2013

“No trabalho, nana percorre suas canções com uma fofura de encantar, cantando macio e propondo arranjos que mesclam com sensibilidade influências da MPB, do folk e do indie pop.”

Trecho do blog Move that Jukebox, postagem em 08/08/2013

“Uma overdose de sentimentos, confissões e sons açucarados temperam o universo colorido de Nana em Pequenas Margaridas (2013, independente). [...] Como se deixasse à mostra uma brecha desse cenário marcado pela delicadeza, a artista faz de cada música um passo seguro, cobrindo com vozes e sons adocicados a construção de uma obra marcada de forma visível pelo detalhe.”

Trecho do blog Miojo Indie, postagem em 12/08/2013

“O disco pende para a “fofura” indiscriminada e para o indie bossa, dois predicados desaconselháveis nos dias de hoje.”

Trecho do blog Monkey Buzz, postagem em 21/08/2013

“O riso quase não cabe no seu rosto, de tanta fofura, assim é o jeito delicado de nana, que casa perfeitamente com o ambiente lúdico do parque de diversões, dando a graça ao clipe de montana russa.”

Trecho do blog Rock’n’Beats, postagem em 21/08/2013

“[...] eis o simpático vídeo de “Montanha-russa”, canção fofa que abre “Pequenas Margaridas”, disco de estréia da moça.”

Trecho do blog Move that Jukebox, postagem em 22/08/2013

“Não por acaso a faixa foi escolhida para se transformar no mais novo clipe da cantora baiana, transformando em imagens o mesmo som açucarado do registro.”

Trecho do blog Miojo Indie sobre “montanha-russa”, postagem em 23/08/2013

“Pequenas Margaridas é o álbum de estreia da baiana Nana, que mostra a simpatia e fofura de sua música no clipe da faixa Montanha Russa, o primeiro do disco.”

Trecho do blog Música Pavê, postagem em 23/08/2013

“Mesmo correndo o risco das pessoas acharem que só gosto de músicas fofas, depois de já ter dedicado colunas à doçura de Clarice Falcão e à banda Hidrocor, não posso deixar de indicar também um dos CDs que mais ouvi nas últimas semanas: “Pequenas margaridas”, da cantora Nana.”

“Nana acaba de lançar o clipe da música “Montanha-russa”, que é uma explosão de fofura.”

Trechos da coluna de Matheus Souza no site do Jornal O Globo, postagem em 10/09/2013

manual de redes sociais

Administração e produção de conteúdo

Site Oficial

- **Objetivo:** concentrar todas as informações, produtos e links para outras fontes de conteúdo relacionadas à carreira musical de nana.
- **Proposta de conteúdo:** músicas, letras, vídeos, ensaios fotográficos, arquivos para download, material para imprensa, agenda de shows e arquivo do blog “ouvindo nana”.
- **Periodicidade de atualização:** conforme necessidade de armazenar conteúdo novo.
- **Responsável:** Tais Bichara (produção de textos e organização de material) e Ananda Lima (atualização)
- **Observação:** texto em letras minúsculas, com excessão do material para imprensa.

Fan Page (Facebook)

- **Objetivo:** ampliar público e manter todas as informações e novidades sobre a carreira de nana para acesso direto e facilitado.
- **Proposta de conteúdo:** postagens divulgando entrevistas, matérias, shows, vídeos, músicas, novidades e os vídeos do projeto “vitrola da nana”.
- **Periodicidade de atualização:** 03 (três) vezes por semana, preferencialmente segunda-feira às 19h, quarta-feira às 11h e sábado às 11h.
- **Responsável:** Tais Bichara (atualização)
- **Observação:** texto em letras minúsculas.

Youtube

- **Objetivo:** disponibilizar todos os produtos audiovisuais de nana e explorar o apelo estético e potencial de divulgação.
- **Proposta de conteúdo:** todos os videoclipes, vídeos de divulgação e coberturas de shows, teasers, vídeos caseiros, vídeos do projeto “vitrola da nana”.
- **Periodicidade de atualização:** conforme necessidade de armazenar conteúdo novo.
- **Responsável:** Tais Bichara (atualização), Ananda Lima e colaboradores (vídeos)
- **Observação:** texto em letras minúsculas.

Instagram

- **Objetivo:** estabelecer proximidade com o público e ter um canal de comunicação através principalmente da imagem.
- **Proposta de conteúdo:** registros feitos pela própria cantora de shows, produtos, ensaios e da rotina profissional e pessoal.
- **Periodicidade de atualização:** mínimo de 02 (duas) vezes por semana
- **Responsável:** Ananda Lima

Twitter

- **Objetivo:** estabelecer proximidade com o público e imprensa especializada (forte presença e atividade no Twitter).
- **Proposta de conteúdo:** links para matérias, entrevistas, vídeos, músicas e novidades da carreira, além de resposta às interações dos seguidores.
- **Periodicidade de atualização:** mínimo de 02 (duas) vezes por semana
- **Responsável:** Ananda Lima
- **Observações:** texto em minúsculas.

Flickr

- **Objetivo:** concentrar todas as fotografias de nana.
- **Proposta de conteúdo:** albúms com todas as fotos de shows e participações em projetos, ensaios fotográficos e still de videoclipes.
- **Periodicidade de atualização:** conforme necessidade de armazenar conteúdo novo.
- **Responsável:** Tais Bichara (atualização) e Agnes Cajaiba (produção das fotos).

Bandcamp

- **Objetivo:** concentrar todas as músicas de nana para audição online.
- **Proposta de conteúdo:** todas as músicas de nana e versões de músicas de outros artistas.
- **Periodicidade de atualização:** conforme necessidade de armazenar conteúdo novo.
- **Responsável:** Ananda Lima

mapeamento de lojas do setor em Salvador

Livraria Cultura (Salvador Shopping)

Livraria Saraiva (Shopping Barra)

Livraria Saraiva (Salvador Shopping)

Livraria Saraiva (Shopping Iguatemi)

Midialouca (Rio Vermelho)

Pérola Negra (Centro)

RV Cultura e Arte (Rio Vermelho)

Trench Town – Rock Store (Pituba)

Wine Music (Itaigara)

proposta de inserção nas radios de Salvador

- A Tarde FM

Entrevista no programa “Conversa Brasileira” e música na programação

- CBN

Entrevista no programa “Bate-papo”

- Educadora FM

Entrevista no programa “Multicultura” e música na programação

- Globo FM

Música na programação

- Metrópole

Entrevista

- Nova Brasil FM

Música na programação

- Transamérica

Entrevista no programa “Festa e Folia” e música na programação

