

Cultura imagética nos *streamings*: considerações sobre os *visualizers* de Roteiro Pra Aïnouz, Vol. 2, de Don L¹

Antonio Teófilo Pinheiro Neto ²

Resumo

O presente trabalho propõe que o *visualizer* seja compreendido como mídia emergente, analisando a reconfiguração da indústria fonográfica brasileira na era digital, sob a influência da plataformação e da "cultura do acesso". O *visualizer*, formato audiovisual simples e em *looping*, atua como extensão visual da música, transformando o *streaming* sonoro em um espaço de visualidade. Sua emergência, inserida na lógica de dataficação e performatividade algorítmica (PDPA), demonstra a tensão entre democratização e institucionalização. O estudo de caso do álbum "Roteiro pra Aïnouz, Vol. 2", de Don L, ilustra a consolidação do formato como linguagem própria, utilizando a estética do fragmento para veicular narrativas sociais.

Palavras-chave: Indústria fonográfica; plataformação; *streaming*; *visualizers*; Don L.

Introdução

A indústria fonográfica brasileira, assim como o cenário global, tem passado por profundas transformações em decorrência da digitalização e da ascensão das plataformas de *streaming*. Esse processo de reconfiguração pode ser analisado à luz da teoria da "destruição criativa" de Schumpeter (1982), revisitada por De Marchi (2015), que descreve a dinâmica de inovação que simultaneamente destrói modelos de negócios antigos — baseados em suportes físicos — e cria novas estruturas. No mercado musical, essa dinâmica resultou na transição para a "cultura do acesso e da conexão" (Kischinhevsky, 2015; Jenkins, Green, Ford, 2022), onde o consumo migrou da posse do objeto (CDs, vinis) para a fluidez das plataformas digitais.

A digitalização, contudo, não representou apenas uma mudança no suporte; ela reordenou as forças hegemônicas do mercado, permitindo a ascensão das *big techs* como agentes centrais,

¹ Trabalho apresentado no ET 17 "Arte, ciência e tecnologia: mídias emergentes e fluxos de informação" do XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Faculdade Cásper Líbero - FCL, realizado nos dias 11 a 13 de novembro de 2025.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, 2023). E-mail: theopinheironeto@gmail.com

promovendo a concentração de plataformas de *streaming* e instaurando novos desafios à diversidade musical (Vicente, Kischinhevsky, De Marchi, 2018). Nesse contexto, as formas de criação, circulação e recepção das artes foram profundamente impactadas, especialmente no que diz respeito às relações entre som e imagem.

Historicamente, as formas audiovisuais ligadas à música estiveram estruturadas pelos regimes de escuta e visualidade estabelecidos pelas indústrias fonográfica e televisiva. O videoclipe, surgido nesse arranjo midiático, consolidou-se como um meio esteticamente inovador que "musicaliza a visão" do espectador (Dalla Vecchia, 2020, p. 77), desenvolvendo um letramento midiático que articula práticas de escuta e visualidade. Essa permanência da imagem na música evidencia um processo contínuo de remediação, na qual novas mídias se desenvolvem em referência às anteriores (Dalla Vecchia, 2020, p. 27).

É nesse percurso que surge o *visualizer*, um formato audiovisual que acompanha uma música sem recorrer a uma narrativa tradicional. Caracterizado pela simplicidade, economia de meios e o uso de *loops* e animações sintéticas (Viola, 2021; Vasconcelos, 2025), o *visualizer* insere-se na lógica de circulação e visibilidade mediada pelas plataformas, ganhando *status* imagético e sendo adotado por grandes artistas para reforçar a identidade visual da música e promover um "estado de espírito" (Accioly apud Viola, 2021).

Diante do cenário de plataformização do consumo musical e da crescente importância da imagem no ambiente do *streaming* sonoro (evidenciada por recursos como o *Canvas* do *Spotify*), emerge a principal provocação desta pesquisa: O *visualizer* pode ser compreendido como uma mídia emergente na medida em que altera as dinâmicas de produção e de circulação audiovisual na música, transformando o *streaming* sonoro em um espaço de visualidade?

A relevância deste trabalho reside na necessidade de compreender as novas lógicas de consumo cultural que ultrapassam o protagonismo do som, instaurando uma forma de escuta mediada pela imagem. A emergência do *visualizer* coexiste com a institucionalização do formato pelas plataformas, que o convertem em ferramenta de engajamento dentro de suas arquiteturas algorítmicas. Essa dinâmica se articula com a noção de Plataformização, Dataficação e Performatividade Algorítmica (PDPA), proposta por Lemos (2020, 2023), que descreve como as plataformas monitoram e controlam ações humanas com fins de monetização, gerando um processo de dependência crescente de setores culturais (D'Andréa, 2020).

Apesar de atravessado por essa lógica de exploração econômica e controle, o *visualizer* também demonstra potencial para experimentação estética e narrativa, como evidencia o álbum “Roteiro pra Aïnouz, Vol. 2”, o RPA2, do rapper cearense Don L. O projeto visual de RPA2, composto por fragmentos curtos, utiliza a temporalidade como eixo para refletir sobre aspectos sociais do Brasil, mostrando que a repetição e o *loop* não significam ausência de sentido, mas uma nova forma de contá-lo. O álbum, vencedor do Prêmio APCA na categoria “Artista do Ano” em 2021, constitui-se, assim, como um estudo de caso fundamental para esta discussão.

1. Destruição criativa e cultura de acesso

Longe de configurar um fenômeno pontual, a reconfiguração da indústria fonográfica brasileira nas últimas décadas corresponde à assimilação tardia de transformações estruturais mais amplas nos campos econômico e tecnológico. Para compreender a passagem do modelo de negócios baseado em suportes físicos para a infraestrutura digital, é imperativo recorrer ao conceito de “destruição criativa” de Joseph A. Schumpeter (1982). Segundo o economista, o desenvolvimento do capitalismo é marcado pela ocorrência de inovações radicais que, ao mesmo tempo em que destroem antigas estruturas econômicas e mercadológicas, criam novas, mais eficientes e mais complexas. Essa dinâmica de mudança incessante é o motor do desenvolvimento. No contexto brasileiro, De Marchi (2015) revisita a teoria de Schumpeter para analisar especificamente como as inovações na era digital impactaram as indústrias culturais. O colapso do modelo de vendas de CDs e a ascensão da música em formato digital e, posteriormente, em *streaming*, exemplificam a destruição da cadeia produtiva do físico e a subsequente criação de uma nova lógica de valor pautada pela tecnologia e pela conectividade.

De forma geral, em sua fase schumpeteriana, o mercado fonográfico digital no Brasil se caracterizou pela exploração de diferentes modelos de negócio (venda de fonogramas digitais, chamadas para telefones celulares, download gratuito remunerado, distribuição gratuita de arquivos digitais e venda de acessórios, entre outras), realizado por novas empresas eletrônicas locais, cujos empreendedores eram oriundos tanto do setor de tecnologias da informação quanto da própria classe musical (De Marchi, 2015, p. 122).

Essa transformação destrutiva/criativa marca a consolidação do que Marcelo Kischinhevsky (2015, p. 6065) define como a transição da "cultura da portabilidade à cultura do acesso". Se a portabilidade estava ligada à posse do suporte físico (fita, CD) ou do arquivo digital (MP3), o acesso está intrinsecamente ligado à conexão em rede e ao pagamento pelo direito de fruir o conteúdo, sem necessariamente possuí-lo. Nesse novo ambiente, a obra musical se torna fluida, desmaterializada e disponível sob demanda. Complementarmente, Jenkins, Green e Ford (2022), ao discutirem a “cultura da conexão”, reforçam que a conectividade permanente se torna o palco central da interação com o conteúdo. As plataformas de *streaming* atuam, assim, como as novas curadoras e distribuidoras, moldando o consumo em torno da facilidade de acesso instantâneo e da experiência compartilhada em rede.

Entretanto, a passagem para o modelo digital e para a lógica do acesso não se deu sem custos para a diversidade e para a autonomia dos agentes tradicionais. A digitalização, ao mesmo tempo em que democratizou parcialmente a produção, impulsionou a ascensão das *big techs* como agentes hegemônicos do mercado musical, fato analisado por Vicente, Kischinhevsky e De Marchi (2018, p. 25–42). Ao controlar a infraestrutura de distribuição e o acesso ao público em escala global, as grandes plataformas de *streaming* promoveram uma nova forma de concentração. O modelo de negócios, ao depender de algoritmos de recomendação e da escala de assinaturas, instaura desafios complexos à diversidade musical, favorecendo, muitas vezes, os artistas e as obras que já possuem maior tração no mercado, ou que se adaptam de forma mais eficaz à lógica algorítmica.

Há de se notar que o mercado digital brasileiro já se encontra controlado por empresas eletrônicas multinacionais em sua ponta, o comércio varejista (lojas virtuais e serviços de *streaming*, ainda que isso não ocorra no caso das rádios na internet). Isso tem um lado positivo, ao estabelecer confiança entre os agentes da indústria fonográfica local no potencial do mercado digital no país, além de criar um acesso para gravadoras e artistas brasileiros ao mercado global de música. No entanto, não há dúvidas de que a dominância exercida por empresas como iTunes, YouTube, Deezer, Rdio, Spotify, para não mencionar agregadores como The Orchard e Believe Digital, diminui o espaço para a inovação local, revelando uma tendência de que o país se transforme num produtor de conteúdos digitais principalmente (De Marchi, 2025, p. 196).

Neste novo panorama, a indústria fonográfica se vê em um rearranjo de poder em que a criação e a circulação da música estão profundamente vinculadas às arquiteturas das plataformas. O modelo de *streaming* evidenciou uma tensão: o acesso a conteúdos livres de interrupções publicitárias depende da assinatura de serviços, mostrando como as práticas criativas e as experiências estéticas estão intrinsecamente vinculadas a lógicas de exploração econômica. É nesse cenário de hegemonia tecnológica, no qual a cultura do acesso é mediada por algoritmos de controle, que as formas audiovisuais associadas à música adquirem uma relevância estratégica, buscando na imagem uma via de diferenciação e engajamento.

A transição da cultura da posse para a cultura do acesso, ao desmaterializar a música, exigiu uma "rematerialização" em novos formatos visuais que fossem nativos à infraestrutura digital, ou seja, rápidos de produzir, leves para carregar e adaptáveis a múltiplas telas. Assim, a escolha feita pelo artista acerca de qual visualidade lançar não é meramente uma preferência estética, mas uma resposta pragmática e formal à nova economia do fonograma, na qual a visibilidade imediata e o reforço da identidade visual superam a necessidade de uma narrativa cinematográfica densa e onerosa. O formato, portanto, atua como um sintoma dessa nova pragmática de mercado.

2. Cultura imagética nos *streamings*

A relação entre som e imagem na cultura popular contemporânea não é uma novidade da era digital, mas sim o resultado de um percurso histórico complexo que consolidou regimes de escuta e visualidade. O marco de maior relevância para essa articulação é, sem dúvida, o videoclipe, cuja ascensão se deu em um contexto de rearranjos midiáticos entre as indústrias fonográfica e televisiva. Leonam Dalla Vecchia (2020, p. 74) sugere que, ao se configurar como um meio esteticamente inovador em seu nascimento, o videoclipe estabeleceu um padrão que ainda hoje estrutura a relação do público com o conteúdo musical nas plataformas de *streaming*.

O impacto central do videoclipe reside na criação de um regime de visualidade que Dalla Vecchia (2020, p. 77) chama de "musicalização da visão" do espectador. Em essência, o formato audiovisual não apenas ilustrava a canção, mas criava um imaginário visual específico para a experiência sonora, tornando a escuta indissociável da memória imagética do vídeo. Essa

dinâmica desenvolveu um letramento midiático que, ao longo das décadas, consolidou convenções estéticas e modos de leitura que persistem e são aplicados às novas mídias digitais (Dalla Vecchia, 2020, p. 26-27).

Essa persistência da relação entre som e imagem é um forte indicador de que as inovações no campo do audiovisual musical não surgem em um vácuo, mas atuam em referência às mídias anteriores, produzindo sentidos a partir de processos contínuos de remediação (Dalla Vecchia, 2020, p. 27). O videoclipe nasceu e assumiu uma função dupla: era simultaneamente promocional (promovendo a venda do álbum ou single) e estética (criando a identidade visual da obra). Esse binômio se tornou a lógica fundamental que seria herdada e fragmentada pelos formatos audiovisuais subsequentes na era da internet.

A lógica do videoclipe como entidade estética e promocional deu origem a uma série de produtos que expandiram as formas audiovisuais associadas à música, adaptando-se às novas arquiteturas das plataformas digitais. O ritmo acelerado do consumo em rede e a necessidade de alimentar o fluxo constante das mídias sociais impulsionaram a diversificação dos formatos. Entre os mais notáveis, destacam-se: O *lyric video* e o videoclipe vertical.

O *lyric video* é o formato que se concentra em destacar o texto, a letra da canção. Ao deslocar o foco da performance do artista para a letra em si, o *lyric video* propõe uma experiência híbrida entre som e leitura. Sua função é amplamente promocional, garantindo que o público possa acompanhar e memorizar a letra, mas também possui um valor estético ao transformar a tipografia e o movimento do texto em elementos visuais dinâmicos.

O videoclipe vertical, desenvolvido especificamente para os formatos de *stories* e *reels* — arquiteturas dominantes das redes sociais móveis —, o videoclipe vertical reorganizou o enquadramento, a duração e a montagem em função de duas lógicas: o gesto do usuário (o deslizar vertical do *scroll*) e a necessidade de preencher a tela do *smartphone*. Sua característica principal é a brevidade e a alta adaptabilidade ao consumo rápido, configurando uma resposta direta às demandas de visibilidade nas mídias sociais.

Esses formatos compartilham a natureza promocional e estética do videoclipe original, mas se diferenciam pela fragmentação e pela adaptação à lógica de consumo instantâneo e móvel. É nesse espectro de linguagens fluidas que o *visualizer* emerge, consolidando uma estética própria que se afasta da narrativa complexa do videoclipe tradicional.

O *visualizer* se estabelece como a expressão máxima da adaptação audiovisual à cultura do acesso e à economia de meios imposta pelas plataformas. Ele é definido como um formato audiovisual que acompanha uma música sem recorrer necessariamente a uma narrativa tradicional ou a uma performance de alto custo. Trata-se, em geral, de vídeos ou animações simples, frequentemente em *looping*, que têm como principal objetivo criar uma ambiência visual capaz de complementar a experiência sonora.

Sua força reside na simplicidade e na economia de meios, apresentando-se como um registro visual sintético e condensado (Viola, 2021). A ausência de uma narrativa tradicional confere ao *visualizer* uma função mais atmosférica e abstrata. A jornalista Leilah Accioly, em declaração a Kamille Viola (2021), define o formato como um *mood*, ou seja, "um artigo visual que quer promover um estado de espírito, deixar um statement condensado, sintético, que valide a música, em vez de uma elaboração visual dentro de uma linha narrativa". Dessa forma, o *visualizer* foca na dimensão imagética da música, servindo como uma extensão visual direta do projeto musical, capaz de consolidar a identidade e o imaginário do álbum (Vasconcelos, 2025, p. 25).

A adoção massiva do *visualizer* por artistas de diferentes portes se justifica por sua agilidade e baixo custo de produção. Vito Soares (2021), diretor dos *visualizers* do álbum "De Primeira", de Marina Sena, em fala a Viola (2021), corrobora a sua inserção no novo contexto de consumo: "As plataformas digitais modificaram a maneira como a gente absorve e consome música. O *visualizer* agrega e contribui nesse aspecto, expandindo o consumo através desses novos produtos". Apesar de nascer como um formato econômico e ágil, ele rapidamente ganha *status* imagético, integrando o conjunto de linguagens audiovisuais da música contemporânea. Embora Vasconcelos (2025, p. 24) observe que o *visualizer* "não apresenta uma regra rígida", ele busca sempre manter uma conexão coerente com a mensagem do artista.

Em síntese, o *visualizer* não apresenta uma regra rígida, mas busca manter uma conexão coerente com a mensagem que o artista pretende transmitir através de seu álbum. Observa-se que o uso de *visualizers* tem crescido de forma significativa, tanto entre artistas internacionais quanto nacionais, como Duda Beat, Anavitória e Liniker, entre outros. A importância artística do *visualizer* reside justamente em apresentar o produto musical de forma coesa, contribuindo para fixar na percepção do público a identidade da narrativa estética do álbum como um todo (Vasconcelos, 2025, p. 24).

Essa coerência entre som e imagem, combinada à sua natureza acessível, é o que confere ao *visualizer* sua força estética e o consolida como uma nova opção imagética dentro do ecossistema do *streaming*.

Nesse contexto, materializa o dilema central da plataformação. Ele representa um duplo vínculo imposto ao artista: por um lado, sua produção de baixo custo e alta agilidade garante a democratização tecnológica, permitindo a entrada de artistas independentes e periféricos no fluxo midiático, contornando as barreiras orçamentárias do videoclipe. Por outro lado, essa mesma agilidade e simplicidade exigidas se tornam ferramentas da institucionalização do controle. O formato é absorvido pelas plataformas e convertido em um requisito funcional, uma métrica de performatividade algorítmica. O artista ganha o acesso ao canal de distribuição (a plataforma), mas perde a autonomia sobre a forma ideal do seu conteúdo, sendo obrigado a dialogar com a estética do *loop* e da brevidade para maximizar sua retenção e, consequentemente, sua monetização.

3. Plataformação e a institucionalização do *visualizer* no *streaming*

A emergência do *visualizer* como fenômeno estético e promocional está intrinsecamente ligada à consolidação das plataformas como infraestrutura dominante da sociedade contemporânea. Conforme propõe André Lemos (2020), o atual estágio da cibercultura é marcado pelo conceito de Plataformação, Dataficação e Performatividade Algorítmica (PDPA). A plataformação refere-se à arquitetura sistêmica que organiza a vida social, econômica e cultural, na qual ecossistemas digitais atuam não apenas como ferramentas de interação, mas como ambientes que monitoram e modulam as ações humanas.

A plataformação se caracteriza por um amplo domínio do rastreamento de dados de usuários, dispositivos e outras plataformas com o intuito de prever situações, induzir ações e gerar novas possibilidades de oferta de serviços e produtos, afetando a dinâmica social (pelas relações estabelecidas entre os usuários), a economia (pela monetização a partir do uso dos sistemas que são por sua vez indicados a partir de práticas de dados coletadas e analisadas pelas plataformas), a cultura (induzindo formas de consumo cultural), política (criando

públicos, moldando opiniões, produzindo cadeias de desinformação...) etc. (Lemos, 2023, p. 6).

O *streaming* sonoro, nesse sentido, transcende a função de mero distribuidor de música para se tornar uma plataforma que articula uma lógica de consumo. Essa articulação é potencializada pela dataficação, o processo contínuo de captação de dados sobre as ações, intenções, emoções e gestos dos usuários. Cada clique, *loop*, *share* ou *skip* dentro da plataforma é convertido em informação mensurável. No universo musical, a dataficação transforma as práticas de escuta e visualidade em métricas, que são então utilizadas para construir perfis proativos dos usuários para fins mercadológicos e culturais (Lemos, 2020). O consumo cultural, portanto, torna-se um campo de extração de valor.

O terceiro elemento, a performatividade algorítmica, descreve a forma como esses dados são utilizados para modular e controlar o comportamento humano em escala global. Os algoritmos não apenas respondem às preferências, mas ativamente influenciam e sugerem novos caminhos de consumo. É neste ponto que o *visualizer* se torna um formato estratégico: ele se insere como um elemento visual que pode aumentar a permanência do usuário na tela e, consequentemente, gerar mais dados e engajamento.

A performatividade exige que o conteúdo seja continuamente adaptável e performático para se manter relevante no fluxo algorítmico, e a simplicidade e a natureza em *loop* do *visualizer* são perfeitamente adequadas a essa demanda. Lemos (2023) reforça que essas plataformas se estabeleceram como a infraestrutura da sociedade, e a compreensão de suas dinâmicas é vital para analisar a produção cultural contemporânea.

O domínio das plataformas na distribuição cultural impõe uma relação de dependência crescente a setores como música, filmes e *games*. Carlos D'Andréa (2020, p. 21) caracteriza essa dinâmica, observando que tais estruturas não apenas transformam antigos modelos de produção e negócios, mas também asseguram a rápida circulação de projetos nativos da internet cuja existência é radicalmente atrelada às dinâmicas da plataforma. No caso da música, essa dependência é expressa na necessidade imperativa de que artistas e selos se adaptem às ferramentas de visibilidade e engajamento oferecidas pelos *streamings*.

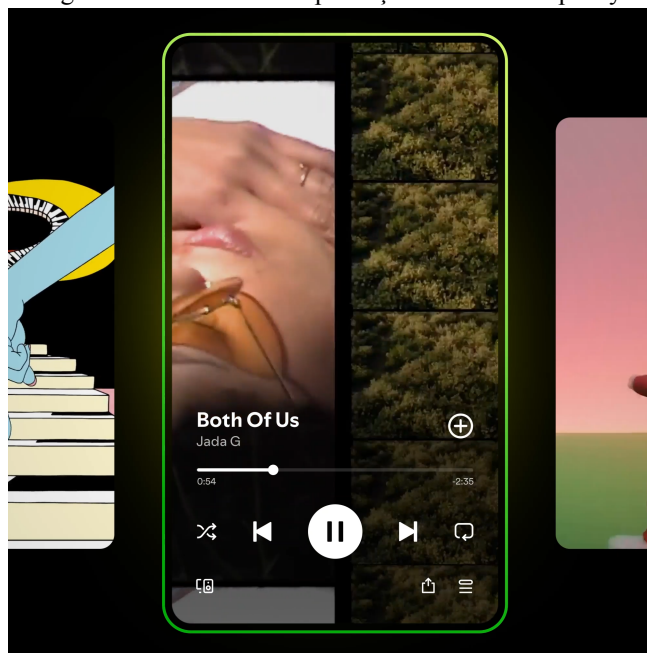
Esse processo reforça a mercantilização do consumo cultural. A promessa inicial da ciberultura de emancipação, liberdade e acesso ao conhecimento é colocada em xeque, à

medida que o acesso irrestrito e livre de interrupções publicitárias é condicionado à assinatura de serviços. A tensão se estabelece entre a democratização tecnológica (a facilidade de produção e *upload* de conteúdo, como o *visualizer* de baixo custo) e o controle e modulação comportamental exercidos pelas arquiteturas algorítmicas (Lemos, 2023).

O *visualizer*, nesse contexto, atua como um sintoma dessa tensão. Por um lado, sua emergência evidencia uma democratização tecnológica, possibilitando aos artistas a criação de conteúdos audiovisuais de baixo custo e de rápida produção. Diferente de um videoclipe tradicional — demandante de planejamento, equipe e orçamento —, o *visualizer* permite fragmentar narrativas visuais a partir de elementos simples, reutilizados de outras produções ou animações mínimas. Por outro lado, essa lógica de acessibilidade e experimentação coexiste com a institucionalização do formato, na qual as plataformas o absorvem e o transformam em ferramenta de monetização e retenção de usuários.

Para compreender o alcance dessa mídia, pode-se observar o *Spotify*, plataforma musical no mercado de *streaming*. Definido institucionalmente como um serviço digital que conecta audiência e criadores através de “música, *podcast* e vídeo” (Spotify, 2026), o aplicativo já ultrapassou sua natureza puramente sonora ao introduzir funcionalidades visuais como o *Canvas* em seu *player* de músicas.

Figura 1 – Interface de reprodução musical no Spotify.



Fonte: Captura de tela do site *Spotify for Artists* (2026).

Conforme Vasconcelos (2025, p. 23), o *Canvas* é definido como "um *loop* visual de 8 segundos em formato vertical para preencher a tela, exibido no espaço do 'tocando agora' no lugar da capa do álbum". Essa função não é apenas um recurso estético; ela é uma ferramenta algorítmica de engajamento. Ao exigir um visual em *loop* — a própria essência do *visualizer* —, o *Spotify* explicitamente transforma a experiência musical em uma experiência performativa e visual. O *visualizer* se torna, assim, um requisito de *marketing* e um dado de performatividade algorítmica: ele possibilita ao artista reforçar a identidade visual de sua música e, crucialmente, "proporcionar maior engajamento com o público" (Vasconcelos, 2025, p. 23).

Nesse ambiente, o *visualizer* não é mais apenas um produto derivado do videoclipe, ele é uma peça fundamental na arquitetura da PDPA. Sua função principal não é contar uma narrativa, mas sim validar a música e manter o usuário visualmente engajado no momento da escuta. Ao fazer isso, o *Spotify* demonstra que o *streaming* sonoro assume, cada vez mais, o papel de plataforma visual. A imagem se torna o motor da visibilidade, e a economia do formato *visualizer* (simples, rápido, repetitivo) o torna ideal para alimentar a demanda infinita de conteúdo das plataformas.

A incorporação e a monetização do *visualizer* pelas plataformas de *streaming* consolidam a tese de que ele é uma mídia emergente: um formato que, nascido da economia de meios e da agilidade da produção, altera as dinâmicas culturais ao transformar um espaço historicamente dedicado ao som em um ambiente de visualidade performativa, regida pelos imperativos do algoritmo.

4. Don L e o “Roteiro Pra Aïnouz, Vol 2.”

O álbum “Roteiro Pra Aïnouz, Vol. 2” , do rapper cearense Don L, vencedor do Prêmio APCA na categoria “Artista do Ano” em 2021, constitui-se como um estudo de caso fundamental para comprovar a tese do *visualizer* como mídia emergente. Sua importância reside no fato de que o projeto visual tensiona a fronteira entre o que é um mero "artigo visual que quer

promover um estado de espírito" (Accioly *apud* Viola, 2021) e o que se consolida como uma linguagem própria, carregada de intenção narrativa.

O projeto de Don L abraça a estética do fragmento e a economia de meios (Viola, 2021) inerentes ao *visualizer*. A estrutura visual de RPA2 é composta por vídeos curtos, de seis a cinquenta e cinco segundos, o que dialoga com a lógica da performatividade algorítmica (PDPA) que exige conteúdo breve, repetitivo e de fácil *loop*. Contudo, essa brevidade é subvertida para construir uma narrativa macro-histórica e política densa.

A decisão pelo formato foi, em parte, determinada pela contingência econômica, o que reforça a ideia da democratização tecnológica do *visualizer* mencionada anteriormente. O próprio realizador explicitou a condição: “não tinha grana para fazer os *visualizers*, mas eu tinha que fazer, eu tinha que deixar as imagens acessíveis” (Don, 2021). Essa citação é crucial, pois demonstra que a limitação orçamentária, que poderia ter resultado em um material meramente promocional, foi transformada em um vetor de experimentação.

Ao utilizar a agilidade e o baixo custo do *visualizer*, Don L consegue fragmentar uma história complexa em cápsulas visuais, fazendo com que a repetição inerente ao *loop* da plataforma passe a significar não a ausência de narrativa, mas uma nova forma de contá-la e, sobretudo, de tensionar a lógica algorítmica. A performatividade, que tenderia a esvaziar o conteúdo em prol do *hit* instantâneo, é forçada a veicular a temporalidade e a memória insurgente do projeto.

O RPA2 utiliza a temporalidade — passado, presente e futuro — como eixo temático e estético para refletir sobre a formação social do Brasil, articulando as letras diretamente com os visuais. O projeto é dividido em três blocos que, através de referências estéticas compartilhadas de figurino, iluminação e fotografia, narram a jornada do rapper e de seu povo, do trauma colonial à utopia revolucionária. É fundamental destacar que a tradução estética dessa complexa narrativa temporal é orquestrada pela direção de Aisha Mbikila. A assinatura de Mbikila garante a coesão narrativa sólida que amplia cada *loop* em uma peça intencional de cinema estendido.

4.1. Passado

O passado colonial é representado nas letras e visuais das faixas: (interlúdio 1); vila rica (Ft. Mateus Fazeno Rock); (interlúdio 2); auri sacra fames (Ft. Tasha & Tracie); bingo; e (interlúdio 3).

Figura 2 – Representação visual do “passado” nos *frames* selecionados.



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos *visualizers* de Roteiro pra Aïnouz, Vol. 2 (2021).

O primeiro bloco narrativo se estabelece por uma estética de trauma histórico e memória fundacional. Visualmente, as cenas são dominadas por planos abertos e semi-abertos, frequentemente situados em ambientes rurais ou naturais, sugerindo uma vastidão temporal e geográfica. A paleta de cores é notavelmente dessaturada, dominada por tons terrosos, sépias e a luz natural do dia, o que confere às imagens uma qualidade de registro histórico ou uma memória gasta pelo tempo.

O figurino é intencionalmente anacrônico, com o uso predominante de roupas brancas, que remetem simultaneamente à indumentária colonial de fazenda e a uma simbologia religiosa ou ritualística. A dinâmica de quadro é majoritariamente lenta e contemplativa, com movimentos de câmera suaves ou enquadramentos fixos, reforçando a imobilidade e o peso de uma estrutura histórica. Elementos como rosários, cavalos e armas antigas pontuam o cenário, atuando como significantes visuais da opressão e da persistência da violência colonial.

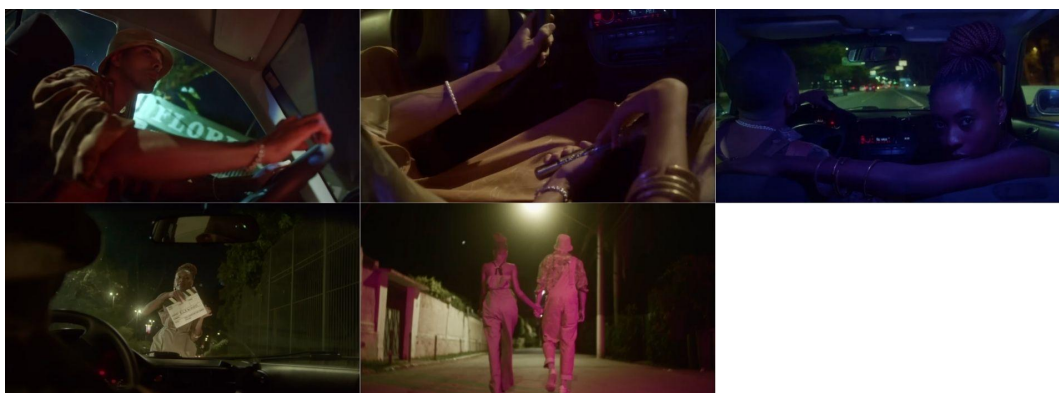
No primeiro bloco narrativo, as imagens revelam como o formato do *visualizer* é utilizado para evocar uma memória histórica fragmentada. Não é necessário um filme inteiro para retratar o peso do colonialismo. Um fragmento em *loop* é suficiente para transmitir a

atmosfera de opressão e a persistência da "fome sagrada de ouro". A escolha pela representação visual desses elementos situa o espectador no trauma fundacional do Brasil.

4.2. Presente

O presente e o caminho (o sonho em direção ao futuro) é representado nas letras e visuais das faixas: a todo vapor; contigo pro que for (Ft. Alt Niss & Terra Preta); élewood (Ft. Luiza de Alexandre); (interludio 4); e trilha pra uma nova trilha.

Figura 3 – Representação visual do “presente” nos *frames* selecionados.



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos *visualizers* de Roteiro pra Aïnouz, Vol. 2 (2021).

A transição para o presente opera uma ruptura estética abrupta com o bloco anterior. Os ambientes naturais e a iluminação diurna são substituídos pela claustrofobia urbana e pela predominância da luz artificial noturna. O cenário se concentra no interior de carros em movimento e na escuridão das metrópoles, com enquadramentos que favorecem o plano fechado e a intimidade dos personagens em seus veículos. A paleta cromática abandona os tons terrosos por uma iluminação saturada e dramática, utilizando predominantemente o neon em roxos, azuis e amarelos, característicos da estética noturna e urbana.

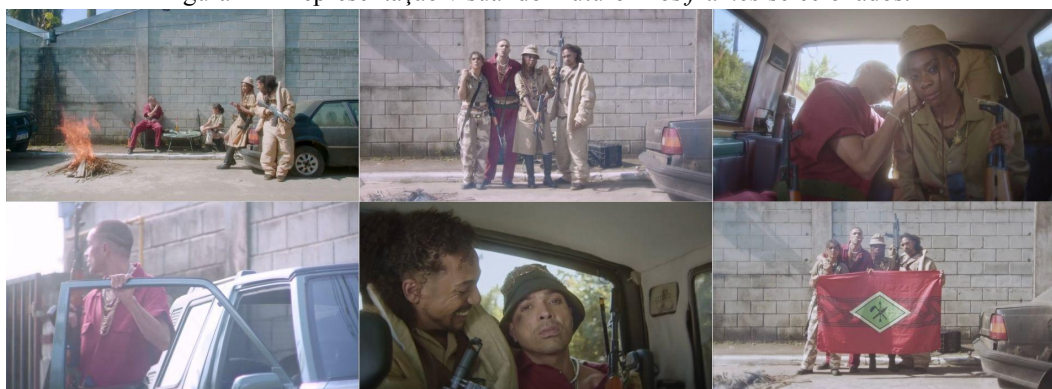
O figurino se moderniza para roupas casuais e contemporâneas. A dinâmica de quadro se torna mais ágil e frenética, com a câmera acompanhando o movimento constante dos personagens dirigindo ou caminhando, o que materializa a metáfora da "jornada" e do "correr" contemporâneo. O *loop*, neste contexto, estabelece o ritmo incessante da vida moderna.

O enquadramento fechado dentro do carro cria uma intimidade e a narrativa do "caminho" desse sonho em direção ao futuro é perfeitamente traduzida pela linguagem do *loop*. A estrada que nunca termina e o carro que segue "a todo vapor" podem representar a condição de movimento exigida pela vida moderna e até pela própria indústria, reforçando a lógica do esgotamento e da performance.

4.3. Futuro

O futuro revolucionário representado nas letras e visuais das faixas: pânico de nada; enquanto recomeça; primavera (Ft. Giovani Cidreira & Rael); pela boca (Ft. Fabriccio); volta da vitória / citação: us mano e as mina (xis); e favela venceu / citação: rap das armas (mc junior / mc leonardo).

Figura 4 – Representação visual do “futuro” nos *frames* selecionados.



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos *visualizers* de Roteiro pra Aíno, Vol. 2 (2021).

O terceiro ato rompe com a individualidade do presente para propor um futuro coletivo e combativo, apostando em uma estética de ordem e soberania. Visualmente, os frames abandonam a intimidade do carro e retornam aos planos abertos, agora ocupados por um grupo uniformizado, portando armas em uma estética "militar" e de guerrilha, situada em cenários de periferia (muros de concreto, fogueiras), o que sugere uma revolução organizada a partir das margens.

Essa composição dos quadros com personagens dispostos em linhas ou agrupamentos táticos sugere a fundação de um novo Estado ou organização social paralela. A presença da

bandeira³ com simbologia própria em “favela venceu” é o ápice dessa narrativa, em que a fundação de um território imaginado é materializada. A imagem em *loop* de um grupo armado bebendo café ou conversando tranquilamente normaliza a revolução, retirando-a do espectro do terror e colocando-a no cotidiano de uma comunidade emancipada.

O uso da mídia emergente aqui funciona como uma espécie de propaganda revolucionária de um futuro imaginado. Ao contrário da repetição do trauma (passado) ou da repetição do trabalho (presente), o *loop* no futuro serve para afirmar a permanência da conquista. A economia de recursos é transformada em estética de resistência: as imagens cruas e diretas dos personagens armados e unidos comunicam a força da utopia de Don L.

A complexidade e a profundidade alcançadas pelo projeto RPA2 demonstram que o *visualizer*, mesmo com sua economia de meios e sua estrutura fragmentada, possui a flexibilidade estética para se firmar como uma linguagem potente. O caso prova que, mesmo dentro da lógica da plataformização, a criatividade e a intencionalidade do artista podem tensionar e subverter a demanda algorítmica, transformando o *loop* de engajamento em uma poderosa ferramenta de narração histórica e política.

Considerações finais

O percurso desta investigação cumpriu o seu propósito central de analisar o *visualizer* como um formato audiovisual emergente, cujo surgimento está intrinsecamente ligado à reconfiguração da indústria fonográfica e à consolidação das plataformas de *streaming*. O trabalho demonstrou que a ascensão desse formato é um sintoma da época, sendo produto da lógica de dataficação e performatividade algorítmica (PDPA) que governa o consumo cultural. Ao converter o espaço historicamente sonoro do *streaming* em um ambiente de visualidade performativa, o *visualizer* passa a atuar como um requisito de engajamento, adaptando-se à demanda incessante por conteúdo visual de baixo custo e alta rotatividade.

A maior contribuição deste estudo reside, contudo, em ir além da mera descrição funcional do formato. O estudo de caso do álbum “Roteiro pra Aïnouz, Vol. 2” de Don L revelou

³ A bandeira é uma releitura da Bandeira do Brasil. Reimaginada especialmente para a divulgação do álbum “Roteiro Pra Aïnouz, Vol. 2”, pelo design Bruno Lima.

a capacidade de apropriação e subversão dessa lógica estrutural. O artista utilizou o visualizer como uma ferramenta de baixo custo, e o transformou em uma linguagem consciente, capaz de veicular uma densa narrativa histórica e política. Essa intencionalidade estética demonstra que o formato, apesar de nascer sob o signo do controle algorítmico, preserva um espaço de agência criativa, elevando a repetição do *loop* de Don L de uma mera métrica de retenção a um mecanismo poético de afirmação da memória e da utopia revolucionária.

Neste sentido, a pesquisa conclui que o estatuto do *visualizer* na cibercultura não é monolítico. Ele se define em uma dialética inseparável entre arquitetura da plataforma e intenção artística. O formato é, ao mesmo tempo, um produto da mercantilização cultural e um vetor de democratização tecnológica. A partir do caso Don L, o visualizer emerge como a forma mais madura de mídia nativa de plataforma, capaz de dialogar com as regras do jogo (brevidade e *loop*), mas utilizando-as para construir um cinema do fragmento de alta complexidade discursiva.

O estudo do *visualizer* também se insere de maneira crucial no debate da remediação midiática, representando a mais recente iteração na longa história das formas audiovisuais ligadas à música. Ao se afastar da densidade narrativa e do espetáculo cinematográfico do videoclipe tradicional, o *visualizer* não nega o formato anterior, mas o fragmenta e o adapta ao regime de atenção da sociedade conectada. Essa transição demarca uma mudança na própria ecologia da atenção: o “espectador” do videoclipe era um público em estado de concentração; o “usuário” do *visualizer* é um ser multitarefa, que consome o conteúdo de forma intermitente, no fluxo constante de informações. Assim, a simplicidade e o *loop* não são apenas escolhas estéticas de baixo custo, mas uma resposta formal e eficiente à economia da distração, atuando como um âncora visual que busca reter o usuário por instantes cruciais, maximizando a chance de conversão do clique em dado.

A análise do projeto de Don L ressalta uma dimensão interessante: a ascensão do visualizer funciona como uma plataforma de expressão para vozes marginalizadas. Sua natureza de baixo custo e alta agilidade permite que artistas independentes ou de periferia contornem as barreiras orçamentárias impostas pela produção de um videoclipe tradicional. Essa acessibilidade tecnológica se traduz em um potencial de democratização do imaginário, em que a contingência material é transformada.

O formato, concebido para a métrica de retenção, pode ser subvertido para carregar uma mensagem que tensiona e questiona a própria fundação ideológica e econômica das plataformas que a distribuem, provando que a luta pela narrativa também se dá nos fragmentos mais adaptáveis da mídia digital. Embora nascido da arquitetura controladora das *big techs*, o modelo *visualizer* pode ser ressignificado como um microespaço de autonomia e crítica sociopolítica, desafiando a hegemonia do espetáculo visual centralizado e promovendo uma diversidade de representações visuais na música.

Referências

DALLA VECCHIA, Leonam. **O álbum visual e a reconfiguração de formatos audiovisuais na cultura digital**. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro.

DE MARCHI, Leonardo. **Inovação nas indústrias culturais na era digital**: um estudo de caso das empresas eletrônicas da indústria fonográfica brasileira. Relatório final da pesquisa de pós-doutorado da FAPESP. São Paulo, 2015.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online**: conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020. (Coleção Ciberultura).

DON L | Podcast Lança a Braba #049. [S. l.: s. n.], 7 de dezembro de 2021. 1 vídeo (86 min 13 seg). Publicado pelo canal Lança a Braba Podcast. Disponível em: <https://youtu.be/Ce3dE2pC3Cs?si=SRU2KS8L4jPrz3Ls>. Acesso em: 21 set. 2025.

DON L. Roteiro Pra Aïnouz, Vol. 2. YouTube, 2021. 1 playlist. Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLpmpNbqyfcHrGNuGXwiLbWBOuqD9FTrSD>.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão**. São Paulo: Aleph, 2022.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Da cultura da portabilidade à cultura do acesso**: a reordenação do mercado de mídia sonora. Congresso Internacional Ibercom, 14. Anais... São Paulo: USP, 2015, p. 6065-6073.

LEMOS, André. **Plataformas, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA):** Desafios atuais da cibercultura. In: Prata, Nair; Pessoa, Sonia C. (Org). Fluxos comunicacionais e crise da democracia. São Paulo: Intercom, 2020, pp 117-126.

LEMOS, André. **O futuro da sociedade de plataformas no Brasil.** Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 46, p. 1-14, 2023.

ROTEIRO pra Aïnouz, vol. 2. [Artista principal]: Don L. [S. l.: s. n.], 2021. 1 álbum (49 min 12 s). Disponível em: <https://open.spotify.com/intl-pt/album/2lsIClaiaE3ZOYbX9vm1UL?si=Alo1hZciQdysQI2ucYU9rw>. Acesso em: 10 fev. 2025.

SCHUMPETER, Joseph A. **A teoria do desenvolvimento econômico.** São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SPOTIFY. *Canvas – Spotify for Artists.* Disponível em: <https://artists.spotify.com/pt/canvas>. Acesso em: 25 jan. 2026.

VASCONCELOS, Rayane Silva. **Análise semiótica dos visualizers:** caos visual da Lady Gaga no álbum Mayhem. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design Gráfico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB, Cabedelo/PB.

VICENTE, Eduardo; KISCHINHEVSKY, Marcelo; DE MARCHI, Leonardo. **A consolidação dos serviços de streaming e os desafios à diversidade musical no Brasil.** Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura, São Cristóvão, v. 20, n. 1, p. 25–42, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/8578>. Acesso em: 15 set. 2025.

VIOLA, Kamille. **Visualizer, formato simples e barato de vídeo, conquista a música.** UBC – União Brasileira de Compositores, Rio de Janeiro, 20 dez. 2021. Disponível em: <https://www.ubc.org.br/publicacoes/noticias/visualizer-formato-simples-e-barato-de-video-conquista-a-musica>.