



# O Pensar Desenho: Reflexões Culturais e Interdisciplinares

## VINHETAS, CRÉDITOS INICIAIS OU ABERTURAS: UMA TRAJETÓRIA

Rafaelle dos Santos Lima

UEFS – Universidade Estadual de Feira de Santana, Departamento de Letras e Artes  
rafaellesantoslina@gmail.com

Dr<sup>a</sup>. Ivoneide de França Costa

UEFS – Universidade Estadual de Feira de Santana, Departamento de Letras e Artes  
neidefc@uefs.br

### Resumo

As aberturas, créditos iniciais ou vinhetas, são um produto que está presente em diversos meios de comunicação e seus formatos, age como um elemento identificador destes. Este trabalho tem por finalidade historicizar o que chamamos hoje de aberturas nas plataformas de vídeo digital. Identificar suas funções e importância na comunicação, em especial para os audiovisuais. Para tanto utilizaremos Aznar (1997) como apoio teórico e outros autores que coadunam com seus pensamentos, no intento de atualizar as discussões e/ou os conhecimentos sobre as aberturas que estão em franco desenvolvimento e modificação em paralelo com a sociedade e suas tecnologias. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

**Palavras-chave:** aberturas; vinhetas; pós-modernidade.

### Abstract

The openings, initial credits or vignettes, are a product that is present in various media and their formats, acts as an identifying element of these. This paper aims to historicize what we now call openings in digital video platforms. Identify their roles and importance in communication, especially for audiovisuals. We will use Aznar (1997) as theoretical support and other authors that fit their thoughts, in order to update the discussions and / or knowledge about the openings that are in full development and modification in parallel with society and its technologies. This work was carried out with the support of the Higher Education Personnel Improvement Coordination - Brazil (CAPES) - Financing Code 001.

**Keywords:** openings; stickers; postmodernity.

## **1 Introdução**

A abertura, créditos iniciais ou vinhetas iniciais, é um produto interno que está inserido no audiovisual, em diversos tipos de formatos, como no cinema (longa-metragem ou curta-metragem), novela, série, seriado, desenho animado/animação, programa de entretenimento, noticiário, político, dentre tantos outros modos de se fazer vídeo, independente em sua plataforma, seja ela online ou off-line, para TV ou para internet, para o cinema ou para plataformas de vídeos em Streaming. “As vinhetas televisivas constituem uma das principais expressões do broadcasting design, tendo função operacional, informativa, promocional, identificadora e simbólica, na medida em que transmitem os conceitos de marca de um programa ou de um canal de televisão” (PONTE; NIEMEYER, 2009, p. 1).

Este artigo é parte da pesquisa da dissertação sobre as aberturas, a presente pesquisa visa trazer uma historização e atualização entre os meios de comunicação, apontaremos suas características e técnicas nas suas atribuições na linguagem no audiovisuais empregadas nas aberturas fílmicas dispostas sobre as séries televisivas. A pesquisa vai gerar contribuições para ampliação da compreensão das imagens como elemento identitário inserindo-os em seu desenvolvimento que se intensifica em um contexto moderno através de conceitos gráficos contemporâneos, com a promoção de tendência das produções de aberturas na pós-modernidade, que se destaca na forma de aplicação entre os meios de comunicação e a forma de aplicação adquirida pela internet e seus produtos audiovisuais por demanda com os streaming de vídeo, que exemplificaremos com a pioneira do assim, a Netflix.

## **2 Vinhetas, Créditos Iniciais ou Aberturas?**

Ao longo do tempo o termo vinheta o que se configura como abertura hoje no audiovisual foi se modificando, criando novas formas e utilizações. O termo vinheta vem do francês vignette, diminutivo de vigne – vinha –, pois eram originalmente ornamentos em formas de folhas e cachos da videira, símbolo da abundância e da garantia da vida, por ser uma das árvores messiânicas. A parreira, a uva, o vinho, elementos bíblicos, tornam-se exclusivos nessa logotipagem básica, nos elementos naturais, para a imagem divulgadora dos estilos artísticos e arquitetônicos,

escultóricos, visuais, da ilustração religiosa, embora através dos tempos tenha perdido algumas vezes essa sua consignação (Aznar, 1990, p. 13).

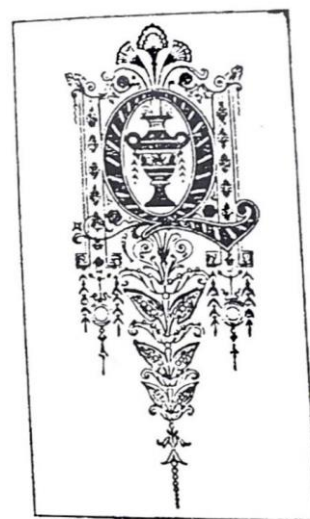
As iluminuras são representações em miniaturas da natureza, que a Igreja Católica utilizou no período Idade Média, no início do século IV, que simbolizava ILLUMINARE. Dessa forma, na França era colocado em documentos de compra e venda que simbolizava o compromisso com Deus e inserido nos brasões das famílias de acordo com a figura 1. Estas representações estão explícitas em diversas partes dos textos sagrados bíblicos, essa expressão era entendida como uma forma de ornamentação. Seguindo essa ideia de ornamentação como forma decorativa, em 1456, com a impressão da bíblia por Johann Gutenberg, que iniciou a era imprensa ocidental, as vinhetas são utilizadas como adornos nas páginas com letras iniciais extremamente decorativas, de acordo com a figura 2, as vinhetas foram difundidas nos espaços vagos dos livros e nas artes gráficas.

**Figura 1- Brasão**



Fonte: Aznar (1997)

**Figura 2- Letrina**



Letrina:

FIGURA 4 - Extraída do Dicionário de Comunicação - RABAÇA & BARBOSA, p.278.

Fonte: Aznar (1997)

Após esse período as vinhetas gráficas foram se transformando e se desenvolvendo junto com a propaganda que foi iniciada pelas divulgações em folhetos pela igreja católica.

A vinheta passa a ser um elemento com caráter auditivo, trabalhada nas rádios como elemento de identificação que foi obrigatório e definido pelo Ministério das Comunicações, o termo CHAMADA passa a ser denominada como VINHETA, para ser trabalhada a identidade da programação da rádio. “A vinheta é considerada o elemento da apresentação da programação e, portanto, deve ser cuidadosamente elaborada, pois hoje, ela constitui-se em um elemento próprio de divulgação” (AZNAR, 1990, p. 44). Como afirmado por Aznar, a vinheta produz um elemento identitário responsável pela divulgação do produto, que passava a ser abortado na programação radiofônica e atingiu aos tempos áureos das novelas radiofônicas daí as vinhetas de aberturas, com sua característica decorativa não ficava explícita apresentava os créditos das novelas. Após está destaque do Ministério das Comunicações sobre importância das vinhetas, as radionovelas com vinhetas de aberturas e anúncios com vinhetas comerciais nas rádios começaram a utilizar as músicas como tema, daí então, elas passaram a ser produzidas com a mesma sofisticação das vinhetas de identificação das emissoras.

As vinhetas são peças de design que transmitem conceitos, valores e promessas de um canal. São uma forma de materialização da marca que atua como “(...) embalagens da programação da emissora (...)” (Aznar, 1990, p. 120). Essa foi a primeira adaptação da função da vinheta para outros meios de comunicação como elemento decorativo e identificador, sendo assim importante para a programação.

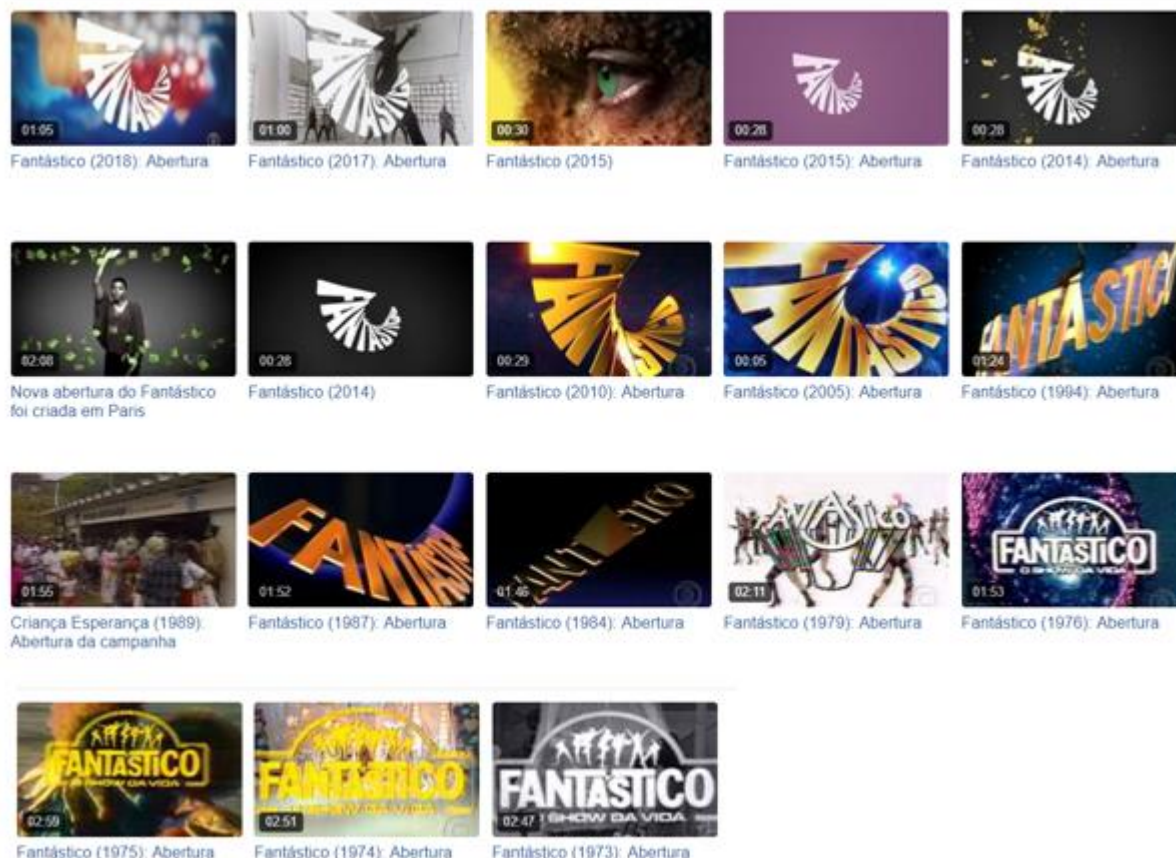
Esse caráter de vinheta foi passado para a TV junto com a linguagem herdada pelo rádio, seguiu sua funcionalidade identificadora na grade de programação, podemos constatar que as “(...) vinhetas, além de suas funções operacionais, possuem outros significados, inclusive de consolidar a imagem da emissora, estética e simbolicamente” (PETRINI, 2008, p. 124). As novelas e a chamadas comerciais, também passaram a ser exibidas na TV. Esses padrões de elaborações sonoros das vinhetas herdadas do rádio, se adequaram ao meio, adquirindo o seu elemento inicial, o gráfico, aqui ainda foi adquirido o elemento gráfico em movimento, fruto do cinema que desde as suas primeiras produções já trabalhava esse recurso identificador dos primeiros filmes em curtas-metragens. “A indústria cinematográfica passou a investir em publicidade, em pôsteres, material promocional ou créditos de abertura” (PONTE; NIEMEYER, 2009, p. 3). Abriu-se um grande mercado para a publicidade com o seu produto principal, a vinheta, que se adequou em diversos formatos e funcionalidades.

Segundo PONTE e NIEMEYER (2009), o designer Saul Bass (1920-1996) “foi um dos pioneiros dessa inovação ao produzir animações para as aberturas,

quebrando a monotonia e antecipando elementos do filme na vinheta” (PONTE; NIEMEYER, 2009, p. 3). Ele criou diversos créditos de abertura para Otto Preminger – O Homem do Braço de Ouro (1955), Anatomia de um Crime (1959) –, para Alfred Hitchcock – Um Corpo Que Cai (1958), Psicose (1960) – entre outros diretores, como Martin Scorsese, Stanley Kubrick, John Frankenheimer. Esses critérios das vinhetas no cinema não se traduziram como uma linguagem específica desse veículo, segundo (Aznar, 1997, p. 56) a TV conseguiu produzir uma linguagem, explorando todos os truques eletrônicos do computador, e se isso não bastasse apoderou-se das diferentes linguagens artísticas (musical, plástica e corporal), transformando-se numa linguagem artística do vídeo. Com o tempo as aberturas adquiriram novas características, com advento da TV por demanda e o avanço tecnológico, a sua função aprimorou-se, muitas vezes, hoje serve como a introdução que carrega elementos importantes para decifrar o que tem por vir na narrativa empregada. Um exemplo da evolução do modo de fazer aberturas é a do programa Fantástico na Rede Globo Televisão de acordo com a figura 3, que faz esta clara referência sobre o tempo desenvolvido e seus avanços tecnológicos disponíveis no período de cada abertura.

Figura 3- Aberturas Fantástico

Todas as aberturas



Fonte: < <http://g1.globo.com/fantastico/aberturas-do-fantastico/videos/> >

No cinema já está intrínseco a forma de consumo por demanda, característica do ser humano em fazer suas escolhas de acordo com seu gosto, visto que, o cinema é produto de entretenimento. “O cinema é um serviço em que se paga para ver determinado filme em certo horário” (PONTE; NIEMEYER, 2009, p.10). Assim como a visão de Ponte e Niemeyer, as aberturas das séries de propostas pela TV por demanda no streaming de vídeo, tem essa característica, captar a atenção do espectador, contando com que ele que escolhe onde e quando quer consumir, as aberturas se adequam de acordo com a característica do produto. Em se tratar da narrativa seriada, criou-se um costume de fazer maratonas de visualização, assistindo vários episódios seguidos, na Netflix a própria programação da disposição dos capítulos disponibiliza a visualização da abertura de forma obrigatória nos três primeiros capítulos, os demais têm a opção de pular abertura. E sempre que muda a abertura no meio da série torna-se obrigatória novamente sua visualização. Essa

imposição da visualização das aberturas é característica da sua função dentro do cenário das narrativas seriadas.

A abertura tem a função de apresentar o determinado produto audiovisual. Ela é um produto específico e está inserida nos diversos tipos de produtos audiovisuais “As vinhetas também foram criadas orientadas para um público-alvo específico” (PONTE; NIEMEYER, 2009, p.9), é um elemento importante no mercado audiovisual, tendo entre outras funções, a de informar qual narrativa caracteriza o gênero do vídeo, localização em tempo/espaço e principalmente traz elementos que caracterizam os protagonistas e/ou a narrativa empregada. “É aconselhável que as vinhetas, além de apresentarem os créditos do filme, cativem o telespectador e antecipem a temática do filme, mas não é imprescindível que elas sejam responsáveis, mais que o próprio filme, por reter o consumidor” (PONTE; NIEMEYER, 2009, p.10).

O casamento entre a imagem visual e imagem sonora caracteriza o audiovisual, sua eficácia contribuirá para o estímulo à aceitação do produto. Daniel Filho afirma que “(...) uma boa abertura deve ser visualmente atraente e é indispensável que a ideia que a inspira resuma corretamente a história” (FILHO, 2001, p. 320), é através da simbiose entre imagem em movimento e música que temos uma produção audiovisual como a abertura, e nesse conjunto “a música é fundamental para o sucesso de uma abertura” (FILHO, 2001, p. 320), ela vai ditar o tempo e a estética visual na produção da abertura, que se propõe uma maior imersão do espectador sobre a obra a que se apresenta. “A música certamente atua no inconsciente do público; o motivo do investimento na criatividade estética das vinhetas é agradar, constituindo uma nova linguagem autônoma capaz de estabelecer um processo comunicativo” (PETRINI, 2008, p.127).

A música, quanto bem aplicada na abertura, marca produto audiovisual, o que chamamos de memória auditiva, contribui para o sucesso ou a lembrança desse, pois “no plano das sensações, o som é mais propenso a causar sensações agradáveis o ruído, sensações desagradáveis” (PETRINI, 2008, p.126-127).

Essa característica também vale para a abertura dos produtos não ficcionais, como os programas de entretenimento e noticiários, nos quais as pessoas reconhecem aquele produto pela música da vinheta. “A música desempenha um papel relativo à estimulação emocional, daí sua importância na composição das vinhetas” (PETRINI, 2008, p.127)

Tais aspectos contribuem para guiar a compreensão de signos importantes no entendimento da narrativa que envolvem o espectador, tais como: a forma, cor, luz e

sombra, claro e escuro, textura, traço, a música, dentre outros elementos. “No entanto, podemos constatar que as vinhetas, além de suas funções operacionais, possuem outros significados, inclusive de consolidar a imagem da emissora, estética e simbolicamente” (PETRINI, 2008, p. 124).

Esses conjuntos de características fazem parte na composição sobre a importância das séries televisivas no cenário mundial, como forma de entretenimento, com produções distribuídas no âmbito internacional, uma das formas de gerar identidade com o público são as aberturas ou créditos iniciais. “Os créditos de cinema representam o início de uma nova linguagem atualmente explorada na televisão, no vídeo, nos computadores e em vários outros dispositivos eletrônicos’ (LasCasas, 2008, p: 2147)” (PONTE; NIEMEYER, 2009, p .6). As aberturas podem ser aplicadas não somente a séries televisivas, mas em qualquer produto audiovisual a que se propõe como filmes, novelas, curta-metragem, longa-metragem, animações, documentários, programas de TV, ou até mesmo para produções de VT’s publicitários. “[...] representar um elemento unificador, pode acentuar um efeito, sugerir um movimento e criar uma atmosfera [...]” (PETRINI, 2008, p.127).

A observação das aberturas das animações, novelas, programas audiovisuais, séries televisivas ou filmes, que apresentam importantes elementos para o desenrolar da trama, que muitas vezes serve como uma chamada para o comercial para a TV. “Cada vez mais as vinhetas têm sido vistas como expressão audiovisual de uma época e de uma sociedade”. (PONTE; NIEMEYER, 2009, p.10). Com o advento da TV por demanda e o avanço tecnológico, as aberturas adquiriram novas características, as suas funções aprimoram repetidas vezes, servem como a introdução à série, e carregam elementos importantes para decifrar o que virá na narrativa apresentada.

Existem alguns tipos de aberturas exemplo:

- **Abertura de jornais ou programas de entretenimento ou vinhetas de aberturas:** é uma chamada que localiza o programa referente, com elementos da região em que atua, criando uma identidade visual do programa referido. Esta identidade se estende aos caracteres, de identificação da pessoa ou tema aplicado a reportagem, além das demais explicações que podem existir ao longo do programa.
- **Aberturas de novelas**
- **Aberturas de séries televisivas**
- **Aberturas de animes ou desenhos animados**
- **Aberturas de filmes ficcionais**

- **Aberturas de filmes documentários**
- **Aberturas de canais de web**

Para se construir uma abertura, faz-se necessário uma boa pesquisa e aprofundamento da narrativa referente, com utilização dos principais elementos para identificação do produto.

Entre os tipos de aberturas nosso enfoque está nas aberturas de séries televisivas. Entre a pesquisa identificamos alguns tipos de formatos diferentes entre os mesmos. Algumas aberturas tem a função do resumo do episódio anterior acrescido com a vinheta de chamada como exemplo das series Flash, Airon , Super Girl – CWTV- a vinheta de chamada apenas com a identificação do nome da série com a logomarca, que vem após a o resumo do episódio anterior, essa é uma característica de séries americanas para TV fechada ou Aberta que tem uma programação fechada que com interrupção da exibição do episódio para comerciais.

### **3 Considerações Finais**

As vinhetas se modificaram ao longo dos tempos, desde as primeiras aparições nos registros bíblicos, estenderam sua funcionalidade decorativa, na arquitetura, decoração aos registros escritos, intensificando na era da imprensa. Tornaram-se o elemento chave para o ramo da publicidade (tornar-se público), desde o seu nascimento pelos anúncios publicitários pela Igreja Católica, com peças gráficas em suas diversas formas e funções, adquiriram um caráter identitário desde as logomarcas passando à função auditiva para o rádio com as vinhetas de identificação das emissoras, vinhetas de aberturas dos programas, das novelas e chamadas comerciais, com inserções das músicas.

Essa característica identitária se aplicou desde o início do cinema com produções em curta-metragens, com a união das chamadas das logomarcas dos filmes e narração dos nomes dos filmes acrescidos de músicas, após isso se desenvolveram a forma de expor as aberturas, aplicando informações que introduziam e apontavam alguns elementos importantes dos filmes com a função de prender a atenção do espectador.

Dessa forma a TV trabalha em diversas frentes com as vinhetas, adquiriu referências do cinema e do rádio, criando sua linguagem para a composição das aberturas, desde as diversas chamadas comerciais ou institucionais, os Vídeos Tapes (VT's), as chamadas de identificação das emissoras, seguindo das vinhetas de aberturas e chamadas dos programas de noticiários e entretenimento, além das aberturas das novelas, séries e seriados com suas respectivas chamadas curtas para os intervalos comerciais. Todos com a principal função de identificação de cada ação na grade de programação, assim como foi definido no rádio pelo Ministério das Comunicações.

A função identitária se estendeu para as outras mídias como as inseridas na internet a sua proliferação de vídeos das diversas formas e gêneros. Com essa expansão do consumo e produção de vídeos pela internet, caracterizou um novo perfil de consumidor mais atento e volátil, o que torna mais difícil a apreensão de sua atenção, o que gera uma grande responsabilidade em gerar um caráter de lembrança para o espectador e identificação do produto ou meio. As pessoas intensificaram a importância do consumo por demanda, identificando essa característica a Netflix é pioneira, em uma plataforma de vídeo por demanda em streaming de vídeo, não havendo mais a necessidade interromper a programação com conteúdo promocional, para os consumidores assistirem o quê, quando, como e onde quiser, com a flexibilização das formas de consumo multi-tela. As vinhetas ganham outra denominação, aberturas, que tem a função de identificar, introduzir, seduzir e captar a atenção do espectador. Elas podem ser inseridas no meio do primeiro episódio, após a apresentação introdutória da série e manter essa característica nos primeiros três episódios obrigatórios e depois a opção de pular ou vim após a introdução ou resumo do episódio como as vinhetas de chamadas, essa é uma característica de séries da TV fechada ou aberta que reduzem seu tempo de exibição das chamadas, como as plataformas de conteúdo por demanda tem essas produções, as regras se mantêm dos três primeiros capítulos depois há a opção de pular, também se aplica aos desenhos animados mesmo conteúdo original e com produções compradas de outras emissoras e produtoras para o seu catálogo produtos.

Sendo assim, podemos identificar que as Aberturas, Créditos iniciais ou vinhetas, independentes do meio em que estejam, carregam a sua carga inicial de decorar, identificar e gerar a identidade do programa. Tornando assim tão importante quanto o produto, ou seja, é como o nome de uma pessoa, o nome é a identificação da pessoa,

mas ninguém consegue defini-la apenas com o nome, faz parte do conjunto da pessoa gerando identificação e lembrança a partir do nome identificador.

## REFERÊNCIAS

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

AZNAR, Sidney Carlos. **Vinheta: do pergaminho ao vídeo**. 1990. 286 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 1990.

FILHO, Daniel. **O circo eletrônico: fazendo TV no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2001.

PETRINI, P. <b>Um estudo crítico sobre o significado das vinhetas da Rede Globo</b>; - DOI: 10.4025/actascihumansoc.v26i1.1568. **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**, v. 26, n. 1, p. 123-133, 31 mar. 2008.

PONTE, Raquel; NIEMEYER, Lucy. **As vinhetas como expressão do broadcasting design: sua origem e seus tipos**. <[https://www.academia.edu/2523703/As\\_vinhetas\\_como\\_express%C3%A3o\\_d\\_o\\_broadcasting\\_design\\_sua\\_origem\\_e\\_seus\\_tipos](https://www.academia.edu/2523703/As_vinhetas_como_express%C3%A3o_d_o_broadcasting_design_sua_origem_e_seus_tipos)> Artigo retirado da PONTE, Raquel Ferreira da. Reflexões sobre o processo semiótico da identidade televisiva: o sonoro, o visual e o verbal nas vinhetas. Dissertação (Mestrado Em Design). Rio de Janeiro. 2009.