

# A INFLUÊNCIA DA VIDEOARTE SOBRE A IDENTIDADE VISUAL DAS VINHETAS DA MTV BRASIL

*The influence of video art on the visual identity of MTV Brazil's vignettes*

**BOARETTO, Mônica Pascoal | Bacharel em Artes Visuais**

Universidade Norte do Paraná - UNOPAR

monica.boaretto@hotmail.com

## Resumo

Uma das principais funções da utilização da videoarte na programação de uma emissora de TV é promover a expressão das ideias e dos ideais editoriais, buscando assim reproduzir pontos de vista, ideologias, emoções, argumentos e demais sentimentos e valores voltados à identidade visual desta emissora e buscando sintonia com seu público alvo. Isto posto, este artigo visa analisar três vinhetas da MTV Brasil, com o objetivo de identificar os principais elementos da videoarte contidos nelas. Para melhor compreensão sobre o assunto, foram identificados e conceituados os principais significados relacionados ao tema (vinheta, videoarte, MTV e televisão), com base em bibliografia específica e em artigos científicos. Com esta análise é possível identificar artifícios estilísticos inspirados na videoarte e a influência exercida por esta forma de expressão na linguagem televisiva e na programação da emissora estudada. A principal contribuição deste artigo é ampliar os estudos sobre um tema ainda pouco explorado pela academia.

**Palavras-Chave:** Vinheta. Videoarte. MTV. Processo de design. Seleção de materiais

## Abstract

One of the main function of the use of video art in programming of a TV station is promoting the expression of editorials ideas and ideals, seeking thereby reproduce viewpoints, ideologies, emotions, arguments and other feelings and values focused on branding and this station seeking harmony with its target audience. Therewith, this article looks for analyzing three MTV Brazil's vignettes, with the aim of identifying the main elements of video art in them. For better understanding on the subject, were identified and appraised meanings related to the main theme (vignette, video art, MTV and TV), based on bibliographic research and scientific articles. With this analysis we can identify stylistic devices inspired in video art and the influence exerted by this means of expression in language television programming and the station studied. The main contribution of this paper is to extend the studies on a topic not yet explored by the academy.

**Keywords:** Vignette. Video art. MTV.

## INTRODUÇÃO

As vinhetas sempre estiveram associadas a um conceito, ideia ou material, sendo uma forma de expressão utilizada para a valorização da imagem. Diferente da ilustração que complementa visualmente um texto, a vinheta está relacionada ao simbólico e ao representacional. Com o surgimento da TV, a transmissão de imagens possibilita uma nova função para a vinheta nos meios audiovisuais, se tornando decorativa.

Em meados dos anos 60 surge a videoarte, como uma técnica utilizada para a expressão artística, utilizando sintetizadores de imagens e explorando as novas tecnologias como o computador. A videoarte é uma forma de expressão artística, que usa o vídeo, sua manipulação e a televisão como linguagem e suporte.

A MTV (Music Television) sempre foi uma emissora fora do padrão, utilizando de diferentes estilos artísticos para compor sua identidade visual, inclusive a própria videoarte, presente em suas vinhetas.

Através dos estudos realizados, a pesquisa visa identificar a influencia da videoarte na identidade visual das vinhetas apresentadas pela MTV Brasil, compreendendo as associações estéticas utilizadas.

## MATERIAIS E MÉTODOS

Para a realização desse trabalho foi realizado um levantamento bibliográfico, em função de que o tema é atual e relativamente novo no mercado e na academia, e pouco desenvolvido em artigos científicos, especificamente em português.

Relacionado aos estudos sobre vinhetas, as pesquisas feitas por Sidney Aznar (1997) são praticamente a única referência bibliográfica existente em português.

Para tratar da videoarte o livro *Novas Mídias na arte contemporânea*, de Michael Rush (2006), foi o ponto de partida. *A arte do vídeo*, de Arlindo Machado (1988) também contribuiu para a pesquisa.

Na análise sobre “vinheta” o livro de Sidney Aznar (1997), *Vinheta: do pergaminho ao vídeo*, foi à referência bibliográfica primordial.

Quanto à identidade visual televisiva e a própria MTV, foram utilizados artigos científicos encontrados na internet para desenvolver o assunto.

À partir destas chegaremos as conclusões à respeito da influência que a videoarte exerce nas vinhetas analisadas.

## Vinheta

Como base para entendimento do projeto, primeiramente será apresentada a história e os conceitos dos assuntos aqui tratados, sendo eles: as vinhetas, a videoarte, identidade televisiva e a MTV, com foco na versão nacional da emissora. O objetivo dessa pesquisa é identificar a influência exercida pela videoarte na identidade visual das vinhetas da MTV Brasil no ano de 2011.

O termo vinheta ainda é usado de forma bastante controversa pelos profissionais da área de comunicação, sendo vista de forma mal definida e gerando ambiguidades em sua identificação.

## Surgimento da Vinheta

As vinhetas eram pequenas gravuras usadas para ornar ou ilustrar livros, estão presentes na história da humanidade desde a Antiguidade, as iluminuras eram uma de suas primeiras funções, e com o passar do tempo foram evoluindo para uma forma de expressão voltada para o uso e valorização da imagem, pois podia ser criada através de diversas tecnologias, materiais e estilos de arte.

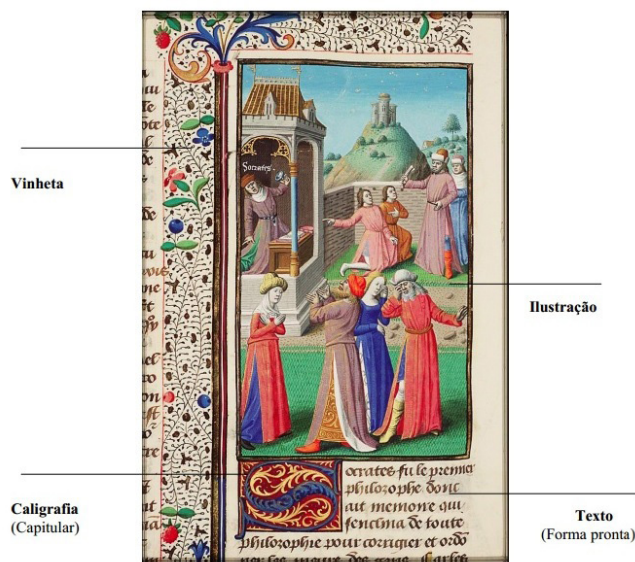
Na Antiguidade nos papiros egípcios começaram a aparecer as iluminuras, entre 1550-1300 a.C., usadas para ilustrar o Livro dos Mortos<sup>1</sup>, que segundo Aznar, foram os únicos papiros ilustrados nesse período.

A palavra vinheta foi originada a partir do vocábulo francês *vignette*, que significa “pequena vinha”. No começo, as vinhetas tinham a forma de folhas e cachos de videira, que enfeitavam os livros manuscritos medievais, contornando suas ilustrações e as letras que iniciavam os capítulos. (AZNAR, 1997, p.37).

<sup>1</sup> O Livro dos Mortos são textos que falam de doutrinas espirituais, feitiços, fórmulas, mágicas, hinos e orações do Antigo Egito, escritos em rolos de papiro e colocados junto com as múmias em seus túmulos. Ver imagens no anexo A

Na Idade Média as vinhetas tinham função decorativa para as iluminuras, que eram representações visuais do texto bíblico, utilizadas para proporcionar um agrado visual. Assim as pessoas que não soubessem ler podiam entender o texto através das figuras. As iluminuras eram compostas por ilustração, vinheta, caligrafia e capitulares<sup>2</sup>.

**Figura 1-** Iluminura francesa de Maitre François, datada de 1475.



**Fonte:** Schiavoni (2008).

A morte de Sócrates na prisão, após ter bebido o copo de veneno, na presença dos discípulos, dos acusadores e dos magistrados.

As ilustrações tinham relação direta com o texto, enquanto as vinhetas cumpriam o papel de moldura e quase sempre utilizadas para preencher espaços vazios. Ainda segundo Aznar (1997) os artistas que faziam as iluminuras tinham horror a espaços vazios, e revolveram seus problemas através das vinhetas.

Hoje, na cultura popular há manifestações de vinhetas em sua função decorativa na arquitetura, cerâmica, portões de entrada e em alguns veículos. Além é claro de sua utilização mais conhecida na televisão.

### **A Vinheta nos meios de Comunicação**

Na Idade Moderna, com o avanço das artes gráficas, a vinheta ganha função gráfico-decorativa, e com o surgimento da imprensa no fim do século XV, o termo vinheta passa a ser definido como moldura decorativa, lembrando

<sup>2</sup> No contexto apresentado, capitulares ou letra capitular, é a primeira letra do capítulo ou do parágrafo, sendo maior do que as outras letras. Nos livros e manuscritos antigos, ela era muito decorada e chegava a ocupar várias linhas.

que ela não é o objeto em si, mas sim, a programação visual adicionada a uma forma já pronta, já estabelecida.

A partir da década de 1950, observamos a adaptação do termo vinheta para os meios de comunicação de massa: rádio, cinema e televisão. (SCHIAVONI, 2008, p.14).

Na mídia eletrônica a vinheta passa a ter uma função que ela não tinha nas artes gráficas. Ela passa a definir e a limitar a programação e os intervalos comerciais.

Na televisão a vinheta passa a ser usada na marcação do início, meio e fim dos programas em exibição. Toda vez que um programa ou filme que está sendo exibido acaba ou faz uma pausa para os comerciais, a vinheta aparece e cumpre sua função de avisar aos telespectadores que o programa irá voltar ou que um novo está para começar.

Geralmente as vinhetas eletrônicas acompanham a marca ou a logomarca das emissoras de TV e/ou dos programas, que, com animações e efeitos sonoros, buscam prender a atenção do telespectador.

No cinema ela se apresentava nas legendas dos filmes mudos, que tinham a função de ampliar a narrativa, levando informação ao espectador, e também nos créditos iniciais do filme (geralmente com o nome do elenco) e de abertura, com a função de quebrar a monotonia.

Hoje em dia, há dois tipos de apresentação de créditos: a parcial e a completa. A primeira aparece no início do filme e a segunda no final, com o nome de todos os envolvidos. Acontece que nos primórdios do cinema, o crédito completo aparecia logo no início do filme, levando cerca de 5 minutos de apresentação. Tal exposição era considerada entediante pelos telespectadores e a criação de vinhetas foi a forma encontrada para torná-la mais atrativa. Tal como ocorria nos escritos do Antigo Testamento na Idade Média, a vinheta no cinema pode apresentar elementos figurativos, estilísticos, ligados ao próprio conteúdo do filme, ajudando a caracterizá-lo. Com os recursos de hoje, essa caracterização se torna um verdadeiro espetáculo. (SCHIAVONI, 2008, p.15).

No rádio a vinheta tem a mesma função que tem na TV: avisar quando começa e quando termina um programa. Também pode ser considerada

“vinheta” todo e qualquer som acrescentado à narração com a intenção de reforçar a marca do anunciante ou o nome da estação.

Tanto no rádio quanto na TV, a principal função da vinheta é manter o público o mais tempo possível diante dos aparelhos.

## A Vinheta na Televisão Brasileira

Em 18 de setembro de 1950, com a iniciativa do jornalista Francisco de Assis Chateaubriand (Chatô), foi inaugurada a primeira emissora de televisão do Brasil e da América Latina, a PRF-3 TV Difusora, de São Paulo (que mais tarde viria a se chamar TV Tupi).

Inicia-se a era das comunicações de massa. Surgem os primeiros programas, a primeira geração de atores e diretores e no meio dessas descobertas e novidades, surgem as primeiras vinhetas da TV brasileira.

Para um estudo ideal da vinheta na cultura brasileira, temos que deixar evidenciada sua função básica: *elemento decorativo* que, aparecendo em uma forma pronta ou estabelecida, tem função de arte decorativa só quando está integrado àquela. A vinheta nunca será a linguagem própria de um estilo de arte ou de um veículo de comunicação. Ela apenas reforçará uma das formas que caracterizam um estilo de arte. (AZNAR, 1997, p.125).

No começo as vinhetas eram compostas de imagens estáticas e inanimadas se manifestando principalmente na abertura dos programas ou nos intervalos comerciais, sempre avisando ou lembrando o telespectador do que ele estava assistindo. Geralmente eram escritas e desenhadas à mão, funcionando como uma espécie de cartaz, destacando o nome do programa ou da emissora juntamente com alguma imagem. Mais tarde esse cartaz estaria diretamente relacionado à imagem do patrocinador do programa.

Aznar (1997) relata em seu livro que as primeiras vinhetas sem animação de abertura da TV brasileira foram criadas por Mário Fanucchi<sup>3</sup>.

3 Fanucchi foi membro da primeira equipe da televisão brasileira. Na época, ele já trabalhava em rádios como locutor, produtor e diretor de programas. Quando a PRF3-TV entrou no ar, ele atuou como desenhista e criou artes visuais nos primeiros anos da emissora, incluindo o índiozinho símbolo do canal.



**Figura 2-** Mascote da TV-Tupi e frame da vinheta criados por Mário Fanucchi

**Fonte:** Dorneles (2007 apud NIEMEYER; PONTES, 2009, p. 148).

Essas vinhetas tinham função decorativa e de anunciar as próximas atrações, ficando no ar de 10 a 40 minutos, quando havia espaço na programação pela falta de patrocinadores.

Em 1965, com a criação da Rede Globo de Televisão, acirrou-se a luta pela audiência e pela conquista do público, criando uma forte concorrência entre as emissoras nacionais. Com isso surgiu a necessidade constante pela busca por melhores técnicas de exibição e por programas diferenciados, como as telenovelas. Nesse novo cenário concorrido as vinhetas começaram a ficar cada vez mais elaboradas e animadas.

Aznar (1997) afirma que Zoroastro Santana fez a primeira vinheta animada em 1979 para uma campanha do Ministério do Trabalho, depois disso, a animação de vinhetas não parou mais.

Com a criação do *videotape* (ou fita de vídeo), um novo padrão de qualidade de vinhetas começou a ser exigido. Quanto mais às tecnologias gráficas e de transmissão se desenvolviam, mais complexas e cheias de detalhes visuais ficavam as vinhetas. A Rede Globo contratou um designer gráfico europeu, Hans Donner<sup>4</sup>, que comandou a equipe de programação visual do canal, utilizando o *videotape* e aproveitando ao máximo de seus recursos.

Com a popularização da TV a cabo no Brasil, em meados dos anos 90, novos formatos de vinhetas foram criados, com o objetivo central de divulgar a própria programação da emissora e tornar a logo do canal mais atraente, alguns

<sup>4</sup> Donner é um designer austríaco nascido na Alemanha e naturalizado brasileiro. Em 1965, estudou na Hohere Graphische Bundeslehr-und-Versuchsanstalt, em Viena, uma das escolas de design mais famosas da Europa. Venceu vários concursos enquanto ainda era estudante. Quando se formou, em 1970, foi contratado por uma empresa vienense de programação visual. Em 1974, Hans Donner decidiu vir para o Brasil, sendo contratado pela Rede Globo em 1975 e desenvolvendo uma nova identidade visual para a emissora. Além das logomarcas da empresa, Donner também fez as aberturas de quase todos os programas da TV Globo desde a década de 1970.

apostando em vinhetas no meio da própria programação.

### **Os tipos de Vinhetas**

As vinhetas se dividem em várias funções. Sendo elas:

**a) Vinheta de abertura:** marca o início do programa, identificando o que será exibido a seguir (e em alguns casos, apresenta o patrocinador do programa).

**b) Vinheta de passagem:** geralmente é uma versão mais curta da vinheta de abertura, aparecendo no início e/ou no fim dos intervalos comerciais.

**c) Vinheta de encerramento:** indica o fim do programa e pode apresentar créditos finais, juntamente com os patrocinadores.

**d) Vinheta de bloco:** tem o objetivo de integrar e aumentar a exposição da marca ou produtos dos patrocinadores e aparece na primeira ou na última posição do intervalo comercial.

**e) Vinheta de quadro:** tem a finalidade de associar o patrocinador a um quadro de determinado programa, podendo ser exibida na primeira ou na última posição do intervalo comercial desse quadro.

**f) Vinheta fantasiosa:** é a vinheta de abertura de programas e novelas.

**g) Vinheta promocional:** transformam o próprio logotipo da emissora em vinheta.

**h) Vinheta mídia:** na abertura ou no encerramento de programas e novelas o patrocinador abre ou fecha a programação com o seu produto.

**i) Vinheta de locução:** tanto no rádio como na TV ela é breve e serve para reforçar o produto e fazer com que o consumidor grave a marca do anunciante.

Segundo Teixeira (2006), as vinhetas da MTV têm algumas peculiaridades que nem todos os outros canais possuem, como por exemplo, os termos para classificar as vinhetas que são exibidas por ela.

A MTV possui um departamento chamado Promo que se subdivide em Promo, usando o mesmo nome do departamento geral, e Gráficos. O Promo faz as chamadas



dos programas, as vinhetas Promo-Imagem (PI), Marketing-Point (MP) e os SUPs, serviços de utilidade pública, como as campanhas de Aids e de conscientização política. Já o Gráficos desenvolve as vinhetas de abertura dos programas, os IDs e gráficos de apoio para a programação. (TEIXEIRA, 2006, p.131).

A seguir, uma breve definição e classificação das vinhetas da MTV:

**a) Vinheta ID (Identidade):** sua duração média é de 10 a 15 segundos, geralmente seu conteúdo principal é o próprio logotipo da emissora envolvido em alguma animação ou história, sendo o objetivo principal identificar o canal e fixar a marca. Essas vinhetas possuem o maior nível de experimentação visual, usando de diversas técnicas de animação e incluindo o logo da MTV em situações inusitadas, com imagens abstratas ou figurativas. Não é comum o uso de pessoas, na grande parte das vezes, quando há um personagem, ele é desenhado e não costuma ter falas.

**b) Vinhetas PI e MP:** quase como uma subcategoria da vinheta ID, a vinheta PI (Promo-Imagem) também promove a imagem da MTV, porém, de forma mais publicitária e comumente ligada a alguma piada ou história inusitada e absurda. Frequentemente usa-se de narrativas com enredo *nonsense*, podendo chegar a 2 minutos ou mais, sendo mais comum as de duração de 30 segundos a um minuto. A diferença é que a PI associa a marca da MTV a algum tipo de conteúdo e a ID fixa a identidade da emissora. Relacionadas a uma campanha publicitária desenvolvida para a MTV, as PIs são vinhetas que geralmente possuem uma unidade visual entre si. Já a MP (Marketing-Point), são vinhetas que estão ligadas por um slogan que é repetido ao final de cada uma delas, acompanhando a logo da emissora.

**c) Vinheta de abertura:** pode ou não ter elementos relacionados ao conteúdo do programa, embora seja comum o design da vinheta ter o estilo do programa. Os recursos usados na criação dessas vinhetas são diversos, tais como colagens, aquarelas, massinhas de modelagem, desenho de animação, sucatas, plantas, texturas, fragmentos de cenas, além de uma trilha sonora relacionada ao programa. Há também muitos movimentos de câmera, variação constante de planos, imagens editadas de forma rápida, dentre outros vários recursos comuns à linguagem visual da MTV.

**d) Vinheta SUP:** a vinheta de Serviço de Utilidade Pública é uma das peças audiovisuais mais comentadas, por tratar de assuntos como Aids, sexo, drogas, política e corrupção, mas de maneira descontraída. Sua lingua-

gem visual continua nos “padrões” da MTV, com cortes velozes, ângulos inusitados e sempre transmitindo dinamismo. A criação dessas vinhetas segue um calendário interno anual, estabelecendo datas para desenvolver as campanhas, sendo a mais fixa delas a do “Dia Mundial de Combate à Aids”. Algumas das SUPs exibem depoimentos de jovens, pessoas comuns que são gravadas nas ruas de São Paulo ou em outro lugar, falando sobre esses assuntos. A linguagem usada nessas vinhetas procura ser bem direta, muitas vezes parecendo até agressiva.

Para gerar um intercâmbio cultural e estético entre as filiais da MTV há uma troca de constante de vinhetas ID, beneficiando dos profissionais que lá trabalham, pois eles têm a oportunidade de reciclar seu conhecimento. Os departamentos “promo” se comunicam de todos os lugares do mundo, fazendo reuniões anuais, trocando informações e ideias.

### **As Vinhetas Eletrônicas**

A videoarte foi pioneira em usar as imagens iguais às presentes nas vinhetas eletrônicas (ou os *videographics*), e foi:

[...] graças aos trabalhos realizados por Nam June Paik. Sua influência na TV comercial na criação das vinhetas foi de tal ordem que seu estilo foi adaptado da vídeo-arte para a linguagem da mídia eletrônica. Baseado nos princípios estabelecidos por Paik, é que Hans Donner desenvolveu suas famosas e mundialmente reconhecidas vinhetas, que veio a denominar *Videographics* (FREITAS, 2007, p.103).

Os *videographics* são grafismos usados na criação de uma animação feitos por computação gráfica, também considerados uma forma de arte. Hans Donner utilizou a computação gráfica da mesma forma que a videoarte utiliza o vídeo como meio de expressão artística, para enriquecer a arte na época.

A arte feita por ele na produção das vinhetas eletrônicas foi apresentada em museus de arte contemporânea, tanto no Brasil como em vários outros lugares do mundo. Seu talento criativo revolucionou as animações televisivas, mesmo com a rejeição pela relação entre arte e os meios de comunicação de massa.

A Rede Globo foi pioneira em criar uma identidade visual através de vinhetas animadas com efeitos tridimensionais gerados em computação gráfica (algo bastante audacioso

na época). Nesse ponto, Hans Donner foi um visionário por ter criado as primeiras vinhetas animadas utilizando essa técnica, hoje bastante comum entre os designers gráficos (FREITAS, 2007, p.106).

Os *videographics* nasceram da união da televisão e da videoarte, já que ambos são dinâmicos e usavam todos os recursos visuais que a computação gráfica disponibilizava. Foi possível a construção da identidade visual de todo tipo de elementos visuais que vemos na tela. E não podemos falar de *videographics* sem mencionar a revolução visual promovida pela MTV no início dos anos 90.

A MTV aderiu um visual pós-moderno e anarquista, com muitas imperfeições e “sujeiras” em suas vinhetas aplicadas sobre sua logo. Essa identidade visual adotada pelo canal fugia do padrão “limpinho” da época, enquanto as outras emissoras usavam gráficos tridimensionais e formas geométricas. A MTV optou por manter sua logo em constante mutação ao invés de uma forma fixa, consistindo em apenas uma letra “M” acompanhada de “TV”, sendo aplicada em diversas animações.

É possível afirmar que a logo da MTV é uma das mais marcantes e a de mais fácil identificação da televisão nos últimos 30 anos, sendo reconhecida mundialmente e possuindo uma das mais fortes identidades na televisão. Hoje em dia os *videographics* estão presentes em todo o fluxo televisivo. Toda vez que ligamos a TV nos deparamos com letras e figuras tridimensionais, animações, e outros elementos com os quais já estamos acostumados.

### **Surgimento da MTV**

A MTV (Music Television) foi lançada em 1º de agosto de 1981 nos Estados Unidos e foi o primeiro canal 24hrs voltado exclusivamente para a música. Totalmente ligada à indústria culturas, representou uma revolução para o mercado musical.

Antes mesmo de entrar no ar, a MTV americana procurou um estúdio de design, o Manhattan Design, para criar uma identidade visual que refletisse suas ideias inovadoras. O estúdio mudou o nome do canal que era *The Music Channel* para *Music Television* e criou o logotipo do canal, um M tridimensional com um “TV” sobrepondo-o. A parte inovadora era que o logotipo podia ser adaptado a qualquer situação, sendo preenchido com diferentes cores e texturas, infinitas decorações, materiais, diversos ângulos de visão e movimento.

Ele pode tornar-se muitos objetos (um bolo de aniversário, uma embalagem de comida chinesa, um bloco de gelo). O logo pode assumir diferentes personalidades, participar de animações, assim pode ser demolido. O conceito de um logo com constantes alterações é contrario a segura e ampla crença de que marcas e identidades visuais devem ser fixadas absolutamente e usadas de modo consistente. Uma vez esse conceito decidido, o Manhattan Design produziu centenas de esboços para mostrar as possíveis variações. (MEGGS, 1998, apud LYRA, 2004, p.48-49).

Desde seus primórdios, nos anos 50, as emissoras de televisão aberta não promoveram profundas modificações em seus logotipos. Faziam mudanças, mas não radicais, sempre levando em consideração o surgimento de melhores técnicas e programas de criação visual. Sempre existiu a preocupação de não se perder a identidade, em manter uma unidade.

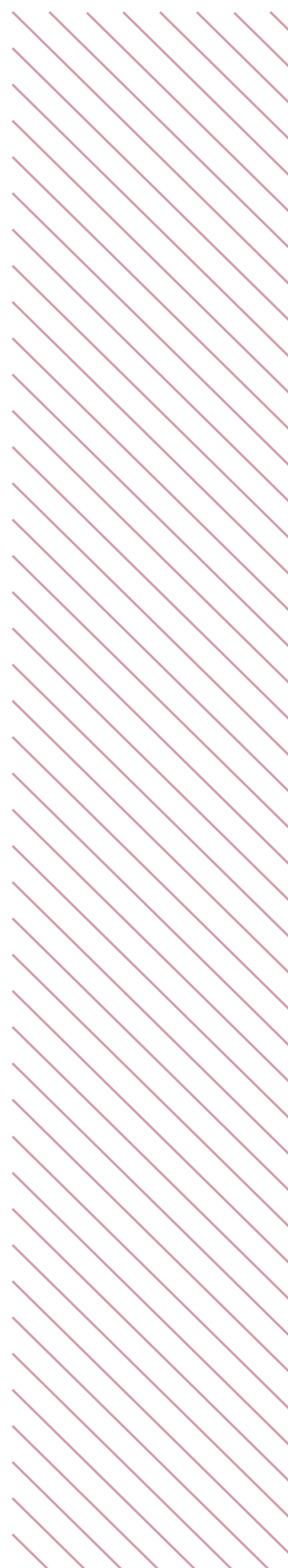
A MTV se mostra diferenciada, pois trabalha seu logotipo da maneira mais diversificada possível. Existe uma logomarca padrão, mas ela está em constante mutação. E apesar do seu logo ser reinventado vinte e quatro horas por dia, a MTV é um dos canais mais facilmente reconhecíveis, tendo uma das identidades mais fortes apresentadas na televisão. A própria logomarca em constante mudança é a caracterização de um padrão.

Em seu formato inicial, a MTV preenchia sua programação com videoclipes e gradativamente a programação foi mudando com o tempo, passando a exibir programas com outros assuntos. A primeira vinheta exibida no canal era a imagem de um astronauta colocando a bandeira da emissora na Lua. A figura do astronauta com a marca da MTV se tornou um símbolo representativo do canal.

Ao longo do tempo a MTV se transformou em um dos meios de comunicação mais influentes e conhecidos ao redor do mundo. E suas vinhetas são um dos principais elementos representativos da linguagem da emissora.

A MTV assumiu a ideia de uma televisão construída em cima de uma proposta gráfica. Uma proposta de constante mutação de sua identidade visual, tendo jovens e admiradores de música como seu público alvo. A emissora renova sua estética constantemente, adquire novos conceitos visuais e muda sua linguagem, de acordo com os jovens que fazem parte de uma sociedade em constante transformação.

### ***A MTV No Brasil***



No dia 20 de outubro de 1990, a MTV estreia no Brasil, com uma programação voltada exclusivamente para a música e direcionada aos jovens. Até então quase não havia produções de videocliques no Brasil, apenas pequenas produções artesanais. Com a MTV, o mercado de produções de videocliques no Brasil cresceu rapidamente, e com o apoio das produtoras de vídeo, cada vez mais surgiam videocliques com qualidade e profissionalismo.

A MTV Brasil, no começo dos anos 90, adotava na sua linguagem visual o estilo *grunge*, nascido na cidade de Seattle, nos Estados Unidos. As vinhetas eram constituídas por tipografia desconstruída, colagens, xerox, imagens distorcidas e “mal reveladas”, representando de forma gráfica o despojamento e a rebeldia que predominavam em bandas *grunge*. (TEIXEIRA, 2006, p.33).

Foi essa estética “suja” juntamente com cortes rápidos na edição que fez a MTV se diferenciar dos outros canais, conquistando um público *underground* e mais alternativo, revolucionando a identidade visual da televisão nacional.

No começo, a programação era baseada pelo que a matriz americana produzia e a maioria das vinhetas que veiculavam pela emissora era importada da MTV americana. Com o tempo, começou uma busca por uma identidade própria, sem tanta influência da matriz americana, havendo a preocupação em respeitar as características da audiência brasileira.

Atualmente, a MTV Brasil é a filial que tem o maior número de programas produzidos por ela mesma com assuntos de interesse do público nacional. Além de ser a única filial que tem sua própria edição do *Video Music Awards*, premiando clipes de artistas locais.

O VMB (Video Music Brasil) começou a ser produzido em 1995 e a cada edição anual, a indústria musical brasileira vem ganhando mais atenção.

A grande virada da MTV tomou vulto no ano de 1999, quando aconteceram mudanças bruscas tanto na grade de programação, com a supressão de 17 programas que estavam no ar, quanto nos clipes exibidos. Com a entrada do novo diretor [...], em 1998, a MTV Brasil mudou de “cara”. (TEIXEIRA, 2006, p.35).

A MTV brasileira tem uma identidade muito forte e as vinhetas sempre cheias de informação visual, se sustentando na instabilidade da imagem. Em termos técnicos, suas criações não seguem padrões rígidos, o que importa é

a ideia, o conceito e sua relação com a música. Assim como a logomarca está em constante mutação, sua identidade visual também está. Essa influência na estética do canal vem do videoclipe, que no começo era toda a sua razão de ser.

### **As Vinhetas da MTV**

As vinhetas da MTV são um dos principais elementos da sua linguagem visual, elas são a essência da emissora. Apresentando uma estética distinta e absorvendo uma grande variedade de estilos artísticos e tendências, a técnica da MTV é não se prender a um padrão.

Uma das principais características destas vinhetas da MTV e de outras que sempre estão na programação do canal é sua linguagem não objetiva. As várias interpretações de uma mesma vinheta pelo público são o resultado dessa falta de clareza no que está sendo dito nas vinhetas. Contudo, percebe-se a pretensão de explorar a capacidade imaginativa dos telespectadores (LYRA, 2004, p.53).

Com a intenção de se manter contemporânea e ligada ao público jovem, as imagens das vinhetas buscam reverter os valores comuns, apresentando signos visuais e sonoros que fujam do repertório dos telespectadores, quebrando as relações convencionais e criando emoções através do inusitado. Quando buscamos informações sobre as vinhetas da MTV, percebemos que elas estão no maior nível da exploração visual das possibilidades de comunicação.

Muitas vinhetas (e muito da identidade visual do canal) são construídas com influências da estética *nonsense*<sup>5</sup>, onde o absurdo nos é apresentado como fator de fascinação. Nesse tipo de construção estética, os vídeos passam mensagens de difícil decodificação, valorizando a imagem.

Segundo Oliva (2005, p.69), “esse tipo de construção valoriza os vídeos-artistas e tem a vídeo-arte como referência [...]”. Especificamente no caso das vinhetas, as mensagens de difícil decodificação e todos os outros fatores agregados a essa estética, apresentam um fator publicitário, estabelecendo a logomarca da emissora.

Ainda que muitas apresentem pequenas estruturas narrativas, existem também muitas vinhetas não narrativas

5 *Nonsense* (do inglês, “sem sentido”) é uma expressão inglesa que remete a algo sem nexos, utilizada em diversos campos da arte, é usada para caracterizar um estilo específico de humor perturbado e sem sentido.



na MTV. Estas, contudo, em nada se assemelham às vinhetas de emissoras tradicionais. Pelo contrário, são mais próximas de algumas construções da videoarte, em que se exploram o ritmo e o movimento. (MUANIS, 2011, p.72)

No intervalo comercial da MTV, é no espaço das vinhetas onde é possível observar uma grande variedade de poéticas.

### Nascimento da Videoarte

A videoarte surgiu em meados dos anos 60, em um contexto de revoluções políticas e revoltas estudantis, em um mundo cada vez mais dominado pelos meios de comunicação de massa, em especial, a televisão. Ainda há controvérsia sobre o surgimento exato da videoarte, mas no início havia dois tipos de prática com vídeos: os documentários feitos por ativistas sobre notícias alternativas e os próprios vídeos artísticos.

As histórias de vídeo voltadas de modo mais puro para a “arte” geralmente apontam para o dia, do ano de 1965, em que o artista e músico coreano do Fluxus, Nam June Paik, comprou uma das primeiras filmadoras Portapak da Sony em Nova York e a apontou em direção à comitiva do Papa que naquele dia passava pela Quinta Avenida. Sob essa perspectiva, aquele foi o dia em que nasceu a videoarte. (RUSH, 2006, p. 75).

Naquela noite Paik mostrou suas imagens do Papa em um ponto de encontro de artistas, e assim, concretizou-se o que é considerada a primeira apresentação de videoarte.

O motivo pelo qual as imagens do Papa são classificadas como videoarte é que elas foram feitas por um artista reconhecido, que já ligado à performance e à música, fez o vídeo como uma extensão de sua arte. Ele fez daquelas filmagens um produto não comercial, uma expressão pessoal. Diferente de um jornalista, por exemplo, ele não estava cobrindo a visita do Papa como uma notícia. Paik captou imagens que para ele possuíam valor artístico e cultural.

É provável, de uma perspectiva histórica, que a filmagem do Papa feita por Paik tenha recebido a designação de “o primeiro” trabalho de videoarte nos Estados Unidos, em grande parte devido a subsequente designação de Paik

como o primeiro videoartista mais prolífico e influente. Além disso, ele tornou-se o primeiro “porta-voz” de videoarte. (RUSH, 2006, p. 76)

Outra forma inicial da videoarte veio de artistas que praticavam suas próprias formas de arte conceitual, como a gravação de uma performance, onde seu principal propósito era ser um meio de gravação e registro de um desempenho artístico.

Por mais informal que possa ser, a estética da videoarte precisa partir de uma referência artística, por parte dos videoartistas, pois a arte está na intenção do artista em fazer algo sem se limitar a algum outro objetivo.

Os artistas passaram a trocar os materiais tradicionais (papel, pincel, tintas, lápis etc.) pelos equipamentos eletrônicos, passando a ser também comunicadores. Eles começaram a se interessar pela videoarte por sua fácil manipulação e por obter, através do audiovisual, um meio de expressão artística.

Nam June Paik, junto com o engenheiro eletrônico Shuya Abe, desenvolveram um sintetizador, um mecanismo para coloração e manipulação de imagens, uma das primeiras tecnologias inovadoras utilizadas pela videoarte.

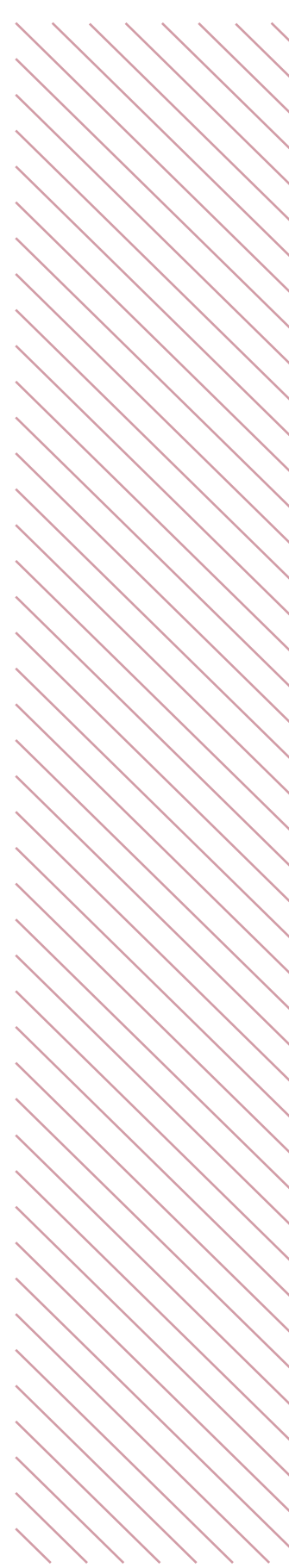
Com as câmeras cada vez mais acessíveis, as possibilidades quase que infinitas, e os artistas se acostumando rapidamente a essa forma de arte, a videoarte evoluiu e começou a assumir identidade própria, se tornando atraente para jovens artistas e se firmando como meio de expressão, sendo reconhecida no mundo inteiro.

### ***Videoarte na Televisão***

A elaboração de uma propaganda comercial televisiva pode envolver diversos estilos artísticos. Mesmo assim muitas vezes não há consenso sobre o valor artístico de uma peça publicitária. Um dos argumentos é que a arte parte de um artista que realiza sua obra sem limitações ou comprometimento com algum objetivo específico.

Através dessa ideia compreendemos que na televisão é possível trabalhar imagens artísticas, mesmo quando usadas de forma a ilustrar um objeto publicitário ou aplicadas unicamente em partes da programação onde a imagem é destinada a ser uma forma de expressão e linguagem conceitual.

Atualmente há poucas manifestações da videoarte nas televisões abertas.



Ela continua aparecendo com mais frequência em redes pagas, sendo pouco difundida entre o público de massa. Os canais que a utilizam, como a MTV, o fazem com a intenção de se identificar com seu público alvo, como meio de aproximação estética e visual.

Os videoartistas tiveram muitos atritos com a televisão, devido o pressuposto que seguiam, interessados no funcionamento e desenvolvimento artístico da linguagem do vídeo, pouco se importando quando o assunto era a melhoria da transmissão de imagens para benefício de um produto comercial, essa não era sua função. (LUIZARI, 2009, p.34).

Porém muitos artistas chegaram a uma conclusão semelhante: era melhor buscar meios para que sua arte entrasse na televisão, do que apenas critica-la.

A linguagem da videoarte que mais chamou a atenção dos artistas, e é utilizada até hoje, são as construções videográficas e imagens manipuladas em computador, instrumento que encantou muitos artistas desde seu aparecimento, graças à possibilidade de construção e exploração de imagens nunca antes imaginadas.

### Identidade Televisiva

A identidade de uma emissora de televisão é composta pelas vinhetas que são transmitidas nos intervalos comerciais com a função de identificar o canal, organizar a programação, ou transmitem os conceitos da emissora. Seu principal objetivo é transmitir os valores, promessas e missão da marca e sua função é gerar uma identificação com o telespectador e garantir a audiência da programação.

A identidade televisiva é um sistema sógnico, composto de signos sonoros (timbres, ritmos, intensidade etc), visuais (como cores, formas, linhas, tipografias, grafismos, estilos, texturas etc), e verbais, signos esses que representam os valores, os conceitos e as promessas de uma marca: seu objeto. (PONTE; NIEMEYER, 2010b, p.8).

Ela é de grande importância para as emissoras, uma vez que seu papel é de garantir a fidelidade dos telespectadores. A audiência é sinônimo de mais anunciantes, o que gera mais lucros. Esse ciclo cria também a necessidade de atrair novos clientes e mantê-los.

Outra função da identidade televisiva é ajudar os telespectadores a escolher um ou outro canal, através das vinhetas que ajudam a criar uma sólida imagem que transmite os valores da emissora.

Umas das características da identidade televisiva em relação a sua identidade visual é a possibilidade de atualizar suas vinhetas. A logo e a assinatura do canal são mais estáveis e duram muito mais sob a mesma forma, enquanto a identidade da emissora pode se modernizar e se atualizar em curtos períodos de tempo.

### ***Identidade Televisiva da MTV***

A ousadia, o inesperado, o aspecto criativo, são elementos muito presentes na identidade televisiva da MTV e em suas vinhetas, desde a criação do canal. No início dos anos 80 a matriz norte-americana adotou uma identidade que fugia da “limpeza” e do minimalismo, chegando ao ponto de uma poluição visual proposital, por meio de elementos e cores em exagero, influenciada pelos movimentos alternativos referentes à música.

Sendo um canal onde o foco da programação é o mundo da música e dos videocliques, a emissora sempre buscou acompanhar os movimentos musicais e as tendências que garantiam a audiência do público jovem. Com isso, no final da década, sua identidade é influenciada pelo estilo Grunge<sup>6</sup>, adotando uma identidade “suja” e rebelde, com ruídos visuais, colagens e tipografias desconstruídas.

No Brasil, no começo dos anos 90, a MTV importava suas vinhetas da MTV norte-americana, adotando inicialmente a identidade visual grunge, um padrão visual bastante inovador para a televisão brasileira, que logo conquistou o público alternativo.

No fim da década a estética das vinhetas se adaptaram às novidades, passando a apresentar imagens computadorizadas, feitas com programas gráficos. Atualmente, na identidade da MTV há muito mais uma mistura de estilos, aumentando a inconstância visual. Essa combinação de estilos e sua constante mudança de acordo com as tendências mostra a importância que o canal dá ao diálogo com seu público jovem.

A MTV sempre gostou de experimentar técnicas e estéticas diferentes

<sup>6</sup> Surgindo no final da década de 1980, o Grunge é um subgênero do rock alternativo. As letras das bandas que seguiam esse estilo tratavam de sarcasmo, alienação social e desejo de liberdade. A estética grunge é caracterizada por ser despojada e “suja”.

e essa liberdade não é apenas permitida, mas sim, desejada. É assim que a emissora se mantém sintonizada com os movimentos alternativos que seu público alvo busca.

### ***Identidade Visual da MTV Brasil no ano de 2011***

A cada ano a MTV renova sua identidade visual, às vezes sem mudar seus conceitos ou sua programação. No ano de 2011, há um grande retorno dos videoclipes em sua programação, juntamente com uma nova identidade audiovisual. A linguagem escolhida lembra a estética dos primeiros anos do canal. Sua marca é apresentada em diversas cores, texturas, posições e formatos, com imagens relacionadas ao *nonsense*, ao psicodelismo<sup>7</sup> e a cultura do rock. Suas composições são feitas com colagens em ritmo alucinante.

**Figura 3-** Exemplos das transformações feitas com a logo da MTV apresentadas nas vinhetas da nova identidade.



**Fonte:** Sens (2012).

<sup>7</sup> Psicodélico, segundo o dicionário do Aurélio, adj. Que está sob a ação de um alucinógeno; S.m. Droga que produz um estado de alucinação. (PSICODÉLICO, 2013).



A MTV busca resgatar as suas próprias origens visuais e artísticas. A Cinema Rock, empresa de Arthur Carvalho e Newton Leitão, foi a responsável pela criação e desenvolvimento dessa nova identidade (conferir elementos videográficos de composição no anexo B).

### **Análise das Vinhetas da MTV Brasil no ano de 2011**

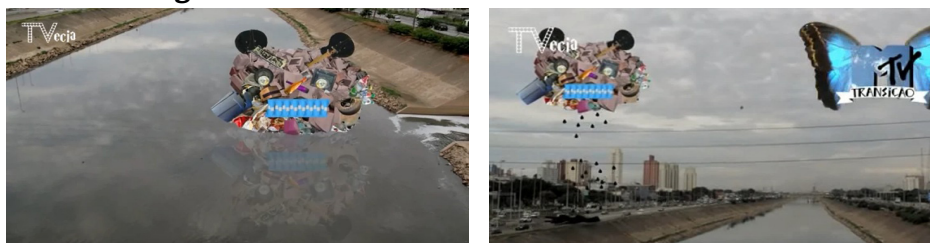
Para a realização da análise das vinhetas, foi utilizado o canal TVecia no site do Youtube (<http://www.youtube.com/user/tvecia>), onde estão disponíveis todas as vinhetas lançadas pela emissora naquela ano. Foram selecionadas 3 vinhetas: do mês de março, abril e maio.

Todas elas são vinhetas ID (Identidade), sendo sua duração de 10 a 15 segundos, seu conteúdo é o logotipo da emissora, tendo como objetivo principal identificar o canal e fixar a marca. Elas possuem o maior nível de experimentação visual dentre as vinhetas da MTV, utilizando de diferentes técnicas de animação e incluindo o logo em circunstâncias inusitadas, com imagens abstratas ou figurativas. Como o uso de pessoas não é comum, os personagens são desenhados, e cobertos por grafismos e não tem falas.

A identidade televisiva é um sistema composto de signos sonoros, visuais e verbais, signos que representam os valores, os conceitos e as promessas da marca. Este estudo tem o foco de analisar os elementos visuais e artísticos dos materiais.

### **Vinheta da MTV Brasil - Março De 2011**

**Figura 4-** Frames retirados da vinheta da MTV Brasil



**Fonte:** TVecia (2012a).

Na primeira cena nota-se o desenho de uma capivara verde nadando num canal com água poluída. O animal está com a maquiagem borrada, tem um



chifre no meio da testa e carrega algo podre em sua boca. Em seguida, de dentro da água sai um personagem feito de lixo. Na sua composição é possível notar pneus, garrafas pet, papelão, guitarra, entre outros objetos. Sua forma remete a uma cabeça de urso gigante. O personagem vai crescendo e crescendo, e começa a flutuar. Nota-se que se trata de um dos rios que cortam a maior cidade da América Latina, São Paulo. O ser mutante se dirige a uma das marginais do rio e solta raios e defeca nos carros que ali passam, enquanto isso, o logotipo em forma de borboleta surge e vai embora.

Assim como foi relatado no trabalho o logotipo está em constante mudança, e essa é a caracterização do padrão da MTV. O logotipo pode ser adaptado a qualquer situação, preenchido com diferentes cores, texturas, decorações, materiais, diversos ângulos de visão e movimento. Existe o logotipo fixo, mas ele está em constante mutação. Isso fica claro nas três vinhetas analisadas. O logotipo vem com asas de borboleta, carregando consigo a palavra “transição”, que remete às constantes transições e metamorfoses da emissora.

A vinheta apresenta várias informações visuais. Do mesmo modo que todas as outras, sua criação não segue padrões rígidos, o que importa é a ideia, o conceito e sua relação com a música. O que essa vinheta expressa é uma crítica à poluição nas grandes cidades. Assim como os artistas sempre usaram, em várias épocas, a videoarte para se expressar e fazer críticas, a MTV usa suas próprias vinhetas para passar uma mensagem transgressora. O personagem mutante feito de lixo contém materiais recicláveis, que poderiam ter sido melhor utilizados. No entanto foram jogados na água. Quando o personagem cresce, representa o aumento do desperdício, do lixo e da própria poluição. Quando o personagem começa a voar e a jogar sujeiras nos carros, simula como se o lixo estivesse se vingando da sociedade que não cuida dos seus dejetos. O logotipo em forma de borboleta, com a palavra “transição”, tem a clara intenção de associar o nome da emissora com o lado bom da natureza e com as mudanças de atitude que a sociedade deve tomar.

Como a MTV possui uma linguagem não objetiva, há várias interpretações de uma mesma vinheta pelo público, nem sempre existe nitidez no que está sendo transmitido. Contudo, percebe-se a vontade de explorar a capacidade imaginativa dos telespectadores, exatamente como na videoarte.

A vinheta tem uma estética “suja”, juntamente com cortes rápidos na edição, imagens tremidas, uso do *stop motion*, colagens e grafismos, tudo o que faz a MTV se diferenciar dos outros canais, conquistando um público *underground* e mais alternativo, revolucionando a identidade visual da televisão nacional.

### Vinheta da MTV Brasil - Abril de 2011

**Figura 5-** Frames retirados da vinheta da MTV Brasil



**Fonte:** TVecia (2012b).

A vinheta começa com imagens em *stop motion* de paisagens, a princípio inertes, mas que ganham vida graças a olhos desenhados e animados. Um lago, um monte de terra, uma lagoa de barro, uma pilha de tijolos. Cenas curtas e cortes rápidos. Ainda surge a imagem de pássaros com intervenções gráficas em suas cabeças, na beira da água. De repente vê-se uma lagoa verde, típica de uma mineradora. A Lagoa ganha uma feição humana com olhos e um bigode branco saliente. Ao lado, um pedaço do monte de terra também ganha olhos e lança um feixe colorido sobre o lago verde. Na sequência, num outro ângulo do lado, um dragão verde ganha vida. Várias cenas em *stop motion* com cortes muito rápidos e cenas fechadas de uma escavadeira trabalhando, pedras, as marcas de pneus da máquina deixadas na terra e um caminhão passando rapidamente. Outro corte e surge a imagem da vista de uma cidade. Num primeiro plano uma floresta. Ao longe os prédios da metrópole. Sobre as árvores estão personagens que lembram bonecos de jogos de videogame. Há uma panorâmica, onde se vê uma avenida e mais detalhes da cidade, que termina em cima de um viaduto. Sobre ele, mais personagens estranhos, com corpos humanos e cabeça estilizada que lembra um felino. O céu da cidade ganha uma série de pequenos arco-íris e um prédio ganha vida abrindo olhos desenhados. E a vinheta acaba com o logotipo da MTV, novamente remetendo a borboleta e com a palavra “transição”.

É possível notar vários elementos da videoarte na vinheta, que explora imagens tremidas, vários cortes rápidos, *stop motion*, intervenções de elementos, cores, texturas, posições e formatos, com imagens relacionadas ao *nonsense* e ao psicodelismo. Suas composições são feitas com colagens em ritmo alucinante. Com o intuito de se manter contemporânea e vinculada ao público jovem e urbano, as imagens das vinhetas procuram reverter os valores comuns, apresentando signos visuais e sonoros que fujam do repertório dos telespectadores, quebrando as relações convencionais e criando emoções através do inusitado.

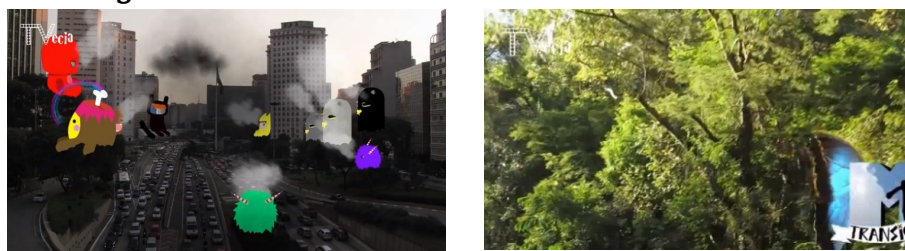
Essa vinheta não remete à poluição diretamente. Ela está ligada à construção e criação da cidade. As primeiras imagens são de lugares desertos, vazios ou em construção. Já na segunda parte da vinheta as imagens da cidade remetem ao caos urbano. Nesta vinheta, a palavra “transição” também representa a mudança do ambiente natural em um ambiente urbano, e a um mundo em constante transformação e incessante construção.

As vinhetas da MTV estão no maior nível da exploração visual das possibilidades de comunicação. A obra é claramente influenciada pela estética *nonsense*, onde o absurdo nos é apresentado como fator de fascinação, como na imagem onde aparece um dragão dentro da poça de água ou quando um personagem cospe um arco-íris pela boca.

Nesse tipo de construção estética os vídeos passam mensagens de difícil decodificação, valorizando a imagem e a mensagem subliminar. Essa linguagem valoriza e tem como referência a videoarte, especificamente no caso das vinhetas. As mensagens de difícil decodificação e todos os outros fatores dessa estética proporcionam um fator publicitário, constituindo a logomarca da emissora.

### Vinheta da MTV Brasil - maio de 2011

**Figura 6-** Frames retirados da vinheta da MTV Brasil – maio de 2011



**Fonte:** TVecia (2012c).

A primeira cena é de um personagem grande e todo preto entrando em um ônibus. O cenário e o ônibus são reais, enquanto o personagem é uma intervenção gráfica. Do ponto de vista de outro veículo aparece a traseira do ônibus numa sequência de *stop motion* com os olhos do personagem lá dentro. Um trem andando leva um personagem gigante e também preto em cima dele. É possível perceber que é final de tarde na metrópole e até o sol no horizonte ganha um rosto. Cena da cidade com o trânsito engarrafado, típica paisagem de São Paulo. Sobre o caos aparecem os personagens nas árvores soltando fumaça. Outra cena da cidade congestionada com um personagem soltando fumaça pela boca. Várias pessoas dentro de um ônibus lotado. Com intervenção da arte gráfica as cabeças dessas pessoas são substituídas por personagens

estranhos, grotescos, coloridos. As cenas em *Stop Motion* seguem por uma rua movimentada onde aparece uma fila de ônibus do transporte público. Ao lado surge um personagem, parecido com um urso, negro, sobre uma bicicleta. Segue novamente cenas dos personagens soltando fumaça no cenário mais famoso de São Paulo, a Avenida Paulista. Cortes rápidos do interior de um vagão do metrô passando em alta velocidade, de uma moto e dos tênis de um jovem andando de skate. Um helicóptero cruza o céu e deixa um rastro de fumaça negra que ganha dois olhos sinistros através da computação gráfica. Uma panorâmica da metrópole com seus prédios infinitos e seu ar carregado de fumaça. A vinheta se encerra com uma caminhonete levando um personagem e o logotipo da MTV vem voando com asas de borboleta e a palavra “transição”.

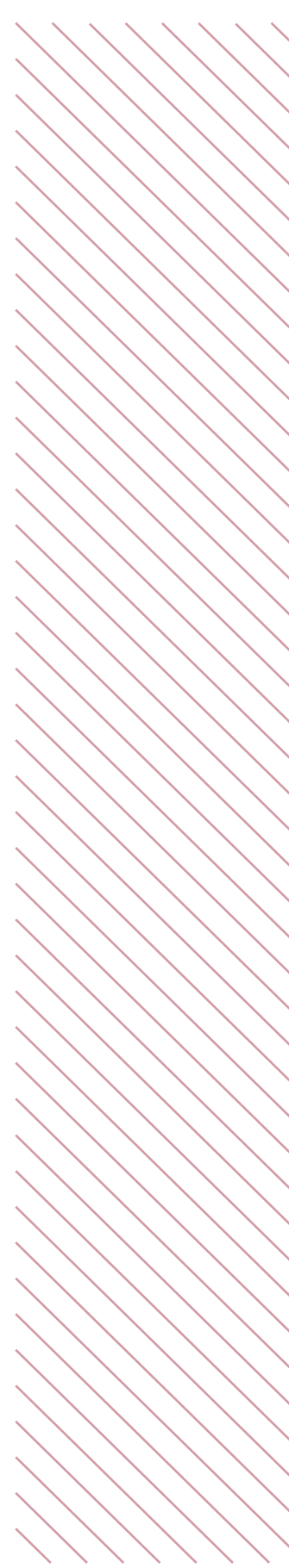
Nota-se elementos muito presentes na identidade televisiva da MTV e em suas vinhetas, desde a criação do canal, como a ousadia, o inesperado e o aspecto criativo. Assim como a videoarte foi usada para expressar críticas, nessa vinheta o tema de poluição está em evidência, juntamente com imagens tremidas, cortes rápidos, intervenções gráficas, o *stop motion* e uma sonoplastia bem diferente do comum. A trilha é um ruído como se o áudio fosse captado num túnel cheio de carros.

As vinhetas analisadas apresentem pequenas estruturas narrativas e características que são próximas de algumas construções da videoarte, em que se exploram o ritmo e o movimento. No enredo, além de abordar o assunto da poluição, também notamos referências à superlotação populacional, ao caos urbano, ao trânsito parado. Alguns personagens surgem denunciando esse aspecto doentio de uma metrópole, mas outros aparecem apontando alternativas: um deles anda de bicicleta ao lado de ônibus, outro com uma moto, e mais um jovem de skate, soluções não poluentes e sem o transtorno de enfrentar a multidão no metrô.

No final, a palavra carregada pelo logotipo da MTV refere-se a transição da cidade para o campo, onde um personagem, em forma de nuvem poluída, aparece sendo levado em uma caminhonete percorrendo uma estrada repleta de árvores em direção a um lugar limpo e calmo.

## CONCLUSÃO

A videoarte influenciou a linguagem da televisão de forma geral ao longo de sua existência. Mesmo os canais mais tradicionais, com identidades mais conservadoras em termos visuais, utilizam, em certo grau, artifícios estilísticos inspirados na videoarte ou que inspiraram os videoartistas em suas obras.



As vinhetas realizadas por Hans Donner para a Rede Globo são exemplos de trabalhos com níveis de abstração altos, utilizando elementos geométricos e cores, com uma estética modernista, muito inspirada no movimento futurista. Seus trabalhos, na década de 80, eram considerados obras de arte, transformando-se inclusive em peças de exposição.

Entretanto a MTV trouxe uma mudança da linguagem videográfica, intensificando a importância dos componentes visuais na composição da identidade do canal. Sugerem o caos, a colagem e o *nonsense*, que não são facilmente assimilados por todos como algo agradável ou inteligível. O conceito estético utilizado passa a seguir a lógica do pós-modernismo, baseando-se em movimentos alternativos e underground das décadas de 80 e 90, alguns fortemente ligados à música e outras tendências artísticas pós-modernas, como a Pop Art.

Esses movimentos têm como característica em comum a liberdade de expressão, o culto ao movimento e o experimentalismo. Características fortemente ligadas à cultura e ao comportamento jovem e por isso esse forte e natural vínculo criado entre o canal e seu público-alvo, que entende e absorve com facilidade as peças exibidas. Um mundo particular é criado para esse público, pouco assimilado por outras gerações.

Quando a MTV foi criada a internet estava engatinhando, e mesmo assim características que hoje encontramos no mundo virtual, como o caos, a velocidade, a multiplicidade de linguagens e a experimentação, já tinham espaço nas vinhetas da MTV. Por isso o canal parece não alcançar hoje o mesmo impacto que provocava no início dos anos 90 com suas peças de videoarte. Afinal a emissora compete com outros canais audiovisuais, como o YouTube e o Vimeo, que permitem ao espectador criar seu próprio mundo, expondo sua visão particular da realidade.

Devido à rapidez e à interatividade dessas mídias o canal passou em alguns momentos a apenas reproduzir esses mundos, deixando de ter o papel de influenciador, de precursor. A internet e as Redes Sociais passam a construir e a ditar as tendências estéticas e de linguagem que vemos na tela, mas a emissora não deixou de ser um ponto de referência quando se trata de novas abordagens estilísticas na televisão.

A MTV assumiu a idéia de uma televisão estabelecida em cima de uma proposta gráfica de constante mutação de sua identidade visual, tendo jovens e admiradores de música como seu público alvo. A emissora renova sua estética constantemente, adquire novos conceitos visuais e muda sua linguagem, de acordo com a velocidade incessante de uma sociedade em constante



transformação.

As vinhetas são um dos principais elementos da linguagem visual da MTV. Elas são a essência da emissora, apresentam uma estética distinta e absorvem uma grande variedade de estilos artísticos e tendências. O segredo é não se prender a um padrão. Ainda assim, as vinhetas apresentam influência da videoarte, com elementos como imagens distorcidas, tremidas, cortes rápidos, intervenções gráficas, e uma sonoplastia diferenciada, dando desta forma uma identidade única à emissora.

## REFERÊNCIAS

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

A Iluminura. Disponível em: <<http://iluminura.blogs.sapo.pt/20516.html>>. Acesso em: 18 out. 2012.

Freitas (2007). *Falta referencia...*

LUIZARI, Daniel Franco. *vinheta e arte: aplicação dos conceitos de videoarte nos modelos de vinhetas institucionais da TV*. Londrina: Universidade Norte do Paraná, 2009.

LYRA, Guilherme. *MTV, a única com design pós-moderno: análise de influencia da Pós-modernidade nas vinhetas MTV*. Pernambuco: UFPE, 2004. Disponível em: <[http://www.infodesign.org.br/conteudo/inicCient/36/ing/ID\\_v5\\_n1\\_2008\\_45\\_54\\_Lyra.pdf](http://www.infodesign.org.br/conteudo/inicCient/36/ing/ID_v5_n1_2008_45_54_Lyra.pdf)>. Acesso em: 20 jul. 2012.

MACHADO, Arlindo. *A arte do vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

MUANIS, Felipe. *Metaimagens na televisão e vanguardas: as vinhetas da Rede Globo e MTV*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2011. Disponível em: <[http://www3.usp.br/rumores/pdf/rumores10\\_4\\_felipe.pdf](http://www3.usp.br/rumores/pdf/rumores10_4_felipe.pdf)>. Acesso em: 12 jul. 2012.

NIEMEYER, Lucy C. R.; PONTE, Raquel F.; O Desenvolvimento da Identidade Televisiva no Brasil. *Revista Tecnologia & Sociedade*, n. 9, 2009. Disponível em: <[http://files.dirppg.ct.utfpr.edu.br/ppgte/revistatecnologiaesociedade/rev09/R9\\_Completa.pdf](http://files.dirppg.ct.utfpr.edu.br/ppgte/revistatecnologiaesociedade/rev09/R9_Completa.pdf)>. Acesso em: 20 jul. 2012.



OLIVA, Rodrigo. *O intervalo comercial da MTV pelo viés da fragmentação e pós-modernidade*. Marília: Universidade de Marília, 2005. Disponível em: <<http://www.unimar.br/pos/trabalhos/arquivos/a49e10b479db0224239312f357718417.pdf>>. Acesso em: 31 maio 2012.

PONTE, Raquel; NIEMEYER, Lucy. *O vínculo estético-tecnológico no desenvolvimento da identidade televisiva*. 2010a. Disponível em: <[http://univercidade.academia.edu/RaquelPonte/Papers/344098/O\\_vinculo\\_estetico-tecnologico\\_no\\_desenvolvimento\\_da\\_identidade\\_televisiva](http://univercidade.academia.edu/RaquelPonte/Papers/344098/O_vinculo_estetico-tecnologico_no_desenvolvimento_da_identidade_televisiva)>. Acesso em: 31 maio 2012.

PONTE, Raquel; NIEMEYER, Lucy. *O insólito como identidade televisiva: as vinhetas da MTV*. 2010b. Disponível em: <[http://univercidade.academia.edu/RaquelPonte/Papers/146516/O\\_insolito\\_como\\_identidade\\_televisiva\\_as\\_vinhetas\\_da\\_MTV](http://univercidade.academia.edu/RaquelPonte/Papers/146516/O_insolito_como_identidade_televisiva_as_vinhetas_da_MTV)>. Acesso em: 31 maio 2012.

PSICODELICO. In: FERREIRA, Aurelio Buarque de Holanda. *Dicionário do Aurélio*. Disponível em: <<http://www.dicionariodoaurelio.com/Psicodelismo.html>>. Acesso em: 13 out. 2013.

RUSH, Michael. *Novas Mídias na arte contemporânea*. Tradução NASSER, Cássia Maria; revisão da tradução MICHAEL, Marylene Pinto. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

SCHIAVONI, Jaqueline Esther. *Imagem: o papel da vinheta no estabelecimento da marca*. Universidade Estadual Paulista. Bauru, 2007. Disponível em: <<http://revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/120/139>>. Acesso em: 28 jul. 2012.

SCHIAVONI, Jaqueline Esther. *Vinheta: uma questão de identidade na televisão*. 132 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista. Bauru, 2008. Disponível em: <[http://www4.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos\\_Comunicacao/pdfs/jaqueline\\_schiavoni.pdf](http://www4.faac.unesp.br/posgraduacao/Pos_Comunicacao/pdfs/jaqueline_schiavoni.pdf)>. Acesso em: 28 jul. 2012.

SENS, André Luiz. *Transformações logo MTV*. André's Luiz Sens Blog Televisual. Disponível em: <<http://blogtelevisual.com/identidade-mtv-brasil-rebrand-2011-2/>>. Acesso em: 20 out. 2012.

REIS, José Augusto Nascimento. *Isto não é TV, é MTV: linguagem da MTV brasileira*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://elizabethgoncalves.pro.br/wp->

[content/uploads/2008/06/mtv.pdf](#)>. Acesso em: 14 jul. 2012.

TEIXEIRA, Carla Cristina da Costa. *A linguagem visual das vinhetas da MTV: videodesign como expressão da cultura pós-moderna*. 2006. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. Disponível em: <[http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/8755/8755\\_1.PDF](http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/8755/8755_1.PDF)>. Acesso em: 28 jul. 2012.

TVecia. *Vinheta Da MTV Brasil* - Março de 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=n24cggydf0>>. Acesso em: 20 out. 2012a.

TVecia. *Vinheta MTV Brasil* - abril de 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=dja1mr5k7j8&feature=plcp>>. Acesso em: 20 out. 2012b.

TVecia. *Vinheta MTV Brasil* - maio de 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yu1n5rjld6s&feature=plcp>>. Acesso em: 20 out. 2012c.

Recebido em: 24/02/2013.

Aceito em: 19/04/2013.