



VT 30” – INSANIDADE ¹

Lucas Koehler ²
Karine Zimmer Battisti ³
Marcela Lisboa ⁴
Marcus Scalco Bagorro ⁵
Mateus Gustavo Danzer Paz ⁶
Natália da Rosa Frota ⁷
Rodrigo Castinhos ⁸
Luiz Henrique Schilling Ferraz ⁹

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Porto Alegre, RS

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo relatar o processo de produção, gravação e edição do filme publicitário elaborado para o cliente Greenpeace no ano de 2009. O vídeo mostra um ser humano perturbado, relatando descobertas e inovações que influenciaram para o acontecimento de catástrofes no planeta. Esse vídeo faz parte da avaliação prática proposta na disciplina de RTVC I do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Escola Superior de Propaganda e Marketing de Porto Alegre, sob orientação do professor Luiz Henrique Schilling Ferraz.

PALAVRAS-CHAVE: *Greenpeace*, planeta, destruições, insanidade, VT.

INTRODUÇÃO

As disciplinas de RTVC I e II, geralmente cursadas no 6º e 7º semestres no período da noite, constam no currículo acadêmico do curso de Publicidade e Propaganda da ESPM/RS. O objetivo das disciplinas é introduzir os alunos aos elementos que constituem a produção de peças publicitárias para mídias audiovisuais, como rádio, cinema e televisão.

¹ Trabalho submetido ao XVII Expocom, na categoria Publicidade e Propaganda, modalidade **xxxxxxx**.

² Estudante do 7º semestre do Curso Publicidade e Propaganda da ESPM, email: eternaljoker@gmail.com

³ Estudante do 7º semestre do Curso Publicidade e Propaganda da ESPM, email: karine.battisti@hotmail.com

⁴ Estudante do 7º semestre do Curso Publicidade e Propaganda da ESPM, email: marcelalis2@hotmail.com

⁵ Estudante do 7º semestre do Curso Publicidade e Propaganda da ESPM, email: marcus@pilhou.com.br

⁶ Estudante do 7º semestre do Curso Publicidade e Propaganda da ESPM, email: mateus-paz@uol.com.br

⁷ Estudante do 7º semestre do Curso Publicidade e Propaganda da ESPM, email: nathi.frota@hotmail.com

⁸ Estudante do 7º semestre do Curso Publicidade e Propaganda da ESPM, email: rodrigocastinhos89@hotmail.com

⁹ Orientador do trabalho. Professora do Curso Publicidade e Propaganda da ESPM, email: kferraz@espm.br



Entre as propostas de avaliação da cadeira de RTVC I está a criação de um filme publicitário. Ou seja, os alunos organizam-se em grupos e criam um VT de 30” para um cliente real, sendo o processo de produção e o resultado final utilizados como critério de avaliação prática da disciplina.

Nesse contexto, foi produzido, durante o segundo semestre de 2009, um VT fantasma de 30” para o cliente *Greenpeace* com o objetivo de alertar e chamar a atenção para consequências da interação entre homem e planeta.

OBJETIVO

A proposta principal desse trabalho foi aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos em aula. Vivenciar a realidade de uma produtora, trabalhando com dinamismo e planejamento a fim de compreender todo o processo de produção de um VT, desde a interpretação do *briefing*, roteiro, pesquisa de referências até a finalização. Além disso, valorizar questões como trabalho em equipe e coletividade

Como objetivo secundário encontra-se a temática do trabalho. Optou-se por fazer um vídeo conceitual que divulgasse a causa *Greenpeace* através de uma mensagem de conscientização, de reflexão.

JUSTIFICATIVA

O grupo Pinel compôs o roteiro buscando tratar de um assunto inúmeras vezes trabalhado pelos meios de comunicação, no entanto, de uma forma inusitada e que chegasse a ser agressivo e perturbador, uma mensagem para reflexão.

A idéia proposta pelos alunos com esse vídeo foi mostrar que invenções geniais podem tanto resultar em grandes feitos na sociedade como podem trazer consequências graves, a longo prazo, como catástrofes: mostrando que o homem tem o poder de empregar suas invenções para a melhora do planeta, mas que, ao mesmo tempo, o efeito pode ser o inverso. O VT é uma mensagem do *Greenpeace* para que as pessoas revejam as suas idéias, para que mudem as suas atitudes, pois ainda podemos e devemos fazer algo pelo planeta.



MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

As filmagens foram realizadas no estúdio da ESPM/RS durante a aula de RTVC I. Para o cenário foi utilizado o fundo branco do estúdio, a fim de transmitir a sensação de infinito. Tal cenário foi composto com diversas televisões, nas quais o ator se posicionaria, sentado sobre alguma delas. Sobre as telas dos aparelhos de televisão foram coladas cartolinas verdes para que posteriormente fossem aplicadas imagens – que simbolizassem o caos – em *chroma-key*.

Foram realizadas diversas tomadas com grande diversidade de movimentos de câmera e ângulos de filmagem. Para a obtenção do resultado, e para haver opção de diversos ângulos, foi utilizada a câmera em mão livre, no tripé, com movimento lateral e horizontal além de *traveling in*, *traveling out*, *zoom in* e *zoom out*.

A concepção do som envolvia a sobreposição de vários *takes* da fala do ator. Não era tão importante a compreensão total do texto, mas sim a compreensão de algumas palavras e da sensação de caos. Esse efeito, juntamente com a trilha, efeitos sonoros e utilização de diversos canais de áudio viabilizaram a sensação desejada.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Detalhamos a seguir as três fases de produção de um vídeo segundo Bonásio (2002): pré-produção, produção e pós-produção.

PRÉ-PRODUÇÃO

Na pré-produção, explicamos o passo-a-passo para chegarmos até a decisão de produzir um vídeo para o cliente. Uma vez que a proposta partia de um *briefing* aberto e o que o cliente era de livre escolha, o trabalho teve início com uma pesquisa sobre qual cliente e qual problema de comunicação poderia ser mais bem solucionado com os ensinamentos de áudio e vídeo.

A ideia do grupo se encaixou nos padrões de campanha da ONG *Greenpeace*, que utiliza cenas fortes e frases impactantes para chamar a atenção das pessoas para suas mensagens. O grupo assistiu muitos filmes publicitários da ONG para certificar-se de que as idéias brutas do VT realmente estavam de acordo com os seus anúncios anteriores.

Com os dados coletados e as informações necessárias reunidas partimos para o planejamento do filme publicitário. Nessa etapa, identificamos quem seria nosso público-alvo e como seria o roteiro deste vídeo. O ponto principal era demonstrar quão insana a humanidade tem sido ao não pensar nas consequências do mau uso e aproveitamento de suas invenções.



A principal referência de vídeo foi o clipe “Velhas Cartas“ da banda Tequila Baby, onde o vocalista canta amarrado em uma camisa de força, criando uma sensação angustiante e assustadora. Para as imagens que passariam nos televisores, foram pesquisadas cenas reais de catástrofes provocadas, de forma direta ou indireta, pelo ser humano.

Para tanto, também seria necessário caracterizar o ator. Optou-se por um jovem que tivesse personalidade forte para combinar com o filme. A fim de caracterizá-lo, foi aplicada forte maquiagem para deixá-lo pálido e com olheiras.

A busca por material de áudio girou em torno dos propósitos do filme, trazendo sons e músicas que envolvessem o receptor da mensagem, criando um clima tenso, pouco agradável e assustador. Foram pesquisadas trilhas sonoras de filmes do gênero de suspense e terror que poderiam se encaixar nos objetivos do projeto. Os sons de vozes e sussurros foram obtidos a partir do website *freesound.org*.

PRODUÇÃO

A filmagem ocorreu na última semana de novembro 2009 em horário de aula, nos estúdio da ESPM/RS. Estavam presentes todos os alunos do grupo, com acompanhamento do professor da disciplina e da equipe técnica do estúdio. Para o melhor andamento do processo, foram atribuídos cargos e funções específicas para cada integrante, conforme relacionado abaixo:

Diretor: Marcus Bagorro

Assistente de direção: Mateus Paz

Produtora executiva: Natália Frota

Diretor de fotografia: Rodrigo Castilhos

Diretora de arte: Marcela Lisboa

Diretora de figurino: Karine Battisti

Diretor de áudio: Lucas Koehler

Roteiro:

O vídeo mostra um homem, de aparência perturbada, pálido e com fortes olheiras, proclamando invenções, fórmulas e soluções que poderiam fazer o mundo se desenvolver, solucionariam muitos problemas pelos quais a humanidade passou. Em um momento de surto, a imagem se abre e vemos o ator em uma camisa de força, sentado sobre diversas televisões que compõe o restante do cenário. Nestas televisões vemos imagens de destruição, catástrofes causadas pelo homem, sem dar valor às suas conseqüências.



PÓS-PRODUÇÃO

As imagens foram editadas pela equipe de edição do Núcleo de áudio e vídeo da ESPM, juntamente com os integrantes do grupo. Nesse momento, foram adicionados efeitos de *lettering* e *chroma-key*, com imagens de desastres ecológicos e sociais provocados pela falta de consideração da humanidade, como desmatamentos, explosões de bombas atômicas e guerras. Logo após, ocorreu a edição do áudio, onde foram adicionados a trilha sonora e os efeitos sonoros escolhidos na pré-produção.

Para edição de vídeo, foi utilizado o *FinalCut*, que viabilizou a aplicação de imagens no *chroma-key* das televisões, além de sobreposição de imagens e toda a concepção de montagem do vídeo.

Para a edição do áudio, foi utilizado o software *ProTools*. Através desse, programa foi possível realizar sobreposições de sons, aplicação de filtros e utilização de mais de um canal, o que ajudaria a envolver o telespectador.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho proposto pela disciplina de RTVC I foi uma oportunidade de experimentação na área de produção de vídeo, cujo caráter prático nos permitiu conhecer mais de perto todas as fases da produção de um filme publicitário. Como a disciplina ultrapassa os conhecimentos teóricos, na prática nos pudemos vivenciar e enfrentar situações com as quais diariamente uma produtora se depara: o dia a dia e a necessidade tão destacável do trabalho em equipe. É muito instigante vermos o resultado final de um trabalho intenso como o de produzir um VT.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BONASIO, Valter. **Televisão**: manual de produção e direção. Belo Horizonte: Leitura, 2002.