

AS DIVERSAS DENOMINAÇÕES PARA O CAMPO DO *MOTION GRAPHIC DESIGN*

THE VARIOUS NAMES FOR MOTION GRAPHIC DESIGN

Arthur Henrique Oliveira Cardoso ¹

Rita Aparecida da Conceição Ribeiro ²

Resumo

Motion graphic design é o termo que originalmente denomina o encontro entre a prática do design gráfico com a técnica da animação (SANDHAUS, 2006; SCHLITTLER, 2015; SHAW, 2016). Sobretudo no Brasil, esta área vem sendo chamada por inúmeros termos diferentes (BECKER *et al.*, 2018; CONE, 2016; PONTES, 2009; SCHLITTLER, 2015; VELHO, 2008), o que dificulta a unificação mercadológica e acadêmica da profissão. Este artigo discute as nomenclaturas adotadas por diferentes autores contrapostas à preferência por parte do mercado, investigando a sinonímia, o recorte conceitual e a pertinência de traduções. Para isso, foi realizada uma pesquisa quali-quantitativa com 179 profissionais inseridos neste mercado, cujo resultado da denominação mais empregada foi “motion design” (45%). Com base em sua popularidade, foram destrinchadas as acepções e a adequação acerca do termo escolhido.

Palavras-chave: motion graphic design; nomenclatura; animação; mercado brasileiro;

Abstract

Motion graphic design is the term that originally denominates the encounter between graphic design's practice and animation technique (SANDHAUS, 2006; SCHLITTLER, 2015; SHAW, 2016). Especially in Brazil, this area has been called by countless different terms (BECKER *et al.*, 2018; CONE, 2016; PONTES, 2009; SCHLITTLER, 2015; VELHO, 2008), which makes its market and academic unification difficult. This article discusses the nomenclatures adopted by different authors in opposition to the professional's preference, investigating the synonym, the conceptual outline and the relevance of translations. For this, a quali-quantitative survey was carried out with 179 professionals operating in this market, which result was “motion design” (45%) as the most used denomination. Based on its popularity, the meaning and appropriateness of the chosen term was unraveled.

Keywords: motion graphic design; nomenclature; animation; survey;

¹ Mestre, UEMG – Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais. Belo Horizonte, Minas Gerais, arthurhcardoso@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5362-914X>.

² Professora Doutora, UEMG – Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais. Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil, rribeiroed@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-0748-854X>.

1. Introdução

Já na segunda década do século 21, é intrigante como a maioria dos trabalhos de design *ainda* se inicia com uma conceituação terminológica, conforme havia sido salientado por Niemeyer, ainda em 1997. O objetivo desse artigo é discutir as diversas denominações existentes para o campo do *motion graphic design* e a pertinência terminológica de cada uma. No caso do design, o próprio vocábulo estrangeiro ainda é mal interpretado e desconhecido para uma sorte de brasileiros, o que torna necessário seu esclarecimento conceitual. Segundo Villas-Boas (2001, p.44), “trata-se de uma torre de babel, portanto, em que os mesmos significados recebem significantes diferentes que se entrelaçam, se superpõem e se confundem”. Com o tema desta pesquisa não é diferente. Uma mesma área de atuação é nominada por diversos termos: *motion graphics*, *motion design*, *design em movimento*, *design audiovisual*, *design televisual*, *design gráfico-movente*, *grafismo animado*, *computação gráfica*, *videografismo*, *videographics*, *videodesign*, *design cinematográfico*, *animação* e ainda inúmeros outros.

O *motion graphic design* é a interseção entre a prática do design gráfico junto à técnica da animação (SANDHAUS, 2006; SCHLITTLER, 2015; SHAW, 2016). Essa modalidade abrange um amplo campo do design e da produção audiovisual cujo exercício profissional envolve a temporalização de imagens, tipografia e grafismos em formato de vídeos, filmes e mídia digital, veiculados através de diferentes meios – comerciais ou não – dentre eles: vídeos para internet; efeitos visuais, inserções gráficas, títulos e aberturas de filmes ou programas televisivos, como *broadcast design*; infografia animada; assinaturas cinéticas para marcas e identidades visuais; animações para web e interfaces; publicidade; clipes musicais; apresentações de multimídia; projeção mapeada; e diversas inserções em *games* (KRASNER, 2013; SCHLITTLER, 2015; VALDIVIESO, 2016; VELHO, 2008).

Devido ao seu potencial comunicacional, esse tipo de projeto vem ganhando destaque na educação, no meio corporativo, no entretenimento, no jornalismo, na indústria fonográfica e na publicidade. Além da forte capacidade de cativar a atenção, sua linguagem é capaz de transmitir mensagens complexas com clareza e rapidez, oportuna para a comunicação pós-moderna. Por esse motivo, essa área tem passado por um crescimento exponencial junto à própria popularidade da linguagem audiovisual nas redes sociais, serviços de streaming, games e outras plataformas digitais.

O não consenso da nomenclatura impacta na desunidade da profissão, tanto para a prática de mercado quanto na discussão teórico-acadêmica, visto que dificulta a pesquisa e o ensino sobre o assunto, obstaculariza o rastreamento de palavras-chave de busca e reduz na cognoscibilidade terminológica, principalmente extrínseca à área. Essa discordância de denominação levanta algumas questões principais: Existe algum termo conceitualmente mais apropriado para esse campo profissional? No mercado, há alguma preferência por parte dos profissionais? Trata-se de sinônimos? É pertinente a terminologia em língua estrangeira?

Para responder questões como essas, foi realizada uma pesquisa quali-quantitativa com 179 profissionais inseridos no mercado brasileiro de *motion graphic design*, parte de uma pesquisa de mestrado pela Universidade do Estado de Minas Gerais. Na pesquisa completa, também foram coletados insumos sobre o processo criativo dos profissionais, informações sobre a história da profissão, outros dados de mercado, remuneração e demografia. Aplicou-se um questionário online, com finalidade essencialmente quantitativa e, em segundo momento, entrevistas síncronas com um grupo qualificado de 10 profissionais especialistas para aprofundar qualitativamente a discussão acerca dos tópicos. A seleção dos profissionais e empresas partiu de uma pesquisa sistemática na plataforma de busca Google, partindo de 16 palavras-chave sinônimas que designam a profissão, e foram coletados os contatos até a 10ª

página de resultados. Entre alguns dos critérios de exclusão, foram descartados anúncios, cursos, empresas fora do segmento e contatos inválidos. Entre alguns critérios de inclusão, estavam a obrigatoriedade de exercer atividades no território brasileiro e ter experiência profissional na área, independente do tempo. Para o primeiro grupo, foi aplicado um questionário online de 20 perguntas abertas e fechadas (conforme a natureza da informação necessária), sendo apenas 3 questões destinadas exclusivamente à nomenclatura. Já as entrevistas síncronas foram semiestruturadas sobre o mesmo roteiro de perguntas. Primeiro, foram perguntados sobre qual nomenclatura denominariam um vídeo do gênero, apresentado de exemplo. Em seguida, avaliaram e justificaram suas impressões a respeito da lista de nomenclaturas sinônimas, levantadas pela revisão bibliográfica. Por fim, a terceira questão pediu que definissem conceitualmente o termo escolhido. Alguns dos extensos dados coletados dos participantes aparecem resumidamente neste artigo de forma transversal apenas para análise da nomenclatura. Neste artigo, os entrevistados são identificados anonimamente por numeração.

Para a análise dos dados, as informações quantitativas foram contabilizadas em planilhas do Google Spreadsheets vinculadas aos resultados do questionário, em Google Forms. Seus dados foram sumarizados em gráficos para melhor visualização comparativa das informações.

2. Uma Nomenclatura em Movimento

Do ponto de vista histórico, até o final do século 20, no Brasil, o termo “videografismo” foi recorrentemente empregado, sobretudo no meio televisivo, para compreender “o design de grafismos – tipografia, desenhos e sinais gráficos – em movimento” utilizados em vinhetas da televisão e aberturas de créditos no cinema (AZNAR, 1997; PONTES, 2009). Termo intrincado principalmente aos conceitos de *broadcast design*³ e computação gráfica. Pontes (2009) sinaliza que “*videographics*” foi o nome dado ao departamento de computação gráfica e identidade televisual da Rede Globo, criado por Hans Donner. O mesmo nome também intitulou a exposição de Donner, em 1988, que reunia seus trabalhos com vinhetas televisivas. Contratado em 1974, Hans Donner foi o designer gráfico responsável pela criação da identidade televisual da Rede Globo, consagrada internacionalmente como referência em comunicação televisiva e computação gráfica (FREITAS, 2007; NIEMEYER; PONTES, 2009; SENS, 2011; DORNELES, 2007). O que indica uma possível justificativa da difusão do termo nesse segmento.

Também no nicho televisivo, Sens e Pereira (2014) defendem o uso do termo “design televisual”. Para os autores (2014, p.2), esse encontro entre o design gráfico e a linguagem audiovisual abrange “videografismos, vinhetas, interfaces e demais aplicações audiovisuais” responsáveis pela articulação de um fluxo televisual planejado. Isto é, “videografismos” estariam incluídos a um conceito maior de “design televisual”. No contexto ibérico, observa-se uma maior preferência pelo termo “grafismo animado” (RODRIGUES, 2012; VALDIVIESO, 2016). Contudo, um dos autores que o adota, Rodrigues (2012, p. 11), confirma não há uma definição universalmente aceita e que “alguns profissionais definem grafismo animado como uma conceptualização do termo mais abrangente, enquanto outros o entendem como uma subespecialidade”.

Pontes (2009, p. 34) corrobora com “a falta de uniformização dos termos utilizados na área do design voltado para a imagem em movimento” e, bem como Becker *et al.* (2018) e Ràfols e Colomer (2006), adota o termo “design audiovisual”. Para Pontes (2009, p. 35), o

audiovisual engloba “o videografismo e as demais formas do *motion graphics*”. Portanto, para esses autores, o design audiovisual também seria um termo mais abrangente que, *ipsis litteris*, incluiria *game design*, *webdesign*, entre outros. Bohorquez (2007) justifica a adequação desse termo por unificar o campo do “design” com a linguagem “audiovisual”, abarcando diferentes formatos de planejamento e construção de produtos audiovisuais.

Além dos nomes já citados, alguns profissionais e pesquisadores também denominam a área como “*videodesign*” (MIZUGUTI, 2002; SCHLITTLER, 2015) ou apenas “animação” (GUIMARÃES, 2017). Contudo, no século 21, os termos mais populares têm sido “*motion design*” e “*motion graphics*”, sendo variações do termo original “*motion graphic design*” (VELHO, 2008). Ao introduzir essa discussão, João Velho (2008) defende a adoção do termo “*motion graphics*” e propõe definições acerca de “o que é” e “o que não é” em sua pesquisa.

No Brasil, muitos traduzem *motion graphics* por videografismo, que considero impreciso e confuso. Seguindo essa nomenclatura, quem faz videografismo seria um videografista? Ora, tradicionalmente o operador de câmera de cinema é chamado de cinegrafista, o que dá margem ao entendimento que videografista seria o operador de câmera de vídeo. Na falta de uma tradução melhor, prefiro o uso do termo em inglês (VELHO, 2008, p. 19).

O autor (2008) não adota o termo “*motion design*” sob o argumento de ser muito amplo e poderia abarcar qualquer tipo de design em movimento, como o design de um móvel⁴ ou um letreiro luminoso dinâmico. Também não emprega “*motion graphic design*”, mesmo admitindo ser mais correto, uma vez “que existem muitas aplicações de *motion graphics* fora do *broadcast design*, como o videoclipe, a vídeo-arte, vídeos narrativos ou experimentais” (*ibidem*, p. 18). Essa afirmativa do autor sugere que o termo “design” em “*motion graphic design*” faça referência ao “*broadcast design*”, o que é incorreto do ponto de vista conceitual. Como contrapõem Lessa e Freire (2016, p.4), isso indica uma “tendência a não distinguir com clareza elementos de linguagem audiovisual – música visual, animação abstrata, tipografia cinética – e áreas de projeto/tipos de artefato – *broadcast design*; aberturas de filme.” Lessa e Freire (*idem*) também acrescentam que muitas definições também se equivocam ao diferenciar o *motion graphic design* da animação/cinema pela ausência de narrativa, o que também é incorreto, afinal, grande parte desses projetos possuem narrativas, ainda que diferentes da linguagem da animação tradicional.

Além disso, em divergência à proposição de João Velho, Sande *et al.* (2009, p.2) também salientam que “quando falamos ‘imagem em movimento’ não estamos nos referindo ao movimento real, mas no uso da técnica narrativa da animação e do cinema”. Logo, o termo *motion design* jamais poderia abranger o design de um movimento real, como o “design de um móvel”, conforme sugerido. O que indica uma inconsistência na contestação de Velho (2008) sobre o termo “*motion design*”.

Por sua vez, o termo “*motion graphics*” emprega a palavra inglesa “*graphics*”, cuja tradução mais direta seria “grafismo”, e suprime a ideia de “design”. Com isso, sua conotação se distancia do conceito de design gráfico em “*motion graphic design*”. Em sua argumentação, Velho (2008) propõe para os profissionais o nome “*motion graphics artist*”, o que corrobora com um direcionamento para o viés artístico-expressivo. O autor (*ibidem*) aponta que esse termo parece ter surgido pela primeira vez com a empresa Motion Graphics Inc. criada por John Whitney, em 1960, especializada na criação de aberturas de filme. O próprio autor também reconhece que o termo em si e a sua definição não são um consenso universal, o mesmo posicionamento ratificado por Schlittler (2015), Pontes (2009) e Rodrigues (2012). Por

sua vez, Cone (2016) afirma que não há nenhuma definição conceitualmente consistente para o termo “motion graphics”, que tem se tornado ultrapassado.

O termo era “*motion graphics*”, uma construção estranha, sempre no plural, muito empregada por cineastas e locutores com raízes que remontam, pelo menos, aos anos 1960. Embora o termo ainda seja usado hoje, está rapidamente perdendo lugar para seu sucessor mais consistente e relevante: “*motion design*” [...] Como uma mudança de uma palavra pode ser tão importante? Primeiro, ajuda a definir o que é o *motion design*, algo complexo. Tanto o “*motion design*” quanto os “*motion graphics*” derivam de um mesmo termo, mais longo: “*motion graphic design*”, um conceito frustrantemente vago (CONE, 2016, p. 15, tradução nossa).

Essa divergência de nomenclatura é agravada também pelas tentativas imprecisas de tradução do termo. Para Valdivieso (2016), o emprego do termo estrangeiro é uma barreira para compreensão popular desse campo do conhecimento. No Brasil, mesmo com difusão e amálgama do inglês, ainda há muito desentendimento. Esse mesmo problema já é enfrentado pelo campo do Design em si, que não possui uma tradução suficientemente equivalente para o termo “design”, o que provocou a antiga tradução equivocada como “desenho”. Em busca de traduzir “*motion graphic design*”, Dutra (2007) propõe o termo “design gráfico-movente” que, apesar de compreensível, se mostrou impopular devido à estranheza na fala. Outra possível tradução é “design em movimento”, adotado por Cavalcanti (2010) que, representa claramente a essência da profissão, mas também poderia permitir uma dúvida interpretação, conforme os comentários dos seguintes entrevistados:

Entrevistado 03 – Design em movimento é qualquer projeto gráfico em movimento, pode ser um *lettering* em um ônibus, pode ser um comercial... pode ser um vídeo explicativo, que é o que a gente faz.

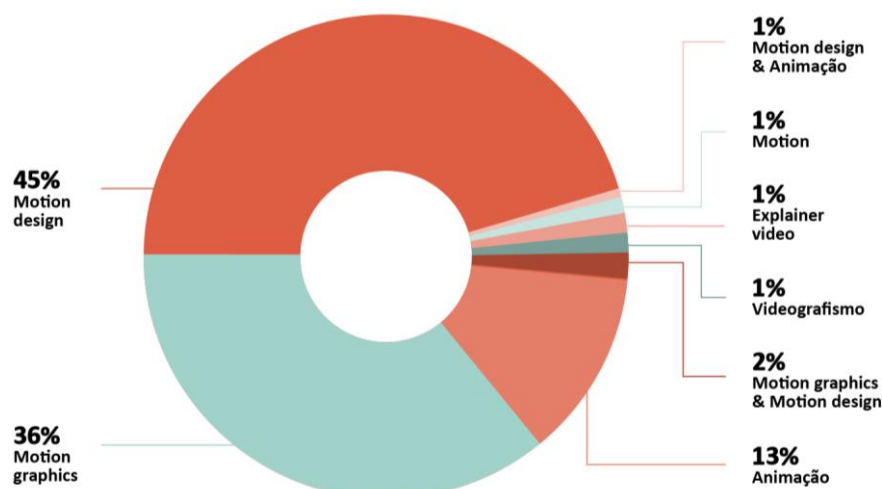
Entrevistado 05 – Eu acho que Design em Movimento é quase um conceito, não um nome próprio para alguma coisa.

Segundo o posicionamento dos entrevistados, o termo “design em movimento” soaria abstrato e vago. Além disso, em inglês, o termo em “*motion design*” permite a interpretação dialética nos sentidos de “design **de** movimento” ou “design em movimento” – isto é, cinético – que não está tácita no português.

Para aferir a adequação terminológica e sua adesão profissional, é fundamental transpor essa questão para a realidade do mercado. Para isso, foi realizada uma pesquisa quali-quantitativa com 179 profissionais já inseridos no mercado acerca de diferentes questões sobre o assunto. Entre elas, os participantes responderam qual terminologia preferem utilizar (Figura 1), avaliaram os termos existentes e puderam conceituar suas interpretações a respeito de cada um.

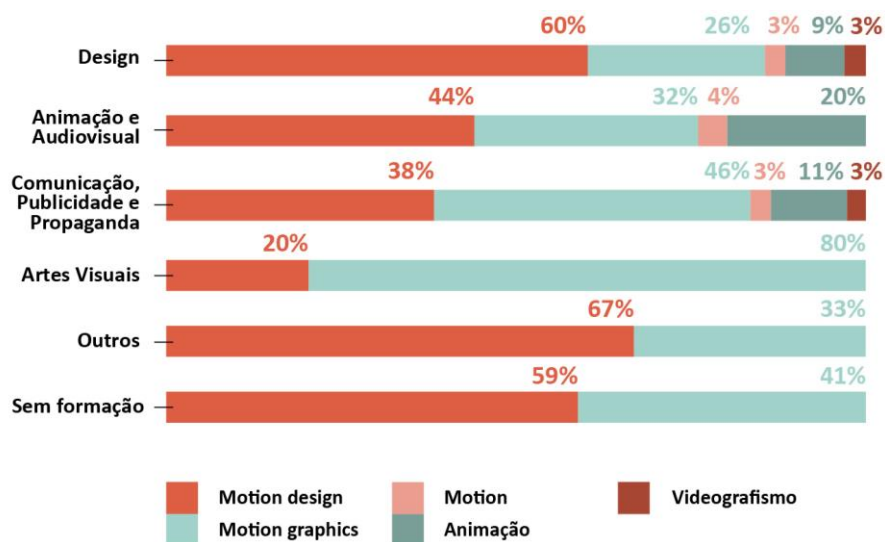
Os resultados indicam que “*motion design*” é o termo mais utilizado pelos profissionais no mercado (45%), precedido de “*motion graphics*” (36%) e “animação” (13%). Esses resultados são essenciais para o debate, não apenas por indicarem a maior popularidade do termo “*motion design*”, mas também por refletirem o nome melhor compreendido e mais atualizado dentro do segmento.

Figura 1: Preferência de nomenclatura pelo mercado.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 2: Preferência de nomenclatura por área de formação.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Quando se analisa o uso de terminologia por área de formação dos participantes, é possível observar um maior emprego de “motion design” pelos profissionais formados em design. Em contrapartida, o termo “*motion graphics*” aparece mais presente nos cursos de Comunicação (incluindo as habilitações em Publicidade) e Artes Visuais. Já o termo “animação” é evidenciado como um sinônimo principalmente por aqueles profissionais formados nessa área, apesar de não ter sido o preferido (FIGURA 02).

Em corroboração com os resultados da figura 01, o termo “motion design” também se mostra conceitualmente adequado. Isto porque o termo original “*motion graphic design*” é considerado muito extenso para a fala e “motion design” realiza uma sintetização suficientemente apropriada, já que une a palavra “*motion*” – que evoca movimento, cinética, a técnica da animação – ao campo conceitual do “*design*” – na perspectiva do modo

de pensar projetual. Nesse sentido, o termo alternativo “*motion graphics*” não evidencia o *core* projetual do design. Vale salientar também que a palavra suprimida “*graphic*”, derivada de “gráfico”, “grafia” e “grafar”, remonta ao grego *graphein* cuja acepção mais imediata é escrever, gravar, incidir (CARDOSO, 2008; SANDE, 2011). Apesar do seu sentido contemporâneo estar mais associado à codificação de mensagens visuais (ALMEIDA; FIALHO, 2017), carrega consigo mais a gênese do design gráfico impresso do que à imaterialidade do design digital⁵. Portanto, a supressão do vocábulo não é prejudicial ao entendimento e pode favorecer uma perenidade ao termo.

Apesar da grande relevância do emprego de vocábulos em língua portuguesa, nenhuma das traduções se mostrou suficientemente aderente no mercado. Além disso, dentro do campo do Design, o inglês tem ganhado grande força como idioma internacional para nomenclatura técnica, como é observado no linguajar técnico com “*briefing*”, “*storyboard*”, “*style frame*”, “*brainstorming*” e outros estrangeirismos. Ao serem perguntados se achavam apropriado traduzir o termo, os entrevistados mostraram posicionamentos diversificados:

Entrevistado 10 – Acredito que não, porque a palavra “*motion*” já sugere movimento. E “*design*”, todo mundo sabe o que é. O “*graphics*” é que pode parecer mais estranho.

Entrevistado 08 – Eu acho, ainda há muita dificuldade com o cliente que cada hora pede uma coisa, “*motion design*”, “*motion graphics*”... E no fim ele quer “animação”. Mais fácil falar em português mesmo, mais claro.

Entrevistado 07 – Acho indiferente. A gente já usa tantos termos... Usa “*After Effects*”, “*blur*”, “*stroke*”, “*path*”. A gente já está acostumado com termos em inglês.

Entrevistado 09 – Acho que são sinônimos mesmo. A gente acaba ficando escravo dos termos em inglês. Seria interessante ter um termo da nossa linguagem. Talvez funcione traduzir, mas é um processo lento.

Em suma, a tradução poderia facilitar a compreensão acerca do assunto. Contudo, no atual contexto em que uma miscelânea de denominações vem sendo empregada, principalmente em inglês, mostra-se inoportuno propor uma substituição e unificação de nomenclatura por algum termo popular.

Outro impasse diz respeito à acepção dos termos como sinônimos, visto que frequentemente são definidos sob diferentes nuances conceituais.

Entrevistado 02 – Tem uma diferença entre *motion graphics* e *motion design*. Vamos colocar assim... *motion design* pensa de forma muito inteligente: nas telas, na composição, no posicionamento, nos *letterings*, na harmonia e unidade. É algo mais gostoso de assistir [...] Particularmente, penso que o *motion graphics* é um animador, que tenha conhecimento em *After Effects*, talvez pouco conhecimento de design e suas plataformas, mas, do conjunto, ele não “fraga” (sic.) [entende].

Apesar de parte da bibliografia acusá-los como sinônimos de “*motion graphic design*”, para alguns profissionais, trata-se de conceitos diferentes. Na fala do entrevistado 02, por exemplo, o *motion graphics* está mais relacionado ao domínio técnico da animação, enquanto o *motion design* seria mais a criação do leiaute, aferição sem respaldo teórico. O mesmo fenômeno acontece em relação ao termo “animação”:

Entrevistado 09 – Uso mais “*motion*”. Acho meio discrepante, estranho, esse tanto de termo. Muita gente não sabe, principalmente os clientes, que

não são da área. Eu tento me apresentar como estúdio de animação e motion, porque pegamos trabalhos mais convencionais de animação tradicional, *cut-out*, quadro-a-quadro, para publicidade e série e também a parte de motion, que tem mais a ver com a parte de design. Ao meu ver, todo motion é animação, mas nem toda animação é motion. Tem uma diferença difícil de explicar e categorizar, mas motion tem muito a ver com passar a informação com o objetivo que o cliente está querendo. [...] Quando falamos no trabalho de um animador. Normalmente, ele já recebe o “*set-up*”, a coisa planejada, e ele precisa executar a ação da personagem, do mascote... Acho que o motion já trabalha a coisa desde o início, na concepção da ideia. Formular como a mensagem vai ser passada e quais recursos gráficos vão ser utilizados.

Como sinalizado pelo entrevistado 09, a abreviação “*motion*” é um dos usos mais populares na comunicação informal da área. O apelido parece conseguir “agradar a gregos e troianos” por fazer referência ao *motion graphics*, ao motion design e, de certa forma, também à animação. Além de ser oralmente mais corriqueiro, “*motion*” evoca um significado direto, até mais reconhecível que “*graphics*” ou “*design*” no Brasil. Contudo, apesar de convencionalizada, essa abreviação obscurece ainda mais o significado conceitual da área, uma vez que o significante “*motion*” em si, compreendido como “movimento”, não sugere nenhum direcionamento ocupacional.

Entrevistado 07 – A terminologia correta, na minha opinião, é “*motion graphic design*”. É o design gráfico que se movimenta, certo? Quem faz design gráfico e anima isso é o motion designer. Mas para não ficar muito longo, [...] quando estou conversando com alguém, falo só “*motion*”, “a gente faz uns vídeos em motion”. É legal que esse termo seja firmado como nossa área porque corresponde ao que fazemos, é simples, todo mundo entende...

Para destrinchar melhor o impasse conceitual e a contingente sinonímia dos termos, cabe definir melhor a concepção estabelecida para cada vocábulo em questão.

Segundo Cardoso (2008), a origem imediata da palavra “*design*” deriva do idioma inglês, referente à ideia de plano, intenção, planejamento, mas também a configuração, arranjo, concepção. Etimologicamente, o vocábulo também remonta o latim *designare*, que abarca tanto o sentido de designar, desígnio, quanto a ideia de desenhar, desenho. Portanto, percebe-se que, em ambas as definições, há uma dualidade semântica de “projeto” e de “configuração”. De acordo com o autor (*ibidem*, p. 20), “a maioria das definições concorda que o design opera a junção desses dois níveis”. Morfológicamente, o “desígnio” se imbrica do *de-* com *signum*, isto é, o signo, a imagem, a capacidade de “distingui-lo através de um signo, dar-lhe significado, designar as suas relações com as outras coisas” (KRIPPENDORFF, 1989, p.9 *apud* FRANZATO, 2010, p. 90). Objetivamente, conforme sintetizado Bonsiepe (2012), Cardoso (2008), Franzato (2010) e Zimmermann (2011): design significa projeto. Enquanto essa equivalência pode recair à certo simplismo, por outro lado, ela explicita a própria multidisciplinaridade do design, frequentemente associado a outro vocábulo de recorte, como design gráfico, design de produto, design de ambientes, design de serviços, design de saúde, *food design*, *game design*, *sound design* e, finalmente ao recorte desta pesquisa, motion design. Embora não absoluta, essa definição também situa o design conceitualmente, atravessado pela arquitetura, arte, publicidade, engenharia e gestão, visto que projetar não é uma práxis exclusiva e sim transversal a diversas profissões. Por esse motivo, o motion design não está contido sob o território profissional do design, das artes visuais, da animação, da publicidade ou do cinema, mas é um *modus operandi* projetual tranverso a essas disciplinas,

isto é, transdisciplinar.

Segundo Zimmermann (2011), um projeto é uma estratégia arquitetada para solucionar algum problema, questão ou necessidade. Logo, o design deve cumprir uma função prática. O autor (2011) também avança o termo em alemão, *Gestaltung*, que expressa mais o sentido de “dar forma”, “configurar”, “formatar”, convergindo com o espanhol “diseño”, o italiano “disegno” ou “desenho”, no português. Nesse sentido, o design também é responsável por dar forma a algo, configurar sua aparência, torná-lo visual. Outra conceituação mais provocadora, de Flusser (2007), refere ao verbo inglês “*to design*” no seu sentido de “tramar algo”, “simular”, “esquematizar um plano”, que denota caráter simulatório. Segundo Flusser (2007, p. 14), “esse é o design que está na base de toda cultura: enganar a natureza por meio da técnica, substituir o natural pelo artificial e construir máquinas de onde surja um deus que somos nós mesmos.” Em primeira instância, essa definição dialoga diretamente com o motion design e a ilusão do movimento: a animação como uma técnica de mimetização da cinética real. Em segunda instância, diz respeito ao fazer sócio do design em codificar, atribuir outro significado, ou melhor, outra significância. Como foi possível perceber, o design nos leva a uma repetida tríade: nominada por Löbach (2001) como função estética, prática e simbólica; por Norman (2004) como nível visceral, comportamental e reflexivo; e, em uma analogia semiológica, a primeiridade, secundidade e terceiridade de Pierce (SANTAELLA, 1999). Ou seja, trata-se uma tricotomia, quase laciana⁶, do que se aparenta ser, o que se representa e o que se é. Há também, por fim, a perspectiva do design como o intermédio entre comunicador-receptor, a interface entre ferramenta-usuário, o planejamento entre problema-solução, a configuração de forma-conteúdo, a experiência entre *pathos* e *logos*.

Logo, o termo “motion design” não tem o objetivo de demarcar o território para o campo do design, mas acima de tudo, especificar o saber projetual como essência da profissão. Isso não significa que o termo “*motion graphics*” é incorreto ou seria substituível. Por exemplo, as animações experimentais abstratas concebidas por Norman McLaren, Oskar Fischinger, Len Lye (VELHO, 2008) e outros animadores em película estão melhor representadas no espectro de “grafismos em movimento” do que necessariamente um projeto de design gráfico. Portanto, o *motion graphics* pode representar um campo da animação experimental, enquanto o conceito de motion design denomina o que se tornou o exercício do design gráfico em movimento: como o *broadcast design*, as aberturas de créditos de filmes, os vídeos explicativos e outros objetos comunicacionais de matriz audiovisual. Em suma, o termo “*motion graphics*” dialoga com uma essência artística-expressiva, próxima à linguagem do Cinema e das Artes Visuais, enquanto o termo “motion design” é direcionado à essência projetual-funcional, inerente à prática do Design Gráfico e da Publicidade.

Outra confusão frequente acontece com o campo do Cinema de Animação. Como muitos profissionais atuantes em motion design possuem formação em cursos superiores de Produção Audiovisual e Cinema de Animação, o termo “animação” tem sido adotado como sinônimo a “motion design”. Novamente, isso também não é incorreto, embora não seja o mais apropriado. Animação é a técnica utilizada para criar a ilusão óptica do movimento e etimologicamente significa “dar vida a”, “dar alma” (LUCENA JUNIOR, 2002). O motion design é uma prática de projeção gráfica que se utiliza da *técnica* da animação para comunicar informações visuais de forma temporalizada. Contudo, é fundamental distinguir que não é um sinônimo de Cinema de Animação, como reitera Lessa e Freire (2016). Em uma representação simbólica: o motion design pode estar contido dentro do Cinema de Animação, do Design Gráfico, da Publicidade ou outros campos do conhecimento, embora, ainda assim, não os seja em totalidade. Trata-se de um campo profissional cuja gênese e práxis pertencem a esses três

campos, mas é independente de todos eles.

Quadro 1: Divergências conceituais entre motion design e animação.

Motion design	Animação
Funcional	Expressivo
Informacional	Entretenimento
Base em Interpolação (<i>keyframe</i>)	Base em quadro-a-quadro
Tipografia	Personagens
Abstrato	Antropomórfico
Racional	Emocional
Formato curto	Formato longo
Documental	Teatral
Composição gráfica	Cena - Diegese

Fonte: Adaptado pelos autores com base em Schlittler (2015) e Velho (2008).

O quadro acima foi adaptado das propostas de diferenciação feitas por Schlittler (2015) e Velho (2008), que indicam as inclinações conceituais de cada campo. Apesar disso, vale reiterar que as duas áreas não são dicotômicas e seus conceitos não são opostos, nem absolutos. Todas as características descritas acima poderiam estar presentes em ambos os tipos de projeto, contudo, o quadro tem finalidade somente de decompor um espectro conceitual mais didático que esclarece uma tendência de caracterização para os campos. Assim como a arte e o design, mesmo que sejam notórias as diferenciações conceituais, as duas áreas são usualmente combinadas e interpermeadas, tornando imprecisa uma distinção radical.

3. Considerações Finais

Entre diversas denominações existentes para a prática do *motion graphic design*, a termo abreviado “motion design” é o mais utilizado (45%) por parte dos profissionais inseridos no mercado. Do ponto de vista semântico, sua acepção também parece conceitualmente apropriada, uma vez que a palavra “motion” expressa o movimento, a dimensão espaço-temporal, a técnica da animação, e a palavra “design” representa o universo projetual do design gráfico, tanto em metodologia, quanto em competência codificadora de signos visuais. Para nomear o profissional em si, esse termo também sugestiona ao uso de “motion designer”, como já adotado para outros segmentos do design.

Apesar da limitada compreensão popular do inglês, foi identificado que as denominações em português não apreendiam com precisão os sentidos do termo estrangeiro. Além disso, nesse recorte profissional, os estrangeirismos são familiares dentro do linguajar técnico e favorecem uma maior integração internacional da área.

Ainda assim, percebe-se que o termo “*motion graphics*” não é incorreto, mas se emprega mais adequadamente à designação de filmes de animação experimental que possuem uma linguagem estilística abstrata e natureza artística-expressiva. Embora qualquer um dos outros termos candidatos pudesse ser potencialmente adotado, o dissenso de nomenclatura enseja a necessidade de discussão e unificação terminológica. Por esse motivo, essa pesquisa teve como principal embasamento a popularidade de cada termo – que manifesta sua viabilidade – e o debate teórico entre autores do assunto.

Foi possível compreender também que o motion design é o campo profissional responsável pela projeção objetos comunicacionais por meio da técnica de animação, isto é, o design gráfico em movimento. Sua linguagem permite o uso de diferentes elementos visuais – como grafismos, gráficos, ilustrações, tipografia, ícones, texturas, fotografias e vídeo – e informações sonoras – locução, música e efeitos sonoros –, dispostos em uma narrativa temporalizada. Como essência, esse tipo de projeto visa atender estrategicamente a uma demanda, um problema, uma necessidade ou um desejo comunicacional por meio de soluções funcionais, estéticas e simbólicas (PONTES, 2009; VALDIVIESO, 2016; VELHO, 2008; SCHLITTLER, 2015). Portanto, a palavra “design” visa qualificar esse campo como uma atividade projetual transdisciplinar. Isto é, não o limita exclusivamente à prática tradicional do Design Gráfico, mas também o amplia à diversidade de aplicações junto a Publicidade, Jornalismo, Cinema, Arte, História, política, entretenimento, tecnologia e tantos outros iminentes encontros disciplinares.

Referências

- ALMEIDA, F. S.; FIALHO, F. A. Conceito em construção: considerações sobre a definição oficial de design gráfico ao longo dos anos. In: **Projética**, Londrina, v.8, n.2, p. 83-96, Jul./Dez. 2017
- AZNAR, Sidney Carlos. **Vinheta: Do pergaminho ao vídeo**. São Paulo: Editora: Arte & Ciência – UNIMAR, 1997.
- BECKER, V. *et al.* **Design audiovisual: a interseção dos estudos de audiência com a interação humano-computador**. Conexão: Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul. v. 17, n. 33, jan./jun. 2018, p. 275-297
- BOHORQUEZ, M. 2007. **El diseño audiovisual**. Entreates, 2007, p. 154. Disponível em: <https://go.galegroup.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA203281727&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=16579526&p=IFME&sw=w>. Acesso em: 20 dez. 2020.
- BONSIEPE, G. **Design como prática de projeto**. São Paulo: Blucher, 2012.
- CARDOSO, R. **O design gráfico e sua história**. Revista artes visuais, cultura e criação. Rio de Janeiro: Senac, 2008. p. 1-7.
- CAVALCANTI, S. **O design gráfico em créditos de filmes: linguagem e persuasão**. Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes, v.3 n.6. 2010. Disponível em: <http://convergencias.esart.ipcb.pt/?p=article&id=93>. Acesso em: 12 nov. 2020.
- CONE, J. Foreword. In: SHAW, A. **Design for motion: fundamentals and techniques for motion design**. Nova Iorque: Focal Press, 2016. P.15-17
- DORNELES, R. A. **O design na teledramaturgia: um olhar sobre as vinhetas de abertura das telenovelas da TV Globo**. (Mestrado) Rio de Janeiro: PUC-RIO, 2007.
- DUTRA, L. R. **Design audiovisual: design gráfico-movente**. Belo Horizonte: UEMG, 2007. (Material didático).

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio básico da língua portuguesa**. Ed 1. V.4 Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1988.

FLUSSER, V. **O mundo codificado: uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRANZATO, C. **O design estratégico no diálogo entre cultura de projeto e cultura de empresa**. Strategic Design Research Journal, v.3 n.3 Unisinos p. 89-96 setembro-dezembro 2010

GUIMARÃES, D. **A animação como opção tecnoestética em vinhetas de abertura de filmes**.

Revista Dispositiva, v. 6, n. 10. 2017. Disponível em:

<http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/16609>. Acesso em: 24 jan. 2020.

KRASNER, J. **Motion graphic design: applied history and aesthetics**. Nova Iorque e Londres: Focal Press, 2013.

LESSA, W. D.; FREIRE, I. X. **Balçamento conceitual do motion graphic design**. 12º P&D 2016

Congresso Brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design. n.2 v.9 Belo Horizonte:

Blucher Design Proceedings, Outubro 2016.

LÖBACH, B. **Design industrial: bases para configuração dos produtos industriais**. Rio de Janeiro: Edgard Blücher, 2001.

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

MIZUGUTI, D. V. **Videodesign na Era Digital: o formato de vinheta de televisão**. (Dissertação)

UFRGS, 2002. Disponível em: https://www.ufrgs.br/infotec/teses00-02/resumo_1431.html.

Acesso em 30 out. 2020

NIEMEYER, L. Origens e significado do termo design. In: **Design no Brasil: origens e instalação: 2AB**, 1997. p 23-28.

NIEMEYER, L.; PONTES, R. **O desenvolvimento da identidade televisiva no Brasil**. Revista Tecnologia e Sociedade (Online), v. 9, p. 70, 2009.

NORMAN, D. **Emotional design: why we love (or hate) everyday things**. Nova Iorque: Basic Books, 2004.

PONTES, R. F. **Reflexões sobre o processo semiótico da identidade televisiva: o sonoro, o visual e o verbal nas vinhetas**. (Mestrado) Rio de Janeiro: UERJ, 2009.

RÀFOLS, R.; COLOMER, A. **Diseño audiovisual**. Barcelona: Gustavo Gili, 2006.

RODRIGUES, S. M. S. **O grafismo animado no sistema de identidade de um canal TV: o caso de estudo MTV Portugal (Mestrado)**. Lisboa: Faculdade de arquitetura, 2012.

SANDE, A. *et al.* **O design de identidade corporativa televisiva: considerações à luz de alguns conceitos tomados por empréstimo a David Harvey**. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 8, p. 1-15, 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-o-design-campos.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2020.

SANDE, A. **O design gráfico e a sugestão de movimento**. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 2011, p. 1, 2011 Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sande-axel-o-design-grafico-e-a-sugestao-de-movimento.pdf>. Acesso em 20/11/2018.

SANDHAUS, L. **Los Angeles in motion: a beginner's guide from yesterday to tomorrow.** Los Angeles: 2006. Disponível em: http://www.lsd-studio.net/writing/lainmotion/pdfs/LA_in_Motion.pdf. Acesso em 05/04/2019.

SANTAELLA, M. L. **As três categorias peircianas e os três registros lacanianos.** Psicol. USP vol.10 n.2 São Paulo, 1999. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-65641999000200006&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 10 jan. 2020.

SCHLITTLER, J. P. A. **Motion graphics and animation.** Apresentado em Society For Animation Studies (SAS) The Animator. Toronto: junho de 2014. USP, 2015.

SENS, A.L.; PEREIRA, A. T. C. **Design Televisual: Definições, Funções e Elementos.** Estudos em Design. Revista (online). Rio de Janeiro: v. 22 nº. 2 [2014], p. 1 – 19

SENS, A.L. **O design televisual e a interatividade: identificando características e potenciais.** (Dissertação) Florianópolis: UFSC, 2011.

SHAW, A. **Design for motion: fundamentals and techniques for motion design.** Nova Iorque: Focal Press, 2016.

VALDIVIESO, A. Enseñar com motion graphics. **Revista Latinoamericana de Tecnologia Educativa (RELATEC).** vol.12 n.3 2015

VELHO, J. **Motion graphics: linguagem e tecnologia, anotações para uma metodologia de análise.** Rio de Janeiro: ESDI/UERJ, 2008.

VILLAS-BOAS, A. **O que é (e o que nunca foi) design gráfico.** Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

ZIMMERMANN, Y. **El diseño como concepto universal (Parte 1) Reflexiones sobre la vida de una palabra.. s.l.: 2011** Disponível em: https://studylib.es/doc/5482975/yves-zimmermann.-el-dise%C3%B1o-como-concepto-universal-_parte...#. Acesso em: 12 jan. 2021