

# O design gráfico e a sugestão de movimento

Axel Sande

## Índice

Introdução . . . . .	1
1 Motion graphics . . . . .	2
2 Gravar, gráfico e graphics . . . . .	3
3 Em nome da experimentação . . . . .	5
4 Motion graphics nas aberturas de filmes para cinema e TV . . . . .	8
5 Identidades televisivas e a computação gráfica . . . . .	10
6 Os repertórios sonoro e cinético no projeto de motion graphics . . . . .	13
Conclusão . . . . .	16
Bibliografia . . . . .	18

## Introdução

**E**STE ARTIGO DISCUTE o campo de atividade do motion graphics e suas relações com o design gráfico. A questão é apresentada através da evolução histórica dos equipamentos audiovisuais e do desenvolvimento técnico de sugestão de movimento para sequências de imagens estáticas. Analisamos também o impacto que os avanços tecnológicos, voltados à computação gráfica, têm sobre a documentação e reflexão histórica de peças gráficas produzidas para a veiculação em mídias eletrônicas.

## 1 Motion graphics

O conceito de tempo acrescenta uma nova dimensão aos paradigmas da comunicação visual e faz com que a relação tempo/espço torne-se o grande diferencial entre os projetos gráficos para peças impressas e eletrônicas. Desde a década de 1950, o design gráfico vem intensificando a incorporação de novas tecnologias voltadas à imagem em movimento e termos como “motion graphics” aparecem para ocupar os espaços no repertório ligado à atividade.

Neste ponto, vale uma explicação: Quando falamos “imagem em movimento” não estamos nos referindo ao movimento real mas no uso da técnica narrativa da animação e do cinema baseada na “persistência da visão”. Os projetos gráficos aqui abordados são concebidos a partir de um fenômeno ligado ao olho humano, que retém uma imagem por frações de segundo após seu desaparecimento. Com isso, nosso cérebro é levado a perceber uma rápida sucessão de imagens estáticas como uma imagem contínua. Esse breve período durante o qual cada imagem persiste sobre a retina permite que imagens consecutivas sobreponham-se, criando a sensação de continuidade. Os projetos de motion graphics são concebidos pela apropriação dessa ilusão e construídos a partir de uma sequência de imagens apresentada em uma velocidade constante e ininterrupta.

A sugestão de movimento aliada à possibilidade de inserção de componentes sonoros a peças de comunicação fez com que tenhamos dificuldade em situar projetos audiovisuais dentro de um campo específico de estudo. Nossas reflexões navegam entre a narrativa cinematográfica e as produções teóricas do design. Dada a grande complexidade de manuseio, preservação e apresentação de peças audiovisuais, textos sobre o território do motion graphics são quase inexistentes assim como as produções teóricas dirigidas à história do design que abordem o tema. Um possível reflexo desse descolamento conceitual é a distância existente entre os mercados de trabalho para os profissionais especializados em motion graphics e os designers gráficos.

Philip Meggs separou as disciplinas do design em três, a partir de seus objetivos finais. Para ele, a arquitetura, o design de produto e o design gráfico teriam funções e enfoques distintos e relacionados, respectivamente, com abrigo, trabalho e comunicação (Meggs, 1994:

17). Acreditamos que projetos de comunicação impressos e eletrônicos devem ser estudados em conjunto. As afinidades são tantas que é surpreendente não encontrar suas contribuições devidamente incorporadas à uma única linha de pesquisa. No caso, sob a chancela da história design gráfico. Contudo, novamente é necessário o esclarecimento de alguns pontos. A definição da palavra “gráfico” pode variar de acordo com o contexto em que é utilizada. Um físico dirá que gráficos são representações planas do comportamento das grandezas físicas construídas a partir de um sistema de eixos cartesianos ortogonais. No Dicionário Houaiss, o verbete “gráfico” é descrito como algo relativo a grafia ou a gráfica, destinado à representação da linguagem por sinais visuais pela mão humana sobre uma superfície. Para um designer, entretanto, o termo “gráfico” é acrescido da associação com um campo específico de atividade.

## **2 Gravar, gráfico e graphics**

O ato de gravar, por incisão ou pressão, estaria na origem da escrita e da comunicação visual. Para alguns, a história do design gráfico teria seu início nas pinturas rupestres ou nas decorações do Egito Antigo. Para outros, mesmo que o conhecimento técnico de gravação seja muito anterior ao Renascimento, o conceito de grafismo passaria a vincular-se ao fazer design com a invenção da imprensa de tipos móveis. O incremento da demanda por projetos dirigidos ao meio gráfico seria decorrente da propagação do livro impresso, e, a partir daí, teríamos a estruturação de um novo campo de atividade projetual, o design gráfico. O vínculo entre necessidades humanas de comunicação e técnicas gráficas explicaria a adequação do termo, que mantém-se até os tempos atuais.

No livro *Motion graphic design: applied history and aesthetics*, Jon Krasner argumenta que desde o início da história da humanidade seria perceptível o esforço em alcançar como ferramenta narrativa a sugestão de movimento. Se observarmos uma ânfora panatenaica (Figura 1) de aproximadamente 2.500 anos, serão inquestionáveis as referências ao movimento encontradas nas figuras em pintura negra. A partir da compreensão dos princípios fundamentais da visão humana, no século XIX, a técnica da simulação de movimento pode ser alcançada. Os primeiros aparelhos que obtiveram sucesso em criar essa ilusão foram o taumatró-

pio (Figura 2) durante a década de 1820 e o fenacistoscópio (Figura 3) em 1832. Seguidos pelo zootrópio (1834) (Figura 4) e pelo praxinoscópio (1877), um precursor do projetor de filmes. Durante a década de 1860, o fotógrafo Eadweard Muybridge dedicou-se a capturar o movimento da marcha de cavalos de corrida (Figura 5), com uma sequência de câmeras fotográficas. Muybridge realizou uma série de experiências de captura de movimento, algumas das quais foram publicadas, em 1878, em um artigo científico que sugeria aos leitores que cortassem as fotos e as colocassem em um zootrópio para recriar o movimento capturado. Em 1884, Muybridge foi contratado pela Universidade da Pensilvânia, para aprofundar seus estudos da locomoção humana e animal, e produziu uma compilação de mais de 100.000 estudos (Figura 6) dedicados a várias atividades físicas. Estes volumes tornaram-se um marco na compreensão do movimento. Em 1889, Anibal W. Goodwin desenvolveu a base para a produção do filme de celulóide, que George Eastman começou a fabricar. Com isso, viabilizou-se a gravação de longas sequências de imagens em um único rolo de filme. Em 1895, Louis e Auguste Lumière patentearam o cinematógrafo (Figura 7). A primeira projeção pública do invento ocorreu na cidade de La Ciotat, no sudeste da França em 28 de setembro de 1895. A história da “sétima arte” estava dando os seus primeiros passos.



Figura 1: Ânfora panatenaica



Figura 2: Taumatrópio



Figura 3: Fenacístoscópio

### **3 Em nome da experimentação**

Em 1902, o francês Georges Méliès utilizou-se da técnica de stop-motion para a produção do clássico *A viagem à Lua* (Figura 8). Essa técnica de animação permitiu ao autor uma série de efeitos inusitados que se somaram ao uso de imagens sobrepostas, de dupla exposição e outras soluções em favor de uma maior liberdade narrativa. Experimentações não lineares talvez sejam a principal característica das produções consideradas germinais para o campo do motion graphics e de onde surgiram os principais paradigmas de sua formação conceitual, como o curta de animação *Humorous Phases of Funny Faces* lançado em 1906,

onde eram apresentados diferentes personagens desenhados à giz sobre um quadro-negro. Na virada do século XX, a abstração passaria a estar no cerne das produções artísticas. Discursos exploravam o uso narrativo do sub consciente e do irracional como uma tentativa de repudiar as normas vigentes. Em 1924, Fernand Léger produziu *Ballet mécanique*. Criada sem um roteiro pré-concebido, a obra representou um salto no território da abstração cinética. O filme combinava efeitos caleidoscópicos a imagens de máquinas metálicas, pêndulos e figuras geométricas, editados ao ritmo de uma eletrizante trilha sonora. No *History of Graphic Design*, o primeiro projeto gráfico “em movimento” documentado foi realizado em 1955, na abertura do filme *The Man with a Golden Arm*, (Figura 9) desenvolvido por Saul Bass. O designer, considerado um dos pioneiros do motion graphics, havia produzido as peças gráficas do filme: logotipo, cartaz, (Figura 10) anúncios promocionais e a abertura com o título e créditos iniciais em movimento. Era a primeira vez que um projeto de design para cinema unificava impressos e motion graphics. Curiosidade, essa é uma das poucas passagens sobre o assunto encontradas no livro de Philip Meggs.

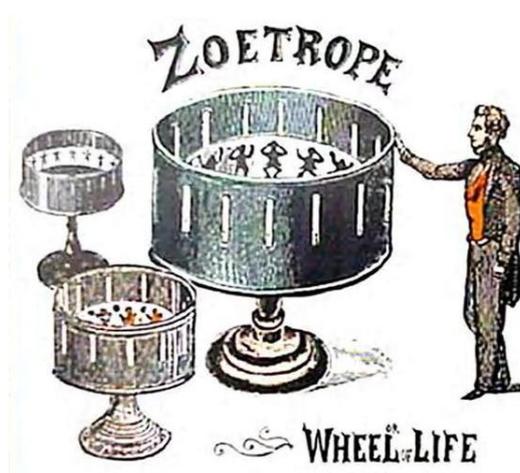


Figura 4: Zootrópio

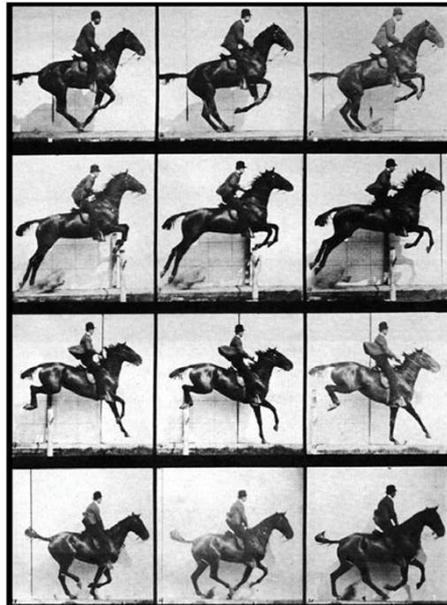


Figura 5: Fotografias de Eadweard Muybridge

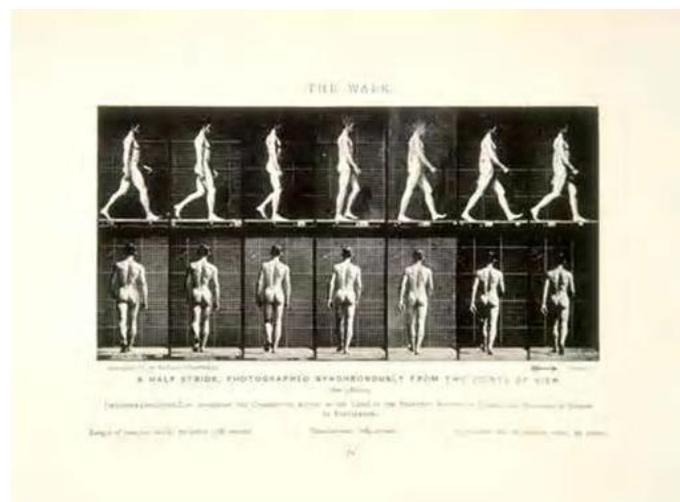


Figura 6: Estudos de Eadweard Muybridge

#### **4 Motion graphics nas aberturas de filmes para cinema e TV**

Projetos gráficos voltados às produções cinematográficas têm sua origem na época do cinema mudo. Sequências de textos eram inseridas com o objetivo de manter o fluxo da história; eram utilizadas como apoio narrativo e forneciam as mais variadas informações, desde o título do filme e os nomes das pessoas envolvidas, até diálogos e indicações para que os espectadores pudessem compreender determinadas cenas. Em alguns casos, as cartelas tipográficas eram ornamentadas e, geralmente, o gênero do filme ditava o estilo da fonte a ser adotado. Por exemplo, para filmes de horror, empregavam-se fontes sem serifa, em bold e em caixa alta (maiúsculas), enquanto as fontes finas (light) eram recomendáveis para filmes românticos. Já no final da década de 1920, com os avanços na sincronização e amplificação do som nos filmes de cinema, reduziu-se muito a necessidade do uso do texto. Em contrapartida, a apresentação dos títulos passou a desenvolver-se com maior liberdade, no sentido de uma maior subjetivação e buscando contemplar valores distintos à sua abordagem funcional. Durante a década de 1950, Saul Bass reinventara o espaço destinado às aberturas de filme para cinema. Seus projetos passaram a ser considerados pequenas narrativas dentro dos longametragens e eram encomendados por diretores como Alfred Hitchcock, Martin Scorsese, Stanley Kubrick e Otto Preminger. Em 1955, quando Saul Bass produziu a abertura do filme *The Man with a Golden Arm*, passou a ser possível inserir-se, no início da narrativa cinematográfica, uma certa dose de simbolismo e abstração (Heller; Homack, 2008). Bass produziu dezenas de aberturas para filmes e criou um estilo, tanto admirado quanto copiado por uma infinidade de designers. Durante a década de 1960, as aberturas de Maurice Binder para os filmes de James Bond ganharam popularidade com seu apelo à sensualidade. Binder produziu as aberturas de 14 filmes do agente 007, o que tornou-se marca registrada da série. Em 1968, Pablo Ferro criou composições geométricas em movimento a partir de múltiplas telas que apresentavam, simultaneamente, fotografias movidas em diferentes direções e ângulos. Era o projeto de abertura do filme *The Thomas Crown Affairs* (Figura 11) e seu repertório gráfico passaria a ser adotado por vários produtores de cinema que aspiravam a

uma linguagem visual contemporânea. Na mesma época, as irreverentes animações em recorte de Terry Gilliam para as produções cinematográficas do grupo Monty Python demonstraram o poder narrativo que a técnica de stop-motion podia alcançar. Já no final da década de 1960, muitas técnicas que haviam sido experimentadas em aberturas de filmes cinematográficos passaram a ser adotadas na produção de conteúdo para televisão nos mercados norte-americano e europeu, enquanto ocorria o surgimento de empresas especializadas em design para canais televisivos, principalmente, nos Estados Unidos e na Inglaterra.



Figura 7: Cinematógrafo



Figura 8: Filme A viagem à Lua

## 5 Identidades televisivas e a computação gráfica

Com a disseminação do filme colorido aliada aos avanços tecnológicos de gravação e de transmissão do sinal, o mercado televisivo passou a se preocupar com o repertório de sua comunicação visual, especialmente quando dirigida às identidades de marca. Como existiam apenas três grandes emissoras de alcance nacional nos Estados Unidos, suas identidades corporativas puderam ser facilmente captadas pela audiência. Os três logotipos eram distintos: o pavão multicolorido representava a National Broadcasting (rede NBC), o olho tornou-se o símbolo da Columbia Broadcasting System (CBS) e a American Broadcasting Company (rede ABC) investiu em um logotipo tipográfico circular, projetado por Paul Rand (Figura 12). Em 1969, Harry Marks concebeu uma versão em movimento do logotipo da ABC para a abertura de um programa da emissora (ABC's Movie of the Week). O projeto foi desenvolvido com o auxílio de Douglas Trumbull, um pioneiro em efeitos

especiais com o uso da computação gráfica. Na década de 1970, Hans Donner projetou o redesenho da identidade corporativa da Rede Globo (Figura 13), e em 1978, Richard Greenberg desenvolveu a abertura tipográfica em três dimensões do filme Superman, ambos os projetos puderam ser realizados com o auxílio do computador. Em 1982, Etienne Robial fundou a On/Off, empresa especializada em design televisivo. Seu projeto para o Canal Plus tornou-se um paradigma no setor televisivo (Figura 14). Nos anos 1990, o advento dos softwares gráficos viria a ser o grande impulso para a produção e consequente demanda de projetos de motion graphics. A atividade tem se tornado mais democrática e acessível durante as últimas décadas com grande crescimento, tanto na produção quanto na edição de imagens em movimento. Sites, como YouTube e Vimeo, contribuíram para simplificar a divulgação de projetos eletrônicos profissionais e amadores. O conhecimento das ferramentas de animação para design passou a ser necessário graças às demandas por projetos de interatividade para CD-ROMs, fazendo com que os designer gráficos assimilassem o uso de áudio e de imagens em movimento. Com a entrada de programas para a produção de peças interativas ao mercado, a internet foi tomada por “botões pulsantes” e pequenas animações vetoriais veiculadas em looping. Todo um repertório gráfico foi desenvolvido para tornar o conteúdo on-line o mais dinâmico possível e, ao mesmo tempo, burlar os obstáculos provenientes da limitação na quantidade de dados enviados pela rede de acesso da época. Esse repertório, antes restrito ao espaço da internet, passou a influenciar as produções televisivas e cinematográficas, assim como impactou a atividade dos profissionais voltados a projetos impressos.

Quanto mais projetos de design eram veiculados nas diversas mídias, maior era a demanda por projetos de motion graphics. Clips musicais passaram a ser concebidos numa combinação regular entre gravações reais, animações e grafismos em movimento, enquanto produtores de conteúdo televisivo começavam a considerar motion graphics como um componente narrativo relevante. Atualmente, escritórios de design voltados à comunicação podem produzir vídeos e spots comerciais para veiculação broadcast da mesma maneira que projetam livros, catálogos e embalagens.

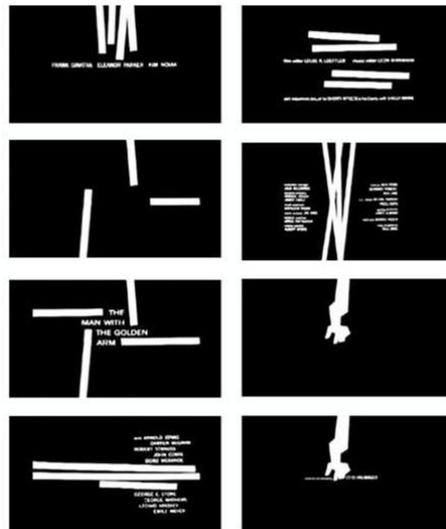


Figura 9: Abertura do filme The Man with a Golden Arm

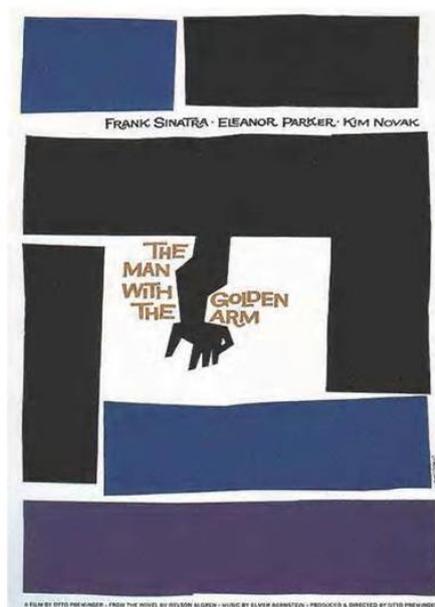


Figura 10: Projeto gráfico do filme The Man with a Golden Arm

## **6 Os repertórios sonoro e cinético no projeto de motion graphics**

Como já foi dito, o áudio e o movimento são componentes diferenciais entre projetos gráficos destinados à impressão e à veiculação em mídias eletrônicas. A audição é um dos sentidos mais estimulados no contato com as mídias eletrônicas. As produções cinematográficas e televisivas ancoram-se em trilhas sonoras para sua construção narrativa, e assim, profissionais especializados nessa área, como músicos, compositores e musicólogos, assumem importante papel na hierarquia das emissoras e estúdios de cinema. Mesmo em projetos para a internet, onde os equipamentos de reprodução sonora de muitos computadores eram mantidos desligados pelo usuário, encontramos, cada vez mais frequente, a opção de trilhas e efeitos de som.

Em *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal*, Lúcia Santaella discorre sobre o tema. Para a autora, a música seria uma linguagem capaz de nos impulsionar e nos transformar. A matriz sonora seria considerada primordial para a formação das matrizes visual e verbal, enquanto a utilização do áudio teria, comprovadamente, a capacidade de estimular a produção de efeitos emocionais, energéticos e lógicos em seus ouvintes.



Figura 11: Abertura do filme *The Thomas Crown Affair*

Em relação ao repertório cinético, a escolha do tipo de movimento aplicado a um elemento gráfico pode ser considerado tão ou mais impactante do que o próprio elemento movido. Isto é, existe uma linguagem própria ao movimento, capaz de exercer diferentes significados narrativos e transformá-lo, em muitos casos, na própria mensagem (Krasner, 2008). Compreender a relevância desse vocabulário tornou-se condição para a aproximação dos diversos campos do design voltados à comunicação visual. Por exemplo, em uma peça de motion graphics, quando uma linha de texto é movida lentamente ao longo da tela e sua opacidade é gradativamente reduzida, pode-se conferir a sensação de mistério ou tranquilidade. Se o mesmo texto for movido de forma abrupta, enquanto sua direção se alterar durante o percurso, pode ser expresso um sentido de dinamismo, urgência ou instabilidade, independentemente do que esteja escrito, da fonte tipográfica ou da cor escolhida.



Figura 12: Marcas NBC, CBS e ABC



Figura 13: Marca Rede Globo

Em *The Education of a Graphic Designer*, Jan Kubasiewicz afirma que a clareza da comunicação a ser obtida através da linguagem do movimento pode mostrar-se mais difícil, para muitos designers, do que alcançar a fluência nas ferramentas de motion graphics. Tal conhecimento refere-se à forma cinética e à sua gramática, definida pelo espaço e pelas dimensões no tempo, como velocidade e amplitude, que transmite um vasto espectro de ideias e emoções. O resultado comunicacional seria gerado na combinação do movimento entre as imagens e as palavras (e som, se disponível), baseados em convenções e técnicas reconhecíveis. O vocabulário cinematográfico é adotado, com frequência, para a estruturação projetual do movimento. A linguagem do cinema constitui um complexo sistema de comunicação universal (ou quase) que combina os aspectos visuais, sonoros e cinéticos. Os projetos de motion graphics devem antever as mais diversas considerações espaciais, como localização, tamanho e orientação de cada elemento. A direção em que um objeto é movido, a maneira como seu movimento

influencia outros movimentos ou a relação de tais movimentos com a composição final são fatores que devem ser devidamente previstos e coreografados.



Figura 14: Projeto de identidade Canal+

## Conclusão

Este artigo tenta intensificar a inserção de projetos gráficos “em movimento” na história do design gráfico e introduzir características particulares do motion graphics neste campo de reflexão. Nos tempos atuais, é cada vez mais constante para um profissional de design gráfico o contato com projetos que envolvam a sugestão de movimento. Não importa se são peças gráficas para jumbo screens (telas de grandes formatos que tomam o lugar dos cartazes de rua nas grandes metrópolis), uma marca em movimento para aplicações na internet ou para smartphones, ou painéis para exibição nas telas de elevadores ou busTVs, o fato é que esse tipo de projeto é uma tendência contemporânea e exige a criação de um corpus de conhecimento comum, a fim de tornar aptas as atividades frente às futuras demandas de sistemas projetuais de comunicação. Acreditamos na necessidade urgente de aproximação entre os projetos de informação analógicos e digitais. Talvez a sobrevivência dos profissionais e teóricos do design gráfico dependam da convergência entre produções inegavelmente complementares. Os avanços tecnológicos parecem exercer um papel crucial nesta transformação. Negá-los seria um equívoco. Contudo, da mesma maneira que viabiliza, a evolução tecnológica relacionada à transferência e armazenamento de dados pode

construir barreiras intransponíveis para a comunicação e o transporte de informação.

Com o propósito de documentar as produções de motion graphics, publicações especializadas já se valeram de floppy discs, syquests, zips e CDs anexados aos textos impressos. Atualmente, DVDs e pen drives estão incluídos à lista (Figura 15) e parecem se tornar um meio indispensável para a tarefa documental. Entretanto, a cada mudança de tecnologia, projetos teóricos que buscaram complementar sua documentação com o uso de múltiplas mídias, podem se encontrar mutilados. Conteúdos importantes para a compreensão de linhas teóricas acabam enterrados sob tecnologias abandonadas à obsolescência. Estão incluídas as questões de compatibilidade entre diferentes sistemas operacionais, plataformas, formatos de compressão e salvamento de arquivos. Para evitar o risco do envelhecimento precoce, optamos por construir os argumentos dessa dissertação com base em referências impressas e indicações de vídeos veiculados na internet. Acreditamos que tal preocupação tende a desaparecer com o incremento da assimilação pelo meio acadêmico, de espaços virtuais disponíveis à apresentação de peças gráficas projetadas para suportes eletrônicos.



Figura 15: Mídias eletrônicas

## Bibliografia

- BELLANTONI, Jeff, WOOLMAN, Matt. *Type in Motion: innovations in digital*. London, Thames & Hudson, 1999. 176 p.
- BLOCK, Bruce A. *The Visual Story: Seeing the Structure of Film, TV and New Media*. Burlington: Focal Press, 2001. 262 p.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1982. 361 p.
- . *Sobre a Televisão*: Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997. 143 p.
- CAMPOS, Jorge Lúcio; LIMA, Guilherme Cunha; SANDE, Axel. *O design de identidade corporativa televisiva*. In: BOCC – Bi-

biblioteca on-line de ciências da comunicação. ISSN: 1646-3137, 2008.

CASTELLS, Manuel. *The information age: economy, society and culture*. London: Blackwell Pub, 1999.

CAUDURO, Flávio. *Design Gráfico & Pós-Modernidade*. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia. Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre, n.13, p.127-139, dez. 2000.

CHAVES, Norberto. *La imagen corporativa*. Barcelona: Gustavo Gili, 2006.

CHAVES, Norberto; BELLUCCIA, Raúl. *La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires: Paidós, 2003. 122 p.

COSTA, Joan. *Identidad televisiva en 4D*. Grupo Editorial Design, 2005.

—. *Imagen global: evolucion del diseño de identidade*. Barcelona: Ceac, 1995. 262 p.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*: São Paulo: Martins Fontes, 1997. 236 p.

EDUCATION of an e-designer. Edited by Steven Heller. New York: Allworth Press, 2001. 341 p.

ESCOREL, Ana Luiza. *O efeito multiplicador do design*. 2.ed. São Paulo: Ed. Senac, 2000.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11.ed. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2006. 102 p.

HARVEY, David. *Condição Pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Edições Loyola, 1993. 349 p.

HELLER, Steven, WOMACK, David. *Becoming a digital designer: a guide to careers in Web, video, broadcast, game and animation design*. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, 2008. 334 p.

- KRASNER, Jon S. Motion graphics design: applied history and aesthetics. Boston: Focal Press, 2008. 407 p.
- KUBASIEWICZ, Jan. Motion Literacy. In: THE EDUCATION of a graphic designer. Edited by Steven Heller. 2.ed. New York: Aiiworth Press, 2005. p.181-183.
- LAMBIE-NAIRN, Martin. Brand identity for television: with knobs on. London: Phaidon, 1997. 240 p.
- LAUGHTON, Roy. Tv graphics. London: Studio Vista, 1966. 95 p.
- MEGGS, Philip B. Methods and Philosophies in Design History research. In: Memórias x Reunion de Diseño Gráfico. Puebla: Universidad de las Américas, 1994. 17 pp.
- MEGGS, Philip B., PURVIS, Alston W. História do design gráfico. São Paulo, Cosac Naify, 2009. 717 p.
- RESNICK, Elizabeth. Design for Communication: conceptual graphic design basics. Hoboken: Wiley & Sons, 2003. 255 p.
- SANTAELLA, Lucia. Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal: aplicações na hipermídia. 3.ed. São Paulo: Iluminuras, 2005. 431 p.

### **Vídeos no Youtube**

ABC's Movie of the Week. (1969). Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=jHKGSdtZjbg>

Acesso em: 28 de abril de 2011.

CANAL+ idents (1997). Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=yszSrK6QzUk>

Acesso em: 28 de abril de 2011.

CANAL+ ouverture antenne (1992). Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=S0AtwSZagqw>

Acesso em: 28 de abril de 2011.

**HUMOROUS phases of funny face (1906).** Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=wGh6maN4l2I>

Acesso em: 28 de abril de 2011.

**LEGER, Fernand. Ballet mecanique (1924).** Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=9SgsqmQJAq0>

Acesso em: 28 de abril de 2011.

**MÉLIÈS, Georges. Viaje a la luna (1902).** Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=dxB2x9QzXb0>

Acesso em: 28 de abril de 2011.

**MONTY Python's Flying Circus. (1969).** Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=-rutX0I6NxU>

Acesso em: 28 de abril de 2011.

**SUPERMAN: the movie – opening credits HDV. (1978).** Disponível

em:

<http://www.youtube.com/watch?v=1qHDWdGPomw>

Acesso em: 28 de abril de 2011.

**THE MAN with a golden arm. (1955).** Disponível em:

[http://www.youtube.com/watch?v=eGnpJ\\_KdqZE](http://www.youtube.com/watch?v=eGnpJ_KdqZE)

Acesso em: 28 de abril de 2011.

**THOMAS Crown Affairs. (1968).** Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=ELgjuHTbT3o>

Acesso em: 28 de abril de 2011.