

Abraço que Cura, é Abraço que Dura¹

Ângela Karine MEIRA²

Clara Rúbia SOARES³

Dione Alexandra CUNHA⁴

Hafid RACHED⁵

Ítala da SILVA⁶

Joálisson COSTA⁷

José Noberto CUNHA JÚNIOR⁸

Leonardo dos SANTOS⁹

Ozéias de LIMA¹⁰

Pedro Augusto LIRA¹¹

Vanildo SILVA JÚNIOR¹²

Wesley Bruno SILVA¹³

Yure Bonaldo dos SANTOS¹⁴

Silvana FERNANDES¹⁵

Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos, Campina Grande, PB

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Filme Publicitário (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: angelakarine_icm@hotmail.com

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: ssoarescl@live.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: dionealexandra@hotmail.com

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: hafid_tamis@hotmail.com

⁶ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: italabarros@hotmail.com

⁷ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: diudiumascote@gmail.com

⁸ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: juniorcunha-ievv@hotmail.com

⁹ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: leonardo.xavier@hotmail.com

¹⁰ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: ozeiascgd@bol.com.br

¹¹ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: Pedro.augusto.lira@hotmail.com

¹² Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: vanildo_silva_junior@hotmail.com

¹³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: wesleybbm@gmail.com

¹⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: yb.santos@hotmail.com

¹⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação social com habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: silvanatorquato@gmail.com

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar o filme publicitário “Abraço que cura, é abraço que dura”, que é uma produção dos alunos do curso de Publicidade e Propaganda, da Faculdade Cesrei situada em Campina Grande na Paraíba, para a disciplina "Produção Publicitária em Novas Mídias", com o objetivo de sensibilizar os usuários da internet sobre a importância e benefícios do abraço ao divulgar o produto nas redes sociais. Este projeto pretende ir além do que propõe, fazendo com que todos sejam tocados e sintam-se livres para um cotidiano mais cheio de proximidade. O paper destrincha a concepção, o conceito e a produção de todo o filme, passando pelas técnicas e métodos escolhidos, pelo grupo, para realizar este trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: filme publicitário; abraço; humor; mudança de hábito.

1 INTRODUÇÃO

É comprovado os benefícios que traz um abraço e estes são os mais variados. Ele tem o poder de unir duas pessoas, de aproximar outras e, o que muitos não conhecem, curar enfermidades. A pressa diária e a rotina exaustante que acabamos tendo, faz com que esqueçamos dos pequenos gestos que trazem grandes alegrias.

O grupo, em um brainstorm reflexivo, acabou por pensar em alguns temas que pudessem trazer uma filosofia simples e bastante pertinente. A ideia do abraço veio por um denominador comum de toda turma, quando falamos sobre experiências e identificamos que o abraço esteve presente em todos os momentos que tiramos lições de vida.

Para isto acontecer, foi preciso alinharmos o conhecimento adquirido durante todo o curso, junto a matéria citada acima, sob orientação da professora e mestre Silvana Torquato. Durante a disciplina, surgiram discussões bastante pertinentes que mesclando com os assuntos estudados, nos fizeram crer em uma junção emocionante e proveitosa, portanto, este paper trará todo o desenvolvimento do projeto, passando por todas as áreas e âmbitos escolhidos como objetivo final.

2 OBJETIVO

“A construção do filme é muito mais do que uma simples metodologia destinada a compreender as situações sociais através da imagem: é a maneira pela qual o antropólogo fabrica suas imagens e reflete sobre a contribuição que elas aportam à análise do objeto

estudado” (PEIXOTO, 2000, p. 76). Neste trabalho, pretendemos alcançar dois importantes pontos: o primeiro, sensibiliza a população sobre os benefícios e a importância do abraço, fazendo com que este ato seja valorizado, praticado e sempre lembrado como algo essencial nos dias de hoje. Segundo, pôr em prática os conceitos estudados na disciplina Produção Publicitárias em Novas Mídias e aplicá-los de maneira estratégica, no roteiro do filme, para depois ser lançado e divulgado nas redes sociais como Instagram, Facebook e Youtube.

3 JUSTIFICATIVA

Bedova e Frias resumiram de forma bastante consistente tudo que o grupo sentia sobre filme publicitário “[...] todo filme nasce da seleção, combinação e estruturação de enquadramentos dispostos de acordo com uma ordem e um tempo. A montagem é a operação que permite realizar essa organização” (BEDOVA e FRIAS, 2003), foi baseado nisso que demos sequência a tudo previamente estudado.

De acordo com as informações passadas no briefing pela equipe, e do citado acima, o grupo certificou que buscava passar a mensagem que um abraço pode ser a cura para qualquer enfermidade, como também deve estar presente no dia-a-dia não como algo banal, mas como um gesto de afirmação de carinho, amor e cuidado com o próximo.

Partindo deste pressuposto, foi feito o direcionamento do vídeo, que contou com atores do próprio grupo que se disponibilizaram a estar entre transeuntes, segurando um cartaz com mensagens reflexivas e pertinentes, em lugares de muita movimentação. Todos os outros componentes como escolha da voz, background e edição de vídeo, fizeram com que os objetivos do projeto se concretizassem da maneira mais bonita e eficaz possível.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Buscando conceituar a mensagem da campanha, utilizamos algumas técnicas para dar ênfase a proposta, por exemplo, o time-lapse. Este recurso foi usado, em alguns momentos do vídeo, pois conversa com a correria do dia-a-dia, com a falta de tempo que cada vez mais se acentua e que nos impede de observar os detalhes que importam. O slow motion foi inserido em momentos específicos como do último abraço, para focar na emoção sentida tanto pela atriz quanto pela senhora que deixa todos as suas compras para dar um abraço nela. O vídeo contou também com fade in, no início, e o fade out, no fim, ambos

para focar nas expressões sentidas por aqueles que se entregaram ao abraço espontâneo. Para dar mais detalhe e transmitir exatamente o que foi sentido na hora por todos os envolvidos na filmagem, usamos ao longo do vídeo o corte seco e o close-up.

A música escolhida foi “Ether” do artista Silent Partner. Ela é disponibilizada na biblioteca de áudio do Youtube de forma gratuita para uso. O trecho escolhido para compor o filme traz elementos que combinam com o contexto, além de proporcionar um misto de sentimentos que apenas quem sente o vídeo, consegue explicar. O texto foi escrito de maneira simples, pois assim como Hall acreditamos que a linguagem é um dos carro-chefe de uma boa produção de vídeo “É o processo de utilização da linguagem para construir significados, que se dá por meio de sistemas de representação, que são a forma como os homens representam o mundo” (HALL, 1997, p.35). Ele é narrado pelo professor e doutor em História da Arte, Fábio Ronaldo da Silva, o qual foi por ter uma voz adequada e que correspondia a proposta do projeto.

Toda edição do vídeo foi feita através dos programas After Effects e Adobe Premiere. Para a gravação utilizamos a câmera DSLR Nikon D3200, um tripé, iluminação ambiente, uma vez que os lugares escolhidos são pontos turísticos da cidade e bastante movimentados, além de dois cartazes com frases previamente escolhidas pelos redatores.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Técnica	Vídeo	Áudio
FADE IN Plano detalhe	Rosto da “atriz 1” de perfil	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Corte seco Plano detalhe Time lapse	Pés do “ator 2”	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Corte seco Plano geral Time Lapse	Trânsito em movimento	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Corte seco Plano detalhe Time lapse	Pés da “atriz 1”	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Corte seco Plano detalhe	Rosto da “atriz 3”	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”

Corte seco Plano americano. Câmera em volta do ator	“Ator 2” segurando o cartaz em um ponto da cidade	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Corte seco Plano americano Time Lapse Filmado em um ângulo lateral	“Atriz 3” posicionada em outro ponto da cidade, segurando cartaz.	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Corte seco Plano americano Time lapse Filmado em um ângulo lateral	“Atriz 1” segurando o cartaz em um ponto da cidade.	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Corte seco Plano americano Time lapse Filmado de frente	“Atriz 1” segurando o cartaz em um ponto da cidade.	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Corte seco Plano americano Time lapse Filmado de frente	“Atriz 3” segurando o cartaz em um ponto da cidade.	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Corte seco Plano americano Time lapse Filmado de frente	“Ator 2” segurando o cartaz em um ponto da cidade.	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Corte seco Plano americano Time Lapse Filmado em outro ângulo lateral	“Atriz 1” segurando o cartaz em um ponto da cidade. Narração em primeiro plano Background: Música	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Corte seco Plano detalhe Slow Motion Fade out	Rosto da “Atriz”, virando o rosto e sorrindo ao ver alguém se aproximando.	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Fade In Plano detalhe Slow Motion	“Atriz 1” sendo abraçada.	Narração em primeiro plano Background: Música “Ether”
Slow Motion	Cenas de abraços nos atores por pessoas que passavam no local onde eles estavam segurando os cartazes.	Música “Ether”
Corte Seco Plano Americano	Mulher enxugando às lágrimas depois de abraçar	Música “Ether”

Slow Motion Fade out	atriz 1 que permanece segurando o cartaz.	
-------------------------	--	--

Como os atores faziam parte da produção também, foi mais simples a reunião de todos para execução. A filmagem encontrou alguns problemas como ângulos para que fosse perceptível a reação das pessoas ao lerem os cartazes, bem como a reação de todos ao serem abraçados. O tempo também foi um percalço, em alguns dias a filmagem foi cancelada devido a chuva. A edição aconteceu ao longo de quatro dias e antes que fosse escolhida a versão final, passamos por duas versões.

6 CONSIDERAÇÕES

Este vídeo publicitário teve como principal foco mostrar como um abraço pode mudar o dia de quem oferece e de quem recebe. Tínhamos consciência de que muitos outros projetos sobre abraço tinham sido feitos, mas este se diferenciou na mensagem passada, pois em nenhum momento foi pedido abraço, foi mostrado o que ele poderia causar e quem fosse tocado por aquilo, chegaria nos nossos atores e os abraçariam.

Então, depois de tudo que foi discutido, das inúmeras possibilidades que poderíamos ter escolhido e diante daquela que foi eleita, conseguimos apresentar um filme que emociona, que nos proporciona uma reflexão tão sincera e boa e que nos movimenta a estarmos dispostos a nos doar ao outros, a amar o próximo da maneira mais simples e genuína: Abraçando.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEDOYA, Ricardo & FRIAS, Isaac León. **Ojos bien abiertos**: el lenguaje de las imágenes em movimiento. Lima (Peru), Universidad de Lima – Fondo de Desarrollo Social, 2003.

HALL, Stuart. **Representation**: cultural representation and signifying practices. London: Sage/Open University, 1997.

PEIXOTO, Clarice Ehlers. **Envelhecimento e imagem**. São Paulo: Annablume, 2000.