



## Chuva e vento – VT 60' Nike<sup>1</sup>

Uryel MARQUES<sup>2</sup>

Bruno FENNER<sup>3</sup>

Artur ROSSETTO<sup>4</sup>

Kiprian REINHARDT<sup>5</sup>

Fernanda SCHERER<sup>6</sup>

Mariana REIS<sup>7</sup>

Luciano MATTANA<sup>8</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### RESUMO

O presente *paper* traz informações referentes a peça “Chuva e vento – VT 60’ Nike”, realizado na disciplina de Produção Audiovisual, do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Santa Maria. O Vídeo consiste em uma narrativa dos momentos que antecedem o último arremesso de um jogo de baseball em final de temporada. Por meio da narração e das imagens, é apresentada ao expectador toda a pressão enfrentada por ele no lance.

**PALAVRAS-CHAVE:** Nike; VT; Baseball; Concentração; Superação.

### INTRODUÇÃO

Este trabalho foi realizado nas disciplinas de Redação Publicitária para Audiovisual e Produção Audiovisual, cursadas no 4º e 5º semestres e ministradas pelo professor Luciano Matanna, na Universidade Federal de Santa Maria.

O exercício proposto em Redação Publicitária era o de criação de um roteiro de filme publicitário para um cliente real, roteiros estes que foram utilizados na disciplina de Produção Audiovisual, onde os alunos dividiram-se em grupos e produziram dois roteiros de sua escolha, sendo o processo de produção e o resultado, utilizados como critérios de avaliação prática da disciplina.

A peça foi produzida dentro das dependências da UFSM, utilizando os equipamentos do setor de produção da universidade, o Estúdio 21.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Filme publicitário (avulso)

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: uryel-mm@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: fefenner@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: artur.rossetto@hotmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: kiprian@hotmail.com

<sup>6</sup> Estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: fer\_scherer@hotmail.com

<sup>7</sup> Estudante do 7º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: mariii\_reis@hotmail.com

<sup>8</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: luciano.mattana@hotmail.com



## **OBJETIVOS**

O objetivo do vídeo é o de reforçar o conceito "Just Do It" da Nike, através da história de um rebatedor de Baseball nos momentos que antecedem o último lance do campeonato, onde o destino de seu time está em suas mãos. A idéia proposta por esse vídeo é a de apresentar os "segredos" de um bom esportista, que são a concentração e a determinação. O VT é uma mensagem da Nike para o público, mostrando que o foco é o que faz um jogador destacar-se e ser bem sucedido mesmo nas situações mais tensas, relacionando o vídeo à atitude "Just Do It".

## **JUSTIFICATIVA**

O trabalho atende as exigências da disciplina de Produção Audiovisual, sendo elaborado em horário de aula, com equipamentos disponibilizados pelo curso. A Nike foi o cliente escolhido por percebermos que o Conceito "Just Do It" é amplo, podendo ser abordado de diversas formas. Barreto (1982) afirma que a base da publicidade audiovisual é criar uma tensão dramática e aliviá-la com o produto do anunciante.

Para efeito prático (e muito mais simplório, quando nos lembramos de Sófocles) de compreender o drama de que se nutre a criatividade em TV, eu me fixaria no fato de que ele é fundamentalmente tensão. Tensão – e alívio de tensão, lembrando a forma clássica da catarse, efeito emocional da tragédia, Ou tensão – e alívio de tensão, na forma de humor, alma da comédia (BARRETO, 1982, p.240)

Diferentemente da maior parte dos anúncios da linha "Just Do It", que apelavam para o humor cínico, a proposta foi a de criar um vídeo emotivo, com momentos de tensão e superação próprios do esporte, para o público ligar a superação/foco do personagem com a marca Nike.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS**

A parte de produção do projeto audiovisual durou cerca de 6 semanas. O grupo, constituído por seis integrantes, dividiu-se em seis funções, conforme relacionado abaixo:

Direção geral: Kiprian Reinhardt e Uryel Marques

Direção de produção: Fernanda Scherer

Direção de áudio: Uryel Marques



Cinegrafia: Artur Rossetto e Bruno Fenner

Edição e Montagem: Bruno Fenner e Uryel Marques

Continuidade: Mariana Reis

A produção se deu através da utilização de objetos pessoais para o figurino, e equipamentos do estúdio. Os Equipamentos utilizados foram: Grua, Steadicam, 2 câmeras Nikon D5000, Lentes 50mm e 2 rebatedores de luz.

Casting:

#### MODELO 1

Homem de 20-23 anos: cor branca, cabelo castanho-escuro, barba rala, 1,75 de altura.

Figurino: Calças jeans, camisa e bastão de baseball e tênis nike.

#### MODELO 2

Homem de 20-23 anos: cor branca, cabelo preto,

Figurino: Calças listradas, camisa e luvas de baseball e tênis nike .

Como não havia chuva real, a equipe precisava molhar os atores com garrafas d'água ao final de cada take.

A fotografia foi planejada para ambientação de um clima de suspense. Na maior parte do vídeo foram priorizados enquadramentos fechados, para mostrar a expressão tensa dos personagens. A trilha sonora escolhida acompanha o ritmo das imagens do VT, composta por aumentos progressivos de tensão conforme chega o momento de rebater a bola. Ainda para construir o clima, escolhemos um narrador com a voz rouca, viabilizando, juntamente com a trilha, a sensação desejada.

### **DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A primeira etapa realizada foi a elaboração de um roteiro de filme publicitário com a temática livre, a única exigência era que fosse produzido para um cliente real.

Finalizado o roteiro, foi selecionado, entre os membros do grupo, um roteiro para gravação. Segundo Bonásio (2002), existem três fases na produção de um vídeo: Pré-produção, produção e pós-produção.



Na fase de pré-produção, foram definidos os materiais necessários para a produção do VT, bem como figurino, objetos de cena e foi escolhido o ambiente de gravação. Foram escalados os atores, reservados os equipamentos necessários no estúdio e definido o meio de deslocamento dos equipamentos, equipe e atores para o local da gravação.

Feita esta etapa, partimos para a fase da produção, onde captamos as imagens necessárias. As cenas foram inteiramente gravadas no estúdio do Campus da UFSM, com uma equipe de 12 pessoas, entre membros do grupo, professor e estagiários do Estúdio 21.

Na pós-produção, as imagens foram montadas no programa Adobe Premiere.

Foram adicionados os efeitos sonoros, bem como barulho de chuva, vento e da bola sendo rebatida. A trilha sonora foi editada no Adobe Soundbooth para adequar-se as imagens, que após montadas, foram editadas no Adobe After Effects, onde foi adicionada a chuva, e foram feitas algumas mudanças na iluminação, contraste e enquadramento.

Roteiro:

“Chuva e vento”

STORY LINE

Um rebatedor encara os momentos de tensão da última jogada de um campeonato de Baseball.

ARGUMENTO

Em uma atmosfera de suspense, o VT “Chuva e vento” narra os momentos que antecedem o último arremesso de um jogo de baseball em final de temporada. O vídeo é focado no rebatedor, cuja missão é clara: acertar a última rebatida e levar seu time a vitória. Por meio da narração e das imagens, é apresentada ao expectador toda a pressão enfrentada por ele no lance. Esse conflito é o elemento de maior importância do VT, pois é ele que irá conduzir o



expectador até o momento de maior tensão, onde a bola é lançada ao rebatedor. A trilha utilizada é "DEATH IS THE ROAD TO AWE - MANSELL, Clint.

## ROTEIRO TÉCNICO

### EXTERIOR - ESTÁDIO - DIA CHUVOSO

1. PA. Câmera filmando o céu e descendo lentamente até filmar o perfil do rebatedor em PM.

Locução: Chuva e vento. Não eram as melhores condições para um final de temporada.

Corta para:

2. PM. Câmera começa filmando o perfil do arremessador lançando a bola para cima, gira 90° em torno dele até filmá-lo de costas, em PA., mostrando o rebatedor em segundo plano.

Locução: Apesar do receio e da exaustão, ele estava focado, e nada mais estava lá, apenas ele e a bola.

3. PA. Mão do arremessador jogando a bola para cima, foco na bola. Rebatedor, já preparado para rebater, aparece ao fundo, desfocado.

Locução: Ela estava à 10 metros e um bastão de sua liberdade. E ele lá, para impedi-la.

Corta para:

4. PD. Pé do rebatedor, spin de 90° até filmá-lo de frente em PA., ajeitando o boné.

Locução: O carrasco da pelota de couro sabia que não haveria uma segunda chance.

Corta para:

5. PD. Testa do rebatedor. Indicando tensão.

Locução: Como se não bastasse a pressão (...)

Corta para:



6. PD. Boca do rebatedor mastigando chiclete.  
Locução: o chiclete já amargo (...)  
Corta para:
7. PD. nas mãos do rebatedor, apertando o bastão.  
Locução: a chuva e o frio na barriga (...)  
Corta para:
8. PD. Plongê nas mãos do arremessador brincando com a bola.  
Locução: ele não havia dormido na noite passada (...)  
Corta para:
9. PM. Câmera mostra rebatedor olhando para o arremessador. Câmera se afasta, deixando o rebatedor em PA.  
Locução: sua alma pulsava uma inquietude perturbadora.  
Corta para:
10. PD. Câmera começa filmando o ombro do rebatedor e sobe até que ele apareça por inteiro, girando o bastão.  
Locução: Três instruções e 200 miligramas de cafeína o mantinham concentrado.  
Corta para:
11. PD. Rosto do rebatedor.  
Locução: Não mais piscava.  
Corta para:
12. PD. Rebatedor movimentando o pescoço.  
Locução: Sua respiração era insuficiente.  
Corta para:
13. PA. Plongê fimando o arremessador, de frente, arremessando a bola.  
Corta para:
14. PA. Filmando o arremessador de perfil, arremessando a bola.  
Locução: Tão rápida quanto as gotas que caíam no gramado, sua provação vinha ao seu encontro.



Corta para:

15. PM. Câmera indo em direção ao rebatedor até focar seu rosto em PD.

Corta para:

16. Fade to black.

Locução: Chuva e vento. Ele sabia o que tinha de fazer.. ele estava lá para isso.

Efeito sonoro da bola sendo rebatida.

17. Lettering. "Nike, just do it".

## **CONSIDERAÇÕES**

O vídeo apresentado neste *paper* é o resultado de dois trabalhos de duas disciplinas, que consistiam na elaboração de um roteiro e posteriormente a produção deste, fixando os conteúdos teóricos apresentados em sala de aula.

O trabalho proposto pela disciplina de Produção audiovisual foi uma ótima oportunidade de “dar vida” ao roteiro produzido na disciplina anterior, além de experienciar as fases de produção de um filme publicitário, conseguimos ver o resultado de um trabalho de dois semestres em sua forma final.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BARRETO, Roberto Menina. Criatividade em Propaganda. 3. Ed. São Paulo: Summus, 1982.

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