



Trilhe com Troller¹

Rafael Machado dos Santos²

Rômulo Villela Ponte³

Suélen Martins de Aguiar⁴

Valéria Rodrigues de Campos⁵

Walter Freoa⁶

Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

Resumo

Para atender as necessidades de nosso cliente virtual, Ford - Divisão Troller, analisamos o briefing do produto Troller T4 e propusemos uma campanha de posicionamento criando o conceito/slogan “Trilhe com Troller” que deu origem à todas as peças da campanha, incluindo o filme publicitário. O vídeo mostra a força e adrenalina que o carro proporciona ao condutor fazendo com que o mesmo sintá-se em pleno contato com a natureza e a aventura.

Palavras-chave: aventura; ford; trilha; troller; veículos

1. Introdução

Este trabalho foi realizado pela Polaris Comunicação em conjunto com a produtora Kiwi para o cliente automobilístico brasileiro Troller. A agência procurou fazer um planejamento realista e de efeito satisfatório com foco em posicionamento de mercado.

O produto é um carro voltado para o esporte ao ar livre, portanto, nosso filme publicitário foi filmado exclusivamente com tomadas externas.

Através de um trabalho de pesquisa pudemos entender o ambiente e obter informações diretas do target para tornar o Troller o carro mais falado do seu segmento.

Nossas referências foram a força, a resistência e a capacidade de superar obstáculos que o produto possui, estabelecendo uma conexão direta e gerando uma força de vontade de quem não sabe desistir.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade filme publicitário (avulso).

² Estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e TV, email: rafa.rtvine@gmail.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e TV, email: rimbaimba@hotmail.com

⁴ Aluno líder do grupo e estudante do 5º Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: mionesu@hotmail.com

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: vah.campos@hotmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: wfreaa@facasper.com.br



2. Objetivo

Nosso objetivo de comunicação era criar um conceito forte e que representasse a essência do produto por isso o comercial teve como objetivo transmitir ao espectador algumas emoções e sensações associadas ao Troller T4, tais como aventura/adrenalina e contato com a natureza. Com isso buscamos demonstrar que o Troller T4 é o veículo ideal para trilhas.

3. Justificativa

Com base nos objetivos, optamos por criar um comercial com ritmo dinâmico e envolvente que demonstrasse uma comparação entre o Troller T4 e um praticante de *parkour*, que se desloca com força e agilidade pelo mato. Através dessa associação buscamos gerar identificação de nosso *target* com o veículo em questão. A escolha de filmagens feitas completamente em áreas externas se justificam devido ao Troller T4 ser um veículo off-road tendo seu uso destinado à trilhas de *rally* em terrenos naturais e acidentados.

Por ser um esporte radical com apelo aventureiro demos preferência por uma trilha sonora que remete ao estilo Heavy Metal, conhecido por ser radical e irreverente, assim como o Troller T4.

4. Métodos e Técnicas

A decupagem e a edição de imagens transmite dinamismo porque alterna planos abertos e fechados com cortes rápidos e secos que são recursos usados para imprimir a citada sensação de aventura e emoção que buscamos.

A câmera na mão também contribui para ambientar o vídeo porque transmite a idéia de movimento e a sensação de adrenalina semelhante a uma perseguição.

Já no momento da montagem, em que aparece a comparação entre o atleta e o carro, demos preferência pela utilização de planos-detelhes tanto do veículo quanto do atleta. Com esse recurso procuramos destacar os atributos do veículo comparando-os com as partes do corpo e com as atitudes do atleta. Essa associação mostra que ambos, veículo e atleta, possuem as características necessárias para enfrentar uma trilha de *rally*. Para enfatizar essa ideia foram utilizadas frases que ressaltam os atributos e que surgem entre as cenas do atleta e do veículo.

Ao final do filme aparece a frase “Para cada obstáculo, a máquina certa” que resume todo o conceito do vídeo. É então que surge o plano *packshot* com o produto, o logotipo e a assinatura de campanha que pontua o comercial: “Trilhe com Troller”.

Outra técnica importante a se ressaltar é o uso do *Color Correction* que esteve presente no comercial, onde destacamos o amarelo do Troller e a roupa do praticante de *parkour*, deixando clara a analogia que foi criada entre eles. De uma forma geral, o *Color Correction* nos ajudou a harmonizar as cores e deixá-las mais quentes e fáceis de identificar sem perder a suavidade natural do cenário.

4. Descrição do Produto e do Processo

Nosso produto é o Troller T4, um veículo desenvolvido pela divisão Troller da Ford que tem como funcionalidade a utilização em trilhas de *rally*. Seus principais diferenciais são força e resistência. Este veículo possui target composto em maior parte por homens entre 30 e 50 anos de classe A e representa um estilo de vida baseado em aventura. Para nosso consumidor, possuir um Troller é um símbolo de ser um praticante de rally, uma vez que este não é um veículo indicado para o perímetro urbano.

Para chegarmos ao conceito da campanha realizamos uma pesquisa qualitativa na qual foram ouvidos 27 praticantes de *rally* que opinaram sobre o esporte e o produto. Além disso, foi realizada uma pesquisa exploratória que nos permitiu analisar o mercado e suas tendências. Com esses dados chegamos a dois pontos que foram decisivos para a criação do conceito:

- Praticantes de rally gostam de sentir o contato com a natureza;
- Troller T4 é o veículo mais indicado para trilhas uma vez que possui diferenciais fundamentais para o tipo de esporte.

Se o usuário do Troller T4 quer sentir-se integrado à natureza enquanto pratica trilhas e o veículo em questão permite que assim se faça, optamos por transmitir a mensagem de que o usuário iria sentir-se como o carro: forte, resistente, radical e em contato com o mundo natural.

Criado o conceito, demos início à produção das peças da campanha e, dentre elas, o filme publicitário “Trilhe com Troller” apresentado neste trabalho.



Para a produção deste comercial foi feita uma seleção de *casting* em que o objetivo principal foi encontrar um praticante experiente de *parkour* que tivesse um bom porte físico uma vez que o ator deveria ser uma metáfora visual do Troller T4.

Durante a escolha de locações a preferência foi por locais onde houvesse grande quantidade de elementos naturais para representar o conceito da campanha e do esporte, mas também era fundamental que o local proporcionasse boas condições de iluminação e acesso. Com uma organizada e bem desenvolvida pré-produção, foi possível gravar e editar o material rapidamente e com tranquilidade.

5. Considerações

Todo o comercial foi idealizado, desde a pré-produção, de maneira a ressaltar a linguagem esportiva e aventureira. Os cortes rápidos e intercalados entre ser humano e veículo mostram o homem como uma extensão da máquina, do motor forte que impulsiona o Troller sobre os mais diversos obstáculos.

Para que a noção de agilidade fosse apresentada com clareza e eficiência, durante o comercial, foi tomado o cuidado de produzir um extenso material bruto além dos planos que já haviam sido estipulados. Com essa vantagem e variedade de planos foi possível obter uma gama maior de opções na pós-produção o que permitiu uma decupagem e montagem mais rica, completa e capaz de cumprir os objetivos do trabalho.



6. Referências bibliográficas

DANCYNGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. 1. ed. Editora Campus, 2003.

LUPETTI, Marcélia. Administração em Publicidade: A verdadeira Alma do Negócio. 1. ed. Cengage Learning, 2003

PROFESSORES DO DEPARTAMENTO DE MERCADOLOGIA DA FGV-EAESP E CONVIDADOS. Gestão de Marketing. Editora Saraiva, 2004.

SANADA, Vera; SANADA, Yuri. Vídeo digital : a compra da câmera, edição das imagens e produção de vídeos digitais para DVD, TV e cinema digital. 1. ed. Axcel Books, 2004.

SANT'ANNA, Armando. Propaganda, Teoria, Técnica e Prática. 7. ed. Pioneira Thomson Learning, 1998.

SERRA, Floriano. Arte e a técnica do vídeo: do roteiro à edição. 1. ed. Summus Editorial, 1986.