



VT – Apple¹

Diego Panizzi Andreola²

Douglas dos Santos Gonçalves³

Marcelo Boes Maina⁴

Pedro Henrique Bertoletti⁵

Bruna Nascimento⁶

Ana Paula Luce⁷

Centro Universitário Metodista do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO:

Este trabalho tem como objetivo a descrição das diversas etapas envolvidas na produção do filme publicitário elaborado para a APPLE satisfazendo um briefing disponibilizado na disciplina de Produção Audiovisual II no Centro Universitário Metodista do Sul (IPA) Porto Alegre – RS. São explicadas a contextualização do trabalho, a concepção da idéia e o desenvolvimento da produção.

PALAVRAS-CHAVE: VT Institucional, Apple, Publicidade

1. INTRODUÇÃO:

O currículo de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Metodista do sul divide a disciplina de produção audiovisual em duas etapas, I e II. Na primeira etapa é voltada para a parte mais teórica da área. Já a segunda etapa na qual foi produzido o VT em questão esta mais focada na parte prática deste campo, abrindo um espaço para experimentações de vários tipos de ferramentas para produção de vídeos, tais como utilização de câmeras digitais e/ou até mesmo de celulares culminando em trabalhos em estúdio e locações valendo-se da estrutura oferecida pelo curso. Para o fechamento da disciplina foi proposto a produção de um curta metragem, no qual se mantiveram os mesmos grupos do VT 30' (penúltimo trabalho da disciplina) e foi possível ter uma experiência considerável no que diz respeito nas gravações externas.

¹ Trabalho submetido ao Expocom , na categoria Publicidade e Propaganda, modalidade filme publicitário avulso como representante da Região Sul.

² Estudante do sétimo semestre do Curso Publicidade e Propaganda do IPA : diegopanizzi@hotmail.com

³ Estudante do sétimo semestre do Curso Publicidade e Propaganda do IPA: toddynh0@hotmail.com

⁴ Estudante do sétimo semestre do Curso Publicidade e Propaganda do IPA: mbmaina@yahoo.com.br

⁵ Estudante do sétimo semestre do Curso Publicidade e Propaganda do IPA: pedrobertoletti@hotmail.com

⁶ Estudante do sétimo semestre do Curso Publicidade e Propaganda do IPA: brunaa182@hotmail.com

⁷ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Publicidade e Propaganda do IPA: anapaula.luce@hotmail.com



MÉTODOS TÉCNICAS UTILIZADAS:

A partir de um briefing proposto pela professora em aula que limitava a escolha da empresa APPLE o grupo partiu para a pesquisa a fim de entender o público que esta empresa trabalha, tipo de linguagem utilizado por eles, classe a qual pertencem, histórico da empresa etc.

Após realizada esta pesquisa o grupo realizou um “brainstorm” e neste processo optou por realizar um trabalho institucional em cima deste exercício valorizando a marca do cliente frente ao meio ambiente, aproveitando-se do fato do cliente focar sua comunicação na sua linha de produtos. No processo do Brainstorm foram decididos todos caminhos criativos que iriam nortear a produção levando conseqüentemente ao vínculo da marca a fatores de preservação do meio ambiente. Analisando o histórico de comunicação da marca pudemos perceber algumas características que iriam embasar nossa produção. A principal delas está na sutileza da linguagem utilizada e em certa complexidade presente nas suas campanhas. Nesta etapa foram definidos o tom realista e sério do que iríamos tomar.

Após a conclusão dessa fase foi elaborada a pasta de referências do trabalho onde foram definidos os aspectos técnicos da produção nas áreas de fotografia, direção de arte, figurino assim como todas as referências que iríamos usar como base na produção. Aproveitando-se do elevado número de alunos no grupo conseguimos separar as pessoas por funções bem definidas contribuindo assim para a qualidade do trabalho. Deste modo, determinados componentes do grupo ficaram com funções bem específicas como produção de elenco e produção de objeto permitindo sempre as melhores escolhas possíveis.

Após pesquisarmos algumas locações como bibliotecas e casas antigas chegamos a conclusão que a melhor escolha seria produzirmos um cenário em uma locação já existente apoiando-se no tom realista da produção. Partindo da linha de comunicação institucional da Apple, optamos pela sutileza e simplicidade do filme ao não utilizarmos trilha sonora e locução direcionando a compreensão do filme ao seu público.

O Cenário foi montado cerca de dois dias antes da gravação com tempo de montagem de duas noites em busca do maior número de elementos para uma produção mais completa. Na noite da gravação todos os componentes do grupo estavam conscientes de suas funções e concentrados no trabalho o que nos permitiu agilidade na gravação e na qualidade do que estávamos filmando.

Todos no grupo tinham liberdade de dar suas opiniões, mesmo nas áreas em que não



atuavam possibilitando criatividade e organização das filmagens.

3. DESCRIÇÃO DO PRODUTO:

Segundo Armando Sant'Anna, “na televisão a imagem é que deve contar a estória. O que se mostra é mais importante do que o que se diz”. Considerando este conceito e conhecendo a comunicação da Apple ficou claro que a melhor forma de passarmos nossa mensagem seria através de uma pequena história através de uma narrativa conduzida por um personagem único.

Contrariando a maioria dos comerciais desse tipo de produto, que, em sua essência abordam temas referentes a tecnologia, buscamos instigar o espectador com uma situação totalmente contraditória com a realidade da Apple: um escritor utilizando uma máquina de escrever, que arranca uma folha inteira à cada erro de escrita. A princípio é provocada uma revolta no espectador, sabemos que em tempos de responsabilidade social/ambiental é praticamente um crime o desperdício, no caso, de papel. Uma ação inesperada encerra o comercial, provocando uma contínua reflexão: A marca Apple já possui uma imagem de tecnologia de ponta na mente de seus clientes. A qualidade, o design, a funcionalidade no geral já são características associadas à marca. O comercial agrega o valor da responsabilidade social, a preocupação com o meio-ambiente que é extremamente importante para uma empresa do século XXI.

A primeira versão do roteiro veio a ser a seguinte, depois modificada alguns aspectos em função do ritmo do filme e de adequação da mensagem.

VIDEO

(interna)

Um escritor de aproximadamente 30 anos se encontra em um escritório - com móveis antigos e repleto de livros - trabalhando em um novo livro na sua máquina de escrever.

Nos intervalos entre fumar o seu cigarro e tomar o seu café ele comete um erro de digitação, e no mesmo instante arranca e joga a folha na lixeira a seu lado que já esta repleta de folhas de papel amassadas. Ele repete o mesmo erro duas vezes, na terceira vez ao jogar mais uma bola de papel no lixo a cena revela uma arvore caindo na lixeira.

Corta a cena e assina – Apple: Preservando o Futuro- com o logo da empresa.



ÁUDIO

Som ambiente da cena, Sem trilha

EX: fumaça do cigarro, tosse, papéis amassados, som da árvore caindo no lixo e etc.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

SANT'ANNA, Armando, 1929-2001

Propaganda: teoria,técnica e prática / Armando Sant'Anna. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2005.