

Vinheta Mosaico¹

Wladimir LÊNIN OLIVEIRA²

Camilla SHAW³

Renata Rezende RIBEIRO⁴

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

Este artigo apresenta a produção da vinheta do Programa de Televisão Mosaico, incluindo as etapas de concepção e de produção, realizado pelos alunos de Comunicação Social/Jornalismo da UFF, na disciplina Telejornalismo, no segundo semestre de 2014. A vinheta, cujo nome é o mesmo do programa, foi desenvolvida de forma a marcar a identidade da produção televisiva em questão, priorizando a produção experimental.

PALAVRAS-CHAVE: Vinheta; Audiovisual; Produção Experimental; Videocriação; Mosaico;

1. INTRODUÇÃO

A vinheta que é hoje comumente conhecida com um produto da computação gráfica, é datada ainda na Idade Média, quando era usada para decorar iluminuras, particularmente as representações visuais dos textos bíblicos que comportavam ilustrações, caligrafias e vinhetas. O uso da vinheta tinha fins decorativos, na intenção de causar um “bem estar visual”. De caráter artístico, era produzida artesanalmente e se relacionava indiretamente com o texto, preenchendo os espaços vazios nas iluminuras (SCHIAVONI, 2011).

A maior parte dos manuais de telejornalismo define vinheta como um produto que “marca a abertura ou intervalo do telejornal. Normalmente é composta de imagem e música características, trabalhadas com efeitos especiais” (BARBEIRO, LIMA, p. 198. 2002). A definição para os produtos audiovisuais televisivos, em geral, não é muito diferente, mas podemos explicar seu sentido a partir de significados ampliados: do francês *vignette*, o termo pode ser traduzido como “pequena vinha” e, conforme afirma Jaqueline Schiavoni (2011), apesar do estranhamento da origem da palavra, essa definição traduz bem o termo,

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Vinheta CA08.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso Comunicação Social/Jornalismo. email: w.oliveira.33@hotmail.com

³ Aluna do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social/ Jornalismo, email: shawcamilla@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. Email: renatarezender@yahoo.com.br.

que remonta à Idade Média, mais especificamente às iluminuras contidas nas escrituras sagradas: “[...] a videira possui grande valor simbólico nesses textos e, por vezes, foi utilizada em forma de desenho para tornar mais acessíveis algumas das passagens bíblicas”. (SCHIAVONI, 2011; p.96.). Desta forma, aos poucos, o termo começou a ser associado às produções televisivas de forma a marcar determinado conteúdo.

O modelo de vinheta utilizado hoje pelo rádio e pela televisão tem uma configuração diferente, já que pode ser analisada como produto do seu tempo. Mas algumas características como o aspecto artístico e decorativo se mantêm. Hoje as vinhetas assumem o papel de se relacionar explicitamente com o conteúdo que será apresentado no programa, ou para divulgar algum anunciante. “É possível dizer que a vinheta televisiva apresenta a marca do programa, construída muitas vezes com base nos logotipos ou logomarcas de um determinado produto (telejornal) ou de uma empresa (emissora)” (SCHIAVONI, 2008, p. 19) . A vinheta também é utilizada nos intervalos para demarcar o começo e o fim do programa.

Outro aspecto da vinheta é o seu caráter auto referencial. Em uma grade de programação é possível encontrar o uso da vinheta fazendo referência a determinado programa. Uma estratégia utilizada pelas emissoras é colocar um comercial auto referencial, a vinheta de passagem, que é utilizada para “abrir” (iniciar) o programa e, logo em seguida, exibir o programa. Assim o telespectador identifica pelo som e identidade visual que o programa está prestes a começar. A vinheta sofreu grande alteração na sua composição devido a questão da computação gráfica e do videotape.

Se na Idade Média a vinheta tinha por objetivo chamar a atenção para o conteúdo (texto escrito) que adornava, funcionando como uma espécie de deleite visual, não há dúvida de que, com a computação gráfica, a função de adorno da vinheta atingiu condições de expressão fantásticas, envolvendo o telespectador e firmando com ele contratos, indispensáveis para a comunicação (GREIMAS & COURTÉS, 1983, p. 84).

Hoje é difícil imaginar a criação de uma vinheta sem ser produzida em um programa de edição de vídeo. As primeiras vinhetas da televisão eram imagens estáticas, confeccionadas a mão em cartolina e ficavam no ar durante 10 a 40 minutos enquanto eram feitos ajustes técnicos para o próximo programa ir ao ar. Atualmente, as vinhetas são mais curtas, muitas têm entre 5 e 10 segundos e, em produtos audiovisuais são elaboradas a partir do sincronismo entre áudio e vídeo.

2. OBJETIVO

A vinheta de abertura do programa televisivo “Mosaico” foi pensada para dialogar com a estrutura da produção audiovisual proposta. O “Mosaico” é um programa televisivo de grandes reportagens, produzido pelos alunos de Jornalismo, na disciplina “Introdução ao Telejornalismo”, obrigatória na grade do Curso. Há em média quatro episódios por temporada (por semestre). Em cada episódio é apresentada uma grande reportagem sobre temas diversos que englobam aspectos culturais, sociais e educacionais. O tema de um episódio não se relaciona diretamente com o dos demais, ou seja, não há necessariamente que haver uma conexão entre as abordagens, porém a temática perpassa uma lógica urbana e objetiva atingir um público jovem, na faixa-etária entre 18 e 25 anos. A vinheta que apresentamos faz parte de um novo projeto gráfico do programa, realizado no segundo semestre de 2014. Assim, um dos objetivos centrais da vinheta em questão é representar a pluralidade a partir de um mosaico, mas levando em conta os aspectos urbanos e a juventude, promovido pela estética plural do programa.

O programa é de caráter experimental em que os alunos, coordenados pela professora da disciplina, desenvolvem todo o projeto, da pré à pós-produção. O objetivo da vinheta é de ilustrar a abertura do programa e fazer uma referência de como o programa é estruturado. “Pode-se dizer que a utilização da vinheta na televisão como suporte de divulgação do nome do programa e da emissora persiste ainda nos dias de hoje, bem como o desenho ilustrativo que referenciava o programa, bem mais incrementados que nos primórdios da televisão (SCHIAVONI, 2008, p. 18)

A vinheta pode ser compreendida como uma propaganda que está preocupada em vender seu produto, ou seja, fazer com que o telespectador consuma o programa. “Sabe-se que um dos aspectos que constitui a estética da televisão é a auto-referencialidade, que diz respeito ao seu caráter metalinguístico. E isso por um motivo bastante simples: quem não anuncia, não vende” (SCHIAVONI, 2008, p. 19). A vinheta trabalha com imagem, som e animação, então a estética tem que ser bem pensada para que o resultado esperado seja alcançado. A vinheta do “Mosaico”, apesar de ser um projeto experimental, consegue propor uma estética que caracteriza e cria uma identidade para o programa. “A vinheta tornou-se um apelo decorativo sonoro que, além de identificar a emissora de forma característica, ainda tem a função de auxiliá-la a vender o seu produto” (AZNAR, 1997, p.

44). Mas vale ressaltar que a vinheta serve para valorizar a programação, ou seja, a vinheta é uma estratégia de criação de identidade e de identificação com o telespectador.

3 JUSTIFICATIVA

As relações entre espectador e produto audiovisual se desenvolvem e se transformam à medida da própria transformação do dispositivo televisivo. A relação do vídeo com a televisão e com a internet evidencia novas possibilidades e novas velocidades. “[...] a televisão é um meio que vem se recriando continuamente enquanto linguagem, passível de diferentes usos, alojando práticas discursivas, acolhendo múltiplos discursos” (FRANÇA, 2006,). Por esse aspecto, a criação da vinheta tem como característica central o experimentalismo, e por ser produzida em âmbito de disciplina do curso, que tem como objetivo, também, a experimentação de técnicas e linguagens.

Nesse cenário, foram realizadas pesquisas sobre o mundo do vídeo. A linguagem televisiva que se distingue da fotografia a partir de seu movimento, e do cinema, pois o cinema comporta uma sala escura fechada onde introduz o espectador e seu investimento imaginário. Já o vídeo tem como característica “uma transmissão a distância, ao vivo e multiplicada” (DUBBOIS, 2004).

“[...] *video* é o ato de olhar se exercendo, *hic et nuc*, por um sujeito em ação. Isto implica ao mesmo tempo uma ação em curso (um processo), um agente operando (um sujeito) e uma adequação temporal ao presente histórico: “eu vejo” é algo que se faz “ao vivo”, não é o “eu vi” da foto (passadista), nem o “eu creio ver” do cinema (ilusionista) e tampouco o “eu poderia ver” da imagem virtual (utopista)” (DUBBOIS, 2004, p.72).

Perceber esse aspecto temporal do vídeo e que sua linguagem está em constante transformação foi fundamental para a criação do produto. De acordo com Dubbois, os modos principais de representação em vídeo são o modo plástico e o modo documentário, o primeiro se relacionando a “videoarte”, e o segundo com o “real”, porém ambos “com um senso constante do ensaio, da experimentação, da pesquisa, da inovação.” (DUBBOIS, 2004). Ele caracteriza esta diversidade de obras eletrônicas como “videocriações”.

O programa Mosaico, pode ser caracterizado como uma representação do modo documental, à medida em que é constituído de grandes reportagens com temas variados, mas sempre tentando trazer conteúdos de interesse público. A linguagem utilizada na

vinheta é reflexo dessas características, porém inclui o modo plástico a partir da apreensão dos aspectos de juventude e urbanismo, projetada por meio dos desenhos e grafites nos muros e das animações realizadas ao ritmo de um tempo contemporâneo, marca do cotidiano atual.

“[...] dramatizemos um pouco a situação do vídeo, que se movimenta assim entre a ordem da arte e da comunicação, entre a esfera artística e a midiática – dois universos a *priori* antagônicos. Em termos semiológicos, o primeiro precisa de um objeto (a imagem) e de uma linguagem (morfológica, sintática e semântica; o segundo é puro processo (sem objeto) e simples ação (uma pragmática)” (DUBBOIS, 2004, p.74).

Levamos em conta também o próprio conceito de televisão enquanto produto polifônico, como afirma Machado (2000, p.110), principalmente quando se refere ao formato audiovisual informativo, cujo exemplo é fornecido a partir do telejornal: “ao colocar em circulação e em confronto as vozes que relatam ou explicam um conflito, ao tentar encaixar as vozes umas dentro das outras, o que mais faz o telejornal é produzir uma certa desmontagem dos discursos”. Machado (2000) vai além quando afirma ainda que, em certa medida, esse gênero televisivo, enquanto produto, é uma colagem de depoimentos e fontes numa sequência sintagmática [...]. Desta forma, e, em algum sentido, o grupo se apropria dos contextos do autor e até os utiliza, mas utilizando essa colagem para propor um novo modelo.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A produção material da vinheta se deu em três etapas: elaboração e roteirização da ideia, a gravação de imagens e a edição do material coletado. O equipamento utilizado para captação das imagens foi uma câmera DSLR, Canon EOS 6D, acompanhada da objetiva Canon 24-105mm f/4, e foi utilizado o software Adobe Premier Pro CS6 para edição. A trilha sonora foi adquirida em site de arquivos para compartilhamento sem direitos autorais.

A captação de imagens foi realizada sem tripé e trabalhando com o foco e desfoco, para trazer mais movimento aos planos e liberdade aos enquadramentos. Os planos em sua maioria são *close ups* ou planos médios com *travellings* de um lado para o outro ou de cima para baixo. A edição foi realizada com foco no princípio da *síncrise* de Michel Chion (2008), na qual o som acrescenta valores expressivos e informativos a uma cena, materializando a imagem quando estão em sincronia, para estabelecer uma “relação

imediate e necessária entre qualquer coisa que se vê e qualquer coisa que se ouve” (CHION, 2008, p.12).

Alguns cortes das imagens foram tratados com os efeitos de solarização, preto e branco e estabilizador. O efeito de luz *strobe* foi usado no início da vinheta e as transições entre as imagens foram: *fade in*, *secos*, *cross dissolve* e *fade out*. Também foi utilizado o formato de mosaico, trabalhando com enquadramentos e recortes quadriculares, *takes* de imagens reunidos criando novas possibilidades de construção para afinar a ideia a própria concepção do programa, bem como seu título síntese.

Por fim foi utilizado a legenda na qual o nome do programa aparece. Primeiramente as letras surgem isoladas com efeito de luz *strobe* e após o nome inteiro do programa é fixado na lateral esquerda do quadro. A palavra foi escrita com uma linha grossa interna e fina externa preta e seu interior branco.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Como o programa televisivo Mosaico comporta temática variadas e pautas sempre diferentes, era necessário encontrar uma vinheta que trouxesse unidade e representatividade para o programa, e que refletisse sua concepção de pluralidade. Com esses referenciais decidiu-se utilizar os desenhos e grafites das paredes do Instituto de Arte e Comunicação da Universidade Federal Fluminense. As pinturas nas paredes refletem a presença dos estudantes e a diversidade de opiniões desse ambiente acadêmico, trabalhando com uma arte que, por vezes, é considerada vandalismo e (re)transformando-a em voz, em presença, em sentido, além de incorporar a questão das ruas, do urbanismo e da juventude que usa os espaços públicos para manifestar suas opiniões, “imprimir suas vozes”.



Figura 1. Partes das pinturas nas paredes do Instituto de Artes e Comunicação da UFF usadas na produção da vinheta

A (re)construção das imagens, do próprio território acadêmico, alinhada com uma música dinâmica e com ritmo acelerado tem como objetivo trazer uma releitura moderna de um mosaico. As imagens coloridas, vivas e intensas, foram contrastadas com *takes* em preto e branco, essa opção se deu para refletir as diferenças entre possíveis discursos. A organização dos planos com cortes rápidos e a construção de diferentes montagens dos mesmos, dialoga com o objetivo essencial do programa, por meio da multiplicidade de vozes, agregando em um mesmo espaço, estimulando o debate e o conhecimento.

6. CONSIDERAÇÕES

A produção desta vinheta que consideramos uma “videocriação” estimulou a leitura e, principalmente, a reflexão sobre a linguagem audiovisual em um processo que contemplou todas as etapas, da pré à pós-produção. A compreensão da linguagem videográfica foi de extrema importância, se levarmos em conta os próprios traços da TV enquanto dispositivo: sensorialidade, linguagem visual icônica, ficção e realidade, caráter lúdico, entretenimento, entre outros (França, 2006). Priorizamos tais características a fim de criar um produto experimental afinado a uma linguagem jovem e urbana. O processo foi desafiador e o resultado foi gratificante para toda equipe.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZNAR, S.C. **Vinheta**: do pergaminho ao vídeo. São Paulo: Arte & Ciência, 1997.

BARBEIRO, H. LIMA, P. **Manual de Telejornalismo**. Rio de Janeiro, Campus, 2002.

CHION, M. **A audiovisualização**: som e imagem no cinema. Edições Texto e Grafia, Lisboa, 2008.

DUBBOIS, P. **Cinema, Vídeo, Godard**. SP: Cosac & Naif, 2004.

FRANÇA, V. (org.). **Narrativas televisivas**: programas populares na tv. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário de semiótica**. Tradução de Alceu Dias Lima et al. São Paulo: Cultrix, 1983

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2001.

SCHIAVONI, J. E. **Vinheta Televisiva**: usos e funções. In: Significação: revista de cultura e audiovisual. São Paulo: ECA/USP, 2011.
http://www.usp.br/significacao/pdf/5_Significac%C3%8C%C2%A7a%C3%8C%C6%92o35_Jaqueline%20Esther%20Schiavoni.pdf [Acesso em 13/04/2013]

SCHIAVONI, J. E. **Vinheta**: uma questão de identidade na televisão. 2008. 130 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, São Paulo. 2008.