

**GABRIEL LANZA SILVA  
JOÃO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA  
JOÃO VICTOR DE OLIVEIRA  
LUCAS LOURENÇON**

**COMERCIAL PUBLICITÁRIO “MOMENTOS”: RELATÓRIO TÉCNICO  
CIENTÍFICO DE PROJETO AUDIOVISUAL PARA RÁDIO 101FM**

**GABRIEL LANZA SILVA  
JOÃO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA  
JOÃO VICTOR DE OLIVEIRA  
LUCAS LOURENÇON**

**COMERCIAL PUBLICITÁRIO “MOMENTOS”: RELATÓRIO TÉCNICO  
CIENTÍFICO DE PROJETO AUDIOVISUAL PARA RÁDIO 101FM**

Relatório Técnico Científico apresentado à Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho”, Universidade do Oeste Paulista, como requisito para sua conclusão.

Orientador: Prof. Esp. Renato Pandur Maria.

**GABRIEL LANZA SILVA  
JOÃO VITOR CAMPOS MARQUES VIEI  
JOÃO VICTOR DE OLIVEIRA  
LUCAS LOURENÇON**

**COMERCIAL PUBLICITÁRIO “MOMENTOS”: RELATÓRIO TÉCNICO  
CIENTÍFICO DE PROJETO AUDIOVISUAL PARA RÁDIO 101FM**

Trabalho de Conclusão, apresentado a Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho”, Universidade do Oeste Paulista, como parte dos requisitos para a sua conclusão.

Presidente Prudente, 12 de Dezembro de 2018

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Esp. Renato Pandur Maria  
Universidade do Oeste Paulista – Unoeste  
Presidente Prudente – SP

---

Prof. Ms. Matheus Monteiro  
Universidade do Oeste Paulista – Unoeste  
Presidente Prudente – SP

---

Prof. Esp. Haroldo Oliveira Filippi  
Universidade do Oeste Paulista – Unoeste  
Presidente Prudente – SP

## **DEDICATÓRIA**

À Deus, que nos criou e foi criativo nesta tarefa.

À nossas famílias pelo total apoio.

A todos que fizeram parte desta etapa decisiva das nossas vidas.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos aos nossos professores, que compartilharam todo o conhecimento nestes quatro anos.

Em especial agradecemos ao nosso orientador Renato Pandur Maria que, na rigidez de seus ensinamentos, fez aprimorar nossos conhecimentos.

Agradecemos ainda à rádio 101FM e todos os demais envolvidos.

*“[...] nada é fixo para aquele que alternadamente pensa e sonha [...]”*

*Gaston Bachelard*

## **RESUMO**

### **Comercial Publicitário “Momentos”: Relatório Técnico Científico de Projeto Audiovisual para Rádio 101FM**

No Presente trabalho de Produção Audiovisual intitulado “Momentos” – Rádio 101FM foi criado uma produção audiovisual para a Rádio 101FM para aplicação em diversas plataformas eletrônicas de divulgação. O aumento de diversas tecnologias e implementação de serviços de streaming pela internet fez com que o público mais jovem migrasse automaticamente para as plataformas digitais. Neste sentido o rádio perdeu sua força principalmente para este público. O desenvolvimento desta produção teve como objetivo criar um material audiovisual que estimule o público a ouvir a rádio no dia a dia e também propiciar aos estudantes a prática, aprofundando os conhecimentos das técnicas e teorias publicitárias utilizadas na produção de um produto audiovisual.

**Palavras-chave:** Produção audiovisual. Comercial publicitário. Rádio. Linguagem cinematográfica.

## ABSTRACT

### **Comercial Publicitário “Momentos”: Relatório Técnico Científico de Projeto Audiovisual para Rádio 101FM**

In the present work of Audiovisual Production titled "Moments" - Radio 101FM was created an audiovisual production for Radio 101FM for application in several electronic platforms of diffusion. The rise of various technologies and implementation of streaming services over the internet has made the younger audience automatically migrate to digital platforms. In this sense the radio lost its strength mainly for this public. The development of this production had as objective to create an audiovisual material that stimulates the public to listen to the radio in the day to day and also to give to the students the practice, deepening the knowledge of the techniques and theories advertising used in the production of an audiovisual product.

**Keywords:** Audiovisual production. Commercial advertising. Radio. Film language.

## **LISTA DE SIGLAS**

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

FACOPP – Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente

GCS – Geradores de Caracteres

TV – Televisão

AM – Ante Meridiem

FM – Post Meridiem

Av. – Avenida

h – Horas

“ – Segundos (?)

VT – Virtual Take

DSLR – Digital Single-lens Reflex

HD – High Definition

fps – Frames per second

Mbps – Megabit por segundo

bpp – Bounded-error Probabilistic

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 - <i>Story board A</i> .....	27
Figura 2 - <i>Story board B</i> .....	28
Figura 3 - <i>Story board C</i> .....	29
Figura 4 - <i>Story board D</i> .....	30
Figura 5 - <i>Story board E</i> .....	31
Figura 6 - <i>Story board F</i> .....	32
Figura 7 - <i>Story board G</i> .....	33

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Programação diária da rádio 101FM .....	19
Tabela 2 - Orçamento da produção.....	22
Tabela 3 - Roteiro técnico do VT .....	25
Tabela 4 - Cronograma de planejamento do comercial.....	34
Tabela 5 - Equipamentos para gravação e captação de imagens.....	38
Tabela 6 - Configurações técnicas para mixagem e finalização do comercial. ....	40

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>2 CONTEXTO DO TRABALHO .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Objetivos .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2 Justificativa e Relevância .....</b>	<b>16</b>
<b>2.3 Organização do Relatório .....</b>	<b>17</b>
<b>3 PRÉ-PRODUÇÃO .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Desenvolvimento do Produto Audiovisual .....</b>	<b>18</b>
3.1.2 Briefing .....	18
3.1.3 Concepção da Obra .....	20
3.1.4 Direitos Autorais .....	21
3.1.5 Infraestrutura .....	21
3.1.6 Orçamento.....	22
<b>3.2 Roteiro .....</b>	<b>22</b>
3.2.1 Sinopse .....	23
3.2.2 Roteiro Literário.....	24
3.2.3 Roteiro Técnico .....	24
<b>3.3 Story Board .....</b>	<b>27</b>
<b>3.4 Planejamento e Organização .....</b>	<b>34</b>
<b>3.5 Definição da Equipe Técnica .....</b>	<b>34</b>
<b>3.5 Perfil dos Personagens.....</b>	<b>35</b>
<b>4 PRODUÇÃO .....</b>	<b>37</b>
<b>4.1 Direção e Produção.....</b>	<b>37</b>
<b>4.2 Produção .....</b>	<b>37</b>
<b>4.3 Direção de Fotografia.....</b>	<b>37</b>
<b>4.4 Som .....</b>	<b>38</b>
<b>4.5 Gravação e Captação de Imagens .....</b>	<b>38</b>
<b>4.6 Edição de Imagens .....</b>	<b>38</b>
<b>5 PÓS-PRODUÇÃO.....</b>	<b>40</b>
<b>5.1 Edição do Som .....</b>	<b>40</b>
<b>5.2 Mixagem e Finalização .....</b>	<b>40</b>
<b>5.3 Distribuição e Exibição .....</b>	<b>41</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>42</b>

<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>43</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>45</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Neste relatório estão registrados os diversos estágios de preparação, desenvolvimento e produção da produção audiovisual “Momentos”. A concepção do projeto foi estabelecida no período dedicado às etapas de produção do TCC da Faculdade de Publicidade e Propaganda Facopp da Unoeste. O projeto foi filmado na cidade de Presidente Prudente, em diferentes locações. A ideia do filme consiste em mostrar as lembranças trazidas pelas músicas que marcaram a vida dos personagens do comercial, fazendo assim que se contagiem com a programação da rádio 101FM.

As narrativas que exemplificam este conceito são todas concebidas em formato de filme utilizando a captação de imagens com personagens e locações reais (não foi utilizado nenhum elemento de animação em computação gráfica), além da inclusão de alguns GCs e ajustes de pós-produção. Nesta primeira parte são expostos os motivos que levaram a escolha deste tema, dos objetivos e da relevância da obra.

## 2 CONTEXTO DO TRABALHO

A publicidade audiovisual brasileira, teve início na década de 50 com a chegada da televisão e a implementação da TV no Brasil, a PRF-3, ou “TV Tupi”. O desafio na época era transmitir ao vivo o que já era veiculado em fotos ou imagem, mas com o personagem “testemunhando” com a telespectadora. Sabendo que o público era prioritariamente feminino, toda a publicidade era feita com este foco, desde o produto oferecido até a escolha da atriz que falava ao público. Curiosamente foi a partir deste panorama é que surgiu a expressão “garota propaganda”, utilizada até os dias atuais. No entanto, com o avanço da tecnologia e a implementação dos serviços de streaming pela internet houve uma “separação” de público em relação as mídias tradicionais e modernas. A população considerada da “velha guarda”, com mais de 50 anos predomina na produção e audiência no ramo televisivo. Já o público mais jovem, de até 24 anos, está concentrado nas plataformas digitais, tanto no que diz respeito a recepção e produção de conteúdo.

A Rádio 101 FM de Presidente Prudente foi fundada há mais de 50 anos, passando para o controle da família Arruda Campos em 1970. Hoje, a empresa está distribuída em dois canais: Prudente AM e 101 FM. Com 1.533.959 ouvintes em 82 municípios constatados através de um levantamento de dados (Mídia kit 101 FM), a emissora já faz parte do histórico de Presidente Prudente. Entretanto, mesmo com o aumento do interesse do público jovem pelas plataformas digitais, o destaque da emissora nestas ainda é muito baixo. Um sinal sintomático deste movimento é, por exemplo, o aplicativo da emissora, que é pouco conhecido e consequentemente muito pouco acessado pelos ouvintes. Em 2017 houve uma renovação da identidade visual da marca e a repaginação do estúdio. A partir disto decidimos auxiliar este movimento de renovação com a produção de um vídeo com a intenção de promover a imagem da emissora e o aplicativo de streaming pouco conhecido nas mídias eletrônicas, motivando assim comportamentos e influenciando o público para um estado de credibilidade maior com a marca. Além disso, a produção deste material colocará em prática os conhecimentos teóricos absorvidos durante o curso de Publicidade e Propaganda no segmento da Produção Audiovisual. Munidos pelo interesse e afinidade com a emissora FM101 e a importância da mesma para o âmbito social, decidimos a Produção Audiovisual

como peça central para nosso material de conclusão de curso agregando assim experiência na área que desejamos atuar na carreira profissional.

## **2.1 Objetivos**

Produzir um comercial institucional auxiliando na divulgação da imagem da empresa para o público externo, de forma convidativa a ouvir a rádio no dia a dia. Executar a prática do processo de uma Produção Audiovisual afim de propiciar o aprofundando dos conhecimentos de técnicas e teorias publicitárias aprendidas durante o curso, aplicadas em todas as etapas da produção de um produto audiovisual.

## **2.2 Justificativa e Relevância**

O audiovisual é a junção das expressões áudio e vídeo em produtos midiáticos. É um termo genérico que abrange um conjunto de diferentes formas de comunicação no meio artístico, informativo, publicitário, etc. com diversos objetivos.

Seu processo de evolução foi tomado pela necessidade do ser humano em registrar momentos por meio de imagens. Datadas há mais de 20 mil anos as artes rupestres já anunciam essa necessidade. Estes desenhos, com o passar do tempo, apresentaram-se mesmo que estáticos simulando algum tipo de movimentação, algo muito comum visto nos desenhos presentes nos templos egípcios. “No templo de Isis, uma figura da deusa era pintada em cada coluna, numa diferente fase de ação”, diz OLIVEIRA (2015). Em meados do Século XIX diversos personagens se aventuraram em buscar a projeção de filmes. Destacando-se, os Irmãos Lumière que no final deste século inventaram um dos aparelhos que facilitaria o nascimento do cinema: O Cinematógrafo. A primeira exibição pública aconteceu em 28 de dezembro de 1895, um marco da história mundial. Nas décadas seguintes o cinema deixou de ser mudo e passou a ser falado. Em 1930 a empresa americana Technicolor conseguiu desenvolver tecnologias para fazer filmes coloridos. A década de 50 é marcada pela chegada da TV no Brasil. As décadas seguintes foram tomadas pela popularização de câmeras portáteis, tornando a prática de vídeos amadores e caseiros cada vez mais comuns. A primeira transmissão colorida no Brasil aconteceu em 1970. Desde então o audiovisual passou por constantes evoluções tecnologicamente e uma das grandes criações do

meio, foi a fundação do Youtube em 2005. Uma poderosa plataforma que possibilita a publicação de vídeos para o mundo todo.

Seguindo este movimento de evolução histórica o público foi se modificando também ocasionando revoluções consideráveis em métricas de audiência e interesse no que diz respeito a produtos audiovisuais. Novelas tiveram que sofrer uma forte readequação de direção de fotografia para que o público mais jovem mantivesse o interesse. Filmes estão sofrendo a forte concorrência de Séries em canais de *Streaming* e a Publicidade na TV ganhou um aliado poderoso com as mídias digitais. Por meio desta produção audiovisual, portanto, convidamos o público a fazer paralelos entre suas lembranças ressaltando o lado sentimental para que retomem uma atenção esquecida com o movimento da evolução tecnológica: o ato de ouvir rádio, a rádio 101FM.

### **2.3 Organização do Relatório**

A fim de expor o processo de elaboração do filme de forma lógica e completa, este relatório será dividido em três partes principais: pré-produção, produção e pós-produção. Na pré-produção serão abordadas as etapas de realização associadas ao planejamento e a concepção do projeto, desde o desenvolvimento da ideia inicial até a definição das estratégias básicas que nortearão do início ao fim do projeto. Já na parte de produção será descrito o passo-a-passo da realização em si, a filmagem, escolhas estéticas, caminhos que foram traçados e dificuldades encontradas e superadas. Por fim, na pós-produção é descrito o processo de seleção do material gravado, escolha das imagens, edição e finalização do projeto.

Assim sendo, estas três etapas completam o processo fílmico, e apresentam por completo cada parte da realização do “Momentos”.

### 3 PRÉ-PRODUÇÃO

A Pré-produção é considerada a etapa inicial de todo um processo de produção audiovisual. Associada ao planejamento e a concepção de um projeto que se deseja filmar as ideias motivadoras começam a tomar forma caminhando do sentido abstrato para o concreto. Este é o momento de planejar esta ideia no sentido de colocá-la em prática e diversas decisões nortearão a realização deste projeto. Uma pré-produção bem-feita é fundamental para o sucesso de um filme, pois antes da realização de uma captação de imagens deve-se estimar custos, definir formatos, equipe, personagens, locações, etc. São várias decisões de ordem prática e criativa onde pretende-se por meio deste capítulo mostrar como cada item do planejamento do “Momentos” foi pensado antes do início das filmagens.

#### 3.1 Desenvolvimento do Produto Audiovisual

O processo de desenvolvimento de um filme é o momento onde se desenha o rascunho e depois se elaboram suas primeiras bases. Nesta etapa, devem ser decididos itens essenciais, como o público que se deseja atingir e a infraestrutura necessária, além de se verificar potenciais implicações jurídicas futuras. Esta fase é composta inicialmente pelo conhecimento do cliente e suas características, fornecidas por meio de um *briefing*. Posteriormente deve-se nortear a produção no sentido de seguir esta tríade: o que se quer fazer, o receptor ao qual o produto se destina e os meios disponíveis para tal realização.

##### 3.1.2 Briefing

- Cliente: 101 FM.
- Produto: Músicas e entretenimento.

Fundada em 1978, a 101 FM destaca-se pela liderança na audiência regional. Com sua programação focada principalmente no ritmo sertanejo, a rádio 101 foi vencedora do *Top of Mind* de 2017, permanecendo frequentemente no topo da mente do público na região de Presidente Prudente. Recentemente, inaugurou um estúdio na Av. Washington Luiz, onde está localizada atualmente. Neste período de transformação tecnológica é uma emissora de rádio que busca muita interação com seus ouvintes, por meio também de redes sociais, promoções, entre outras ações.

- **Público Alvo**

Perfil do consumidor: Ambos os sexos com faixa etária de 16 a 34 anos, classe social A, B e C, maioria estudantes do ensino superior.

Hábitos e atitudes dos consumidores em relação ao produto: O público alvo costuma consumir o produto quando está dirigindo, sintonizando o rádio do carro na 101. Consumido por tempo indeterminado, pois o tempo de consumo varia da quantidade de tempo que ele permanece dentro do carro.

- **Concorrência**

As principais rádios concorrentes são: Rádio 98 FM, Rádio Jovem Pan 101,7, Radio Nova FM 99.

- **Pontos Positivos**

Variedade na Programação; Locutores conhecidos; Tempo de vida; Conhecimento dos clientes; Grande quantidade de cidades alcançadas.

- **Pontos Negativos**

Pouca variedade no estilo musical.

- **Programação**

**Tabela 1 - Programação diária da rádio 101FM**

Sertanejo bom demais (5h às 9h de segunda a sábado) com Clayton Mussi;  
 Jornal da manhã (7h às 7h40 de segunda a sábado) com Thiago Caldeira;  
 Manhã 101 (9h às 12h de segunda a sábado) com Joice Agostinelli;  
 Tarde 101 (12h às 15h de segunda a sábado) com Joice Agostinelli;  
 Bailão do Celião (17h às 19h de segunda a sexta) com Célio Ricardo;

Extras: Fica a dica; Fofocas com Leão lobo; Café com bobagem; Tempo e Temperatura; Giro e novelas; Trinca premiada; Música do dia; Clássicos sertanejos.

Fonte: Os autores (2018).

### 3.1.3 Concepção da Obra

A concepção da obra partiu do questionamento de que o cliente não possui um material audiovisual para divulgação de sua marca e partindo do princípio que para atingir o grande público jovem o vídeo é um recurso indispensável.

Outro ponto importante na decisão foi o lançamento do aplicativo da 101FM na *Play Store*, disponível desde o dia 20 de abril de 2018 para qualquer smartphone com sistema operacional *android*, onde no comercial são mostradas diversas situações que o usuário se utiliza do mesmo.

Partindo deste ponto, seguiu-se a etapa de desenvolver a ideia e estabelecer parâmetros como: abordagem certa para o assunto, ponto de vista da narrativa, personagens, etc. Colin Martindale (1999) propõe o processo de concepção de uma ideia em quatro etapas: Preparação, Incubação, iluminação e elaboração. Considerando então que a preparação é a primeira etapa nos organizamos para discutir sobre o problema, entender melhor o cliente e realizar pesquisas para selecionar as ferramentas adequadas que serviram de apoio e orientação para o trabalho. Incubação é o momento onde o problema já está enraizado de forma consciente e inconsciente no cérebro, momento de encarar para resolver o problema. A iluminação é o famoso *insight*. Quando uma possível resolução aparece, na maioria das vezes em momentos de descontração. Concluindo na elaboração, o caminho que se traça para a solução do problema reportando para o brainstorming, que de acordo com Carrascoza (2008, p. 23) o *brainstorming* é a “[...] prática em que o redator e o diretor de arte lançam ideias livremente para depois aperfeiçoá-las e encaixa-las nos moldes do que lhes foi solicitado”, onde a dupla de criação chegou no conceito criativo da obra. Baseando-se em uma afirmação básica, uma característica que advém da música, onde ela por intermédio de melodias e arranjos tem a aptidão de emitir sensações no receptor.

Enfatizando que para a criação desse material foi importante considerar a subjunção de alguns aspectos relevantes na elaboração, devido ao porte da empresa e os estímulos que ela ejeta nos ouvintes. O grupo se atentou a caracterização de uma produção mais elaborada trazendo para o contexto uma abordagem mais humana que será explicada em detalhes posteriormente.

### 3.1.4 Direitos Autorais

Durante o processo de realização de um produto audiovisual são diversas as situações em que é necessário atentar para a legislação pertinente aos direitos autorais para evitar problemas futuros de processos e afins. No caso desta produção, estas situações foram pensadas na pré-produção.

O direito autoral pode ser definido como um conjunto de prerrogativas conferidas por lei à pessoa natural ou jurídica criadora da obra intelectual, para que ela possa gozar dos benefícios morais e patrimoniais resultantes da exploração de suas criações. No Brasil, o direito autoral está regulamentado pela Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98) e tem como objetivo a proteção das relações entre o criador da obra e quem utiliza suas criações artísticas, literárias ou científicas, tais como esculturas, músicas, pinturas, fotografias, textos, livros, etc. Os direitos autorais são entendidos e divididos, para efeitos legais, em direitos morais e patrimoniais.

O Roteiro foi idealizado pelos próprios realizadores não havendo a necessidade de aquisição de direitos autorais para esta finalidade. Em contrapartida, houve a preocupação de pedir aos atores que atuaram na produção audiovisual que assinassem documentação autorizando o uso de sua imagem (APÊNDICE A) nos termos considerados adequados pela equipe. Foi usado um modelo de autorização da própria Universidade para este fim. Já em relação aos direitos musicais, optou-se pela utilização de uma trilha produzida pela Alumo Music<sup>1</sup>. A faixa não é livre sendo necessária a aquisição de uma licença para sua utilização comercial. Ela foi empregada somente para uso acadêmico, porém, caso esta produção venha a ser exibida em qualquer veiculação comercial, a autorização ou substituição da trilha deverá ser realizada.

### 3.1.5 Infraestrutura

Durante as reuniões de pré-produção foi definido os elementos indispensáveis para a realização do filme. Câmeras, assessórios, equipamentos de iluminação, captação de som, etc. foram alguns dos itens selecionados como primordiais. Alguns destes partiram de recursos próprios e outros oferecidos pela própria Universidade. Assim sendo foi disponibilizada para a equipe uma Câmera Canon, Modelo T3i, um microfone lapela sem fio, um microfone direcional com vara

---

<sup>1</sup> Empresa especializada na criação de músicas para internet, rádio e televisão, fundada pelo produtor independente Matt Harris.

boom, dois refletores tipo soft e um rebatedor no estilo “pizza”. Estes foram os equipamentos usados na gravação de som e captação de imagens.

As imagens foram gravadas originalmente em formato digital com uma resolução de 1920 x 1080 pixels. A posterior edição e finalização foi realizada em um computador pessoal de um dos integrantes do grupo, um desktop comum. Em nenhum momento foram utilizados recursos externos ou de terceiros, como aluguéis de equipamento, dentre outros.

### 3.1.6 Orçamento

Enquadramento-se na realidade da maior parte dos filmes universitários, esta produção contou apenas com o investimento financeiro de seus próprios realizadores, além de contribuições voluntárias dos participantes (atores) do vídeo, cedendo gratuitamente a utilização de suas respectivas imagens registradas em vídeo para esta finalidade. Para as locações foram utilizados locais públicos e quando privados, devidamente cedidos gratuitamente sua locação.

Tabela 2 - Orçamento da produção

Escaneamento de <i>story board/autorizações</i>	R\$15,00
Locutora	R\$50,00
Locação de cenário	Grátis
Atores	Grátis
Aluguel de câmeras	Grátis
Equipamento de edição	Grátis
Combustível	R\$120,00
Trilha sonora	Grátis

Fonte: Os autores (2018).

### 3.2 Roteiro

Para que o produto audiovisual tenha sucesso em sua produção é necessário que se planeje cuidadosamente a etapa da Pré-Produção. Segundo Barreto (2004), o roteiro publicitário é a organização das ideias do criador, a representação do cenário de um sonho, feito para vender um produto. Tecnicamente

é um texto sintético, baseado no argumento, de cenas, sequências, diálogos e indicações técnicas de um filme.

Seguimos o formato de pequenas narrativas, histórias curtas que se desenrolam e concluem nos segundos de duração do vídeo, utilizando como ferramenta de persuasão a emoção. Segundo Carrascoza, 2008, p.32) “[...] Os comerciais de televisão e as peças para rádio exploram, na atualidade, mais o lado dionisíaco da criação e menos o da argumentação apolínea, racional”. Embasados neste conceito criativo definimos o esqueleto:

- Locutor começa o programa
- Homem indo trabalhar liga o rádio do carro
- Mulher tomando chá na companhia do rádio
- Um rapaz, fazendo caminhada, é estimulado pela música tocada no rádio.
- Adolescente é tomado por boas lembranças
- Casal relembra os anos dourados
- Homem liga o rádio para fazer companhia.

A partir desta premissa pensou-se na criação primeiramente de uma sinopse para que o conceito central pudesse ser mais claramente notado. Posteriormente foi desenvolvido um Roteiro Literário, onde a essência da ideia se apresenta, livre de concepções técnicas, valorizando mais o conceito por meio da dramaticidade. Por fim, um roteiro técnico, agora sinalizando diálogos, inserção de trilhas e informações que são de extrema importância nos processos de captação e edição do filme.

### 3.2.1 Sinopse

Em um dia comum, vários ouvintes sintonizados começam sua rotina sendo contagiados pela qualidade da rádio 101 FM e, são preenchidos por lembranças sentimentais trazidas pelas músicas que os acompanharam em momentos marcantes de suas vidas. A rádio faz parte não só da rotina como também da vida de várias pessoas. Vai muito além de uma simples programação. É uma mistura de momentos e sentimentos em forma de música que ficaram marcados na vida dos ouvintes.

### 3.2.2 Roteiro Literário

Mais um dia se inicia. Aos poucos a cidade vem sendo tomada pela claridade dos raios solares. Os topes dos prédios são os primeiros a serem expostos pela luz. Em uma rádio, o locutor está pronto para iniciar seu trabalho. Aproxima-se do microfone e começa a verbalizar, fazendo com que o entretenimento chegue aos receptores ativos.

Valter, rumo ao trabalho, entra em seu automóvel e liga o rádio. Sua atenção é presa na já sintonizada 101 FM. Enquanto passa o cinto sobre seu peito repara no rádio e ao bocejar, solta um sorriso justificado pelo o que ouviu o locutor dizer.

Maria entra no aplicativo de celular da rádio e o coloca sobre uma mesinha, senta no sofá e faz da voz do locutor da manhã sua companhia enquanto delicia uma xícara de chá.

Pedro, caminhando sobre a calçada, com uma mochila nas costas é tomado por boas lembranças devido a marcante letra cantada na música, o que o faz ter devaneios que dão significados de quanto a vida é bela.

Já em um parque aberto, Marcelo segue fazendo a caminhada diária com os fones de ouvido. O fôlego é perdido em meio a tanto esforço e Marcelo se vê querendo desistir. Quando a música que está tocando o faz recordar do porque está ali. Armado de motivação ele toma fôlego e volta a correr, mais determinado que antes.

Suzani e Martinelli, são casados a muitos anos. Um dos entretenimentos do casal é sintonizar a rádio 101 FM na programação túnel do tempo, e recordar os anos dourados com o acompanhamento de danças e gargalhadas durante o momento nostálgico.

Começando o seu turno de porteiro, Fernando liga o rádio e logo em seguida senta de maneira confortável na cadeira; a noite é longa, mas o rádio está ali para acompanhá-lo na jornada.

### 3.2.3 Roteiro Técnico

- VT: 101FM
- Duração: 45"

Tabela 3 - Roteiro técnico do VT

VÍDEO	ÁUDIO
Dia começando na cidade	Audio ambiente.
Locutor começa a falar. A cena muda para os prédios.	<b>Loc:</b> bom dia, mais uma linda manhã para realizar seus objetivos e fazer... (fade out)
Rapaz entra no carro, liga a radio e coloca o cinto. Close no rosto. Ele boceja e sorri.	<b>Entra trilha:</b> triumphs <b>Narração:</b> Esse bom dia é pra você, que me sintoniza logo pela manhã com um sorriso no rosto.
Foco na mão mexendo no aplicativo da 101 pelo celular. Mulher senta no sofá com xícara na mão.	Que faz da nossa voz sua companhia diária.
Adolescente caminhando ouvindo a radio pelo aplicativo de celular. Close no rosto. Ele precisa o fone e começa a sorrir.	Que escuta aquela música que te faz lembrar o quanto a vida é bela.
Cena mostra pessoas em um churrasco. Cena com close em rosto de pessoas sorrindo. Casal abraçado vendo por do sol.	<b>Trilha:</b> triumphs
Rapaz correndo ouvindo música pelo aplicativo de celular. Foco nele sem fôlego. Close no rosto dele.	Ou do quanto você precisou ser forte nos momentos mais difíceis.
Mostra o rapaz sentado no sofá se lamentando.	<b>Tilha:</b> triumphs
Rapaz se levanta e continua a correr.	<b>Trilha:</b> triumphs
Imagen mostra casal dançando.	Ou sintoniza... Apenas para recordar...
Close neles sorrindo.	<b>Trilha:</b> triumphs
Foco em um dedo ligando o rádio. Imagen mostra porteiro sozinho relaxando. Close no rosto dele expressando satisfação.	Se caso se sentir só, me procure. Pois eu estarei bem aqui.
Foco na mão mexendo na mesa de som. Imagen do locutor falando.	Uma companhia para todos os momentos..
Sequência de closes: celular sintonizado pelo	Com vários sentimentos, em uma só sintonia.

aplicativo na 101 fm. Garota rindo. Rapaz olhando para cima. Homem cantando no carro. Garota feliz erguendo o braço. Aparece logo 101 fm.	
--	--

Fonte: Os autores (2018).

### 3.3 Story Board

Figura 1 - Story board A



Fonte: Os autores (2018).

Figura 2 - Story board B



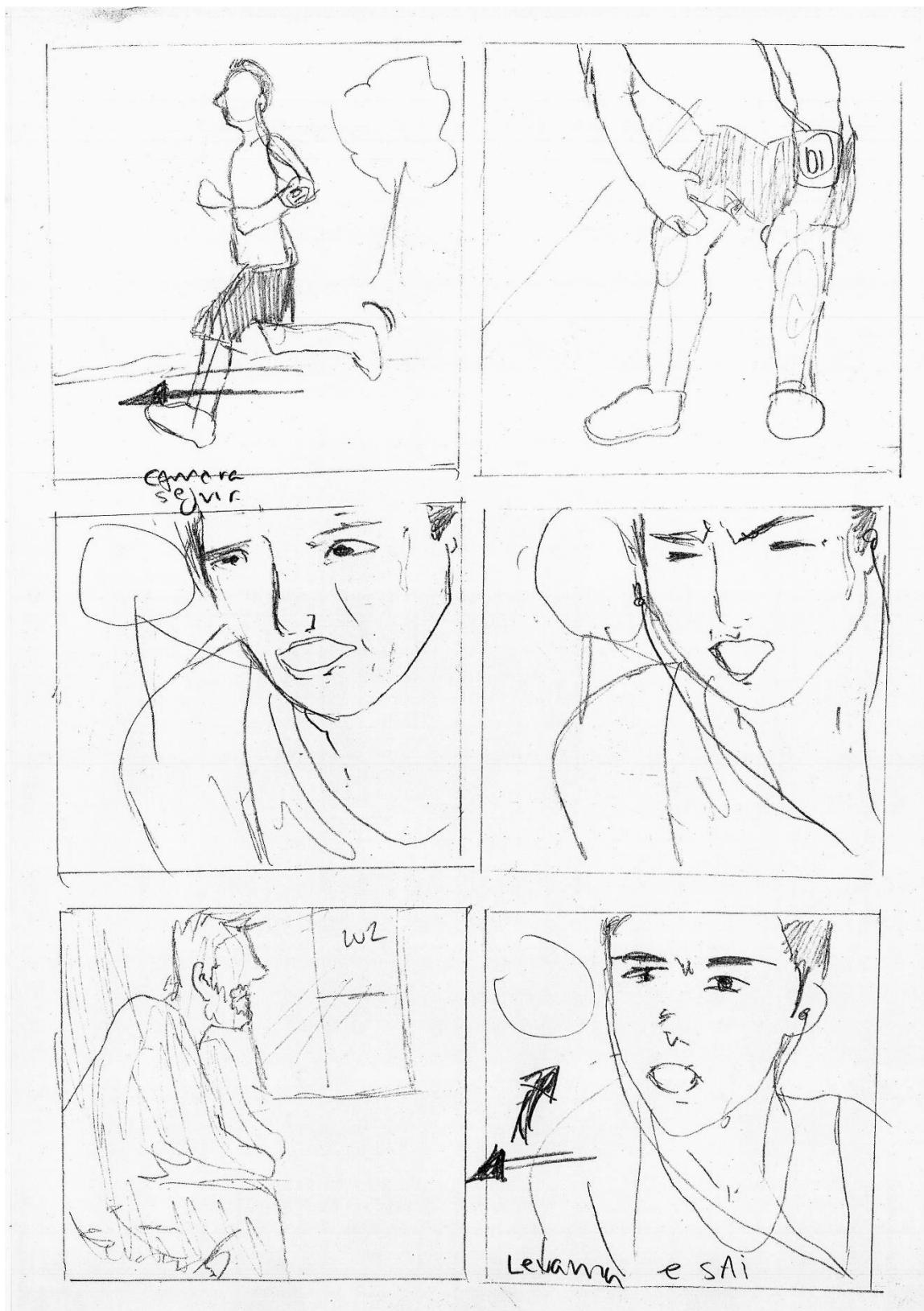
Fonte: Os autores (2018).

Figura 3 - Story board C



Fonte: Os autores (2018).

Figura 4 - Story board D



Fonte: Os autores (2018).

Figura 5 - Story board E



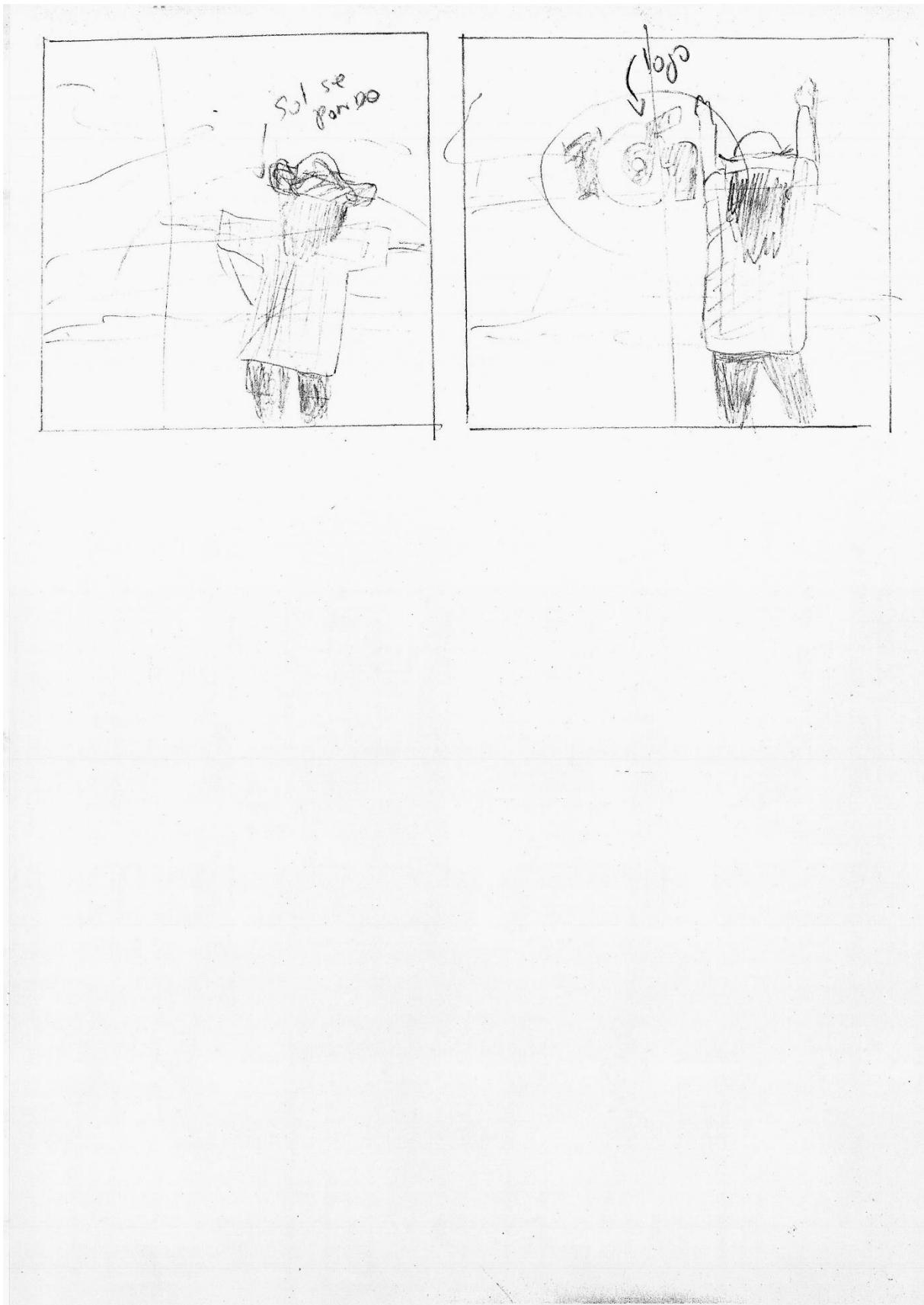
Fonte: Os autores (2018).

Figura 6 - Story board F



Fonte: Os autores (2018).

Figura 7 - Story board G



Fonte: Os autores (2018).

### 3.4 Planejamento e Organização

Uma vez definida a linha criativa do projeto, a organização necessária para sua realização começou a ser traçada. Foram definidas a divisão de tarefas e um cronograma de produção foi montado com vistas à conclusão para o último semestre de 2018.

Tabela 4 - Cronograma de planejamento do comercial.

<b>Cronograma de Planejamento – “Momentos”</b>	
FEVEREIRO	Reunião de planejamento.
MARÇO	Reunião de planejamento.
ABRIL	Reunião de planejamento, Definição de personagens.
MAIO	Definição de estratégias de pré-produção, produção e pós-produção.
JUNHO	Definição de estratégias de pré-produção, produção e pós-produção.
AGOSTO	Pesquisa bibliográfica.
SETEMBRO	Estruturação do Relatório Técnico Científico, Produção do Relatório Técnico Científico.
OUTUBRO	Produção do Relatório Técnico Científico, Seleção de equipamentos, Captura do material.
NOVEMBRO	Captura do material, Seleção de trilhas, Seleção de imagens, Edição, Pós-produção.

Fonte: Os autores (2018).

### 3.5 Definição da Equipe Técnica

A definição da equipe técnica foi decidida nas primeiras reuniões sobre o projeto, em janeiro de 2018. Foi decidido que o ideal seria ter a menor equipe possível. Esta decisão teve como base dois pensamentos estratégicos. O primeiro foi o de diminuir a necessidade de conciliar agendas e tornar o projeto mais viável em um curto espaço de tempo. O segundo, foi o de manter um set “enxuto”, evitando a presença de pessoas não envolvidas na filmagem.

Assim sendo, foi decidido que a equipe base seria composta pela tríade fundamental de funções: câmera – som – direção. O operador de câmera foi João Victor de Oliveira. A função de direção ficou a cargo de Lucas Lourençon e produção de Gabriel Lanza Silva e João Vitor Campos que também atuou.

### 3.5 Perfil dos Personagens

Os arquétipos são ferramentas importantes utilizadas na comunicação, pois fazem a intermediação entre o conteúdo da mensagem e o consumidor. Existem diversos arquétipos que oferecem uma experiência de significado em diversas áreas da comunicação. No cinema, por exemplo, os filmes de super-heróis utilizam estruturas arquetípicas na composição de seus personagens e narrativas diversas com o intuito de proporcionar uma estrutura capaz de liberar nas pessoas comuns a condição de identificação. Os roteiristas e diretores acabam utilizando estes recursos para captar de forma inconsciente a atenção das pessoas em suas produções audiovisuais.

As vezes o roteirista, o diretor e o produtor simplesmente intuem o arquétipo. Outras vezes, eles são guiados por um sistema consciente. A série Star Wars – bem como os bonecos de ação e outros produtos derivados – tem um apelo eterno. Ao fazer esses filmes, George Lucas foi guiado pelo livro de Joseph Campbell, *O herói de mil faces* (The Hero with a Thousand Faces), que esboça todos os ricos e evocativos estágios da jornada do herói. (MARK, PEARSON, 2001, P. 18).

1. Locutores: Funcionários reais da rádio. Tem a função de levar entretenimento de qualidade para os receptores.
2. Pedro, Explorador: Rapaz que adora a liberdade e a natureza. Inquieto, gosta do novo e de coisas fora da rotina.
3. Valter, arquétipo cara comum: Cidadão comum. Acorda cedo de segunda a sábado para ir trabalhar. É sozinho na vida. Acostumado com a solidão, encontra no rádio companhia todas as manhãs. Momentos que o faz gostar da solidão.
4. Joara, arquétipo inocente: Mulher simples e pura. Gosta de viver o agora e procura sempre tirar o melhor de cada situação. Sempre procura estar de bom humor.
5. Marcelo, arquétipo herói: Uma pessoa ágil e disciplinada. Encontrou no esporte a força que o faltava. Faz tudo o que tem que ser feito, seu medo é ser fraco e vulnerável.

6. Martinelli e Suzani, arquétipo bobo da corte: Casal alegre, vive o momento com pleno gozo.
7. Fernando, arquétipo prestativo: Pessoa generosa.

## 4 PRODUÇÃO

### 4.1 Direção e Produção

A direção foi estabelecida por Lucas Lourençon. Durante o processo das filmagens, alguns atores deram problemas. Seja pela falta de expressões convictas ou compromisso com as gravações. A improvisação foi necessária para o conforto de outros, assim, alterando a ideia original, mas procurando sempre manter a essência da mensagem. A estratégia para conduzir os atores foi usar a repetição para tirar o máximo deles, para que o sentimento passado seja o mais verdadeiro possível. O primeiro problema surgiu em uma cena onde o ator não conseguiu transmitir sentimento da forma e posição que foi orientado. Foi alterado o local do enquadramento, deixando-o mais confortável. Depois de algumas repetições foi extraído o sentimento desejado. Outro problema foi na falta de compromisso de um casal com uma cena em questão. O roteiro e *story board* tiveram que ser alterados para a produção de uma cena mais simples para otimizar tempo. Um terceiro problema surgiu na gravação na casa de uma senhora que se recusou a deixar filmar um porta-retratos proposto para cena. O roteiro e *story board* novamente sofreram alterações.

### 4.2 Produção

A produção ficou a cargo de Gabriel Lanza e João Vitor Campos. Durante o processo de produção foram encontradas algumas dificuldades para realização do curta. A maior foi a carência de pessoas com disponibilidade e compromisso com as gravações. Outro problema externo foi o tempo, que muitas das vezes choveu ou ficou nublado quando se precisava do sol para a cena, tendo assim que remarcar a gravação para um próximo dia. A cena do churrasco foi a que demandou mais tempo para ser produzida, pelo fato de ter que achar um lugar para realização da confraternização, pessoas com disponibilidade e tempo favorável. Outra pequena dificuldade foi a de achar rádio para a exibição de algumas cenas, a resolução mais rápida e viável foi a troca pelo celular com o aplicativo da emissora.

### 4.3 Direção de Fotografia

O filme utiliza muitos conceitos da linguagem cinematográfica da publicidade. A Câmera registra os momentos utilizando cortes definidos

estrategicamente no *story board* para dar a velocidade esperada para cada cena utilizando transições entre planos médios, gerais e closes. A variedade de planos foi limitado pela presença de apenas uma câmera no set. Outra característica foi a opção por usar, quando possível, o máximo da luz natural, porém em alguns casos devido ao ambiente fechado e o horário avançado foram necessários a utilização de iluminação considerando a disposição da propagação da luz para evitar sombras bruscas e marcadas, optando-se por uma iluminação *soft*.

#### 4.4 Som

A responsabilidade sobre a qualidade da captação do som direto coube ao responsável técnico João Victor de Oliveira. O som foi capturado no formato estéreo em duas bandas de áudio a partir de um microfone direcional e um microfone lapela conectados à câmera. Já a locutora Silvana Grandi, utilizou para captação da voz o *Kit Focusrite Scarlett 2i2*.

#### 4.5 Gravação e Captação de Imagens

A gravação e a captação de imagens foram realizadas pelo João Victor de Oliveira. Ele trabalhou de acordo com os parâmetros estabelecidos pelo diretor e, obedecendo às propostas estéticas a ele indicada. O modelo da câmera utilizada foi a CANON EOS Rebel T3i no formato 16x9.

Tabela 5 - Equipamentos para gravação e captação de imagens.

Kit Focusrite Scarlett 2i2	Lapela de captação de voz
CANON EOS Rebel T3i	Câmera DSLR
Adobe Premiere Pro CC 2018.	Software de edição do pacote Adobe

Fonte: Os autores (2018).

#### 4.6 Edição de Imagens

O processo de edição de imagens seguiu fielmente às orientações da direção tendo como base o Roteiro Técnico e *Story Board*. O responsável técnico pela edição foi João Victor de Oliveira e Lucas Lourençon. Durante o processo houve a seleção dos melhores *takes* gravados com o acompanhamento do diretor. O Software utilizado para a edição foi o Adobe Premiere Pro CC 2018.

A montagem do vídeo utilizou-se de *hard cut* (corte seco), que é um estilo que utiliza de cortes sem efeitos de transição. Esse efeito transmite ao telespectador a sensação de velocidade, agilidade e é ideal para produção de um comercial com poucos segundos de duração.

## 5 PÓS-PRODUÇÃO

Como o próprio nome diz, a pós-produção é a etapa que surge posteriormente à produção. Nesta etapa é realizada a edição, sonorização, colorização e inserção de caracteres além da produção de efeitos quando necessário. Neste momento também é definido todo o plano de distribuição do filme com foco nas mídias e canais de exibição do mesmo.

Durante o processo de colorização, eventuais desniveis de iluminação entre diferentes sequências foram corrigidos, evitando que destoem entre si. Na correção de cor e para o tratamento de imagens foi o utilizado o filtro Lumetri, disponível no próprio software de edição. O processo usado para equilibrar e alterar as cores do vídeo foi trabalhado em cima de cores institucionais, zelando pela perfeita harmonia e temperatura adequada para o comercial. Como resultado final, o vídeo visa transmitir cenas amigáveis, de otimismo e confiança.

### 5.1 Edição do Som

A trilha foi utilizada estrategicamente posicionada de acordo com o Roteiro para que toda a ambientação emocional se adequasse com a proposta da ideia inicial do vídeo. Precisou ser editada pois o bruto contém dois minutos e trinta e dois segundos.

### 5.2 Mixagem e Finalização

A finalização de “Momentos” foi composta considerando o tratamento de imagens, edição de áudio e exportação final considerando a aplicação em diferentes formatos de mídia. Para TV optou-se pela Renderização em *FULL HD* na resolução 1920 x 1080. Para aplicação em mídias sociais mantivemos a mesma resolução, porém com algumas configurações de compactação permitindo um tamanho de arquivo menor, sem comprometer drasticamente a qualidade do vídeo. A Tabela abaixo mostra as configurações técnicas para estas duas mídias:

Tabela 6 - Configurações técnicas para mixagem e finalização do comercial.

Veiculação em TV ( <i>Broadcasting</i> )	
Resolução	1920 x 1080
Formato	XDCAM-HD

Vídeo	MXF Op1a – 50 Mbps
Veiculação em Mídias Digitais	
Resolução	1920 x 1080
Formato	H.264
Vídeo	Frame Rate 29.97 fps, 2.5 Mbps (0.2 bpp).

Fonte: Os autores (2018).

Em seguida, o áudio do filme foi masterizado, atenuando eventuais problemas durante a captação do som, como ruídos e batidas mixando posteriormente a trilha sonora ao filme.

Por conseguinte, foram inseridos os GCs de informações complementares relativos a marca e produto do cliente.

Para concluir o processo de finalização foi produzida uma claquete com os elementos básicos relativos à produção.

### **5.3 Distribuição e Exibição**

Tratando-se de um filme universitário de baixo orçamento, o projeto de distribuição de ‘Momentos’ se restringe, sobretudo, a exibição para as respectivas bancas de conclusão do curso e seus avaliadores estando o mesmo a princípio disponível em plataforma digital na internet (*Youtube*). Porém pretende-se futuramente inscrever o vídeo em mostras universitárias ou festivais que abarquem a proposta deste produto audiovisual.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento da presente produção considera que, através da produção do vídeo, os conceitos teóricos que foram assimilados pelo grupo e, em sequência, aplicados no trabalho, foram desenvolvidos ao longo de toda a produção.

## REFERÊNCIAS

A MENTE É MARAVILHOSA. **A música desperta lembranças.** Disponível em: <<https://amenteemaravilhosa.com.br/musica-desperta-lembrancas/>>. Acesso em: 08 out. 2018.

ANGEL, Rodriguez. **A dimensão sonora da linguagem audiovisual.** Senac, São Paulo, 2006.

ARAUJO, Lindomar da Silva. **História do Cinema.** Info Escola. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/cinema/historia-do-cinema/>>. Acesso em: 06 nov. 2018.

ASTRONAUTAS FILMES. **A história do Audiovisual (Antigamente).** Disponível em: <<http://www.astronautasfilmes.com.br/cinema/historia-do-audiovisual-antigamente/>>. Acesso em: 02 out. 2018.

BARRETO, Tiago. **Vende-se em 30 segundos.** São Paulo: Senac, 2004.

BERTOMEU, João Vicente Cegato. **Criação em filmes publicitários.** São Paulo: Cengage Learning, 2010.

CARRASCOZA, J.A. **Do caos à criação publicitária: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade.** São Paulo: Saraiva, 2008.

Figueiredo, C. **Redação publicitaria: Sedução pela palavra.** São Paulo: Cengage Learning, 2014.

FRAZÃO, Dilva. **Thomas Edison: inventor norte-americano.** Ebiografia. Disponível em: <[https://www.ebiografia.com/thomas\\_edison/](https://www.ebiografia.com/thomas_edison/)>. Acesso em: 01 out. 2018.

GALHARDI, Luciana Pletsch. **Audiovisual Publicitário Televisivo: Apontamentos Preliminares sobre Construtos de Emoção.** Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0397-1.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2018.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as Novas Mídias:** Do cinema as mídias interativas. SENAC: São Paulo, 2008.

HAGEMEYER, Rafael Rosa. **História & audiovisual.** Editora Autêntica. 2012.

JULLIER, Laurent; MARIE, Michel. **Lendo as imagens do cinema.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo.** Editora Moderna. 1988.

MARK, Margaret. PEARSON, Carol. **O Herói e o Fora-da-Lei.** São Paulo: Cultrix, 2001.

ROBERTS-BRESLIN, Jan. **Produção de Imagem E Som: Foundations of Sound and Image Production.** Focal, 2007.

SCHIAVON, A. **Criativamente: seu guia de criatividade em publicidade e propaganda.** Curitiba: Inter Saberes, 2017.

WATTS, H. **Direção de câmera;** [tradução Eli Stern.]. São Paulo: Summus, 1999.

**ANEXOS**

Termos de uso de imagem e trilha sonora

**CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS AUTORAIS COM AUTORIZAÇÃO DE USO DE  
IMAGEM, NOME SOM DE VOZ**

Por meio deste instrumento, cedo, gratuita e expressamente, de forma irrevogável, integral, definitiva e por tempo indeterminado, em todo o território nacional, o conteúdo do arquivo das gravações que participei, incluindo os direitos de reprodução parcial e/ou integral, de edição, de publicação, de adaptação, de transformação, de tradução, de licenciamento, de cessão, de distribuição para ou por terceiros, de exploração educacional, comercial ou institucional, de distribuição via cabo, fibra ótica, satélite, internet, ondas ou qualquer outra forma de comunicação, de concessão para representação, recitação, declaração, execução musicalizada, radiodifusão sonora ou televisiva e incluindo-se o uso na internet, em conformidade com a Lei n.º 9.610, de 19/02/98.

Autorizo também, gratuitamente, a utilização da minha imagem – fixa ou em movimento, do meu nome e do som da minha voz, como forma de garantir a plenitude da presente cessão, transmitidas ou reproduzidas no comercial "MOMENTOS", produzido pelos alunos GABRIEL LANZA SILVA, R.A 6231502520, JOAO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA, R.A 6231503127, JOAO VICTOR OLIVEIRA, R.A 6231502570, LUCAS LOURENÇON, R.A 6231503410 da Faculdade de Comunicação Social "Jornalista Roberto Marinho" de Presidente Prudente (Facopp/Unoeste), que determinará a forma de exteriorização, sua apresentação, produção visual, sistema de reprodução, formato e demais aspectos técnicos, artísticos e que entender necessários, ficando, desde já, expressamente autorizado a sub-rogar total ou parcialmente os direitos patrimoniais ora cedidos a terceiros.

Presidente Prudente, 3 de Dezembro de 2018.

Nome:	<u>João Vitor Campos Marques Vieira</u>
Endereço:	<u>Rua Padre Joaquim Goetz, 1112</u>
Cidade:	<u>Presidente Prudente</u>
RG N°:	<u>38057099-3</u>
CPF N°:	<u>438 803 50841</u>
Telefone para contato:	<u>18 997936451</u>

**CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS AUTORAIS COM AUTORIZAÇÃO DE USO DE  
IMAGEM, NOME SOM DE VOZ**

Por meio deste instrumento, cedo, gratuita e expressamente, de forma irrevogável, integral, definitiva e por tempo indeterminado, em todo o território nacional, o conteúdo do arquivo das gravações que participei, incluindo os direitos de reprodução parcial e/ou integral, de edição, de publicação, de adaptação, de transformação, de tradução, de licenciamento, de cessão, de distribuição para ou por terceiros, de exploração educacional, comercial ou institucional, de distribuição via cabo, fibra ótica, satélite, internet, ondas ou qualquer outra forma de comunicação, de concessão para representação, recitação, declaração, execução musicalizada, radiodifusão sonora ou televisiva e incluindo-se o uso na internet, em conformidade com a Lei n.º 9.610, de 19/02/98.

Autorizo também, gratuitamente, a utilização da minha imagem – fixa ou em movimento, do meu nome e do som da minha voz, como forma de garantir a plenitude da presente cessão, transmitidas ou reproduzidas no comercial "MOMENTOS", produzido pelos alunos GABRIEL LANZA SILVA, R.A 6231502520, JOAO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA, R.A 6231503127, JOAO VICTOR OLIVEIRA, R.A 6231502570, LUCAS LOURENÇON, R.A 6231503410 da Faculdade de Comunicação Social "Jornalista Roberto Marinho" de Presidente Prudente (Facopp/Unoeste), que determinará a forma de exteriorização, sua apresentação, produção visual, sistema de reprodução, formato e demais aspectos técnicos, artísticos e que entender necessários, ficando, desde já, expressamente autorizado a sub-rogar total ou parcialmente os direitos patrimoniais ora cedidos a terceiros.

Presidente Prudente, 20 de novembro de 2018.

Nome:	<u>Mariangela B. Fazano Amendola</u>
Endereço:	<u>Rua Ribeiro Prestes César, 259</u>
Cidade:	<u>Presidente Prudente</u>
RG N°:	<u>21.167.681-0</u>
CPF N°:	<u>281.249.038-16</u>
Telefone para contato:	<u>(18) 99778-0110</u>

**CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS AUTORAIS COM AUTORIZAÇÃO DE USO DE  
IMAGEM, NOME SOM DE VOZ**

Por meio deste instrumento, cedo, gratuitamente e expressamente, de forma irrevogável, integral, definitiva e por tempo indeterminado, em todo o território nacional, o conteúdo do arquivo das gravações que participei, incluindo os direitos de reprodução parcial e/ou integral, de edição, de publicação, de adaptação, de transformação, de tradução, de licenciamento, de cessão, de distribuição para ou por terceiros, de exploração educacional, comercial ou institucional, de distribuição via cabo, fibra ótica, satélite, internet, ondas ou qualquer outra forma de comunicação, de concessão para representação, recitação, declaração, execução musicalizada, radiodifusão sonora ou televisiva e incluindo-se o uso na internet, em conformidade com a Lei n.º 9.610, de 19/02/98.

Autorizo também, gratuitamente, a utilização da minha imagem – fixa ou em movimento, do meu nome e do som da minha voz, como forma de garantir a plenitude da presente cessão, transmitidas ou reproduzidas no comercial "MOMENTOS", produzido pelos alunos GABRIEL LANZA SILVA, R.A 6231502520, JOAO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA, R.A 6231503127, JOAO VICTOR OLIVEIRA, R.A 6231502570, LUCAS LOURENÇON, R.A 6231503410 da Faculdade de Comunicação Social "Jornalista Roberto Marinho" de Presidente Prudente (Facopp/Unoeste), que determinará a forma de exteriorização, sua apresentação, produção visual, sistema de reprodução, formato e demais aspectos técnicos, artísticos e que entender necessários, ficando, desde já, expressamente autorizado a sub-rogar total ou parcialmente os direitos patrimoniais ora cedidos a terceiros.

Presidente Prudente, 20 de Novembro de 2018.

Nome:	Rogerio Leitâo de Silveira Santos
Endereço:	Rua: Antônio Schestke de Silveira, n.º 12
Cidade:	Pirapozinho SP.
RG N.º:	42 866 305 - 9
CPF N.º:	344581708-13
Telefone para contato:	(18) 998079343

**CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS AUTORAIS COM AUTORIZAÇÃO DE USO DE  
IMAGEM, NOME SOM DE VOZ**

Por meio deste instrumento, cedo, gratuita e expressamente, de forma irrevogável, integral, definitiva e por tempo indeterminado, em todo o território nacional, o conteúdo do arquivo das gravações que participei, incluindo os direitos de reprodução parcial e/ou integral, de edição, de publicação, de adaptação, de transformação, de tradução, de licenciamento, de cessão, de distribuição para ou por terceiros, de exploração educacional, comercial ou institucional, de distribuição via cabo, fibra ótica, satélite, internet, ondas ou qualquer outra forma de comunicação, de concessão para representação, recitação, declaração, execução musicalizada, radiodifusão sonora ou televisiva e incluindo-se o uso na internet, em conformidade com a Lei n.º 9.610, de 19/02/98.

Autorizo também, gratuitamente, a utilização da minha imagem – fixa ou em movimento, do meu nome e do som da minha voz, como forma de garantir a plenitude da presente cessão, transmitidas ou reproduzidas no comercial “MOMENTOS”, produzido pelos alunos GABRIEL LANZA SILVA, R.A 6231502520, JOAO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA, R.A 6231503127, JOAO VICTOR OLIVEIRA, R.A 6231502570, LUCAS LOURENÇON, R.A 6231503410 da Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp/Unoeste), que determinará a forma de exteriorização, sua apresentação, produção visual, sistema de reprodução, formato e demais aspectos técnicos, artísticos e que entender necessários, ficando, desde já, expressamente autorizado a sub-rogar total ou parcialmente os direitos patrimoniais ora cedidos a terceiros.

Presidente Prudente, 20 de Novembro de 2018.

Nome:	<i>Joia Agostinelli</i>
Endereço:	<i>Rua Comendador João Perutti, 941, apto 222</i>
Cidade:	<i>Presidente Prudente</i>
RG N°:	<i>96.018.938-9</i>
CPF N°:	<i>368.365.228</i>
Telefone para contato:	<i>(18) 98801-9322</i>

**CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS AUTORAIS COM AUTORIZAÇÃO DE USO DE  
IMAGEM, NOME SOM DE VOZ**

Por meio deste instrumento, cedo, gratuita e expressamente, de forma irrevogável, integral, definitiva e por tempo indeterminado, em todo o território nacional, o conteúdo do arquivo das gravações que participei, incluindo os direitos de reprodução parcial e/ou integral, de edição, de publicação, de adaptação, de transformação, de tradução, de licenciamento, de cessão, de distribuição para ou por terceiros, de exploração educacional, comercial ou institucional, de distribuição via cabo, fibra ótica, satélite, internet, ondas ou qualquer outra forma de comunicação, de concessão para representação, recitação, declaração, execução musicalizada, radiodifusão sonora ou televisiva e incluindo-se o uso na internet, em conformidade com a Lei n.º 9.610, de 19/02/98.

Autorizo também, gratuitamente, a utilização da minha imagem – fixa ou em movimento, do meu nome e do som da minha voz, como forma de garantir a plenitude da presente cessão, transmitidas ou reproduzidas no comercial “MOMENTOS”, produzido pelos alunos GABRIEL LANZA SILVA, R.A 6231502520, JOAO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA, R.A 6231503127, JOAO VICTOR OLIVEIRA, R.A 6231502570, LUCAS LOURENÇON, R.A 6231503410 da Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp/Unoeste), que determinará a forma de exteriorização, sua apresentação, produção visual, sistema de reprodução, formato e demais aspectos técnicos, artísticos e que entender necessários, ficando, desde já, expressamente autorizado a sub-rogar total ou parcialmente os direitos patrimoniais ora cedidos a terceiros.

Presidente Prudente, 19 de novembro de 2018.

Nome:	<i>Ricardo Lemos Moreira</i>
Endereço:	<i>Rua Alonso Faria, 230</i>
Cidade:	<i>P. PRUDENTE</i>
RG N°:	<i>53.175.123-X</i>
CPF N°:	<i>441.829.388-05</i>
Telefone para contato:	<i>18 997438388</i>

**CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS AUTORAIS COM AUTORIZAÇÃO DE USO DE  
IMAGEM, NOME SOM DE VOZ**

Por meio deste instrumento, cedo, gratuita e expressamente, de forma irrevogável, integral, definitiva e por tempo indeterminado, em todo o território nacional, o conteúdo do arquivo das gravações que participei, incluindo os direitos de reprodução parcial e/ou integral, de edição, de publicação, de adaptação, de transformação, de tradução, de licenciamento, de cessão, de distribuição para ou por terceiros, de exploração educacional, comercial ou institucional, de distribuição via cabo, fibra ótica, satélite, internet, ondas ou qualquer outra forma de comunicação, de concessão para representação, recitação, declaração, execução musicalizada, radiodifusão sonora ou televisiva e incluindo-se o uso na internet, em conformidade com a Lei n.º 9.610, de 19/02/98.

Autorizo também, gratuitamente, a utilização da minha imagem – fixa ou em movimento, do meu nome e do som da minha voz, como forma de garantir a plenitude da presente cessão, transmitidas ou reproduzidas no comercial “MOMENTOS”, produzido pelos alunos GABRIEL LANZA SILVA, R.A 6231502520, JOAO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA, R.A 6231503127, JOAO VICTOR OLIVEIRA, R.A 6231502570, LUCAS LOURENÇON, R.A 6231503410 da Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp/Unoeste), que determinará a forma de exteriorização, sua apresentação, produção visual, sistema de reprodução, formato e demais aspectos técnicos, artísticos e que entender necessários, ficando, desde já, expressamente autorizado a sub-rogar total ou parcialmente os direitos patrimoniais ora cedidos a terceiros.

Presidente Prudente, 20 de novembro de 2018.

Nome:	Clayton Soárez Fussi
Endereço:	Rua. São Bongiovanni - 288
Cidade:	Presidente Prudente
RG N°:	5.454.699-8
CPF N°:	765.677.619.20
Telefone para contato:	(18) 99714-1806

NL

**CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS AUTORAIS COM AUTORIZAÇÃO DE USO DE  
IMAGEM, NOME SOM DE VOZ**

Por meio deste instrumento, cedo, gratuita e expressamente, de forma irrevogável, integral, definitiva e por tempo indeterminado, em todo o território nacional, o conteúdo do arquivo das gravações que participei, incluindo os direitos de reprodução parcial e/ou integral, de edição, de publicação, de adaptação, de transformação, de tradução, de licenciamento, de cessão, de distribuição para ou por terceiros, de exploração educacional, comercial ou institucional, de distribuição via cabo, fibra ótica, satélite, internet, ondas ou qualquer outra forma de comunicação, de concessão para representação, recitação, declaração, execução musicalizada, radiodifusão sonora ou televisiva e incluindo-se o uso na internet, em conformidade com a Lei n.º 9.610, de 19/02/98.

Autorizo também, gratuitamente, a utilização da minha imagem – fixa ou em movimento, do meu nome e do som da minha voz, como forma de garantir a plenitude da presente cessão, transmitidas ou reproduzidas no comercial “MOMENTOS”, produzido pelos alunos GABRIEL LANZA SILVA, R.A 6231502520, JOAO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA, R.A 6231503127, JOAO VICTOR OLIVEIRA, R.A 6231502570, LUCAS LOURENÇON, R.A 6231503410 da Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp/Unoeste), que determinará a forma de exteriorização, sua apresentação, produção visual, sistema de reprodução, formato e demais aspectos técnicos, artísticos e que entender necessários, ficando, desde já, expressamente autorizado a sub-rogar total ou parcialmente os direitos patrimoniais ora cedidos a terceiros.

Presidente Prudente, 06 de dezembro de 2018.

Nome:	<i>Sessica Vanessa Elvres Garcia</i>
Endereço:	<i>Rua Sonia maria dos Santos, 95</i>
Cidade:	<i>Presidente Prudente</i>
RG N°:	<i>48.285.682-8</i>
CPF N°:	<i>411.284.788-30</i>
Telefone para contato:	<i>(18) 99641-1170</i>

**CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS AUTORAIS COM AUTORIZAÇÃO DE USO DE  
IMAGEM, NOME SOM DE VOZ**

Por meio deste instrumento, cedo, gratuita e expressamente, de forma irrevogável, integral, definitiva e por tempo indeterminado, em todo o território nacional, o conteúdo do arquivo das gravações que participei, incluindo os direitos de reprodução parcial e/ou integral, de edição, de publicação, de adaptação, de transformação, de tradução, de licenciamento, de cessão, de distribuição para ou por terceiros, de exploração educacional, comercial ou institucional, de distribuição via cabo, fibra ótica, satélite, internet, ondas ou qualquer outra forma de comunicação, de concessão para representação, recitação, declaração, execução musicalizada, radiodifusão sonora ou televisiva e incluindo-se o uso na internet, em conformidade com a Lei n.º 9.610, de 19/02/98.

Autorizo também, gratuitamente, a utilização da minha imagem – fixa ou em movimento, do meu nome e do som da minha voz, como forma de garantir a plenitude da presente cessão, transmitidas ou reproduzidas no comercial "MOMENTOS", produzido pelos alunos GABRIEL LANZA SILVA, R.A 6231502520, JOAO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA, R.A 6231503127, JOAO VICTOR OLIVEIRA, R.A 6231502570, LUCAS LOURENÇON, R.A 6231503410 da Faculdade de Comunicação Social "Jornalista Roberto Marinho" de Presidente Prudente (Facopp/Unoeste), que determinará a forma de exteriorização, sua apresentação, produção visual, sistema de reprodução, formato e demais aspectos técnicos, artísticos e que entender necessários, ficando, desde já, expressamente autorizado a sub-rogar total ou parcialmente os direitos patrimoniais ora cedidos a terceiros.

Presidente Prudente, 06 de Dezembro de 2018.

Nome:	<i>Loisca Manane do Nascimento Gomes</i>
Endereço:	<i>José Daleji Silva</i>
Cidade:	<i>Presidente Prudente</i>
RG N°:	<i>58.413 215-3</i>
CPF N°:	<i>480621238/55</i>
Telefone para contato:	<i>(18) 997157036</i>

**CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS AUTORAIS COM AUTORIZAÇÃO DE USO DE  
IMAGEM, NOME SOM DE VOZ**

Por meio deste instrumento, cedo, gratuita e expressamente, de forma irrevogável, integral, definitiva e por tempo indeterminado, em todo o território nacional, o conteúdo do arquivo das gravações que participei, incluindo os direitos de reprodução parcial e/ou integral, de edição, de publicação, de adaptação, de transformação, de tradução, de licenciamento, de cessão, de distribuição para ou por terceiros, de exploração educacional, comercial ou institucional, de distribuição via cabo, fibra ótica, satélite, internet, ondas ou qualquer outra forma de comunicação, de concessão para representação, recitação, declaração, execução musicalizada, radiodifusão sonora ou televisiva e incluindo-se o uso na internet, em conformidade com a Lei n.º 9.610, de 19/02/98.

Autorizo também, gratuitamente, a utilização da minha imagem – fixa ou em movimento, do meu nome e do som da minha voz, como forma de garantir a plenitude da presente cessão, transmitidas ou reproduzidas no comercial "MOMENTOS", produzido pelos alunos GABRIEL LANZA SILVA, R.A 6231502520, JOAO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA, R.A 6231503127, JOAO VICTOR OLIVEIRA, R.A 6231502570, LUCAS LOURENÇON, R.A 6231503410 da Faculdade de Comunicação Social "Jornalista Roberto Marinho" de Presidente Prudente (Facopp/Unoeste), que determinará a forma de exteriorização, sua apresentação, produção visual, sistema de reprodução, formato e demais aspectos técnicos, artísticos e que entender necessários, ficando, desde já, expressamente autorizado a sub-rogar total ou parcialmente os direitos patrimoniais ora cedidos a terceiros.

Presidente Prudente, 06 de dezembro de 2018.

Nome:	<i>Alexandra Lucas Bavaresco Mauro</i>
Endereço:	<i>R. Sebastião de Paula, 150</i>
Cidade:	<i>P. Prudente</i>
RG N°:	<i>30.065.331-1</i>
CPF N°:	<i>283.438.998-98</i>
Telefone para contato:	<i>18 9 8802-0582</i>

**CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS AUTORAIS COM AUTORIZAÇÃO DE USO DE  
IMAGEM, NOME SOM DE VOZ**

Por meio deste instrumento, cedo, gratuita e expressamente, de forma irrevogável, integral, definitiva e por tempo indeterminado, em todo o território nacional, o conteúdo do arquivo das gravações que participei, incluindo os direitos de reprodução parcial e/ou integral, de edição, de publicação, de adaptação, de transformação, de tradução, de licenciamento, de cessão, de distribuição para ou por terceiros, de exploração educacional, comercial ou institucional, de distribuição via cabo, fibra ótica, satélite, internet, ondas ou qualquer outra forma de comunicação, de concessão para representação, recitação, declaração, execução musicalizada, radiodifusão sonora ou televisiva e incluindo-se o uso na internet, em conformidade com a Lei n.º 9.610, de 19/02/98.

Autorizo também, gratuitamente, a utilização da minha imagem – fixa ou em movimento, do meu nome e do som da minha voz, como forma de garantir a plenitude da presente cessão, transmitidas ou reproduzidas no comercial “MOMENTOS”, produzido pelos alunos GABRIEL LANZA SILVA, R.A 6231502520, JOAO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA, R.A 6231503127, JOAO VICTOR OLIVEIRA, R.A 6231502570, LUCAS LOURENÇON, R.A 6231503410 da Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp/Unoeste), que determinará a forma de exteriorização, sua apresentação, produção visual, sistema de reprodução, formato e demais aspectos técnicos, artísticos e que entender necessários, ficando, desde já, expressamente autorizado a sub-rogar total ou parcialmente os direitos patrimoniais ora cedidos a terceiros.

Presidente Prudente, 06 de Dezembro de 2018.

Nome:	Sandra Ruyana Sojillo Lopes
Endereço:	Rua Júlio Pernici, 725 - Bloco N AP21
Cidade:	Pr - Prudente
RG N°:	16.256.508
CPF N°:	080.372.328-83
Telefone para contato:	(18) 99618-6307

**CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS AUTORAIS COM AUTORIZAÇÃO DE USO DE  
IMAGEM, NOME SOM DE VOZ**

Por meio deste instrumento, cedo, gratuita e expressamente, de forma irrevogável, integral, definitiva e por tempo indeterminado, em todo o território nacional, o conteúdo do arquivo das gravações que participei, incluindo os direitos de reprodução parcial e/ou integral, de edição, de publicação, de adaptação, de transformação, de tradução, de licenciamento, de cessão, de distribuição para ou por terceiros, de exploração educacional, comercial ou institucional, de distribuição via cabo, fibra ótica, satélite, internet, ondas ou qualquer outra forma de comunicação, de concessão para representação, recitação, declaração, execução musicalizada, radiodifusão sonora ou televisiva e incluindo-se o uso na internet, em conformidade com a Lei n.º 9.610, de 19/02/98.

Autorizo também, gratuitamente, a utilização da minha imagem – fixa ou em movimento, do meu nome e do som da minha voz, como forma de garantir a plenitude da presente cessão, transmitidas ou reproduzidas pelo programa "MOMENTOS" produzido pelos alunos GABRIEL LANZA SILVA, R.A 6231502520, JOAO VITOR CAMPOS MARQUES VIEIRA, R.A 6231503127, JOÃO VICTOR DE OLIVEIRA, R.A 6231502570, LUCAS LOURENÇON, R.A 6231503410 da Faculdade de Comunicação Social "Jornalista Roberto Marinho" de Presidente Prudente (Facopp/Unoeste), que determinará a forma de exteriorização, sua apresentação, produção visual, sistema de reprodução, formato e demais aspectos técnicos, artísticos e que entender necessários, ficando, desde já, expressamente autorizado a sub-rogar total ou parcialmente os direitos patrimoniais ora cedidos a terceiros.

Presidente Prudente, 06 de Dezembro de 2018.

Nome:	<i>João Vítor de Oliveira</i>
Endereço:	<i>Rua Júlio Pernache, 725 - Bloco N Ap 21</i>
Cidade:	<i>Presidente Prudente - SP</i>
RG N°:	<i>12.596.748-2</i>
CPF N°:	<i>013.613-348-83</i>
Telefone para contato:	<i>(67) 996886867</i>