



VT 30'' – MY MEDIA e ESPM

Laura Mallmann Bragião

Luana Pinho

Pedro Barbosa

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Porto Alegre, RS



RESUMO

Este trabalho apresenta como objetivo, expor os processos de: Elaboração, produção e direção do VT de mídia alternativa, ganhador do concurso MYMEDIA, realizado por eles, em parceria com a Escola Superior de Propaganda e Marketing de Porto Alegre - RS. Nele serão abordados, quesitos desde a proposta inicial até a análise do resultado final.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia alternativa; MY MEDIA; publicidade.



1. INTRODUÇÃO

Pela primeira vez na história da Instituição, foi realizado o concurso de criação de roteiro, realizado pela ESPM em parceria com a MY MEDIA. Através de divulgação e palestras foi possível conhecer um pouco mais sobre a empresa parceira, e sobre o que se buscava como proposta. A finalidade do concurso é de dar a oportunidade para alunos criativos de criar um roteiro, seguindo o briefing, onde os ganhadores têm a oportunidade de enriquecer seu portfólio além de dar visibilidade aos alunos e a própria Instituição. E, de com isso, divulgar a ESPM através dos aparelhos de MYMEDIA localizados em Porto Alegre.

Dentro deste contexto, foi produzido durante o final do ano de 2009, os 3 roteiros ganhadores, a fim de que pudesse ser escolhido apenas um, no final de toda a produção.



2. OBJETIVO

O conceito trazido pelo concurso, remete às pessoas a um pensamento sobre suas atitudes, e sobre a responsabilidade dela diante de todos esses eventos naturais que ocorrem constantemente. Portanto, o principal objetivo, é chamar atenção dos tele-espectadores a essas questões corriqueiras, como: a “preguiça” de procurar um lixo pra jogar um papel, ou fumar e jogar o cigarro no chão, para uma reflexão mais interior, confrontando sentimentos com atitudes.



3. JUSTIFICATIVA

Foram usados diversos meios para se chegar ao resultado final. Foi proposto outro tipo de frase final, foi uma longa pesquisa de escolha em relação à maneira mais real na qual os atores iriam voltar para trás, e em relação à localização



4.MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Uma vez que a proposta partia de um briefing bastante limitado, e com o conceito já definido pelo concurso “ Recycle suas atitudes”, o trabalho teve seu início caracterizado por um brainstorm de palavras soltas, que se adequassem ao conceito. Vale ressaltar que, por ser um roteiro de MYMEDIA, não haveria nenhum tipo de efeito ou trilha sonora. Foram necessários alguns “chutes na trave”, para o verdadeiro insight aparecer. Justamente por já termos um conceito, a idéia já não veio tão bruta como de costume, pois ela já estava de acordo com os requisitos de concurso, tendo apenas que discutir a respeito da frase final. Foi realizado um novo brain apenas para definição de frase final e cenas (eram três cenas). Definidos essas questões, o roteiro estava finalizado.

Com relação ao trabalho de produção e direção do VT, a responsabilidade foi transformar um texto em vídeo, mantendo o conceito e a idéia mas adaptando ao tempo e orçamentos adequados, a tarefa não foi fácil. Foi eleita apenas uma cena para ser mostrada de forma clara e várias vezes, assim a mensagem poderia ser melhor compreendida, por o MYMEDIA não ser uma “televisão” que, de fato as pessoas param para ver, seria necessário chamar atenção. No momento da produção buscou-se desde a melhor localização até a melhor forma de adaptar roteiro à produção. No dia da gravação do VT, cuidou-se para que as condições climáticas estariam de acordo, se haveriam figurantes suficientes, se o local teria a possibilidade de ser trancado até o término da gravação.

Visto essas considerações, a gravação seguiu com o diretor de cena adaptando e verificando a melhor maneira de tornar um roteiro, o ganhador.



5. DESCRIÇÃO DO PROCESSO

Como o próprio dono da MYMEDIA define, a maior barreira de visibilidade do MYMEDIA é a dispersão de seus tele-espectadores e a falta de áudio. Com base nesse argumento já é possível ter ciência do desafio que seguiria. Buscou-se realizar um trabalho em que se pudesse chamar atenção pela estranheza, causar curiosidade e até mesmo fazer o tele-espectador ficar parado esperando o desenrolar, para que seja entendida a publicidade-muda, e não há nada mais estranho do que andar para trás.

MYMEDYA É uma empresa de Mídia Indoor que por definição, é qualquer propaganda feita no interior de estabelecimentos quaisquer, porém mais facilmente visto em locais de espera forçada como: filas, recepções, elevadores, ônibus, restaurantes entre outros. A mídia indoor está inserida dentro do contexto de mídias alternativas, porém, pode-se dizer que o conceito de mídia indoor se estende a um termo chamado “ativação indoor”, onde entra toda a ação que coloca a marca em contato direto com o consumidor.

A MYMEDIA abrange pontos em Porto Alegre e região metropolitana com perfis e quantidade de públicos diferenciados. A prioridade da empresa é pela contemporaneidade e agilidade, alinhando anunciantes à ponto (localização).

A prioridade do projeto criado foi, a de seguir as exigências do briefing, de modo a criar um roteiro bem específico, conceitual e responsável socialmente ao mesmo tempo em que chama a atenção pela estranheza, de pessoas retrocedendo os passos na medida em que tomavam alguma atitude não responsável.

A primeira versão do roteiro, contava com 3 cenas de irresponsabilidade social, e uma frase final mais ampla, de modo a não indicar um sentimento naquelas ações para que cada tele-espectador pudesse o traduzir para sua vida. Após algumas modificações, foi definido que seria apenas uma cena para acertar a duração correta e a frase foi modificada, traduzindo o VT para o sentimento escolhido: egoísmo.

Posição de câmera travel lateral (tipo Pan, mas com eixo móvel) filmando o movimento na Rua da Praia de Porto Alegre. Ângulo alto. Plano geral.

Câmera fecha lentamente em travel in (deixando em plano Americano) e ângulo normal em direção a um homem caminhando.

Ele recebe um folheto (plano detalhe na mão dele recebendo).



Homem (ainda caminhando) amassa folheto com a mão esquerda (a mesma que recebeu) também em plano detalhe.

Abre para plano de conjunto e mostra que por onde ele está passando, há uma lixeira. Porém, ele joga o lixo no chão.

Plano close no rosto do homem que antes andava para frente e passa a andar para trás.

Travel out na câmera, primeiro mostrando só o homem andando para trás, mas abrindo mais um pouco (grande plano geral) pode ver que há várias pessoas fazendo o mesmo e outras andando normalmente.

Câmera fecha lentamente em travel in (deixando em plano Americano) e ângulo normal em direção a uma mulher caminhando que em seguida vai acender um cigarro.

Plano detalhe na bolsa e na mão dela pegando o isqueiro e o cigarro.

Mulher, ainda caminhando, se prepara para colocar o cigarro na boca.

Mulher traga cigarro em plano close. Continua em plano close e a mulher já andando para trás. Travel out na câmera, primeiro mostrando só a mulher andando pra trás, mas abrindo mais um pouco (grande plano geral) pode ver que tem várias pessoas fazendo o mesmo. E outras andando normalmente.

Câmera fecha lentamente em travel in (deixando em plano Americano) e ângulo normal em direção a uma idosa na frente da faixa de segurança, esperando para atravessar.

Plano detalhe no sinal fechando.

Plano detalhe no pé da idosa descendo o cordão da calçada e pisando na faixa de segurança. Ela começa a caminhar em plano de conjunto (mostrando o carro que vem na direção dela). Carro sem diminuir a velocidade passa correndo pela idosa. Plano close nos olhos de estranhamento dela. Continua em plano close e o carro já andando pra trás.

Travel out na câmera, primeiro mostrando só a velha parada assustada no meio da rua e olhando o carro voltando por ela e andando pra trás. Fecha a imagem e aos poucos e aparece um fundo preto com a frase que vem surgindo: “O egoísmo faz as pessoas andarem para trás”. Em fundo preto total: “Evolua agora, pense no melhor, pense a frente.”.

Assinatura: “Recicle suas atitudes.” ESPM e MyMedia



6. CONSIDERAÇÕES

Gostaríamos de agradecer primeiramente ao diretor do curso Alessandro Souza de Souza, pela oportunidade e preocupações com o futuro dos alunos. À empresa MY MEDIA, pela confiança que depositou nos alunos da ESPM. Ao NÚCLEO – ESPM (produtora de áudio e vídeo) pelo excelente trabalho de produção, edição e finalização. Aos atores e figurantes. À todos que, de alguma forma fizeram parte do processo para construção do VT, Aos jurados pela escolha, e a todos que torceram por nós.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

FIGUEREDO, Celso. **Redação Publicitária. Sedução pela Palavra.** São Paulo, Pioneira, Thomson Learning, 2005.