

linktr.ee

# Bem-vind@s.

## Por que uma parceria com esse projeto?

- Mais de 40 milhões de visualizações da marca.
- Engajamento social real, com contrapartidas eficientes e diretas.
- Artistas consagrados de vários estados do Brasil e mais três países.
- Divulgação da marca pós-evento por cinco anos.
- Isenção fiscal.

Nas páginas a seguir, algumas **palavras-chave** e logomarcas contém *links*.  
Esses abrem diretamente em seu navegador, trazendo detalhes e anexos.  
Certificamos que todos *links* foram testados por programadores e  
estão livres de vírus, *spywares* e *malwares*.



**Clique AQUI e baixe todos anexos.**

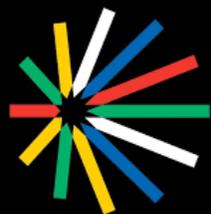
Ministério da Cultura, Casa de Sons *et alli*  
apresentam

# AmOResmeus

ATO 3

# FECUNDO@

Rio de Janeiro  
2024



Lei de  
Incentivo  
a Cultura  
Lei Rouanet

MINISTÉRIO DA  
CULTURA

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

**Amoresmeus é um projeto de pesquisa, criação, produção e registro musical.**

**Lançado em 2016 pela Casa de Sons, tem como autores o cantor (de formação lírica) André López e seu companheiro de vida, o produtor Alexandre S Machado, ambos com mais de 35 anos de envolvimento e realizações na música.**

**Nesses sete anos, o projeto lançou cinco discos (CD, EP's e singles) e um concerto ao vivo (voz e piano), com o maestro Wagner Tiso, em Porto Alegre/RS.**

O projeto possui características próprias que o definem e estabelecem sua coerência:

- \* A duração, ou data de término, é indeterminada, característica de um “music in progress”.
- \* Apresenta canções de estilos, ritmos e origens musicais diversas, que passam por tratamento erudito na construção e no conceito dos arranjos.
- \* O tema principal e recorrente é o amor.
- \* É dividido em Atos, o que permite o desdobramento do assunto e estabelece perspectivas diversas sobre a leitura do amor em cada Ato (etapa).

Artistas consagrados se juntaram aos autores, desde sua criação, apoiando a proposta e enriquecendo o trabalho. Entre eles, a pianista Dunia Elias, o baixista Dudu Lima, o guitarrista Victor Biglione, Lucas Kino com sua percuteria, Marco Bombom, Luciano Leães, Roberto Alemão *et alli*.

**Os criadores tem claro conhecimento da impossibilidade em conceituar, de maneira definitiva, esse sentimento: o amor, base de discursos filosóficos e inspiração de obras de arte em todas linguagens e tempos.**

## Concerto multimídia para voz e trio de cordas

O Brasil passou por anos de incertezas, mudanças sociais e políticas. Junto a isso, o mundo foi levado ao inevitável distanciamento físico e clausura, gerados pela pandemia.

**Esse concerto celebra um novo momento.**

**De mudanças. Internas e curativas.**

**De reconciliação afetiva, de recuperação do espaço de pensamento e fala.**

O diálogo em Fecundo é sobre a prosperidade, a multiplicidade do amor, a ancestralidade e a generosidade. Fala de nossos negros e índios, de nossas mulheres e homens, do cidadão brasileiro em suas particularidades, cidadania e liberdades. Da ancestralidade. Da importância dos pares e, principalmente, do respeito e necessidade de atenção aos díspares, aos “invisíveis no cotidiano”.

Fecundo tem formação musical para voz e trio de cordas, com artistas de amplo reconhecimento e longa *estrada* que, juntos, representam quatro estados brasileiros, contando com os convidados, essa representatividade aumenta muito, indo além fronteiras.

O espetáculo multimídia traz a cena as artes plásticas, videoarte, dança, teatro e literatura, para contar e cantar o amor abundante, generoso, grávido e urgente. Tem uma narrativa forte, séria, comovente e arrojada, de grande beleza cênica e virtuose sonora, com leveza e fluidez.

**O tom é de celebração.**

**O som é instigante.**

**No repertório, compositores de épocas e escolas diversas, como: Villa Lobos e Milton Nascimento, Mozart e David Bowie, folclore Irlandês e Nelson Cavaquinho, músicas autorais, Caetano e Taiguara, além de obras que convivem em harmonias impecáveis, pelos arranjos elegantes e precisos de Jaime Alem.**

**Música erudita contemporânea.**



**André López**

voz

**Daniel Guedes**

violino e viola

**Marcio Malard**

violoncelo

**Jaime Alem**

direção musical  
arranjos  
violão

**Convidados**

**Fátima Guedes**

voz

**Nair Cândia**

voz

**Victor Biglione**

cordas

**Thais Petzhold**

dança

**Naiara Harry**

atriz



**Coral Infantil Tribo Por Fi Ga**

Etnia Kaingang- São Leopoldo/RS  
(gravado)

**Clique AQUI**

**Direção de movimento**

**Carlota Albuquerque**

**Preparação vocal**

**Elisa Machado**

**Cenografia**

**Gustavo Nakle**

**Figurinos**

**Mareu Nitschke**

**Desenho de som**

**Clauber Scholles**

**Direção de vídeo**

**Mirza Reverbel**

**Fotografia**

**Renato Mangolin**

**Desenho de luz**

**Leandro Gass**

**Arte QR Code**

**Maria Tomaselli**

**Logomarca**

**Carlos Wladimirski**

**Edição de vídeo**

**Estúdio Alfa**

**Finalização de áudio**

**Estúdio Soma**

**Assessoria de imprensa**

**Clóvis Corrêa / Lizi Ricco**

**Gestão de mídias sociais**

**LZF Conteúdo e Design**

**Publicidade**

**Agenda Cultural Mkt**

**Formatação e prestação de contas**

**Camila Rodrigues**

**Produção executiva**

**Suzana Queiroz**

**Contabilidade**

**Mi Carl**

**Criação e coordenação geral de produção**

**Alexandre S. Machado**

**O Canto do Pajé**

Heitor Villa Lobos e Carlos Marinho de Paula Barros

**Canto de Morte**

André López e Gonçalves Dias

**Solar**

Milton Nascimento

**Sol**

André López

**A Queda D'água**

Caetano Veloso

**Água**

Djavan

**Jardim das Maravilhas**

André López

**Olho de Vidro**

Jaime Alem

**Extras:**

**Negro**, do folclore irlandês, versão de André López  
**Minha Nossa Senhora**, de Fátima Guedes

**Textos:**

Caio Fernando Abreu  
 Moacyr Scliar, Santa Tereza de Ávila

**Un'aura Amorosa**

Wolfgang Amadeus Mozart

**She Moved Through the Fair**

Folclore irlandês

**Loving The Alien**

David Bowie

**Flor da Paisagem**

Fausto Nilo

**Tema de Eva**

Taiguara Chalar da Silva

**Okulakã**

André López

**Água da Mina**

Déo Lopes

**Maravida**

Luiz Gonzaga Jr.

## Masterclass

### O Bel Canto Descomplicado por André López

Ministrada em teatro dentro de uma Universidade, terá amplo material ilustrativo e apresentação de árias acompanhadas ao piano.

Entrada franca, mediante inscrição online e com limite de 200 ouvintes. Será gravado em vídeo e disponibilizado na web. Certificado e material didático digital também gratuitos.

Realizada uma semana antes do concerto, essa ação terá também como objetivo, aproximar a imprensa e abrir espaço para o contato com a imprensa.

**Plano Pedagógico**

## Concerto

Realização de duas apresentações do concerto multimídia FECUNDO.

O evento terá parcerias com associações beneficiadas e órgãos de assistência social.

Os ingressos terão pontos de venda físico e digital.

A lotação da casa é de 1100 lugares, com total acessibilidade.

## Gravações - Áudio / Vídeo

Gravação ao vivo (nos dois dias) em áudio, pelo sistema multipista *dolby surround* e em vídeo, com 6 câmeras de qualidade 4 k.

A finalização/edição do material será realizada em Janeiro de 2025, em Porto Alegre.

Em março de 2025, será o lançamento do adesivo (distribuído gratuitamente e pelos Correios), contendo um QR Code.

A leitura do QR Code remete o leitor ao site Fecundo, possibilitando o download gratuito de algumas músicas e vídeos do concerto e dando visibilidade aos patrocinadores.

**Página de exemplo  
QR Code**

## Auditável

2.200 lugares/espectadores no teatro.  
200 ouvintes na masterclass.

## Estimado - mídia e publicidade

Peças publicitárias e divulgação editorial.  
**Total: 40.000.000 (mínimo)**

## Auditável (pós-evento)

Por impulsionamento em redes sociais: **1.200.000**  
Pelo material gráfico em mãos: **12.000**  
Visitas ao site do evento: **1.200**  
**Total: 1.213.200**

## Visitas via página QR Code

Relatórios semestrais por dois anos pela plataforma **Google**.  
Estimativa de, no mínimo, três acessos por adesivo.  
**Total: 120.000**

# CRONOGRAMA

## 2024

**30 dias** - pré-produção

**90 dias**- execução

**60 dias**- masterização, mixagem e edição de áudio e vídeo

## 2025

**Janeiro** - divulgação e distribuição dos adesivos QR Code

**Cronograma completo**

## Divulgação editorial

Assessoria de Imprensa em Porto Alegre/RS e Rio de Janeiro/RJ.

**Quatro” disparos” de releases, impressos e/ou digitais:**

**Primeiro:** distribuição de material tipo *press kit*, contendo: camiseta, convites, folder e chocolates de Gramado/RS.

**Segundo:** direcionado para a masterclass.

**Terceiro:** sobre a estreia do concerto.

**Quarto:** resultados, spoiler das próximas atividades e agradecimentos.

## Redes Sociais

**Postagens espontâneas nas redes relacionadas ao projeto, a partir de Novembro de 2023:**  
**@amoresmeus / @andrelopezsinger/ @casadesons** e páginas dos demais participantes.

**Postagens patrocinadas:**

### FACEBOOK

Seis *posts* (*teasers* e *flyers*)  
**Visualizações: de 54 mil a 216 mil**

### INSTAGRAM

Quatorze *posts* (apresentação do elenco, *flyers* e agradecimentos)  
**Visualizações: de 294 mil a 7.560.000**

### TIKTOK

Vinte e cinco *posts*  
**Visualizações: 650 mil**

<b>PRODUTO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>QUANTIDADE</b>
<b>Cartazes</b>	Divulgação da Masterclass. Uso interno. Papel couché 150 g, brilho. 420 x 297 mm - cor um lado.	200 un
<b>Flyers</b>	Distribuição na rua e em pontos de cultura. Papel couché 90 g, fosco. 210 x 148 mm - cor um lado.	18.000 un
<b>Banners Ambulantes</b>	Para confecção de placas vestíveis. Plotter adesivo em vinil 120 g, fosco. 84 x 60 mm - cor de um lado. Será aplicado em chapa de PVC.	20 un
<b>Banners</b>	Exposição no hall e entrada do teatro. Lona fosca, com bastão, cordão e tripé. 2000 x 1000 mm - cor de um lado.	2 un
<b>Programas</b>	Papel couché 150 g, brilho, uma dobra, total de 4 páginas. 297 x 210 mm - cor frente e verso.	2000 un
<b>Programas Braille</b>	Papel sulfite 120 g, uma dobra e 4 páginas, em Braille. 297 x 210 mm.	20 un
<b>Convites Especiais</b>	Para patrocinadores, autoridades e imprensa. Papel importado, xilogravura manual, peças numeradas. 100 x 100 mm, duas cores.	200 un
<b>Releases/Folder</b>	Para imprensa e lobby. Papel couché 300 g com laminação fosca, uma dobra, 4 páginas. 297 x 210 mm, cor frente e verso.	250 un
<b>Adesivos QR Code</b>	Distribuição pós-produção. Papel adesivo 190 g, laminado. 210 x 148 mm, cor na frente.	4000 un

Os produtos e mapeamento de mídia aqui listados, são administrados pela empresa **Agenda Cultural Marketing**, nossa parceira. Isso possibilita um desconto total de 80%, em média, por produto.

**Sem esse desconto, só a mídia chegaria ao dobro do valor integral do projeto.**

<b>PRODUTO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>QUANTIDADE</b>
<b>Banca Digital Zona Sul</b>	Display digital de 170 x 120 mm, animação de 10". Bairros: Centro, Copacabana e Ipanema.	440/dia (10"), por 21 dias. 22 pontos.
<b>Circuito MUB Digital (Zona Sul e Barra)</b>	Display digital de 170 x 120 mm, animação de 10". Distribuídos pela Orla (Zona Sul e Barra).	55.500/dia, por 30 dias. 25 pontos.
<b>Circuito MUB Digital Aeroporto</b>	Display digital de 170 x 120 mm, animação de 10". Espaços internos e externos do Aeroporto Santos Dumont.	56.300/dia, por 30 dias. 33 pontos,
<b>Mobiliário Urbano Metrô</b>	Painel estático 1200 x 1800 mm em lona.	4 pontos. Período de 28 dias.
<b>Banca Estática Rua</b>	Back-light de 3500 x 1940 mm. Estações Cinelândia, Carioca, Botafogo e Pres. Vargas	10 pontos. Período de 28 dias.
<b>Busdoor</b>	Adesivos no vidro traseiro de ônibus. 1400 x 800 mm	20 pontos. Período de 30 dias. Linhas escolhidas.
<b>Portal G1 Pop &amp; Art</b>	Banner promocional no Portal G1. <a href="https://g1.globo.com/pop-arte/">https://g1.globo.com/pop-arte/</a>	Período de 30 dias.
<b>Painel Gigante LED</b>	Maracanã e Barra	2 painéis Período de 30 dias.

Banca Digital  
Zona Sul



Circuito  
MUB Digital  
(Zona Sul e Barra)



Circuito  
MUB Digital  
Aeroporto



Mobiliário Urbano  
Metrô



Banca Estática  
Rua



Busdoor



## Outdoor Ambulante



Veículo de mídia muito antigo, promove contato direto com o público e gera empregabilidade. Atualmente utilizado para produtos populares, não se tem notícias desse instrumento servir para divulgação de produtos artísticos. Chamará atenção por sua peculiaridade.

Consiste em dez divulgadores que ficarão circulando por trajetos pré-definidos dentro da área central do Rio durante cinco dias, sete horas ao dia, portando cartazes (frente e verso) e distribuindo flyers.

Duração: 5 dias  
**Total de 300 h de exibição.**

Terá lançamento pós-finalização do “áudio” e “vídeo”. É um adesivo autocolante, em papel laminado, contendo uma obra da artista plástica austríaca Maria Tomaselli, feita exclusivamente para o evento.

Possui um QR Code, que direciona a leitura para um endereço no site Fecundo.

Essa página contém as logomarcas de patrocinadores, apoios e associados, além de botões para o usuário ouvir e assistir ao concerto. Algumas faixas de áudio e teasers de vídeo serão disponíveis para *download gratuito*.

Serão 4000 impressos, enviados pelos Correios aos pontos de cultura e espaços públicos de arte e cultura em todo Brasil.



**Adesivo QR Code**  
**Lançamento pós-produção**

## Sociais

### Formação inclusiva

Masterclass “O Bel Canto Descomplicado”, com material pedagógico, certificado e entrada franca, mediante inscrição prévia.

### Ingressos beneficentes

O valor total líquido (total arrecadado descontado as taxas do teatro), será doado à Associação Solidários Amigos de Betânia - ASAB, entidade especializada em população vulnerável. Inaugurada há quase 25 anos por Irmã Maria Elci Zerma (Prêmio Betinho de Atuação Social), atende e recupera centenas de vidas, cumprindo um papel indispensável para a sociedade do Rio de Janeiro.

[Conheça Betânia](#)

### Empregabilidade de pessoas em situação vulnerável

Serão contratados para trabalho temporário de divulgação e outros, pessoas em comprovada situação de vulnerabilidade, indicadas pela Pastoral de Rua da Arquidiocese do Rio de Janeiro.

### Distribuição de renda

Descentralização de renda: os artistas contratados advêm de cinco estados brasileiros e também da Argentina, Áustria e Uruguai.

### Acessibilidade total

O teatro já possui acesso para cadeirantes, estacionamento, cadeiras para obesos e piso antiderrapante. Acessibilidade para deficientes visuais e surdos estará disponível. Quatrocentos convites (gratuitos) serão distribuídos para instituições.

### Acesso aos produtos (áudio e vídeo)

Os produtos áudio (CD) e vídeo (DVD), terão parte disponibilizada para download gratuito, em página específica, conforme detalhamento adiante.

**Casa de Sons**  
production, management & relationship

**SQ** Suzana Queiroz  
Produções Artísticas

 Agenda Cultural

[www.casadesons.com](http://www.casadesons.com)

**Alexandre S Machado**

(51) 9934-71372

(51) 2160-5081

contato@casadesons.com

**Suzana Queiroz**

(21) 9948-12414

suzana.producao@gmail.com

