

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS  
CENTRO DE ESTUDOS SUPERIORES DE PARINTINS  
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN DIGITAL**

**LUCAS TADEU ALFAIA FREITAS**

**DINAMIZAÇÃO E UTILIZAÇÃO DE MOTION DESIGN NAS PUBLICIDADES DO  
MUNICÍPIO DE PARINTINS**

Parintins – AM  
2024

**LUCAS TADEU ALFAIA FREITAS**

**DINAMIZAÇÃO E UTILIZAÇÃO DE MOTION DESIGN NAS PUBLICIDADES DO  
MUNICÍPIO DE PARINTINS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Examinadora da Universidade do Estado do Amazonas - UEA como requisito obrigatório para obtenção do Título de Tecnólogo em Desing Digital. Sob orientação do Prof. Msc. Ericky da Silva Nakanome.

Parintins – AM  
2024

## Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).  
**Sistema Integrado de Bibliotecas da Universidade do Estado do Amazonas.**

F862d	<p>Freitas , Lucas Tadeu Alfaia Dinamização e utilização de motion design nas publicidades do município de parintins / Lucas Tadeu Alfaia Freitas . Manaus : [s.n], 2024. 39 f.: color.; 21,0 cm.</p> <p>TCC - Graduação Superior de Tecnologia em Design Digital- Universidade do Estado do Amazonas, Manaus, 2024. Inclui Anexo. Orientador: Nakanome, Ericky da Silva .</p> <p>1. Motion design . 2. Recursos audiovisuais . 3. Publicidade . 4. Parintins . I. Nakanome, Ericky da Silva (Orient.) II. Universidade do Estado do Amazonas. III. Título</p> <p style="text-align: right;">CDU(1997)7.05</p>
-------	--

BANCA EXAMINADORA



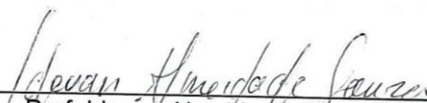
---

Prof. Orientador: Msc. Ericky da Silva Nakanome



---

Prof. Dr. Marceliano Eduardo de Oliveira



---

Prof. Idevan Almeida de Souza

Aprovado em 27 / 12 / 2024

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho a minha amada, estimada e aguerrida FAMÍLIA: meu pai Cledson Tadeu, minha mãe Verena Maria e meu irmão Luan Guilherme, pelo incentivo, motivação, carinho e por estarem sempre comigo durante essa caminhada, fortalecendo-me em cada etapa percorrida. Este trabalho carrega em sua jornada grandes sonhos, culminando com uma grande vitória, sendo um valoroso e firme passo em minha vida acadêmica e futuramente profissional.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente a Deus, por estar comigo em todos momentos.

Aos mestres que compartilharam conosco seus conhecimentos.

Ao Dr. Marceliano Eduardo de Oliveira, que nos permitiu por meio da aprovação do projeto, termos um curso dessa magnitude no Município de Parintins.

A todos meus familiares que me incentivaram compreenderam minha jornada acadêmica, em busca de novos conhecimentos.

E a essa renomada Universidade que me proporcionou expandir e evoluir como pessoa, cidadão e profissional.

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo abordar a “Dinamização e utilização de Motion Design nas Publicidades do Município de Parintins”. Com o aporte teórico temos: Corrêa (2012), Gil (1999), Lakatos (2010), Krasner (2008), Shanasa (2020) e Velho (2008). O estudo foi realizado por meio de observação direta, revisão bibliográfica e aplicação de questionários para profissionais da área do audiovisual do município de Parintins. A pesquisa seguiu uma abordagem dialética por ser dinâmico e construído de forma coletiva, tem caráter qualitativo na análise dos resultados e como procedimentos, foram realizadas pesquisa de campo afim de alcançar os objetivos propostos. Como entendimento, versa-se que o Motion Design é uma forma de comunicação visual extremamente dinâmica que combina elementos de design gráfico, animação e cinematografia com o objetivo de transmitir mensagens de forma rápida e eficiente, tornando-se assim, uma ferramenta primordial para a era digital.

**Palavras-chave:** Motion Design; Recursos audiovisuais; Publicidade; Parintins.

## **ABSTRACT**

The present work aims to address the Dynamization and use of Motion Design in Advertising in the Municipality of Parintins. With the theoretical contribution we have: Corrêa (2012), Gil (1999), Lakatos (2010), Krasner (2008), Shanasa (2020) and Velho (2008). The study was carried out through direct observation, bibliographic review and application of questionnaires to professionals in the audiovisual area of the municipality of Parintins. The research followed a dialectical approach because it is dynamic and built collectively, it has a qualitative character in the analysis of the results and as procedures, field research was carried out in order to achieve the proposed objectives. As an understanding, it is said that Motion Design is an extremely dynamic form of visual communication that combines elements of graphic design, animation and cinematography with the aim of transmitting messages quickly and efficiently, thus becoming a primordial tool for the digital area.

**Keywords:** Motion Design; Audiovisual resources; Advertising; Parintins.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Motion Designer em processo de criação .....	15
<b>Figura 2:</b> Adobe After Effect .....	16
<b>Figura 3:</b> Logo Photoshop e Illustrator .....	17
<b>Figura 4:</b> Logo Blender .....	18
<b>Figura 5:</b> Logo do Adobe Premiere Pro .....	18
<b>Figura 6:</b> Logo Figma e Adobe XD .....	19
<b>Figura 7:</b> Motion Designer Saul Bass .....	20
<b>Figura 8:</b> Motion Designer Kyle Cooper .....	22
<b>Figura 9:</b> Publicidade sem Motion Design .....	24
<b>Figura 10:</b> Conjunto de imagens de publicidade com Motion Design .....	24
<b>Figura 11:</b> Publicidade sem Motion Design .....	25
<b>Figura 12:</b> Publicidade com Motion Design .....	26
<b>Figura 13:</b> Propaganda sem Motion Design .....	31
<b>Figura 14:</b> Propaganda com Motion Design .....	32

## **LISTA DE QUADROS**

**QUADRO 01:** Análise do potencial do Motion Design no contexto local  
.....28

**QUADRO 02:** Uso de animações, vídeos interativos e outros elementos dinâmicos podem tornar as campanhas publicitárias mais atrativas para o público local  
.....28

**QUADRO 03:** Dificuldades enfrentadas pelas produtoras audiovisuais e empresas de design gráficos do município de Parintins  
.....29

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
<b>2. MOTION DESIGN: CONCEITO E PRÁTICA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Motion Design? .....	13
2.1.1 Onde o motion Design se aplica?.....	14
<b>2.3 QUAL A FUNÇÃO DE UM MOTION DESIGN</b> .....	<b>14</b>
<b>2.4 FERRAMENTAS UTILIZADAS NO MOTION DESIGN</b> .....	<b>16</b>
<b>2.5 MOTION DESIGN MAIS CONHECIDOS</b> .....	<b>19</b>
2.5.1 Saul Bass .....	20
2.5.2 Kyle Cooper .....	22
<b>2.6 EMPRESAS ANTES E DEPOIS DO MOTION DESIGN</b> .....	<b>23</b>
2.6.1 Nike.....	23
2.6.2 Coca-Cola .....	25
<b>3. RECURSO METODOLOGICO</b> .....	<b>26</b>
<b>4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS</b> .....	<b>27</b>
4.1 Análise do questionário .....	27
4.2 Análise da Propaganda da empresa Cacau Show .....	30
4.3 Utilização do motion design nas publicidades do “Festival folclórico de Parintins” .....	33
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>35</b>
<b>6. REFERÊNCIAS</b> .....	<b>37</b>
<b>ANEXO</b> .....	<b>40</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A dinamização na área profissional de *design* tem a missão de ir além de ser apenas visualmente agradável, mas acima de tudo ser algo que prenda a atenção do público consumidor, através de movimentos, expressões e cores. O design dinâmico facilita a conexão com o público e conta melhor as histórias de pessoas, produtos e marcas, sendo assim, onde há telas, há movimento. A área que se dedica a trabalhar com esses artifícios chama-se “*motion design*” ou “*motion graphics design*”.

No início do cinema clássico, a edição linear era um processo difícil e demorado. A primeira animação quadro a quadro ainda passou pelo processo de desenvolvimento do personagem. Na Europa apareceram algumas animações experimentais. Portanto, os títulos dos filmes e os créditos finais eram basicamente arte estática e texto em um fundo escuro. À medida que a tecnologia evoluiu, os *designers* começaram a se destacar com aberturas cada vez mais criativas. A arte e a tecnologia melhoraram, mas os equipamentos de produção permaneceram caros e restritivos. Com o tempo, os computadores tornaram-se menores, mais rápidos e mais baratos. Os *softwares*<sup>1</sup> de produção tornaram a edição e a animação cada vez mais práticas. A mistura de formas, elementos de *design*, diversas técnicas de animação e efeitos visuais moldaram o *motion design* como o conhecemos hoje.

Atualmente, ele aparece em todos os tamanhos e formatos de tela: filmes e séries, jogos, programas de TV, eventos, shows, videocliques, sites, redes sociais e aplicativos. De obras em grande escala a micro animações interativas, um *motion design* pode assumir muitas formas. Enquanto alguns são totalmente animados, outros incorporam imagens capturadas em suas composições.

O *motion design* é amplamente utilizado na criação de conteúdo e publicidade, criando com sucesso a unidade entre a comunicação online e offline de uma marca, onde o mesmo design produzido para impressão é animado em diferentes tipos de telas, atraindo a atenção e evocando emoção e ensino. É uma ferramenta que possui um crescimento significativo da sua utilização nos meios digitais, essa técnica para a publicidade é uma forma de oferecer um produto ou serviço de forma dinâmica e leve, o que contribui para atrair a atenção do público de

---

<sup>1</sup> *Software*: segundo Pressman (2006), sob o ponto de vista da Engenharia de Software, um software é um conjunto composto por instruções de computador, estruturas de dados e documentos.

maneira interativa. O *motion design*, ao unir esses elementos, não apenas enriquece a experiência visual, mas também criar um nível de imersão, permitindo que as marcas se conectem com seus públicos de maneira mais emocional e envolvente. A evolução das plataformas digitais, como redes sociais, aplicativos móveis e dispositivos de realidade aumentada e virtual, abrem portas para a criação de conteúdos publicitários mais dinâmicos e interativos. Campanhas tradicionais de publicidade, que antes dependiam apenas de impressos ou comerciais estáticos, agora podem se adaptar aos diversos formatos de tela e meios digitais.

Nesse cenário, o *motion design* desempenha um papel fundamental ao permitir que marcas contem histórias complexas e atraiam o interesse do público em poucos segundos. Um vídeo interativo bem elaborado, por exemplo, pode aumentar significativamente o engajamento do espectador, gerando maior envolvimento, retenção da mensagem e, conseqüentemente, uma relação mais forte entre o consumidor e a marca.

Com base nisso, este trabalho está organizado em tópicos, seguindo uma sequência lógica que possibilita uma compreensão gradual do tema, desde a contextualização inicial até a formulação de propostas de soluções práticas. A estrutura foi planejada para oferecer uma visão abrangente sobre a dinamização das propagandas em Parintins, partindo do problema central até a apresentação de estratégias viáveis que possam superar as limitações apontadas.

O primeiro tópico, que condiz ao referencial teórico, aborda o que vem a ser o *Motion Design*, conceito e prática, onde se aplica, qual a função do *Motion Design* e quais as ferramentas utilizadas, introduz o tema e destaca sua relevância, abordando os motivos que justificam a escolha desse assunto como objeto de estudo. Nele, são definidos o problema principal, o objetivo geral e os específicos, além da justificativa para o desenvolvimento da pesquisa. Este, também apresenta o impacto esperado do trabalho no contexto local.

O segundo tópico fornece a base teórica necessária para sustentar as análises realizadas ao longo do estudo. São explorados conceitos essenciais, como publicidade, design em movimento (*motion design*), dinâmicas de engajamento visual e tendências contemporâneas em comunicação publicitária. Também se discute a relação entre criatividade, eficácia das campanhas e o impacto das condições culturais e econômicas em estratégias locais de marketing.

No terceiro tópico, são descritos os métodos empregados para a condução da pesquisa. São apresentados os instrumentos de coleta de dados, como entrevistas, questionários e análises de campo, bem como os critérios de seleção dos participantes. Este tópico, também detalha as abordagens de análise qualitativa e quantitativa, os limites encontrados e as implicações éticas envolvidas na realização do estudo.

O tópico seguinte, apresenta os resultados da investigação sobre o panorama publicitário em Parintins. Nele, são descritas as práticas predominantes, as percepções de diferentes agentes, como empresários, designers e consumidores, além dos desafios enfrentados para implementar estratégias mais criativas e dinâmicas. Este diagnóstico serve como base para as propostas apresentadas nos tópicos seguintes. Com base no diagnóstico realizado e no referencial teórico explorado, este apresenta sugestões práticas para dinamizar as propagandas locais. As propostas incluem o uso de ferramentas modernas, como o *design* em movimento, a criação de narrativas visuais cativantes e o uso de tecnologias acessíveis. As soluções são elaboradas de forma a respeitar e valorizar as características culturais e econômicas da região, promovendo maior integração com o público-alvo.

O último tópico, consolida as conclusões do estudo, destacando os principais resultados e as contribuições do trabalho para a área publicitária de Parintins. Nele, também são discutidas as limitações da pesquisa e apontados caminhos para estudos futuros, que possam aprofundar ou complementar as soluções sugeridas. Este encerramento busca reforçar a relevância do tema e estimular o desenvolvimento contínuo de práticas inovadoras na cidade. Essa organização foi cuidadosamente planejada para garantir clareza e consistência no desenvolvimento do tema, oferecendo ao leitor uma visão detalhada sobre o problema analisado e as possibilidades de avanço no setor publicitário local.

Por fim, este trabalho propôs-se investigar e indicar opções para dinamização nas publicidades em Parintins, considerando o contexto cultural, social e econômico da cidade. Para alcançar esse propósito, foram definidos objetivos gerais e específicos, que orientam a estrutura e o desenvolvimento da pesquisa. Como objetivos específicos, buscou-se analisar o potencial do *motion design* no contexto local, descrever como o uso de animações, vídeos interativos e outros elementos dinâmicos podem tornar as campanhas publicitárias mais atrativas para o público

local e mostrar as dificuldades enfrentadas pelas produtoras audiovisuais e empresas de design gráficos do município de Parintins, com relação a publicidade.

## 2. MOTION DESIGN: CONCEITO E PRÁTICA

### 2.1 *Motion design*

O *motion design*, também chamado de *motion graphics*, videografismo ou design em movimento, é uma técnica audiovisual amplamente utilizada no campo do design gráfico que envolve a criação de gráficos animados ou em movimento. Com essa técnica, é possível misturar diferentes elementos visuais, como tipografia, imagens e ilustrações, formando composições visuais dinâmicas e atrativas que têm como principal propósito captar e prender a atenção do público consumidor de maneira mais eficaz e envolvente, como ressalta SHANASA (2020):

[...] pode-se dizer que qualquer tipo de elemento gráfico que use tecnologia para criar ilusão de movimento é Motion Graphics. Indo mais além, é dito que Motion Design é a intersecção entre design, cinema e animação [...] Entretanto, Motion Design é uma linguagem e como linguagem se faz importante compreendermos o seu escopo (Shanasa, 2020, p. 11).

Ao permitir a combinação desses elementos em movimento, o *motion design* consegue transmitir mensagens de maneira visualmente rica, impactante e persuasiva, sendo assim uma excelente ferramenta para capturar o interesse do espectador.

Com o avanço das mídias digitais e a criação de novos formatos de comunicação, essa abordagem criativa vem se tornando cada vez mais essencial e relevante no mercado, destacando-se pela sua versatilidade em atender a uma ampla gama de problemas comunicacionais. Shanasa (2020, p. 12) acrescenta que “Com o advento da tecnologia, só computadores ficaram mais acessíveis e a edição tornou-se não linear. Nesse tempo, o *motion design* barateou em questão de valores e ficou mais fácil de ser produzido.”

Portanto, devido sua flexibilidade, o *motion design* tem se consolidado como uma estratégia valiosa para marcas e empresas que buscam não apenas atrair a atenção, mas também criar uma conexão mais forte e memorável com seu público, tendo a capacidade de sintetizar informações complexas em animações curtas e impactantes, essa técnica amplia o alcance das mensagens e melhora a experiência

do espectador, tornando-se um recurso indispensável no cenário atual de comunicação visual.

### **2.1.1 Onde o *motion design* se aplica?**

O *motion design* por ser uma técnica multifuncional e possuir um amplo leque de aplicações, permite que os profissionais dessa área atuem em diversos setores do mercado. Ele é essencial para agências de publicidade, estúdios de animação, produtoras de vídeo e empresas de marketing digital, que exploram suas possibilidades para criar conteúdos visuais dinâmicos e envolventes.

Entre as principais aplicações, destacam-se os comerciais para televisão, que utilizam o *motion design* para atrair a atenção do público com movimentos e transições visuais criativas. Além disso, ele é amplamente utilizado em campanhas digitais e vídeos curtos formatados para redes sociais, o que ajuda a comunicar mensagens de maneira ágil e impactante, ideal para o consumo rápido nesses meios, como bem define CORRÊA (2012):

A utilização de *Motion Design* no design pode ser considerada não somente um acréscimo de valor ao produto final, mas também uma maneira de sincretizar mídias culturais diferentes de modo a incrementar o interesse sobre o projeto e aproximar-se ao seu público-alvo (Corrêa. 2012 p. 16).

Desta forma, a versatilidade do *motion design* permite que ele seja utilizado não apenas em publicidade e *marketing* digital, mas também em produções de grande porte, como filmes e séries. Um excelente exemplo disso é a abertura da série “*Game of Thrones*”, que se tornou icônica por seu uso marcante de *motion design* para representar de maneira visual e dinâmica o mapa do universo da série. Esse recurso visual agregou valor à narrativa, introduzindo o espectador ao mundo da trama antes mesmo do início dos episódios.

### **2.2 Qual a função de um *motion designer*?**

O *motion designer* é um profissional que utiliza suas habilidades artísticas e criativas para desenvolver projetos de animação, aplicando conceitos visuais e narrativos que tornam possível dar vida a imagens estáticas por meio de gráficos em movimento. Esse profissional não apenas cria animações; ele também é responsável por pensar em ideias e conceitos baseados em suas referências visuais

e estilísticas, trabalhando de maneira a desenvolver narrativas visuais que comuniquem uma mensagem específica ao público.

Os *Motion designers* atuam como peças centrais em todo o processo criativo, acompanhando cada estágio da produção, desde o desenvolvimento do conceito inicial até o *storyboard*, passando pela edição e finalização. Esse papel é particularmente

indústrias como o  
televisão, onde as  
qualidade e precisão

Figura 1:

**figura 1:** Motion  
de criação



crucial em  
cinema e a  
exigências por alta  
visual são grandes.

Designer em processo

Fonte: dall-e3

No entanto, o campo de atuação de um *motion designer* não se limita a esses setores, abrangendo também projetos para *web*, vídeos institucionais, comerciais e animações para dispositivos móveis, expandindo seu alcance para diversas plataformas digitais. Embora a função de um *motion designer* seja altamente criativa, ela também exige uma grande dose de flexibilidade e adaptabilidade.

O profissional precisa ser capaz de trabalhar tanto de forma autônoma quanto em equipe, respondendo rapidamente a demandas externas e cumprindo

prazos rígidos estabelecidos por clientes ou pela equipe de produção. É comum que alterações inesperadas surjam ao longo do processo, seja por uma mudança na direção criativa ou por solicitações adicionais dos clientes. Nesses momentos, o *motion designer* deve adaptar-se prontamente para assegurar que o produto final mantenha a qualidade desejada, sem comprometer os objetivos e o cronograma do projeto.

Podemos dizer que o *motion designer* é um ator essencial na transformação de conceitos estáticos em experiências visuais dinâmicas, contribuindo para a comunicação visual de ideias através de técnicas de animação que conquistam e envolvem o público-alvo em múltiplas plataformas e meios.

### 2.3 Ferramentas utilizadas no *motion design*

Um dos programas mais populares na área de *motion design* é o **Adobe**



**After Effects**, amplamente

reconhecido por sua capacidade de criar animações complexas e efeitos visuais impressionantes. Com esta poderosa ferramenta, os designers conseguem produzir resultados de alta qualidade em uma interface que combina funcionalidade e acessibilidade. Sua interface amigável é um dos pontos fortes, permitindo que tanto iniciantes quanto profissionais experientes consigam explorar suas funcionalidades, como mostra a figuras 02:

**figura 02:** Adobe After Effects

Além disso, o *After Effects* possui uma vasta biblioteca de *plug-ins*<sup>2</sup> que

mais



ampliam ainda suas possibilidades criativas. Essa diversidade de recursos facilita a criação de projetos

visuais impactantes, tornando-se uma escolha favorita na indústria. A integração nativa com outros softwares da Adobe, como **Photoshop** e **Illustrator**, também contribui para sua popularidade, já que permite uma colaboração fluida entre diferentes programas, oferecendo aos designers inúmeras opções para criar projetos únicos e diversificados. Figuras 03:

**Figura 03:** Logo Photoshop e Illustrator

Fonte: [techtudo.com](http://techtudo.com)

Outro programa que merece destaque no universo do *motion design* é o **Cinema 4D**, amplamente conhecido por suas capacidades avançadas de modelagem e animação 3D. Este *software* é uma ferramenta de referência, especialmente para profissionais que trabalham em indústrias como a cinematográfica e a multimídia, onde a criação de gráficos 3D altamente realistas e emocionantes é uma exigência constante.

---

<sup>2</sup> Plug-ins: um componente de software que adiciona um recurso a um programa de um computador existente. (CRUCIAL, 2024)

O Cinema 4D oferece recursos sofisticados que permitem que os *designers* levem suas ideias ao próximo nível, criando composições visuais que realmente capturam a atenção do público. Outro fator que contribui para sua popularidade é sua interface intuitiva e sua compatibilidade com o *After Effects*, permitindo uma integração prática e eficiente. Essa combinação de características torna o Cinema 4D uma escolha indispensável para designers que buscam criar animações tridimensionais de alta qualidade.



próximo nível, criando composições visuais que realmente capturam a atenção do público. Outro fator que contribui para sua popularidade é sua interface intuitiva e sua compatibilidade com o *After Effects*, permitindo uma integração prática e eficiente. Essa combinação de características torna o Cinema 4D uma escolha indispensável para designers que buscam criar animações tridimensionais de alta qualidade.

Além dessas ferramentas tradicionais e amplamente utilizadas, o **Blender** tem se destacado como uma alternativa poderosa e, ao mesmo tempo, gratuita para a animação 3D. O *Blender*, com sua impressionante versatilidade, oferece uma ampla gama de recursos, incluindo modelagem, animação e renderização.

Essa variedade de ferramentas dentro de um único *software* torna-o uma opção atraente, especialmente para aqueles que estão iniciando no campo do *motion design*. Figura 04:

**Figura 04:** Logo da Blender

Outro diferencial do Blender é a sua ativa e engajada comunidade de usuários, que constantemente desenvolve e compartilha tutoriais, dicas e recursos, facilitando ainda mais o aprendizado e o uso do programa. Essa característica contribui para o crescimento contínuo do *Blender* como uma plataforma acessível e poderosa para a criação de animações 3D.

Além das ferramentas de criação, é essencial mencionar a relevância de *softwares* de edição de vídeo, como o **Adobe Premiere Pro**, no *workflow*<sup>3</sup> de projetos de *motion design*. Embora o Premiere Pro não seja especificamente focado em animação, ele desempenha um papel fundamental ao permitir que os designers editem e compilem sequências que incluem animações criadas em softwares como o *After Effects*. Figura 05:

**Figura 05:** logo do Adobe Premiere Pro

Fonte: designi.com

A integração perfeita entre o Premiere Pro e outros programas da Adobe, como o próprio *After Effects*, promove maior produtividade e facilita a conclusão de projetos de forma ágil e eficiente.

Por fim, é importante destacar que, além das ferramentas tradicionais voltadas para animação e soluções têm surgido para design em plataformas **Figma** e **Adobe XD** vêm especialmente no campo usuário e experiências oferecem funcionalidades



edição de vídeo, novas atender às necessidades de digitais. *Softwares* como ganhando popularidade, do design de interfaces de interativas. Esses programas que permitem a criação de

animações e protótipos para interfaces digitais, acompanhando a crescente demanda por design de interface e experiência do usuário. Figura 06:

<sup>3</sup> Whorkflow: é o método usado para organizar o fluxo de trabalho em uma empresa (FIA, 2021).

**figura 06:** Logo Figma e Adobe Xd

**Fonte:** logowine.com

Com o aumento da relevância dessas áreas, o domínio de ferramentas como Figma e Adobe XD se tornou essencial para designers que desejam inovar e acompanhar as tendências atuais. Assim, a escolha das ferramentas adequadas é crucial para alcançar resultados de alta qualidade no campo do *motion design*.



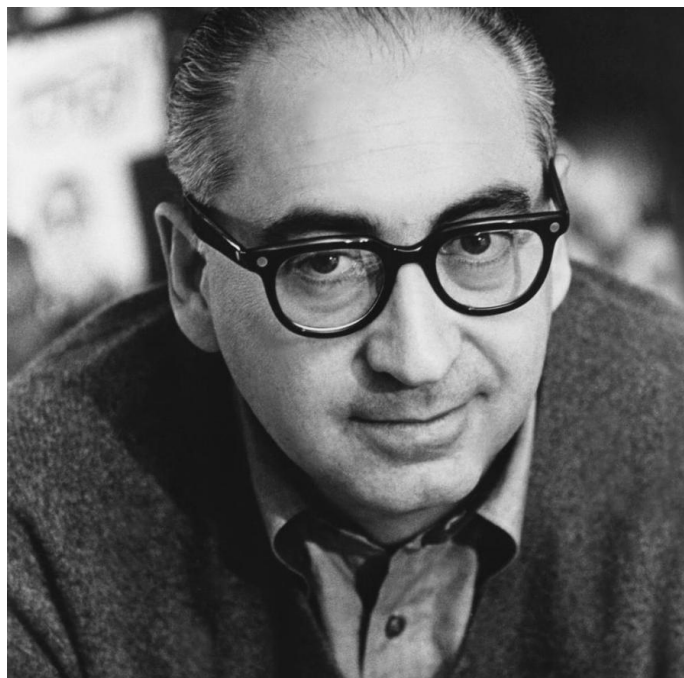
## 2.5 MOTION DESIGNERS MAIS CONHECIDOS

Sabendo da importância do *Motion Design* para o processo de criação, faz-se necessário que o utilizador desta ferramenta também dispunha de tamanha importância. Dessa forma, escolhemos dois *motion designer* renomados que servem de referência no processo da utilização do *motion designer*, na qual destacamos Saul Bass como um dos pioneiros e inovador dos processos gráficos de cinema. E Kyle Cooper como designer e influente, revolucionando e dinamizando o campo do *motion designer*.

### 2.5.1 - Saul Bass

Saul Bass é amplamente reconhecido como um dos pioneiros do *motion design*, e sua influência transformou profundamente o *design* gráfico cinematográfico. Ele não apenas criou títulos de abertura icônicos e logotipos em movimento, mas também estabeleceu uma abordagem completamente nova para o uso de gráficos animados no cinema, que até então era vista apenas como algo complementar. Figura 07:

**Figura 07:** Motion Designer Saul Bass



of-

Fonte:

[cafilm.org/the-art-saul-bass/](http://cafilm.org/the-art-saul-bass/)

Entre

suas criações

mais famosas estão as aberturas de filmes como *Psicose*, *O Homem do Braço de Ouro* e *Intriga Internacional*, onde ele consolidou sua visão de que o *motion design* poderia ser um veículo essencial para a narrativa. Nessas obras, Bass empregou gráficos simples e impactantes, que tinham o objetivo de evocar emoções específicas, e, ao fazer isso, ele abriu o caminho para que o *motion design* fosse reconhecido como um meio de comunicação visual poderoso, é o que destaca VELHO (2008, *apud* CORRÊA, 2012 p. 26).

Aos poucos, Bass se familiarizou com a ação viva, que passou a ter maior peso em seus projetos. Suas criações também foram revolucionárias no aspecto da tipografia, que ganharam em importância visual, com design original inserido no contexto da história, movimento e transformações.

A abordagem de Saul Bass para o *motion design* e o design gráfico era única, fundamentada em princípios que buscavam ampliar a função dos títulos de abertura de um filme. Para Bass, os créditos iniciais de uma produção não deveriam ser tratados apenas como uma forma criativa de apresentar os nomes dos envolvidos, mas como uma extensão da própria narrativa do filme.

Ele acreditava que essa sequência inicial era a primeira oportunidade de imersão do público, criando uma atmosfera que preparava emocionalmente o espectador para a experiência cinematográfica que estava por vir. Usando elementos visuais simples, abstratos e geometricamente precisos, ele transmitia conceitos complexos, com a intenção de expressar o máximo de significado com o mínimo de elementos visuais.

Saul Bass era um mestre em utilizar formas básicas para transmitir emoções e comunicar a essência de um filme, sem sobrecarregar visualmente o espectador com detalhes supérfluos. Em vez de oferecer uma representação visual complexa ou detalhada, ele acreditava que o design deveria permitir ao público sentir as emoções e captar a essência da história de maneira sutil.

Dessa forma, ele criava um ambiente visual que convidava os espectadores a se conectarem com o clima do filme, quase como se estivessem entrando em uma espécie de prólogo emocional. A visão de Bass sobre o *motion design* era verdadeiramente inovadora, pois ele via o trabalho com gráficos animados não como algo decorativo, mas como uma forma de narrativa que poderia envolver o público de maneira única.

Para ele, o *motion design* deveria ser uma extensão da história do filme, capaz de adicionar profundidade emocional e de envolver o espectador em um clima psicológico desde os primeiros minutos.

Quando se tratava de cinema, Bass defendia que as sequências de títulos não eram simplesmente introduções estilísticas, mas sim momentos que poderiam criar uma primeira conexão emocional entre o público e a história.

#### **2.4.2 Kyle Cooper**

Kyle Cooper é um dos designers mais influentes e revolucionários do campo do *motion design*, especialmente reconhecido por seu trabalho marcante na criação de títulos de filmes. Ele desempenhou um papel fundamental ao redefinir a função das sequências de abertura, transformando-as em um poderoso meio narrativo. Figura 08:

**figura 08:** Motion Designer Kyle Cooper



Fonte: [emilyzdravkovicmediaas.wordpress.com](http://emilyzdravkovicmediaas.wordpress.com)

A partir do trabalho de Cooper, essas sequências deixaram de ser meros elementos estéticos e passaram a se destacar como uma forma de contar histórias, carregando profundidade emocional e adicionando camadas significativas de complexidade à introdução de um filme.

Embora frequentemente comparado ao renomado designer Saul Bass, Cooper possui uma abordagem diferenciada e inconfundível: suas aberturas são notáveis pela intensidade visceral e pela maneira detalhada e imersiva com que introduzem o espectador ao universo emocional do filme.

O estilo característico de Kyle Cooper se destaca pela intensidade visual e pelo uso de uma narrativa simbólica; ele é famoso por aplicar uma atenção obsessiva aos detalhes em cada sequência de abertura que cria. Ao unir elementos de design gráfico e edição de vídeo, Cooper é capaz de construir aberturas que não

apenas capturam instantaneamente a atenção do público, mas também fornecem uma introdução emocional e psicológica ao tom do filme que se segue.

Essa habilidade de criar uma atmosfera envolvente é uma das marcas registradas de seu trabalho, e é através dessa abordagem que ele se diferencia de outros designers. Em vez de utilizar o design de movimento como um elemento gráfico isolado, Cooper o enxerga como um componente cinematográfico com imenso poder narrativo, capaz de evocar respostas emocionais e estabelecer temas, tons e atmosferas complexas muito antes da narrativa principal começar.

Para Kyle Cooper, o *design* de movimento é mais do que um conjunto de animações ou transições visuais; ele vê esse recurso como uma extensão da própria narrativa do filme, defendendo que as sequências de abertura deveriam desempenhar um papel mais significativo do que simplesmente apresentar os créditos iniciais. Segundo ele, essas aberturas devem funcionar como uma introdução sutil, mas impactante, que prepare o espectador para os temas e personagens da trama que se desenrolará.

Cooper acredita que essas sequências têm o poder de fornecer pistas discretas sobre o conteúdo emocional e psicológico do filme, funcionando como o início de uma música que prepara emocionalmente o público para o que está por vir. Assim, para ele, o design de movimento em uma abertura de filme não é apenas um recurso visual, mas sim uma experiência narrativa que conecta o público com a história desde o primeiro instante.

## **2.6 EMPRESAS ANTES E DEPOIS DA UTILIZAÇÃO DE *MOTION DESIGN***

### **2.6.1 Nike**

Antes do surgimento e da aplicação do *motion design*, a Nike já era amplamente reconhecida como uma marca de impacto global, consolidada por seu logotipo icônico e por campanhas que se destacavam em diversos meios, como imagens estáticas e peças impressas de grande apelo visual. A identidade visual da marca já era poderosa e bem estabelecida, capaz de transmitir dinamismo e a energia do espírito atlético apenas por meio de imagens fixas e campanhas tradicionais.

Com a introdução do *motion design*, a Nike aprimorou ainda mais sua estratégia de comunicação ao explorar o potencial dos designs em movimento para

criar experiências visuais mais imersivas e impactantes. Esse novo elemento trouxe um toque de suavidade às suas campanhas, adicionando uma camada de emoção visual que contribuiu para intensificar a conexão emocional entre a marca e o público.

Esse tipo de design permitiu que as mensagens da Nike ganhassem vida, trazendo uma sensação de movimento e vibração que se alinha perfeitamente com a essência atlética e a vitalidade associadas à marca. Com a aplicação de designs em movimento em seus anúncios, nas plataformas de mídia social e em seus aplicativos, a Nike conseguiu tornar suas mensagens ainda mais emocionantes e envolventes.

Essa abordagem adicionou uma dimensão dinâmica à comunicação da marca, aumentando o apelo visual e a sensação de conexão com o público-alvo. Em filmes e comerciais que apresentam estrelas do esporte, o uso de animações e elementos visuais dinâmicos confere um caráter empolgante e vibrante às campanhas, tornando essas personalidades ainda mais cativantes e aproximando-as dos espectadores, como mostram as figuras de 09:

**Figura 09:** publicidade sem *motion design*



**Fonte:** classic nike print ad retrospective

**Figura 10:** conjunto de imagens de publicidade com *motion design*



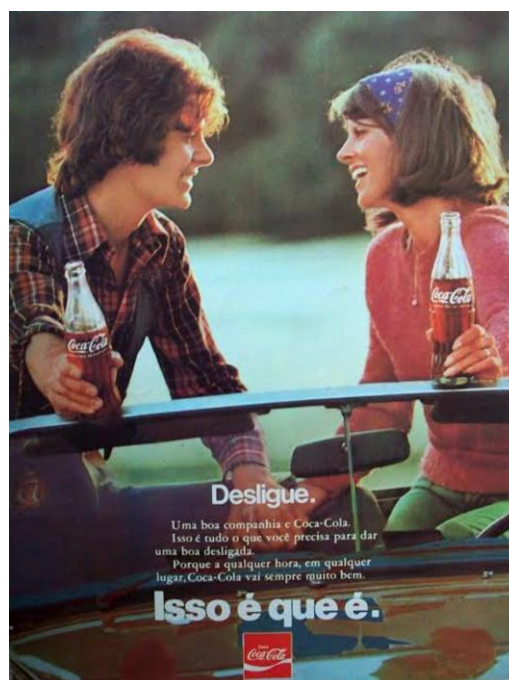
Fonte: nike motion graphics // comercial

A presença dessas animações e efeitos visuais aumenta o impacto emocional das campanhas, fazendo com que as pessoas se sintam mais próximas e conectadas a esses ícones do esporte, gerando uma experiência que vai além do visual estático e envolve o público de uma maneira mais profunda e significativa.

### 2.5.2 COCA-COLA

Antes do *motion design*, a Coca-Cola usava anúncios estáticos, comerciais de TV e pôsteres. Com a introdução do *motion design*, a marca experimentou uma revitalização. A campanha '*Open Happiness*' mostrou como o uso de animações, palavras em movimento e imagens 3D podem criar histórias mais interessante. Bolhas de refrigerante, tampas de abertura e personagens divertidos foram suavemente adicionados ao visual da marca, tornando seus anúncios mais animados e emocionantes, como mostra a figura 11:

Figura 11: publicidade sem motion design



Fonte: Pinterest.com

A coca-cola já se destacava pela simplicidade e elegância de seus produtos, eles usaram fotos e vídeos que não se moviam para mostrar seus produtos e como usá-los. Depois de abraçar o motion design, implementou-se de forma estratégica e com uma abordagem minimalista, interfaces de usuário. Figura 12:

**Figura 12:** publicidade com motion design



**Fonte:** Coca Cola Logo Animation

Transições suaves, ícones em movimento e animações de notificação são criados para garantir uma experiência visualmente agradável. Isso é mostrado em anúncios como o conhecido "*Bounce*", onde letras em movimento e imagens simples mostram como algo é ótimo e fácil de usar.

### 3. PERCUSO MÉTODOLÓGICO

Neste tópico, abordaremos a metodologia que são os caminhos pelo qual o pesquisador utiliza para alcançar os resultados da pesquisa. Gil (1999, p. 27) considera que a metodologia "são métodos desenvolvidos a partir de elevado grau de abstração que possibilitam ao pesquisador decidir acerca do alcance de sua investigação das regras de investigação dos fatos e da validade de suas generalizações".

A pesquisa foi norteada e desenvolvida com o método de abordagem dialético, que é um método de interpretação dinâmica e totalizante da realidade. Considera que os fatos não podem ser considerados fora de um contexto social, político, econômico, etc. (GIL, 1999; LAKATOS, MARCONI, 1993).

Para o cumprimento da pesquisa, utilizou-se na abordagem a qualitativa, segundo Lakatos e Marconi (2010), há um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números.

Neste trabalho, portanto, buscou-se identificar quais os desafios enfrentados pelos *motion designer*, além de qualificação e principais ferramentas utilizadas para a criação das publicidades audiovisuais.

A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicos no processo de pesquisa qualitativa. Lakatos e Marconi (2010, p. 269), dizem que: “há uma preocupação da pesquisa qualitativa em “[...] analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano”.

Quanto aos procedimentos foram utilizados a pesquisa bibliográfica, onde segundo Gil (2022, p.44) “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituindo principalmente de livros e artigos científicos.” E ainda, a observação, que constitui elemento fundamental para a pesquisa.

O *Motion Design* está presente nos mais diversos estilos de vídeos, objetos e formatos, dessa forma, o lócus da pesquisa são as produtoras audiovisuais e empresas gráficas do município de Parintins – AM, onde foram aplicados questionários, entrevistas com perguntas semiestruturadas para alcançar os objetivos propostos nesta pesquisa. E como forma de implementar inovações em trabalhos de empresas parintinenses, foi analisado e produzido um vídeo institucional da Empresa “Cacau Show” em Parintins, tendo como proposta, um cartaz já produzido e veiculado nas redes sociais.

#### **4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

Este tópico tem como finalidade apresentar, analisar e interpretar os dados coletados durante o processo de entrevista e observação do objeto de estudo. Segundo Gil (1999, p. 168), “A análise tem como objetivo organizar e resumir os dados de forma tal que possibilitem o fornecimento de resposta ao problema proposto para a investigação. Já a interpretação, tem como objetivo, a procura do sentido mais amplo das respostas.

##### **4.1 Análise do questionário aplicado a profissionais designer**

No propósito de desenvolver este trabalho, utilizados da observação direta e questionários com perguntas estruturadas com dois designs gráficos (**A1 e A3**), um empresário (**A2**) e um publicitário (**A4**) do ramo do audiovisual em Parintins. Os

questionários possuem dez (10) perguntas, porém serão analisadas três perguntas mais voltadas ao tema da proposto.

De acordo com o primeiro objetivo específico da pesquisa que consiste em analisar o potencial do Motion Design no contexto local, segue o quadro 01 abaixo:

**Quadro 01: Análise do potencial do Motion Design no contexto local**

<b>Pergunta: Qual seu objetivo principal ao trabalhar com Motion design</b>	
<b>A1</b>	Desenvolver animações para vídeos
<b>A2</b>	Desenvolver animações para vídeos
<b>A3</b>	Criar conteúdos para redes sociais
<b>A4</b>	Desenvolver animações para vídeos

**Fonte:** questionário aplicado durante trabalho de campo, 2024

De acordo com a concepção dos entrevistados A1, A2 e A4 a utilização de animações para vídeos com o Motion Design são mais direcionadas para a criação de animações para vídeos, tendencia muito utilizadas em publicidades. E o entrevistado A3 relatou que a ferramenta do Motion Design tem como objetivo principal a utilização de conteúdos para as redes sociais, evidenciando assim, a comunicação de empresas ou de serviços publicitários com seus clientes.

Em relação ao segundo objetivo específico que consiste em descrever como o uso de animações, vídeos interativos e outros elementos dinâmicos podem tornar as campanhas publicitárias mais atrativas para o público local, os entrevistados deram as seguintes respostas contidas no quadro 02:

**Quadro 02: Uso de animações, vídeos interativos e outros elementos dinâmicos podem tornar as campanhas publicitárias mais atrativas para o público local**

<b>Pergunta: Como você acha que o Motion Design pode ser utilizado para melhorar a comunicação visual publicitaria em Parintins</b>	
<b>A1</b>	“Na verdade, vai muito da aplicação em determinado seguimento, mas sempre é bom ter um diferencial na criação da identidade visual do produto ou serviço”
<b>A2</b>	“Com o mundo cada vez mais digital, o Motion Design desempenha um papel muito importante para apresentação da nossa empresa, estamos sempre antenados nas tendencias das mídias digitais”
<b>A3</b>	“O Motion Design vem conquistando um espaço muito importante, principalmente no Instagram e no Facebook”
<b>A4</b>	“Hoje em dia, a nossa empresa tem crescido no mercado audiovisual e por isso, estamos sempre buscado profissionais para fugir do básico e estamos investindo em produções sofisticadas de vídeos, lives, propagandas e programas de Tv em Parintins”

**Fonte:** questionário aplicado durante trabalho de campo, 2024

De acordo com a concepção dos entrevistados A1, A2 e A3 o Motion Design se torna primordial no processo da identidade visual dos produtos, dessa forma, estar atentos as tendências e inovações significa atender a mais públicos.

E isso abre um conceito mais abrangente em relação ao audiovisual apresentado na opinião do entrevistado A4, que relata que a demanda por conteúdos e experiências interativas tem crescido junto com o avanço das tecnologias e o Motion Design, além de estar sintonizados as mudanças e as novidades do mundo globalizado, deve atender a alguns requisitos como criatividade para propor soluções inovadoras, formação e capacidade técnica para desenvolver projetos para avaliar, analisar e solucionar problemas.

Nessa perspectiva Krasner ressalta que: “o *Motion Design* pode trazer benefícios na relação do usuário com as novas mídias interativas, visto que o *Motion* pode atrair a atenção do usuário e conduzi-lo de modo a compreender fatores que antes poderiam passar despercebidos (KRASNER, 2008 apud CORRÊA 2012. p. 29).

E em relação ao terceiro objetivo específico deste trabalho, que consiste em mostrar as dificuldades enfrentadas pelas produtoras audiovisuais e empresas de design gráficos do município de Parintins, com relação a publicidade:

**Quadro 03: dificuldades enfrentadas pelas produtoras audiovisuais e empresas de design gráficos do município de Parintins**

<b>Pergunta: Mostrar as dificuldades enfrentadas pelas produtoras audiovisuais e empresas de design gráficos do município de Parintins, com relação a publicidade</b>	
<b>A1</b>	“Por cauda da internet ruim, dificulta e atrasa todo nosso trabalho”
<b>A2</b>	“Nós temos muita dificuldade de encontrar mão de obra qualificada, para a criação de design e mídias digitais”
<b>A3</b>	“No caso das redes sociais, a internet de péssima qualidade dificulta muito o nosso trabalho”
<b>A4</b>	“Na nossa produtora, é difícil encontrar profissionais específicos de cada segmento”

**Fonte:** questionário aplicado durante trabalho de campo, 2024

De acordo com a concepção dos entrevistados A1 e A3 a precariedade e acesso limitado a internet, se torna uma barreira no Motion Design no município, pois, o trabalho é minucioso e demanda tempo e planejamento para ser executado. Já os entrevistados A2 e A4 relataram que a falta de profissionais qualificados na

área é escassa e dificulta a atualização de alguns trabalhos que demandam conhecimento e criatividade na produção de interfaces.

Portanto, como resultado da pesquisa de campo, temos como resultado que Parintins tem crescido no ramo do Motion Design a passos largos, onde os profissionais têm buscado se atualizar em meio as tecnologias e demandas cada vez mais exigente de produtos.

Porém, ainda é possível encontrar barreiras como o acesso limitado a internet que acabam não suprimindo as necessidades de alguns projetos. E ainda, o município não dispõe de acesso a atualização na área do *Motion Design* como a formação superior presencial e os profissionais atuantes na área precisam buscar tutoriais, cursos, palestras, workshops na internet e redes sociais.

#### **4.2 Análise da propaganda da empresa “Cacau Show Parintins” e produção audiovisual de campanha publicitária**

Com o objetivo de observar as publicidades veiculadas pela empresa Cacau Show no Instagram, identificou-se dois formatos predominantes: imagens estáticas e vídeos curtos. As imagens costumam destacar os produtos em cenários bem iluminados, reforçando uma ideia de sofisticação e qualidade.

Apesar disso, essas peças visuais apresentam pouca interação ou elementos que prendam a atenção de um público mais jovem e acostumado a conteúdos dinâmicos nas redes sociais.

Nos vídeos, a abordagem geralmente envolve funcionários da marca falando sobre os produtos. Essa estratégia traz um aspecto humano, aproximando a empresa de seus consumidores. Contudo, percebeu-se que o potencial criativo da plataforma não é completamente explorado.

A mensagem tende a ser informativa, mas não há o uso de recursos visuais mais dinâmicos, como animações ou histórias curtas, que poderiam tornar o conteúdo mais interessante e envolvente. Figuras 13:



Figuras 13: Propaganda sem *motion design*

Fonte: Cacau Show

Com base nessa análise, descrevo que a Cacau Show poderia melhorar suas publicidades ao investir em *motion design*, utilizando animações que realcem as texturas e sabores dos produtos ou até mesmo criando narrativas que despertem a curiosidade do público. Essa mudança tornaria os anúncios mais atrativos, conectando-se melhor com a linguagem visual e interativa que predomina no ambiente digital.

Após conversa com representantes da unidade local da Cacau Show, identificamos a necessidade de modernizar as publicidades da marca para o Instagram, utilizando elementos de *motion design* que destacassem os produtos de forma mais dinâmica e envolvente. Com isso em mente, desenvolvemos uma peça publicitária que exploraram animações fluídas e elementos visuais interativos. Para valorizar os produtos, como bombons e barras de chocolate, utilizamos animações que os faziam deslizar pela tela de forma elegante, criando uma sensação de movimento contínuo e harmônico. Essa técnica permitiu apresentar os itens com destaque, capturando a atenção do público de maneira imediata e sofisticada.

As mensagens foram estruturadas com animações tipográficas que reforçaram o tom moderno da campanha. As letras surgiam com um efeito de aparição suave, criando um impacto inicial, e desapareciam em transições sutis que reforçavam o fluxo do conteúdo. Figura 14:



**Figuras 14:** propaganda com *motion design*

**Fonte:** autor, 2024

Esse trabalho na tipografia contribuiu para uma comunicação visual mais fluída e dinâmica. Além das animações principais, foram incorporadas partículas e linhas gráficas que acompanhavam os movimentos dos doces e das palavras. Esses detalhes adicionaram profundidade ao design, tornando o conteúdo mais cativante.

O *feedback* do representante foi extremamente positivo, destacando como essas mudanças modernizaram a abordagem visual da marca e tornaram os

anúncios mais atraentes para o público digital. O uso do *motion design* não só renovou a comunicação da unidade local, mas também demonstrou como a tecnologia pode ser utilizada para criar experiências visuais impactantes.

#### 4.3 Utilização do *motion design* nas publicidades do “Festival folclórico de Parintins”

O município de Parintins é conhecido mundialmente por ter uma das maiores manifestações culturais e popular do Estado do Amazonas. A cidade de Parintins fica situada a 369 km da capital Manaus e tem em uma população que se destaca por sua simplicidade, religiosidade, receptividade, carisma e principalmente por sua criatividade. No geral as campanhas publicitárias estão associando a festividade a valores como alegria, tradição e diversidade cultural."

A festa é riquíssima por trabalhar e explorar a cultura cabocla, indígena, ribeirinha e afrobrasileira numa grande miscigenação. No início dos primeiros festivais entres os anos de 1965- 1980 a publicidades eram simples e muito estáticas, as mídias visuais mais utilizadas eram feitas, com transmissões locais e regionais; por jornais e revistas, cartazes e panfletos.

As estratégias publicitárias focavam em imagens estáticas, com as escritas “Venha Assistir a maior Festa do amazonas” utilizava-se logotipos, tipografias e elementos visuais simples dificultando o alcance do público exterior ao Amazonas, essas por sua vez, passavam a ser os desafios pois, causavam limitações financeiras, não conseguindo concorrer com outros eventos. Conforme figura 15.

**Figura 15:** cartazes do Festival Folclórico de Parintins



**Fonte:** Costa, 2022

Com o avanço dos anos e a introdução das novas tecnologias de novas atividades midiáticas, o *motion design* entre outros passaram a ser utilizados nas mídias visuais, favorecendo, valorizando, enaltecendo e evidenciando, ainda mais a cultura parintinense, bem como abrindo novos horizontes e quebrando barreiras, levando o festival de Parintins a um novo nível se fazendo mais conhecido. Figura 16.

**Figura 16:** Animação com *motion design* para criação de vídeo de boi bumbá



**Fonte:** autor, 2024

**Figura 17:** utilização *motion design* do vídeo de divulgação do Festival de Parintins 2024



Fonte: youtube.com

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Perante toda a elaboração deste trabalho, constatou-se que a carência de dinamização nas publicidades em Parintins provoca uma série de repercussões desfavoráveis que atingem tanto o panorama cultural quanto o progresso socioeconômico da cidade. Apesar de seu notável potencial criativo e cultural, a ausência de campanhas publicitárias modernas, criativas e inovadoras limita a capacidade de Parintins de se destacar em âmbitos regional e nacional, desperdiçando oportunidades significativas de crescimento e de valorização de sua singularidade.

Um dos principais reflexos dessa situação é a diminuição da competitividade das empresas locais. Com o constante avanço das tecnologias de comunicação e o aumento da relevância do ambiente digital, estabelecimentos que não investem em estratégias modernas, dinâmicas e diferenciadas acabam sendo superados por concorrentes mais atualizados. Peças publicitárias estáticas, pouco atrativas ou obsoletas dificultam a captura da atenção do público e a promoção eficiente de produtos, serviços e marcas, resultando em prejuízos diretos no volume de vendas e na fidelização de consumidores.

Outro efeito significativo é a superexploração do potencial turístico de Parintins. Sendo o cenário de um dos maiores e mais icônicos eventos culturais do Brasil, o Festival Folclórico, a cidade carrega uma identidade cultural ímpar e uma história extremamente rica, que poderiam ser amplamente disseminadas e valorizadas por meio de campanhas publicitárias bem elaboradas e dinâmicas. Sem esse tipo de ação, Parintins perde valiosas oportunidades de atrair turistas durante todo o ano, comprometendo a geração de renda e o fortalecimento da economia local.

No contexto cultural, a carência de dinamização compromete a manifestação da essência da identidade parintinense. Campanhas publicitárias criativas e impactantes têm o poder de atuar como um prolongamento da cultura local, transmitindo suas tradições, cores vibrantes e narrativas autênticas de forma marcante e envolvente. Quando esse potencial não é explorado, a vasta riqueza

cultural da cidade corre o risco de passar despercebida, desvalorizada ou até mesmo subestimada por audiências externas e locais.

Além disso, há uma limitação no desenvolvimento e na valorização de talentos criativos regionais. A ausência de investimentos em iniciativas publicitárias inovadoras restringe as possibilidades de crescimento para profissionais das áreas de design, comunicação e tecnologia, que poderiam utilizar suas competências para criar conteúdo publicitário relevante e moderno. Como consequência, muitos desses talentos podem optar por migrar para outras localidades em busca de melhores oportunidades, privando Parintins de um capital humano qualificado que seria essencial para o desenvolvimento de um mercado publicitário mais competitivo.

Outra repercussão considerável é a dificuldade em engajar o público-alvo. Em um cenário global repleto de informações visuais e estímulos constantes, campanhas que não possuem dinamismo, criatividade ou apelo estético suficiente tendem a falhar em cativar a atenção do público, especialmente em plataformas digitais. Isso compromete não somente a eficácia das mensagens transmitidas, mas também a criação de uma conexão emocional profunda, que é indispensável para o fortalecimento de relações duradouras entre marcas e consumidores.

As consequências da ausência de dinamização nas publicidades em Parintins ultrapassam a esfera estética ou visual. Elas impactam diretamente áreas cruciais como economia, cultura, turismo e o mercado criativo, ressaltando a necessidade premente de uma modernização nas estratégias de comunicação visual da cidade.

Esse avanço seria fundamental para potencializar todo o protagonismo cultural, artístico e econômico que Parintins tem a oferecer, colocando-a em maior evidência em um cenário contemporâneo cada vez mais competitivo e interconectado.

Outro aspecto relevante é o impacto na formação de talentos e no mercado de trabalho. A modernização das práticas publicitárias cria demandas por profissionais qualificados em áreas como design gráfico, edição de vídeos, animação e marketing digital. Isso gera novas oportunidades de emprego e estimula o desenvolvimento de habilidades técnicas entre os habitantes locais. Ao mesmo tempo, contribui para a retenção de talentos, que podem encontrar em Parintins um ambiente propício para crescer profissionalmente sem precisar migrar para outras cidades. A modernização é necessária para garantir que Parintins permaneça relevante em um cenário globalizado.

À medida que a comunicação visual se torna mais sofisticada e integrada com tecnologias avançadas, cidades e marcas que não acompanham essas transformações correm o risco de serem deixadas de lado. Modernizar a publicidade é uma forma de projetar Parintins para o futuro, garantindo que sua cultura e economia não apenas sobrevivam, mas prosperem em um mundo em constante evolução.

Portanto, a necessidade de modernização das publicidades em Parintins vai além de uma simples atualização tecnológica; trata-se de um passo estratégico para assegurar o protagonismo da cidade em sua cultura, economia e inovação. Investir em práticas contemporâneas de comunicação visual é mais do que uma tendência; é uma forma de celebrar a riqueza local enquanto se conecta com o público global, transformando desafios em oportunidades para construir um futuro vibrante e promissor.

## 5. REFERÊNCIAS

CORRÊA, João Emanuel Rodriguez. ***Motion Design. Análise sobre metodologias para o desenvolvimento de diretrizes projetuais.***

GIL, Antonio Carlos, 1999. *Elaboração de Projetos de Pesquisa*/Antonio Carlos Gil. – 4 ed. – São Paulo : Atlas, 2002

KRASNER, Jon. ***Motion graphic design – applied history and aesthetics.*** Focal Press. 2008. 434p. In: CORRÊA, João Emanuel Rodriguez. ***Motion Design. Análise sobre metodologias para o desenvolvimento de diretrizes projetuais.***

LAKATOS, Eva Maria. ***Fundamentos de metodologia científica 1*** Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003.

PRESSMAN, R. ***Engenharia de Software.*** São Paulo. Mc Graw – Hill, 2026.

SHANASA, Dhyan. ***Manual de sobrevivência para Motion Design.*** São Paulo, 2020.

VELHO, João. *Motion Graphics: linguagem e tecnologia – Anotações para uma metodologia de análise.* 2008. UERJ. 193p. In: CORRÊA, João Emanuel Rodriguez. ***Motion Design. Análise sobre metodologias para o desenvolvimento de diretrizes projetuais.***

**Figura 1:** Motion Designer em processo de criação

<https://dall-e3.com>

**Figura 2:** Adobe After Effect

<https://creativebolg.com>

**Figura 3:** Logo Photoshop e Illustrator

<https://techtudo.com>

**Figura 4:** Logo Blender

<https://stickPNG.com>

**Figura 5:** Logo do Adobe Premiere Pro

<https://designi.com>

**Figura 6:** Logo Figma e Adobe XD

<https://logowine.com>

**Figura 7:** Motion Designer Saul Bass

<https://cafilm.org/the-art-of-saul-bass/>

**Figura 8:** Motion Designer Kyle Cooper

<https://emilyzdravkovicmediaas.wordpress.com>

**Figura 9:** Publicidade sem Motion Design

<https://classic.nike/print/adre/trospective>

**Figura 10:** Conjunto de imagens de publicidade com Motion Design

<https://Pinterest.com>

**Figura 11:** Publicidade sem Motion Design

[http://youtu.be/a4p6uwkHg64?si=Pq\\_dGH356yXBvDIP](http://youtu.be/a4p6uwkHg64?si=Pq_dGH356yXBvDIP)

**Figura 12:** Publicidade com Motion Design

<https://www.youtube.com/watch?v=XwGmDtN33XM>

**Figura 13:** Propaganda sem Motion Design

<https://www.cacaushow.com>

**Figura 14:** Propaganda sem Motion Design

Fonte: autor, 2024

**Figura 15:** Cartazes do Festival Folclórico de Parintins

Costa,2022

**Figura 16:** Animação com Motion Design para criação de vídeo de boi bumbá

Fonte: autor, 2024

**Figura 17:**Utilização Motion design do vídeo de divulgação do Festival de Parintins

2024

<https://www.youtube.com/watch?v=GfXlld4KejE>