

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA  
DO RIO DE JANEIRO



**Carla Cristina da Costa Teixeira**

**A linguagem visual das vinhetas da MTV**  
**Videodesign como expressão da cultura pós-moderna**

**Dissertação de Mestrado**

Dissertação apresentada como requisito parcial para  
obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-  
Graduação em Design da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Dr. Denise Berruezo Portinari

Volume I

Rio de Janeiro, abril de 2006.



**Carla Cristina da Costa Teixeira**

**A linguagem visual das vinhetas da MTV**  
**Videodesign como expressão da cultura pós-moderna**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Design do Departamento de Artes & Design do Centro de Teologia e Ciências Humanas. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

**Profa. Dra. Denise B. Portinari**  
Presidente/Orientadora - PUC-Rio

**Prof. Dr. Claudio Freitas de Magalhães**  
Membro - PUC-Rio

**Profa. Dra. Héris Arnt Telles Ferreira**  
Membro - UERJ

**Prof. Dr. Paulo Fernando Carneiro de Andrade**  
Coordenador Setorial do Centro de  
Teologia e Ciências Humanas - PUC-Rio

Rio de Janeiro, 12 de abril de 2006

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

### **Carla Cristina da Costa Teixeira**

Graduou-se em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, na Uerj, em 2001. Cursou Design Gráfico na Universidade Estácio de Sá, em 2001 e 2002. Participou de diversos congressos e simpósios. Possui artigos publicados em anais de eventos acadêmicos. Atualmente é sócia do escritório de comunicação e design Melancia Design, com portfólio disponível em [www.melanciadesign.com.br](http://www.melanciadesign.com.br).

#### Ficha Catalográfica

Teixeira, Carla Cristina da Costa

A linguagem visual das vinhetas da MTV: videodesign como expressão da cultura pós-moderna / Carla Cristina da Costa Teixeira ; orientadora: Denise Berruezo Portinari. – Rio de Janeiro : PUC, Departamento de Artes, 2006.

174 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes.

Inclui referências bibliográficas.

1. Artes – Teses. 2. Videodesign. 3. MTV. 4. Vinhetas. 5. Cultura pós-moderna. 6. Pós-modernismo. 7. Pós-modernidade. 8. Design pós-moderno. 9. Televisão. 10. Indústria cultural. 11. Cultura de massa. I. Portinari, Denise Berruezo. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes. III. Título.

CDD: 700

Para meus queridos pais, Maria de Fatima e Renato, e para meu dedicado marido, Douglas. Pelo apoio fundamental para que essa dissertação pudesse chegar ao fim.

## Agradecimentos

À minha querida orientadora, Prof. Denise Portinari, por todo auxílio e orientação prestados para que essa dissertação conseguisse atingir seus objetivos e tivesse uma real importância acadêmica. Agradeço também a confiança e a amizade.

Aos ilustres professores que, gentilmente, aceitaram participar da Comissão Examinadora: Prof. Hérís Arnt, Prof. Cláudio Magalhães e Prof. Alberto Cipiniuk.

Aos meus queridos amigos, aos meus pais e ao resto de minha família - irmão, avós, cunhados, sogros -, que tiveram paciência e compreensão suficientes para entender meu crescente isolamento e ausência em datas especiais, além de escutar minhas aflições e lamúrias nos momentos mais difíceis da dissertação.

Ao meu marido, Douglas, que foi o mais paciente de todos, e procurou me apoiar de todas as formas possíveis e imagináveis. Acho que foi a maior prova de amor de todas.

Aos meus colegas da PUC-RIO, pelo apoio e momentos de descontração por compartilharmos da mesma jornada.

À CNPQ, à Capes e à PUC-Rio, pelos auxílios concedidos, que garantiram a realização dessa pesquisa.

Aos funcionários da PUC, principalmente Romário e Rodrigo, por toda ajuda e esclarecimentos fornecidos durante o desenvolvimento da dissertação.

À MTV, com destaque para o gerente do Departamento de Promo, Rodrigo Pimenta, e Edson Fukuda, redator-chefe das vinhetas, que foram muito atenciosos e forneceram informações preciosas para a realização da pesquisa.

À pesquisadora de videodesign, Denise Mizuguti, pela pronta disposição em auxiliar, enviando para mim sua dissertação sobre o tema, além de outros textos relacionados.

Aos videodesigners Claudio Reston (Haroldinho) e Carlos Bêla, pelas importantes informações e depoimentos concedidos à pesquisa, e também pelas conversas com muito bom humor que incentivaram a continuação da pesquisa. Hoje posso com certeza chamá-los de amigos.

Ao meu lindo pássaro Elvis, que ficava incansavelmente em meu ombro, enquanto escrevia as páginas desta dissertação. Sua cumplicidade e suas "brincadeiras" foram um verdadeiro antídoto nos momentos de maior ansiedade e preocupação.

A Deus, por ter me dado o amor irrestrito e o apoio necessário para que pudesse vencer mais essa etapa da minha vida. E a Jesus Cristo pelos grandes ensinamentos, que me servem sempre como base para todos os projetos que conduzo na vida.

## Resumo

Teixeira, Carla Cristina da Costa. **A linguagem visual das vinhetas da MTV** - videodesign como expressão da cultura pós-moderna. Departamento de Artes & Design - PUC-Rio, 2006. 174p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A dissertação discute a relação existente entre o videodesign e a cultura pós-moderna, através da análise da linguagem visual das vinhetas da MTV. Porém, há também o estudo do sistema visual da emissora, no qual as vinhetas estão imersas, com referências à história, à programação, aos cenários, aos comerciais, aos videoclipes e aos VJs. A MTV assumiria um lugar de destaque na reprodução das manifestações pós-modernas, por ser um legítimo produto da indústria cultural, tendo como principal audiência o jovem, que costuma consumir diversas mercadorias atreladas à imagem dos artistas que tem seus clipes exibidos pela emissora. Além disso, a MTV procura adotar uma linguagem visual de vanguarda, expressa também em suas vinhetas, para continuar mantendo a atenção de seu jovem público, ávido por “novidades” que são descartadas de modo contínuo, estando baseadas na efemeridade pós-moderna. O ambiente de criação do videodesigner, repleto de recursos técnicos com o uso maciço do computador, através de programas de edição e manipulação de imagens, faria com que esse profissional fosse ao mesmo tempo produto e reproduzidor de determinadas características da cultura pós-moderna, enquanto desenvolve as vinhetas que serão exibidas para milhares de pessoas através da televisão, que é um meio de comunicação de massa. Aspectos concernentes à cultura pós-moderna, como a fragmentação, a efemeridade, o presente contínuo, o pastiche, a globalização, a compressão do tempo-espaço, a indústria cultural, o consumismo generalizado, dentre outros, são expostos sob diferentes ângulos e relacionados à linguagem visual da MTV e de suas vinhetas, que são produtos legítimos do videodesign.

## Palavras-chave

Videodesign; cultura pós-moderna; pós-modernismo; pós-modernidade; MTV; vinhetas; televisão; design pós-moderno.

## **Abstract**

Teixeira, Carla Cristina da Costa. **The visual language of MTV spots - videodesign as an expression of postmodern culture.** Departamento de Artes & Design - PUC-Rio, 2006. 174p. MSc. Dissertation - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The research presents a case study of MTV on-air promos and discusses the relation between the visual language of MTV - with an analysis of its history, programs, sceneries, video clips and VJs -, and postmodern culture. MTV visual language may be considered a privileged locus of reproduction of postmodern expression insofar as it is a legitimate product of the cultural industry. The teen audience of MTV consumes various commodities that are linked to the artists whose video clips are played in the broadcasting station. Besides, MTV adopts an avant-garde language, also expressed in its promos, to continue maintaining the young audience's attention. This kind of public is always eager for "novelties" that are continually discarded, true to the pattern of postmodern ephemerality. The videodesigner's workplace consists of a broad array of computer-based technical resources, such as image edition softwares. These resources are part of the process in which the videodesigner becomes both a product and a reproducer of postmodern culture, while developing the promos that will be displayed to millions of people on television. Postmodern aspects, such as fragmentation of ideas, ephemerality, continuous present, pastiche, globalization, time-space compression, cultural industry, generalized consumerism, and others, will be discussed from different angles and compared to the visual language of MTV and its on-air promos.

## **Keywords**

Postmodern culture; postmodernism; on-air promos; broadcast; motion graphics; postmodern design; MTV

# Sumário

<b>1. Introdução</b>	12
<b>2. Histórico da MTV</b>	17
2.1 I want my MTV	18
2.1.1 A influência da MTV na estética midiática do cotidiano dos americanos	22
2.1.2 Transformações advindas da superexposição dos ídolos musicais	24
2.2 A versão brasileira da emissora	31
2.2.1 A busca por uma identidade própria e a popularização da emissora	33
<b>3. Aspectos da cultura pós-moderna envolvidos na construção da linguagem visual da MTV</b>	40
3.1 Introdução aos estudos sobre a cultura pós-moderna	41
3.2 Cultura pós-moderna: a lógica da acumulação flexível de capital	46
3.2.1 Produção de imagens, sociedade do espetáculo, performance, moda, e outras manifestações da cultura pós-moderna	49
3.3 A linguagem visual pós-moderna na arquitetura e no design	56
<b>4. A relação entre a linguagem visual da MTV e a cultura pós-moderna</b>	72
4.1 Videoclipe: uma peça promocional geradora de mercadorias para a indústria cultural	73
4.2 Peculiaridades nos comerciais da MTV	89
4.3 Pluralidade, renovação constante e outras manifestações pós-modernas nos programas da MTV	93
4.4 VJs: os “amigos” dos jovens telespectadores da emissora	102

<b>5. Videodesign e a linguagem visual pós-moderna: as vinhetas da MTV</b>	<b>113</b>
5.1 Videodesign: o ambiente pós-moderno de criação das vinhetas	114
5.2 Vinhetas: da pequena vinha ao formato digital	127
5.3 As vinhetas da MTV: IDs, PIs, MPs, de abertura e SUPs	131
5.4 As manifestações pós-modernas expressas nas vinhetas selecionadas	138
5.4.1 Vinhetas de abertura	139
5.4.2 Vinhetas IDs e Promo-Imagem	150
<b>6. Conclusão</b>	<b>165</b>
<b>7. Referências bibliográficas</b>	<b>170</b>

"Aquele que age conscientemente e  
se esforça pacientemente, obtém riquezas.  
Com a retidão de caráter, alcança a fama.  
Praticando o bem, cria laços de amizade".  
Siddhartha Gautama