



Vinhetas para o programa de TV “Pare o Carro”¹

Bruno Henrique de S. EVANGELISTA²

Daniel HERRERA³

Rafaela BERNARDAZZI⁴

Williane Patrícia GOMES⁵

Maria Angela PAVAN⁶

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

“Pare o carro” é um programa televisivo de entretenimento que busca incentivar o turismo interno no estado do Rio Grande do Norte, voltado principalmente para o público jovem. Este trabalho pretende mostrar o processo de criação da identidade visual atrelada ao produto do programa através das vinhetas desenvolvidas para abertura, fechamento e passagens e ainda as significações da própria vinheta dentro do material televisivo de entretenimento.

PALAVRAS-CHAVE: Vinheta; design ; motion graphics; animação

INTRODUÇÃO

A vinheta dentro do produto audiovisual, desenvolve várias funções, identifica o programa e desenvolve no público o reconhecimento do visual associado a marca. O desenvolvimento e criação do projeto de vinhetas para o programa “Pare o Carro” baseou-se nas pesquisas

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade vinheta de TV (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Radialismo, email: brunoimozec@gmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Radialismo, email: danielherrera.br@gmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Radialismo, email: rafaelaleite@gmail.com.

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Radialismo, email: williane.p.s.gomes@gmail.com.

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social. email: mapavan@cchla.ufrn.br



feitas para o programa e apropriou-se da linguagem dinâmica e jovial para ditar as principais características do produto final das vinhetas de abertura, de fechamento e das vinhetas de identidade.

Com a ajuda da computação gráfica e as facilidades da edição não-linear, foi possível a construção, desde a ideia do logo até o objeto final, passando por diversos testes entre colorações e propostas de andamento para os video-tapes que caracterizam os inícios e fechamentos de blocos, bem como divisão de temas durante o programa.

Junto ao logo do programa, além da arte gráfica e dos elementos estéticos, as vinhetas procuram passar uma ideia que destaca-se do que apenas representa um apelo estético e decorativo e torna-se, mais do que uma imagem associada ao produto mas, também uma materialização do programa através da marca impressa e produtos que vão além dos midiáticos. A visão que teremos dos objetos da vinheta, ao longo do trabalho, produzirão um significado que será classificado ao longo do programa e remete cenários e roteiros de fácil associação com o público jovem.

2 OBJETIVO

O Objetivo da análise da criação das vinhetas e observação da representatividade da vinheta inclusa no programa almeja refletir não somente sobre o processo técnico de construção do produto mas, idealiza responder e evidenciar a utilidade prática da vinheta bem como expressar o grau de identificação do público com a imagem e examinar o conteúdo do programa.

A vinheta do programa “Pare o carro” possui diversos elementos que, aos poucos, durante o programa se mostram. A representação dos cenários de praia, campo e cidade demonstram as sugestões do programa de caráter turístico e ao mesmo tempo a proposta da forma de turismo através das viagens de carro que possibilitam o conhecer mais de perto e mais profundamente não somente o destino físico mas, também identificar as atrações culturais, naturais e pessoais.



3 JUSTIFICATIVA

A linguagem da vinheta representa além da primeira imagem de associação com o a temática, o entendimento do que surge no programa, o reconhecimento de “atrações” dentro do roteiro do programa.

Observar a influência da vinheta diante do público e analisar a criação do elo e associação da imagem do programa com as propostas contidas se faz necessário à medida que notamos o produto audiovisual como uma extensão de algo maior que possui e realiza uma ação de utilidade pública e ao mesmo tempo procura valorizar o patrimonio cultural e ecológico das potências turísticas do estado.

A partir do momento que entendemos então a proposta comunicativa do programa, podemos perceber a utilidade indispensável da vinheta não somente como elemento de abertura ou fechamento do programa, mas completando o sincretismo de significados visuais e estéticos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Procedimento Geral: A arte criada para as vinhetas do programa “ Pare o Carro” foram desenhadas a individualmente a mão, e finalizadas em computador, a criação das vinhetas foi feita com a técnica de animação de motion graphics. Que consiste na animação e movimentação de elementos ao longo do cenário utilizando programas de computador como o software Adobe After effects. Todos elementos gráficos foram previamente desenhados a mão e passaram por um processo de digitalização, tendo sua arte finalização feita no editores gráficos Adobe Photoshop

Sonorização: Diante da temática alegre e dinâmica do programa, a escolha da trilha independente foi feita através da seleção de diversas trilhas dentro de um banco de dados de músicas de bandas independentes.



Elementos da composição da vinheta: A vinheta tem como plano de fundo cinco cenários distintos nos quais o carro navega: o primeiro cenário é composto por uma cidade chuvosa e cinza que logo, ao chegar do carro, toma cor e “abre-se” para a viagem. No segundo cenário já encontramos uma cidade litorânea e a presença das praias. No terceiro cenário a ambientação é feita num local bem arborizado e já distante da cidade grande. Por fim, a vinheta encerra-se com a imagem do carro isolado na estrada, dando ideia da continuidade da viagem que vem com o início do programa.

Elementos textuais da vinheta: A inserção textual na vinheta limita-se aos créditos da equipe da produção do programa que aparecem apenas na vinheta de fechamento do programa.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A vinheta obtida para o programa “Pare o Carro” constitui-se de uma sequência de cenas que demonstra a proposta do programa e afirma a imagem para o público através da identidade visual do logo “Pare o Carro”.

A produto audiovisual atingido ainda, através dos tons de cores fortes e diversas demonstra a gama de diversas opções existente para o público que decide parar o carro e realizar junto da equipe o turismo de estrada no qual, acompanhados do apresentador, conhecem as cidades e suas atrações.



6 CONSIDERAÇÕES

A construção das vinhetas para o programa “Pare o Carro”, mais que realizar um trabalho estrutural para o programa realizam uma função reflexiva da imagem do programa, do conteúdo abordado, da metalinguagem do que é mostrado e fortalecem o processo comunicativo e associações diretas com o público-alvo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZNAR, Sidney Carlos. **Vinheta: do Pergaminho ao Vídeo**. São Paulo: Arete & Ciência/UNIMAR, 1997.

FIELD, Syd. **Manual do Roteiro**. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 1995

DACYNGER, Ken. **Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática**. Trad. Maria Angélica Marques Coutinho. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.