

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

ANA PAULA SOUSA MEDEIROS

**QUANDO A MTV TOCAVA MÚSICA: A INFLUÊNCIA DA MTV BRASIL NA
FORMAÇÃO MUSICAL DA JUVENTUDE BRASILEIRA PRÉ-STREAMING**

SÃO PAULO

2025

**QUANDO A MTV TOCAVA MÚSICA: A INFLUÊNCIA DA MTV BRASIL NA
FORMAÇÃO MUSICAL DA JUVENTUDE BRASILEIRA PRÉ-STREAMING**

Memorial do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Renato Levi Pahim

SÃO PAULO
2025

Agradecimentos

Eu não me lembro qual foi a primeira música que ouvi. E, mesmo tendo nascido em 2001, 11 anos após o início da MTV Brasil, tampouco me lembro qual foi o primeiro videoclipe que assisti. Mas tenho lembranças vívidas de, com pouco mais de um metro de altura, estar em frente à TV, vidrada, contemplando o Charlie Brown Jr. na MTV. Também me lembro das maravilhosas primeiras vezes em que assisti aos clipes do blink-182, torcendo para que meus pais não passassem pela sala naquele momento e me pegassem vendo algo que, com certeza, não era para a minha idade.

Eu sou muito nova para ter presenciado o auge da emissora nos anos 1990 e início dos anos 2000. Diria que minha participação, ao menos de forma consciente, começou por volta de 2005. Ainda assim, a MTV influenciou — e muito — meu gosto por música, além de ter sido minha principal inspiração na hora de escolher pelo jornalismo cultural e audiovisual. Como profunda amante da cultura, e da música em especial, não poderia ser mais grata.

Agradeço ao Luccas pela parceria e pela prontidão em me ajudar sempre que preciso. Ao Zico, à Cuca, ao André e ao Cacá, por reviverem comigo essa grande história. Ao Caio e ao Leandro, por criarem um incrível acervo digital da MTV e ajudarem a manter essa memória viva. E à Lilian, por me iluminar quando esse projeto era só um embrião.

Não poderia, é claro, deixar de agradecer à minha família. Primeiro, à minha mãe, que aguentou o tranco de ver sua filha caçula mudar de estado sozinha para perseguir seus sonhos, e que me apoiou durante esses três anos de vida nômade entre São Paulo e Belo Horizonte. Também ao meu irmão, que sempre é o apaziguador de brigas quando minha mãe fica brava além da conta por eu estar longe de casa.

Aos meus amigos Júnior, Lara e Bia, obrigada por ouvirem minhas reclamações durante meses a fio, quando meu único assunto era o medo de não dar conta de entregar este trabalho. No fim, dei conta!

E meu agradecimento especial ao meu professor e orientador Levi, que talvez não imagine o quanto me fez amar produzir e dirigir documentários no semestre passado, nem o quanto suas inúmeras — e valiosas — sugestões fizeram deste projeto algo muito melhor do que eu imaginava que poderia ser.

Resumo

Inaugurada em 20 de outubro de 1990, em parceria entre o Grupo Abril e a Viacom (Paramount), a MTV Brasil — versão brasileira da MTV (Music Television), lançada em 1 de agosto de 1981 nos Estados Unidos — foi uma emissora de televisão que operava, em São Paulo, pelo canal 32 UHF (Ultra High Frequency), e consolidou-se como uma das principais plataformas de difusão musical voltadas ao público jovem no País. Com uma proposta inovadora, a emissora rompeu com os formatos tradicionais da televisão ao adotar uma linguagem livre e alinhada aos interesses e ao comportamento da juventude das décadas de 90 e 2000. Ela teve como destaques a curadoria musical, com forte presença do rock, e a programação diversa e inovadora, que abriram espaço para artistas da cena alternativa e ajudaram a popularizar gêneros como o rap e a eletrônica.

Ao longo de 23 anos, a MTV Brasil desempenhou um papel fundamental no mercado fonográfico nacional, ao estimular a produção de videoclipes, criar uma premiação musical e desenvolver novos formatos musicais, como os shows acústicos. Além disso, a emissora promoveu interações com seu público por meio da participação direta dos espectadores, com votações e programas ao vivo e com platéia, reforçando seu vínculo com a audiência jovem.

A partir de 2005, no entanto, a emissora passou a enfrentar desafios significativos decorrentes das mudanças nos hábitos mundiais de consumo midiático. O surgimento de novas plataformas digitais, como o YouTube e outros serviços de *streaming*, alterou profundamente as formas de acesso à música e ao entretenimento, diminuindo gradativamente a centralidade da televisão como veículo principal de distribuição de conteúdo musical. Nesse cenário, a MTV Brasil redirecionou sua grade para formatos de entretenimento não exclusivamente musical, buscando atender a demandas comerciais e de audiência.

Esse reposicionamento, somado à fragmentação do consumo de música e à concorrência com novas mídias digitais, contribuiu para a perda de relevância da emissora. A diluição do foco musical e a dificuldade em se adaptar plenamente às novas dinâmicas de consumo audiovisual resultaram no encerramento de suas atividades em 30 de setembro de 2013. Ainda assim, seu legado permanece como referência importante na história da televisão e da música no Brasil.

Palavras-chave: MTV Brasil; cultura jovem; indústria fonográfica; mercado audiovisual; televisão brasileira.

Abstract

Inaugurated on October 20, 1990, as a partnership between Grupo Abril and Viacom (Paramount), MTV Brasil — the Brazilian version of MTV (Music Television), which was launched on August 1, 1981, in the United States — was a television network that operated in São Paulo on channel 32 UHF (Ultra High Frequency), and became one of the leading platforms for music broadcasting aimed at young audiences in the country. With an innovative approach, the network broke away from traditional television formats by adopting a free-spirited language aligned with the interests and behavior of the youth of the 1990s and 2000s. Its highlights included music curation — with a strong emphasis on rock — and diverse, groundbreaking programming that gave visibility to alternative artists and helped popularize genres such as rap and electronic music.

Throughout its 23 years of operation, MTV Brasil played a fundamental role in the national music industry by encouraging the production of music videos, establishing a dedicated music awards show, and developing new musical formats, such as acoustic performances. Furthermore, the channel promoted audience engagement through interactive initiatives, including voting mechanisms, live broadcasts, and studio-based programs, thereby strengthening its connection with the young audience.

From 2005 onwards, however, the channel began to face significant challenges as a result of global changes in media consumption habits. The emergence of new digital platforms, such as YouTube and streaming services, profoundly transformed access to music and entertainment, gradually reducing the centrality of television as the primary medium for distributing musical content. In response, MTV Brasil restructured its programming grid to prioritize non-musical entertainment formats, aiming to meet commercial demands and retain audience engagement.

This strategic repositioning, combined with the fragmentation of music consumption and increased competition from digital media, contributed to the channel's loss of relevance. The dilution of its musical focus and its difficulties in fully adapting to new audiovisual consumption dynamics culminated in the closure of its operations on September 30, 2013. Nevertheless, MTV Brasil's legacy remains an important reference in the history of television and music in Brazil.

Keywords: MTV Brasil; youth culture; music broadcasting; audiovisual industry; Brazilian television.

Ficha Técnica

Quando a MTV tocava música (2025)

Brasil

Duração: 1'14''

Idioma: Português-BR

Classificação: Documentário

Direção, roteiro, captação e edição: Ana Paula Medeiros

Participação: André Vaisman, Cacá Marcondes, Caio Pinheiro, Cuca Lazzarotto, Leandro Marino, Luccas Balacci e Zico Goes

Orientação: Renato Levi Pahim

Sinopse: Em 1990, a MTV Brasil nasceu, e apresentou aos jovens da época um novo jeito de consumir música. Ao impulsionar os videoclipes e apostar em uma estética ousada, programas inovadores e uma linguagem compatível com o público, a emissora rompeu com padrões da televisão e foi palco de grandes experimentos e descobertas musicais, que transformaram o mercado televisivo e fonográfico no País. O documentário “Quando a MTV tocava música” explora os bastidores de seus momentos mais importantes e reflete seu legado, 12 anos após seu fim.

Justificativa

A escolha da MTV Brasil como objeto de estudo deste trabalho justifica-se por sua contribuição significativa para as transformações da indústria fonográfica e audiovisual no Brasil. Ao introduzir no País um modelo de canal segmentado, voltado exclusivamente ao público jovem e à música, a emissora rompeu com padrões tradicionais da televisão aberta e contribuiu para a criação de uma nova lógica de produção, circulação e consumo de conteúdo cultural, agora, baseada na imagem (videoclipes). Tal fator ocasionou a queda nas vendas de discos, CDs e fitas cassetes, e a preferência do mercado pela criação de *singles* em detrimento de álbuns.

Produtores, diretores, editores e designers passaram a encontrar na emissora um espaço de experimentação estética e técnica, e a intensa relação com o público por meio de estratégias diversas de interatividade demonstram o papel pioneiro da MTV na adaptação das mídias às novas exigências do público jovem.

Além disso, a emissora operou como vitrine para artistas da cena alternativa e para novos gêneros musicais, contribuindo para sua legitimação e entrada no mercado *mainstream*, e tornou-se um elo fundamental entre artistas, gravadoras e público, reposicionando o videoclipe como ferramenta estratégica de divulgação musical.

Também é relevante reforçar a importância publicitária da MTV Brasil. Ao estabelecer uma programação voltada a um público segmentado e jovem, a emissora tornou-se um espaço estratégico para o mercado anunciante, atraindo investimentos de marcas interessadas em dialogar com esse público-alvo específico. Através de ações de *merchandising*, patrocínios de programas e eventos musicais, a MTV não apenas conseguiu se restabelecer financeiramente, visto que o canal não deu lucro em seus primeiros anos, mas também contribuiu para a formação de novas práticas de comunicação de marca.

Diante desse contexto, este trabalho busca contribuir para a memória e para a reflexão crítica acerca da MTV Brasil, valorizando sua importância histórica e analisando seus impactos culturais e industriais. A opção pelo formato documental justifica-se pela natureza audiovisual do objeto de pesquisa e pelo potencial expressivo da linguagem cinematográfica na tradução visual e sonora de memórias e experiências.

Memorial descritivo

A construção do documentário seguiu uma metodologia estruturada em quatro etapas principais: pesquisa teórica, realização de entrevistas, roteirização com curadoria de materiais de arquivo e edição.

Primeiro, foram lidos os livros *MTV, bota essa p#@% pra funcionar*, de Zico Goes; *Admirável Mundo MTV Brasil*, de Maria Goretti Pedroso e Rosana Martins; e *De MTV A Emetevê: Pós Modernidade E Cultura Mcworld Da Televisão Brasileira*, de Luiza Lusvarghi. Concomitantemente, foi consultado o documentário *A Imagem da Música* (Lucas Tomaz Neves, Crua Produções, 2017). Essa fase teve como objetivo a construção de uma base teórica capaz de embasar as escolhas narrativas do documentário e orientar a formulação das entrevistas, além de auxiliar no recorte histórico e temático do assunto, com a identificação de marcos relevantes na história da emissora.

A segunda etapa envolveu a realização de entrevistas com fontes relevantes para o tema, incluindo ex-VJs e ex-diretores, além de fãs da emissora que puderam contribuir com suas lembranças e avaliações. No total, foram 7 entrevistados: André Vaisman, diretor geral da MTV de 1993 a 1999; Cacá Marcondes, diretor de programas musicais da MTV de 1993 a

2009; Caio Pinheiro, criador da página @amtvqdeucerto; Cuca Lazzarotto, VJ da MTV de 1990 a 1996; Leandro Marino, criador da página @diskmtvbr; Luccas Balacci, jornalista; e Zico Goes, diretor de conteúdo e programação da MTV de 1998 a 2008 e de 2011 a 2013. As entrevistas buscaram captar percepções pessoais, relatos e reflexões sobre a trajetória da MTV Brasil, principalmente, no que diz respeito a sua influência musical. Buscou-se conversar com funcionários que atuaram na programação da emissora ou que estiveram presentes em momentos importantes de sua história, principalmente, no que tange ao seu universo musical. Além disso, optou-se por entrevistar pessoas que estiveram no início, meio e/ou fim da trajetória do canal, para obter uma perspectiva completa acerca dos 23 anos de MTV. A escolha por entrevistar fãs se deu pela necessidade de compreender a visão da audiência e dos jovens da época, que consumiam e eram influenciados pelo canal. A captação de imagens ocorreu tanto de forma remota, quanto presencial, de forma autônoma e por disponibilidade das fontes.

Depois, começou o processo de roteirização, realizado de maneira paralela à seleção e organização dos materiais de arquivo. Durante esse período, foram avaliados videoclipes, programas, entrevistas e outros registros visuais da MTV disponíveis gratuitamente na internet, em especial, no YouTube. A roteirização teve como foco a estruturação cronológica, visando garantir a coerência narrativa e o equilíbrio entre os depoimentos e os materiais de apoio. O documentário foi dividido em quatro partes principais, apresentadas por vídeos de apoio com duração de 3 a 5 segundos, retirados de banco de imagens: Disruptivo, Livre, Revolução e Comunidade. As divisões seguem os quatro principais pilares de sucesso do canal, e ajudaram a delimitar tanto os assuntos abordados quanto a linha de tempo. Decidiu-se, também, por uma linguagem estética próxima à identidade visual da MTV, utilizando recursos gráficos, como vinhetas e chamadas de programação — retirados do YouTube —, e *letterings*, feitos em softwares de design gráfico.

A etapa final foi dedicada a editar o documentário. Neste momento, o roteiro inicial foi modificado para atender às novas perspectivas sobre o trabalho, adquiridas durante o processo de edição. Aspectos como trilha sonora, transições e identidade visual foram trabalhados para manter a proposta estética alinhada ao objeto de estudo. Essa fase também contemplou revisões técnicas, ajustes de áudio e finalização para entrega do material conforme os parâmetros estabelecidos.

Referências

A IMAGEM DA MÚSICA. Direção: Lucas Tomaz Neves. Produção: Carolina Amaral. São Paulo: Crua Produções, 2017. Arquivo digital.

GOES, Zico. *MTV, bota essa p#@% pra funcionar*. 1ª edição. São Paulo: Panda Books, 2014.

LUSVARGHI, Luiza. *De MTV A Emetevê. Pós Modernidade E Cultura Mcworld Da Televisão Brasileira*. 1ª edição. São Paulo: De Cultura, 2007.

MARTINS, Rosana; PEDROSO, Maria Goretti. *Admirável Mundo MTV Brasil*. 1ª edição. São Paulo: Saraiva, 2005.

Conclusão

A produção do documentário permitiu a construção de uma narrativa que articula memória, análise crítica e linguagem estética para resgatar a história da MTV Brasil, contribuindo para o registro histórico de um projeto que influenciou uma geração de jovens em sua forma de consumir, produzir e vivenciar a música. Mais do que um recorte televisivo, trata-se de uma reflexão sobre as mudanças nos modos de comunicação e consumo cultural em um período de intensas transformações midiáticas.