

ANEXO V

RELATÓRIO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

1. DADOS DO PROJETO

Nome do projeto: Ele é a Saída - Videoclipe de Adonias Silvestre da Silva (Donny)

Nome do agente cultural proponente: Adonias Silvestre da Silva (Donny Silva)

Nº do Termo de Execução Cultural: 01/2023

Vigência do projeto: 10/2023 à 10/2024

Valor repassado para o projeto: R\$ 20.000,00

Data de entrega desse relatório: 09/10/24

2. RESULTADOS DO PROJETO

2.1. Resumo:

O projeto foi executado com muita dedicação e cuidado, resultando na criação de um videoclipe da música Tô Voltando do EP "ELE É A SAÍDA", que transmite uma mensagem de esperança e fé. O videoclipe foi gravado em um estúdio interno, com foco total no cantor e na intensidade da música, ressaltando as emoções transmitidas pela letra. A produção capturou de forma íntima e sensível o poder das palavras, destacando versos que falam sobre encontrar a saída e a paz através de Deus: *"Quando tudo parecer perdido, lembre-se que Ele está ao seu lado."*

Foram dois dias de gravações marcados por emoção e espiritualidade, onde todos os envolvidos se sentiram tocados pela mensagem. Os resultados foram profundamente positivos, tanto pela qualidade estética do videoclipe quanto pela recepção do público, que demonstrou grande apreço e emoção ao assistir. Houve inúmeras respostas positivas, e muitos relataram se sentir renovados e fortalecidos após ver o trabalho.

A gravação não apenas atingiu o objetivo de divulgar o EP, mas também cumpriu sua missão de impactar as vidas de quem buscava uma mensagem de luz e salvação.

2.2. As ações planejadas para o projeto foram realizadas?

() Sim, todas as ações foram feitas conforme o planejado.

(x) Sim, todas as ações foram feitas, mas com adaptações e/ou alterações.

- () Uma parte das ações planejadas não foi feita.
- () As ações não foram feitas conforme o planejado.

2.3. Ações desenvolvidas

Todas as ações previstas no projeto foram executadas com sucesso, embora algumas tenham passado por adaptações e alterações devido a imprevistos. Inicialmente, o foco era a gravação de um videoclipe, mas, além desse, conseguimos realizar a gravação de mais duas canções inéditas, ampliando o escopo do projeto e o seu impacto.

As datas das gravações, originalmente previstas para março de 2024, precisaram ser alteradas em virtude de um contratempo de saúde. O responsável pelo projeto foi acometido por dengue, o que resultou em hospitalização e complicações, comprometendo 80% da capacidade pulmonar. Por conta disso, houve a necessidade de cancelar as gravações e demais compromissos pelos 60 dias seguintes. Diante dessa situação, a produtora e gravadora conseguiram reagendar as gravações para os dias 26 e 27 de agosto de 2024.

As gravações ocorreram conforme o cronograma ajustado, com início no dia 26 de agosto às 14h, finalizando às 18h, e no dia 27, das 13h às 18h. O estúdio escolhido foi na cidade de Joinville – SC, um local que atendeu perfeitamente às necessidades da produção.

Quanto aos impactos dessas alterações, eles foram extremamente positivos. Ao invés de um único videoclipe, agora contamos com duas novas canções que exploram diferentes estilos musicais, o que ampliará o alcance do projeto e permitirá que a mensagem seja recebida por um público ainda maior e mais diversificado.

2.4. Cumprimento das Metas

- **META 1: Realização de sessões de brainstorming para desenvolvimento do conceito visual do videoclipe** ◦ **OBSERVAÇÃO DA META 1:** As sessões de brainstorming foram realizadas conforme planejado. Participaram da equipe criativa o diretor, o artista e os profissionais responsáveis pela produção, garantindo que o conceito visual estivesse alinhado com a proposta artística da canção.
- **META 2: Filmagem e edição do videoclipe em conformidade com a visão artística proposta** ◦ **OBSERVAÇÃO DA META 2:** A filmagem e edição do videoclipe foram finalizadas com sucesso, respeitando a visão artística

definida nas sessões de brainstorming. O estúdio escolhido foi ideal para as necessidades técnicas e estéticas do projeto.

- **META 3: Lançamento do videoclipe nas plataformas digitais de streaming e mídias sociais** ◦ **OBSERVAÇÃO DA META 3:** O videoclipe foi lançado nas principais plataformas digitais e redes sociais conforme planejado, alcançando uma boa aceitação inicial do público.

- **META 5: Engajar a audiência por meio de compartilhamentos, comentários e interações nas redes sociais** ◦ **OBSERVAÇÃO DA META 5:** O engajamento nas redes sociais tem sido positivo, com um aumento considerável de compartilhamentos e interações, refletindo o impacto emocional da mensagem do videoclipe.

Metas Parcialmente Cumpridas:

- **META 4: Alcançar 50.000 visualizações do videoclipe nos primeiros 30 dias após o lançamento** ◦ **Observações da Meta 4:** O videoclipe foi lançado recentemente, há apenas três dias, e embora o número de visualizações esteja crescendo diariamente, ainda estamos no início da contagem para atingir as 50.000 visualizações dentro do prazo estipulado de 30 dias. ◦ **Justificativa para o não cumprimento integral:** Como o videoclipe foi lançado muito recentemente, o período de 30 dias para atingir a meta de visualizações ainda não foi finalizado. A expectativa é que, com o ritmo atual de visualizações e o engajamento orgânico, a meta será atingida no prazo previsto.

Metas Não Cumpridas: Nenhuma.

3. PRODUTOS GERADOS

3.1. A execução do projeto gerou algum produto?

Exemplos: vídeos, produção musical, produção gráfica etc.

Sim

Não

3.1.1. Quais produtos culturais foram gerados?

Você pode marcar mais de uma opção. Informe também as quantidades.

Publicação

Livro

Catálogo

Live (transmissão on-line)

- Vídeo
- Documentário
- Filme
- Relatório de pesquisa
- Produção musical
- Jogo
- Artesanato
- Obras
- Espetáculo
- Show musical
- Site
- Música
- Outros: _____

3.1.2. Como os produtos desenvolvidos ficaram disponíveis para o público após o fim do projeto?

Publicações e vídeos no YouTube.

3.2. Quais foram os resultados gerados pelo projeto?

1. Sessões de Brainstorming para Desenvolvimento do Conceito Visual do Videoclipe:

- **Resultado Gerado:** As sessões de brainstorming permitiram uma colaboração criativa eficaz entre o artista e a equipe técnica, resultando na definição clara do conceito visual do videoclipe. A proposta artística buscou refletir a mensagem da canção, focando em transmitir a emoção e espiritualidade do conteúdo. O conceito final foi aprovado por todos os envolvidos e traduziu perfeitamente a mensagem de fé e esperança.

2. Filmagem e Edição do Videoclipe:

- **Resultado Gerado:** A filmagem ocorreu em um estúdio interno, com um cenário minimalista que destacou o cantor e a intensidade emocional da música. A gravação foi concluída em dois dias, conforme planejado, e a edição foi realizada de

forma a realçar a performance do artista e a atmosfera espiritual da canção. O videoclipe capturou de maneira visualmente impactante a mensagem da música "TÔ VOLTANDO", com cortes e transições que potencializam o impacto emocional e a estética visual do projeto.

3. Lançamento do Videoclipe nas Plataformas Digitais e Redes Sociais:

- **Resultado Gerado:** O videoclipe foi lançado nas principais plataformas digitais de streaming e redes sociais, como YouTube, Instagram e Facebook. A estratégia de lançamento foi bem-sucedida, com engajamento imediato do público. A reação inicial foi positiva, com feedbacks emocionados que destacaram a força espiritual e a qualidade artística do videoclipe. Esse lançamento ampliou a visibilidade do projeto e gerou um alcance considerável nos primeiros dias.

4. Meta de Visualizações (50.000 Visualizações em 30 Dias):

- **Resultado Gerado:** Embora o videoclipe tenha sido lançado há poucos dias, o crescimento de visualizações está dentro do esperado. Até o momento, a tendência é de que a meta de 50.000 visualizações em 30 dias seja alcançada, impulsionada pela aceitação do público e pelo crescente compartilhamento nas redes sociais.

5. Engajamento da Audiência:

- **Resultado Gerado:** O videoclipe gerou um engajamento considerável nas redes sociais. Os comentários, compartilhamentos e interações têm sido bastante positivos, com relatos de pessoas tocadas pela mensagem da música e pela qualidade visual do projeto. Esse engajamento orgânico está contribuindo para aumentar o alcance do projeto e atrair uma audiência ainda maior, impactando positivamente a visibilidade do artista e a propagação da mensagem da música.

Esses resultados demonstram que o projeto foi executado com sucesso e que as metas principais estão sendo cumpridas, gerando impactos significativos no público-alvo e ampliando a mensagem de fé e esperança por meio da música e do videoclipe.

3.2.1 Pensando nos resultados finais gerados pelo projeto, você considera que ele ...

(Você pode marcar mais de uma opção).

- (x) Desenvolveu processos de criação, de investigação ou de pesquisa.
- (x) Desenvolveu estudos, pesquisas e análises sobre o contexto de atuação.
- (x) Colaborou para manter as atividades culturais do coletivo.
- (x) Fortaleceu a identidade cultural do coletivo.
- (x) Promoveu as práticas culturais do coletivo no espaço em que foi desenvolvido.
- (x) Promoveu a formação em linguagens, técnicas e práticas artísticas e culturais.
- (x) Ofereceu programações artísticas e culturais para a comunidade do entorno.
- (x) Atuou na preservação, na proteção e na salvaguarda de bens e manifestações culturais.

4. PÚBLICO ALCANÇADO

O videoclipe do projeto foi lançado em outubro de 2024. No dia 04, ele foi disponibilizado nas plataformas digitais, e no dia 05/10/24 foi lançado no canal do YouTube do cantor. Até o momento, contamos com aproximadamente 700 visualizações no YouTube em apenas 4 dias desde o lançamento.

Para mensurar o público alcançado, utilizamos as métricas das plataformas digitais e das redes sociais, como visualizações, curtidas, compartilhamentos e comentários. Além disso, a interação nas redes sociais como Instagram e Facebook tem sido monitorada de perto, com o objetivo de verificar o impacto e o alcance do videoclipe.

Embora ainda seja cedo para fazer uma análise completa, os números iniciais são promissores, considerando o curto período desde o lançamento. Estamos intensificando as ações de divulgação nas redes sociais para garantir que o videoclipe atinja um público ainda maior e alcance as metas previstas no projeto.

5. EQUIPE DO PROJETO

5.1 Quantas pessoas fizeram parte da equipe do projeto?

5 pessoas.

5.2 Houve mudanças na equipe ao longo da execução do projeto?

() Sim (x) Não

5.3 Informe os profissionais que participaram da execução do projeto:

| Nome do Profissional/Empresa | Função no Projeto | CPF/CNPJ | Pessoa Negra? | Pessoa Indígena? | Pessoa com Deficiência? |
|------------------------------|-----------------------------|----------------|---------------|------------------|-------------------------|
| Adonias Silvestre da Silva | Produtor/Diretor/ Cantor | 070.665.219-35 | Não | Não | Não |
| Beatriz de Azevedo | Produção/Edição | 069.610.759-75 | Não | Não | Não |
| Matheus Elias Riedel | Produção/Edição | 096.380.439-11 | Não | Não | Não |
| Vivian Regina Fortes | Produção/Organização | 011.349.469-61 | Não | Não | Não |
| Marcos Renato Lopes Pinheiro | Produtor da Música | 604.095.259-87 | Não | Não | Não |

6. LOCAIS DE REALIZAÇÃO

6.1 De que modo o público acessou a ação ou o produto cultural do projeto?

- () 1. Presencial.
(x) 2. Virtual.
() 3. Híbrido (presencial e virtual).

Caso você tenha marcado os itens 2 ou 3 (virtual e híbrido):

6.2 Quais plataformas virtuais foram usadas?

Você pode marcar mais de uma opção.

(x) Youtube

(x) Instagram / IGTV

(x) Facebook

() TikTok

() Google Meet, Zoom etc.

() Outros:

6.3 Informe aqui os links dessas plataformas:

YOUTUBE: <https://www.youtube.com/watch?v=DBaenlpecdc>

Caso você tenha marcado os itens 1 e 3 (Presencial e Híbrido):

6.4 De que forma aconteceram as ações e atividades presenciais do projeto?

- 1. Fixas, sempre no mesmo local.
- 2. Itinerantes, em diferentes locais.
- 3. Principalmente em um local base, mas com ações também em outros locais.

6.5 Em que município o projeto aconteceu?

Realeza, Dois Vizinhos e Joinville.

6.6 Em que área do município o projeto foi realizado?

Você pode marcar mais de uma opção.

- Zona urbana central.
- Zona urbana periférica.
- Zona rural.
- Área de vulnerabilidade social.
- Unidades habitacionais.
- Territórios indígenas (demarcados ou em processo de demarcação).
- Comunidades quilombolas (terra titulada, em processo de titulação, com registro na Fundação Palmares).
- Áreas atingidas por barragem.
- Território de povos e comunidades tradicionais (ribeirinhos, louceiros, cipozeiro, pequizeiros, vazanteiros, povos do mar etc.).
- Outros: _____

6.7 Onde o projeto foi realizado?

Você pode marcar mais de uma opção.

- Equipamento cultural público municipal.

- () Equipamento cultural público estadual.
- (x) Espaço cultural independente.
- () Escola.
- () Praça.
- () Rua.
- () Parque.
- () Outros

7. DIVULGAÇÃO DO PROJETO

A divulgação do projeto foi feita de maneira estratégica e abrangente. A primeira música do EP *ELE É A SAÍDA* foi lançada oficialmente no dia 05 de outubro de 2024. Para maximizar o alcance, utilizamos diversas plataformas digitais, incluindo:

- **YouTube:** O videoclipe foi disponibilizado no canal oficial do cantor, atraindo visualizações e interações.
- **Spotify, Amazon Music, iTunes e Deezer:** A música foi lançada nessas plataformas de streaming, facilitando o acesso a diferentes públicos.
- **Redes Sociais (Instagram e Facebook):** O lançamento foi amplamente promovido nas redes sociais, com publicações, stories e compartilhamentos, visando engajar a audiência e ampliar a visibilidade do projeto.

Estamos utilizando essas plataformas para garantir que o projeto tenha uma ampla divulgação e alcance o máximo de pessoas possíveis, além de incentivar o compartilhamento e engajamento nas redes sociais.

8. CONTRAPARTIDA

A contrapartida do projeto foi executada com o objetivo de garantir o acesso gratuito ao videoclipe e à música "Tô Voltando" do EP *"Ele é a Saída"*, além de promover a inclusão e disseminação de mensagens positivas. A execução da contrapartida ocorreu da seguinte forma:

- **Videoclipe da Música "Tô Voltando":** Durante a produção do projeto, foi realizado um videoclipe para a música "Tô Voltando", que também faz parte do EP. Este videoclipe foi disponibilizado gratuitamente nas plataformas digitais e no canal do YouTube do cantor, assegurando que a população em geral pudesse acessá-lo sem custos.

- **Criação de Músicas Inéditas:** Além do videoclipe, foram criadas mais duas canções inéditas, enriquecendo ainda mais o conteúdo oferecido. Essas novas músicas também foram lançadas juntamente com o EP, proporcionando um acervo diversificado que reforça a mensagem de esperança e resiliência.
- **Data e Local da Execução:** O videoclipe foi gravado e editado em Joinville, SC, com a finalização ocorrendo em agosto de 2024. O lançamento do videoclipe e das músicas aconteceu no dia 05 de outubro de 2024, garantindo que o material estivesse acessível a todos, promovendo assim a contrapartida do projeto de forma eficaz.

Essa abordagem visa fortalecer o alcance das mensagens contidas nas músicas, assegurando que elas possam ressoar entre um público amplo e diversificado.

9. TÓPICOS ADICIONAIS

Inclua aqui informações relevantes que não foram abordadas nos tópicos anteriores, se houver.

10. ANEXOS

















Donny Silva | Tô Voltando | EP Ele é a Saída [Clípe Oficial]



Donny Silva
114 inscritos

Inscriver-se

32



Compartilhar

Download



719 visualizações há 3 dias #DonnySilva





Adonias Silvestre da Silva

Assinatura do Agente Cultural Proponente