

Aula 8 – Linguagem radiofônica

Parte 1 – Vinheta

Conceito:

A **vinheta** tem várias funções e recebe denominação própria: ‘**vinheta** de abertura e de encerramento’, ‘**vinheta** de identidade’, ‘**vinheta** de chamada’, ‘vinhetas de passagem’, etc. Uma definição aceitável de **vinheta** pode ser: peça de curta metragem, constituída de algum tipo de signo ou representação, composta de elementos imagéticos, sonoros e mensagem de expressão verbal, usada com fim informativo, decorativo, ilustrativo, de remate, de chamada, de passagem, de identificação institucional e de organização do espaço televisivo, etc. As vinhetas aparecem nos espaços interprogramas e *breaks*, na abertura e no encerramento de produção e das seções, muitas vezes fazendo parte da própria produção dos programas. As imagens das vinhetas trazem consigo, quase sempre, um signo de identificação, seja a marca, o logotipo, a logomarca, um efeito sonoro ou um *slogan* da emissora e são elaboradas pela arte dos *videographics*, que é uma forma de arte eletrônica produzida pelo processo gráfico, artístico e tecnológico e que tem como suporte o vídeo. Segundo Aznar (1997: 44) “a **vinheta** tornou-se um apelo decorativo imagético e sonoro, que além de identificar a emissora de forma característica, ainda tem a função de auxiliá-la a vender os seus produtos”.

A vinheta, portanto, identifica a emissora. No Brasil, as emissoras de rádio têm características particulares, vamos rever

1 – Mesmo no eixo Rio-São Paulo, a maioria das emissoras pertence a grupos políticos ou religiosos e são usadas para influenciar as comunidades em que se inserem. Portanto, mesmo que não recebam muita atenção dos planos de mídia publicitário, essas rádios têm muita audiência e exercem grande influência.

2 – Isso não significa, no entanto, que todos os programas de rádio devem ser, exclusivamente, alinhados com a ideologia de seus proprietários, mas devem buscar garantir o índice de audiência.

3 – No Brasil, o primeiro comunicador a estruturar um programa com jingles – Padaria Bragança – foi Ademar Case. Já o Repórter Esso, criado pelos publicitários da McCann Erickson, notabilizou-se pela vinheta que anunciava notícias importantes.

Mesmo na vinheta, os conceitos de sonoplastia, utilizados nos spots, valem:

→ Trilha Musical: é sensorial. Contribui para a emoção.

Ex: em um filme quando um casal se beija, é inserida uma música.

→ Efeitos sonoros: proporcionam ambientação.

*assimilação de objetos e locais → sensações → ambientação.

Ex: som de ondas remete a tranquilidade e praia.

→ Silêncio: tem significado forte. Causa expectativa e destaca sons que provém.

Ex: filmes de terror, suspense e aventura o utilizam para proporcionar expectativa e susto.

uma **vinheta** é uma mensagem simples e de curta duração, a fim de ser lembrada com facilidade.

As Vinheta, também chamadas de *spots*, são pequenas intervenções feitas durante a programação de rádio.

Servem para fazer intervalos nos programas, para anunciar uma atração, para mobilizar a respeito de um tema ou até mesmo para passar uma mensagem.

O que é uma vinheta de utilidade pública?

Tudo que é de utilidade pública tem como finalidade informar a população sobre temas que interessam a ela. É o caso de todas as informações sobre saúde. A vantagem de usar a vinheta como meio para informar as pessoas é que podemos usar a criatividade e atingir um grande número de pessoas, que são ouvintes da rádio onde a vinheta é tocada.

Como produzir uma vinheta?

Para conseguir passar uma mensagem que em 30 segundos gere algum resultado social, é preciso muita preparação. O jeito de criar a vinheta depende da criatividade, mas antes de mais nada é preciso lembrar que a linguagem do rádio é rápida e objetiva.

Com a Vinheta, esse conceito deve ser seguido à risca porque temos apenas 30 segundos.

Conteúdo

Quando nos comunicamos com o nosso professor, não usamos as mesmas palavras, nem o mesmo tom que usamos quando estamos entre amigos. Com a vinheta é a mesma coisa.

Para uma vinheta ser interessante, ela tem que se destinar a um grupo de pessoas específico, o que chamamos de público. Este público tem algumas características específicas como idade, por exemplo. É diferente falar com um senhor de idade e com uma criança de 5 anos.

Responder às seguintes perguntas pode ajudar:

1. Categoria: em qual a **categoria** irei inscrever minha vinheta?
2. Tema: qual será o **tema** da minha vinheta, ou seja, de que assunto ela falará. Por exemplo, esportes, alimentação, vida saudável, problemas no coração, infarto, o que fazer em caso de emergência?
3. Público: Pensando no tema, que **peçoas** seriam diretamente afetadas pelo conteúdo da vinheta, por exemplo, uma mensagem que incentiva a prática de esportes é melhor ser ouvida por um atleta profissional ou por uma pessoa sedentária?
4. Efeito desejado: Você precisa pensar no **efeito** que você quer produzir, por exemplo, quer que as pessoas saibam mais sobre infarto, quer incentivar as pessoas a praticar esportes, quer pedir para as pessoas pararem de fumar.
5. Estilo: Não se esqueça de pensar qual o melhor **estilo** para a sua vinheta: será cômica, será séria. O seu tom é de fornecer alguma informação ou convencer as pessoas de alguma coisa. Terá um tom de sugestão, um conselho, uma orientação, uma descoberta.
6. Formato: Finalmente, pense no **formato** da sua vinheta, será falada com música de fundo, será uma música criada pela equipe, será uma paródia de uma música conhecida: será cômica, será informativa, será uma paródia.

Preparação e Gravação

Elejam, na equipe, quem será ou quem serão os locutores da mensagem. Treinem a locução e se a vinheta dura até 30s. Vejam se a cadência da fala, ou seja, a velocidade com que o locutor narra a vinheta e as pausas entre as palavras, deixa a vinheta fácil e agradável de ouvir (uma pessoa que tem de se esforçar para entender, não prestará atenção no que ouve).

Após ajustar este ritmo, é hora de escolher a trilha sonora. Pensem em músicas de fundo e sons que possam ter a ver com a vinheta, por exemplo, som de ambulância, de coração batendo, uma música mais calma, mais agitada. É importante destacar que a música não é um adereço qualquer, ela faz parte da linguagem da vinheta e se integra à narração.

Não esqueçam do ensaio. Ensaiar várias vezes é importante porque traz segurança e ajuda a ver o que pode ser melhorado.

Parte 2

Exemplos de vinhetas

- Repórter Esso

- O Globo no ar

- **“Rádio Heliópolis, a rádio verdadeiramente comunitária”***

- **Em vinte minutos, tudo pode mudar**

- **A rádio que toca notícia**

Vinheta CAPÍTULO 11

O que é?

Um texto curto associado a um efeito sonoro ou música. É usada para identificar a emissora, programas ou quadros. Pode também separar os blocos ou anunciar quadros do programa ou da emissora. Pode ser usada várias vezes durante o programa.

Exemplos de vinhetas:

1- Para entrar ou voltar de um intervalo comercial:

Você está ouvindo Viva a Vida

Voltamos a apresentar Viva a Vida

2 – Para identificar quadros:

Receita

Hora do Conto

3 – Para encerramento de programa:

Você acaba de ouvir Viva a Vida, um programa.... Nós voltamos... neste mesmo horário. Até lá.

Como se faz?

Antes

Escolha uma música adequada; geralmente deve ser instrumental para acompanhar a locução. O texto deve ser curto e criativo, além de utilizar efeitos sonoros.

Durante

Segue o mesmo processo do Spot. Por isso, na hora de escrever a vinheta, utilize o esquema dos quatro Cs, lembrando que a mensagem é:

Curta: uma palavra ou uma frase;

Concreta: a palavra ou frase é direta, objetiva, capaz de envolver o ouvinte;

Criativa: usar recursos criativos como efeitos sonoros, músicas e uma locução adequada ao que se pretende;

Completa: estimula a atenção, desperta o interesse do ouvinte.

Da mesma maneira, é importante acompanhar a gravação para que o resultado final esteja de acordo com o seu roteiro.

Depois

Uma dica que pode ajudar na avaliação da sua vinheta é compará-la sempre com outras vinhetas.

Como utilizar?

Para identificar o programa ou a emissora, para separar blocos, para apresentar um tema, a hora certa etc.

Como capacitar?

Refazer vinhetas já conhecidas;

Construir frases a partir de uma só palavra, usando humor e elementos de criatividade;

Produzir vinhetas para os blocos dos programas e para os quadros da emissora, levando em conta os objetivos e especificidades de cada um.