

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

(2º SEMESTRE DE 1987)

PUBLICIDADE P/ TV

3 ROTEIROS - 3 ARGUMENTOS

DIREÇÃO E PRODUÇÃO: PAULO LEHMKUHL VIEIRA

INTRODUÇÃO

A idéia de fazer o projeto de conclusão do curso em Publicidade, surgiu da pesquisa desenvolvida na cadeira Técnica de Projeto, ministrada pela Prof.^a Carmem Rial, no 1º semestre de 1.987, onde no rol de projetos executados não constava qualquer projeto na área referida.

Da observação de não haver algum projeto em Publicidade;

Também pelo fato da disciplina Publicidade e Propaganda existir desde a fundação do Curso de Jornalismo em 1.979;

E ainda, por já trabalhar no ramo publicitário (obs.: sem experiência na área de produção e direção);

Amadureceu a idéia, depois a intenção, que a princípio foi questionada, pelo caráter não ético que o projeto poderia assumir, e por fim, veio a execução.

1 - VÍDEO

1.1 - PRODUÇÃO

A produção caracteriza-se por subsidiar materialmente os elementos a serem "filmados". No projeto em questão, as dificuldades financeiras que envolveram todo o trabalho desenvolvido, prejudicaram de certo modo o resultado final. Não havendo verbas suficientes para se montar um determinado cenário, do roteiro que seria o único a ser filmado em estúdio - este roteiro foi apresentado e aprovado no pré-projeto -, foi necessário que se trocasse este por outro, no caso, o da greve dos funcionários da universidade. Isso a título de exemplo das dificuldades encontradas no percurso compreendido entre a fase de detalhamento teórico à fase prática ou execução.

A mesma dificuldade financeira, foi determinante na utilização de modelos amadores, para encenarem os comerciais.

Ainda, a locação de filtros de efeito, que, por terem sido feitas cenas externas, utilizando o potencial natural das regiões videografadas, poderiam desacentuar a estética proporcionada pelo equipamento de TV.

1.2 - LOCAÇÕES:

As locações foram determinadas de acordo com a ótica do produtor e diretor do projeto, buscando essencialmente aproveitar as belezas naturais da região litorânea entre Florianópolis e Laguna.

Assim, na Ilha de Santa Catarina foram filmados "takes" de dois dos três comerciais de "jeans"; 1(hum) no horto florestal, situado ao norte da Lagoa da Conceição, no Distrito de Rio Vermelho, outro, teve cenas gravadas na Praia do Santinho, Distrito dos Ingleses, e na Ponta do Coral, já no bairro da Agrônômica, próximo ao Centro de Florianópolis.

A gravação que abordava a greve dos servidores da UFSC, foram gravadas na própria UFSC.

O segundo comercial, na seqüência apresentada no vídeo, foi gravado no costão da Praia do Gravatá, no Município de Laguna.

1.3 - GRAVAÇÃO :

Devido ao atraso em se firmar o convênio entre UFSC e RCE TV, os trabalhos de gravação só se iniciaram no final de novembro (dia 30), e duas primeiras semanas de dezembro (dias 2 e 3 e, dias 7 e 8).

Este atraso também veio a prejudicar o trabalho, sendo que aqui, nenhuma alusão é feita a professores do curso, mas sim a burocracia administrativa da UFSC.

Fora os problemas, os trabalhos foram iniciados e, a primeira gravação foi feita no Horto Florestal do Rio Vermelho, em substituição a gravação programada para Laguna, devido a não possibilidade de algum modelo gravar.

A segunda foi feita no mesmo dia, à tarde na Praia do Santinho, que permitiu que se tivesse arquivado as cenas utilizadas na fusão do primeiro VT apresentado na fita do projeto.

A terceira gravação foi realizada em Laguna (maiores detalhes no item anterior).

A quarta gravação foi realizada na UFSC, e tratava da greve dos servidores.

A quinta gravação foi feita na Ponta do Corral em Florianópolis, utilizada na cena de abertura do 1º VT apresentado no projeto. (Fusão com as cenas do Santi nho).

A 6ª e última gravação foi feita no mesmo dia da anterior, só que no período da tarde, sendo utilizada a cena para abertura do comercial da canôa.

1.4 - EDIÇÃO :

Na edição, encontramos talvez, a parte con siderada mais importante de todo trabalho, embora não se operem milagres. De acordo com o parecer técnico emitido pelo editores das publicidades que compoem o projeto, as imagens estão com muito boa qualidade, tanto estetic mente, quanto em relação as cenas gravadas. Isto segundo eles, facilitou o trabalho de edição.

Este trabalho, corresponderia no cinema a fase de cortes para uma posterior emenda. Aqui são sele cionadas as melhores cenas, logicamente de acordo com o roteiro, para que então se costure.

No caso específico da RCE, a mesa de edição, acoplada em "mid" com um micro-computador, permite uma série de variações.

No primeiro VT, fez-se uso da técnica de fusão, com apenas duas cenas, no que poderia, devido aos quinze segundos que o comercial tem, caracteriza-se por um "teaser".

O segundo, do mesmo modo, foi feito todo em fusão. Esta técnica dá ao telespectador uma idéia de tempo, que é melhor percebida no terceiro VT.

O terceiro comercial da série, é o que apresenta melhor qualidade de fotografia, iluminação, e efeito na assinatura (nome do cliente), que dá um status maior ao VT.

Esse efeito utilizado para assinatura do terceiro VT, é feito a partir de um comando na mesa, sendo que a assinatura do cliente foi feita com caracteres apresentados pelo computador.

Já na edição do que seria uma chamativa de uma campanha institucional - Greve -, a edição foi feita "a seco", embora valendo-se dos contra-planos gravados, o que não tirou o sentido do vídeo.

2 - AUDIO :

A intenção inicial era de o autor do projeto criar também as vinhetas dos "teasers", bem como as trilhas tanto do de 30 segundos, como também, sa "GREVE".

As vinhetas e uma trilha foram elaboradas num estúdio caseiro, através de uma mesa de oito canais, dois "Tape-Decks" e pedais de efeitos, teclados etc.

Quando levadas ao estúdio contratado, não foram reproduzidas por deficiência técnica dos executores do estúdio, como também, pela exiguidade do tempo.

Então, partiu-se para o que se chama de trilha pesquisadas. São os trechos de discos utilizados nos comerciais de televisão e rádio.

A vinheta do primeiro comercial do projeto foi retirada do disco da banda americana DEMON, e chama-se "Father Night".

A Vinheta do segundo comercial foi retirada de um álbum da banda também americana "Night Ranger", e chama-se "PASSION PLAY".

A trilha do terceiro comercial do projeto, é inominada e encontra-se no 4º disco lançado pelo U2 no Brasil.

A trilha da gravação do movimento grevista dos funcionários da UFSC, foi retirada do segundo disco da dupla formada por dois guitarristas de Jazz do 1º escalão: Larry Coryell e Philippe Chaterine, com a participação nos teclados do alemão Joachkim Khttn no tema de Astor Piazzolla.

A vinheta que encerra com a ficha técnica, foi retirada do último disco lançado no Brasil pelo Harpista holandês, Andreas Vollenwaider, músico contemporâneo de "New Age Music".

CONCLUSÃO

A polêmica que envolveu a feitura ou não deste projeto, foi válida por questionar a capacidade de execução ou não deste projeto.

Eu mantenho, e agora com mais confiança a idéia de que este trabalho de conclusão sirva como "cartão de apresentação", e que este trabalho desencadeie uma série de outros a nível de profissionalismo.