

A utilização dos *motion graphics* nos videocliques como componente estético e narrativo

Raphael Sagatio¹

Resumo

Este artigo investiga o papel dos *motion graphics* nos videocliques contemporâneos, compreendendo-os como uma linguagem estética e comunicacional capaz de estruturar narrativas próprias. Diferentes dos usos meramente decorativos, os *motion graphics* articulam tipografia, formas gráficas e recursos animados em diálogo direto com a trilha sonora, instaurando atmosferas visuais que expandem a experiência sensorial do espectador. Para evidenciar esse potencial, o estudo analisa três produções brasileiras: *Ficha Suja* (MV Bill), *Pode acreditar* (Marcelo D2 e Seu Jorge) e *Bang* (Anitta). Em cada caso, são identificadas funções específicas: a condensação simbólica de ícones políticos e sociais; a organização narrativa por meio da colagem urbana; e a estética performática, centrada na expressividade pop e na imersão rítmica. A análise demonstra que os *motion graphics* não apenas acompanham a música, mas a reconfiguram em camadas visuais, simbólicas e identitárias, ampliando seu alcance estético e comunicacional. Além disso, discutem-se os desafios contemporâneos impostos pela saturação imagética e pela influência algorítmica de plataformas digitais, que simultaneamente padronizam e estimulam novas formas de experimentação. Conclui-se que, em um cenário audiovisual marcado pela velocidade e pela diversidade, os *motion graphics* consolidam-se como linguagem autônoma, crítica e versátil, ocupando lugar central na produção cultural e acadêmica atual.

Palavras-chave

Comunicação; *motion graphics*; videoclipe; estética visual; narrativa audiovisual.

¹ Jornalista, Doutor em Comunicação (UFPE) e Técnico em Audiovisual (UFPE). E-mail: sagatio@gmail.com.

The use of motion graphics in music videos as aesthetic and narrative component

Raphael Sagatio¹

Abstract

This article investigates the role of motion graphics in contemporary music videos, understanding them as an aesthetic and communicational language capable of structuring autonomous narratives. Unlike merely decorative uses, motion graphics articulate typography, graphic forms, and animated resources in direct dialogue with the soundtrack, creating visual atmospheres that expand the viewer's sensory experience. To demonstrate this potential, the study analyzes three Brazilian productions: *Ficha Suja* (MV Bill), *Pode acreditar* (Marcelo D2 and Seu Jorge), and *Bang* (Anitta). In each case, specific functions are identified: the symbolic condensation of political and social icons; narrative organization through urban collage; and performative aesthetics, centered on pop expressiveness and rhythmic immersion. The analysis shows that motion graphics not only accompany music but also reconfigure it into visual, symbolic, and identity layers, expanding its aesthetic and communicational impact. Furthermore, the article discusses contemporary challenges imposed by image saturation and the algorithmic influence of digital platforms, which simultaneously standardize and foster new forms of experimentation. It concludes that in a fast-paced and diverse audiovisual landscape, motion graphics establish themselves as an autonomous, critical, and versatile language, occupying a central place in today's cultural production and academic reflection.

Keywords

Communication; motion graphics; music video; visual aesthetics; audiovisual narrative.

¹ Jornalista, Doutor em Comunicação (UFPE) e Técnico em Audiovisual (UFPE). E-mail: sagatio@gmail.com.

El uso de los *motion graphics* en los videoclips como componente estético y narrativo

Raphael Sagatio¹

Resumen

Este artículo investiga el papel de los *motion graphics* en los videoclips contemporáneos, comprendiéndolos como un lenguaje estético y comunicacional capaz de estructurar narrativas propias. A diferencia de los usos meramente decorativos, los *motion graphics* articulan tipografía, formas gráficas y recursos animados en diálogo directo con la banda sonora, instaurando atmósferas visuales que amplían la experiencia sensorial del espectador. Para evidenciar este potencial, el estudio analiza tres producciones brasileñas: *Ficha Suja* (MV Bill), *Pode acreditar* (Marcelo D2 y Seu Jorge) y *Bang* (Anitta). En cada caso, se identifican funciones específicas: la condensación simbólica de íconos políticos y sociales; la organización narrativa mediante el collage urbano; y la estética performativa, centrada en la expresividad pop y la inmersión rítmica. El análisis demuestra que los *motion graphics* no solo acompañan la música, sino que la reconfiguran en capas visuales, simbólicas e identitarias, ampliando su alcance estético y comunicacional. Además, se discuten los desafíos contemporáneos impuestos por la saturación de imágenes y por la influencia algorítmica de las plataformas digitales, que simultáneamente estandarizan y estimulan nuevas formas de experimentación. Se concluye que, en un escenario audiovisual marcado por la velocidad y la diversidad, los *motion graphics* se consolidan como un lenguaje autónomo, crítico y versátil, ocupando un lugar central en la producción cultural y académica actual.

Palabras clave

Comunicación; *motion graphics*; videoclip; estética visual; narrativa audiovisual.

¹ Jornalista, Doutor em Comunicação (UFPE) e Técnico em Audiovisual (UFPE). E-mail: sagatio@gmail.com.

Introdução

O videoclipe deixou de ser apenas uma estratégia de marketing para a indústria fonográfica. Na era digital, consolidou-se como um dos mais férteis laboratórios de experimentação audiovisual, onde artistas, designers e músicos testam limites plásticos e narrativos. Longe de funcionar como mera ilustração da música, o videoclipe contemporâneo tornou-se um espaço de visualização sonora, em que a imagem não somente acompanha, mas expande a atmosfera musical. Essa reconfiguração do videoclipe como espaço de expressão artística, aliás, já vinha sendo sinalizada desde o início dos anos 2000, quando Machado (2000) chamava atenção para a superação do formato enquanto mera peça promocional.

É preciso prestar mais atenção aos videoclipes. Já se foi o tempo em que esse pequeno formato audiovisual era constituído apenas de peças promocionais, produzidas por estrategistas de marketing para vender discos. A última safra de videoclipes está aí para demonstrar que o gênero mais genuinamente televisual cresceu em ambições, explodiu os seus próprios limites e está se impondo rapidamente como uma das formas de expressão artística de maior vitalidade em nosso tempo (Machado, 2000, p. 173).

Nesse cenário de experimentação, os *motion graphics* emergem como protagonistas, expandindo e trazendo novas formas de linguagem visual. A ubiquidade do formato em plataformas como o YouTube reforça sua relevância imagética e acadêmica, tornando-o objeto privilegiado de análise. Porém, ainda que seja um campo em crescente utilização, ele permanece pouco estudado quando se trata de suas dimensões estéticas e narrativas. A maioria dos estudos privilegia aspectos técnicos ou ornamentais, deixando lacunas quanto ao papel dos *motion graphics* na construção de sentido, na experiência sensorial do espectador e na definição da estética contemporânea do videoclipe.

Este artigo busca preencher essa lacuna ao investigar o papel dos *motion graphics* nos videoclipes contemporâneos, compreendendo-os como uma linguagem estética e comunicacional capaz de estruturar narrativas próprias. Para explicitar essas capacidades, o artigo se apoia em três estudos de caso paradigmáticos: *Ficha Suja* (MV Bill [...], 2017), *Pode acreditar* (Marcelo D2 e Seu Jorge [...], 2009) e *Bang* (Anitta [...], 2015). O percurso se organiza em três movimentos: primeiro, a condensação simbólica, observando como *motion graphics* materializam conceitos abstratos em ícones visuais; em seguida, a organização narrativa, mostrando como eles estruturam fluxos visuais e identitários; e, por fim, a estética performática, capaz de articular ritmo, tipografia e cor na construção de mundos sensoriais próprios. Em todos os casos, revela-se a versatilidade expressiva dos *motion graphics* e sua capacidade de não apenas acompanhar a música, mas reconfigurá-la em camadas visuais, simbólicas e identitárias.

Fundamentação teórica: o videoclipe, os *motion graphics* e a sincronização audiovisual

Diferentemente da animação tradicional — que privilegia a construção de personagens e uma narrativa linear — os *motion graphics* constroem um discurso visual que frequentemente se apoia em estruturas rítmicas, tipográficas e gráficas mais fragmentadas. Nessa perspectiva, a imagem em movimento não atua apenas como ilustração de uma história previamente dada, mas como um operador ativo na produção de sentido, organizando a atenção, o ritmo e a hierarquia dos elementos visuais em cena. Para Dondis (1997) e Joly (2004) a questão da percepção visual como operadora ativa de significado é fundamental em teorias da semiótica visual e psicologia cognitiva aplicada às imagens.

Assim, a percepção visual deixa de ser apenas receptiva para tornar-se constitutiva da narrativa audiovisual, pois é no modo como o espectador articula essas formas, cores e movimentos que a obra se completa enquanto experiência sensorial e intelectual.

Sua gênese encontra-se no cinema, especialmente nas aberturas fílmicas produzidas entre os anos 1950 e 1960, com destaque para o trabalho inovador de Saul Bass, que articulou forma, ritmo e narrativa visual de maneira inédita. A partir dessa tradição, eles evoluíram para um meio técnico e estético capaz de reconfigurar processos de criação em toda a cadeia audiovisual, redefinindo a relação entre imagem e som e possibilitando uma construção complexa de sentidos que extrapola a função meramente ilustrativa ou decorativa da imagem em movimento.

Ao situarem-se na interseção entre design gráfico, cinema e comunicação, os *motion graphics* operam em um regime de autoria expandida, no qual a criação audiovisual se estrutura a partir de processos colaborativos e da integração entre diferentes saberes e práticas. Essa noção de autoria expandida dialoga com abordagens que compreendem a animação digital e o *motion design* como campos híbridos, marcados pela convergência de linguagens e pela colaboração interdisciplinar, ainda que tais dinâmicas sejam formuladas, em Chong (2007), a partir de uma perspectiva predominantemente processual e produtiva. Em vez de separar rigidamente as funções de diretor, designer e montador, muitos videocliques integram decisões de enquadramento, composição gráfica, tipografia e ritmo em um mesmo gesto projetual, no qual linguagem e produção se articulam de modo indissociável.

Nessa perspectiva, a autoria do clipe não se restringe ao controle da encenação diante da câmera, mas estende-se à construção da arquitetura visual que organiza textos, ícones, formas geométricas e imagens geradas por computador no tempo, ampliando o campo de ação criativa sobre a música e sobre a experiência perceptiva do espectador.

Complementarmente, os *motion graphics* transformam recursos visuais

tradicionalmente estáticos — tipografia, formas geométricas, ícones e imagens — em composições dinâmicas, articuladas no tempo de modo a gerar ritmo, impacto imagético e uma narrativa visual própria. Diferenciam-se, assim, da animação quadro a quadro centrada em personagens ou histórias lineares, operando como uma ferramenta de criação que explora a plasticidade do movimento, a materialidade da imagem e a potencialidade comunicacional do audiovisual, reforçando seu caráter híbrido e sua relevância como instrumento de construção de sentido e experiência estética.

Enquanto, no cinema, os realizadores geralmente buscam sons que se adequem e potencializem uma trilha imagética principal, no contexto do videoclipe os diretores precisam conceber imagens que correspondam a uma trilha sonora previamente estabelecida. Ainda assim, mesmo sob tais condicionantes, os videoclipes frequentemente se afirmam como expressões artísticas altamente inventivas e autônomas (Shaviro, 2023, p. 2, tradução nossa) [1].

Assim, emergem como protagonistas, expandindo e trazendo novas formas de linguagem visual. A ubiquidade do formato em plataformas como o YouTube reforça sua relevância imagética e acadêmica, tornando-o objeto privilegiado de análise. Nesse caso, a utilização dos *motion graphics* garante que as informações simbólicas e imagéticas sejam apreendidas pelo espectador e ainda cause mais impacto visual ao dispositivo narrativo. Eles não são meramente componentes de ligação, transição e apoio entre as cenas, mas subsídios visuais que vão além do que está sendo verbalizado pelo artista.

A ligação íntima assinalada por nós entre a representação visual e o campo artístico atribui-lhe um peso e valor particular entre os diferentes instrumentos de expressão e de comunicação. Sendo os próprios instrumentos das “artes plásticas”, os instrumentos plásticos de qualquer imagem tornam-na um meio de comunicação que solicita o prazer estético e o tipo de recepção a ele vinculado. O que significa que se comunica pela imagem (mais do que pela linguagem) vai estimular necessariamente, por parte do espectador, um tipo de expectativa específica e diferente da que uma mensagem verbal estimula (Joly, 2004, p. 60).

Nesse extenso território, delimitamos o foco para um aspecto específico: o papel estético e enredador dos *motion graphics*. Se a animação tradicional tende a criar personagens e mundos ficcionais — como *Do the Evolution* (Pearl Jam), *Freak on a Leash* (Korn) ou uma banda completa como o Gorillaz — uma vertente igualmente potente, porém menos discutida, parte dos princípios fundamentais do design gráfico.

O videoclipe configura-se como uma das formas culturais emergentes de maior relevância na cultura popular contemporânea. Sua influência

é profunda, abrangendo não apenas a música, a moda e a cultura juvenil, mas também os códigos e as formas que permeiam a televisão, o cinema e a publicidade (Frith; Goodwin; Grossberg, 1993, p. 1, tradução nossa) [2].

Este estudo não se debruça sobre as animações tradicionais ou performances virtuais, mas sobre os *motion graphics* como protagonistas, observando como eles criam atmosferas visuais autônomas e complexas. Formas, cores, tipografia e estrutura pictórica, tradicionalmente associadas ao suporte estático, ganham autonomia quando animadas, tornando-se agentes do enredo audiovisual. A relação entre áudio e imagem sempre esteve presente em ensaios criativos, seja por meio de projeções ou diretamente na película.

Objetivos e estrutura do artigo

Se entendemos a estética como a reflexão sobre os modos de significação próprios das obras de arte, compreendida não apenas como uma teoria do belo, mas como uma ciência do sensível, conforme formulado por Baumgarten (1993), os *motion graphics* se apresentam como um campo privilegiado para pensar a articulação entre forma sensível e produção de conhecimento. Nesse sentido, a experiência estética no audiovisual contemporâneo configura-se como um modo específico de organização da percepção, no qual cor, ritmo, movimento e temporalidade estruturam processos de sentido, em consonância com a compreensão de Aumont (1995) acerca da imagem como experiência perceptiva mediada.

É justamente a partir dessa organização sensível que os *motion graphics* podem ser compreendidos como uma linguagem, na medida em que articulam procedimentos formais recorrentes e estratégias narrativas próprias, capazes de produzir sentido não apenas por meio da representação, mas pela dinâmica perceptiva que instauram. Ao condensarem informações complexas em poucos segundos de imagem, articulando ritmo, cor, tipografia e figuração, eles estruturam um verdadeiro pensamento imagético, que não depende exclusivamente da linguagem verbal.

Nesse sentido, fazem dos *motion graphics* uma das linguagens visuais mais relevantes do nosso tempo, tanto do ponto de vista estético — pela capacidade de inventar novas formas de ver — quanto epistemológico, ao propor modos específicos de organizar e interpretar o mundo por meio de imagens em movimento.

Tal lacuna evidencia a necessidade de estudos que investiguem não só sua dimensão técnica ou ornamental, mas também seu papel na construção de sentido, na experiência sensorial do espectador e na definição da estética contemporânea do videoclipe.

Para explicitar essas capacidades, este artigo se apoia em três estudos de caso paradigmáticos. O percurso se organiza em três movimentos: primeiro, a condensação

simbólica; em seguida, a organização narrativa; e, por fim, a estética performática, capaz de articular ritmo, tipografia e cor na construção de mundos estéticos próprios. Em todos os casos, é mostrada a versatilidade expressiva dos *motion graphics*. Uma das suas forças centrais está na capacidade de condensar informações complexas em peças curtas e impactantes.

Porque naquilo a que se chama clipes, ou seja, qualquer elemento visual colocado por cima de uma canção, encontramos certamente de tudo, para todos os orçamentos e todas as qualidades, mas, por vezes, encontramos também coisas soberbas de vida e de invenção, nas quais a verve do desenho animado se combina com a presença carnal da tomada de vista. Todo um arsenal de processos existe ou é inventado, uma alegre retórica da imagem (Chion, 2011, p. 131).

A partir dessa retórica da imagem, o videoclipe é pensado dentro de um processo mais integrado de autoria, que inclui tanto a música quanto a iconografia. Em alguns casos, a concepção musical já prevê o tratamento plástico, ou seja, determinadas soluções em termos musicais podem ter sido adotadas para possibilitar efeitos visuais preconcebidos. O clipe já não é algo que necessariamente vem depois da música, tampouco um acessório à música: ele passa a fazer parte do processo integral de criação.

O histórico da sincronização audiovisual: da música visual ao videoclipe

Um exemplo pioneiro é o artista neozelandês Len Lye, que em obras como *Rainbow Dance* (1936) colorizava imagens na película, combinando-as com desenhos e elementos geométricos. Embora pioneiro no campo da animação experimental, o trabalho de Lye não apresentava um fio condutor definido: era puro experimentalismo, no qual um dançarino executava sua coreografia em diálogo com abstrações visuais que atuavam como fundo ou extensão de sua silhueta.

A busca por narrativas visuais estruturadas encontra um ponto de inflexão histórico em 1928, com *Steamboat Willie*, dirigido por Walt Disney e Ub Iwerks. A obra é amplamente reconhecida como marco fundador da sincronização precisa entre som e imagem na animação, ao estabelecer um regime de articulação audiovisual até então inédito (Crafton, 1993). Mais do que um avanço técnico, *Steamboat Willie* inaugura um modelo narrativo no qual a temporalidade sonora passa a operar de forma integrada à construção visual, reorganizando a experiência do espectador e atribuindo ao som um papel estruturante na construção do sentido audiovisual, conforme os princípios posteriormente sistematizados por Chion (2011). Essa lógica expressiva atravessaria todo o século XX e influenciaria decisivamente o desenvolvimento das linguagens audiovisuais subsequentes.

Esse avanço consolidou as bases para as *Silly Symphonies* (1929–1935), que exploraram a integração entre trilha sonora e narrativa visual. Mais tarde, com a popularização da pós-produção digital, o videoclipe passou a funcionar como um laboratório para a manipulação da imagem fotográfica via computadores.

A música visual normalmente compreende tanto o trabalho de pintores como Wassily Kandinsky e Paul Klee, mas também compreende a tradição cinematográfica à qual Fischinger pertence. Outros pioneiros desse tipo de cinema incluem Hans Richter e Viking Eggeling, contemporâneos de Fischinger, e alguns anos depois os irmãos John e James Whitney, que foram os primeiros a experimentar imagens geradas por computador. Como uma forma intermediária, a música visual, tal como praticada por Fischinger e outros, situa-se nos interstícios da música, do filme e da animação — muito parecido com o videoclipe (Korsgaard, 2017, p. 22, tradução nossa) [3].

Nesse cenário, o conceito de *CGI* (*Computer-Generated Imagery*), ou imagens geradas por computador, refere-se ao conjunto de técnicas de produção de imagens, animações e efeitos visuais criados integral ou parcialmente por meio de processos computacionais, empregados na construção de narrativas audiovisuais em diferentes suportes. O *CGI* possibilita a criação, a manipulação e a integração de elementos visuais sintéticos em ambientes digitais, ampliando significativamente as potencialidades estéticas, narrativas e expressivas do audiovisual, sobretudo no que concerne à modelagem tridimensional, à simulação de movimentos e à composição entre imagens reais e artificiais.

A partir da década de 1970, os vídeos musicais passam a ocupar espaço mais significativo na difusão da música. Com a chegada da MTV nos anos 1980, o experimentalismo visual tornou-se cada vez mais comum, consolidando o formato como meio artístico e de entretenimento de massa. O avanço técnico e a popularização da pós-produção abriram novas possibilidades criativas, tornando-os mais sofisticados tanto na estética quanto na narrativa. Para Manovich (2001, p. 261, tradução nossa), "o gênero do videoclipe tem funcionado como um laboratório para a exploração de inúmeras novas possibilidades de manipulação da imagem fotográfica, viabilizadas pelo uso de computadores" [4].

Já nos anos 2000, com a expansão da internet e o YouTube, as obras passaram a adotar novas vivências visuais, dialogando com jogos digitais, vinhetas televisivas e as mídias sociais. É nesse contexto que os recursos de animação gráfica se afirmam como uma combinação entre design gráfico e cinema, constituindo uma linguagem própria. Diversos recursos animados se fundem à filmagem, mesmo que não existam no mundo real, interagindo com os corpos e o espaço.

A imagem animada constrói-se como uma verdadeira invenção, por métodos que pretendem reinterpretar dados sensíveis em sua origem, criando-os ex novo, partindo da observação não do objeto, mas de sua impressão no

corpo, partindo do corpo modificado como expressão do objeto, presença da realidade objetiva, trabalhando-a (Graça, 2006, p. 214).

Essa trajetória histórica evidencia como o videoclipe evoluiu de simples experiências artísticas para um espaço sofisticado de criação audiovisual, onde visualidade e narrativa se cruzam. Essa complexidade se amplia com o impacto onde “as novas tecnologias também têm uma clara repercussão sobre a produção e a estética” (Stam, 2003, p. 352).

Os dispositivos visuais animados organizam e transformam composições gráficas no tempo, estabelecendo ritmo, efeito visual e uma narrativa própria. Esse entrecruzamento de linguagens não se limita a um recurso puramente plástico.

Uma composição visual forte captura a atenção do espectador, indica para onde olhar, comunica ideias e sentimentos e, muitas vezes, oferece um ponto de partida para uma narrativa. Uma peça de design de movimento sem um plano de design sólido terá, na melhor das hipóteses, movimentos elegantes, mas muito provavelmente não conseguirá se conectar com o espectador (Shaw, 2019, p. 13, tradução nossa) [5].

Eles traduzem energia rítmica em estímulos sensoriais, organizam fragmentos do cotidiano em crônicas de identidade e criam ambientes visuais que condensam a dimensão pop e identidade global.

Análises de casos: funções estéticas e narrativas dos *motion graphics*

A seguir, analisam-se três videoclipes brasileiros que exemplificam, cada um a seu modo, as potencialidades estéticas e narrativas dos *motion graphics*: *Ficha Suja* (MV Bill), *Pode acreditar* (Marcelo D2 e Seu Jorge) e *Bang* (Anitta).

A condensação simbólica e crítica social em *Ficha Suja* (MV Bill)

O rapper MV Bill articula sua crítica social e política de maneira direta, com a letra denunciando corrupção, impunidade e desigualdade Sociorracial. A produção audiovisual acompanha esse discurso de maneira precisa, empregando representações visuais que atuam como ícones simbólicos da letra. A tipografia remete ao grafite e à pichação urbana, enquanto ícones da justiça brasileira, o pau de arara (alusivo à tortura) e correntes (referência à escravidão) materializam conceitos abstratos de lei, poder e moralidade. O clipe dirigido por Guilherme Brehm (2020) é majoritariamente preto e branco, com os elementos visuais em branco, reforçando contraste e clareza, sem criar um universo visual expansivo.

Cada elemento gráfico atua como argumento visual, guiando a atenção e

reforçando a mensagem crítica do artista, enquanto a animação, pontual e direta, apresenta ícones e tipografia sequencialmente, consolidando a função narrativa e simbólica da obra. Aqui, a utilização dos *motion graphics* garante que as informações simbólicas e imagéticas sejam apreendidas pelo espectador e ainda cause mais impacto visual ao dispositivo narrativo.

Na Imagem 1, temos a montagem de quadros do videoclipe com intervenções de *motion graphics* sobre imagens em tons neutros, destacando figuras humanas recortadas e elementos gráficos urbanos com tipografia grafitada. Eles não são meramente componentes de ligação, transição e apoio entre as cenas, mas subsídios visuais que vão além do que está sendo verbalizado pelo artista.

Imagem 1 – *Ficha Suja* (MV Bill)



Fonte: *Frame* de MV BILL – *Ficha Suja* (vídeo oficial), 2017

Organização narrativa e colagem urbana em *Pode acreditar* (Marcelo D2 e Seu Jorge)

Pode acreditar de Marcelo D2 e Seu Jorge adota um enredo visual mais complexo e estruturado. O clipe dirigido pela dupla Jonas & François (2009) traz o festivo cotidiano urbano e referências da cultura pop, organizando-os em camadas dinâmicas que ampliam a percepção da música e do contexto cultural.

Essa diversidade de fontes e linguagens visuais é um exemplo claro de como a "acessibilidade e compatibilidade de mídia forneceram aos artistas uma paleta ilimitada e a oportunidade de experimentar as linguagens e convenções que acompanham uma gama diversificada de mídias e disciplinas" (Chong, 2007, p. 112, tradução nossa) [6]. Assim, a utilização dos *motion graphics* não se limita exclusivamente a uma técnica, mas configura-se também como uma estratégia para construir um discurso visual que se nutre da riqueza de referências e da liberdade criativa proporcionada pelas novas mídias.

Diferentemente de *Ficha Suja*, a narrativa não é imediata ou pontual, mas construída a partir da exploração de detalhes visuais que se articulam em camadas, permitindo que o público interprete e explore as relações entre os dispositivos visuais, consolidando a recepção estética e simbólica da obra. O fluxo visual e o estilo da colagem urbana funcionam como fio condutor, estruturando a trama musical e visual de forma orgânica, tornando o videoclipe um espaço de circulação de significados, identidade cultural e memória.

Os *motion graphics* têm características vívidas, expressivas e atrativas. Em um curto período, conseguem chamar a atenção dos expectadores, exercendo uma função positiva na comunicação visual, distinguindo as informações visuais que precisam ser enfatizadas. Seu emprego faz com que deixem de ser elementos unicamente decorativos para se tornarem algo diegético, impactando na composição e semântica do produto audiovisual. Na Imagem 2, podemos visualizar a montagem de quadros do videoclipe com tipografias e desenhos animados sobre cenas em preto e branco, evidenciando grafismos urbanos e colagem de elementos culturais diversos.

Imagem 2 – Pode acreditar (Marcelo D2 e Seu Jorge)



Fonte: *Frame* de Marcelo D2/Seu Jorge [...], 2009

Estética performática e imersão rítmica em *Bang* (Anitta [...], 2015)

Em *Bang* (Anitta [...], 2015), a cantora Anitta utiliza a peça audiovisual para articular uma percepção visual sensual e expressiva, diretamente conectada à letra da música, que enfatiza provocação e dominância. A obra dirigida por Bruno Ilogti apresenta um universo visual majoritariamente em preto e branco de alto contraste, na qual a cantora é afirmada como a figura central. Nesse contexto, elementos como a tipografia cinética, as silhuetas sensuais e os detalhes coloridos das roupas íntimas introduzem rupturas cromáticas estratégicas, conferindo vitalidade e dinamismo ao conjunto visual, ao mesmo tempo em que ressaltam a tensão entre monocromia

e cor. Aqui, os *motion graphics* são organizados e animados segundo os principais conteúdos imagéticos a serem enfatizados. Com o encadeamento da montagem, criam uma conexão própria na evolução da obra artística, tornando-a mais fluente, dinâmica e inovadora em seu aspecto visual. De uma forma versátil, a abordagem experimental e criativa torna a questão comunicacional no videoclipe tão forte que ultrapassa a barreira do idioma, pois os elementos visuais utilizados são reconhecíveis e significáveis para qualquer um que assista.

Diferentemente de *Ficha Suja*, que se concentra na materialização de ícones simbólicos, e de *Pode Acreditar*, que organiza a colagem urbana em camadas narrativas, *Bang* constrói uma configuração de espetáculo, em que o fluxo visual, corte e movimento são coordenados para gerar uma experiência sensorial intensa e envolvente, alinhada ao pulso da música pop.

A imagem-rítmica não subordina o tempo ao movimento, como faz a imagem-movimento; mas tampouco libera o tempo em seu estado puro, como faz a imagem-tempo. Em vez disso, a imagem-rítmica torna o tempo perceptível como pulsação e força, bem como o jogo de múltiplas intensidades (Shaviro, 2023, p. 25, tradução nossa) [7].

Os *motion graphics* evidenciam a performatividade da artista, direcionando o olhar do espectador e realçando gestos, posturas e expressões, enquanto tipografia e silhuetas funcionam como extensões visuais da letra, reforçando sincronização dinâmica, teatralidade e ressonância plástica do clipe. O impacto visual é imediato. A imagem como uma portadora da ideia assume as configurações de visível e legível, garantindo assim a compreensão do conteúdo transmitido. Na Imagem 3, a montagem de quadros do videoclipe em preto e branco de alto contraste, com personagens ressaltados em destaque corporal e elementos gráficos coloridos (tipografia, ícones, linhas) enfatiza a performatividade, o ritmo pop e a imersão sensorial.

Imagem 3 – Bang (Anitta)



Fonte: *Frame* de Anitta – Bang (Oficial Music Video), 2015

Em todos os casos, os designs animados estão articulados ao espaço de filmagem de modo a ocupar e transformar o cenário, interagindo com os corpos e com o ambiente. Embora não existam no dito "mundo real", esses componentes visuais são percebidos como parte integrante da realidade audiovisual, modulando a consciência do espectador e enriquecendo a percepção do espaço apresentado. Essa articulação entre animação, corpo e cenário contribui para a criação de uma realidade visual específica, que organiza o olhar do público, sustenta a narrativa e intensifica a dimensão plástica de cada obra. Assim, o ritmo, a composição e a fusão das peças animadas vão além de mera estética; são instrumentos essenciais para construir significado.

Motion graphics como linguagem visual autônoma

A análise conjunta dessas três obras evidencia que o design em movimento opera em múltiplos níveis — narrativo, simbólico e estético — configurando-se como uma linguagem visual autônoma e multifacetada, capaz de mediar entre composição musical, interpretação e recepção do espectador. Como observa Couchot (2003, p. 219), "num videoclipe, não é a conformidade a uma realidade preestabelecida segundo regras do ultra-realismo cinematográfico que guia a imagem, mas a música." Nesse contexto, o design não se limita a acompanhar a trilha sonora, mas transforma a prática de consumo, estabelecendo uma ponte entre as questões visuais e sonoras.

Em *Ficha Suja*, prevalece uma abordagem concisa e direta, com ênfase na materialização de signos e ícones que ancoram semanticamente a letra. *Pode acreditar* estrutura o fluxo visual de modo cadenciado, organizando a sintaxe audiovisual e conduzindo o olhar pela colagem urbana para instaurar uma narrativa coerente. Já *Bang* opera em regime acelerado, com cortes dinâmicos e coreografias sincronizadas ao compasso da música pop, produzindo forte imersão sensório-perceptiva.

Elementos animados são integrados à filmagem para interagir com corpos e espaço, instaurando uma camada visual específica ao ambiente. Embora ausentes no mundo empírico, modulam a percepção do espectador e evidenciam a versatilidade dos *motion graphics* em distintas funções: ilustração simbólica (*Ficha Suja*), construção narrativa e identitária (*Pode Acreditar*) e intensificação sensorial e estética (*Bang*).

O videoclipe é, portanto, um aparato imagético para a canção que sintetiza, sendo este aparato gerado tanto em função de certas regras de gêneros musicais quanto obedecendo à própria narrativa imagética de um determinado artista (Soares, 2013, p. 92).

A multiplicidade dessas funções comprova que o design em movimento não se limita a apresentar a música, mas constitui um recurso visual complexo, capaz de mediar, intensificar e reinterpretá-la.

Saturação imagética, pressões comerciais e demandas algorítmicas

Em um cenário midiático saturado e veloz, a capacidade de condensar informações, símbolos e narrativas em imagens ritmadas e sensoriais faz dos *motion graphics* uma das linguagens visuais mais relevantes do nosso tempo, tanto estética quanto epistemologicamente.

No contexto das plataformas digitais, a circulação de vídeos é mediada por ambientes marcados pela saturação imagética e pela concorrência contínua entre fluxos audiovisuais. Em poucos minutos — ou mesmo segundos — o espectador é exposto a uma multiplicidade de vídeos, miniaturas e estímulos visuais que disputam sua atenção de forma simultânea. Essa disputa está diretamente associada a pressões comerciais, como a necessidade de manutenção da visibilidade de artistas e gravadoras; a tendências de mercado, que favorecem a padronização de estilos “virais” e fórmulas visuais recorrentes; e, sobretudo, às demandas algorítmicas das plataformas, cujos critérios opacos de recomendação privilegiam determinados formatos, durações e índices de engajamento (Hallinan; Striphas, 2016).

Diante desse cenário, os *motion graphics* não podem ser compreendidos apenas como um repertório de soluções formais ou como um conjunto de recursos estilísticos isolados, mas como uma linguagem situada em um campo de forças no qual estética, tecnologia e economia da atenção se articulam de maneira estrutural. A atuação do *motion designer* passa, assim, a ser tensionada entre a construção de uma linguagem audiovisual própria e a necessidade de adequação às dinâmicas algorítmicas que regulam a circulação e a visibilidade dos conteúdos nas plataformas digitais. Esse tensionamento revela um processo contínuo de negociação entre experimentação formal e condicionamentos técnicos, econômicos e temporais, nos quais a própria linguagem incorpora as lógicas de desempenho, retenção e engajamento.

Nesse contexto, a noção de metapublicitarização emerge como um princípio organizador da produção audiovisual contemporânea, no qual o conteúdo passa a operar simultaneamente como forma expressiva e como dispositivo de autopromoção. Tal lógica revela a internalização das regras da visibilidade algorítmica na própria estrutura estética dos vídeos, orientando-os à captura imediata da atenção e à manutenção do usuário nos circuitos de engajamento e consumo (Frota, 2025). Desse modo, a linguagem dos *motion graphics* manifesta-se não apenas como expressão criativa, mas como resposta adaptativa a um ecossistema comunicacional governado por métricas, recomendações automatizadas e regimes de atenção programados.

Assim, os *motion graphics* afirmam-se como uma linguagem híbrida, cuja potência narrativa e crítica se constrói em permanente fricção com as infraestruturas algorítmicas que condicionam sua circulação e recepção.

Considerações finais

Ainda que seja um campo pouco estudado, e quando explorado seja muito voltado para questões técnicas, é importante pontuar que se faz necessário acompanhar e aprimorar os estudos sobre os *motion graphics* conectados a novas formas de utilização nos campos da expressão artística e visual. A análise demonstra que a consolidação dos *motion graphics* como linguagem visual autônoma e multifacetada nos videocliques contemporâneos é uma resposta estética e comunicacional à complexidade do ecossistema midiático atual.

As análises comparativas realizadas demonstram a consolidação dos *motion graphics* como uma linguagem visual autônoma e multifacetada nos videocliques contemporâneos. Longe de serem meros recursos decorativos, os *motion graphics* cumprem funções variadas e complementares, articulando níveis narrativos, simbólicos e estéticos. Eles são capazes de mediar, intensificar e reinterpretar a recepção sonora, dialogando com a estética, a narrativa e a cultura do público.

Em todas as produções analisadas, a integração dos *motion graphics* com os desempenhos artísticos funciona com fácil apreensão cognitiva, evidenciando que essa linguagem visual se consolidou como um recurso estratégico na produção audiovisual contemporânea. O videoclipe configura-se como laboratório estético, político e cultural em que os *motion graphics* se afirmam como linguagem crítica, com legitimidade teórica e estatuto comunicacional no ecossistema audiovisual contemporâneo.

Notas

[1] Where filmmakers generally seek sounds that suit and amplify a primary image track, music video directors must seek to create images that match a pre-given soundtrack. And

yet, even within these constraints, music videos are often highly inventive and independent artistic expressions in their own right.

[2] Music video is one of the most important emergent cultural forms in contemporary popular culture. It has had a profound impact both on music, fashion and youth culture, and on the codes and forms that operate across television, film and advertising.

[3] Visual music typically comprises both the work of abstract painters such as Wassily Kandinsky and Paul Klee, but it also comprises the tradition of filmmaking to which Fischinger belongs. Other pioneers of this type of filmmaking include Hans Richter and Viking Eggeling, contemporaries of Fischinger, and some years later the brothers John and James Whitney, who were among the first to experiment with computer-generated imagery. As an intermedial form, visual music, as practiced by Fischinger and the others, is situated at the interstices of music, film, and animation—much like the music video.

[4] The genre of music video has been a laboratory for exploring numerous new possibilities of manipulating photographic images made possible by computers (...).

[5] A strong visual composition captures a viewer's attention, tells them where to look, communicates ideas and feelings, and often provides a jumping-off point into a narrative. A motion design piece without a strong design plan will have elegant movements at best but will more than likely fail to connect with a viewer.

[6] Accessibility and media compatibility have provided artists with an unlimited palette and the chance to experiment with the languages and conventions accompanying a diverse array of media and disciplines.

[7] The rhythm image does not subordinate time to motion, as the movement-image does; but it also does not liberate time in its pure state, as the time-image does. Rather, the rhythm image renders time as pulsation and force, and as the play of multiple intensities.

Artigo submetido em 14/09/2025 e aceito em 02/03/2026.

Referências

ANITTA – Bang. (Official Music Video). Publicado pelo canal Anitta. 1 vídeo (4 min.), [s. l.], 9 out. 2015. Disponível em: <https://youtu.be/UGov-KH7hkM> Acesso em: 22 jun. 2026.

AUMONT, J. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1995.

BAUMGARTEN, A. **Estética**: a lógica da arte e do poema. Petrópolis: Vozes, 1993.

CHION, M. **A Audiovisão**: Som e Imagem no Cinema. Lisboa: Texto & Grafia, 2011.

CHONG, A. **Digital Animation**. Lausanne, Switzerland: AVA Publishing, 2007.

COUCHOT, E. **A tecnologia na arte**: da fotografia a realidade virtual. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

CRAFTON, D. **Before Mickey**: the animated film, 1898–1928. Cambridge: The MIT Press, 1993.

- DONDIS, A. D. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- FRITH, S; GOODWIN, A; GROSSBERG, L. **Sound and Vision: the music video reader**. 2. ed. London: Routledge, 1993.
- FROTA, H. L. S. A mediação algorítmica na Netflix: da plataformização à metapublicitarização do consumo audiovisual. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 48. In: **Anais [...]**. 2025.
- GRAÇA, M. E. **Entre o olhar e o gesto: elementos para uma poética da imagem animada**. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2006.
- HALLINAN, B; STRIPHAS, T. Recommended for you: the Netflix prize and the production of algorithmic culture. **New Media & Society**, v. 18, n. 1, p. 117-137, 2016.
- JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. 7. ed. São Paulo: Papirus Editora, 2004.
- KORSGAARD, M. B. **Music video after MTV: audiovisual studies, new media, and popular music**. Milton Park, Abingdon, Oxon; New York, NY: Routledge, 2017. Series: Routledge research in music: Routledge, 2017.
- MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.
- MANOVICH, L. **The Language of New Media**. Cambridge: MIT Press, 2001.
- Marcelo D2/Seu Jorge – Pode Acreditar (Meu Laiá Laiá). Publicado pelo canal Marcelo D2, [s. l.], 3 set. 2009. 1 vídeo (4 min.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=voUHvoLy85o> Acesso em: 22 jun. 2026.
- MV Bill – Ficha suja (Vídeo oficial). Publicado pelo canal MV Bill, [s. l.], 28 set. 2017. 1 vídeo (3min.45seg.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=H6E6IPinD-w> Acesso em: 22 jun. 2026.
- SHAVIRO, S. **The Rhythm Image: music videos and new audiovisual forms**. New York: Bloomsbury Academic, 2023.
- SHAW, A. **Design for Motion**. Fundamentals and Techniques of Motion Design. Second Edition. New York: Routledge, 2020.
- SOARES, T. **A estética do videoclipe**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.
- STAM, R. Introdução à teoria do cinema. Campinas, SP: Papirus, 2003. GODINHO, T. **Vida organizada: como definir prioridades e transformar seus sonhos em objetivos**. São Paulo: Gente, 2014. E-book.