

Centro Universitário de Brasília – UniCEUB
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas
Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

Ana Carolina Soares Vallu

RA 2026631/1

**Vinhetas Gráficas: Análise e conceituação sob o prisma
das multi-formas da MTV**

Brasília – DF, 2006.

Ana Carolina Soares Vallu

RA 2026631/1

Vinhetas Gráficas: Análise e conceituação sob o prisma das multi-formas da MTV

Dissertação apresentada para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Orientador: Prof^o Luciano Mendes de Souza.

Brasília – DF, 2006.

Ana Carolina Soares Vallu

RA 2026631/1

Vinhetas Gráficas: Análise e conceituação sob o prisma das multi-formas da MTV

Dissertação apresentada para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Orientador: Profº Luciano Mendes de Souza.

Brasília – DF, 08 de novembro de 2006.

Banca examinadora

Profº Luciano Mendes de Souza.

Orientador

Profº André Ramos.

Examinador

Profº Érico da Silveira.

Examinador convidado

Dedicatória

*Aos inúmeros erros que me ensinaram bem mais que os acertos.
Aos meus amigos imaginários e a quem interessar possa...*

Agradecimentos

Ao meu orientador e exemplo de profissional, Profº Luciano Mendes de Souza, por tudo. Aos demais “mestres” que tive durante minha vida acadêmica. A minha vizinha que “bancou” os custos com a faculdade e, a mamãe e papai que sem eles eu não estaria aqui. Aos amigos Renata Teles e Ligia X, pelas dicas e, sobretudo ao meu Pingüim, Diego Torres que teve toda a paciência do mundo comigo. E por fim, a todos que de alguma forma contribuíram por bem ou por mau.

Sumário

1. Introdução.....	7
2. Uma breve conceituação sobre Design.....	8
3. A MTV e as Novas Mídias.....	10
3.1. Design em Movimento e sua definição.....	14
3.2. Conceitos da semiótica: Grafismos e linguagens.....	16
4. MTV e suas Fontes de Inspiração, Movimentos Artísticos.....	19
4.1. Leis da Gestalt.....	21
4.2. O legado pós-moderno.....	23
4.3. Um ponto de divisão entre o moderno e o pós-moderno existe?.....	26
5. Padrão de Linguagem MTV.....	28
5.1. Novas Linguagens.....	30
5.2. Animação, um apanhado breve e geral.....	32
6. Identidade MTV.....	36
6.1. A Comunicação e a MTV.....	39
7. Estudo de Caso – MTV e suas cópias.....	42
7.1. Análise de peças.....	43
8. Conclusão – Será a MTV algo assim realmente inovador?.....	51
Referências Bibliográficas.....	53

1 Introdução

Toda essa metamorfose de imagens que acontece bem diante dos nossos olhos, é simplesmente uma transformação que leva uma imagem em outra, alterando tanto a sua forma quanto a sua intensidade. A deformação de imagens passa a ser uma transformação que altera a forma de sua imagem.

Estes tipos de transformação possuem diversas aplicações, principalmente na indústria de entretenimento, como veremos adiante ao tratarmos das multi-formas apresentadas pela *Music Television* ou simplesmente MTV, sobretudo em relação às suas vinhetas.

Verificaremos que a comunicação veloz, de cortes abruptos e cheia de fragmentação são os elementos que estruturam a linguagem das vinhetas da MTV, e refletem um ambiente videográfico próximo ao da arte, por meio de suas formas e mutações. E não é só a vinheta que têm essa linguagem tida como “pós-moderna” e juntamente fragmentada, mas toda a programação se fixa nesses conceitos como veremos adiante.

O principal intuito deste trabalho é entender através de estudos e análise crítica qual a influência que, não somente a emissora MTV causa sob seu público, mas, sobretudo, como foco deste, o que as suas vinhetas acrescentam a sociedade, se é que podemos assim considerar.

Tendo como justificativa principal a impressão de que cada vez mais arte, design e tecnologia se misturam gerando um novo subproduto: a arte gráfica.

A metodologia aqui utilizada será com base em pesquisas bibliográficas referente aos principais tópicos aliada a uma análise teórica e crítica.

Espera-se com este trabalho de conclusão de curso entender toda a caracterização das vinhetas como vídeo-arte e levar ao conhecimento teórico dos que interessarem noções iniciais sobre animação, design, meios de comunicação e novas formas de linguagens, com base no estudo que aqui se propõe, entender mais a fundo as vinhetas gráficas da MTV.

2 Uma breve conceituação sobre Design

O estudo da história do design é um fenômeno relativamente novo. Seus primeiros registros datam da década de 20, porém o maior apelo e credibilidade a área comunicacional só ganhou espaço acadêmico dos últimos vinte anos pra cá (Denis, 1998, p. 318-323).

O termo “*design gráfico*” pode ser traduzido como a arte de criar ou escolher tais marcas ou elementos que, combinados numa superfície qualquer têm a função de transmitir uma idéia. Dessa forma, as imagens gráficas são mais do que ilustrações descritivas de coisas vistas ou imaginadas. São signos cujo contexto lhes confere um sentido especial e cuja disposição pode conferir-lhes um novo significado. (Löbach, 2001, p. 16).

Segundo Richard Hollis, o design gráfico possui três funções básicas: a primeira é a de identificar, dizer o que é determinada coisa ou de onde ela veio. Sua segunda função é informar ou instruir, indicando a relação de uma coisa com outra quanto à direção, posição ou escala. E por fim, sua terceira função é a de apresentar ou promover, aqui, o objetivo do design é prender a atenção e tornar sua mensagem inesquecível.

Posteriormente na história do design, juntamente com o surgimento de novas tecnologias, a possibilidade de a partir da década de 60, com o advento da computação gráfica já começando a se inserir na trajetória de invenções destinadas ao trato com imagens, um grande salto no que se refere propriamente ao design. E com isso os designers começaram a explorar as possibilidades com o uso do computador, a princípio apenas para processos simples tais como, fundir e distorcer imagens e junção de texto e imagem.

Jonas Gomes em seu livro **Computação gráfica: imagem** cita a International Standards Organization [ISO] que define a computação gráfica como sendo o “conjunto de métodos e técnicas de converter dados para um dispositivo gráfico, via computador”, mas vimos que na dada situação sugere pouco se considerarmos o imaginário coletivo que as imagens produzidas digitalmente despertam.

Semelhante ao que se verifica no mundo real, dentro da computação gráfica o espaço plástico é concebido em duas ou três dimensões, com processos gráficos característicos: desenho a mão livre e manipulação de pixel [menor unidade da imagem apresentada na tela do computador – segundo o site Wikipedia] para o ambiente 2D; e modelização em perspectiva com acesso a superfícies e objetos encontrados no ambiente 3D. E estas novas ferramentas junto às novas técnicas, foram capazes de permitir aos designers lidar com um novo aspecto da imagem – o movimento especificamente, dentro do ambiente gráfico.

3 A MTV e as Novas Mídias

A expressão “novas tecnologias” no domínio das imagens nos remete hoje a instrumentos que vêm da informática e permitem a fabricação de objetos visuais. Uma perspectiva histórica elementar mostra claramente, porém, que não foi preciso esperar o advento do computador para se engendrar imagens sobre bases tecnológicas. De certo modo, é evidente que toda imagem, mesmo a mais arcaica, requer uma tecnologia [de produção ao menos, e por vezes de recepção], pois pressupõe um gesto de fabricação de artefatos por meio de instrumentos, regras e condições de eficácia, assim como de um saber (DUBOIS, 2004, p. 31).

As inovações criadas pelo desenvolvimento das novas mídias e de tecnologias de comunicação revolucionaram toda uma estrutura de consumo das sociedades desenvolvidas e os hábitos da maioria das classes. Isso se deve, segundo Douglas Kellner (1998, p. 42), sobretudo em relação ao consumo de novas idéias como mercadoria que, permitiram uma grande proliferação do consumismo dentro de um universo simbólico. Universo este capaz de, não somente possibilitar aos consumidores outro nível de conhecimento, contribuindo para novas interpretações segundo a receptividade de cada indivíduo.

– Neste trabalho o foco é voltado para um meio audiovisual, o das vinhetas gráficas, especialmente as da MTV, e o que cada uma delas é capaz de transmitir, tanto em nível de conteúdo de informação quanto de entretenimento ou arte.

Toda essa transformação cultural passou a ser usada em favor da *Music Television* e, sobretudo, a ser analisada de maneira estética, como produção artística e como meio eficaz de comunicar idéias e conceitos. A pós-modernidade, representada pelo avanço tecnológico, estruturou novas formas de se trabalhar com a imagem e o som.

Sistematicamente, as vinhetas gráficas ou *motion graphics* conseguiram unir imagens e sons de maneira bem estruturada que penetram e se fixam na imaginação alheia. Toda essa construção de uma narrativa específica parece pertencer a um mundo próprio de signos e símbolos por vezes utilizados de forma inusitada, criativa, ou com imagens difusas com transmissões de mensagens cuidadosamente e

engenhosamente articuladas – por muitos considerados como mensagens subliminares. Entende-se aqui por mensagem subliminar aquelas mensagens que não conseguem ser facilmente apreendida numa primeira exposição, com uma carga maior de informação que o normal, o que faz com que causem uma perturbação visual, e é justamente esse um dos fatores que a programação da emissora.

Dessa forma a dinâmica de programação da MTV é organizada de maneira a ir de encontro com a vanguarda, trazendo novidades ao público, afirmando-se como porta-voz de novos estilos e tendências; não só tendências musicais como de comportamento e formação de opinião. Isso, sobretudo nos últimos anos, onde a reformulação da grade de programação passou a se apropriar não somente de vídeos-clipe, mas também de programas do gosto jovem, que é onde está o foco de interesse da MTV segundo estudos da própria emissora, declarados no Dossiê Universo Jovem 3 MTV, 2005.

Caracterizado como um canal capaz de envolver e conectar diferentes visões de mundo ao mesmo tempo, sejam seus espectadores públicos dos mais variados gêneros. Cada um com sua própria análise em relação à linguagem apresentada pela MTV. Geradora de conceitos únicos que romperam tabus e pré-conceitos desde seu lançamento, a MTV além de ampliar o limite na hora de apresentar um visual estético foi capaz de unir tantos outros e produzir um novo derivado, com uma linguagem nova, porém já conhecida. Passando a frente da tida como “antiga TV”, a MTV prova aos seus poucos concorrentes diretos que é possível sim, ser séria e responsável além de ter um conteúdo voltado para o público jovem, onde a comunicação possa ser feita com bom humor.

E, sempre em busca de novas tendências, observa-se hoje, vendo o padrão das programações de seus concorrentes, que o “padrão MTV de ser” é diferente, isso em relação a sua programação como um todo. Com intuito de inovar com a linguagem gráfica, desde o formato de seus programas, à produção de vinhetas e chamadas. Utilizando uma fórmula até então não conhecida de se fazer televisão, tanto é que hoje é considerada modelo para novos programas que surgem seguindo a mesma linha.

A MTV Brasil, por si só e em essência, é única, arrojada, subversiva em sua própria estética e linguagem. Ela é algo como “ame-a ou deixe-a”. (PEDROSO, 2006, p. 51).

Há quem não goste ou não consiga se adaptar ao modelo de programação oferecido pela MTV, ou então que, simplesmente não se enquadre no perfil de público que a emissora busca. Uma vez que, seu público é [e tem que ser] um público jovem não em idade apenas, mas em essência e que saiba receber as novidades de braços abertos.

Atualmente fica fácil observar em meio a todos os benefícios que a tecnologia trouxe, e que a MTV para o público jovem ajudou a consolidar, que a noção de tempo parece igual a todos, que literalmente o tempo parece às vezes voar. Isso não somente devido ao fato das coisas serem substituídas muito rapidamente, informação, bens de consumo, conceitos e padrões. Deve-se sobretudo, ao fato dessa nova geração já ter sido programada para aceitar e exigir isso.

As mudanças no cenário, a velocidade e o volume de informação, a rapidez com que a tecnologia mudou o cotidiano, novos códigos e comportamentos [...] parecem envolver a todos com a sensação de que tudo esta, de repente, ficando para trás muito rápido. (Dosiê... 2005, p. 19).

De fato é isso que se percebe no cotidiano, a fugacidade e fluidez das coisas. O alto grau de reciclagem de conceitos, idéias e padrões que estão sempre indo e vindo através de uma grande vitrine de exposição [e de certa maneira imposição] chamada TV que, é por si mesma alheia ao fator tempo, considerado por Brain Greene como sendo a 4ª dimensão oculta, sendo “o tempo” o espaço dos homens.

Outro fator que a MTV privilegiou, criando uma padronização de linguagem entre a matriz e suas filiais, foi uma velocidade muito grande de informação, numa época em que ainda não havia Internet.

Um de seus lemas é: “pensar globalmente e agir localmente” e mesmo seguindo a fórmula da matriz, a MTV Brasil tem suas características próprias, justamente por

tentar ao máximo agradar seu público, procurando estimular vários tipos de inteligência através de uma programação que atenda ao gosto de seu público.

Aparentemente alheia ao fator tempo, a *Music Television*, parece dispensar o tradicional horário nobre. Infere-se que sua programação seja feita de modo com que se consiga a qualquer hora do dia ou noite assistir a uma programação que parece ter acabado de começar, que não tem propriamente um começo, meio ou fim. Outro fator que podemos observar é que a MTV se baseia na repetição, e em uma diferenciação incessante em relação ao seu logo, que se altera e dessa forma consegue chamar ainda mais a atenção dos telespectadores; visto que dessa forma é possível suprir as horas de programação, uma vez que, não há um estoque tão grande de clipes ou programas disponíveis, nem de novas vinhetas a todo instante.

Hoje em dia sofremos de um excesso de velocidade de informação que nos faz sentir incapazes de absorver por muito tempo os acontecimentos, talvez por isso a necessidade de tanta repetição [...]. O tempo se comprime, vira uma sucessão de presentes e passados. (SCHITTINE, apud Dossiê...2005, p. 29).

Todo material apresentado, suas imagens e narrativas fornecem a base para os mitos que cercam nossa sociedade, seus símbolos e demais recursos para construção de uma outra realidade que não esta do cotidiano. Para Roland Barthes em **Elementos de Semiologia** (1989, p. 62), os mitos nada mais são que, a não legitimação de fatos ou idéias de prováveis acontecimentos que surgiram no meio social para dar explicação a fatos ainda não compreensíveis. Ou seja, os mitos dentro da sociedade servem para explicar tudo aquilo que não compreendemos de maneira racional naquele momento.

De certa forma o mito pode ser também entendido como um relato de um fato histórico que teve grande importância para o curso da sociedade, especificamente no que diz respeito aos relatos das civilizações mais antigas. Por sua vez, os mitos atuais são arquétipos capazes de atribuir algum significado a algo que passa a partir de então a ser comum a todos pertencentes de um mesmo grupo. (Jung, 1977, p. 108).

Vivendo atualmente uma realidade contida em uma cultura global, transmitida através das mídias que ajudam o indivíduo a construir sua própria identidade,

ensinando-os a fazer juízo de valores, distinguindo o que é bom do que é mau, ético ou não; composta por todo um sistema de imagens que explora dois sentidos simultaneamente – visão e audição. Isso faz com que não somente estejam unidos dois dos principais sentidos, assim como também é capaz de unir de maneira intrínseca cultura e tecnologia.

E dessa forma com toda essa sucessão de fatos novos a todo instante que causam mudanças incontestáveis, fica aquela sensação aparente de que cada vez mais cedo o futuro se torna presente e o presente cada vez mais rápido se torna passado.

3.1 Design em Movimento e sua definição

“A animação é a ilusão do movimento”
(WEINMAN, 1998)

Design em movimento pode ser definido para este trabalho como sendo a animação de elementos do design e grafismos, produzidos com intuito essencialmente comunicacional, destinado a reprodução e com um fundo de expressão artística. O movimento inserido ao design atua como elemento potencializador da mensagem. (DELEUZE, 1985, p. 72).

A significação de um grafismo é reforçada quando o movimento impresso a ele condiz com a mensagem proposta dando a idéia de unicidade, de integração entre diversos elementos distintos.

Uma característica forte do design em movimento consiste em basear-se no tempo, dessa maneira a velocidade de transmissão da informação é controlada pelo emissor e não pelo receptor. Ao contrário das mídias impressas e interativas, em que o receptor dispensa o tempo que quiser em cada informação. Nas mídias baseadas no tempo temos basicamente dois tipos de exibição: a montagem e a colagem. (LUCENA JUNIOR, 2002, p. 228).

Na montagem existe toda uma articulação e organização das cenas, planos e diálogos, isso com o intuito principal de desenvolver uma narrativa. Já na colagem que apresenta uma seqüência de quadros sem uma ordem fixa de eventos, a preocupação esta mais voltada para o lado estético comunicacional e sensitivo do que para o entendimento narrativo do espectador, e é justamente isso que se observa nas vinhetas da MTV, que serão analisadas em outro momento mais à frente.

É na colagem que as cenas se misturam, palavras são lidas em ordem aleatória, dessa maneira são capazes de desenvolver diversas formas de comunicação sensorial e multidimensional, com sobreposições de linguagens e mensagens, que facilitam a compreensão e atuam imediatamente com o sensível. Combinando uma dimensão espacial com sinestesia, em que o ritmo torna-se o elemento chave da cena. Ao mesmo tempo, utiliza a linguagem conceitual, falada e escrita, menos formalizada e racional, desenvolvendo um novo padrão comunicacional. (LUCENA JUNIOR, 2002, p. 234).

A sucessão de acontecimentos dentro do design em movimento, nos *motion graphics* da MTV, não se baseiam na lógica convencional, na coerência interna, na relação causa-efeito, no princípio da não contradição, mas sim, em uma lógica mais intuitiva e conectiva. Onde o subconsciente se sobrepõe através do processo de livre associação de idéias, proporcionando o que chamamos de conceito “*nonsense*”. Imagem, música e palavras se integram dentro de um contexto comunicacional de forte impacto. (MUNARI, 1997, p. 71).

Difícilmente uma peça de design, seja ela uma vinheta ou similar, tem sua exibição dissociada do som. Imagem e som são complementos e isso faz com que a comunicação que atinge mais de um sentido seja conseqüentemente mais eficaz. Assim o movimento potencializa o aspecto comunicacional do design, a imagem fortalece o aspecto comunicacional do som e vice-versa.

Dessa maneira a função do designer passa a ser a de planejar, projetar e coordenar a comunicação feita através de grafismos, visto que o resultado final tem como característica principal a reprodutibilidade e a comunicabilidade de idéias. Por estarem vinculadas à reprodutibilidade, as peças do design sofrem influência estética dos meios de reprodução e este por sua vez geram ruídos modificando a estética da

matriz inicial e muito comumente estes ruídos acabam sendo reproduzidos e incorporados como linguagem a peça.

E assim, a eficácia da comunicação nos meios audiovisuais, deve-se, sobretudo a capacidade de articulação, de superposição e de combinação de linguagens totalmente diferente composta por imagem, música e fala.

3.2 Conceitos da semiótica: Grafismos e linguagens

O texto não-verbal marca-se por uma construção da linguagem sem código [...] articulando-se numa lógica diferenciada, cujo significado deixa de ser a parte mais importante do jogo comunicacional. O texto abre a possibilidade de sentidos, numa suspensão de significados. (FERRARA, 1997, p. 15).

Imagens sem descrição podem significar diferentes fatores a diferentes indivíduos isso segundo seus conhecimentos, cultura e, sobretudo vontade de reconhecimento. Toda e qualquer imagem passa então a possuir um significado comum a partir do emprego do texto, que traduz em idéias concretas ou pouco mutáveis o que antes abrigava infinitas possibilidades.

Dessa maneira, para um maior entendimento de assuntos e de alguns termos tratados ao longo do trabalho, abordaremos alguns conceitos de linguagem semiológica.

Sinal: qualquer manifestação natural ou artificial que pode ser formada como advertência, previsão ou intenção de algo. Dependendo do grau de conhecimento do indivíduo que o percebe e do contexto cultural ao qual esta inserido, os sinais podem ou não ser possuidores de um significado. A exemplo disto temos o logotipo da MTV que além de ser um sinal representativo é também possuidor de significado, isto porque é conhecido quase que universalmente.

Significado: tudo aquilo que um sinal adquire pela freqüência de ocorrência, acordo ou convenção e que passa a constituir objetos concretos e abstratos de conceitos inteligíveis ao indivíduo. Sendo o significado que altera o sinal para o signo.

Signo: qualquer sinal com significado que permita fazer impressões mentais, e assim, o signo como significante de algo, possibilita que se relacione aquilo que conhecemos através de semelhanças de analogias, de continuidade ou de continuidade com o referente.

Significante: coisa ou manifestação que significa.

Símbolo: signo ou sistema de signos que, em certos contextos sócio-culturais possa representar algo mais que aquilo que significa. Outro emprego expressivo para a marca que a MTV criou. Para alguns além da logo da emissora significar um nome, é capaz ainda de representar uma geração envolvendo-se num plano mais abrangente.

Ícone: representação de imagens que imitam ou se assemelham aos elementos encontrados no ambiente natural ou em espaços artificiais.

Grafismos acidentais: caracterizam por aqueles tipos ou marcas deixadas casualmente, imprevisivelmente sobre uma superfície, como exemplo impressões digitais. Esses grafismos acidentais podem se tornar propositais a partir do momento que forem manipulados e utilizados pelo indivíduo para representar algo. Novamente a logo da MTV aparece para compor um espaço único onde imagem e símbolo se torna uma coisa só na “telinha” e, mesmo se transmutando é capaz de manter a configuração original.

Grafismos propositais: são aqueles cujos sinais gráficos possuem significado adquirido com propósito, ou seja, grafismos que possuem a determinação de comunicar em mensagem a idéia de algo previamente elaborado.

Iconografia: é uma mensagem visual diretamente transmitida do transmissor ao receptor, independente do uso de uma linguagem oral.

Nota-se toda uma preocupação e estudo por parte da *Music Television* em compor seu ambiente televisivo de maneira estruturada a partir da apropriação de certos recursos lingüísticos, por mais que isso possa não ser tão evidenciado a uma primeira análise.

4 MTV e suas Fontes de Inspiração, Movimentos Artísticos

Recentemente, os *motion graphics* passaram a ser estudados, ainda que em pequeno grau, como uma forma artística, isso devido a sua intensidade de construções simbólicas e de sua articulação em relação à vários elementos figurativos dentro de um mesmo contexto.

A ruptura da unidade ou harmonia compositivas e da cor, em determinados movimentos artísticos [Expressionismo, Futurismo, Surrealismo, Cubismo e outros], obedeciam a uma intensa crítica e uma concomitante vontade de liberar novas possibilidades formais, líricas ou expressivas (SUBIRATS, 1991, p. 104).

O resultado da união entre a arte e os meios de comunicação foi, na verdade, uma transformação e apropriação de ambos [sobretudo em maior grau das novas mídias como é o caso da MTV] em relação à articulação dessas tendências.

André Breton (2001, p. 65) define o Surrealismo como “uma ação puramente automática e psíquica, pela qual se pode exprimir [...] o real funcionamento da mente”. O suporte para uma base *nonsense* representado em algumas vinhetas pode ser apoiado neste movimento tranqüilamente. O Surrealismo está fortemente presente como uma espécie de manifestação evidente, podendo ser várias as suas interpretações. Adotando sempre como tema o simbolismo, as imprevisíveis justaposições do inconsciente, do modo como normalmente ocorre nos sonhos, se baseando em um universo subjetivo na comunicação de idéias, estas eram também outras características do surrealismo.

Como pode ser visto, no caso específico das vinhetas, o artifício da colagem [composição feita a partir da superposição de diferentes texturas de origens distintas na criação de uma cena, o procedimento visa valorizar as diferenças agregando a cena motivos que antes não se encontravam presentes], também é o fator primordial nesse tipo de construção evidenciando ainda mais o tema. Aqui as vinhetas resgatam esse tipo de construção fragmentada, próximas aos sonhos, característica forte do surrealismo.

Quanto mais as relações entre as duas realidades aproximadas forem distantes e exatas, mais a imagem será forte – maior será a sua potência emotiva e a sua realidade poética. A emoção assim provocada é pura, é não racionalizada, porque nasceu fora de qualquer imitação, de qualquer evocação, de qualquer comparação. (CHENIEUX-GENDRON, 1992, p. 72).

Esse é o espírito que muitas vinhetas utilizam; o de transportar o telespectador para um mundo que mesmo absurdo a uma primeira exposição é real porque é conhecido, que possui significação diversa conforme cada ícone apresentado e que, mesmo que cada um desses símbolos apresentados separadamente faça sentido isso não significa que juntos na composição devam fazer o mesmo.

O movimento dadaísta também pode ser fonte de inspiração para algumas das vídeo-arte produzidas pela MTV. Isso se deve ao fato de o dadaísmo ter como base e princípio a irreverência e a imaginação sem limites, com absurdos e incongruências chocantes, derrubando toda uma estrutura de representação racional. Além disso, foi capaz de “ensinar aos designers da época o valor do humor e do chocante como forma de despertar a atenção do observador e anular sua apatia”. (HURLBURT, 2001, p. 46).

Em relação a Bauhaus, movimento que conseguia agregar diversas tendências e propostas aos meios, nota-se que sempre existiu a intenção declarada de uma ação construtiva no seu sentido mais amplo, como relata Denis, em seu livro **Uma introdução à história do design** (2000, p. 114). Isso significa que ao analisarmos algumas vinhetas apresentadas notaremos sua função global, que foi outra forte característica do movimento que, dizia respeito à idéia de que a forma ideal de qualquer objeto ou idéia deveria ser determinada pela sua função, estética ou puramente informativa.

Também o Abstracionismo pode ser facilmente notado em diversas peças exibidas pela MTV. Movimento artístico especificamente voltado aos pensamentos abstratos e ao não atrelamento entre idéias, caracterizado como arte “não representacional”, uma vez que não representa objetos próprios da nossa realidade concreta exterior. O Abstracionismo Lírico ou Abstracionismo Expressivo inspirava-se no instinto, no inconsciente para construir uma arte imaginária ligada a uma "necessidade interior"; tendo sido influenciado pelo Expressionismo. (Wikipedia, 2006).

O Expressionismo foi também um influenciador por ter sido um movimento ligado à vanguarda, por possuir e possibilitar uma grande diversidade de pontos de vista antagônicos, subjetivos e com radicalidade absoluta, utilizando a deformação em favor da emoção buscando a mensagem oculta da obra.

Já o Art Nouveau foi outro movimento de grandíssima influência para o mundo das artes plásticas, essencialmente no campo do design. É caracterizado, sobretudo pelas formas orgânicas e pela valorização do trabalho artesanal. Juntamente com o *Art & Crafts*, o Art Nouveau foi um dos estilos estéticos que prepararam caminho para o design moderno. (HURLBURT, 2001, p. 16).

O movimento De Stijl [que literalmente significa “O Estilo”] ou Neoplasticismo foi o marco da arte moderna, “o mais puro dos movimentos abstratos” que conseguiu firmar o estilo do design do século XX. O De Stijl surgiu com a nova era e que, se beneficiou com “a múltipla fertilização de várias disciplinas das artes visuais”. Sintetizado por uma destreza na divisão de espaços pelos designers que mesclavam num mesmo ambiente a tensão e o equilíbrio, alcançados com a assimetria e por seu uso das formas básicas, concretizando a simplicidade nas soluções. (HURLBURT, 2001, p. 34-37).

4.1 As leis da Gestalt

Sobre o estudo acerca das leis da Gestalt, utilizaremos como base conceitos desenvolvidos por João Gomes Filho em seu livro **Gestalt do Objeto: Sistema de leitura visual da forma**.

A Gestalt pode ser descrita como a arte que se fundamenta no princípio da pregnância da forma, ou seja, na formação de imagens que possuem nelas mesmas determinados aspectos que compõem todo um sistema de leitura.

Por sua vez, esse sistema de leitura, caracterizado como as “leis da Gestalt” apresentam uma teoria sobre o fenômeno da percepção, criando e dando suporte para

uma análise sensível e racional, capaz de permitir um estudo interpretativo da forma, seja da imagem ou do objeto analisado.

A forma pode ser definida como a figura ou a imagem visível do conteúdo. De um modo mais prático, ela nos informa sobre a natureza da aparência externa de alguma coisa. Tudo o que vê possui forma, e essa percepção da forma é o resultado de uma interação entre o objeto físico e o meio luz agindo como transmissor de informação.[...] Sendo as condições determinadas pela própria experiência visual. (Gomes Filho, 2004, p. 41).

A teoria da Gestalt também sugere que, “não se pode ter o conhecimento do todo através das partes, mas sim das partes através do todo”. Ou seja, que os conjuntos possuem leis próprias e que estas regem seus movimentos.

Dentro do conceito de forma podemos incluir aspectos como: o ponto, a linha, o plano e o volume.

Sendo o ponto a unidade mais simples e incapazes de se fazer menor dentro da comunicação visual. A linha é definida como uma sucessão de pontos, ou “o ponto em movimento”. O plano é a sucessão das linhas e possui somente duas dimensões: a largura e o comprimento. E o volume é expresso pela projeção no espaço do objeto a partir do emprego das três dimensões, seja através do uso de luz causando a sensação de profundidade ou pelo próprio objeto em si. Podemos notar que, de certa maneira, esses quatro elementos estão interligados entre si na composição de uma imagem.

Ainda dentro das leis da Gestalt podemos também citar alguns dos itens que compõem as categorias conceituais fundamentais e que têm como finalidade além de darem consistência às leis, concorrer com outras forças de organização formal.

-harmonia: é o resultado de uma “perfeita” articulação visual, diz respeito a uma disposição formal bem estruturada no todo ou entre as partes desse todo.

-desarmonia: é basicamente o oposto da harmonia, sendo em síntese o resultado de uma desarticulação das partes constitutivas do todo, apresentando desvios ou irregularidades visuais.

-equilíbrio: é o estado de distribuição plena onde os elementos se compensam mutuamente.

-desequilíbrio: é a instabilidade criada pela ausência do equilíbrio, é utilizado para inquietar, surpreender ou chamar a atenção do observador.

-contraste: elemento capaz de dramatizar o significado do objeto ou imagem e torná-lo mais dinâmico. Dentro desse elemento temos outros que se ramificam, como: o contraste entre luz e tom, o de cor, movimento, ritmo, proporção e agudeza.

Todos esse elementos que compõem a leis da Gestalt em relação à análise da imagem estão dentro de um conjunto muito amplo, onde para este trabalho não se faz necessário um maior aprofundamento além do que já foi explicado.

Todavia, fica o conceito base de que a Gestalt significa, num conceito bastante amplo “uma integração de partes em oposição à soma do todo”. Onde sempre existira uma sobre-força para contra-balancear o conjunto analisado.

4.2 O legado pós-moderno

A modernidade é a época em que o fato de ser moderno se torna um valor determinante. (VATTIMO, 1989, p. 9-10).

A MTV é considerada uma televisão pós-moderna. Porém para tanto é necessário compreender os conceitos que caracterizam num primeiro momento a pós-modernidade segundo alguns autores.

Mais à frente, num segundo momento encontra-se uma análise sobre o ambiente que caracteriza a programação da emissora. E como a comunicação publicitária lida com as características peculiares, tais como o universo das simulações.

Primeiramente, sobre a definição baseada nos conceitos de pós-modernidade, Coelho (2001), em seu livro **Moderno e Pós-moderno**, aponta os limites duvidosos dessa definição e os questionamentos que diferenciam a MTV de outro tipo de televisão, conceituada por ele como a velha TV, se referindo às emissoras de canal aberto. Segundo o autor, a MTV inaugura um novo ambiente visual e sonoro e constrói-se de maneira diferenciada, “conseguindo detectar e reforçar certos traços ou estilos da contemporaneidade” (COELHO, 2001, p. 159).

A definição sobre o conceito de pós-modernidade é complicada, pelo fato de a própria noção do que seja pós-moderno ser apresentada como algo duvidoso cheio de recriação das formas que sustentam o caráter estético pós-moderno.

Vattimo, em seu livro **A sociedade transparente** (1989, p. 98), define todo um conceito sobre o termo pós-moderno, afirmando que seu sentido está ligado ao desenvolvimento e propagação dos meios de comunicação.

Teóricos pós-modernos afirmam que os sujeitos formaram massas e que esta é uma característica fundamental da cultura pós-moderna, que vive um modo fragmentado, desconexo e descontínuo.

A TV comercial passou a ser predominantemente regida por uma estética do realismo, de imagens que imitam o cotidiano, de personagens familiares e mensagens reconhecíveis onde a imagem tem precedência sobre a narrativa, causando uma nova experiência estética cheia de artificialidade. E é justamente nisso que se propõem essa segunda parte da análise, onde tanto a televisão como a publicidade que nela circula, se ambientam no universo das simulações, dos fatos reais que se repetem permeados pelos excessos, onde mesmo parecido nada nunca é realmente o que parece.

A visão de um mundo particular relaciona-se com a idéia de fragmentação. Segundo Lipovetsky (1993, p.15):

Caminha-se pelas cidades, cada qual com seu mundo, protegendo-se, evitando-se, perseguido por informações das mais variadas e que não dão acesso à centralização no conteúdo e as mensagens não representam muito no sentido de informar. São paisagens vagas, sem muito a dizer. Na modernidade, trabalhar, produzir, ser revolucionário eram temas importantes. Nos tempos pós-modernos, o homem é guiado pela informação e pela expressão [...].

Parece que a maioria dos indivíduos acostumaram-se a dizer mais, porém o que se percebe é que esse dizer vem sem finalidade e conteúdo. Caindo no vazio pelo excesso, pela mensagem artificial e espetacular, onde tudo parece mais e melhor do que realmente é.

O termo “modernidade” pode ser descrito como a hiper-realidade produzida pelos meios, transformando o cotidiano em espetáculo através de simulações. Sendo assim tem-se a noção de que consumimos mais sensações que conteúdo.

Algumas vinhetas da Music Television podem despretensiosamente não transmitir nenhuma mensagem concreta, mas certamente algum sentimento ela foi capaz de despertar, proporcionando sensações ao invés de oferecer conteúdo.

E isso de certo modo por ser correlacionado ao mito de George Orwell, “The Big Brother” [o grande irmão], que contribui para a disseminação de slogans, propagandas e, sobretudo, visões estereotipadas do mundo. Nunca se valorizou tanto as diferenças quanto agora. Entretanto essas “diferenças” não são únicas, são na verdade, cópias de algo que já existe e que agora é supervalorizado.

Perdido em um labirinto de imagens, o ser humano deste novo tempo habita um mundo construído por “efeitos de representação”, em que a realidade oferece fortes aparências. A imagem passa a valer por si mesma e não por aquilo a que se refira: a cópia é preferível ao original, o simulacro [a reprodução técnica ou a representação tecnológica] ao real. Simular a realidade por meio de imagens significa eliminar toda diferença existente entre real e imaginário. (POLISTCHUK & TRINTA, 2003, p. 144).

O universo midiático que, desde de o início do século 20, vem sido construído, tem se tornado cada vez mais intenso e insistente com diversos instrumentos de massa que passaram a fazer parte indispensável da vida cotidiana. Televisão, telefone, cinema, rádio, Internet. A cultura das mídias como matriz provedora dos interesses das classes dominantes. Mesmo assim a cultura pós-moderna não é tida como unidimensional, visto que, ela também se apropria de fatos e formas advindos da sociedade que a consome.

Cada indivíduo de uma maneira muito própria faz uso dos mais diversos meios de comunicação segundo seus interesses e necessidades. Em destaque a TV não

somente pelo fato de ser onde a MTV opera, mas também por ser um dos instrumentos de massa mais presente e influenciador no cotidiano dos cidadãos independente de classe ou idade. Observamos que pessoas assistem a TV de forma diferente umas das outras. Para determinados públicos ela nada mais é que um dispositivo que oferece uma colagem fragmentada de imagens que compõem a programação diária, não sendo muitas vezes, esses públicos capazes de, por exemplo, se recordarem do que viram na última noite e de não se importarem de seguir um programa já iniciado e ir “pulando” de canal em canal sem dar muita importância a nada. Já para outros é uma meio fundamental que possibilita conhecer outras e novas realidades, de avaliar a adquirir conhecimento útil além de entreter de maneira proveitosa.

Não podemos fazer ressalvas ou acusações até o presente momento sobre esse determinado fator, se a cultura da mídia ou da MTV, acrescenta de fato algo a sociedade, preenchendo lacunas deixadas pelas demais ou se na verdade nada mais é que um novo velho, que uma TV pós TV armada com alta tecnologia capaz de disfarçar a se adequar às novas expectativas criadas.

É assim que a MTV, a nova televisão e toda a cultura da mídia estão constantemente desestabilizando identidades e contribuindo para produção de outras mais instáveis, fluidas, mutáveis e variáveis no cenário contemporâneo.

De acordo com Baudrillard (2004), o universo pós-moderno é um universo composto pela hiper-realidade, sem fronteiras aparentes, onde os modelos e códigos de comportamento e pensamento; entretenimento e informação oferecem experiências mais intensas e envolventes que as cenas banais da vida real, do cotidiano. Em seu mundo pós-moderno, os indivíduos abandonam o “deserto real” pelo êxtase da hiper-realidade e pelo novo reino das novas tecnologias, sobretudo da televisão.

4.3 Um ponto de divisão entre o moderno e o pós-moderno existe?

Não sendo clara qual a contribuição desse uso impreciso e confuso dos termos [...] em última análise, o discurso pós-moderno produziu mais confusão que clareza, mais perplexidade que luz. (KELLNER, 1998, p. 98).

O discurso pós-moderno privilegia certos fatos e outros não, dessa forma não temos como assegurar que exista de fato fenômenos pós-modernos, sendo esses conceitos gerados para interpretar determinadas produções ou práticas. Assim podemos pensar que o discurso pós-moderno produz seu próprio objeto, sendo uma época, um movimento ou qualquer outra coisa ao qual caiba a denominação de pós-moderno.

Quase todos os que utilizam o termo pós-moderno têm definições diferentes, que vão desde o exagero em dizer que tudo o que é contemporâneo é pós-moderno até a simples apresentação de uma lista arbitrária de características muita das quais podem ser definidas como modernas. Outros teorizam de menos, privilegiando uma ou outra característica como marcas do pós-moderno, sem estabelecer uma ruptura realmente importante ou distintiva em relação ao moderno. (KELLNER, 1998, p. 67).

Mas será mesmo que existe essa real necessidade de nomear o que é ou deixa de ser pertencente a qualquer um desses dois momentos tão presentes na sociedade atual? Ou será que, essa “tentativa” de definir não é mais uma ferramenta para reavivar e levantar questões pertinentes ao tema e que merece ser bastante explorado, visto que, é um fenômeno recente e também mutável devido a sua apropriação de comportamentos e produtos gerados pela sociedade vigente.

Os termos moderno e pós-moderno têm sido utilizados para denominar uma infinidade de produtos culturais da nova era, fenômenos sociais e discursos teóricos, mas ainda sim, o conceito de pós-modernidade exige um constante estudo, esclarecimento e crítica acerca do assunto, visto que, não se consegue delimitar com precisão onde um começa e outro termina ou se ao menos isso de fato existe.

5 Padrão de Linguagem MTV

Não há como determinar de uma única maneira o que gerou a dinâmica de linguagem da MTV, isso porque o surgimento e a criação dessa linguagem singular é um apanhado bastante amplo de diversos setores, tanto da arte, como da cultura popular, de padrões sociais, sendo uma criação coletiva. Dentro desse universo, vemos que a MTV diferencia-se das demais emissoras em termos de criação do material audiovisual emitido por ela. Esses diferenciais são estruturados pela síntese de várias linguagens promovidas pela própria MTV, como é o caso da sua logo mutante, e aqui mais especificamente das suas vinhetas.

Importante ver que a fragmentação da linguagem, a colagem de elementos que unem as partes, reafirma o modo pelos quais a programação da MTV se estrutura.

A linguagem da MTV confere toda uma didática vinda da linguagem do cinema de curta e longa metragem, do filme comercial de TV, do desenvolvimento tecnológico de equipamentos de produção e pós-produção de imagem e som e pelo aperfeiçoamento de novas técnicas de criação e aplicação.

As vinhetas gráficas, ou *motion graphics* da MTV carregam um pouco de impressionismo devido à desobrigação em seguir uma seqüência que venha a contar algo, às montagens possibilitam uma descontinuidade da ação, uma separação entre espaço e tempo já característica.

No início dos anos 20, ainda no século passado, o cinema dadaísta e surrealista tornam mais anárquica a maneira de montar e contar uma história, e assim, conferem mais liberdade às montagens, lançando uma nova tendência até hoje presente nas vinhetas da MTV. Montagens aceleradas, câmeras lentas, trucagens visuais, corte descontínuo, abstração visual, ruptura com a lógica e ritmo frenético são facilmente observadas. Imagens que misturam o objetivo e o subjetivo, aliadas a um corte descontínuo, estruturam a narrativa dessas vinhetas. O espaço não caminha com o tempo e não seguem uma lógica de continuidade linear, o resultado passa a ser uma narrativa imprevisível.

Há também um pouco de expressionismo implícito na produção das vinhetas para a MTV, com a introdução de elementos desconcertantes, estilizados; o espaço é exagerado, pictórico criando um universo excessivamente fictício, alucinado, inquietante. Em algumas vinhetas o destaque se encontra nos personagens obscuros, na junção de dois ou mais planos descontínuos, na descontextualização das imagens, na mistura de estilos, na manipulação temporal que confunde passado, presente e futuro; o real do imaginário.

Os elementos que compõem as vinhetas sejam elas de passagem entre um programa e outro, no intervalo ou institucionais, são bastante semelhantes aos utilizados nas aberturas dos programas, porém com um critério maior de qualidade.

As vinhetas são o maior produto do canal, mesmo a uma primeira impressão não fazendo referência a nada aparentemente. São elas o que mais caracterizam a MTV dando essa identidade singular. Já outras, têm a responsabilidade de informar, e funciona muito bem como serviço de utilidade pública, como **A MTV é a favor de toda forma de amor, mas com proteção** em relação às campanhas de prevenção à Aids, ou ainda **Qual são os maiores problemas do jovem brasileiro e o que a MTV tem a ver com isso? PACTO MTV** sobre a responsabilidade social, a ética, consciência e cidadania, que de uma forma ou de outra, foi capaz de agregar valor à marca MTV; ou ainda **Desligue a TV e vá ler um livro**, que alerta sobre a alienação televisiva que o mundo sofre. Em relação a essa última, inferimos que, sem muitos artifícios a MTV buscar atingir seu público-alvo com estratégias persuasivas que fogem dos padrões da publicidade tradicional.

A emissora aposta num jogo estético bem elaborado, em que as regras do “bem-fazer” publicitário são deixados em segundo plano, valorizando uma possibilidade estética transgressora sem deixar de lado o fato de estar o todo tempo ditando comportamentos, divulgando produtos, direcionando “esse jovem” para o centro de sua atenção.

Quanto às aberturas dos programas, os elementos simbólicos utilizados podem ou não ter a ver com o conteúdo do programa, podem ou não fazer uma referência direta à MTV utilizando a logo do canal; mas isso pouco importa uma vez que, o seu

público já conhece bem a cara e o estilo empregado, então fazer essa referência fica fácil, porque o padrão MTV de linguagem gráfica já é conhecido pelo seu público jovem.

Essa identificação com a MTV e suas propostas são somente válidas a partir do momento em que são reconhecidas, é como se a identidade dependesse do termo de reconhecimento de outrem. Podendo essas identidades serem escolhidas, criadas ou até mesmo recriadas segundo as possibilidades de expansão e contração social.

Muitas dessas obras se aproximam da vídeo-arte [considerada uma forma de expressão artística que utiliza a tecnologia como suporte e que, desde os anos 60 está associada a correntes de vanguarda], resultando nesse estranhamento, nessa idéia de vazio e de fragmentação. E, resgatando um tipo de construção estética *nonsense*, cujas lógicas do absurdo são colocadas aos nossos olhos como fator de fascinação, as vinhetas exploram principalmente as nuances da forma. Assim, o plano da expressão de linguagem está muito mais elaborado em termos de possibilidades de produção de sentidos. Suas vinhetas são sempre metafóricas, nenhuma linguagem é propriamente explícita e isso às vezes se torna descartável no excesso de informação.

Esse tipo de construção criada pela MTV que preza pelo apelo estético, pela mensagem de difícil codificação, pela linguagem refinada, cheia de sintagmas foge a codificação linear. Tendo a vídeo-arte como referência as vinhetas são construídas por meio de vários elementos figurativos que parecem deslocados de qualquer relação, mas que possibilitam diversas interpretações. Interpretação essa que pode variar em relação a quem as assiste, e em que situação as assistiu [se a experiência fora agradável ou não, enfim, aqui principalmente os fatores psicológicos determinam qual a carga de sentimento despendida e qual será sua opinião sobre determinada exposição] e, sobretudo em relação ao conhecimento e interesse do mesmo.

5.1 Novas Linguagens

Certamente a partir da popularização da Internet no Brasil em meados dos anos 90, surgiu com ela uma nova linguagem capaz de otimizar ainda mais tempo, espaço e

velocidade na informação. A comunicação, principalmente entre os jovens, ganhou com isso uma maior flexibilidade e freqüência.

A tecnologia da informação trouxe eficiência e diversidade aos meios e, com isso, maior adequação entre emissor e receptor.

Logo após a Internet tivemos o “bum” dos aparelhos celulares com tecnologia GSM capaz de receber e enviar mensagens instantâneas com tanta eficiência e rapidez quanto a Internet.

As mensagens de texto via celular são predominantemente utilizadas quando há pressa, quando há muita objetividade [...] quando não se quer propriamente conversar [...] – (Dosiê... 2005, p. 28).

Visto que essas novas linguagens funcionavam bem com o público jovem, que muitas vezes só querem falar sem ter que ouvir algo em troca; alguns outros meios de comunicação de massa também resolveram se apropriar e tirar proveito dessa nova linguagem fruto da tecnologia. Foi o caso da MTV que, em muitas de suas vinhetas utiliza essa linguagem mais coloquial cheia de abreviaturas e novos simbolismos. Conseqüência essa que vez surgir dentro da própria língua uma nova linguagem, cheia de abreviaturas e simplificação.

E nem toda essa simplificação foi capaz de conter o consumismo. O mercado está sempre exigindo novidades, e essa tornou-se uma característica marcante da nova era que surgiu junto com a difusão de novas tecnologias.

Assim, a MTV como outros meios de comunicação, se viram obrigados ao lado da redundância, a promover também a experimentação como fonte de novidades.

5.2 Animação, um apanhado breve e geral

O universo da animação é muito presente dentro das vinhetas produzidas pela *Music Television*, mesmo sendo elas trabalhadas dentro das mais variadas técnicas. Nota-se que não existe um padrão de técnica preferida ou mais utilizada, mas que sempre o uso do computador está presente, nem que seja para uma melhor edição através da digitalização das imagens.

Em relação a qualquer forma de animação vemos que na verdade todas são baseadas em uma ilusão de ótica. Os movimentos que percebemos são fruto de uma série de imagens estéticas concatenadas, capazes de formar uma ilusão ótica que se baseia no fenômeno fisiológico da persistência retiniana.

O olho humano é capaz de reter uma imagem por uma fração de segundo isso enquanto uma próxima imagem esta sendo percebida. Esse fenômeno é o que possibilita que várias imagens estáticas apresentadas de forma regular ofereçam a ilusão de movimento.

Todo movimento parece ter valor inestimado na percepção que o homem tem do mundo, não só em relação ao tempo, mas principalmente em relação à velocidade como um todo.

O desenvolvimento da humanidade está profundamente atrelado à curiosidade em desvendar fenômenos e à capacidade de reproduzi-los de acordo com a sua vontade. (Leite, A.; Rojas, B.; Rodrigues, E., 2003, p: 17).

E é aí que a MTV trabalha, de acordo com a “sua” vontade de reproduzir e apresentar um olhar alternativo sob os mais variados assuntos que compõe o conteúdo de cada uma das vinhetas veiculadas pela emissora.

Com passar do tempo e o desenvolvimento de novas tecnologias, passou ser possível criar a idéia de continuidade e movimentação que resultaram na criação do que hoje é conhecido como cinema e posteriormente a TV.

A grosso modo, podemos fazer a seguinte analogia: se a lanterna mágica [primeira tentativa de projetar imagens em seqüência, 1645] está para o cinema a caixa mágica [caracterizado pelo aprisionamento de imagens em movimento dentro de uma caixa] está para a MTV ou a nova TV, como muitos a descrevem.

Através de experimentações e processos de tentativa e erro o andamento das produções foi gradualmente sendo desenvolvido. O mais barato e talvez mais popular tornou-se conhecido em 1868. Era composto por desenhos ou fotografias encadernadas em seqüência, que ao passar as páginas de maneira rápida se tem à impressão de movimento. Essa técnica de passagem de folhas, denominada *flip book* é utilizada até hoje em alguns processos de animação.

Já anos depois, apareceu George Méliès com a cinematografia que proporcionava a criação de realidades fantásticas em uma série de *trick films* [filmes de efeito]. George acreditava que essa “nova tecnologia” pudesse representar uma forma de expressão na qual o ilusionismo possuía importante papel.

Segundo Dan McManus (1954, p. 74), “o nosso trabalho é apresentar algo de forma irreal para fazê-lo parecer mais real”. Essa tem sido uma das principais, senão a maior preocupação da MTV em relação as suas vinhetas. Quanto mais absurdas parecerem, quanto mais fora de padrão, melhor. Esse conceito representa uma caricatura do real, com o objetivo de muitas vezes explicar melhor o que existe através de convenções visuais.

Segue adiante uma breve explicação sobre os mais conhecidos métodos e estilos de animação e o que cada um deles representa no cenário das vinhetas da MTV [segundo informações técnicas contidas no livro **Arte da animação** e no site Wikipedia]:

-“**Animação quadro-a-quadro**”: é tida como uma das técnicas mais antigas e mais trabalhosas pela necessidade de se fazer vários desenhos pouco diferentes um do outro. Os desenhos são passadas de trás para frente ao serem filmados, criando essa ilusão de movimento e continuidade. Também conhecida como “*flip book*” sendo essencialmente uma forma primitiva de se fazer animação.

-“**Chroma-key**”: consiste em colocar uma imagem sobre uma outra através do anulamento de uma cor padrão, como por exemplo o verde ou o azul. Quando filmada a cena em vídeo, o sinal cromático programado corresponde à(s) cor(es) do fundo, o sinal do fundo alternativo é colocado num sinal composto e transmitido, sobrepondo o fundo original. Observa-se muito o uso dessa técnica na apresentação de programas na grade da MTV, não tanto em relação a suas vinhetas.

-“**Stop motion**”: o que fundamenta esse estilo é a criação do movimento através do registro “quebrado” de cenas, a ilusão do movimento é dada através da captura e junção de várias cenas numa seqüência. Já houve uma época em que essa técnica era bastante utilizada para criação das vinhetas veiculadas na emissora e importadas para quase o mundo todo, atualmente isso não é claramente evidenciado, visto que, surgiram outras técnicas que passaram a agradar mais ao gosto do público.

-“**Animação em 2D**”: para Lucena Junior esse tipo de animação ocorre a partir do transporte de imagens para o ambiente computacional. A partir disso são inseridos dados que correspondente aos algoritmos, dessa maneira cria-se o movimento de imagens estáticas a partir de um modelo seqüencial. No entanto, podemos entender como também sendo animação 2D outras técnicas que dispensam o uso do computador, como por exemplo *flip book*. Na verdade o que acontece é que qualquer técnica, independente de qual seja, é sempre apresentada ao telespectador em um local plano [televisão, desenho, tela de projeção ou PC].

-“**Animação em 3D**”: podemos considerar a animação computacional 3D como sendo o sucessor digital da animação em *stop motion*. Nela ocorre o que podemos chamar de modelagem do personagem, onde através de sensores são capturados os principais movimentos e transferidos para um esqueleto virtual dando origem à animação pronta. Uma das principais técnicas usadas pela

emissora e escolhida pela maioria dos designers devido a sua infinidade de possibilidades e qualidade de resultados.

-“**Estilo morfin**g””: é a animação que consistem na modificação visual de determinado objeto ao se transformar em outro. Sua ocorrência gera uma mudança de conceitos e significados no elemento primário. Também muito utilizada dentro das vinhetas da MTV como forma de carregar uma característica forte da emissora que é o caso da transmutação, possuindo grande apreciação pelos designers por ser um recurso “sutil” e se bem estruturado capaz de possuir grande impacto.

-“**Rotoscopia**””: técnica de animação onde são utilizados como referência a filmagem de um modelo vivo, então aproveita-se cada “*frame*” [conjunto de quadros ou imagens que formam um filme por inteiro, cada frame tem cerca de 0,05 segundos que correspondem a 20 quadros por segundo], filmado para desenhar todo o movimento do que se deseja animar. Quase como uma tendência, essa técnica desponta na MTV como sendo a próxima “vedete”, devido a sua grande engenhosidade capaz de transformar imagens bem definidas em desenhos super realísticos.

Segundo Leroy, “a MTV em termos técnicos, não segue padrões rígidos. A criação pode ser feita no papel, filmada, digitalizada, fotografada, enfim, o que importa é a idéia, o conceito e a sua relação com o público”.

6 Identidade MTV

Com o surgimento da MTV em 1981, ninguém poderia apostar que aquela novidade televisiva se tornaria referência para o público jovem por mais de vinte anos, com o mesmo entusiasmo. Isso talvez se justifique pelo fato ou, sobretudo pela novidade criada pela MTV e que tem servido de exemplo para os outros canais. (PEDROSO, 2006, p. 03).

A maior contribuição da MTV para a comunicação como um todo, além de explorar novos conceitos e temáticas, tem sido sua linguagem visual, de imagens rápidas que não são capazes de serem assimiladas facilmente de forma consciente. Cheia de imagens multicoloridas, pseudo-futuristas que se sucedem de maneira ininterrupta durante toda a programação diária. Todavia, percebe-se que, de certa forma isso vem mudando; aos poucos tem se criado um conceito diferenciado, um pouco mais sofisticado e moderno, seguindo os passos da contemporaneidade.

Vinhetas despretensiosas, criadas pelos designers brasileiros que não vão facilmente na idéia de exageros e deslumbres da matriz. Sua linguagem gráfica passou a ser mais que influência tornando-se quase regra a ser seguida para toda forma de design feita no país onde seu público é determinado por jovens; de programas e propagandas a capas de Cd's e revistas. (PEDROSO, 2006, p. 110).

De uma maneira especial, a *Music Television* apresenta uma nova estética, graficamente bem cuidada, que não subestima seu público e que, de maneira intencional e consciente causa estranhamento igualmente enquanto fascina. Essa é a estética das informações intelegíveis, da narrativa fragmentada, do bom humor cínico adotados nas vinhetas gráficas que geram curiosidade ao espectador, criando empatia e uma rápida identificação por jovens pelo canal.

Possuindo uma identidade visual mutante a MTV tem essa característica como sendo uma das suas principais referências, capaz de acompanhar as mudanças de seu tempo e público. Sua identidade está também baseada no dinamismo, na mutabilidade, na assimilação e apropriação para si de elementos culturais, característica primária do

canal em todas as mais de 140 filiais espalhadas pelo mundo. (PEDROSO, 2006, p. 61).

Os designers da MTV têm a liberdade para utilizar diferentes técnicas e se respaldam em diversas estéticas, inúmeras tendências, muitas vezes criando-as ou simplesmente reinventando-as, dando-lhes uma nova roupagem com a cara da *Music Television*, do seu público.

Além de tudo isso ela inaugurou um novo estilo de fazer televisão, com programas de menor duração, mais dinâmicos, baseados na vídeo experimentação, todos com um design arrojado e vanguardista com linguagens de inúmeros movimentos artísticos e manifestações culturais. Dentre eles alguns que podemos identificar facilmente: o estilo dos anos 70 com todas as suas cores, o movimento punk cheio de atitude, toda a inquietação do Surrealismo, a dinâmica do Futurismo e por ai vão as inspirações para as artes gráficas das vinhetas e aberturas de programas da MTV. (PEDROSO, 2006, p 123).

As MTV's se inspiram umas nas outras para produzir novas linguagens, repletas de inovação e criatividade, trocando informações em busca da constante atualização, procurando regionalizar a grade de programação e manter a audiência mesmo com algumas idéias “não nativas” mas capazes de conter uma dinâmica universal facilmente compreendida pelo seu público. E isso faz com que não seja muito difícil ver trabalhos realizados pela MTV Brasil serem veiculados em outras partes do mundo como América Latina, Estados Unidos, China, entre outras.

Suas vinhetas têm por princípio serem bastante experimentais, com ampla liberdade na criação e exploração de novos conceitos. Algumas das vinhetas produzidas, não têm que ter necessariamente uma explicação, um começo, meio e fim, nem tão pouco uma mensagem, nem um objetivo claro, com uma interpretação bastante livre. Muitas das vezes o que faz com que as vinhetas da MTV sejam “da MTV” é o simples acréscimo da logo do canal, cuja principal função desse desenho composta por um “M” maiúsculo e as letras “TV” grafitadas, manuscritas e semi-sobrepostas neste “M”, é a de identificar, fazendo referência direta a marca da *Music Television*.

Com um logo criativo e mutante a MTV é única no sentido de que a sua identidade visual é de uso exclusivo, onde nenhuma outra organização pode fazer uso dela, nem de suas variáveis. Possuindo um valor, mesmo que instável devido as suas variações sendo de fácil reconhecimento e assimilação na memória, visto que seu público possui uma percepção diversificada, cheia de detalhes e informação. Com uma singular logomarca descritiva que inclui na marca informações sobre seus produtos e serviços; *“Music Tele Vision”*. Sendo sua marca detentora de uma reputação mundialmente conhecida devido à repetição da logo sobre as mais diferentes texturas e formas, produzindo um efeito inusitado e bastante chamativo.

De acordo com o manual fornecido pela matriz, (*Anti Style Guide, s.d.*), existem três itens que não podem, ou não deveriam nunca ser mudados, são eles:

- 1. O *outline* da letra/forma “M”, incluindo o *outline* da sua sombra.
- 2. As letras “TV” com o garrancho em diagonal na metade de cima da segunda perna do “M”.
- 3. As palavras *“Music Television”*, proporcionalmente espaçadas e posicionadas logo abaixo do “M”, deverão sempre permanecer constante.

Figura 1: Logomarca MTV



Fonte: google img

O conceito da identidade visual da MTV como um todo está construído e baseado no elemento surpresa [que é justamente a base para uma construção moderna]: as cores, padrões, texturas e o design podem ser mudados para se encaixar em qualquer situação de uso, caracterizando-a como uma identidade visual mutante.

A MTV sempre esteve em revolução, dessa maneira, passou a explorar todas as formas de linguagens que poderia ou não utilizar, observando o que funcionava melhor, fazendo com que nada seja fixo, podendo variar conforme a intenção e a necessidade.

Segundo Leroy, ex-diretor de arte da MTV, a comunicação contemporânea não é linear, pois ela é um reflexo da nossa época, da nossa percepção de mundo, tornando-se fragmentada e imagética.

No mundo da informação, onde o imaginário é alimentado constantemente via tecnologia, temos a dualidade da forma e função, guiadas por todo um conjunto de “novas” propostas estéticas somadas a vontade dos designers em produzir sempre mais, incentivando o consumismo de produtos, idéias e valores dessa sociedade imediatista e, por conseqüência, existe ainda uma necessidade latente pelas mudanças mais freqüentemente.

6.1 A Comunicação e a MTV

O ato de comunicar é algo inerente aos seres humanos, que o fazem de diferentes formas e com intuítos específicos conforme a necessidade, garantindo a interação e a interdependência da sociedade. (FERRARA, 1991, p. 15).

A comunicação pode ser definida como um intercâmbio simbólico onde seu resultado depende da participação da sociedade e origina como produto mudanças tanto sociais quanto culturais. “É por meio da comunicação que as gerações acumulam bens simbólicos e transmitem seus conhecimentos através do processo informativo” (KOPP, 2004, p. 56).

Do ponto de vista da teoria da informação, o ato de comunicar está baseado na troca de sinais previamente conhecidos entre emissor e receptor. Com base semiótica,

a informação consiste em matéria passível de manipulação, sendo ela moldável conforme a necessidade do meio [emissor] e seu interesse em comunicar. (SANTAELLA, 1987, p. 35).

Através dos novos meios, provindos da industrialização todos esse processo informativo ganhou mercado e passou a disputar espaço em um ramo cada vez mais competitivo.

Desde seu surgimento, a MTV é em si televisão. Podemos afirmar isso por ela ser a única nesse aspecto em relação ao seu formato muito próprio.

Considerada a “nova TV” que além de despertar dois dos mais importantes sentidos [visão e audição] é ainda capaz de conseguir instigar a curiosidade e de certa forma levar ao consumo de novas idéias. Uma vez que é através da visão que o homem estabelece a maior parte das relações com o mundo e porque é através do olhar que as pessoas seduzem e são seduzidas.

Esse ato de seduzir para o mercado, especificamente, significa lucro, expansão, garantia de provocar um desejo e projetar vendas. E para que possamos usufruir ao máximo tudo o que o meio televisivo oferece é necessário também se apropriar de alguns pontos importantes:

- Mensagem simplificada com poucos personagens e situações;
- Atual e moderna com tempo presente o que permite uma compreensão mais rápida da mensagem;
- Maniqueísta, dividida entre o bem e o mal sem juízo de valor ou imposição de idéias de forma explicita.

Outro ponto relevante é a fragmentação temporal que exige uma divisão de imagem e de som que deverão ser organizadas de forma a garantir seu objetivo, o de passar determinada mensagem. Assim, a construção de toda essa realidade televisiva, com base nas vinhetas apresentadas pela MTV, busca uma ênfase especial com conteúdo dramático e emocional e ainda sim muitas das vezes também imparcial e incoerente.

Santaella (1987, p. 82), caracteriza a linguagem massmediática, linguagem das massas, como sendo todo um conjunto de regras caracterizadas pelos seguintes fatos:

- apelativa**, resumida em fatos de extrema relevância para transmissão da mensagem;
- nem verdadeira nem falsa**, uma vez que recorre a chavões e frases ou recria situações ambíguas;
- conjuntura de incompatibilidade**, quando liga termos incompatíveis;
- tautológica**, que busca explicações com base em termos idênticos ou equivalentes, permitindo com isso uma absorção da mensagem mais rápida.

O que se observa são justamente a utilização de tais táticas associadas para produção dos *motions graphics* veiculados pela MTV no mundo inteiro. Segundo Teixeira Coelho, um traço distintivo entre a velha TV e a MTV é a tentativa desta de criar uma “imagem ambiente” ou um “ambiente visual”. A MTV deseja e têm funcionado como um rádio visual onde a imagem é capaz de penetrar no indivíduo independentemente de sua vontade. Esta é justamente a proposta da pós-modernidade televisual.

Assistir a MTV é uma experiência de recepção diferente da exigida pela TV convencional. A exposição ao ambiente visual das vinhetas, com formato descontínuo, causa nos telespectadores certo desligamento do real.

A MTV não se preocupa com a estabilidade da imagem, não cabendo dentro da emissora uma unidade visual, como norma a sobreposição e a transformação são contínuas.

De acordo com Teixeira Coelho,

A imagem na MTV está em constante liquefação e reagrupamento. A MTV não lida mais com a imagem, ou com o conceito tradicional de imagem, mas com algo que pode ser chamado de imagem molecular [...] seu espírito é a turbulência que rompe a linha entre o fluído e o sólido, formando agrupamentos de formatos e densidade impossíveis de se prever antes do exato instante que ocorrem. (1981, p. 166).

7 Introdução ao Estudo de Caso – MTV e suas cópias

Mais adiante através de uma seleção de imagens que, compõem algumas das vinhetas, tanto da MTV como da emissora Fox [que foi escolhida para servir de base comparativa], abordaremos a questão da arte, das técnicas e do conteúdo, sobre a análise da linguagem.

Nota-se que um dos principais objetivos na MTV está na construção de um ambiente visual sem marcações estáveis de imagens, onde tempo é fragmentado, rápido e dinâmico. Aqui a unidade visual destinada a medir o tempo de permanência de uma imagem na tela, tende a trabalhar com frações de segundo. E mesmo assim, essa imagem dificilmente aparecerá sozinha na tela sem a sua logomarca mutante durante um certo intervalo de tempo. “A norma é a sobreposição, a transformação de uma imagem em outra, numa anamorfose contínua” (COELHO, 2001, p. 165).

A falta de uma construção linear faz com que, seja evidenciado o valor estético da mensagem, abrindo possibilidades para diversas interpretações de leitura.

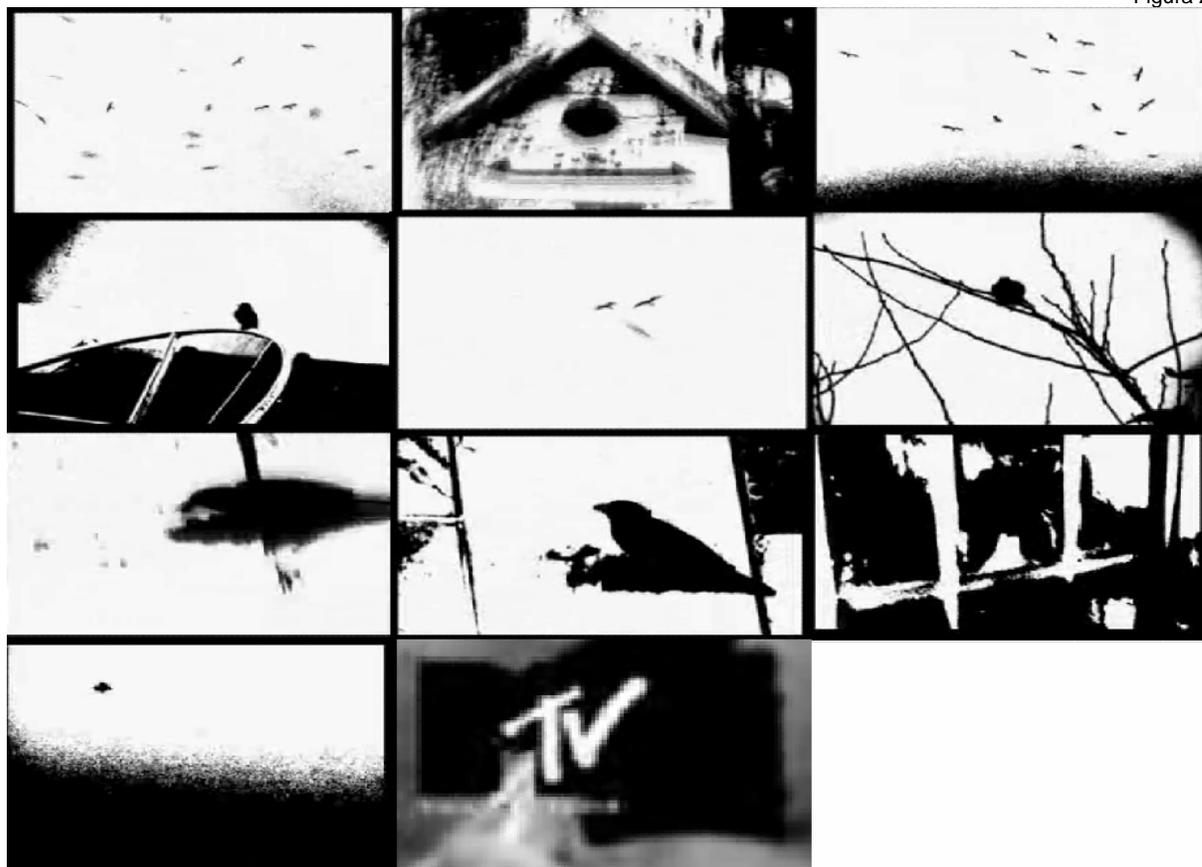
Quase em sua totalidade, “o que menos importa é a intenção de se contar uma história e mais o desejo de se passar uma overdose de sensações, através de informações não relacionadas”. (SALLES JÚNIOR, 1985, p. 48). Informações estas que servem mais como um referencial abstrato e simbólico do que para uma construção sob um ponto representacional, lembrando que “nada nunca é o que realmente parece ser”. E essa intenção se reflete a cada nova vinheta que surge no canal, reforçando ainda mais seus conceitos, o de ser diferente e de nessa diferença ganhar o público.

Particularmente, a linguagem da vídeo-arte se articula em códigos não específicos, podendo ser considerado um meio de comunicação híbrido, que retém para si características de basicamente todas as linguagens – do texto, do cinema, da música, da computação gráfica e assim, metamorfoseando, cria sua própria linguagem. É difícil encontrar elementos significantes próprios a essa linguagem. E, isso faz com que a subjetividade seja uma característica contemporânea. (HUTCHEON, 2002).

7.1 Análise de peças

I.

Figura 2



Obs: Peça de autor não identificado, sem ano de veiculação.

Nessa peça o movimento de câmera utilizado ajuda ainda mais no que parece ter o intuito de causar confusão mental. As cenas sofrem efeito de aceleração e repetição de movimentos, e, têm-se a impressão de filme antigo justamente pelo emprego de “chuviscos” na imagem, contribuindo para uma maior perturbação ao telespectador.

Sem cor e sem som essa vinheta em particular torna-se muito dramática e subjetiva, não sabemos ao certo qual a mensagem que deve ser transmitida.

Observamos nesta vinheta uma seqüência de imagens confusas, ao final a logo da MTV fazendo composição com o ambiente e se fixando por alguns instantes. Esta é mais uma vinheta que reflete o estilo *nonsense* que a MTV ostenta.

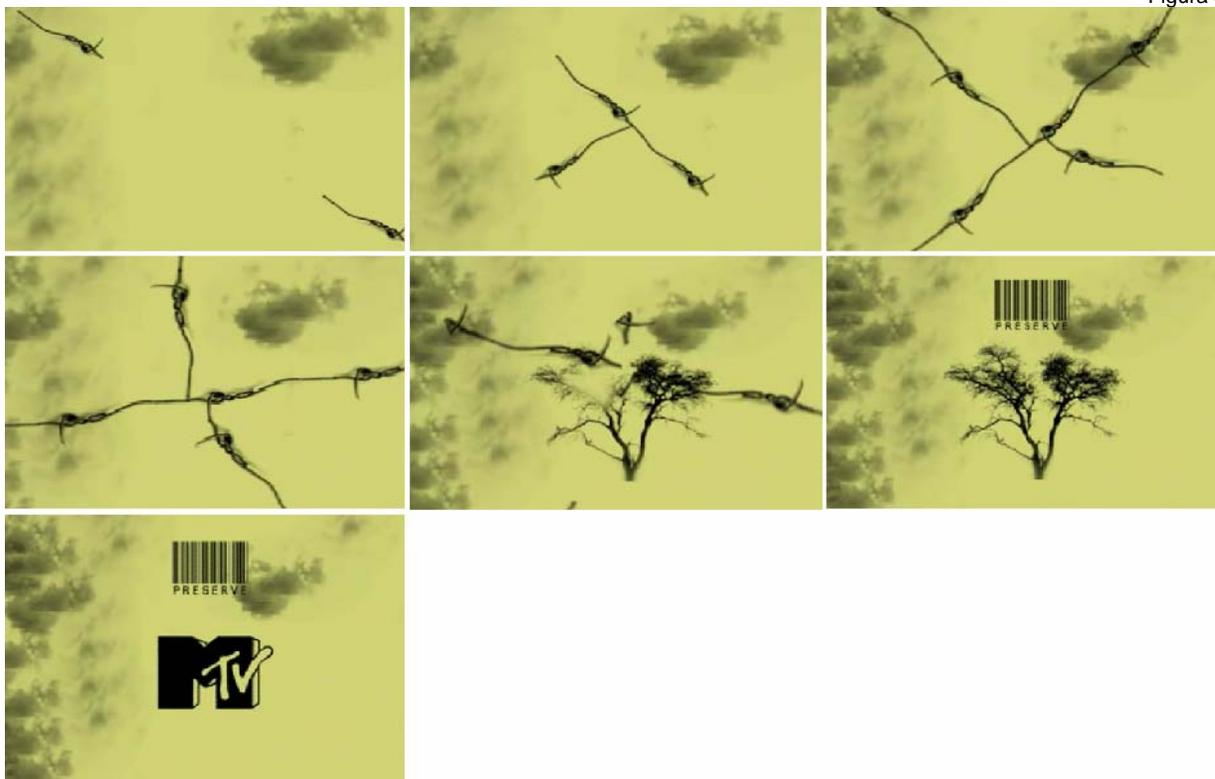
Numa análise mais teórica, podemos notar vestígios do movimento e da estética Expressionista. Tal fator se deve, sobretudo às características que o movimento carrega, sendo elas, segundo a visão de Bornheim em relação ao movimento e suas aplicações: um alto teor de sentimentos dramáticos e confusos; grande diversidade à análise, com pontos de vista antagônicos em relação à totalidade dos padrões, que aqui não existem; relatividade subjetiva, atuando sobre domínios psicológicos não se sabe ao certo a função da mensagem; dinamismo improvisado e rupturas de padrões de cena; arte do instinto com texturas rudes; deformação [de cena] a favor da extravagância e emoção, além de ser um movimento ligado a vanguarda.

Dessa forma, o Expressionismo deve ser considerado [não somente aqui, mas no geral], como um movimento de reação; que se apresenta com uma característica nova e importantíssima, de conseqüências radicais. [...] O elemento novo da experiência expressionista é, sem mais, contra o todo do passado; é o primeiro movimento cultural que deve ser compreendido, antes de mais nada, por uma rebelião contra a totalidade dos padrões, dos valores do Ocidente. Verifica-se, assim, no Expressionismo, e pela primeira vez, um sentido de radicalidade absoluta. (BORNHEIM, 1975).

Especificamente nesta vinheta nota-se vestígios de uma técnica de captura de imagens em vídeo onde se mantém a imagem desfocada grande parte do tempo, sobressaltando o efeito amador e rústico, com ausência de pequenos detalhes, dando com isso um “enrijecimento” a peça. Já numa pós-edição podemos inferir que a técnica de passar as imagens repetidas vezes, alternando o movimento contínuo com o retrogrado [stop motiom] também foi utilizada.

II.

Figura 3



Obs: Peça de autor não identificado, sem ano de veiculação.

Essa peça gráfica possui algumas características encontrada na arte chinesa, principalmente em seus desenhos feito a mão. O típico espaço linear, frágil e ao mesmo tempo translúcido pode ser facilmente observado, juntamente com suas formas orgânicas, característica encontrada na Art Nouveau. Harmonia e equilíbrio visual também permeiam toda a composição, favorecendo uma boa pregnância da forma, ou seja, mínima interferência e complicação visual na organização de seus elementos.

Ainda em relação a análise baseada nas leis da Gestalt, a forma aqui apresenta uma configuração esquemática dentro do conceito de representação do objeto “árvore” devido ao seu registro ser feito por meio de sombras ou manchas. Por fim, o contraste passivo da peça, essa técnica produz o que podemos chamar de “força imóvel” mediante a um equilíbrio absoluto, onde as forças visuais se apresentam em repouso.

Nuvens, árvore, traços que pertencem a uma visão contemplativa dos eventos da vida. Linhas que conferem vitalidade representadas pelas formas supõem que o arame farpado cresça ritmicamente em uma projeção dentro do espaço. O elemento simbólico como um todo reflete ternura; tons pastéis e plano de fundo suave revelam certa contenção, sobretudo pela precisão da informação, da mensagem.

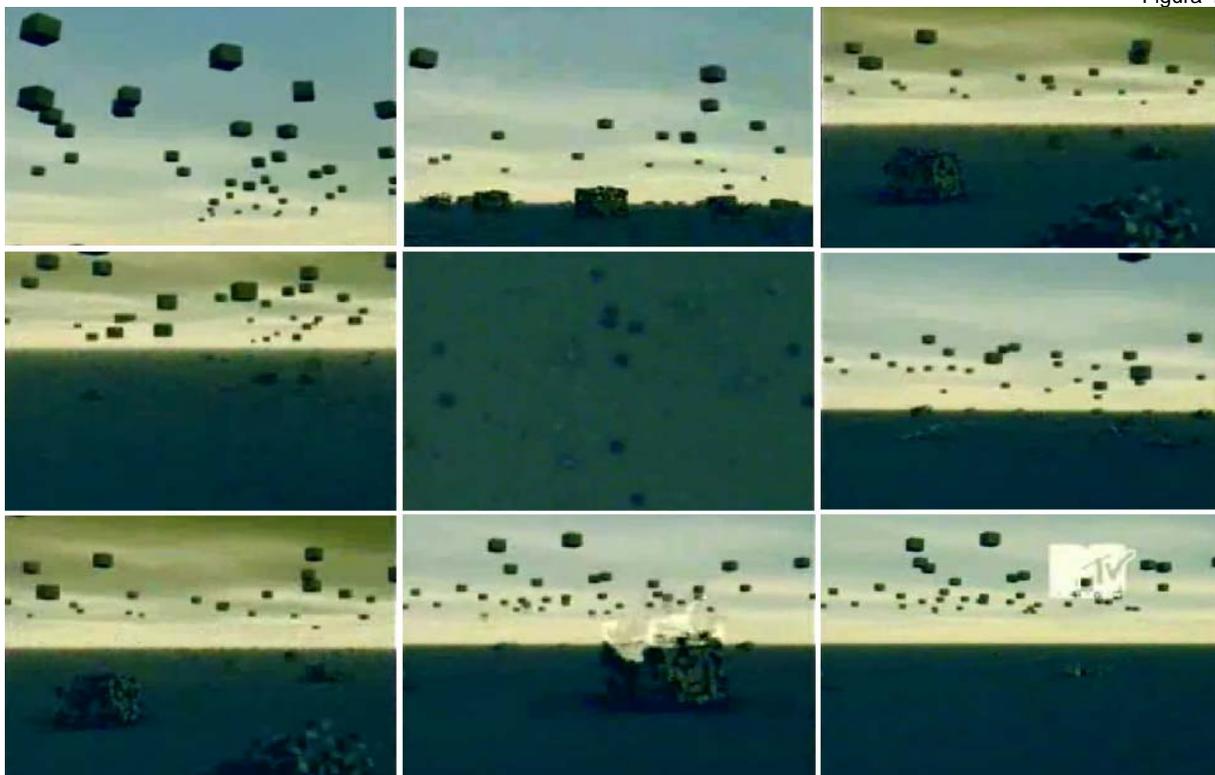
Nesta peça nota-se a presença do efeito *morfing* ao final da seqüência, quando os arames farpados se separam e dão origem a imagem de uma árvore que surge gradativamente ao centro. Uma animação produzida com auxílio de recursos info-gráficos em 2D. O efeito de “sombra” presente no desenho remete a uma sensação de profundidade em elementos específicos, porém este recurso não garante que seja uma peça com a concepção da animação em 3D.

Essa vinheta revela sua preocupação com o meio ambiente de maneira sutil e subjetiva. Aqui o arame farpado que surge e desaparece durante os quadros sugere simbolismo ao uso de cercas que degradam senão alteram o meio ambiente onde quer que sejam postas, promovendo o desmatamento por conseqüência. Podemos então considerar que esta animação seja de utilidade pública e mesmo contendo uma mensagem curta reflete sem interferências a idéia a ser transmitida com eficiência.

O “preserve” que aqui pode ser entendido tanto quanto sendo em relação à preservação da flora simbolizada pela árvore, como quanto, pela qualidade de informação simbolizada pela logomarca da MTV onde um e outro se alternam em *frames* curtos.

III.

Figura 4



Obs: Peça de autor não identificado, sem ano de veiculação.

Cores frias adicionam na composição um efeito de movimento oscilatório devido à graduação tonal. Os verdes e tons de roxo, mais quentes que o azul, avançam no espaço enquanto que os azuis recuam.

Essa peça gráfica pode ser enquadrada dentro da avaliação segundo certas considerações em relação ao movimento De Stijl que, apresentava linhas direitas, formas geométricas fortes, com elementos coloridos que organizam o espaço. O formalismo geométrico e a visão não materialista do design do De Stijl tiveram uma grande influência no desenvolvimento do movimento moderno. (HURLBURT, 2000, p. 34 – 37).

Aqui podemos encontrar elementos gráficos de configuração geométrica que esboçam simplicidade, seqüencialidade e rigidez, isso porque o efeito que os cubos

provocam ao caírem ou ao emergirem da superfície aquosa, nesse efeito de “respingos” possui a mesma caracterização dos cubos só que em proporções menores.

Uma das ilusões de movimento mais expressivo causado por esta vinheta é justamente o fato de não saber com exatidão sua seqüência, se as cenas estão na ordem certa ou se estão retrocedendo.

Se fizermos também aqui uma análise em relação ao sistema de leitura da forma, com base na Gestalt, podemos observar que existe uma harmonia segundo sua regularidade, visto que fornece uma uniformidade de elementos durante seu desenvolvimento, atingindo um equilíbrio visual. Vemos também que, o contraste por luz e tons reproduz uma noção de volume a cada cubo em particular.

Esta peça possui grandes indícios de ter sido produzida em sua totalidade dentro de um ambiente gráfico 3D. Isso deve-se ao fato de existir uma maior facilidade em “animar” objetos inanimados, no caso específico desta vinheta os cubos.

Toda a profundidade de cena alcançada nessa peça, tanto em relação ao horizonte quanto em relação ao céu, remete a um plano de fundo infinito capaz de ser reproduzido dentro do ambiente 3D.

IV.

Figura 5



Obs: Peça de Sebastian Blanco, Mariella Castillo e Maia Losowska, veiculação recente pelo canal Fox, sem precisão na data.

Essa é uma das vinhetas veiculada no canal Fox, dentro da grade de programação do “Não Perturbe – Mundo Fox”, espaço criado para novos artistas que desejam expor seus trabalhos e que, intencionalmente ou não passou a ser comparado com outro espaço já bem conhecido, o da MTV. Que possui o terreno das vinhetas *nonsense* carregadas de arquétipos já conhecidos e transmutados, capaz de provocar uma reação no público que consegue fazer uma releitura dessa arte.

Sendo uma peça que se autodenomina como “*motion design*” nota-se claramente a presença da animação em 3D e da colagem, visto que todo o ambiente de cena fora construído graficamente e com recursos não encontrados dentro de qualquer outro tipo de animação, que é o caso da profundidade encontrada na grama e em alguns dos personagens.

Fazendo uma análise primeiramente geral da peça, podemos notar que a atitude das galinhas antes de perderem suas cabeças e penas era passiva, ciscavam

tranqüilamente, sem maior empolgação, e que após serem decapitadas muitas delas simplesmente “perderam o juízo” e a “roupa” e começaram a dar pulos de alegria, saltitando de maneira frenética e até mesmo sendo capazes de se ordenarem à beira da água, fazendo clara referência a um filme de Esther Williams, que protagonizou uma das mais famosas cenas clássicas de dança subaquática em “*Million Dollar Mermaid*” de 1952. Proposital ou não fica a impressão de que nada nessa montagem foi por acaso.

Em relação à escolha de cores percebe-se uma forte tendência a escolhas de tons berrantes, muito chamativos que transmitem essa overdose de empolgação sem sentido facilmente voltada para o universo *nonsense* de ser.

O movimento direcional das cenas que compõem a peça remete a uma ação progressiva, visto que, toda atuação tem início da esquerda para direita, acompanhando o movimento natural para os ocidentais de leitura.

Observa-se uma grande saturação nas cores, que causam uma impressão mais emotiva do processo visual, possuindo grande força no que diz respeito às sensações causadas pelo certo das cores. Todo esse contraste, segundo as leis da Gestalt, pode ser entendido como “um elemento de peso dentro da composição [...] tornando-a mais ou menos equilibrada dentro do espaço bidimensional, conforme o jogo de cores que nela atuam”. Facilmente também observamos ritmo e complexidade dentro dessa montagem, visto que há movimentos encadeados das galinhas ao pularem na água e uma quantidade muito grande de elementos compositivos. Sendo assim uma peça com características espontâneas.

8 Conclusão – Será a MTV algo assim realmente inovador?

Uma das frases que pode contextualizar toda a análise feita ao longo deste trabalho é a que “nada se cria, tudo se copia” [autor desconhecido].

Por mais novidade contida em uma nova apresentação, seja ela qual for, sempre se pararmos e observarmos bem fica ao final aquela certeza de familiaridade. Aquela impressão de *dejà vu*. Pode ser de fato que nada nunca seja 100% criado, inovador, autêntico. Isso talvez pela reciclagem de idéias e conceitos ser alta e bastante intensa nos dias de hoje.

A MTV pode não ter sido a primeira a ter esse formato, mas com certeza esse título é dela porque foi a que deu certo, conseguindo unir não somente uma nova linguagem, mas, sobretudo, aliada a um mix de produtos ainda não explorado. Antes dela podemos citar o canal LOCOMOTOIN, que era voltado à transmissão de curtas animados. Pouco importava a hora em que a TV fosse ligada, que a qualquer momento era possível se inteirar do que estava sendo exibido; hoje vemos isso acontecendo com a MTV e funcionando muito bem.

O LOCOMOTION era também um canal “mutante” assim como a MTV. E seus curtas eram baseados na experimentação tanto de técnicas, quanto de novos conceitos e linguagens. Podemos considerar que o LOCOMOTION era um canal cult, onde seu público se assemelhava ao da MTV nos primórdios, um público que buscava na TV um algo mais que não era oferecido pelos outros meios de comunicação.

Há pouco tempo também, quase como uma nova tendência, surgiu no canal Fox, o que podemos considerar como uma releitura, só que uma releitura parcial dos *motion graphics* veiculados na MTV. Parcial porque são diferentes, distintos, mas iguais em essência.

O Não Perturbe do canal Fox, pode ser facilmente caracterizado como algo que foi “copiado” e que também tem dado certo. Talvez pelo fato de ser exibido em um horário onde o público seja aberto a esse “novo” meio de comunicar, onde o público já esteja acostumado com esse tipo de apresentação de conceitos e bombardeio de imagens experimentais e conceituais.

Cópia ou não, única ou nem tanto, é indiscutível que a MTV consiga em um mundo onde a informação parece de forma espantosa se firmar e influenciar todo um público ao qual se destina, o jovem de maneira geral.

Então podemos concluir que, a qualidade de qualquer elemento do design que compõe as vinhetas, esteja ligado a sua capacidade em transmitir alguma coisa, e que tenha sua estética influenciada logicamente pelos meios em que são produzidos e reproduzidos.

Sobre toda a fundamentação e a análise teórica pode-se dizer que o objetivo foi alcançado, visto que era o de entender e situar as vinhetas da MTV dentro de todo um contexto mais amplo. Dessa maneira, mesmo sendo um universo bastante abrangente falta ainda, e muito, estudo a cerca do assunto, uma vez que, o conceito de comunicação da emissora está intrinsecamente relacionado a outras áreas do interesse comunicacional. Não podendo ser um elemento avaliado separadamente.

Se essa forma de arte animada pode ou não ser considerada design, pelo menos há uma série de similaridades que dão espaço nos levando a afirmar que sim.

E mesmo com uma escassez bibliográfica e pouco apoio para análise em relação ao tema envolvendo conceitos um pouco mais sofisticados foi possível sim encontrar resposta para algumas perguntas. Como sugestão fica aos que se interessarem pela área um aprofundamento dessa pesquisa que foi aqui iniciada.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. *Telemorfose*. São Paulo: Mauad, 2004.
- BARTHES, Roland. *Elementos de Semiologia*. São Paulo: Cultrix, 1872.
- BRETON, André. Manifesto do surrealismo. :Nau Editora. 2001.
- CHENIEUX-GENDRON, J. *O surrealismo*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- COELHO NETTO, Jose Teixeira. *Moderno pós-moderno: Modos e versões*. São Paulo: Iluminuras, 1995.
- DELEUZE, G. *Imagem-Movimento*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- DENIS, Rafael Cardoso. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgar Blücher, 2000.
- DUBOIS, Philippe. *Cinema, Vídeo, Godard*. São Paulo: Cosac Naify, 2004.
- FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. *Leituras sem palavras*. 4ª ed. São Paulo: Ática, 1991.
- GOMES FILHO, João. *Gestalt do Objeto: Sistema de leitura visual da forma*. São Paulo: Escrituras, 2000.
- GOMES, Jonas. *Computação gráfica: Imagem*. Rio de Janeiro: IMPA / SBM, 1994.
- HOLLIS, Richard. *Design Gráfico – Uma história Concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- HURLBURT, Allen. *Layout: o design da página impressa*. São Paulo: Nobel, 2001.
- HUTCHEON, Linda. *Poética do Pós-modernismo: História, teoria, ficção*. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1991.
- JUNG, Carl. *O homem e seus símbolos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1977.
- KOPP, Rudnei. *Design Gráfico Cambiante*. São Paulo: Edunisc, 2004.
- LEITE, Aleijo; ROJAS, Bruno e RODRIGUES, Emerson. *Limpeza S.A – Conceitos e técnicas em animação*. Brasília, 2003. Departamento de Artes Visuais, Curso de Desenho Industrial da UnB – Universidade de Brasília. Monografia.

LUCENA JÚNIOR, A. *Arte da animação: Técnica e estética através da história*. São Paulo: Senac, 2002.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. São Paulo: Edusc, 2001.

MUNARI, Bruno. *Design e comunicação Visual*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

PEDROSO, Maria Goretti.; Martins, R. (Org). *Admirável mundo MTV Brasil*. São Paulo: Saraiva, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. *O que é semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

SUBIRATS, Eduardo. *Da vanguarda ao pós-moderno*. São Paulo: Nobel, 1991.

VATTIMO, Gianni. *A Sociedade Transparente*, Lisboa: Ed. 70, 1991.

WILLIAMS, Robin. *Design para quem não é Designer*. São Paulo: Callis, 1995.

<www.en.wikipedia.org/wiki/2d_computer_graphics> Acesso em: 20 out. 2006.

<www.naoperturbe.mundofox.com.br/> Acesso em: 28 set. 2006.

<www.naoperturbe.mundofox.com.br/deautor_br.asp> Acesso em 28 set. 2006.

<www.pt.wikipedia.org/wiki/Abstracionismo> Acesso em: 10 out. 2006.

<www.pt.wikipedia.org/wiki/Expressionismo> Acesso em: 09 set. 2006.

<www.youtube.com/watch?v=DNyPn_ssJHU> Acesso em: 15 set. 2006.

<www.youtube.com/watch?v=kRXGKA7-FUY> Acesso em: 19 set. 2006.

<www.youtube.com/watch?v=P5bhlzQ8QHk> Acesso em: 14 set. 2006.