



## XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste

UFES - Vitória-ES  
De 03 a 05 de Junho de 2019.



### EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

<b>INSCRIÇÃO</b>	01221
<b>INSTITUIÇÃO</b>	Universidade Vila Velha
<b>CAMPUS</b>	
<b>CIDADE</b>	
<b>UF</b>	
<b>CATEGORIA</b>	CA
<b>MODALIDADE</b>	CA08
<b>TÍTULO</b>	Vinheta Nacom TV: a mesmice fora do ar
<b>ESTUDANTE-LÍDER</b>	hugo chaves torezani
<b>CURSO ESTUDANTE-LÍDER</b>	
<b>COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:</b>	Nathalia Louro Andrade (Universidade Vila Velha); Rodrigo Dantas Bandeira (Universidade Vila Velha); João Giry de Castro Netto (Universidade Vila Velha); Maria Aparecida Torrecillas Abreu (Universidade Vila Velha)

### DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O Nacom é uma agência experimental júnior criada em 1999, pelo curso de publicidade e propaganda da Universidade Vila Velha. Com 20 anos de presença no mercado, já se destacou em várias premiações (Festival Mundial de Publicidade de Gramado, em 2006, Festival Colibri, maior premiação de publicidade no ES), a mais recente delas no Expocom 2017, recebendo o prêmio de Melhor Agência Júnior de Publicidade do Sudeste. A cada semestre o Nacom abre espaço para novos alunos, formando, assim, novas equipes. Muito mais que uma prévia do que acontece no dia a dia das agências profissionais de comunicação, no Nacom, os alunos e coordenadores ajudam-se, para que cada trabalho concedido seja impecável e criativo oferecendo aos alunos uma experiência de trabalho prático e criativo em uma agência, tanto na área de atendimento, criação e planejamento. Cada trabalho produzido tem seu foco na criatividade, incentivando a liberdade e o lado artístico dos integrantes, não sem antes fazer uma reflexão crítica entre a prática e a teoria aprendida em sala de aula. Deleuze, no texto Os intelectuais e o poder (Foucault - Microfísicas do Poder, 1979), vai dizer que "A prática é um conjunto de conexões entre um ponto teórico e outro. E a teoria é um movimento que abarca duas ou mais práticas". O Nacom permite essa reflexão entre o pensamento e a ação em suas rotinas de trabalho. Um dos principais objetivos para o ano de 2018, era buscar novas formas de se comunicar. A partir disso, surgiu a ideia de criar conteúdo para o canal do Nacom no Youtube. Quatro componentes da equipe foram selecionados para participar deste projeto. Ocorreram diversos brainstorms para encontrar a ideia, identidade visual e, principalmente, o nome do canal, que passou a chamar-se Nacom TV. Com conceito e ideias em mãos, o primeiro passo era criar uma vinheta para o canal, sua própria identidade visual. Um resumo do canal em poucos segundos. De acordo com Sidney Carlos no livro "Vinheta: do Pergaminho ao Vídeo", publicado no ano de 1997 pela editora Arte e Ciência, "[...] vinhetas são fantasias visuais que estão presentes no vídeo, levando aos telespectadores momentos de emoção, ação e criações artísticas."

### DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

O objetivo da vinheta é representar o canal sucintamente, de forma moderna, jovem e leve. Para isso referenciadas as vinhetas do canal MTV Brasil. No canal, a maioria das vinhetas são feitas a partir de viagens visuais, levando o telespectador a criar sentimentos de estranheza. De acordo com Carla Cristina no artigo "A relação entre a linguagem visual da MTV e a cultura pósmoderna", publicada pela PUC-RIO, "Os comerciais da MTV têm a característica de se mostrarem de tal forma inseridos na programação da emissora, que às vezes fica difícil verificar a entrada do bloco de comerciais, já que alguns deles se assemelham com a linguagem visual adotada pelos programas e vinhetas da emissora, como já foi comentado." Era certo que a equipe queria referenciar as vinhetas do canal.

### DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Com conceito e ideias em mãos, o primeiro passo era criar uma vinheta para o seu canal próprio no Youtube, sua própria identidade visual. Um resumo de sua programação em poucos segundos. De acordo com Sidney Carlos, no livro "Vinheta: do Pergaminho ao Vídeo", "Existe todo um processo artístico e técnico na produção de uma vinheta. Dada a sua complexidade para obter efeitos visuais, leva até cinco meses para ser realizada, pois existe uma preocupação constante entre os especialistas: a de produzir vinhetas com imagens cada vez mais realistas, que não permitam ao telespectador distinguir se foram feitas em computador ou se são reais de fato." A ideia inicial era utilizar um aparelho de televisão antigo ligado para gravar o chuvisco, seguida da logo do Nacom TV, em um chroma key. Porém, por falta de equipamento, não foi possível. Como sugestão de um dos membros da equipe, a ideia de uma vinheta foi não fazê-la a partir de programas de confecção de vetores ou manipulação de imagens, como o Adobe Illustrator e Adobe

Photoshop. Decidimos gravá-la com efeitos reais, sem manipulação gráfica. A solução adotada foi criar um papercraft (um modo de construção tridimensional de objetos com papel) de uma televisão, enquanto tintas de várias cores são jogadas sobre ela. As cores trazem a ideia de algo vibrante e vivo. A ideia passada pelo conceito é de que o Nacom TV é provido de energia e é tão dinâmico e vívido que o aparelho de televisão não consegue mais conter as cores nele. Daí o transbordamento das cores, que nela vão caindo em forma de tinta. Foram necessários dois takes para conseguir uma gravação de qualidade. Na primeira, por conta da iluminação, foi utilizado um papel A2 branco para criar a ilusão de um fundo infinito, ao ar livre. Tudo ocorreu como deveria, porém, a filmagem acabou ficando poluída por conta de insetos entrando no quadro e no fundo infinito. Já no segundo take a mesma ilusão de fundo infinito foi utilizada. Porém, agora, na própria agência, para que insetos não atrapalhassem as filmagens. Como a televisão foi feita de papel, outro papercraft precisou ser confeccionado. Com um tripé de mesa, e diversas lanternas dos celulares da equipe da agência, em um único take foi gravado a, então, vinheta do Nacom TV. Um esforço criativo, dadas as condições técnicas, superadas pela criatividade. Esse é o valor de trabalhar a teoria e a prática juntas: desenvolver criativamente soluções estéticas para a TV com produção modesta. Essa é a linguagem das TV's nas mídias sociais, que desafia a criatividade para transmitir uma linguagem.