

## **Relatório sobre o desenvolvimento de produto:**

### **Trailer cinematográfico “Depois das Duas”**

#### **Introdução**

Uma parte importante da produção cinematográfica é a distribuição. Produzir um filme só é financeiramente viável se o mesmo obtiver uma bilheteria grande. Para atingir o público, são criadas propagandas em forma de cartaz e principalmente de vídeo.

Com a popularização do *YouTube* e de outros sites de compartilhamento de vídeos, os trailers se tornaram cada vez mais difundidos, sendo lançados diretamente ou como propaganda antes de outros vídeos que o usuário está assistindo. É o que afirma o verbete do Wikipedia: “Movie trailers have now become popular on DVDs and Blu-ray Discs, as well as on the Internet and mobile devices. Of some ten billion videos watched online annually, film trailers rank third, after news and user-created video” (Wikipedia, 2015).

O trailer é pode ser considerado um curta metragem, e está intimamente ligado à história e linguagem do cinema.

O trailer faz parte do cinema e da história do cinema, além de ser uma propaganda audiovisual, é também o que podemos chamar de curta-metragem por sua duração, com os recursos técnicos de um filme, porém com uma linguagem audiovisual com os apelos da propaganda. Por isso, consideramos como pontos essenciais o estudo da linguagem de cinema – os elementos organizados na construção do filme cinematográfico - e os elementos desta linguagem articulados no filme publicitário, para podermos entender a linguagem utilizada no trailer. (JUSTO, 2010, p.2)

Eu, nascido no meio da década de 1990, quando a internet estava se popularizando no Brasil, cresci tendo contato com esse tipo de conteúdo através da rede, ou antes, precedendo um filme que eu ia assistir no cinema. Esse contato me levou a notar que certas opções técnicas e estéticas eram bastante recorrentes nesse tipo de vídeo, principalmente as coisas mais impactantes.

Esse tipo de vídeo costuma apresentar bastante informação em pouco tempo, sem ter a preocupação de explicar tudo o que está sendo mostrado, levando o espectador a desejar assistir ao filme completo que está sendo promovido. Assim, quis fazer do meu produto uma brincadeira com esse tipo de conteúdo, criando um vídeo para promover um filme que na verdade nunca vai estrear. O enredo fictício desse filme, assim como o título “Depois das Duas” é uma referência ao horário em que o Restaurante Universitário da Unicamp encerra suas atividades do almoço. Tentei conduzir a apresentação do conteúdo, que é cheio de piadas internas da turma de 2015 da Midialogia ou dos estudantes da Unicamp, de maneira que alguém que não compreenda essas referências ainda compreenda de modo geral o que está sendo apresentado.

Nesse relatório, descrevo as etapas da produção desse produto, evidenciando e comentando os pontos positivos e negativos da implementação do projeto realizado anteriormente.

#### **Resultados**

Nesse tópico serão apresentados os resultados da aplicação do projeto, apontando a maneira como cada etapa da produção foi realizada, assim como as dificuldades e facilidades na

aplicação do cronograma.

- **Pré-Produção**

Após assistir alguns trailers de filmes, dentre eles Mad Max (WARNER, 2015) e Catching Fire (THE HUNGER GAMES, 2015) com um olhar mais crítico, buscando pontos em comum entre eles, que também seriam usados em outros trailers de filmes de ação, escrevi um roteiro para realizar as gravações.

O roteiro demarcava principalmente as cenas e os locais onde seriam gravadas (que eram principalmente no RU e seus arredores) sem designar quem faria cada uma delas. Assim, com o roteiro já escrito, perguntei para alguns colegas se eles gostariam de participar do produto, e quais cenas gostariam de fazer, deixando a escolha livre, até todas as cenas serem escolhidas. Com isso, combinei de almoçar com aqueles que apareceriam em cenas do lado de dentro do RU, além de combinar um horário para gravar em outros locais com as outras pessoas.

As pessoas que aceitaram aparecer em alguma parte do vídeo foram, por ordem de aparição: Matheus de Matos Ferreira, Juliana Bonilha, Alexandre Lopes, Juliana Mazza, Bruna Fiamini, Ana Beatriz, Marina Kodato e Luis Gustavo.

Finalmente, como decidi utilizar meu celular para registrar as imagens, um Moto X Segunda Geração, decidi explorar as funções de câmera que ele oferecia. Descobri, assim, o recurso da câmera lenta, que utilizei durante as filmagens.

A parte de pré-produção haviam se encerrado com sucesso em 24/05.

- **Produção**

Assim, conforme o cronograma, durante a semana do dia 25/05, as primeiras cenas foram gravadas, principalmente durante o horário de almoço, prejudicando o mínimo possível a rotina dos colegas que participaram. Algumas cenas, devido a imprevistos com horário e local de almoço, acabaram demorando um pouco para serem gravadas, mas eu fui gerenciando para que as gravações saíssem no menor tempo possível. A última cena foi gravada apenas na semana do dia 8/06.

Como dito anteriormente, foi utilizado um celular para gravar as imagens e o som. Essa escolha se justifica principalmente pelo desejo de tornar a gravação uma atividade discreta, sobretudo dentro do ambiente do Restaurante Universitário (Figura 1), para evitar desconforto tanto da parte dos colegas que dela participavam, quanto das pessoas que frequentavam o local sem envolvimento algum com o projeto.



**Imagem 1:** Cena do vídeo que se passa dentro do Restaurante Universitário.

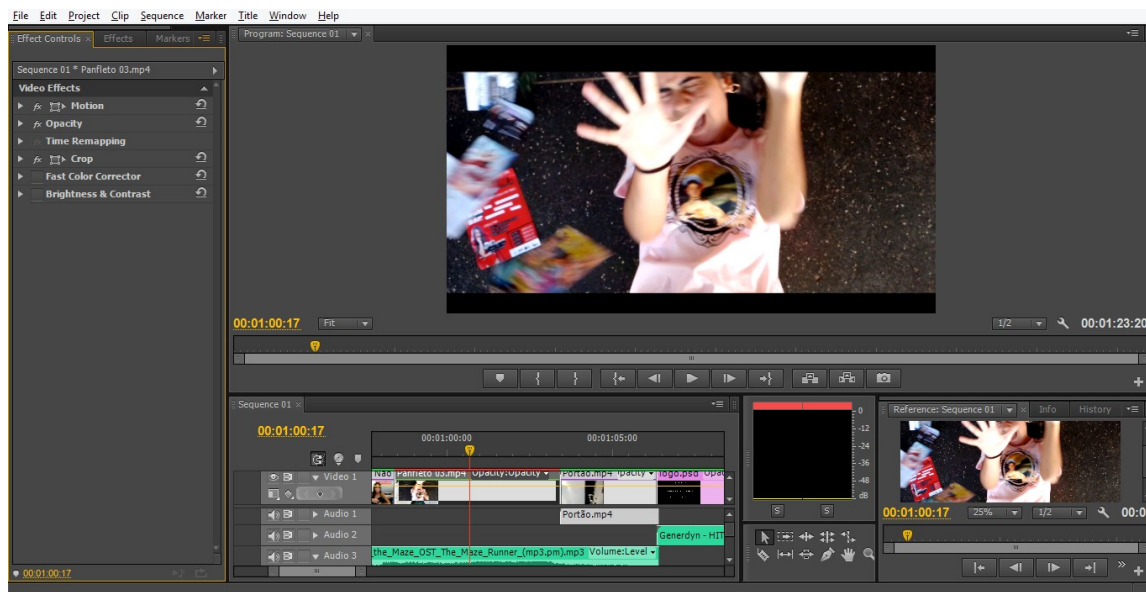
Por esse motivo, decidi utilizar o som em apenas dois planos, pois era extremamente necessário. Para complementar, utilizei as narrações gravadas em minha casa, também com o celular, mas em um ambiente mais silencioso, juntamente com a trilha sonora. A música escolhida foi “Into the maze”, criada por John Paesano. A lei brasileira não cobra direitos autorais de vídeos não monetizados, ou seja, sem fins lucrativos:

Art. 46. Não constitui ofensa aos direitos autorais:

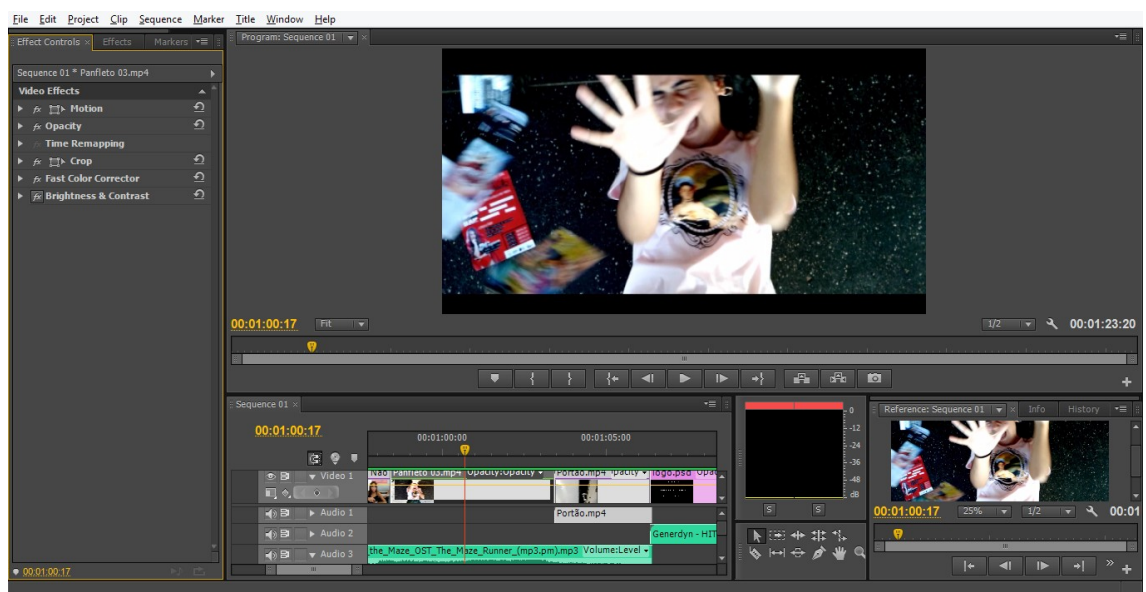
II - a reprodução, em um só exemplar de pequenos trechos, para uso privado do copista, desde que feita por este, sem intuito de lucro;

VIII - a reprodução, em quaisquer obras, de pequenos trechos de obras preexistentes, de qualquer natureza, ou de obra integral, quando de artes plásticas, sempre que a reprodução em si não seja o objetivo principal da obra nova e que não prejudique a exploração normal da obra reproduzida nem cause um prejuízo injustificado aos legítimos interesses dos autores. (BRASIL, 1998).

Apesar do atraso no processo de gravação, foi possível adiantar o processo de edição, que estava previsto apenas para depois do fim das gravações. Iniciei, portanto, o processo de edição com as imagens que já tinha, tornando as tarefas de gravação e edição paralelas. O *software* escolhido foi o Adobe Premiere CS6 (Figuras 2 e 3). A primeira parte da edição foi a montagem, sincronizando imagem, narração e trilha sonora. Houve lacunas inicialmente, que foram sendo preenchidas conforme a gravação ia sendo realizada. Realizei também correção de cor básica, dentro do possível para meu conhecimento técnico. (Figuras 2 e 3)



**Figura 2:** Tela de edição do Adobe Premiere Pro CS6, vídeo sem correção de cor.

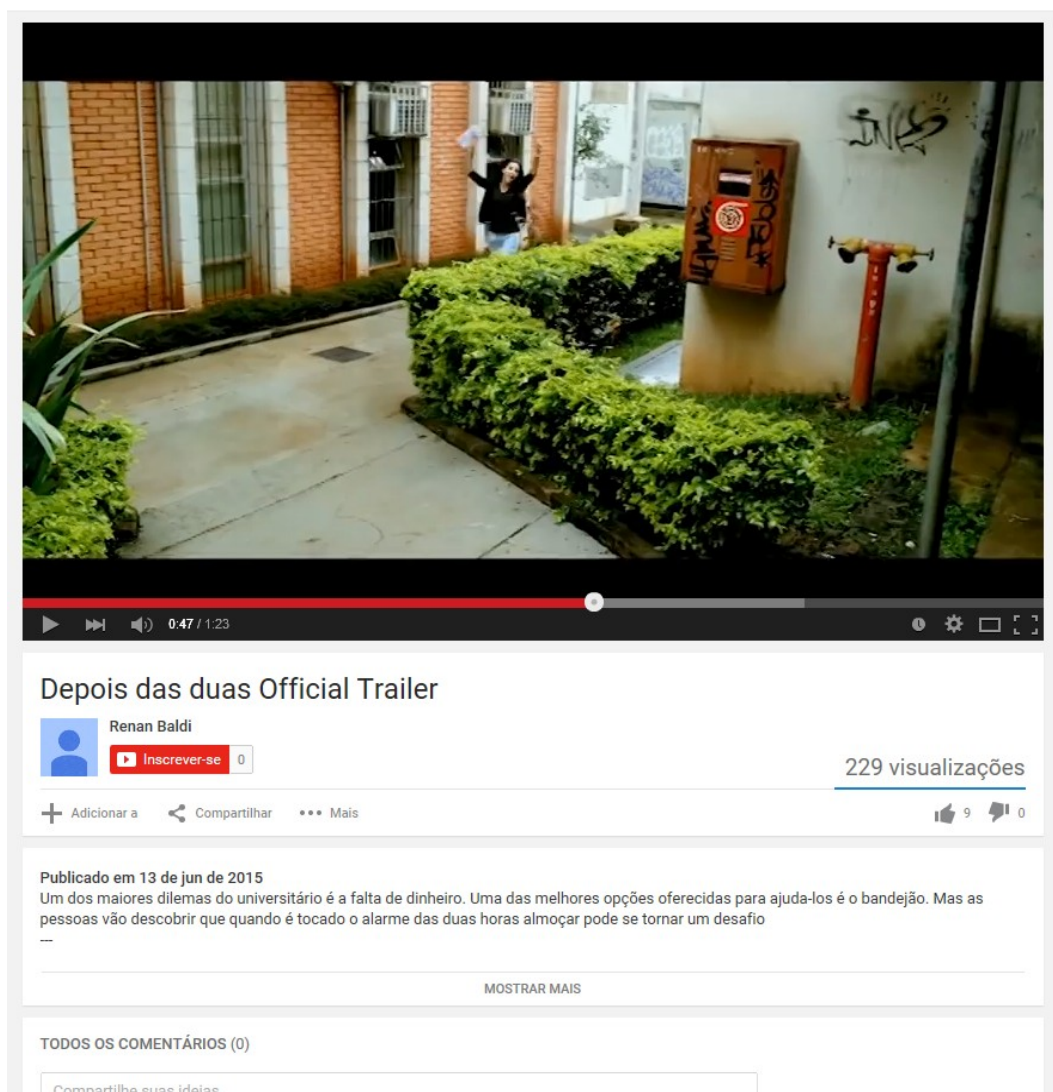


**Figura 3:** Tela de edição do Adobe Premiere Pro CS6, vídeo com correção de cor.

O tempo gasto na edição foi maior que o estimado, mas como o processo foi iniciado antes do previsto, o tempo gasto com isso para a finalização após as gravações foi menor que o esperado. O atraso das gravações levou ao atraso da finalização do produto, o que não chegou a ser um problema, já que estimei uma semana livre no projeto, que utilizei para resolver esses atrasos.

Finalmente, terminado o processo de edição, renderizei o vídeo no formato AVI, em uma qualidade um pouco abaixo do HD, o que foi conveniente, considerando que foi gravado em celular, e também agilizou o processo de disponibilizar no YouTube (Figura 4), que realizei logo em seguida, finalizando a etapa da produção.

- **Pós-Produção**



**Figura 4:** Tela do vídeo no YouTube.

Terminadas as gravações, pedi para cada colega que apareceu no trabalho para assinar o documento de autorização de uso de imagem, buscando evitar problemas futuros.

Assim que o vídeo tornou-se disponível no YouTube, enviei o link para alguns colegas por mensagens através do WhatsApp. Antes mesmo de eu compartilhar o produto em minhas redes sociais, alguns deles o fizeram, de maneira que eu também o fiz, como previsto no projeto. Foi interessante o fato de alguns colegas terem compartilhado o vídeo, pois gerou acesso de pessoas fora do meu círculo social.

A próxima etapa da pós-produção é a elaboração desse relatório, que será logo disponibilizado através do Teleduc e apresentado para a sala na aula do dia 15/06.

## **Reflexões**

Nesse tópico, serão apontados os pontos positivos e negativos no desenvolvimento desse projeto.

- **Pontos Negativos**

Os principais pontos negativos foram em relação aos atrasos na filmagem. Enquanto foi possível obter a maior parte das imagens na data programada, houve um atraso considerável na finalização desse processo. Outro ponto negativo visível foi a perda da qualidade técnica causada pela escolha dos equipamentos de filmagem e gravação de áudio, comparando-se com quem utilizou câmeras, microfones, etc. Essa escolha, porém, evitou transtornos na hora da gravação, e, ainda que seja um ponto negativo, não é uma escolha da qual me arrependo.

- **Pontos Positivos**

O projeto teve diversos pontos positivos. O primeiro deles que pude notar foi a diversão que o desenvolvimento desse produto me proporcionou. As cenas gravadas possuem caráter cômico, e coloca os personagens em situações inusitadas, como correr pelo RU. A boa vontade dos colegas em se dispor a participar do meu vídeo me entusiasmou bastante, e fez das gravações, além da realização de um trabalho, um momento de entretenimento.

Essa produção foi também um grande aprendizado. Primeiramente do ponto de vista da gestão, pois precisei controlar todas as etapas do processo, lidando com pessoas, prazos e imprevistos, para atingir o objetivo proposto. Depois, do ponto de vista técnico, pois, apesar de já ter utilizado softwares de edição de vídeos anteriormente, foi a primeira vez que utilizei algo mais profissional, como Adobe Premiere, e também que realizei ferramentas de correção de cor, entre outros aspectos.

Outro ponto positivo foi o retorno que recebi dos colegas. Disseram que o vídeo provocava humor, o que me leva a acreditar que o objetivo principal do produto foi cumprido.

## **Conclusões**

Posso dizer que fiquei satisfeito com os resultados do desenvolvimento desse produto, sobretudo com a recepção. O número de acessos recebidos por ele me surpreendeu, ultrapassando 100 visualizações no YouTube.

A liberdade para escolher o tipo de produto desenvolvido, assim como a maneira que ele seria desenvolvido foi muito interessante, sobretudo para o primeiro semestre do curso, pois garantiu o aprendizado dentro do próprio processo do desenvolvimento.

A realização dessa produção me anima para a realização de produções futuras, seja dentro das atividades previstas durante a graduação, ou como atividade externa ao curso. Além disso, a atividade da produção de um produto midiático ajudou na integração entre os colegas da sala, uma vez que na maior parte dos projetos desenvolvidos, inclusive o meu, os alunos se ajudaram mutuamente.

## Referências

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. *Lei sobre Direitos Autorais*. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/19610.htm>>. Acesso em 5.06.2015.

JUSTO, M.V.O. Trailer: Cinema e Publicidade em um só produto. *Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação*, São Paulo, ed.3, mar/mai. 2010. Disponível em <[http://www.usp.br/anagrama/Justo\\_Trailer.pdf](http://www.usp.br/anagrama/Justo_Trailer.pdf)>. Acesso em 10 jun. 2015.

THE HUNGER GAMES. *The Hunger Games: Catching Fire* - EXCLUSIVE Final Trailer. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=zoKj7TdJk98>>. Acesso em 22. Mai. 2015.

WARNER Bros. *Mad Max: Fury Road* - Official Main Trailer [HD]. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hEJnMQG9ev8>>. Acesso em 22. mai. 2015

WIKIPEDIA. *Trailer (promotion)*. Disponível em: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Trailer\\_\(promotion\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Trailer_(promotion))> Acesso em: 10 jun. 2015.