

Melhores Amigos Vivo - "Batman"¹

Nádiane SCHIEFFERDECKER²

Marcelo KNEVITZ³

Nicolas WEBER⁴

Rafael Cassuriaga KLEIN⁵

Marsal Ávila Alves BRANCO⁶

Raul Graf de MIRANDA⁷

Universidade Feevale, Novo Hamburgo/RS

RESUMO

Melhores amigos Vivo é um filme publicitário criado na disciplina de Produção Audiovisual 2, do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Feevale, em 2012/01. O briefing era a criação de um filme de 30” para a marca de telefonia celular Vivo, com o tema “Grandes amigos”. Quando pensamos em melhores amigos, sempre nos remetemos a infância, mas aqui, o intuito foi sair do óbvio. Foi construído um roteiro onde Batman, Robin e Coringa se tornam amigos para poder aproveitar a promoção Grandes amigos da Vivo, que dava direito a ligações de graça para os dois amigos além de torpedos ilimitados, o que gera atenção por ser cômico.

PALAVRAS-CHAVE: Filme Publicitário; Roteiro; Vivo; Personagem; Batman.

1 INTRODUÇÃO

A produção audiovisual abrange uma vasta área de mercados e possibilidades, além de inúmeras ideias criativas, procedimentos e resultados. O presente trabalho foi construído na disciplina de Produção Audiovisual 2, do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Feevale, em 2012/01, com objetivo de criar um filme publicitário de 30” para a empresa de telefonia celular Vivo.

Sabe-se que o roteiro do filme publicitário “(...) deve originar um comercial interessante ao extremo, a ponto de manter o espectador na poltrona.” (BARRETO, p. 65). Então, é necessária a pesquisa e construção de um bom roteiro, para que este conte uma história ao espectador, trazendo proximidade com seu público e com a marca.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Filme Publicitário (Avulso).

² Aluna líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: nadiiane@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: marcelo.kneviz@yahoo.com.br.

⁴ Estudante do 8º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: nico_weber_nh@hotmail.com.

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: rafael.klein@hotmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: marsal@feevale.br.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: raulgm@feevale.br.

Após o recebimento do briefing, com o tema “Grandes amigos”, nosso primeiro pensamento remete algo familiar: a infância. Cria-se laços importantes nesta fase, os chamados “amigos para o resto da vida”. Caracterizar o filme com esta ideia seria óbvio, fácil e com resultado esperado. “Fuja do óbvio”, disse Barreto (p.83). Foi idealizado então, um roteiro com os personagens Batman, Robin e Coringa, criando um ambiente cômico, gerando atenção, sem deixar de descrever o produto.

2 OBJETIVO

A disciplina de Produção Audiovisual 2, do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Feevale, consiste em trabalhar a construção de roteiros para audiovisual, bem como a captação do vídeo e a edição deste. Todos vídeos em modelo comercial, com intuito de formar profissionais com capacidade de pensar um roteiro técnico e produzi-lo de maneira a obter o sucesso dentro de uma campanha publicitária.

O objetivo descrito no *briefing* de aula visava ativação de novas linhas telefônicas para a empresa Vivo, com a promoção “Vivo grandes amigos”. A promoção Vivo Grandes amigos, consistia em um plano de telefonia celular pós-paga, com o valor fixo de R\$ 29,90 mensais, ligações para dois amigos de graça além de torpedos ilimitados. Era necessária a venda do *mote* “Grandes amigos”.

3 JUSTIFICATIVA

A escolha dos personagens Batman, Robin e Coringa, iniciou-se pelo desejo de “sair do óbvio”. No período de construção do roteiro, estava em cartaz o filme “Os vingadores”, porém, com cinco personagens, e eram necessários três dentro da concepção do filme publicitário “Grandes amigos”. Surgiu a ideia de Batman e Robin, mas então, quem seria o terceiro “amigo”? O Coringa. Primeiramente, por se tratar de um comercial em que era necessária a atenção do público, em segundo lugar, o Coringa é o vilão da história. Batman e Robin são os heróis. Mas, o Coringa é um vilão memorável. Dono de uma aparência semelhante a de um palhaço, é a personificação do mais puro caos, em sua pior forma: a destruição, seja ela de ideias, sonhos, ou apenas construções materiais.

Segundo o documentário da History Channel, é o único personagem que pode mostrar ao Batman aquilo que ele não quer encarar: o seu próprio lado sombrio e perigoso. É por isso que os dois personagens são tão parecidos: são inteligentes, bons no que fazem, e não há nada de lógico por trás de todos os seus esforços. Batman também não procura fama, dinheiro, poder ou controle, e também não pode ser convencido.

O Coringa é cômico. Batman e Robin são atrapalhados. E essa é a lembrança engraçada das histórias em quadrinhos da DC Comics. Porque não utilizar este ambiente cômico e sombrio e dizer que eles podem ser “amigos”? “O princípio básico da boa propaganda é ser surpreendente.” (BARRETO, p. 33).

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a filmagem, foram utilizadas duas locações dentro da Universidade Feevale. O terraço do prédio da Manutenção, que possibilitava uma cena noturna do Batman com a visão da cidade e suas luzes ao fundo; e o térreo do prédio, com alguns objetos estragados, que construía uma visão mais sombria de um esconderijo para o Coringa.

Foi utilizada uma câmera Canon T21 para filmagem e a iluminação foi construída apenas com uma lâmpada Halógena de 1000w. A iluminação natural da noite ajuda a construir uma dramaticidade e o lado obscuro de Batman, e a iluminação do prédio, um aspecto mais alaranjado de um esconderijo desajeitado do Coringa.

Na pós-produção, foram inseridos lettering's para a construção de um entendimento sobre a promoção e a marca Vivo, e a trilha sonora do filme Batman. A edição foi realizada no software Adobe Premiere.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O processo se deu em três etapas: construção do roteiro, que pode ser visualizado na tabela 1, abaixo; produção: a preparação dos atores em cena, iluminação e o momento da filmagem; e a pós-produção, com a edição das cenas, inclusão de trilha sonora e locuções em off e os letterings de apoio. Além da produção, os alunos produtores deste filme são os personagens, com produção de figurino e maquiagem, além de inspiração direta nos personagens dos filmes.

O objetivo do roteiro, e criar uma tensão entre os personagens, que acaba quando os heróis aceitam o vilão como “amigo”.

Vídeo	Áudio
Lettering: Vivo Apresenta/ Os Grandes Amigos	Trilha: Trilha de Batman Loc. Off: Vivo Apresenta
Plano Médio: Externa, ambiente com cadeiras e objetos, que crie a sensação de uma prisão. Coringa e uma moça como prisioneira amarrada a uma cadeira, ele anda em direção à câmera falando	Loc. Coringa: Meu plano é perfeito
Plano Médio: Externa. Um corredor. Robin assustado observa Coringa.	Loc. Robin: Nossa! Preciso avisar o Batman!
Close-up: Ícone “BatSinal” sendo clicado no Iphone.	
Plano Médio: Externa. Um corredor. Robin ao celular.	Loc: Robin: Batman!
Plano Americano: Externa. Terraço de um prédio, com luzes da cidade ao fundo. Batman ao celular.	Loc. Batman: Robin!
Plano Médio: Externa. Um corredor. Robin ao celular.	Loc. Robin: Você não viu o BatSinal?
Plano Americano: Externa. Terraço de um prédio, com luzes da cidade ao fundo. Batman ao celular.	Loc. Batman: Não precisamos mais de BatSinal. Com a promoção grandes amigos da Vivo, você fala com dois amigos de graça e ainda tem torpedos ilimitados.
Plano Médio: Externa. Um corredor. Robin ao celular. Empolgado.	Loc. Robin: Santa promoção! Então podemos convidar mais um amigo!
Plano Médio: Externa. Coringa se aproxima do corredor e encara Robin. Robin não exita, e concorda com a situação.	Loc. Coringa: Mais um amigo? Eu também quero participar. Loc. Robin: Ok... Mas... Liberte a moça!
Lettering: Logo Vivo/ Apenas R\$ 29,90 / Torpedos Ilimitados Cena em destaque abaixo do lettering, com os três amigos mexendo nos celulares, e sorrindo comicamente para a câmera.	Loc. Off: Apenas vinte e nove e noventa por mês.
Primeiro Plano: Coringa.	Loc. Coringa: Não falei que o plano era perfeito?

Tabela 1: Roteiro Técnico, elaborado pelos autores, 2013.

O filme pode ser visualizado em: <http://www.youtube.com/watch?v=G2MP-voMaaA>.

6 CONSIDERAÇÕES

Por fim, acredita-se que o filme tenha atingido sua meta, mesmo que academicamente falando. Pois, segundo Barreto, “a propaganda precisa ser marcante, inteligível e memorável.” (p. 37). Consegue-se visualizar isto, a partir do momento em que colegas e professores utilizam o vídeo como exemplo em aula.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Tiago. **Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário**. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2004.

MOURA, Edgar. **50 anos luz, câmera e ação**. 3. ed. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2005.

TRIGO, Thales. **Equipamento fotográfico: teoria e prática**. 2. ed., rev. ampl. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2003.

Batman Desmascarado: A psicologia do Cavaleiro das Trevas. History Channel. EUA, 2008. Documentário. 45min.

Visto em: <http://www.youtube.com/watch?v=t9fWQQ0iJZA>