

Vinheta City.com¹

Danilo RIBEIRO²

Ana Paula MATOS³

Fabio SALVADOR⁴

Wellerson FERREIRA⁵

Renata Boutin BECATE⁶

Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio - CEUNSP, Salto, SP

RESUMO

City.com é uma sitcom idealizada e produzida para web, desenvolvida na AECA (Agência Experimental de Comunicação e Artes da FCAD (Faculdade de Comunicação Artes e Design) por estudantes de RTV, Fotografia, Cinema e Publicidade e Propaganda. Sua vinheta foi criada buscando não apenas servir de ilustração e delimitação para o início do audiovisual, mas pensada enquanto trecho integrante da obra final e com grande capacidade significativa, pois considerou-se o tempo todo a relevância de rápido entendimento da audiência sobre o que se falava para que assim houvesse a disposição de continuar assistindo o produto em um ambiente multifacetado e de fácil dispersão como a internet. A vinheta de abertura do City.com foi criada após pesquisa, se adequando ao público alvo, demonstrando na abertura as influências e características dos personagens da série.

Palavras-chave: vinheta; sitcom; entretenimento; jovem.

INTRODUÇÃO

City.com é uma sitcom, voltada para o público jovem que foca dois nichos distintos onde seus dois personagens centrais absorvem as características destes nichos. Lucy, uma jovem, hetero, nerd, geek, apaixonada por livros, filmes, games, cosplay, internet, rock e coisas do gênero. E Dani é homossexual, gosta de compras, moda, baladas e música pop. A cada episódio esses dois mundos se encontram com as relações interpessoais destes dois personagens que passam a dividir um apartamento em São Paulo. Com uma grande amizade os dois vivem experiências e entram em situações engraçadas, sempre tendo como ponto principal suas características e gostos pessoais. A função da vinheta no City.com é de identificar o programa e seus personagens. Trazer para o público o reconhecimento das

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Vinheta (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e Tv, email: dan.yribeiro@hotmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e Tv, email: anna_rtv@hotmail.com

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e Tv, email: fabiosalvador@hotmail.com

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Rádio e Tv, email: juninhodjfca@gmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e Tv, email: renata.fcad@gmail.com

características pessoais de cada um deles, retratada em acessórios e figuras que os representem, associando a marca ao seu público alvo.

O desenvolvimento e criação da vinheta se deu a partir de pesquisas por observação de universitários que se enquadram nos estilos propostos aos personagens. Assim, pudemos conhecer o público alvo, no caso, o perfil dos dois personagens centrais. Seus gostos e características, para assim poder personificar no conceito de criação esses arquétipos.

As vertentes temáticas da vinheta surgiram de influências de símbolos que remetem ao consumismo, moda e a games consagrados e franquias de filmes que fazem parte do universo geek. Para o psicólogo Erick Itakuram no Núcleo de Pesquisa em Psicologia e Informática da Clínica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, geek e nerd são a mesma coisa. Em sua opinião, o que mudou ao longo dos anos foi a aceitação social das pessoas ligadas a tecnologia. Para Richard Clarke, chefe da segurança antiterrorista de quatro presidentes do EUA (Reagan, Bush pai, Clinton e Bush filho) e autor do livro “Cyber War: The Next Threat to National Security and What to Do About It” (Tradução livre; “Guerra Cibernética: aproxima ameaça á segurança nacional e o que fazer a respeito disso”), em entrevista ao Colbert Report, (programa de televisão estadunidense), disse que a diferença entre nerds e geeks é que “geeks fazem acontecer”.

OBJETIVO

A vinheta do City.com almeja estampar, tanto na parte visual e gráfica quanto na parte sonora o conceito do produto. Os dois mundos são colocados ali e conseguem se fundir em harmonia.

Os efeitos visuais aplicados se completam com a música que traz em primeiro lugar influencias de temas de musicais em games, que mixado com vertentes da música pop eletrônica, retrata os dois expoentes dos personagens, demonstrando que podem viver em conjunto e se completar.

O principal conceito retratado é o das diferenças e que essas conseguem conviver se tornando uma só sem perder as identidades de cada uma. Isso também é retratado na história em cada episódio, nos ambientes de cena e nos conceitos de cada um dos personagens centrais. Com isso trazemos a tona, já nos primeiros segundos de cada episódio a identificação do produto com seu público-alvo.

JUSTIFICATIVA

A primeira imagem de associação com o tema se encontra na vinheta, ali se entende de que se trata o programa. Há o reconhecimento dos personagens e de suas características. Se tem também a ideia do conceito e gênero.

A associação da imagem do produto com as propostas de conceito do mesmo, precisam de um elo e este já pode se dar na vinheta de abertura que diante do público precisa servir desta influência. Quando analisamos o produto, neste caso um sitcom e vemos a extensão e veiculação de uma ideia, entendemos a importância da vinheta perante o público e como esse se porta diante do produto. O fato do público entender o conceito do que é dito, esta e pode começar na vinheta de abertura.

No caso do City.com a vinheta traz influências diretas de games como “Super Mario Bros”, franquia da “Nintendo”, criado em 1985. Considerado um clássico, foi um dos primeiros jogos de plataforma com rolagem lateral (slide-scrolling), esse mesmo movimento que se encontra em diversos efeitos colocados durante a vinheta. O design da abertura coloca como influências, também filmes como “Back to the Future” (no Brasil, De volta para o Futuro) filme norte-americano de 1985, dirigido por Robert Zemeckis, se tornou ícone do mundo geek, por ser um dos primeiros filmes de sucesso a trazer em seu roteiro jovens ligados a tecnologia. Outro filme que inspirou a vinheta de abertura do City.com é “Star Wars” (no Brasil, Guerra nas Estrelas), filme escrito por George Lucas, que se tornou uma espécie de herói para os amantes de “cosplay”. Na vinheta de abertura a personagem principal (Lucy) aparece associada ao robô “R2D2”, personagem do filme “Star Wars”, simbolizando toda a tecnologia que o jovem nerd, geek, costuma ter no seu dia a dia.

Para completar, na parte musical, foi escolhida uma trilha que remete ao clássico “Super Mário Bros.”, música original do jogo é composição de Koji Kondo, na versão do City.com ela aparece em velocidade e com arranjo diferente, dando espaço para posteriormente se fundir a uma batida mais pop comercial.

Com isso a abertura do City.com consegue fazer com que o público-alvo se assemelhe ao conteúdo ali exposto. Faz com que a personagem que divaga por esse mundo seja facilmente reconhecida e identificada pelo público. Com isso ele se associa a personagem e encontra ali objetos de gosto análogos aos seus.

Após essa primeira parte a vinheta de abertura até aí voltada para o mundo nerd, geek tem uma fusão estratégica com um mundo oposto. O segundo personagem tem como característica principal o gosto pelo mundo pop. Assim sendo, já na parte musical a um mix com uma musica com batida eletrônica, voltada ao pop eletrônico dançante.

E com isso as características visuais da abertura dão espaço a itens que remetem a moda e consumo. Os gráficos de games e filmes dão espaço a araras de roupas, armários e peças do vestuário, simbolizando o consumo e a beleza.

Essas características são associadas ao personagem, trazendo ali a identificação do mesmo. Com isso fica clara a colocação dos dois mundos que servem de enredo para os episódios e como eles se divergem. Durante a vinheta os dois personagens se encontram em rápidos momentos, trazendo a desmistificação que esses mundos não podem se fundir ou um aproveitar o que é melhor do outro.

No fim da abertura há uma união desses dois mundos representadas não só pelos dois personagens juntos como também objetos que representam os dois personagens compartilhando do mesmo espaço. Assim se da o conceito da vinheta de abertura representando o que é o City.com, a união do diferente em vivencia harmônica e respeitosa.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Segundo Syd Field, o roteiro pode começar pela criação biográfica dos personagens. E assim foi feito. Tendo uma ideia do que ia se narrar começou uma observação, na qual a principal função era se aprofundar sobre os dois conceitos de personagens que serviriam de enredo para os episódios.

Pessoas que se enquadravam com o estilo proposto aos personagens ajudaram a moldar as estruturas e características. Principalmente na busca por ícones que representassem esses gêneros.

Após a pesquisa, objetos que personificavam as características e gostos pessoais dos personagens foram separados e escolhidos os que mais se assemelhavam aos personagens e também de mais fácil reconhecimento pelo público-alvo.

Com o intuito de despertar no expectar já na vinheta esse reconhecimento de território e esperar a resposta em sentimentos específicos, persuadindo assim o destinatário. Segundo o sociólogo italiano Mauro Wolf:

A persuasão dos destinatários é um objetivo possível, sob a condição de que a forma e a organização da mensagem sejam adequadas aos fatores

que o destinatário ativa na interpretação da própria mensagem (WOLF, 2003, p.18).

Com isso o ambiente e como eles iam perambular nele foi estudado para o roteiro e isso passado para a criação da abertura. A forma como os atores deveriam se portar, sua personalidade e trejeitos.

Utilizando-se da técnica de animação de recortes, utilizada por Terry Gilliam no programa de TV inglês MontyPython's FlyingCircus, em Portugal, "Os Malucos do Circo", que foi transmitida pela BBC entre 1969 e 1974. E com o mesmo conceito aplicado na série se aplicou a vinheta de abertura do City.com. Utilizando-se de imagens reais, desconstruindo um cenário sem se preocupar com questões físicas da realidade.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A vinheta de abertura do City.com retrata o contexto e ideais do produto. A ideia de mesclar e formatar os episódios de um sitcom em peripécias vividas por dois jovens, sendo um garoto homossexual, amante do consumo e mundo pop e outra uma jovem garota, nerd e geek, que gosta de games e filmes.

Partindo de duas premissas, o perfil dos personagens e o tema do programa; Lucy sendo uma personagem nerd, que gosta da saga "Star Wars", sua apresentação acontece como holograma. Através de uma projeção do robô "R2D2", personagem da franquia "Star Wars", uma clara alusão a famosa cena do filme "Star Wars Episode IV: A New Hope", no Brasil, "Star Wars Episódio IV: Uma Nova Esperança", na qual a personagem "Princesa Léia" é projetada pelo robô "R2D2", o que dá início a toda aventura de "Luke Skywalker". Outra referencia ao universo nerd são os cartazes de filmes que se encontram na parede do quarto de Lucy. Cartaz do filme "De Volta para o Futuro", cartaz do filme "Viagem à Lua" (1902) de Georges Méliès. Dentro do contexto também aparece o videogame "Atari", como imagem de fundo da televisão que é ligada a esse videogame aparece a imagem do game "Combat", esse que foi um dos nove títulos de lançamentos do "Atari 2600". No fundo podemos ver um boneco do "Freddy Krueger", personagem dos filmes "A Hora do Pesadelo" filme estadunidense de 1984, dirigido e escrito por Wes Craven, referencia nos filmes de terror. Todos estes pontos também foram pensados devido a idade da personagem 24 anos, sendo assim, sua infância aconteceu na transição dos anos 80 para 90, com isso as influencias de vida da personagem ficam evidentes. O personagem Dani é apaixonado por moda, com isso em sua apresentação ele contracenava com muitas roupas, incluindo na

transição de sua cena que é feita através de uma “chuva” de roupas que enchem a tela. Pelo fato da história se passar em uma cidade grande (São Paulo), existe uma representação da cidade em forma de espectro quando os dois personagens estão juntos em cena. A trilha sonora da vinheta de abertura foi escolhida devido às características do programa. O produtor de áudio Tony Berchmans em seu livro “A música do filme” (2006, p.19) faz a seguinte distinção: trilha sonora é todo o conjunto sonoro do audiovisual, incluindo música, efeitos sonoros e diálogos. Pensada assim na influência que pode exercer para “seduzir” o público e se identificar com as opiniões e questões veiculadas. LEITE (2003,p.8) afirma que:

A cultura contemporânea é dominada pela mídia, conseqüentemente os meios de comunicação e de entretenimento são fontes de uma nova pedagogia cultural, na medida em que contribuem para nos ensinar a como nos comportar, o que pensar, o que sentir, em que acreditar, o que temer e o que desejar. (LEITE, Sidney, 2003, pg.8)

Com isso a trilha começa com uma versão pop do tema musical do jogo “Super Mario Bros.”, assim sendo, a vinheta se inicia com referências ao próprio jogo. Na cena inicial, onde aparecem os “canos” que são como um teletransporte para o personagem “Mário” no jogo. Na vinheta, dos “canos” que aparecem no início, sai o robô “R2D2”. No fundo, o céu, os cogumelos acertados pela bala de canhão são referências diretas ao jogo “Super Mario Bros.”. O ritmo da edição no decorrer da vinheta, foi pontuada pela trilha sonora, um exemplo está logo no início quando a primeira nota grave serve como “disparo” do robô R2D2 pelo cano. As cores escolhidas para comporem a vinheta transmitem as características do programa. Segundo FARINA (1990), “Nas artes visuais, a cor não é apenas um elemento decorativo ou estético. É o fundamento da expressão. Está ligada à expressão de valores sensuais e espirituais”. A diversidade de cores procura representar alegria e liberdade desprovida de preconceito, porém três cores se destacam; Rosa, amarelo e azul. “A força da cor é de uma sugestibilidade incomparável e, portanto, um recurso de alto valor na Publicidade.” (FARINA, 1990)

Para a construção gráfica da vinheta foram utilizados dois softwares, AfterEffects CS6 e Photoshop CS6. No Photoshop as imagens eram recortadas e tratadas, enquanto no AfterEffects foi feita a composição e animação em si. O recorte do Chroma Key foi feito no After Effects CS6, sendo que em alguns momentos foi necessário realizar o recorte do vídeo frame a frame através de máscaras.

CONSIDERAÇÕES

O programa City.com, foi a primeira sitcom produzida pela CEUNSP.TV. No projeto continham alunos de Radio e TV, Cinema e Fotografia. Um projeto grande, pois, abrangeu a criação de um cenário, representando um apartamento, que consistiu na construção de paredes, com portas e janelas, confecção e criação do ambiente cênico, que se deu após um estudo para assimilar as características dos dois personagens ao ambiente, passando por confecção de roteiros, assimilação da imagem do produto perante o público-alvo, ensaio de atores, captação de imagem, edição, criação da vinheta e veiculação.

A vinheta de abertura do City.com tem a função de fazer o público assimilar e ter a primeira impressão do produto. Com uma vertente leve e com humor a vinheta trás ao espectador do que se trata os episódios e uma ideia de como eles fluem. Trás também características dos personagens e a associação da marca ao produto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**, 4.ed., São Paulo, Edgar Blücher,1990.

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

FIELD, Syd. **Os Exercícios do Roteirista**. Rio de Janeiro, Ed. Objetiva, 1996.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**, 1.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BERCHMANS, Tony. **A música do filme: Tudo o que você gostaria de saber sobre música de cinema**, 1 ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2006

BERCHMANS, Tony. **Conselhos importantes dos mestres da música para cinema, 2005?** Disponível em: <<http://www.scoretrack.net>> Acesso em: 23 mar. 2008.

LEITE, Sidney Ferreira Lima – **O cinema manipula a realidade?**, 1.ed. São Paulo: Paulus, 2003.

CARACCILO, Paola. **Webséries: estratégias narrativas para a ciência – Uma análise da experiência com mídias móveis no Museu Paraense Emílio Goeldi**. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Pará, 2011.

ALTAFINI, Thiago. GAMO, Alessandro. **Web-séries no contexto dos universos narrativos expandidos**. Revista Geminis ano 1, nº1, 2010. Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/viewArticle/28>> Acesso em: 23 set. 2011.

