

Eu-motion¹

Juliana ARROCHELLA²
Rosana Nantes PAVARINO³
Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF

RESUMO

Como tarefa da disciplina de Técnicas de Produção e Redação para TV e Cinema, foi realizado um auto-retrato profissional intitulado “Eu-motion”. O vídeo de 30 segundos utilizou a técnica de *stop motion* para dar a ilusão de que as partes independentes de um equipamento fotográfico se reúnem e se transformam em um único instrumento: a câmera fotográfica. Além de colocar em prática os conhecimentos adquiridos nas disciplinas concluídas anteriormente, como Técnicas de Redação e Produção para Publicidade Impressa e Fundamentos da Linguagem Audiovisual, este projeto teve como objetivo a divulgação de um trabalho pessoal com a fotografia, no sentido de demonstrar a importância do equipamento utilizado.

PALAVRAS-CHAVE: produção; comercial; stop-motion; fotografia; publicidade.

1 INTRODUÇÃO

Para o profissional de Publicidade e Propaganda tão importante quanto a criação de bons textos publicitários é o aprendizado de recursos para a produção de qualquer peça publicitária. Este é um dos objetivos da disciplina Técnicas de Redação e Produção para TV e Cinema. Neste paper relatamos como foi o primeiro trabalho da disciplina que trouxe consigo o desafio de colocar em prática o aprendizado adquirido em semestres passados no que diz respeito a elaboração de briefings, criação e finalização de roteiros e, introduzindo, a produção, filmagem e finalização de um comercial sobre algo pessoal.

A proposta para o comercial foi demonstrar o processo de montagem do equipamento utilizado em um trabalho fotográfico e que, na maioria das vezes, passa despercebido por algumas pessoas. Ser fotógrafo não só demanda uma técnica qualificada, mas também uma paixão por essa área, pois além de uma técnica, com o equipamento, o fotógrafo também opera, a todo o momento, com códigos culturais, com interpretações que são obtidas pela sua experiência. Consequentemente, tudo isso faz com que seja produzida não só uma imagem impessoal e objetiva, mas também uma interpretação do mundo do qual ele faz parte. Portanto o fotógrafo seleciona as múltiplas realidades do cotidiano e as adequa de acordo com suas construções mentais e princípios, utilizando recursos técnicos proporcionados pelos seus equipamentos. Segundo Arlindo Machado (1984), o fotógrafo opera com uma câmera cujas lentes personificam o seu olhar: “[...] nada é mais subjetivo do

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria de Publicidade e Propaganda, modalidade PP 12 – Publicidade em mídia Digital.

² Aluna líder e estudante do 6º Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Brasília, email: juarrochella@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Católica de Brasília, email: rosana.pavarino@gmail.com.

que as objetivas fotográficas, porque o seu papel é personificar o olho do sujeito da representação”.

A outra proposta do vídeo é de cunho publicitário, ou seja, ele também utilizado como ferramenta de divulgação dos serviços fotográficos da empresa “Juliana Arrochella Fotografias”.

A técnica de Stop Motion traz consigo uma visão lúdica, onde a imaginação do expectador não se limita somente ao vídeo, mas também faz referência a própria fotografia, já que se assemelha a uma colagem de várias fotos.

Com relação à produção, houveram desafios no que diz respeito à familiarização com o equipamento, com o processo de filmagem e as possibilidades que o momento apresenta, além de ser o primeiro contato direto com roteirização, produção, filmagem, edição e finalização juntamente organizados.

2 OBJETIVO

Elaborar um pequeno comercial de duração máxima de 30 segundos sobre um aspecto profissional foi a proposta acadêmica feita na disciplina de Técnicas de Redação e Produção para TV e Cinema e nosso objetivo geral.

Como objetivo específico, a proposta seria demonstrar que na fotografia não há apenas uma reprodução de uma visão direta e objetiva, e sim um resultado da junção entre a operação técnica e objetiva com a ação pessoal e subjetiva do olhar do fotógrafo.

3 JUSTIFICATIVA

A partir da proposta de trabalho na disciplina de Técnicas de Produção e Redação para TV e Cinema, na qual deveria ser realizado um vídeo no estilo auto-retrato profissional com duração de, no máximo, 30 segundos, foi escolhido como tema a fotografia.

Além de cumprir o pré-requisito da disciplina, elaborando uma atividade introdutória que buscasse a familiarização com o processo de produção publicitária e pensando, futuramente, no portfólio individual. Ao mesmo tempo, a elaboração de um briefing pessoal foi importante para se pensar o direcionamento profissional e o desejo de aprimorar e divulgar meu trabalho com a fotografia

Por fim, a edição do material filmado e editado em sequência no projeto tornou possível retratar fielmente um procedimento comum na rotina do fotógrafo. Um processo que é considerado por muitos relativamente simples, mas que envolve uma série de cuidados, desde a escolha das baterias até a lente que será utilizada. Logo, se for utilizado um equipamento inadequado, a qualidade do trabalho a ser executado pode ser comprometida sensivelmente.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

4.1 ROTEIRO

A partir do briefing criado e de um primeiro esboço de roteiro, foi escolhida e utilizada uma técnica chamada *Stop Motion*, muito utilizada tanto em filmes animados quanto em filmes com atores reais. Dando a ilusão de que objetos inanimados criam uma espécie de “vida própria”, essa técnica utiliza vários quadros por segundo numa determinada e lógica sequência, como várias fotografias, fazendo referência ao trabalho que se pretendia divulgar.

O roteiro foi fundamental no processo. BARRETO (2004), em sua obra traz um conceito relevante sobre o assunto:

“O roteiro para filme publicitário conta a história de um modo sintético. Não só por causa de seu tempo curto, mas porque ele traz descrições mais genéticas, de ruídos e posições de câmera, por exemplo. Ele permite ao leitor – o cliente, principalmente – criar, imaginar caminhos.” (BARRETO, 2004, p. 24).

Desta forma, o roteiro a seguir mostra como o trabalho foi pensado e elaborado:

Corte	Descrição da Cena
1.	Mesa de madeira, filmagem de cima tendo somente a mesa no enquadramento;
2.	O corpo da câmera aparece em cena e se coloca ao centro;
3.	A lente surge logo em seguida, na parte superior acima;
4.	O carregador, vazio, surge à direita acima e vai até embaixo, ainda à direita;
5.	A bateria surge ao lado do carregador e se encaixa nele;
6.	O carregador das pilhas surge do mesmo lugar que o carregador surgiu e permanece;
7.	As quatro pilhas vão se encaixando no carregador, uma por uma;
8.	Cartões de memória surgem de cima e de baixo, ocupando espaços vazios;
9.	A tampa da câmera onde se encaixa a lente sai;
10.	A lente se aproxima e se encaixa na câmera;
11.	O flash da câmera se abre;
12.	Uma mão surge e “dispara” a câmera, dando a impressão de que o flash disparou;
13.	A imagem fica toda em branco;
14.	Surge uma folha e uma caneta;
15.	A mão surge, pega a caneta e assina abaixo do desenho que está na folha;
16.	A mão coloca o cartão de visita abaixo, à direita.

Inicialmente, a ideia do projeto foi de cenas com média/alta velocidade, tendo em foco a montagem do equipamento juntamente com escritas de nomes de fotógrafos que serviram como inspiração para o meu trabalho com a fotografia. No momento da filmagem

e com a ajuda da equipe de produção, escolhi o método onde cortamos as cenas em frames sequencias: o *stop motion*.

4.2 PRODUÇÃO E FILMAGEM

A elaboração do roteiro foi o primeiro desafio para a produção do vídeo. Apesar de ter desenvolvido roteiros em outra disciplina, era a primeira vez que unia os conhecimentos de redação publicitária com a redação para produtos audiovisuais. Assim, o roteiro deveria ser lógico e ao mesmo tempo persuasivo, atrativo. A animação de equipamentos fotográficos foi a solução encontrada.

No entanto, pela inexperiência com o processo de produção, imaginamos a cena vista de cima, mas só durante a filmagem percebemos que estávamos diante de outro grande desafio enfrentado durante a produção e filmagem: em que posição, onde ficaria a câmera, que deveria filmar os equipamentos fotográficos do alto. Com a ajuda de um técnico do Centro de Rádio e Televisão da Universidade, consideramos a possibilidade de a câmera estar sustentada, com o tripé, em cima de duas mesas a fim de possibilitar uma maior altura e amplitude de visão da mesma.

A câmera foi ajustada num ângulo de 90 graus para uma visão aérea da mesa e dos objetos dispostos. Foi colocada uma TV que projetou a imagem que a câmera estava captando para melhor visão e desenvolvimento do que estava sendo registrado.

Foram feitos vários experimentos e foram gravadas várias tomadas a fim de que, no momento da edição, mais de uma opção pudesse ser considerada e, ao final a opção que mais se encaixasse no briefing criado anteriormente fosse escolhida. O tempo total utilizado somente para a filmagem foi de, aproximadamente, 4 horas.

Dentre os materiais utilizados, haviam uma tocha de luz indireta, o material registrado (máquina fotográfica da marca Canon – 60D e todos os seus adereços, carregador, baterias, pilhas recarregáveis e o carregador das pilhas). O equipamento utilizado para a filmagem do trabalho é uma filmadora de modelo NX-5 da marca Sony e a resolução foi de 1920-1080 full HD disponibilizada pelo Centro de Rádio e Televisão da Universidade.

4.3 EDIÇÃO E FINALIZAÇÃO

Finalizadas as gravações, a edição seguiu o que estava descrito no roteiro técnico. Nela, foi utilizado o programa de edição Premiere, onde foram cortadas todas as imagens onde as mãos que encaminhavam os objetos apareciam, deixando somente das imagens dos objetos.

A trilha escolhida foi adquirida na biblioteca de sons do site Google e é de direito livre. O nome é “The Creek” e a composição é de Thoper Mohr e Alex Elena. O tempo total utilizado somente para a edição, correção e finalização do vídeo foi de, aproximadamente, 5 horas.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Trata-se de um vídeo de 24 segundos no formato de *stop motion* no os elementos que compõem um equipamento fotográfico vão se encaminhando e se organizando para espaço enquadrado pela câmera de filmagem. Podemos observar uma pequena algumas

imagens selecionadas durante a gravação. Por fim, um esboço do cartão de visita completa a sequência ao ser assinado pela fotógrafa.



O equipamento registrado no vídeo se trata de uma Câmera fotográfica da marca Canon – 60D, carregador, bateria, lente (18-200mm) da mesma marca, carregador de pilhas da marca Sony, pilhas recarregáveis da marca Phillips e cartões de memória da marca SanDisk.

6 CONSIDERAÇÕES

Com este trabalho, foi possível compreender a importância do esboço no preparo de um roteiro, assim como sua versão definitiva. A partir do trabalho proposto na disciplina de Técnicas de Redação e Produção para TV e Cinema, criou-se uma oportunidade para que dúvidas relacionadas ao conteúdo teórico da disciplina, que propositalmente não haviam sido apresentados, viessem à tona.

Assim, foi percebida a importância de um roteiro bem estruturado para que a produção possa ser executada, procura-se evitar qualquer tipo de falha que possa vir a comprometer o andamento do projeto.

Foi concluído, também, que é indispensável o planejamento prévio de cada detalhe do produto audiovisual, para que sejam alcançados os objetivos propostos inicialmente. Utilizando-se de experiências vivenciadas neste primeiro projeto, será possível aplicar os conhecimentos obtidos em projetos futuros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular: Introdução à fotografia.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.

BARRETO, Thiago. **Vende-se em 30 segundos: Manual do Roteiro para Filme Publicitário.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.