

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS

Eliel Victor Albuquerque Fernandes

IDENTIDADE VISUAL EM MOVIMENTO:

Projeto experimental de *motion design* aplicado na criação de vinheta do streaming AruandaPlay

João Pessoa
2026

Eliel Victor Albuquerque Fernandes

Identidade visual em movimento: Projeto experimental de *motion design* aplicado na criação de vinheta do streaming AruandaPlay

Relatório de Projeto Experimental apresentado ao Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes – Curso de Comunicação em Mídias Digitais da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação em Mídias Digitais.

Orientador: Prof. Dr. Maurício Liesen

João Pessoa

2026

AGRADECIMENTOS

Gostaria primeiramente de agradecer aos meus pais e meu irmão. Sem o apoio de vocês eu não conseguiria chegar até aqui, muito obrigado mesmo.

Aos meus primos Rebeca e Rodrigo que sempre se fizeram presentes na minha vida e sempre foram fonte de suporte e compreensão, independente da situação.

À Kaline, minha companheira e melhor amiga, que esteve me apoiando e incentivando a continuar de todas as formas possíveis. Agradeço a você por ouvir as minhas reclamações e ansiedades e me ajudar durante os momentos mais difíceis desse processo.

Ao meu orientador, Maurício Liesen, que esteve sempre disponível para tirar dúvidas e me orientar durante o projeto.

Aos Viúvos do Tuga Lanches, sem a amizade de vocês o meu tempo na graduação seria muito mais difícil e menos divertido do que foi.

RESUMO

O presente trabalho apresenta como objetivo a criação de uma nova vinheta animada para a plataforma de *streaming* paraibana AruandaPlay, utilizando os princípios e técnicas contemporâneas do *motion graphics design*. Primeiramente, realizou-se um levantamento bibliográfico e documental sobre a produção de vinhetas e o processo criativo no âmbito da animação em *motion graphics*. O desenvolvimento prático foi estruturado em três fases: a analítica, a criativa e a executiva. Na fase analítica, investigaram-se os elementos visuais do logotipo da plataforma, a vinheta original do AruandaPlay, referências do mercado de *streaming* e a estética do filme Aruanda (1960) para nortear o processo de criação do projeto. Partindo para a fase criativa, usando de base as referências capturadas durante a fase anterior foi elaborado o conceito da nova vinheta, detalhando seu conteúdo visual e narrativo por meio da elaboração de *style frames e storyboard*. Por fim, na fase executiva, foram aplicados todos conhecimentos técnicos e teóricos na produção da animação final utilizando os softwares do ecossistema Adobe Creative Cloud. Destaca-se na conclusão a entrega de um produto audiovisual alinhado aos padrões da indústria que valoriza a identidade cultural regional e a essência da marca, apontando caminhos para sua futura implementação na plataforma e abrindo novos horizontes para produções na área.

Palavras-chave: *Motion graphics*. *Motion design*. Vinheta. AruandaPlay

ABSTRACT

This work aims to create a new animated intro for the Paraíba streaming platform AruandaPlay using contemporary principles and techniques of motion graphics design. A bibliographic and documentary survey was carried out on the production of intros and the creative process within the scope of animation in motion graphics. Practical development was structured into three phases: analytical, creative, and executive. In the analytical phase, the visual elements of the platform's logo, the original AruandaPlay intro, references from the streaming market, and the aesthetics of the movie Aruanda (1960) were investigated to guide the project's creation process. Moving to the creative phase, based on the references captured during the previous phase, the concept of the new intro was developed, detailing its visual and narrative content through the elaboration of style frames and storyboard. Finally, in the executive phase, all technical and theoretical knowledge was applied in the production of the final animation using Adobe Creative Cloud ecosystem software. The conclusion highlights the delivery of an audiovisual product aligned with industry standards, while valuing regional cultural identity and the essence of the brand, pointing toward its future implementation on the platform and opening new horizons for productions in the field.

Keywords: Motion graphics. Motion design. Intro. AruandaPlay.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logotipo Antigo..... 16
Figura 2 - Logotipo Novo..... 16
Figura 3 - Moodboard..... 19
Figura 4 - Primeiros Esboços..... 21
Figura 5 - Storyboard.....22
Figura 6 - Style Frames..... 24
Figura 7 - Camadas separadas no Adobe Illustrator.....27
Figura 8 - Círculo e efeito de iluminação.....28
Figura 9 - Sol iluminando a palavra “Aruanda”.....29
Figura 10 - Sol revelando as letras e o “A” saindo detrás do “D”..... 30
Figura 11 - Animação do ícone de Play.....31
Figura 12 - Transformação do ícone na palavra “Play”..... 32
Figura 13 - Sonorização no Adobe Premiere Pro.....34

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO..... 7

2 METODOLOGIA..... 14

3 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO..... 16

3.1 FASE ANALÍTICA..... 16

3.1.1 Análise do Logotipo..... 16

3.1.2 Análise de Referências..... 17

3.1.3 Análise da Vinheta Original..... 19

3.2 FASE CRIATIVA..... 20

3.2.1 Definição do Conceito..... 20

3.2.2 Storyboard..... 22

3.2.3 Style Frames..... 23

3.3 FASE EXECUTIVA..... 26

3.3.1 Preparação do Logotipo..... 26

3.3.2 Processo de Animação..... 27

3.3.2.1 Primeira Sequência..... 27

3.3.2.2 Segunda Sequência..... 29

3.3.2.3 Montagem na Composição Final..... 32

3.3.3 Exportação..... 34

4 CONCLUSÃO..... 36

APÊNDICE A – ENTREVISTA COM O PROFESSOR LÚCIO VILAR..... 42

ANEXO A – ÁUDIOS UTILIZADOS NA SONORIZAÇÃO..... 43

1 INTRODUÇÃO

Ao iniciar um filme ou uma série em plataformas de streaming como Netflix, Amazon Prime Video ou HBO Max, o espectador é recebido com uma breve assinatura da marca. Essa pequena animação caracteriza o que chamamos de vinheta, um termo cujo significado varia de acordo com a mídia analisada.

No contexto audiovisual, segundo Rabaça e Barbosa (2003 *apud* SCHIAVONI, 2008, p. 14), a vinheta é constituída por uma frase musical, com ou sem texto, sendo usada como uma breve identificação da estação, programa, patrocinador ou apresentador de um programa, no início ou fim de cada intervalo.

Embora essa definição tenha surgido no ambiente tradicional do rádio e da televisão, o conceito de vinheta expandiu-se com a popularização das mídias digitais e o avanço do *motion graphics design*. Na internet e em plataformas *on-demand*, o movimento deixa de possuir apenas uma função estética e passa a atuar também como elemento comunicacional, de modo que torna-se indispensável para a identificação da marca e para sua percepção diante do público.

Nesse panorama, se insere a AruandaPlay que, de acordo com o próprio idealizador e fundador do projeto, o professor e jornalista Lúcio Vilar[1], é a primeira plataforma de *streaming* da Paraíba que nasceu em razão do período pandêmico para viabilizar o Fest Aruanda na edição de 2020 e que em 2022 passou a ter execução em tempo real. A plataforma se propõe a amplificar a visibilidade da vasta produção de curtas e longas-metragens do cenário paraibano e nordestino.

Diante desse cenário, a proposta deste projeto experimental é o desenvolvimento de uma nova versão para a vinheta animada da AruandaPlay, aplicando os princípios e técnicas contemporâneas do *motion design*, instrumento de comunicação que utiliza elementos gráficos em movimento com objetivo de transmitir informação. O projeto busca alinhar a identidade da plataforma ao padrão do mercado de *streaming*, explorando a capacidade narrativa do movimento para valorizar o cinema regional e fortalecer o posicionamento da marca diante de seu público. O resultado deste projeto experimental pode ser conferido em: vimeo.com/1212050208.

[1] Informações obtidas em entrevista concedida por Lúcio Vilar em 29 de abril de 2025. O registro completo encontra-se no “Apêndice A”.

Como objetivos mais específicos, este trabalho busca investigar a vinheta atual do serviço e identificar as suas necessidades de modernização, contribuir para o cenário acadêmico de produção de vinhetas de plataformas de streaming utilizando os fundamentos do *motion design,* além de avaliar o resultado da animação produzida em relação aos princípios da área e aos objetivos de comunicação da plataforma.

Diante desse contexto, este trabalho dialoga diretamente com outras produções da área. Para compreender esse panorama, foi feito um levantamento que buscou abranger tanto pesquisas de caráter teórico quanto projetos que utilizam o *motion design* como ferramenta para a criação de animações na prática.

Para isso, foram efetuadas buscas no Google Acadêmico, na biblioteca eletrônica SciELO, no Portal de Periódicos da CAPES e no Repositório Institucional da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), dos dias 11 de maio a 17 de julho de 2026. Foram utilizados como descritores os termos: *motion graphics*, *motion design*, animação de logotipos, animação de marca, vinheta, produção em motion graphics, vinhetas em plataformas de streaming, animações de introdução, tanto em português quanto em inglês.

Para começar, a busca no Repositório Institucional da UFPB revelou apenas dois trabalhos correlatos ao tema proposto, apenas um deles sendo um trabalho experimental em *motion graphics*, além disso são ambos provenientes do curso de Comunicação em Mídias Digitais.

O primeiro trabalho, de Sagatio (2018), destaca-se pela abordagem teórica ao analisar a multimodalidade do *motion graphics* e sua evolução como linguagem no audiovisual contemporâneo. Enquanto o segundo, desenvolvido por Vasconcelos (2020) apresenta o processo de criação e produção da vinheta do programa Arapuan Esportes, abordando desde as técnicas de *motion graphics* até as etapas de concepção, desenvolvimento e finalização da peça audiovisual.

Nas demais plataformas também foram encontrados trabalhos práticos na área ainda no cenário brasileiro, como os desenvolvidos por Merten (2019), Pantoja (2025), Buss (2025), Cardoso (2017), Ramos (2023), Santos (2020) e Oliveira (2023). Esses projetos compartilham do objetivo comum de desenvolver uma animação utilizando os princípios e conceitos do *motion design*. Destaca-se o fato de que todas essas produções práticas vem do repositório institucional da Universidade

Federal de Santa Catarina (UFSC), oriundas, em sua maioria, dos cursos de Design e de Animação.

Além desses trabalhos, também foram encontrados trabalhos teóricos, como os de Fronza (2014), Schiavoni (2007, 2008, 2011), Lyra (2008), Herrmann (2013), Pereira (2022), Pranzl (2019), Sousa (2016) e Velho (2008). Esses estudos abordam vinhetas, *motion design* ou a combinação dos dois temas. Vale destacar que, na grande maioria das vezes em que a literatura trata de vinhetas, o foco se restringe ao ambiente da televisão tradicional, deixando de lado as mídias digitais, que hoje são um dos maiores meios de consumo desse formato.

O cenário é complementado por autores estrangeiros, como Chookerd *et al.* (2025), Ajiprabowo e Handriyotopo (2020), Das (2024) e Brandão, Pestana e Raposo (2020), que também trazem visões práticas e teóricas sobre o *motion design*.

À partir desse panorama, concluiu-se que, por se tratar de uma mídia tão recente considerando a história do design, a maior parte dos trabalhos experimentais sobre o tema é extremamente recente e ainda apresenta uma lacuna no que tange especificamente à análise e animação de vinhetas aplicadas a plataformas de *streaming*. Apesar disso, foram identificados trabalhos relevantes, principalmente no contexto da animação em *motion graphics* e abordagens teóricas de vinheta, que contribuíram para a fundamentação teórica e para o desenvolvimento prático do presente projeto.

Para dar suporte à elaboração deste trabalho, é necessário compreender o contexto histórico e princípios que moldaram essa nova linguagem de comunicação audiovisual. Nesse contexto é de grande importância entender o que significa *motion graphics design*. Segundo a definição de Crook e Beare (2015), *motion graphics* pode ser considerado como um dispositivo comunicacional que utiliza elementos gráficos animados para transmitir informações.

Vale ressaltar também que, embora para alguns autores haja diferenciação entre *motion graphics* e *motion design*, ambos são comumente utilizados para se referir ao mesmo objeto (QUEIROZ, 2025).

Historicamente, essa linguagem começou a aparecer com mais força nos anos 1950, quando o cinema mudou a forma como fazia seus títulos de abertura. Ao transformar sequências de créditos que anteriormente eram estáticas e apenas informativas, em prólogos narrativos, designers como Saul Bass (1920-1996)

revolucionaram a estética cinematográfica. Como destaca Krasner (2008), o trabalho de Bass foi pioneiro ao integrar animação e metáforas visuais, utilizando o design não apenas para listar nomes, mas para definir o tom das produções.

Ao passar dos anos, essa linguagem se expandiu para outras plataformas, acompanhando a transição do analógico para o digital. Segundo Braha e Byrne (2011), a introdução do processo de *Digital Intermediate* (DI) permitiu que o design gráfico aplicado ao cinema fosse adaptado para o ambiente digital, facilitando a integração de títulos animados e outros elementos visuais em diversas mídias.

Essa transição permitiu que o *motion graphics* ultrapassasse o âmbito cinematográfico, tornando-se amplamente aplicado em vinhetas televisivas, identidades visuais, conteúdos de redes sociais e interfaces de *streaming*. Essa expansão no universo digital se deve, em grande parte, à sua capacidade de captar a atenção do público. Como apontam Stone e Wahlin (2018), o movimento cativa justamente porque a reação a ele faz parte da biologia humana e que isso provavelmente se desenvolveu como uma habilidade de sobrevivência.

É nesse contexto que a vinheta se estabelece como peça fundamental, sendo mais do que um elemento de transição, a vinheta atua como um cartão de visitas, sendo o ponto de ancoragem visual que define a identidade de uma marca em poucos segundos.

Entretanto, o conceito de vinheta se alterou bastante com o passar do tempo. Como aponta Costa (2020), o termo deriva do francês *vignette* (pequena vinha) e remete à Idade Média, período em que surgiram como ornamentos em formato de folhas e cachos de videira para decorar manuscritos e contornar as ilustrações e letras que iniciavam os capítulos. Com o advento da imprensa, consolidaram-se como molduras decorativas para os textos. Ao longo do tempo, o conceito migrou para o rádio e a televisão, onde sofreu adaptações consideráveis, mantendo a função decorativa, mas ganhando papéis distintos, como a identificação de estações, programas, patrocinadores e apresentadores.

A partir da consolidação das mídias digitais e das plataformas de streaming, a vinheta deixou de ser exclusiva das grades de programação televisiva para habitar um ecossistema multiplataforma, onde o impacto visual imediato é de extrema importância para a identificação visual e sonora e a conexão entre marca e audiência.

Nesse contexto, grandes empresas de *streaming*, como Netflix e Amazon Prime Video, consolidaram suas marcas também por meio do uso de identidades visuais e vinhetas marcantes. Contudo, essas identidades mudam constantemente e, ao longo dos anos, passaram por diversas reformulações. Conforme destaca Wayne (2017), o próprio serviço de vídeo da Amazon transformou múltiplos aspectos ao longo de sua trajetória até consolidar o formato atual.

A AruandaPlay, como um serviço de streaming, não é diferente. A plataforma paraibana passou recentemente por uma atualização, mudando o logotipo para um formato mais moderno, buscando atualizar a marca. Atualmente, a marca já possui uma vinheta animada, porém com a atualização da identidade visual, torna-se necessário renovar a sua animação.

Para atender a esta necessidade, primeiramente foi necessário entender o básico da animação clássica e como ela pode ser aplicada no contexto deste trabalho. Sendo assim, durante todo o projeto buscou-se utilizar os 12 princípios da animação propostos por Thomas e Johnston, no livro *Disney Animation: The Illusion of Life* (1981).

Os autores, experientes animadores dos estúdios Disney, explicam que esses princípios foram desenvolvidos gradualmente, a partir da experiência adquirida pelos profissionais do estúdio durante a produção de animações. Seu objetivo era tornar os movimentos dos personagens mais naturais, expressivos e críveis, contribuindo para a criação da chamada “ilusão da vida”.

Embora tenham sido concebidos para a animação tradicional, esses princípios continuam sendo aplicados em animações digitais, incluindo produções de *motion graphics*.

Os 12 princípios são:

- *Squash and Stretch* (Esticar e Comprimir): Deformação de um objeto durante o movimento, para passar a sensação de peso, velocidade e elasticidade.
- *Anticipation* (Antecipação): Movimento preparatório realizado antes da ação principal, direcionando a atenção do espectador para o que irá acontecer em seguida.
- *Staging* (Encenação): Organização dos elementos visuais da cena para comunicar a ação de forma clara, conduzindo o espectador para o sentimento desejado pela obra.

- *Straight Ahead Action e Pose to Pose* (Animação Direta e Pose a Pose): São duas abordagens para a construção da animação. A primeira consiste em produzir os quadros em sequência contínua, para garantir que a animação siga da forma esperada. A segunda baseia-se na definição de poses principais e, posteriormente, na criação dos movimentos intermediários, para que a elas mantenham a coerência de tamanho e ação .
- *Follow Through and Overlapping Action* (Continuação e Sobreposição de Ação): Comportamento de partes do objeto que continuam em movimento ou iniciam seus movimentos em tempos diferentes, criando a impressão de inércia.
- *Timing* (Temporização): Controle da duração e da velocidade dos movimentos, determinando o tempo necessário para a execução de uma ação e a forma como ela é percebida pelo espectador .
- *Slow In and Slow Out* (Aceleração e Desaceleração): Aumentar a quantidade de quadros no início e no final de um movimento, fazendo com que as acelerações e desacelerações sejam mais naturais.
- *Arcs* (Arcos): Para tornar a animação mais natural, os movimentos devem ocorrer em trajetórias curvas.
- *Secondary Action* (Ação Secundária): Movimentos que acontecem simultaneamente no mesmo objeto, que reforçam a ação principal sem desviar a atenção do espectador.
- *Exaggeration* (Exagero): Intensifica movimentos ou características visuais para aumentar a expressividade da animação.
- *Solid Drawing* (Desenho Sólido): Para que os objetos pareçam realistas durante toda a animação, é necessário representá-los de maneira consistente em relação à forma, volume, perspectiva e equilíbrio visual.
- *Appeal* (Apelo): Habilidade de personagens, objetos ou composições despertarem o interesse e atraírem a atenção do público por meio de um visual expressivo.

Embora todos esses princípios contribuam para a construção de animações mais naturais, nem todos foram empregados neste trabalho, uma vez que alguns são mais relevantes para as técnicas de animação tradicional quadro a quadro ou na animação de personagens. Nesse contexto, foram utilizados principalmente os

princípios relacionados à fluidez do movimento e ao ritmo da animação, como *Squash and Stretch*, *Slow In and Slow Out*, *Timing*, *Exaggeration* e *Staging*.

Além desses, outros princípios também foram empregados em momentos específicos do projeto, sendo sua aplicação indicada durante a descrição do processo de desenvolvimento da vinheta.

Para nortear a produção do *motion graphics*, é essencial compreender os processos técnicos e criativos envolvidos na sua concepção e para isso, serão utilizadas as obras de Shaw (2020) e Krasner (2008), que exploram diferentes aspectos da produção de animações em *motion graphics.*

2 METODOLOGIA

Este trabalho se caracteriza como um projeto experimental, voltado à aplicação prática e à exploração criativa no campo da comunicação em mídias digitais. Nesse contexto, seu intuito é desenvolver um produto a partir da aplicação dos conhecimentos teóricos e práticos adquiridos ao longo do curso.

Em razão da escassez de metodologias projetuais específicas para o desenvolvimento de animações em *motion graphics*, especialmente voltadas à produção de vinhetas, a abordagem metodológica adotada neste trabalho baseia-se no *Systematic Method for Designers* (Método Sistemático para Designers), de Bruce Archer, apresentado no artigo Bruce Archer: Método Sistemático para Designers (SILVA et al., 2017). O método estrutura o processo de desenvolvimento em três fases principais: analítica, criativa e executiva.

Embora tenha sido concebido para projetos de design, o método mostrou-se compatível com os objetivos deste trabalho, sendo adaptado às necessidades e às particularidades do processo de criação de uma vinheta em *motion graphics*.

A fase analítica corresponde ao momento de identificação do problema e levantamento das informações necessárias para o desenvolvimento do projeto. Nessa etapa são realizadas pesquisas, análises e coleta de referências que servirão de base para a definição da solução adotada nas próximas etapas.

Em seguida, inicia-se a fase criativa, a partir da elaboração da proposta, apresentando o desenvolvimento das soluções baseado nas informações e referências coletadas durante a fase anterior, através da criação de conceitos, esboços e demais elementos necessários para definir a linguagem visual e estruturar a proposta final.

Por fim, a fase executiva corresponde à implementação da solução desenvolvida. É nesse momento que as definições estabelecidas nas etapas anteriores são concretizadas por meio da elaboração do produto final. São aplicadas as técnicas e ferramentas previamente definidas, realizando-se a execução do projeto, os refinamentos necessários e a entrega final.

Como comentado anteriormente, a metodologia de Bruce Archer foi adaptada às necessidades deste projeto. Em sua proposta original, há realização de reuniões com o cliente durante as fases analítica e executiva, com o objetivo de alinhar os requisitos do projeto, discutir possíveis soluções e validar as decisões tomadas ao

longo do processo de desenvolvimento. No entanto, em razão do caráter experimental deste trabalho, essas etapas foram adaptadas, uma vez que a produção da vinheta foi conduzida de forma autoral, dispensando as validações intermediárias do mercado.

Além disso, foram incorporadas à metodologia etapas específicas do processo de produção em *motion graphics* para adequá-la às características deste projeto. Assim, as etapas de *moodboard*, *storyboard*, *style frames* e sonorização passaram a integrar as fases criativa e executiva, respectivamente, auxiliando na definição do conceito visual.

3 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

3.1 FASE ANALÍTICA

3.1.1 Análise do Logotipo

O logotipo da AruandaPlay passou por uma reformulação em 2025[2], acompanhando as mudanças implementadas na identidade visual do Fest Aruanda. A atualização incluiu alterações tipográficas, reorganização da paleta de cores e a remoção do símbolo de “play” presente na versão anterior da marca.

Considerando que a vinheta utilizada atualmente pela plataforma foi desenvolvida com base na identidade visual anterior, tornou-se necessária sua reformulação para garantir coerência com a nova apresentação da marca.

Figura 1 - Logotipo Antigo



Fonte: Material cedido pela AruandaPlay (2025)

Figura 2 - Logotipo Novo



Fonte: Material cedido pela AruandaPlay (2025)

[2] Durante pesquisas em suas redes sociais, notou-se que a partir do dia 20 de fevereiro de 2025 (Instagram), começou a ser utilizada a nova identidade visual da AruandaPlay, seguindo a renovação adotada pelo Fest Aruanda, apresentada pela primeira vez no dia 21 de outubro de 2024 (Instagram).

No logotipo atual, são utilizadas apenas duas cores principais, o roxo (#8600ab) e o vermelho (#f90038), combinadas por meio de um degradê. Além disso, a nova tipografia apresenta formas mais uniformes, contribuindo para uma aparência mais sóbria que a anterior.

Considerando essas alterações, a concepção da nova vinheta buscou incorporar os elementos presentes na identidade visual atual da AruandaPlay. Dessa forma, as escolhas de cores, formas e movimentos foram desenvolvidas para manter a coerência com o logotipo e reforçar a identidade audiovisual da plataforma.

3.1.2 Análise de Referências

Com o objetivo de obter referências para o desenvolvimento da vinheta, foi realizada uma análise de animações de abertura utilizadas por plataformas de streaming consolidadas no mercado audiovisual. A pesquisa contemplou as plataformas Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, Hulu, Apple TV, Disney+ e MUBI.

Identificou-se características recorrentes entre as plataformas observadas: todas as vinhetas apresentaram curta duração, variando entre três e sete segundos. Esse padrão sugere uma preocupação em comunicar a identidade da marca de forma objetiva, sem prolongar excessivamente o tempo de espera do usuário.

Além da duração reduzida, observou-se a presença de elementos sonoros facilmente reconhecíveis. Segundo Correia (2018), a construção de uma identidade de marca quando envolvendo o som, é capaz de fortalecer o reconhecimento e a memorização da marca pelo público.

Outro aspecto recorrente identificado foi a utilização de efeitos de brilho ou reflexos em algum momento da animação. Esses recursos contribuem para direcionar a atenção do espectador, destacar elementos da marca e reforçar a identidade audiovisual.

Além da análise de plataformas de streaming, também foram utilizadas plataformas digitais de design e produção criativa, como Pinterest, Behance e Dribbble. Essas ferramentas serviram como fonte de referências visuais relacionadas à linguagem do *motion graphics*, à identidade audiovisual e às tendências de animação contemporânea.

Paralelamente, o filme *Aruanda* (1960) dirigido por Linduarte Noronha, também foi adotado como uma fonte de inspiração para o projeto. A obra é

considerada uma referência para o cinema paraibano e brasileiro, além de dar origem ao nome tanto do festival, quanto da plataforma AruandaPlay.

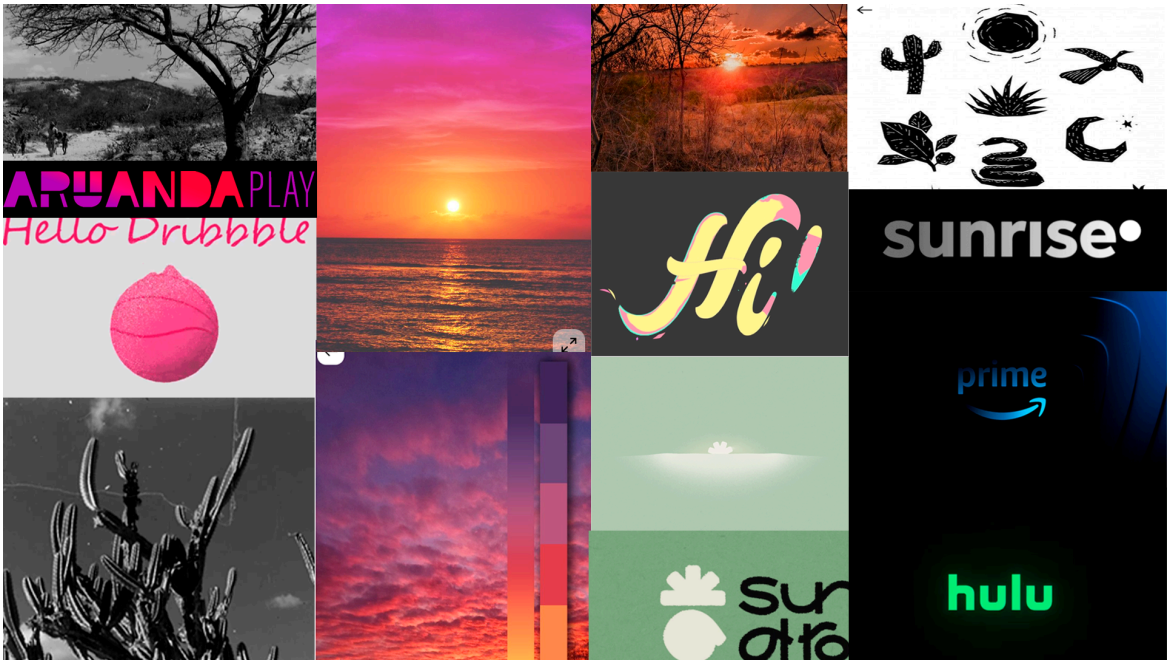
No filme, é retratado o cotidiano de uma comunidade remanescente de quilombo localizada no interior da Paraíba. A “docuficção” (híbrido entre documentário e ficção) acompanha a produção artesanal de utensílios de barro, evidenciando o trabalho manual dos moradores, a precarização do trabalho nesse contexto e a forte relação entre a comunidade e as condições naturais da região.

Ainda durante a entrevista, Lúcio Vilar destaca que a relação entre o nome da plataforma e o filme de Linduarte é intrínseca. Ele diz que gostaria de imprimir identidade, memória, inovação e compromisso com o cinema brasileiro, ideais que o clássico da cinematografia nacional representa perfeitamente.

Daí nasceu o Fest Aruanda, que segundo ele, atribuir ao festival o nome de uma obra tão significativa vai além de uma homenagem, constituindo um reconhecimento da importância do filme que projetou a Paraíba no cenário do cinema nacional. Com a chegada da pandemia de COVID-19, surgiu a necessidade de ampliar o alcance do festival para o ambiente digital. Nesse contexto, foi criada a plataforma AruandaPlay, cuja nomenclatura deriva diretamente do Fest Aruanda, reforçando a continuidade de uma trajetória iniciada com o filme *Aruanda*.

Nesse cenário, a pesquisa realizada possibilitou a coleta de referências, estilos visuais e soluções criativas que contribuíram para a definição da direção estética do projeto. Como resultado desse processo, foi elaborado um *moodboard*, que segundo Shaw (2020), por meio da combinação de imagens, os *moodboards* estimulam o processo criativo, despertando sentimentos, conceitos e abordagens narrativas reunindo as principais referências que serviram de base para o desenvolvimento visual do projeto.

Figura 3 - *Moodboard*



Fonte: O autor (2026)

3.1.3 Análise da Vinheta Original

Como mencionado anteriormente, a AruandaPlay possui uma vinheta desenvolvida para uma versão anterior de sua identidade visual. Com a atualização do logotipo da plataforma, a animação deixou de refletir adequadamente os elementos gráficos atualmente utilizados pela marca, tornando necessária sua reformulação.

Apesar disso, a análise da vinheta anterior ainda é relevante para o desenvolvimento deste projeto, uma vez que permite identificar soluções visuais já utilizadas pela plataforma, bem como elementos que possam ser reaproveitados na nova versão.

A primeira característica observada é a duração da vinheta, que possui aproximadamente 10 segundos. Esse tempo é consideravelmente superior ao encontrado nas plataformas de *streaming* analisadas. Sousa (2016), ao analisar aberturas no canal do Exército Brasileiro no YouTube, notou que quanto mais longa é a vinheta, menor tende a ser a taxa de retenção do público no vídeo. Diante disso, tornou-se necessária a redução do tempo de duração da nova peça para melhor adequá-la ao padrão atual da indústria.

Outro elemento de destaque é a trilha sonora, que incorpora características associadas à música tradicional nordestina. Esse recurso contribui para reforçar a

identidade cultural da AruandaPlay e estabelece uma conexão direta com a proposta da plataforma de promover e difundir o audiovisual nordestino.

Tendo isso em vista, este é um elemento da vinheta que decidiu-se manter na nova versão. Durante a entrevista realizada com Lúcio Vilar, ele destacou a relevância de preservar a trilha na nova versão da peça, composta pelo grupo Madureira Armorial, que tem como título “Rebatida” e foi lançada como *single* no ano de 2020.

Compreender a origem estética desta trilha é fundamental para contextualizar sua aplicação. O gênero musical em questão deriva do Movimento Armorial, idealizado pelo escritor paraibano Ariano Suassuna na década de 1970. Segundo Teixeira e Oliveira (2017), o movimento buscou promover a integração entre a tradição popular do sertão nordestino e as técnicas da produção erudita .

Ao fundir a cultura popular e o rigor das técnicas eruditas, o Armorial atua como um mecanismo de preservação da memória regional e de construção de uma identidade artística genuinamente brasileira, valorizando as expressões populares como fundamento de uma arte nacional.

Na música, ao juntar instrumentos clássicos da música erudita com os instrumentos tradicionais da região como a rabeca, o pífano e a viola sertaneja, a música armorial transformou-se em referência. Segundo o próprio Suassuna, seu objetivo era ouvir a música feita pelo povo brasileiro, para a partir disso, partir para a música erudita (COIMBRA *et al*., 2007).

Entretanto, essa referência regional encontra-se presente principalmente no aspecto sonoro da vinheta. Em sua composição visual, não foram identificados elementos que remetam de forma evidente ao Nordeste, à cultura brasileira ou ao contexto regional representado pela plataforma. Dessa forma, observa-se uma desconexão entre a identidade transmitida pela trilha sonora e a linguagem visual da animação, aspecto que foi considerado durante o desenvolvimento da nova proposta de vinheta.

3.2 FASE CRIATIVA

3.2.1 Definição do Conceito

Após a análise das referências levantadas, iniciou-se a etapa de definição do conceito da animação. A proposta inicial buscava estabelecer uma relação direta

com o documentário *Aruanda*, utilizando como inspiração o processo artesanal de produção de objetos em barro retratado na obra. Esta ideia consistia em representar o logotipo da plataforma sendo gradualmente moldado a partir de uma massa que remetesse ao barro. Além disso, foram considerados elementos e ferramentas presentes no documentário como possíveis componentes da composição visual.

Com base nesse conceito, foram produzidos os primeiros esboços, com o objetivo de explorar diferentes possibilidades de composição e movimento. Entretanto, durante o desenvolvimento da proposta, constatou-se que a solução apresentava limitações tanto do ponto de vista técnico quanto conceitual.

Além da dificuldade em encontrar referências visuais que servissem de base para a animação, os testes realizados não alcançaram o resultado esperado. Por isso, a ideia inicial foi deixada de lado e o projeto seguiu para uma nova proposta de animação.

Figura 4 - Primeiros Esboços



Fonte: O autor (2026)

Após o abandono da proposta inicial, foi necessário desenvolver um novo conceito para a vinheta. Durante a análise do logotipo da AruandaPlay, foi observado que a forma da letra “D” remete visualmente a um sol no horizonte. A partir dessa associação, surgiu a ideia de utilizar o nascer do sol como elemento central da

animação, estabelecendo uma relação com a Paraíba, estado conhecido por ser o ponto mais oriental das Américas, onde o sol nasce primeiro.

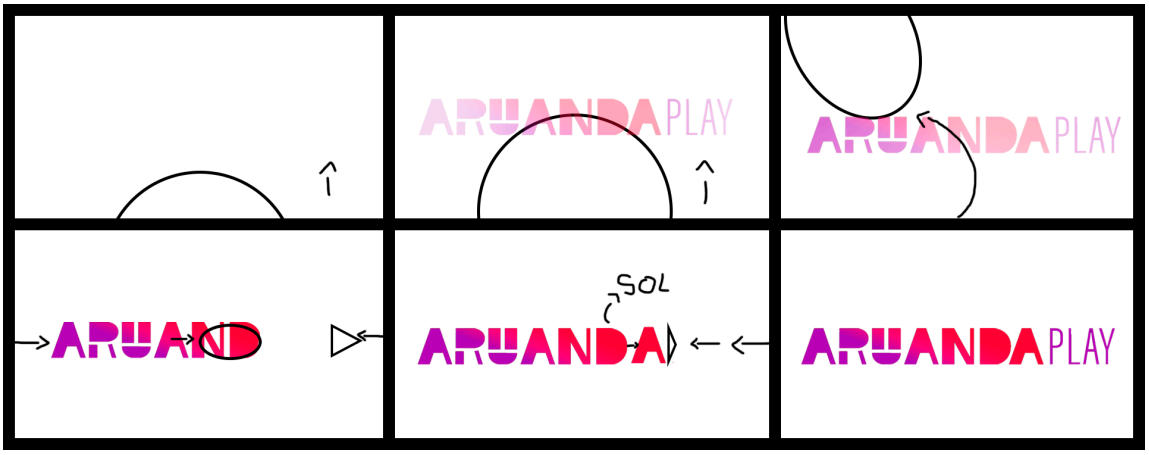
O conceito propõe que o sol não apenas ilumine o logotipo, mas também passe a integrá-lo ao final da animação, transformando-se na própria letra “D”. Essa concepção serviu como base para todas as decisões visuais e de movimento adotadas no desenvolvimento da vinheta.

Além disso, para a composição do elemento “Play”, surgiu a ideia de resgatar o ícone que simboliza o botão *play* presente na identidade visual anterior da AruandaPlay. Na animação, o símbolo seria inicialmente apresentado em sua forma original e, ao ocupar sua posição na composição, transformaria-se na palavra “Play", integrando-se ao restante do logotipo.

3.2.2 *Storyboard*

Com o conceito definido, foi elaborado o *storyboard* da animação. Segundo Krasner (2008, p. 301, tradução nossa), “um *storyboard* é uma sucessão coesa de imagens que fornece um mapa visual de como os eventos se desdobrarão ao longo do tempo, identificando as principais transições entre eles”. Dessa forma, esta etapa permitiu a visualização dos acontecimentos e do ritmo da animação.

Figura 5 - *Storyboard*



Fonte: O autor (2026)

O *storyboard* foi composto por seis quadros, organizados em duas sequências principais, cada uma representando uma etapa da animação. Na primeira, o sol surge na parte inferior da composição e se desloca em direção ao

centro da tela. Durante esse percurso, sua luz revela lentamente o logotipo da AruandaPlay, que aumenta sua opacidade à medida que é iluminado. Ao final dessa etapa, o sol acelera em direção ao canto superior esquerdo, deixando a composição e preparando a transição para o próximo momento da animação.

Na segunda sequência, o sol retorna pelo lado esquerdo da composição, deslocando-se horizontalmente em direção ao centro. Enquanto percorre a tela, seu movimento revela as letras da palavra “Aruanda”, ao mesmo tempo em que vai diminuindo gradualmente de tamanho até ocupar a posição da letra “D”, integrando-se ao logotipo. Em seguida, a última letra “A” surge detrás do “D”, completando a palavra. Por fim, o ícone de play entra pela lateral direita da composição e, após ocupar sua posição ao lado do logotipo, transforma-se na palavra “Play”, concluindo a formação da marca.

3.2.3 *Style Frames*

Após a definição da sequência narrativa, foram desenvolvidos os *style frames* da animação. Segundo Shaw (2020, pg.13, tradução nossa), “*style frames* são a representação visual de como uma peça de motion será antes da animação. Um *style frame* consiste em um único quadro ou imagem que representa a aparência e a identidade visual de um projeto de motion design”. Dessa forma, essa etapa permitiu estabelecer aspectos como composição, iluminação, paleta de cores e posicionamento dos elementos.

Para este projeto, foram produzidos quatro *style frames*, representando diferentes momentos da animação e demonstrando a evolução visual da composição ao longo das sequências.

Figura 6 - *Style Frames*



Fonte: O autor (2026)

Para manter a coerência com as referências analisadas durante a fase de pesquisa, definiu-se a utilização de um fundo preto na composição da vinheta, solução empregada por plataformas de streaming como Netflix, Amazon Prime Video e Apple TV. Proporcionando maior contraste para os efeitos de iluminação. Entretanto, a versão final da animação também foi exportada com fundo transparente, possibilitando sua aplicação em diferentes contextos e materiais de divulgação, sem comprometer sua aplicação junto a outros elementos visuais.

Em relação à paleta cromática, optou-se por utilizar no sol os mesmos tons presentes no logotipo da AruandaPlay, uma vez que essas tonalidades já evocam visualmente a ideia do nascer do sol, conceito central da animação. Durante o momento em que a luz incide sobre o logotipo, foi aplicada temporariamente uma tonalidade avermelhada, criando a impressão de que a marca está sendo iluminada pelo sol.

Além disso, optou-se por apresentar apenas a palavra “Aruanda” durante o primeiro momento da animação, mantendo-a centralizada na composição enquanto é iluminada pelo sol. Essa escolha buscou direcionar a atenção do espectador para o principal elemento da identidade da plataforma e, ao mesmo tempo, estabelecer uma referência ao filme *Aruanda*. A incidência da luz sobre a palavra remete

simbolicamente ao ambiente retratado no documentário, marcado pela forte presença do elemento solar durante o trabalho artesanal realizado pelos personagens.

3.2.4 Softwares Utilizados

Para a produção da vinheta, foram utilizados quatro softwares distintos, cada um destinado a uma etapa específica do projeto. Todos pertencem ao pacote Adobe Creative Cloud[3], conjunto de ferramentas amplamente utilizado nas áreas de design gráfico, ilustração, edição de imagem e produção audiovisual.

Na etapa de desenvolvimento dos esboços, do *moodboard* e do *storyboard*, foi utilizado o Adobe Photoshop 2024, software voltado à edição e manipulação de imagens digitais. Sua utilização permitiu reunir as referências visuais e desenvolver os materiais de planejamento como os esboços, os *storyboards* e os *style frames*, que serviram de base para a concepção da animação.

Em seguida, foi utilizado o Adobe Illustrator 2024, software de design gráfico voltado à criação e edição de gráficos vetoriais. Diferentemente das imagens rasterizadas, os arquivos vetoriais são compostos por formas matemáticas, permitindo redimensionamento sem perda de qualidade. Por conta disso, este é um dos aplicativos mais utilizados para desenvolver logotipos e identidades visuais.

Neste projeto, o Illustrator foi utilizado para preparar o logotipo da AruandaPlay para a etapa de animação. O arquivo vetorial fornecido foi organizado em camadas independentes, permitindo que cada componente pudesse ser animado individualmente na próxima etapa

Para a animação, foi utilizado o Adobe After Effects 2024, software especializado na criação de *motion graphics*, composição digital e efeitos visuais para produções audiovisuais. A ferramenta permite animar elementos gráficos, textos e imagens por meio do uso de quadros-chave (*keyframes*), pontos definidos na linha do tempo que registram os valores de determinadas propriedades em instantes específicos da animação.

A partir desses quadros-chave, o software calcula automaticamente as transições entre um movimento e outro, possibilitando controlar atributos como posição, escala, rotação, opacidade, entre outros parâmetros da composição.

---

[3] Conjunto de softwares oferecidos em um só pacote pela Adobe, nele podem ser encontrados os aplicativos necessários para produzir uma peça audiovisual. (adobe.com/br/creativecloud)

Após a finalização do processo de renderização no Adobe After Effects, a animação foi importada para o Adobe Premiere Pro 2024, software de edição não linear de vídeos. A ferramenta permite organizar, cortar e sincronizar diferentes elementos audiovisuais em uma linha do tempo. Nesta etapa, realizou-se a montagem final, integrando a trilha e os efeitos sonoros à animação, assegurando que o ritmo estivesse alinhado com o tempo da vinheta.

Essas ferramentas foram escolhidas por dois motivos principais. O primeiro refere-se à sua ampla adoção na indústria do motion design, sendo um dos ecossistemas mais utilizados por designers em todo o mundo. Como aponta Bansal et al. (2023), quase todos os seus produtos no mercado de mídias digitais são líderes de mercado, fazendo com que a Adobe esteja firmemente firmada nesse segmento.

Já o segundo motivo está relacionado à familiaridade do autor com essas ferramentas. Todo o processo de formação e prática em design foi desenvolvido utilizando os softwares do pacote Adobe, o que contribuiu para um fluxo de trabalho mais eficiente.

3.3 FASE EXECUTIVA

3.3.1 Preparação do Logotipo

Antes do início da animação, foi necessário preparar o logotipo para facilitar sua utilização no software de animação. Para isso, entrou-se em contato com Lúcio Vilar, responsável pela AruandaPlay, para solicitar o arquivo vetorial do logotipo.

Após o recebimento do arquivo, iniciou-se sua preparação no Adobe Illustrator. Nessa etapa, cada elemento do logotipo foi separado em camadas independentes, permitindo que fossem animados individualmente durante a próxima etapa. Ao final do processo, cada letra da palavra “Aruanda” encontrava-se em uma camada distinta, enquanto a palavra “Play” permaneceu agrupada em uma única camada.

Após a organização do arquivo, as camadas foram importadas para o Adobe After Effects. Esse procedimento possibilitou controlar separadamente cada componente do logotipo, oferecendo maior liberdade para a aplicação dos movimentos e efeitos utilizados na vinheta.

Figura 7 - Camadas separadas no Adobe Illustrator



Fonte: O autor (2026)

3.3.2 Processo de Animação

Seguindo o planejamento estabelecido durante o *storyboard*, a animação da foi dividida em duas sequências principais. A primeira corresponde ao nascer do sol e à iluminação do logotipo (os três primeiros quadros da *storyboard*), enquanto a segunda apresenta o retorno do sol, a revelação das letras e sua transformação na letra “D”, bem como a animação da palavra “Play” (os três últimos quadros do *storyboard*), concluindo a composição final da marca .

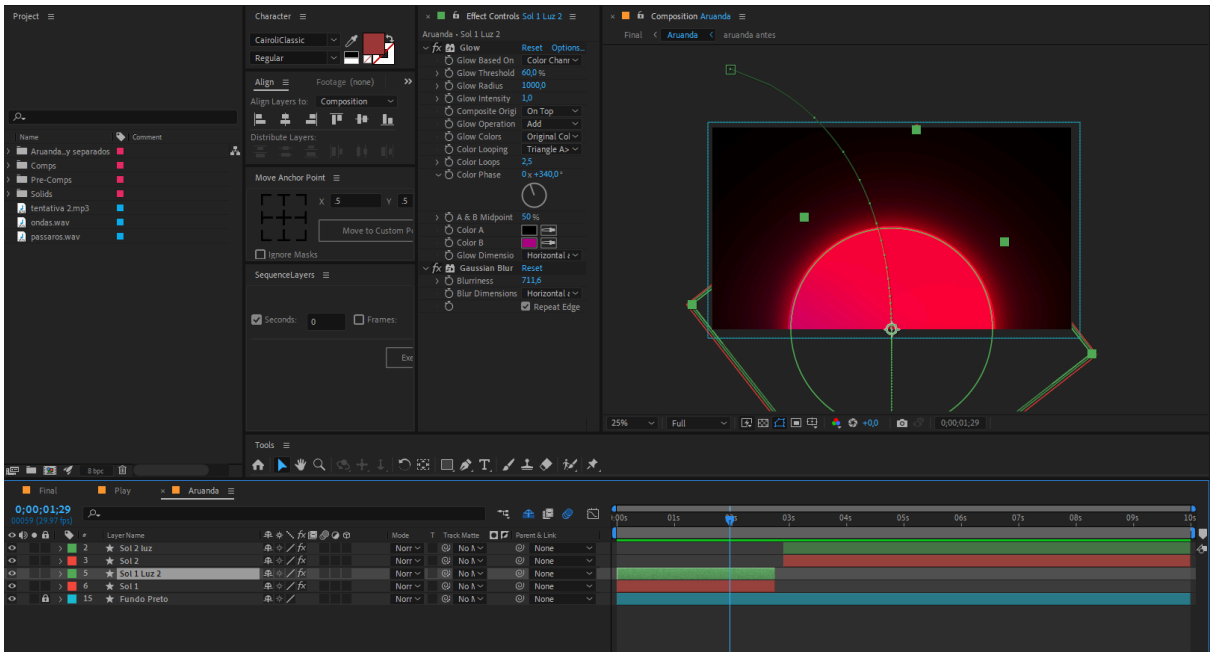
Tendo isso posto, para dar início a animação, o projeto foi dividido em três composições principais. No After Effects, as composições funcionam como espaços de trabalho onde as animações são construídas. A primeira foi destinada à animação da palavra “Aruanda”, a segunda à animação da palavra “Play” e a terceira é a composição final, que foi responsável por reunir as duas partes anteriores e realizar os ajustes finais.

3.3.2.1 Primeira Sequência

Na composição da palavra Aruanda, o primeiro passo consistiu na criação do círculo que representaria o sol, bem como do efeito de brilho responsável por iluminar o logotipo na sequência inicial. Para produzir esse efeito, o círculo principal

foi duplicado e, sobre essa cópia, foram aplicados os efeitos de *Gaussian Blur* (desfoque gaussiano) e *Glow* (brilho). Essa solução permitiu que a iluminação preservasse o mesmo tom presente no sol, tornando a luz mais integrada à animação.

Figura 8 - Círculo e efeito de iluminação



Fonte: O autor (2026)

Em seguida, foi definido o movimento do sol, que se inicia abaixo da composição, desloca-se em direção ao centro da tela e deixa o quadro pelo canto superior esquerdo, enquanto diminui levemente de escala para se adequar ao seu tamanho final na composição.

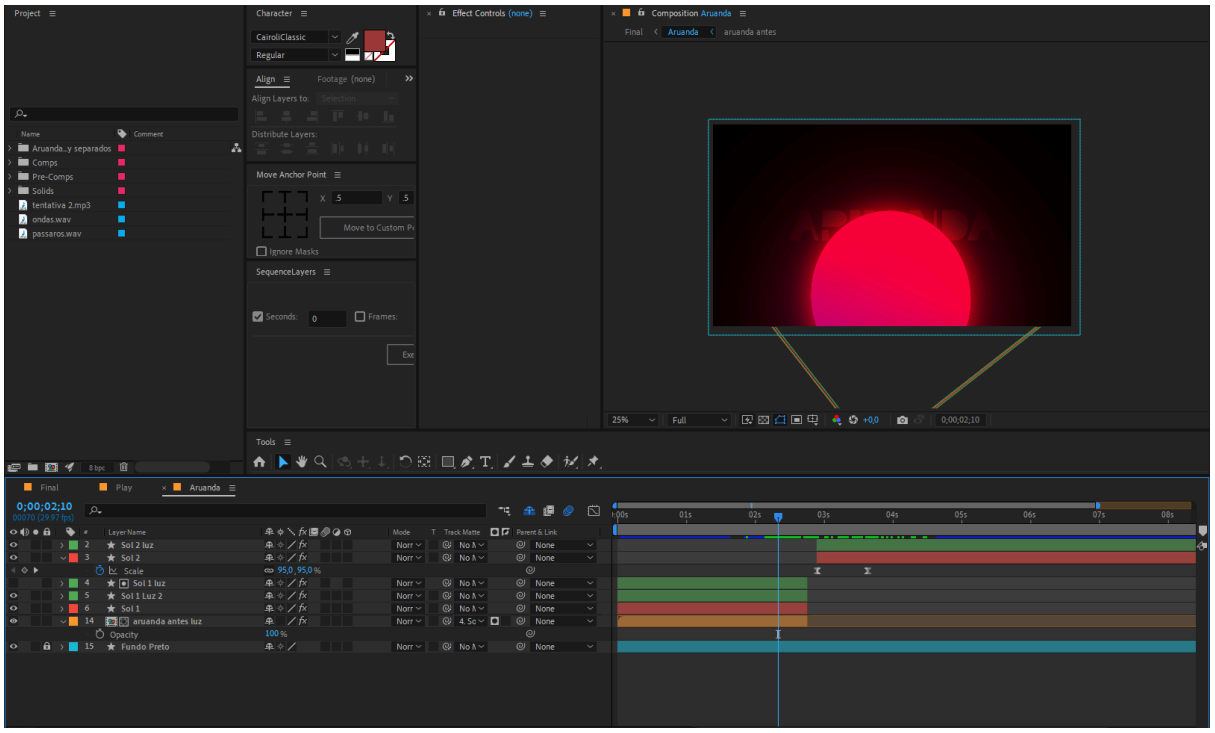
Para dar continuidade à esta sequência, foi iniciada a animação da palavra “Aruanda”. Com esse objetivo, foi necessário manter todas as letras juntas em uma pré-composição, que consiste em uma composição aninhada dentro de outra, permitindo que a iluminação fosse aplicada sobre todo o logotipo.

Logo após, a camada responsável pelo brilho do sol foi duplicada e utilizada como Track Matte (máscara de faixa) sobre a pré-composição da palavra “Aruanda”. Essa ferramenta utiliza o formato ou a luminância de uma camada para controlar a visibilidade de outra. Dessa forma, o logotipo permanecia oculto, sendo revelado apenas nas áreas atingidas pela passagem da luz.

Durante essa sequência, além dos princípios já apresentados na fundamentação teórica, também foi aplicado o princípio de *Arcs,* fazendo com que o

sol percorresse uma trajetória curva ao sair da composição, em vez de deslocar-se em linha reta.

Figura 9 - Sol iluminando a palavra “Aruanda”



Fonte: O autor (2026)

3.3.2.2 Segunda Sequência

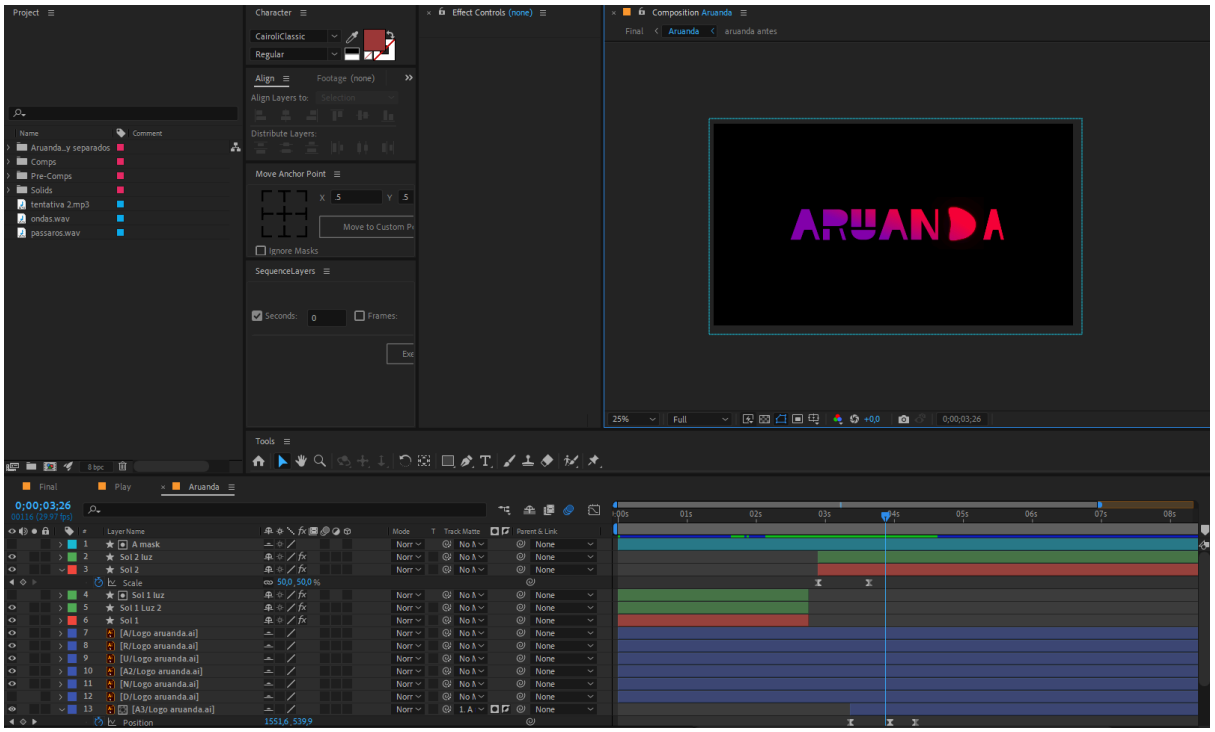
Iniciando a segunda sequência com o retorno do sol, foi utilizada uma cópia do círculo da etapa anterior, porém com dimensões bem mais reduzidas para se adequar à escala das letras da palavra “Aruanda” . Essa escolha teve como objetivo separar as duas etapas da animação, permitindo que a transformação do círculo fosse realizada de maneira independente da animação inicial. Dessa forma, tornou-se mais simples controlar simultaneamente a animação da posição e do formato do elemento, além de evitar conflitos entre os quadros-chave das diferentes partes.

Em seguida, foi utilizado o logotipo do AruandaPlay com as letras separadas, permitindo que cada uma fosse revelada individualmente à medida que o sol atravessava a composição. Para isso, foi animada a opacidade de cada letra, variando de 0 a 100% em sincronia com a posição do sol ao longo de seu deslocamento.

A única exceção a essa regra, foi a última letra “A”. Para esta letra foi utilizada uma forma diferente de animação, já que o sol encerra seu movimento ao se transformar na letra “D”.

A solução encontrada para isso foi fazer a letra “A” surgir de trás da letra “D”. Para manter a fluidez da animação, esse surgimento foi sincronizado com a fase final de transformação do círculo na letra “D”, aproveitando a aplicação técnica do *overlapping*. Na animação, o *overlapping* ocorre quando um elemento ultrapassa um pouco a sua marca final antes de recuar e parar, fazendo um pequeno movimento de rebote. Foi exatamente durante esse momento que a letra “A” foi introduzida, transmitindo a sensação de que o próprio impacto do “D” a projetou para frente.

Figura 10 - Sol revelando as letras e o “A” saindo detrás do “D”



Fonte: O autor (2026)

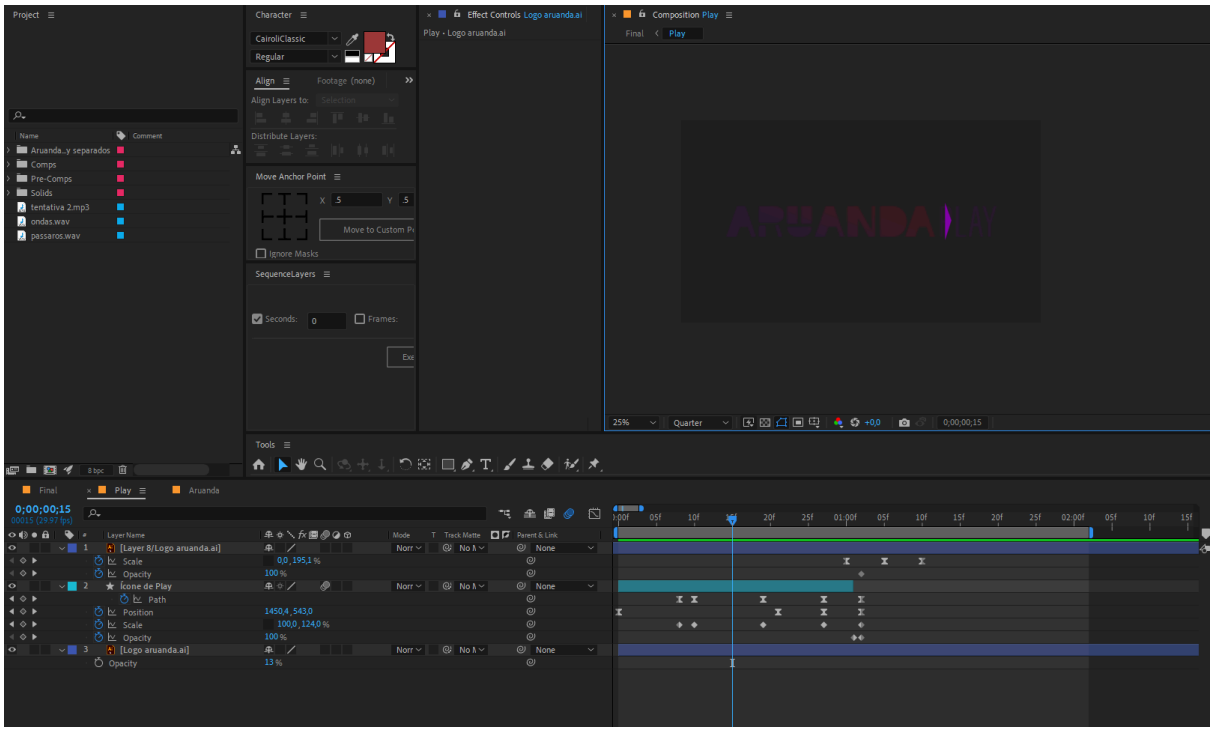
Após a finalização da animação da palavra “Aruanda”, o próximo passo foi utilizar a segunda composição para iniciar a animação do elemento “Play”. Para iniciar esta nova etapa, foi inserido na linha do tempo o arquivo da palavra, previamente importado do Adobe Illustrator.

O início desta etapa consistiu na criação do triângulo que representaria o símbolo de “Play”, seguindo o que foi descrito no *storyboard*. Para viabilizar a

animação de transformação, a altura do triângulo foi definida como a mesma da palavra que seria animada. Esse alinhamento foi necessário para garantir a suavidade da animação de transformação, criando a ilusão de que o ícone se transformou na tipografia.

Dando continuidade, foi definida a trajetória que o ícone iria percorrer. O elemento inicia fora da composição, surgindo pelo lado direito e avançando até o ponto onde se encontra o início da palavra play no logotipo da marca. Durante essa animação, aplicou-se novamente a técnica de *overlapping*, de modo que o instante exato do rebote fosse utilizado para fazer a transição do ícone para a tipografia.

Figura 11 - Animação do ícone de Play

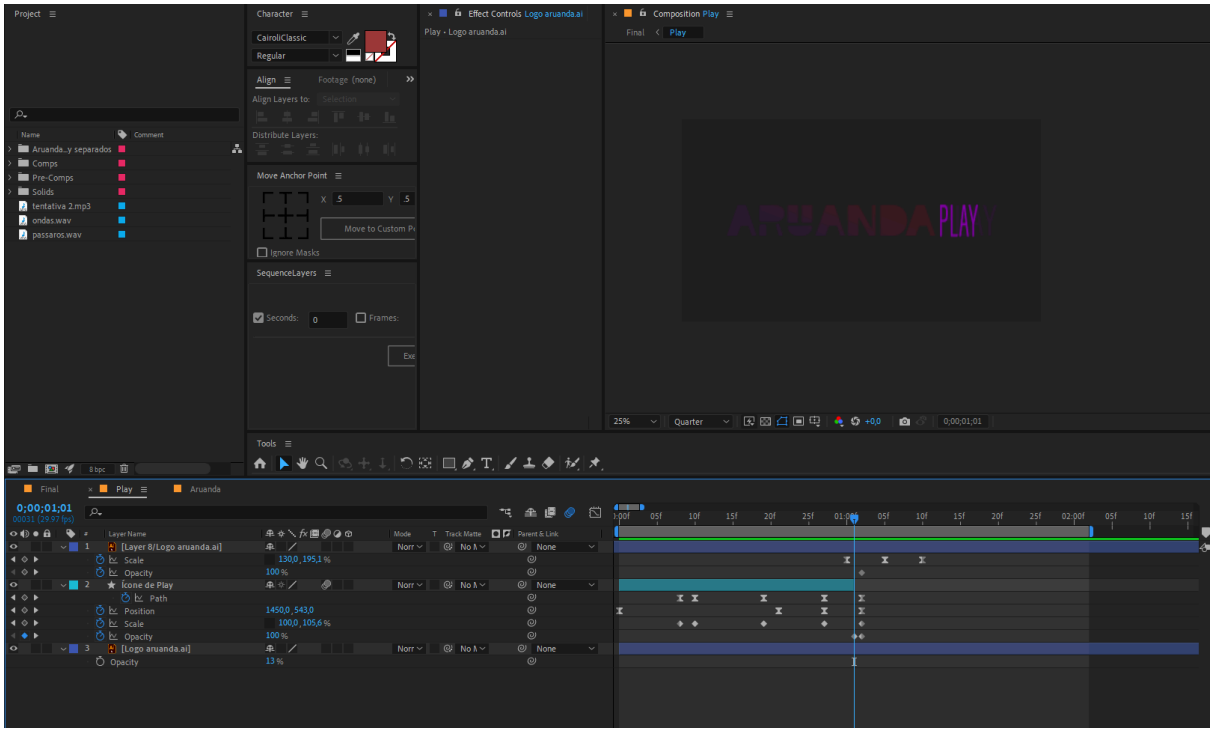


Fonte: O autor (2026)

Conforme mencionado anteriormente, o surgimento do texto coincide com o fim do deslocamento do ícone. Para realizar essa transição de forma mais natural, aproveitou-se a aceleração da forma geométrica, enquanto isso, a opacidade do ícone diminui rapidamente enquanto a da palavra aumenta. Além da sobreposição visual, a tipografia acompanha a velocidade do *overlapping*, mantendo a continuidade do movimento.

Nessa sequência, também foi aplicado o princípio de *Follow Through and Overlapping Action*. Ele foi utilizado no momento em que o sol se transforma na letra “D” e estaciona em seu lugar, bem como na transição do ícone para a palavra Play, garantindo continuidade aos movimentos.

Figura 12 - Transformação do ícone na palavra “Play”



Fonte: O autor (2026)

3.3.2.3 Montagem na Composição Final

Com as composições de “Aruanda” e “Play” já animadas, o fluxo de trabalho avançou para a etapa de montagem. O objetivo foi unificar as duas partes em uma única linha do tempo, corrigindo o posicionamento dos elementos na tela e realizando os ajustes necessários para a conclusão da etapa de animação.

Após a inserção das duas partes na composição final, o primeiro passo foi ajustar o enquadramento. Como inicialmente apenas a palavra “Aruanda” aparece centralizada na tela, foi necessário reposicioná-la, para garantir que o logotipo ficasse perfeitamente alinhado quando o “Play” atingisse sua marca final. Com esse objetivo, criou-se uma animação deslocando a composição “Aruanda” do centro ligeiramente para a esquerda da tela.

Na etapa de consolidação da animação, um movimento de *zoom out* foi adicionado à primeira sequência animada. O intuito dessa decisão foi quebrar a estaticidade e conferir maior dinamicidade à cena, assim como recomenda o princípio de *Secondary Action*.

3.3.3 Sonorização

Partindo para a próxima etapa, a composição final foi trazida para o Adobe Premiere Pro, software utilizado para a finalização do vídeo, onde foi realizada a sonorização da vinheta . Para essa parte do trabalho, a trilha sonora da vinheta original da AruandaPlay foi utilizada novamente, porém sendo incorporando um novo trecho da música de modo a adequá-la à nova estrutura e duração da animação.

Nesse contexto, iniciou-se o processo de sonorização. Para tanto, a animação foi importada para a linha do tempo do Adobe Premiere Pro, juntamente à trilha musical. O passo seguinte foi a seleção de um trecho da composição que melhor se adequasse ao ritmo e à estrutura da vinheta .

O critério central para a seleção do trecho musical foi a busca por uma transição sonora fluida, que evitasse cortes abruptos e preservasse a integridade da composição original. Simultaneamente, priorizou-se a sincronia rítmica entre a trilha e os eventos visuais da animação.

Como resultado dessa busca, foi identificado um trecho da composição, aproximadamente aos 2 minutos e 39 segundos, no qual os instrumentos realizam uma crescente de intensidade, seguido por uma nota sustentada do pífano. Esse momento apresentou boa correspondência com o desfecho da vinheta, proporcionando um encerramento coerente com a animação.

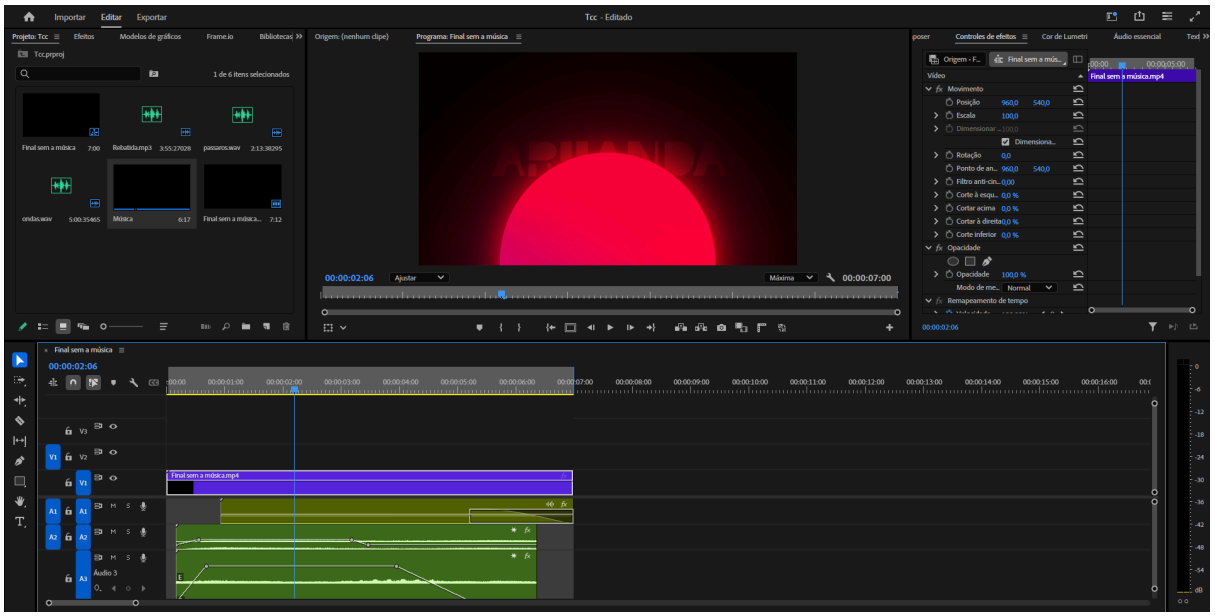
Porém essa pequena seção era muito curta para acompanhar toda a sequência. Para solucionar esse problema, foi incorporado um trecho anterior da música, iniciado aproximadamente aos 2 minutos e 20 segundos, integrando-o ao trecho final por meio de um *crossfade*, técnica de transição que promove uma sobreposição entre dois trechos de áudio, evitando cortes abruptos e preservando a continuidade rítmica da composição.

Após a junção dos trechos da trilha, procedeu-se à sincronização com a animação. Utilizou-se como referência visual o desfecho da peça, em que o ícone se transforma na palavra “Play”. Esse momento foi alinhado precisamente à batida final da música, coincidindo com a nota de pífano que precede a pausa

Concluída essa etapa, foram incorporados os efeitos sonoros responsáveis por representar o nascer do sol. Para isso, utilizaram-se dois efeitos distintos, o canto de pássaros e o som de uma onda do mar. Durante o processo de edição, entretanto, o áudio da onda foi manipulado e integrado à trilha de forma que passasse a desempenhar a função de um *riser*, efeito sonoro utilizado para criar sensação de crescimento e expectativa antes de um momento importante.

Dessa forma, sua origem torna-se praticamente imperceptível ao espectador, permanecendo apenas a sensação de progressão que antecede o clímax da vinheta. Vale ressaltar que ambos os efeitos utilizados na vinheta foram retirados do Freesound, plataforma que disponibiliza áudios sob licenças de uso livre. Essa escolha assegurou a conformidade com as normas de direitos autorais, permitindo a utilização dos arquivos no projeto[4].

Figura 13 - Sonorização no Adobe Premiere Pro



Fonte: O autor (2026)

3.3.3 Exportação

Finalizada a etapa de sonorização, procedeu-se à exportação do arquivo. Foram geradas duas versões com propósitos diferentes, a primeira, codificada em H.264, destinada à versão com o fundo preto, além de garantir a compatibilidade em plataformas digitais.

[4] Os links de acesso aos referidos áudios encontram-se listados no “Anexo A” desta documentação.

A segunda, exportada em formato *QuickTime* (com codec Animation e suporte a canal RGB+Alfa[5]), foi configurada para preservar a transparência do plano de fundo. Esta última versão é essencial para que a vinheta seja sobreposta a diferentes fundos como citado anteriormente.

O resultado final deste projeto pode ser conferido na íntegra através do seguinte link: vimeo.com/1212050208

[5] A escolha do codec Animation da Apple se deve à baixa perda de informações ao exportar o projeto, dessa forma, programas de edição de vídeo tem mais facilidade de lidar com esse tipo de arquivo. Já a escolha de manter o suporte a canais RGB e Alpha é bem simples. O canal RGB armazena informações de cor, enquanto o canal Alpha armazena informações de transparência, fazendo assim com que seja possível exportar o vídeo com o fundo transparente e ao mesmo tempo, manter as cores da composição.

4 CONCLUSÃO

Este projeto experimental buscou produzir uma animação de vinheta da plataforma de *streaming* AruandaPlay, a partir dos princípios do *motion graphic design*. Inicialmente, para entender o contexto de trabalhos acadêmicos na área, foi feita uma pesquisa em alguns sistemas de informação científica.

Os resultados desta investigação revelaram que essa área de desenvolvimento de vinhetas usando aplicações práticas do *motion design* é pouco explorada, tendo em vista a importância e a quantidade de consumo de produtos dessa natureza nas plataformas digitais.

Essa etapa foi importante para compreender a relevância que este trabalho apresenta ao cenário atual de produções acadêmicas da área, sobretudo no âmbito da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), quais foram identificados raros trabalhos voltados ao *motion graphics*, dos quais somente um adotava uma abordagem prática dessa linguagem.

Depois disso, com o objetivo de fortalecer o aporte teórico e prático do projeto, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o tema. Essa fase permitiu compreender o significado e o contexto histórico dos objetos deste trabalho, além de aprofundar o entendimento sobre os processos que envolvem a criação de uma peça de *motion graphics* e como aplicar os princípios fundamentais da animação clássica dentro desse contexto.

Dando continuidade ao processo, foi definida uma metodologia prática que norteou o projeto. A metodologia de Bruce Archer é estruturada em 3 fases principais, a analítica, a criativa e a executiva.

Durante a primeira fase foram analisadas tanto a própria marca, para entender os elementos que sustentam a sua identidade visual, quanto diferentes referências que serviram de base para o desenvolvimento da proposta, como o filme que dá nome à plataforma e as vinhetas de outros serviços de streaming. A partir dessa etapa surgiu o *moodboard* que serviu para juntar as referências visuais e nortear o projeto a partir daí.

Passando para a fase criativa, as análises e referências anteriores serviram de base para a criação do conceito do que viria a ser a nova vinheta da plataforma. A partir disso, foram produzidos o *storyboard* e os *style frames*, responsáveis por estruturar a animação e estabelecer tanto o seu ritmo quanto o seu visual.

Com o conceito pronto, deu-se início à última fase do projeto, que tinha como objetivo a produção desta animação através dos softwares da Adobe, aplicando os conceitos desenvolvidos ao longo do trabalho. Durante essa etapa, todos os planejamentos foram colocados em prática, resultando na versão final da animação.

Diante desse cenário, foi possível responder aos objetivos deste trabalho. A nova vinheta foi desenvolvida com base nas referências analisadas, atualizando a identidade em movimento da AruandaPlay para aproximá-la dos padrões adotados pela indústria de serviços de *streaming*, utilizando as técnicas e conceitos do *motion graphics*. Além disso, a proposta procurou reforçar os valores da marca ao incorporar elementos que remetem diretamente ao filme *Aruanda* e, de maneira mais ampla, à cultura brasileira e nordestina.

Ademais, ainda há espaço para a expansão deste projeto. Nesse sentido, aponta-se como próximo passo a avaliação do produto junto ao idealizador da plataforma, visando viabilizar uma possível aplicação real na identidade da AruandaPlay. Para isso, propõe-se a realização de reuniões de alinhamento e refinamento, ajustando a vinheta de acordo com as eventuais demandas e feedbacks.

Por fim, é importante ressaltar o potencial do *motion design* como área de atuação para o profissional formado em mídias digitais, tendo em vista sua alta aplicabilidade nos meios de comunicação audiovisual. Em um cenário marcado pelo consumo acelerado de conteúdo, a utilização do movimento na identidade visual torna-se um recurso importante para fortalecer o reconhecimento e a memorização da marca por parte do público. Dessa forma, a realização deste trabalho foi de grande contribuição para a formação acadêmica e profissional do autor, possibilitando o aprofundamento teórico e prático neste campo de estudo e abrindo caminho para futuras produções na área.

REFERÊNCIAS

AJIPRABOWO, Gheraldi Waskito; HANDRIYOTOPO, Handriyotopo. Design promotion media for Reog Ponorogo with graphic motion of Wayang Kulit. *ARTISTIC: International Journal of Creation and Innovation*, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 25-37, 2020. DOI: 10.33153/artistic.v1i1.2993. Disponível em: https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/artistic/article/view/2993. Acesso em: 17 jul. 2026.

BANSAL, J.; BALODI, K. C.; JAIN, R.; DATTA, S. Strategy and business model evolution at Adobe: competing in digital media software industry. *Journal of Information Technology Teaching Cases*, v. 13, n. 2, p. 136-144, 2023.

BRANDÃO, João; PESTANA, Ricardo Maia; RAPOSO, Daniel. Brand identity in motion: structural models of brand identity on TV opening credits. In: REBELO, Francisco; SOARES, Marcelo (org.). *Advances in Ergonomics in Design: Proceedings of the AHFE 2019 International Conference on Ergonomics in Design*. Cham: Springer, 2020. p. 136-146. (Advances in Intelligent Systems and Computing, v. 955). DOI: 10.1007/978-3-030-20227-9_13. Disponível em: http://hdl.handle.net/10400.11/8373. Acesso em: 17 jul. 2026.

BUSS, Erick Antunes. *Criação de animação educativa em motion graphics: a animação como instrumento de combate à desinformação sobre a intersexualidade*. 2025. 40 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2025. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/271084. Acesso em: 17 jul. 2026.

BYRNE, Bill; BRAHA, Yael. *Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web*. New York: Taylor & Francis, 2011.

CHOOKERD, Naparat et al. Using motion-graphic media to educate higher education students about depression: a randomized controlled trial. *Emerging Science Journal*, [S. l.], v. 8, p. 249-261, 2025. DOI: 10.28991/ESJ-2024-SIED1-015. Disponível em: https://www.ijournalse.org/index.php/ESJ/article/view/2769. Acesso em: 17 jul. 2026.

COIMBRA, Ana Luísa de Castro et al. O Movimento Armorial reafirmando as raízes da cultura popular. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 9., 2007.

CORREIA, Davi Aguiar. *Audiobranding: um estudo sobre a lembrança de marca a partir da assinatura sonora*. 2018. 50 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2018. Disponível em: http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/37102. Acesso em: 17 jul. 2026.

CROOK, Ian; BEARE, Peter. *Motion Graphics: Principles and Practices from the Ground Up*. New York: Fairchild Books, 2015.

COSTA, Carla Cristina da. Videodesign e pós-modernidade: o universo de criação das vinhetas de televisão. *Actas de Diseño*, n. 2, 2007.

DAS, Soumen. The impact of motion graphics in modern branding and marketing. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 992-994, 2024. DOI: 10.5281/zenodo.10700573. Disponível em: https://www.ijisrt.com/the-impact-of-motion-graphics-in-modern-branding-and-marketing. Acesso em: 17 jul. 2026.

FRONZA, André Luiz; BLUM, Arina; MEÜRER, Mary Vonni. Recomendações sobre design informacional aplicado em motion graphics. *InfoDesign*, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 50-63, 2014. DOI: 10.51358/id.v11i1.231. Disponível em: https://infodesign.emnuvens.com.br/infodesign/article/view/231. Acesso em: 17 jul. 2026.

HERRMANN, Ana Cláudia. *A influência das tecnologias e do mercado audiovisual brasileiro na estética de projeto de motion graphics: análise da identidade televisiva do canal Multishow*. 2013. 103 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2013.

KRASNER, Jon S. *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*. 2. ed. Amsterdam: Focal Press, 2008.

LYRA, Guilherme. MTV, a única com design pós-moderno: análise da influência da pós-modernidade nas vinhetas da MTV. *InfoDesign*, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 45-54, 2008. DOI: 10.51358/id.v5i1.49. Disponível em: https://infodesign.emnuvens.com.br/infodesign/article/view/49. Acesso em: 17 jul. 2026.

MERTEN, Ivan. *Produção de vídeo piloto em motion graphics*. 2019. 89 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/197317. Acesso em: 12 jul. 2026.

OLIVEIRA, Carolina Lima. *Identidade visual animada da Maratona Cultural de Florianópolis aplicada a telas de sinalização digital*. 2023. 69 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2023. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/252494. Acesso em: 10 jul. 2026.

PANTOJA, Márcio Filipe Peixoto et al. *Animação em prol de projetos de inclusão: relatório da produção do vídeo de apresentação da Jornada da Inclusão do TRT-13, com técnicas de motion design e foco em representatividade*. 2025. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/267280. Acesso em: 17 jul. 2026.

PEREIRA, Rafael Vasques. *Motion design e o branding da MTV Brasil: o motion design como linguagem na construção de branding da MTV Brasil*. 2022. 97 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022. Disponível em: https://hdl.handle.net/10923/26608. Acesso em: 17 jul. 2026.

PRANZL, Sérgio. *O videografismo (motion graphic design) na TV Brasil: as condições da prática*. 2019. 145 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado

do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: http://www.bdtd.uerj.br/handle/1/16424. Acesso em: 17 jul. 2026.

QUEIROZ, Camilla dos Santos. *Motion Design como ferramenta de ensino multimídia para profissionais de comunicação*. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2025. Disponível em: https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/18777. Acesso em: 17 jul. 2026.

RAMOS, Olavo. *Criação de vídeo em motion graphics com foco em conteúdo educativo: a divulgação científica por meio da animação*. 2023. 64 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2023. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/253629. Acesso em: 17 jul. 2026.

SAGATIO, Raphael Guaraná. *A evolução do Motion Graphics: da narrativa do cinema para a autonomia audiovisual*. 2018. 107 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2018. Disponível em: https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/12240. Acesso em: 7 maio 2026.

SANTOS, Jessé Matheus Ribeiro. *Design audiovisual para conscientização em redes sociais sobre a importância da vacinação*. 2020. 74 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/218843. Acesso em: 17 jul. 2026.

SILVA, Flávio B. et al. Bruce Archer: método sistemático para designers. In: NEVES, A. (org.). *Design como pensamento: uma breve história da metodologia de Design*. Recife: Centro de Artes e Comunicação, 2017. p. 52-59. Disponível em: https://www.academia.edu/36163012/Design_como_Pensamento. Acesso em: 17 jul. 2026.

SCHIAVONI, Jaqueline Esther. Imagem: o papel da vinheta no estabelecimento da marca. *Organicom*, São Paulo, v. 4, n. 7, p. 212-227, 2007. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2007.138953. Disponível em: https://revistas.usp.br/organicom/article/view/138953. Acesso em: 17 jul. 2026.

SCHIAVONI, Jaqueline Esther. Vinheta televisiva: usos e funções. *Significação: Revista de Cultura Audiovisual*, [S. l.], v. 38, n. 35, p. 91-106, 2011. DOI: 10.11606/issn.2316-7114.sig.2011.68162. Disponível em: https://revistas.usp.br/significacao/article/view/68162. Acesso em: 17 jul. 2026.

SCHIAVONI, Jaqueline Esther. *Vinheta: uma questão de identidade na televisão*. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 2008.

SCHMITZ CARDOSO, Gabriela. *Vídeo de animação para canal no YouTube: estímulo de pensamento crítico e emocional*. 2017. 92 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/181964. Acesso em: 17 jul. 2026.

SHAW, Austin. *Design for Motion: Fundamentals and Techniques of Motion Design*. 2. ed. New York: Routledge, 2020.

SOUSA, Paulo Onofre Silva de. *Impacto das vinhetas de abertura na retenção do público no YouTube: um estudo de caso do canal do Exército Brasileiro*. 2016. 77 f. Monografia (Especialização em Comunicação em Redes Sociais) – Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: https://repositorio.uniceub.br/handle/235/12240. Acesso em: 17 jul. 2026.

STONE, R. B.; WAHLIN, L. *The Theory and Practice of Motion Design: Critical Perspectives and Professional Practice*. New York: Routledge, 2018.

TEIXEIRA, Jonatan Nunes; OLIVEIRA, Paulo Custódio de. Movimento Armorial: a dualidade entre o erudito e o popular. *Revista de Literatura, História e Memória*, Cascavel, v. 13, n. 22, p. 163-174, 2017. Disponível em: https://saber.unioeste.br/index.php/rlhm/pt_BR/article/view/17861. Acesso em: 12 jul. 2026.

THOMAS, Frank; JOHNSTON, Ollie. *The Illusion of Life: Disney Animation*. New York: Disney Editions, 1981.

VASCONCELOS, David Ingsson Bezerra de. *Vinheta Arapuan Esportes: um estudo de caso de workflow de videografismo*. 2020. 72 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020. Disponível em: https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/17690. Acesso em: 7 maio 2026.

VELHO, João Carlos Pacheco Rodrigues. *Motion graphics: linguagem e tecnologia – anotações para uma metodologia de análise*. 2008. 193 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: http://www.bdtd.uerj.br/handle/1/9141. Acesso em: 17 jul. 2026.

WAYNE, Michael L. Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video on-demand portals. *Media, Culture & Society*, v. 40, n. 5, p. 725-741, 2018.

APÊNDICE A – ENTREVISTA COM O PROFESSOR LÚCIO VILAR

A entrevista com o professor Lúcio Vilar realizada no dia 29 de abril de 2025 pode ser acessada através do seguinte link: docs.google.com/spreadsheets/d/1LaPK_8zBrsuyW7ey_ArDgMl5UyFrWoOD2yin05p5hVU/edit?usp=sharing

ANEXO A – ÁUDIOS UTILIZADOS NA SONORIZAÇÃO

Os áudios utilizados para sonorizar a vinheta estão disponíveis nos sguintes links: freesound.org/people/InspectorJ/sounds/400632/ (som do mar), freesound.org/people/kvgarlic/sounds/427769/ (som de pássaros).