



Vídeo Promocional Parque Unipraias 10 Anos. ¹

Angélica FRANKENBERGER²

Mayara HOFFSESS³

Rafael Fernando STEINBACH⁴

Márcia Regina ANNUSECK⁵

Centro Universitário Leonardo da Vinci - UNIASSELVI, Indaial, SC

RESUMO

Este vídeo faz parte da campanha fictícia proposta na disciplina de Planejamento Publicitário, durante o terceiro semestre do curso de Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, sob orientação da professora Márcia Regina Annuseck. Para desenvolvimento da campanha, contamos com o *briefing* fornecido pelo cliente, bem como pesquisa de campo elaborada e aplicada pela equipe, com intuito de reunir dados e direcionar a comunicação para divulgar o décimo aniversário do Parque Unipraias, Balneário Camboriú.

PALAVRAS-CHAVE: Vídeo; Produção de Vídeo; Promoção; Aniversário; Unipraias.

INTRODUÇÃO

O vídeo promocional Parque Unipraias 10 Anos foi produzido para atender às necessidades do cliente, situado na cidade de Balneário Camboriú, SC. Baseado em dados fornecidos no *briefing* e informações passadas pelo Diretor Comercial e de

¹ Trabalho submetido ao X Expocom, na categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Filme Publicitário, como representante da Região Sul.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, e-mail: angélica_frankenberger@hotmail.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, email: mayarahoffsess@hotmail.com

⁴ Estudante do 5º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, e-mail: hezadoff@hotmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, email: marcia_annuseck@yahoo.com.br



Marketing do Parque Unipraias, Sr. Cimélio Marcos Pereira, durante a visita técnica realizada no dia 29 de Março de 2008, o vídeo produzido é voltado à comemoração dos 10 anos do parque.

Com as informações, os materiais fornecidos pelo cliente, a pesquisa de campo realizada com o público da região, a visita técnica, a palestra, pudemos elaborar um plano de comunicação e produzir o vídeo promocional, a fim de atender às necessidades do cliente.

É perceptível a evolução que tem ocorrido em relação ao lazer, diversão e entretenimento, principalmente em Santa Catarina, onde este mercado tem crescido com o turismo ecológico e de preservação da natureza. Seguindo esta tendência, o Parque Unipraias completa em 2009 seu 10º aniversário como uma das principais empresas nesta área no estado.

O Parque Unipraias localiza-se na cidade de Balneário Camboriú, no litoral centro norte de Santa Catarina, um dos destinos turísticos mais visitados do Brasil, em especial por catarinenses, gaúchos e paranaenses. Na temporada e nos meses de Março e Abril também é expressiva a presença de paraguaios, chilenos e argentinos.

O Parque Unipraias tem uma grande oportunidade em 2009, o seu aniversário de 10 anos, esta data será usada como estratégia de comunicação para aumentar o fluxo de visitantes nesse período.

Oferecer sensação de aventura e lazer é a prioridade do parque, sem perder o foco na segurança, para que a visita de seus clientes seja uma experiência única e agradável.

2 OBJETIVO

Através deste trabalho integrado nos foi proporcionada a oportunidade de experimentação na área de produção de vídeo, cujo caráter prático nos permitiu



conhecer mais de perto todas as fases da produção de um vídeo, e nos deu conhecimento aprofundado sobre produção de vídeo publicitário.

O objetivo de produzir um vídeo promocional para divulgar o aniversário do parque é buscar a identificação com o público jovem, que está sempre em movimento, sempre em metamorfose. Neste sentido, vale ressaltar a idéia de Serra (1986, p.22) que “quanto mais específico for o público-alvo, mais fácil será estabelecer a linguagem (tanto de vídeo, quanto de áudio) a ser adotada pelo roteiro”. Além disso, o vídeo também é uma forma de mostrar de maneira mais fidedigna as belezas naturais do parque, pois tem o poder de despertar o desejo do público a ir conhecer as atrações e a infra-estrutura, muito mais do que uma mídia impressa, por exemplo.

3 JUSTIFICATIVA

A intenção do vídeo é transmitir toda a adrenalina e o clima da aventura que só quem visita o parque pode experimentar. Para isso, utilizamos imagens que expressam aventura, momentos de adrenalina e emoção, para estar de acordo com o público que vai receber a mensagem, que é um público jovem, irreverente, que busca formas de lazer diferenciadas e o contato com a natureza. Procuramos também mostrar no vídeo todas as atrações que o parque oferece, para mostrar que o Parque Unipraias não é apenas os bondinhos, mas que tem muitas outras opções de diversão e lazer. Além disso, informamos a respeito da promoção de aniversário, em que é dado um desconto no ingresso para quem levar um amigo para visitar o parque.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

As filmagens foram realizadas nas imediações do Parque Unipraias, em Balneário Camboriú. Todas as filmagens tiveram *live action*, para expressar de forma mais fiel as emoções de quem visita e experimenta as opções de lazer que a infra-estrutura do parque oferece. Utilizamos apenas a luz natural em todas as filmagens, como também nas fotografias que fazem parte do vídeo.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO



Detalhamos a seguir as fases da produção do vídeo segundo Bonásio (2002), com três estágios: pré-produção, produção e pós-produção.

Na pré-produção, explicamos o passo-a-passo para chegarmos até a decisão de produzir um vídeo para o cliente. Segundo Gage e Meyer (1991, p.51) “quanto mais tempo for empregado na fase de pré-produção, menos problemas surgirão durante a fase de filmagem”.

A produção engloba os métodos utilizados para produção de fato do vídeo; e a pós-produção foca na edição e finalização do mesmo.

5.1 PRÉ-PRODUÇÃO

O vídeo publicitário Unipraias 10 Anos foi produzido a partir da proposta de campanha promocional para o Parque Unipraias. Aproveitando a oportunidade do aniversário do parque, optamos por produzir um vídeo que transmitisse toda o clima de aventura que a própria visita ao parque proporciona. Para isso, tivemos a oportunidade de conhecer a estrutura e as opções de lazer oferecidas pelo cliente e também tivemos acesso ao *briefing* e a uma entrevista com o cliente, além da pesquisa com o público-alvo.

Com os dados coletados e as informações necessárias reunidas, partimos para o planejamento do vídeo. Nesta etapa, identificamos qual seria nosso público-alvo, qual seria o foco da promoção de aniversário e como seria o roteiro deste vídeo.

5.2 PRODUÇÃO

A produção do vídeo propriamente dita ocorreu durante a visita técnica, realizada em 29 de Março de 2008, quando conseguimos registrar fotos e vídeos onde havia interação dos visitantes com as atrações do parque. Essas fotos e vídeos se tornaram matéria-prima para a produção do vídeo. Nossa intenção com as captações de imagens foi passar qual a sensação e reação reais das pessoas que visitam o parque, tanto ao admirar as belas paisagens de Balneário Camboriú, quanto as emoções de praticar arvorismo, trilhas, passeio de bondinho, etc. As fotos foram tiradas com câmera digital 7 megapixels, e os vídeos feitos com filmadora digital *Camcorder Sony PD-170*, com lente angular formato *wide*, do Laboratório de Vídeo da Uniasselvi.



As imagens utilizadas nas peças dão idéia de aventura, adrenalina, e são belas imagens da praia, mirante, num clima bem de verão, para despertar o desejo de ir até o parque e conhecer suas atrações durante a alta temporada.

A campanha “Unipraias 10 anos – Inesquecível” carrega um pouco da história do parque. Quem já foi, vai lembrar como foi agradável o passeio e, quem não foi, vai querer descobrir por que é “inesquecível”. Modificamos o *slogan* de “imperdível” para “inesquecível” para dar uma noção de que os 10 anos do parque vão ficar na memória e também que o parque é um lugar inesquecível, e mesmo quem tenha visitado no primeiro ano de existência, ainda lembra e pode ir de novo conferir como ele é depois desse tempo todo.

A campanha utiliza recursos visuais já utilizados pelo parque em campanhas anteriores, para manter a identidade visual e a identificação com o público que já conhece a marca, como fundo de papel antigo, que remete a idéia de mapa, aventura de piratas, busca por tesouro, e os *splashes*, que também transmitem sensação de liberdade e aventura, algo fora dos moldes e inovador. Usamos fotos para dar embasamento ao *slogan*: inesquecível; pois quem visita o parque não esquece das belas paisagens que viu, dos momentos que registrou com fotos e o dia agradável que passou, e quem não foi se motiva a visitar. O vídeo aproxima o público-alvo do parque, trazendo boas recordações e o instigando a viver e reviver novas aventuras.

5.3 PÓS-PRODUÇÃO

As imagens foram editadas pela equipe com auxílio de programas de edição, usando efeitos de *lettering*, fundo e *chroma-key*, narração e trilha sonora. Dentre os *softwares* utilizados estão: *Adobe Premiere*, *Adobe After Effects* e *Sony Sound Forge*. A narração também foi feita totalmente por um membro da equipe, e a trilha sonora escolhida é forte, alegre, para expressar todo o alto astral do vídeo.

6 CONSIDERAÇÕES



O vídeo publicitário Parque Unipraias 10 Anos traz a tona a comemoração do aniversário do parque de maneira emocional, utilizando signos que já fazem parte do universo criado pela marca para o público-alvo, ressaltando que as pessoas que já visitaram ou que ainda visitarão o parque fazem parte da história da marca. Traz também a divulgação da promoção de aniversário criada pela equipe, retratando todas as opções de lazer e diversão oferecidas pelo Parque Unipraias.

Esperamos que este trabalho possa servir de base e incentivo para demais estudos no ramo de filmes publicitários, e que possa acrescentar conhecimento prático e teórico acerca do tema abordado.

7 REFERÊNCIAS

SANTUR – Santa Catarina Turismo S/A. Dados sobre o turismo em Santa Catarina, disponíveis no site www.santur.sc.gov.br, acessado entre Fevereiro e Maio de 2008.

PARQUE UNIPRAIAS – BALNEÁRIO CAMBORIÚ – SC. Dados no site www.unipraias.com.br, acessado entre Fevereiro e Maio de 2008.

BONASIO, Valter. **Televisão: manual de produção e direção**. São Paulo: Leitura, 2002. 408 p. Ilustrado.

GAGE, L.David; MEYER, Cláudio. **O filme publicitário**. São Paulo: Atlas, 1991.

SERRA, Floriano. **A arte e a técnica do vídeo: do roteiro à edição**. São Paulo: Summus, 1986.