

Vinheta Centro Ásia – Tomodachi¹

Suzana SEGALLA²

Lucimara GONSALVEZ³

Kézia M. SILVA⁴

Flávia Lúcia Bazan BESPALHOK⁵

Juliane MARTINS⁶

Cleverson Ribas CARNERIO⁷

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

Este *paper* apresenta o processo de criação da vinheta do vídeo institucional Centro Ásia – Tomodachi, desenvolvido a partir de uma proposta interdisciplinar entre as matérias laboratoriais de Produção de Textos para Mídias Institucionais e Projetos Multidisciplinares do curso de Tecnologia em Comunicação Institucional da Universidade Federal do Paraná, no qual o grupo autor teve que trabalhar com uma empresa já consolidada no mercado. Com os conhecimentos já adquiridos na matéria de Laboratório de Técnicas de Comunicação – Vídeo, foi possível a criação de uma vinheta com 13 segundos de duração.

PALAVRAS-CHAVE: vinheta; interdisciplinar; vídeo; institucional; audiovisual.

1 INTRODUÇÃO

Fundada em Curitiba, no ano de 2008, pela professora Lina Saheki, o Centro Ásia – Tomodachi tem como principal objetivo aproximar a comunidade curitibana de elementos culturais de países como Japão, Coreia e China. O centro é uma organização sem fins lucrativos, no qual toda verba arrecadada é destinada exclusivamente à manutenção da escola, o que viabiliza a promoção de cursos acessíveis à sociedade. Os principais produtos

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade CA08 Vinheta (avulso).

² Aluno líder do grupo e recém formada. email: suubss@gmail.com.

³ Estudante recém formada. email: lugonsalves@globo.com.

⁴ Estudante recém formada. email: mskezia@gmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Tecnologia em Comunicação Institucional. email: flabespa@gmail.com.

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Tecnologia em Comunicação Institucional. email:

juliane_martins@zipmail.com.br

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Tecnologia em Comunicação Institucional. email: cleverson411@yahoo.com.br

e serviços do Centro Ásia – Tomodachi são: cursos de idiomas orientais, workshops, palestras empresariais, artes marciais e aulas de dança.

A escola também possui um forte vínculo com campanhas sociais e com projetos voluntários. A começar com o Dobrando Alegrias, que busca levar de forma lúdica a arte do origami às escolas, hospitais e instituições carentes. Outro projeto é o Centro de Coleta de doações – Wolfpack Curitiba, que a mais de 20 anos recolhe mantimentos que são distribuídos a pessoas em situações de risco.

Durante o Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional, da Universidade Federal do Paraná (UFPR), foi lançada a proposta na disciplina de Oficina de Produção de Textos para Mídia Institucional, ministrada pelo professor Cleverson Ribas Carneiro, em conjunto com a disciplina Laboratório de Projetos Multidisciplinares, da professora Juliane Martins, a produção de um projeto de comunicação para uma empresa existente no mercado.

A ideia foi incentivar os alunos a procurar problemas comunicacionais reais, os quais poderiam ser solucionados com técnicas aprendidas no decorrer da graduação. A turma foi dividida em grupos e cada equipe escolheu uma empresa com alguma demanda de comunicação. O grupo autor deste trabalho escolheu a instituição Centro Ásia – Tomodachi, pois uma das integrantes já havia estudado na escola anos atrás e conhecia algumas das necessidades da instituição.

Com isso, a equipe passou a analisar todos os meios de comunicação utilizados pelo centro, desde folders e flyers informativos até as redes sociais da escola. No final da análise, constatou-se que o Centro Ásia possuía poucos materiais audiovisuais que apresentassem a escola de maneira institucional.

Sendo assim, o grupo entrou em contato com a instituição, a qual recebeu a proposta de melhorias na comunicação com entusiasmo. Depois de diversas reuniões, decidiu-se que, de acordo com a análise feita, seria necessária a produção de um vídeo institucional para o Centro Ásia, o que deu origem ao nosso projeto de comunicação. O produto, como um todo, foi muito bem avaliado, mas o que mais chamou atenção no vídeo foi a vinheta criada pelas alunas que apresentava uma temática criativa, simples e cativante.

2 OBJETIVO

O projeto laboratorial que originou a vinheta teve como objetivo atender as especificações do plano de comunicação criado nas disciplinas parceiras ao projeto, de forma que transparecesse a essência da instituição trabalhada e que ao mesmo tempo buscasse soluções à demanda comunicacional encontrada.

Ao se optar por um vídeo institucional, era imprescindível para o grupo a criação de uma vinheta, baseando-se então em Jaqueline Esther Schiavoni (2011, p. 101), que faz uma análise dos usos e funções da vinheta:

Enquanto as vinhetas de abertura, passagem e encerramento giram em torno de produtos televisivos, a vinheta institucional traz a marca da emissora ou de alguma filiada. Assim como as outras, podem ser visuais, sonoras e audiovisuais. E cada uma dessas linguagens pode ser usada a serviço da autorreferencialidade. As imagens, por exemplo, podem fazer referência à emissora por meio de logotipos ou logomarcas; ruídos e músicas podem ser taticamente utilizados como elementos de identidade e, por sua persistência no ar, serem apontados pelo telespectador como pertencentes a um canal específico.

Se tomarmos o termo “emissora”, utilizado na citação de Schiavoni, como “instituição” podemos supor que na vinheta deve estar transcrita a identidade visual da escola. Portanto, foram escolhidos elementos que fazem referência direta ao Centro Ásia – Tomodachi, como a boneca japonesa e a estante de livros em língua oriental.

3 JUSTIFICATIVA

Quando o grupo fez a análise da entidade, apurou-se que a maioria dos materiais audiovisuais que ela possui segue um padrão de ter um início lento e calmo, talvez por remeter diretamente a princípios da cultura oriental. Tendo isso em mente, decidimos pela produção de uma vinheta com as mesmas características, pois assim criaríamos uma identidade visual para a escola.

Nas especificações do plano de comunicação criado, optou-se por deixar a veiculação do vídeo apenas nas mídias online, por isso a vinheta tinha que juntar as experiências de três disciplinas, incluindo. a de Laboratório de Técnicas de Comunicação – Vídeo, uma matéria ministrada pela professora Flávia Lúcia Bazan Besspalhok no semestre anterior à execução desse trabalho, que nos apresentou instruções de criação de roteiros,

apresentação e edição dos produtos audiovisuais que também seriam destinados à mídia ponto com.

Na sequência, foram utilizados conhecimentos da disciplina de Oficina de Produção de Textos para Mídia Institucional, que teve grande influência na decisão de aplicarmos o plano de comunicação exclusivamente no ambiente digital e, por fim, a matéria de Laboratório de Projetos Multidisciplinares, que orientou em como utilizar todos esses fundamentos na vinheta de maneira concisa.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Como citado anteriormente, para que o projeto de comunicação fosse bem elaborado, a equipe autora fez antes uma busca de empresas que possuíssem desafios comunicacionais e a partir de uma filtragem, optou por escolher instituição Centro Ásia – Tomodachi. A primeira tentativa de contato foi pelo perfil em uma rede social, porém o retorno não foi imediato. A segunda tentativa foi por telefone, na qual nos informaram que a porta-voz da instituição, professora Lina Saheki, estava em viagem ao Japão e que deveríamos aguardar o retorno dela para começar as negociações a respeito do vídeo.

Com o retorno da professora, ocorreu a primeira reunião do grupo com a instituição, quando foi apresentada a ideia de criar um vídeo que apresentasse a escola de maneira clara e objetiva. Ocorreram mais duas reuniões, uma para o briefing com a cliente e a outra para a apresentação da ideia já construída. Depois de estabelecidos os pontos principais das gravações, iniciou-se a fase de elaboração do roteiro, com divisões de cenas, planos e tomadas, falas. Ficou estabelecido, a pedido da cliente, que o vídeo deveria ter uma vinheta que apresentasse de forma amigável a evolução da escola nos anos que está no mercado.

Com esse pedido, o grupo se reuniu diversas vezes para discutir uma forma de elaborar uma vinheta com as características propostas pela professora Lina. A vinheta foi a última parte a ser produzida e surgiu como em insight da integrante do grupo que fazia as gravações. No último dia de captação de imagens, duas integrantes começaram a gravar diferentes ambientes da instituição, com o intuito de colocar as imagens no decorrer do vídeo. Em um das salas de aula, havia uma estante cheia de livros em japonês, coreano e

mandarim, em que havia alguns itens decorativos que remetiam à cultura daqueles países em cada prateleira. Um item que chamou a atenção foi uma boneca japonesa que tinha as cores da escola. Foi quando a ideia de utilizar a boneca e o fundo dos livros surgiu.

A vinheta foi editada no programa Sony Vegas Pro 11.0. O recurso utilizado foi de corte seco com junção de imagens no qual a boneca estaria em outra posição. Como citado, para cada mudança de movimento da boneca eram gravados no mínimo 5 segundos, os quais nos davam tempo de sobra para cortes e manipulação da imagem, o que fez com que a vinheta ficasse com o total de 12 segundos.



Figura 1. Imagem da gravação da vinheta.



Figura 2. Integrante mexendo a boneca.



Figura 4. Imagem da gravação da vinheta



Figura 5. Integrante mexendo na boneca



Figura 6. Imagem do Software Sony Vegas Pro 11.0, durante a edição da vinheta

Afim de melhorar a qualidade da imagem, foram utilizados os seguintes recursos: *Brightness and Contrast*, *Color Balance*, *Color Curves* e *Sharpen*. Todos trabalham com o princípio de deixarem a imagem do vídeo mais viva e chamativa com princípios da manipulação do contraste e brilho das três cores primárias – vermelho, azul e verde.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Depois de ter a ideia, a filmagem foi bem simples. Duas integrantes do grupo participaram da gravação, na qual foi utilizado um tripé e uma câmera Sony HDR- XR160. Ambos foram colocados na frente da prateleira em que seria filmado o “andar” da boneca japonesa.

O começo da vinheta foi produzido com o efeito de zoom in para que a boneca fosse enquadrada. A próxima imagem foi feita em plano americano, assim a boneca estaria em evidencia no cenário criado. Para criar o efeito dos passos da boneca, enquanto a câmera permanecia ligada, depois 5 segundos de gravação, uma das integrantes a deslocava alguns centímetros a fim de criar outra imagem com a boneca em outra posição, o que rendeu ao todo 3 minutos e 46 segundos de gravação.

Houve um momento em que o a imagem ficou em close up, apenas no rosto da boneca, pois queríamos passar a ideia de que ela estava animada e olhando para algo, que mostrou ser a logo do Centro Ásia – Tomodachi. A vinheta termina com um zoom out na boneca e com um fade in da logo da instituição, totalizando 12 segundos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi a primeira vez que a equipe fez uma vinheta, constatou-se que a maior barreira para a criação dela não é a edição ou a produção, mas sim ter a ideia do que fazer. A concepção de uma vinheta deve ter, de maneira concisa e precisa, a criatividade atrelada ao conhecimento de causa do autor, algo que pode ser um desafio. A vinheta do vídeo institucional Centro Ásia – Tomodachi mostrou-se como um grande diferencial no final de sua produção, pois conseguiu apresentar elementos que remetem diretamente à escola, que leva por pequenos passos o conhecimento sobre a cultura oriental à sociedade curitibana.

Percebemos que a vinheta é sim peça-chave em qualquer projeto institucional audiovisual, pois é a primeira imagem e/ou som que o público terá quando a instituição está sendo apresentada. É nela que se define se o espectador continuará a assistir ao restante da produção ou não. Portanto, ser criativa, simples, cativante e ter algum diferencial são importantes para a criação de uma vinheta de sucesso.

REFERÊNCIAS

CENTRO ÁSIA – TOMODACHI. Disponível em: <http://www.centroasia.com.br/> Acesso em: 12 de março de 2016

CENTRO DE COLETA – WOLFPACK CURITIBA. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/equipewolffpack> Acesso em: 12 de março de 2016

DOBRANDO ALEGRIAS. Disponível em: <http://www.dobrandoalegrias.org.br/> Acesso em: 12 de março de 2016

SCHIAVONI, Jaqueline Ester. **Vinheta Televisiva: usos e funções**. Revista de Cultura Audiovisual, 2011. São Paulo. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/download/68162/70715> Acesso em: 10 de abril de 2016