

Vídeo de divulgação do FUSCA 2013¹

Bryan José Ferreira de SOUZA²
Adryan Kaike FORTALEZA³
Emanuel José Machado DUARTE⁴
Laércio Cruz ESTEVES⁵

Faculdade Estácio do Pará, Belém, PA

RESUMO

O FUSCA – Festival Universitário de Criação Audiovisual é um festival universitário de criação áudio visual, promovido pela Faculdade Estácio do Pará, produzidos por estudantes de Comunicação Social de qualquer instituição, onde inscrevem seus filmes e concorrem a prêmios. Para isso, a Agência Experimental da Estácio FAP criou uma campanha de divulgação para estimular as inscrições e promover o evento. Assim, a campanha contou com o curta metragem e uma identidade visual minimalista.

PALAVRAS-CHAVE: Campanha; Fusca; Bomba; Belém

1.INTRODUÇÃO

1.1 FUSCA (Festival Universitário de Criação Audiovisual)

Durante o segundo semestre de 2013, a agência experimental da Estácio FAP composta pelos alunos AdryanKaike Fortaleza, Bryan José Ferreira de Souza, Emanuel José Machado Duarte e o Prof. Orientador Laercio Cruz Estevez, encarregados de produzir o curta-metragem de ficção para ser usado de VT de divulgação do evento FUSCA 2013 (Festival Universitário de Criação Audiovisual).

A campanha contou com a produção do VT com estilo narrativo e com cenas produzidas em laboratórios de gravação audiovisual, laboratórios de estúdio de áudio, realizados dentro da instituição Estácio FAP e com gravações externas pela região metropolitana de Belém, como residências, ruas e o espaço de treinamento da PM.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Publicidade em Meio Digital.

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Estácio FAP. Email: bryanf.pp@outlook.com

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Estácio FAP. Email: kayke25@hotmail.com

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: emanuelmachadod@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Estácio do Pará. Email: laerciopublicidade@gmail.com

A produção contou com o apoio de alunos da instituição, integrantes do Clube dos Fusqueiros do Pará e policiais do COE (Comando de Operações Especiais) que participaram como figurantes e colaboraram para a realização da produção. A campanha recebeu uma identidade visual como referências em artes minimalistas para a produção de banner, mídias digitais e impressas.

O VT produzido fez um recorte de um suposto comentário caído nas redes sociais por um jovem gamer, sobre a possibilidade de uma bomba que está plantada em um fusca (veículo automotivo) deixando assim caos, medo e pânico pela cidade de Belém do Pará.

2 OBJETIVO

O objetivo do trabalho experimental foi na criação de uma identidade visual e em uma produção de um curta-metragem, para servir de VT de divulgação na internet para o Festival FUSCA, seguindo as limitações impostas pelo orientador

3 JUSTIFICATIVA

A proposta se justifica na realização de um curta-metragem para ser usado como VT de divulgação para o festival universitário de criação áudio visual, levando para os alunos integrantes da agência a possibilidade de atuarem na prática os conhecimentos adquiridos na sala de aula, sendo assim de trabalharem em uma grande produção áudio visual, como foi a gravação do curta do FUSCA 2013.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Após finalizarmos o planejamento e a produção, iniciamos as gravações, que se estendeu por 3 dias, percorremos ruas e avenidas de Belém do Pará, onde gravamos com 3 Câmeras, que são Cannon 7D, Goolpix C315 e uma Go-PRO. Para a captação de áudio usamos o programa *SoundForge*.

Gravamos também em residências de alunos voluntários que não mediram esforços para a realização do mesmo, as cenas de interrogatórios gravadas na instituição são todas fictícias, as cenas gravadas dentro do comando do COE (Comando de Operações Especiais) obteve todo o equipamento e segurança para a realização da gravação. Postamos o curta nas mídias sócias como forma de divulgação para o Festival. A procura entre os estudantes de outras instituições foi grande, batemos o Record de inscrições, a visualização do nosso Curta FUSCA (Festival de Criação áudio visual) obteve mais de mil visualizações, fazendo assim o evento ser ainda mais conhecido e tendo o seu devido sucesso.

Foi feito o upload do vídeo para o site Youtube.com e a partir daí ele foi utilizado como peça publicitária para web no site do evento e nos compartilhamentos pelo Facebook, como demonstram as Figuras 1 e 2

FIGURA 1 : VÍDEO NO YOUTUBE



FIGURA 2 – VÍDEO NO SITE DO FUSCA 2013



Assim o vídeo está disponível nos links do Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=X8YsVegBV-U>) e no site do FUSCA 2013 (<http://festivalfusca.com.br/>).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O VT para web do FUSCA possui três minutos e 55 segundos de duração (3'55'') e foi feito em quatro dias.

No primeiro dia, o de planejamento, nós estagiários em reunião concluímos todo o planejamento e produção para o início das gravações.

No segundo dia fizemos gravações interna na instituição dentro dos laboratórios de imagem, fotografia e dentro da agencia experimental, onde gravamos as cenas iniciais que foram os primeiros interrogatórios e o telejornal, contamos com o apoio de alguns alunos da instituição como figurantes e apoio.

No terceiro dia, as gravações foram externas feitas em residências e algumas avenidas de Belém do Pará, onde gravamos as cenas do jovem gamer, que por um comentário nas redes sócias gerou caos e medo na população paraense, concluímos o dia de gravações com as cenas de interrogatórios e cenas de 'tortura', contamos com a participação de alguns voluntários fazendo o papel de figurantes e atores, o quarto dia foi de

conclusões nas gravações, foi realizada dentro do comando da Polícia Militar-Pa, que nos prestou todo o apoio e credibilidade para a realização do curta, lá contamos com a equipe de Polícias do COE (Comando de operações Especiais), com quatro polícias militares, com o clube dos Fusqueiros do Pará e alguns alunos da instituição como atores.

O último dia foi para finalizarmos o curta, onde gravamos as cenas dos polícias militares a procura de fuscas que estariam com uma possível bomba, e com uma chamada urgente a equipe do esquadrão anti-bomba cercou o ambiente para desativar a bomba concluindo assim as gravações.

Para as gravações do curta, utilizamos quatro câmeras, sendo elas: Cannon 7D, Goolpix C315 e uma Go-PRO e um captador de áudio Micro Treck 2.

Foram utilizados ainda quatro veículos automotivos, sendo dois Fuscas, uma viatura da polícia militar e uma viatura do COE, a produção toda do curta foi dos estagiários da agência experimental e alunos voluntários da instituição. A edição do curta se deu por meio dos estagiários e professor coordenador da agência, Laércio Esteves.

6 CONSIDERAÇÕES

A internet, como nova mídia, proporciona novos modos de fazer propaganda, com isso a escolha de produzir um curta e divulgar nas mídias sociais, obtendo um grande número de visualizações (no total foram 1051 visualizações) e sucesso para o Festival Universitário de Criação Audiovisual 2013.

Houve uma grande procura de alunos de outras instituições e um recorde nas inscrições.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESAR, Newton - **Direção de Arte em Propaganda** - São Paulo: Ed. Futura, 2000.

DOMINGOS, Carlos. **Criação sem pistolão**: segredos para você se tornar um grande criativo. Rio de Janeiro: Negócio Editora, 2002.

HOFF, Tania, LOURDES, Gabrielle. **Redação Publicitária**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

PINHO, J.B. **Comunicação em Marketing**: princípios da comunicação mercadológica. Campinas: Papirus, 2001.

ROCHA, Jorge Vieira. **Gerência de Marketing**. Rio de Janeiro: IOB Thomsom, 2006.