



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA –  
CAMPUS CABEDELO  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

## **PORTFOLIO**

BRUNO HENRIQUE RAPOSO MÁXIMO

CABEDELO  
2023

BRUNO HENRIQUE RAPOSO MÁXIMO

## **PORTFOLIO**

Portfólio apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, como requisito para conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico.

Orientadora: Profa. Me. Luciana Mendonça Dinoá Pereira

CABEDELLO  
2023

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação – (CIP)  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB

---

M464p Máximo, Bruno Henrique Raposo.

Portfólio / Bruno Henrique Raposo Máximo – Cabedelo, 2023.

118 f.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em Design Gráfico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB.

Orientadora: Profa. Ma. Luciana Mendonça Dinoá Pereira.

1. Design Gráfico. 2. Portfólio. 3. Identidade visual. I. Título.

CDU 741

---



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

BRUNO HENRIQUE RAPOSO MÁXIMO

PORTFÓLIO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de Tecnólogo(a) em Design Gráfico pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - Campus Cabedelo.

Trabalho avaliado na sua forma final para conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do IFPB Campus Cabedelo e aprovado pela banca examinadora em 03 de Julho de 2023.

**Membros da Banca Examinadora:**

Profa. Me. Luciana Mendonça Dinoa Pereira

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba

Profa. Dra. Fabianne Azevedo dos Santos

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba

Profa. Dra. Lais Helena Gouveia Rodrigues

Cabedelo/2023

Documento assinado eletronicamente por:

- **Luciana Mendonca Dinoa Pereira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 31/07/2023 20:22:15.
- **Lais Helena Gouveia Rodrigues, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO**, em 01/08/2023 09:22:21.
- **Fabianne Azevedo dos Santos, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 01/08/2023 15:13:40.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 30/07/2023. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 454224

Verificador: e44b0cc47c

Código de Autenticação:



Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CABEDELLO / PB, CEP 58103-772  
<http://ifpb.edu.br> - (83) 3248-5400

## AGRADECIMENTOS

Inicialmente gostaria de agradecer a minha orientadora, professora Luciana Dinoá pelo auxílio no desenvolvimento deste trabalho, agradeço também aos professores do Instituto Federal da Paraíba (IFPB), por fornecerem a educação necessária para minha formação como profissional. Agradeço imensamente aos meus pais, Patrícia e Francisco Máximo, pela criação e pelo apoio ao longo de todos os anos da minha vida, que me incentivaram a cada momento do desenvolvimento desse trabalho e que não me deixaram desistir. Aos meus irmãos Priscilla e Rafael Máximo. Meus avós Wagner e Wilde Raposo. À minha parceira Leticia Marques, pelo auxílio, companheirismo e compreensão nos momentos de ausência. Aos meus grandes amigos Brenda Dala, Eduardo Grangeiro, Felipe Guaraná, e Melícia França que estiveram ao meu lado durante toda essa jornada. Também gostaria de agradecer a todos os membros da Empresa Júnior Sinapse. Aos meus mentores Erich Queiroz e Shirley Feitosa. Por fim, agradeço a todos os amigos e colegas que me acompanharam ao longo dos anos. *In Memoriam*, Mickael Alves, Doralice e Luiz Gonzaga Máximo.

## RESUMO

Este trabalho consiste no portfólio pessoal do aluno Bruno Henrique Raposo Máximo. Tendo como objetivo principal reunir e compilar uma seleção representativa de projetos de design gráfico desenvolvidos pelo autor, apresentando as diferentes etapas de desenvolvimento de cada projeto utilizando as metodologias adaptadas de Maria Luísa Peón (2003) e Alina Wheeler (2019). O portfólio inclui dez diferentes projetos, as áreas de ilustração, design de personagem, identidade visual e *branding*. Cada projeto foi desenvolvido seguindo etapas das metodologias mencionadas, proporcionando uma visão abrangente de cada processo, desde a análise do problema até o conceito final alcançado. A seleção dos projetos considerou a área de atuação atual do autor, exemplificando a aplicação do processo metodológico em diversos cenários e necessidades. Ao final do trabalho, o autor examina o contexto geral do Portfólio, os aprendizados obtidos ao longo da sua trajetória acadêmica e profissional, assim como sua perspectiva em relação a projetos futuros.

Palavras-Chave; design gráfico, portfolio, ilustração, design de personagem, identidade visual.

## ABSTRACT

*This paper consists of the personal portfolio of the student Bruno Henrique Raposo Máximo. Its main objective is to gather and compile a representative selection of graphic design projects developed by the author, presenting the different stages of development for each project using the adapted methodologies of Maria Luísa Peón (2003) and Alina Wheeler (2019). The portfolio includes ten different projects, covering illustration, character design, visual identity, and branding. Each project was developed following the steps of the mentioned methodologies, providing a comprehensive overview of each process, from problem analysis to the final achieved concept. The selection of projects took into consideration the author's current field of work, exemplifying the application of the methodological process in various scenarios and needs. At the end of the paper, the author examines the overall context of the portfolio, the lessons learned throughout his academic and professional journey, as well as his perspective regarding future projects.*

*Keywords; graphic design, portfolio, illustration, character design, visual identity.*

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1. Objetivos.....	11
1.2. Justificativa.....	12
2. METODOLOGIA.....	13
3. PROJETOS.....	14
3.1. Brilhos Na Floresta em Cordel.....	14
3.2. Dagon.....	30
3.3. Guia Definitivo Do Barman Amador.....	45
3.4. Sinapse.....	55
3.5. Napi.....	62
3.6. Vescis.....	72
3.7. Quelonia Residence.....	79
3.8. Avant Home.....	87
3.9. Hub Residence.....	96
3.10. Systemic.....	105
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	111
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....	113
ANEXOS.....	115

# 1. INTRODUÇÃO

Descrito como uma compilação sistemática de trabalhos, projetos ou realizações, elaborada com o propósito de demonstrar as habilidades, competências, experiências e conquistas de um indivíduo ou organização em um campo específico. O portfólio é uma ferramenta frequentemente utilizada por profissionais de diversas áreas, tais como artistas, designers, fotógrafos, escritores, profissionais de marketing, desenvolvedores de software, entre outros. A utilização de um portfólio criteriosamente construído confere vantagens significativas ao indivíduo ou à organização na busca por oportunidades de trabalho ou colaborações profissionais. Através dessa ferramenta, potenciais empregadores e clientes podem obter uma visão aprofundada e concreta das capacidades e realizações do autor, contribuindo para uma avaliação mais abrangente e informada em relação ao perfil profissional apresentado (PIMENTA, 2019).

Deste modo, considerando o contexto competitivo e dinâmico do mercado de design gráfico, torna-se evidente a importância do portfólio como veículo para a ingressão do profissional no mercado. Através do portfólio, demonstra-se de forma tangível a capacidade do designer gráfico de solucionar problemas de forma criativa e eficaz. Cada projeto presente no portfólio representa um desafio específico que foi enfrentado e superado, demonstrando a habilidade do profissional em compreender as necessidades do cliente, desenvolver conceitos relevantes e implementar soluções visualmente atraentes, potencializando oportunidades de trabalho. O presente trabalho consiste no portfólio pessoal do aluno Bruno Henrique Raposo Máximo<sup>1</sup>, elaborado como requisito para a conclusão do Curso Superior de Tecnologia Em Design Gráfico. Este portfolio reúne dez diferentes trabalhos, que englobam três projetos relacionados à ilustração, um projeto voltado ao design de personagem, cinco projetos de identidade visual nos quais três foram desenvolvidos para empreendimentos residenciais, assim como um projeto de *branding*<sup>2</sup>. O trabalho tem como objetivo fornecer uma visão abrangente

---

<sup>1</sup> Disponível em: [www.bmaximo.myportfolio.com](http://www.bmaximo.myportfolio.com)

<sup>2</sup> Gestão estratégica de marcas, indo além da sua criação e identidade visual. Envolve o planejamento da comunicação, posicionamento e definição dos valores da empresa, buscando desenvolver a conscientização e fidelidade dos clientes (WHEELER, 2019).

das diferentes etapas de desenvolvimento de cada projeto, abordando desde a metodologia empregada até o conceito final alcançado. A seleção dos projetos foi realizada levando em consideração a atual área de atuação do autor, a fim de ilustrar a aplicação do processo metodológico, especificamente o uso das metodologias adaptadas de Maria Luísa Peón (2003), e de Alina Wheeler (2019), caracterizadas pela segmentação do processo criativo em etapas de concepção, desenvolvimento e aplicação. Demonstrando sua utilização em diversos cenários e necessidades. Ao reunir esses dez itens no portfólio, espera-se que este trabalho evidencie a capacidade do autor em lidar com uma variedade de projetos no campo do design gráfico, destacando suas capacidades técnicas e criativas, também fornecendo ao leitor uma compreensão aprofundada do processo de desenvolvimento de cada projeto.

## **1.1. Objetivos**

### **1.1.1 Objetivo Geral**

Reunir e compilar uma seleção representativa de projetos de design gráfico desenvolvidos pelo autor, definindo os problemas abordados, apresentando com clareza as diferentes etapas de desenvolvimento de cada projeto, assim como o resultado do processo e solução dos problemas definidos.

### **1.1.2 Objetivos Específicos**

- Compreender de que forma os projetos podem ser apresentados de modo a criar uma narrativa envolvente que conecte os tópicos de maneira lógica e sequencial, facilitando o acompanhamento e compreensão da progressão do trabalho.
- Entender como utilizar elementos visuais, como imagens e gráficos de forma estratégica para transmitir a essência dos projetos e tornar a apresentação mais atraente e compreensível.
- Identificar maneiras de descrever ideias e inspirações exploradas durante a conceitualização dos projetos de forma concisa, esclarecendo informações

relevantes para o entendimento do conceito final e eliminando informações excedentes.

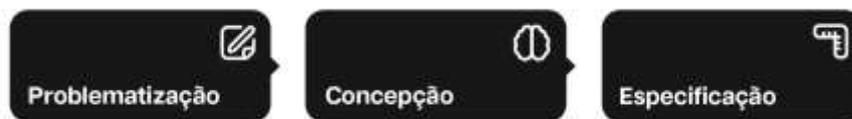
## 1.2. Justificativa

O trabalho de conclusão de curso (TCC) tem como função a aplicação e demonstração prática dos aprendizados adquiridos pelo aluno durante a graduação, assim como a consolidação deles. Neste contexto, a apresentação do portfólio permite tanto a oportunidade de demonstrar de forma concreta as competências adquiridas ao longo do curso e a aplicação prática de conceitos teóricos, como também uma oportunidade de autoavaliação e aprimoramento, visto que ao compilar e descrever seus trabalhos, o aluno é levado a uma reflexão crítica sobre sua própria produção. Isso inclui a possibilidade de identificar áreas de melhoria em seus projetos, analisar a evolução ao longo do curso e estabelecer metas de aprimoramento profissional. O processo de autoavaliação estimula o aluno a buscar o aperfeiçoamento contínuo de suas habilidades e conhecimentos após a conclusão do curso. Este portfólio conta com projetos de *branding*, identidade visual, ilustração e design de personagem, áreas com desafios e particularidades distintas, porém com o caráter comum do design gráfico; a transmissão de conceitos, ideias e informações de forma visualmente atraente e eficaz. A imagem é utilizada para criar uma identidade única e reconhecível, atribuindo valores e personalidade ao produto e permitindo a formação de vínculos emocionais pelo público-alvo. Avaliando o atual cenário do mercado, onde a barreira de entrada para o uso das diferentes ferramentas de criação diminuiu exponencialmente, embora o conhecimento técnico, sem dúvida, desempenhe ainda um papel significativo na execução de ideias, o entendimento do processo criativo é a verdadeira base sobre a qual são construídas essas ideias. Trata-se do uso do pensamento crítico para solução de problemas, da canalização do imaginário e da expressão de perspectivas únicas. A demonstração do processo de criação em três áreas distintas portanto, permite não apenas a exposição técnica do desenvolvimento de marcas, personagens ou ilustrações, mas também de uma visão geral da utilização eficiente do processo criativo para a geração de soluções, e como o pensamento de design pode ser aplicado em diferentes formas.

## 2. METODOLOGIA

Aplicou-se nos projetos duas metodologias adaptadas. A metodologia primária empregada nos projetos de ilustração, design de personagem e identidade visual teve como base a abordagem proposta por Maria Luísa Peón (2003), que consiste em três fases distintas: problematização, concepção e especificação (Figura 1), com modificações e adaptações pertinentes ao projeto em questão. Essa metodologia foi escolhida por sua simplicidade e flexibilidade, essencialmente segmentada entre a) etapa de análise do problema e coleta de informações; b) exploração e desenvolvimento de uma solução; c) validação e aplicação da solução. Esse modelo de base pode ser utilizado consistentemente em múltiplos cenários, ainda mantendo a coesão necessária para o desenvolvimento efetivo do projeto. Cabe ressaltar que a metodologia proposta por Peón (2003) serviu unicamente como base para a condução dos projetos, sendo adaptada e ajustada conforme as necessidades e características específicas de cada projeto.

Figura 1 - Base da metodologia adaptada de Peón (2003)



Fonte: Autor

A segunda metodologia utilizada foi a proposta por Alina Wheeler (2019), para o projeto de *branding*. A metodologia voltada ao processo de construção de marca demonstra uma abordagem mais minuciosa quando comparada àquela apresentada por Peón (2003), sendo dividida em cinco distintas fases: condução da pesquisa, classificação da estratégia, design da identidade, criação dos pontos de contato e gestão de ativos (Figura 2). Cada uma dessas fases engloba subfases específicas que direcionam a progressão do projeto em questão. A metodologia de Wheeler (2019), foi selecionada para o projeto de *branding* devido a sua maior complexidade e a necessidade de definição de múltiplos aspectos da marca além da identidade visual, como seu posicionamento, propósito e valores.

Figura 2 - Base da metodologia adaptada de Wheeler (2019)



Fonte: Autor

## 3. PROJETOS

### 3.1. Brilhos Na Floresta em Cordel

#### Sobre:

O projeto, desenvolvido no ano de 2022, trata do desenvolvimento de ilustrações para uma adaptação da obra "Brilhos na Floresta", escrita por Noemia Kazue Ishikawa, bióloga e pesquisadora do Instituto Nacional de Pesquisa da Amazônia (INPA), em parceria com Takehide Ikeda, pesquisador de cores dos seres vivos, do Centro de Pesquisa de Vidas Selvagens, Universidade de Kyoto/Japão; Aldevan Baniwa, agente de combate às endemias, Fundação de Vigilância em Saúde, Manaus/Brasil; e Ana Carla Bruno, antropóloga, linguista, pesquisadora do Instituto Nacional de Pesquisa da Amazônia (INPA), originalmente ilustrada pela artista visual Hadna Abreu.

A obra, lançada originalmente nas línguas: português, japonês, inglês e nheengatu, é uma ficção baseada na experiência real do grupo de pesquisadores ao presenciar, pela primeira vez, fungos bioluminescentes na escuridão da floresta amazônica. Evento associado à identificação de uma nova espécie de fungos bioluminescentes em 2017 catalogada como *Mycena Cristinae* em homenagem à Cristina Maki, professora da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), que trabalhou na pesquisa do novo fungo, porém faleceu antes da conclusão do trabalho. A História aborda os temas de biodiversidade amazônica assim como as relações entre o ser humano e a natureza e a vivência indígena e dos povos da floresta. O livro é um registro de cenas cotidianas que busca incentivar a curiosidade do leitor, sobre a

diversidade biológica e cultural da Amazônia e a importância da sua preservação. A história ilustrada também surgiu como forma de fortalecer a iniciativa do Micoturismo, que une o estudo sobre os fungos ao turismo, os personagens da narrativa são os próprios autores, Noêmia Ishikawa e Takehide Ikeda, guiados por Aldevan Baniwa e Aluizio Braz.

A obra foi de grande relevância, gerando adaptações diversas, e versões adicionais nas línguas espanhol, tukano, idioma huarpe, língua baniwa, francês e guarani, assim como versões em peça de teatro e música. Em 2022, a pesquisadora Noêmia Ishikawa colaborou com a cordelista Cíntia Moreira para o desenvolvimento de uma nova adaptação da obra, desta vez na linguagem poética e visual da literatura de cordel. Com a nova temática uma nova direção artística seria necessária para as ilustrações, baseada nos valores estéticos presentes na xilogravura, técnica associada à literatura de cordel.

## **Obstáculo:**

A adaptação em cordel do livro “Brilhos Na Floresta” busca trazer os mesmos valores e mensagem da obra original para o público nordestino e, portanto, foi reescrita na forma de poesia em quadra, com estrofes de 4 versos e rima característica da poesia sertaneja. Cada página contém 2 estrofes pareadas com uma ilustração, totalizando 22 páginas de corpo numa estrutura diferente do livro original. As ilustrações devem complementar o texto e sua mensagem relativa à página numa estética derivada da arte de xilogravura através do meio digital, porém mantendo uma estética distinta que deve equilibrar às características visuais presentes na xilogravura de cordel com a representação mais detalhada e educativa da biologia apresentada na obra.

## **Metodologia:**

Utilizando a metodologia adaptada de Peón (2003)(Figura 3), a fase de problematização englobou o diagnóstico da situação do projeto, no qual foram identificadas e analisadas as necessidades relacionadas ao desenvolvimento das ilustrações, e a coleta de informações relevantes para a fase de concepção. A fase de concepção concentrou-se na exploração, testes e refinamento da direção artística necessária para o desenvolvimento das peças. E por fim, a fase de especificação se inicia com a definição das diretrizes e especificações que orientam a aplicação consistente e coerente dos elementos visuais, ou seja, a solidificação do estilo artístico da obra, assim como o desenvolvimento das ilustrações e subsequentes revisões após coleta de *feedback*. Também incluiu o desenvolvimento de uma segunda versão do livro, com conteúdo em preto e branco.

Figura 3 - Aplicação da metodologia de Peón (2003) no projeto



Fonte: Autor

### **Problematização:**

Para identificar as demandas particulares do projeto, foi realizada uma reunião inicial com o cliente, onde foram discutidas as necessidades para a definição estética da adaptação da obra. Foi comunicada a intenção de criar um visual único, que fosse reconhecível como arte de cordel, mas que também apresentasse uma direção de arte específica, equilibrando a estética típica da xilogravura, com uma direção de arte marcante e original, com representações detalhadas dos elementos relacionados à biologia e micologia importantes para a comunicação educativa na obra, assim como a boa representação dos personagens e suas personalidades.

### **Levantamento de dados:**

De acordo com Costella (2003), a xilogravura é uma técnica artística que envolve o entalhe de desenhos em uma matriz de madeira por meio do uso de instrumentos de corte, seguido da aplicação de tinta na matriz, normalmente utilizando um rolo de borracha, que é então pressionada contra o papel para transferir a imagem gravada. Essa técnica ganhou notoriedade durante a Revolução Industrial, ao ser utilizada como meio mais acessível de ilustração em livros, até chegar a Portugal e, posteriormente, ao Brasil, onde se popularizou por

meio dos folhetos de cordel onde a xilogravura e a poesia nordestina se fundiram como uma linguagem de expressão, desempenhando um papel fundamental na escrita e impressão de histórias documentadas. No contexto da literatura de cordel, a xilogravura é produzida com uma abordagem gráfica simples (Figura 4), visando a comercialização a preços acessíveis, atendendo principalmente às camadas economicamente desfavorecidas da população. Sua simplicidade de produção e baixo custo tornaram a xilogravura um fator importante para a sustentação da tradição oral e para a preservação das raízes das histórias e das pessoas que as contavam.

Figura 4 – Mudança de Sertanejo, de José Borges (1999), demonstra a estética associada ao cordel



Fonte: <https://plataforma9.com/upload/2022/05/literatura-cordel-gh737373.jpg>

Durante a primeira reunião de briefing com o cliente, foi determinado que, por razão de eficiência, as ilustrações deveriam ser desenvolvidas através do meio digital, porém, reconhece-se que várias das características presentes na xilogravura de cordel são resultantes do seu processo, sendo uma técnica de impressão em relevo que requer o entalhe de matrizes de madeira. Para desenvolver uma simulação artística da estética de xilogravura no meio digital foi necessário entender e definir as características visuais da xilogravura, que foram estudadas a partir da análise de diferentes referências, os padrões observados foram compilados para utilização como diretrizes iniciais durante a fase de testes. Cabe ressaltar que as diretrizes

definidas durante o processo de levantamento de dados não se trata de regras definitivas sobre a arte em xilogravura no geral, apenas de observações pelo autor que facilitariam o processo de simulação da técnica no meio digital, Que foram:

- **Linhas marcantes:** a xilogravura de cordel é reconhecível por suas linhas criadas por meio da incisão profunda da madeira. Essas linhas são muitas vezes irregulares e podem ser usadas para criar texturas e padrões.
- **Contraste:** a xilogravura de cordel utiliza contrastes fortes entre áreas claras e escuras para criar imagens de impacto. As áreas mais claras são criadas pela remoção de mais madeira, enquanto as áreas mais escuras são deixadas intactas.
- **Simplificação:** devido à natureza da técnica, a xilogravura de cordel tende a simplificar as imagens, removendo detalhes desnecessários e focando nos elementos mais importantes.
- **Cores limitadas:** a xilogravura de cordel tradicionalmente usa uma paleta limitada de cores, muitas vezes apenas preto e branco, embora possam ser adicionadas algumas cores através de técnicas de impressão posteriores.
- **Textura da madeira:** a textura da madeira pode ser uma parte importante do processo de xilogravura, e muitas vezes é deixada visível na impressão final acrescentando um elemento de rusticidade e autenticidade à obra.

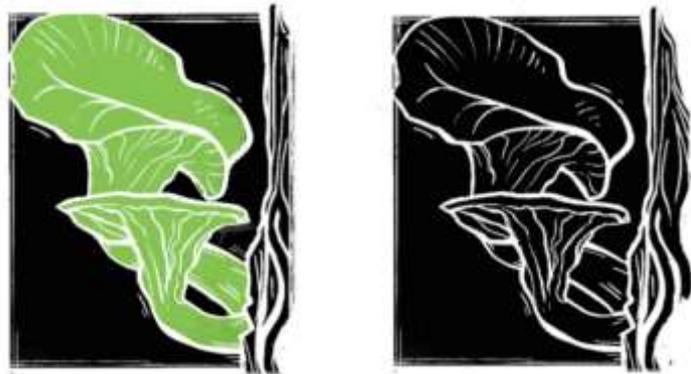
## **Concepção:**

Após a primeira reunião com o cliente e estudo das técnicas utilizadas na xilogravura, foram explorados diversos pincéis e configurações no Adobe Photoshop, programa de edição e criação de imagens. Após a seleção do pincel, foram desenvolvidos testes contemplando diferentes caminhos estéticos a serem seguidos, os testes foram divididos em quatro etapas, cada uma explorando diferentes níveis de equilíbrio entre simulação da xilogravura e fidelidade de representação.

**Testes:**

A primeira etapa de testes (Figura 5), busca um traço orgânico que tenta equilibrar a simplificação da xilogravura com uma representação mais detalhada dos objetos, mas não simula bem as linhas angulares presentes no processo de entalhe característico da xilogravura.

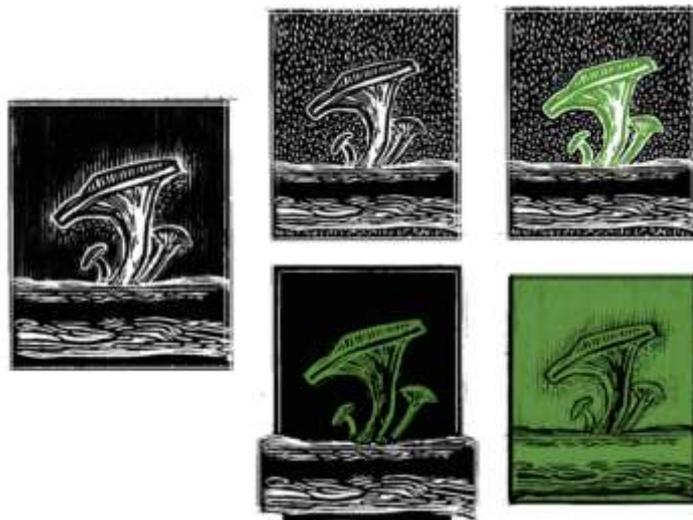
Figura 5 - Resultado da primeira etapa de testes



Fonte: Autor

A segunda etapa (Figura 6), busca uma simulação mais fiel do processo de entalhe em madeira e suas limitações com traço mais angular e impreciso, porém sacrifica na fidelidade da representação do objeto, podendo não ser desejável.

Figura 6 - Resultado da segunda etapa de testes



Fonte: Autor

A terceira etapa (Figura 7), explora a possibilidade de uma representação detalhada do objeto mantendo as características da simulação do processo de entalhe, sacrificando a simplicidade no traço a favor de maior fidelidade visual.

Figura 7 - resultado da terceira etapa de testes



Fonte: Autor

Os testes foram compilados e apresentados para o cliente em uma reunião, onde foi discutido quais elementos da xilogravura de cordel poderiam ser comprometidos nas ilustrações, a serviço de um produto capaz de comunicar os conceitos da obra original com mais eficiência. O caminho selecionado pelo cliente foi descrito como uma estética equilibrada entre os resultados da segunda e terceira etapas. A quarta e última etapa de testes (Figura 8), foi desenvolvida após o envio das etapas anteriores para avaliação do cliente e especificação do padrão estético das ilustrações, seu resultado busca explorar a representação dos personagens e sua relação com o cenário, diferentes níveis de detalhamento assim como a definição do uso de profundidade e perspectiva.

Figura 8 - Resultado da quarta etapa de testes



Fonte: Autor

### Especificação:

O pincel escolhido foi o Sampled Brush 9 46 (Figura 9), do pacote de pincéis do artista Greg Rutkowski<sup>3</sup>, que busca simular diferentes pincéis em meio tradicional, traz textura e variabilidade similar ao processo de entalhe quando configurado com fluxo, opacidade em 100% e definição da pressão da caneta como alta sensibilidade, permitindo traços fortes de alto contraste com imperfeições.

Figura 9 - Pincel utilizado no projeto

Sampled Brush 9 46



Fonte: Autor

Os testes foram apresentados para o cliente e com o feedback recebido foram definidas diretrizes para a estética das ilustrações, que foram:

<sup>3</sup> Disponível em: <https://grzegorzrutkowski.gumroad.com/l/pACug?layout=profile>

- as ilustrações devem ser simples como prioridade, mas detalhamento mais complexo pode ser utilizado em contextos em que uma representação mais precisa do objeto se torna necessária, a representação dos personagens também se torna fluida, com diferentes níveis de complexidade relativos às necessidades da ilustração.
- ênfase em representar personagens em posição ou totalmente frontal ou de perfil, se assemelhando a convenções da xilogravura de cordel
- devido ao tema da história centrado em luzes no escuro e devido à simulação das limitações do processo de xilogravura, objetos devem ser representados como branco em fundo preto.
- as ilustrações devem ter uso limitado de cores, utilizando apenas do branco e preto com o uso especial do verde para representação da bioluminescência presente nos fungos, quando utilizado, o verde não possui variações de tom, apenas cor sólida e deve estar sempre destacado com branco de modo a simular o processo de impressão em xilogravura onde o branco representa a remoção de material da matriz, e a separação entre o verde e o preto são feitos em duas etapas no processo de impressão.
- ao ilustrar objetos deve-se considerar o processo de entalhe, um objeto ilustrado em branco deve ser feito considerando que o entalhe foi feito no espaço positivo e um objeto ilustrado em preto deve ser feito considerando que o entalhe foi feito no espaço negativo.
- o preenchimento do branco pode ser utilizado tanto para denotar a presença do objeto em relação ao fundo quanto para representar iluminação em cenas noturnas.
- os cenários devem conter pouca ou nenhuma profundidade ou perspectiva, se assemelhando às convenções da xilogravura de cordel.

Em seguida foram desenvolvidas as ilustrações, com reuniões e consultas frequentes para coleta de feedback e ajustes. Além do acompanhamento dos autores da obra original, o processo também contou com a consultoria do taxonomista Jadson Oliveira, pesquisador envolvido na catalogação da nova espécie, para garantir a representação correta das espécies ilustradas.

## Produto:

Foram desenvolvidas um total de 53 ilustrações, sendo 2 versões da capa, 30 peças e 21 ícones (Figura 10), assim como adaptações das ilustrações para versões em preto e branco do livro. As ilustrações desenvolvidas tiveram como objetivo, além da representação visual da narrativa e seus temas, a transmissão de informações de forma divertida e acessível sobre a ciência por trás da espécie descoberta, incluindo a filogenia da espécie, a química responsável pela sua bioluminescência e as funções evolutivas desse fenômeno. Além disso, as ilustrações retratam corretamente a fauna e flora da Amazônia, cada planta, fruto e animal ilustrado, embora com traço estilizado, corresponde a uma espécie real presente no bioma amazônico. As peças também demonstram os cuidados e precauções relacionados à exploração da floresta, como o uso de botas e luz ativa, bem como os aspectos culturais e humanos do contexto da vida na Amazônia. não se limitando apenas a representar o cenário científico dos pesquisadores, mas também capturando o modo de vida dos povos da floresta. Por meio do uso de elementos visuais, as ilustrações estabelecem uma conexão entre a narrativa e o contexto científico, cultural e humano da Amazônia.

Figura 10 – Peças de ilustração desenvolvidas



Fonte: Autor

### Estética, luz e sombra:

No contexto estético, as limitações impostas pela necessidade de simulação do padrão visual característico da xilogravura na literatura de cordel foram utilizadas para complementar a narrativa do livro. As ilustrações adotam uma abordagem visual que combina o uso do fundo preto com traços brancos. Essa escolha estilística está ligada ao tema central da história de brilhos no escuro, uma vez que o contraste entre o preto e o branco remete à ideia de iluminação em meio à escuridão. O uso limitado de cores, também característico da xilogravura de cordel, levou ao uso do verde na representação do fungo em combinação com as ilustrações monocromáticas, criando uma atmosfera visualmente cativante, que ressalta a bioluminescência no ambiente noturno da floresta. O contraste também permitiu a comunicação educativa sobre a natureza da luz nesse contexto (Figura 11), uma vez que, durante a história, as ilustrações estabelecem uma analogia entre a visibilidade da bioluminescência e a visibilidade das estrelas no céu noturno. O livro explora a relação entre as fases da lua, e a visibilidade das estrelas, destacando que em noites de lua nova, quando há pouca interferência luminosa, tanto as estrelas no céu quanto a luz dos fungos na floresta se tornam mais visíveis. Essa analogia facilita o entendimento do conceito de forma intuitiva, reforça a conexão entre os fenômenos óticos e define as condições necessárias para a visualização dos fungos na natureza.

Figura 11 - ilustrações demonstrando o papel da baixa luminosidade na visibilidade da bioluminescência



Fonte: Autor

### Capa e contracapa:

A capa (Figura 12), contém vários elementos que serão explorados na história. Além dos fungos bioluminescentes ilustrados no tronco e nas folhas, o sapo representa o pesquisador Ikeda e seu interesse especial em sapos, assim como sua curiosidade sobre os brilhos na floresta representada pelo sapo observando um vagalume, que por sua vez representa a natureza biológica da bioluminescência presente em várias espécies. A pegada de suçuarana representa a apreensão da pesquisadora Noêmia, e seu aprendizado ao longo da história sobre a relação pacífica entre o ser humano e a natureza, a borboleta representa a adaptação da história em si pela cordelista Cíntia, que tem como sua marca pessoal o símbolo da borboleta. Para complementar a mensagem presente na capa, a contracapa ilustra o mesmo cenário, desta vez ambientado durante o dia, onde os brilhos na floresta não são visíveis, comunicando a relação entre a visibilidade da bioluminescência dos fungos com a ausência de luz. O sapo visto na capa, sendo um anfíbio busca proteção na sombra de uma folha para evitar superaquecimento e desidratação por exposição ao sol.

Figura 12 – capa e contracapa do livro



Fonte: autor

## Tipografia<sup>4</sup>:

As fontes utilizadas (Figura 13) foram a Cotton, modificada com linhas e texturas para representar o entalhe, Cactus, fonte sugerida pela escritora devido a seu uso em material de cordel, e Coldsmith Pro, usada para os créditos por sua semelhança à fonte do título, porém com uma estrutura mais consistente.

Figura 13 - Fontes utilizadas na capa



Fonte: autor

## Versões em preto e branco:

Durante os últimos estágios do desenvolvimento do projeto, foi discutido a possibilidade de impressão de versões do livro em preto e branco para aumentar a acessibilidade da obra através de uma versão alternativa de menor custo, considerando que a obra embora produzida em forma de poesia de cordel teria um custo de produção maior que o cordel tradicional vendido em lojas. Para reduzir o custo de impressão e por extensão o preço do livro em lojas de cordel tradicionais, a concepção de uma versão em preto e branco gerou a necessidade de criar versões alternativas das páginas que contém o uso de cores (Figura 14), para garantir a qualidade estética das ilustrações em ambas as versões. Para isso objetos em verde foram convertidos para branco e suas bordas foram substituídas por detalhamentos em preto, estrelas e linhas que implicam brilho foram adicionadas ao redor dos objetos para representar a bioluminescência e substituem por completo os brilhos menores em páginas onde os fungos são vistos de longe, fortificando a analogia entre os brilhos na floresta e o céu estrelado.

<sup>4</sup> Estilo, design e arranjo visual dos caracteres, letras, e símbolos que compõem um texto. Tipografia é a técnica de criar e organizar elementos tipográficos para tornar o conteúdo legível, atraente e comunicativo (LUPTON, 2006).

Figura 14 - Peças desenvolvidas para versão em preto e branco



Fonte: Autor

### Ilustrações de créditos:

Para a página de créditos, foram desenvolvidas ilustrações dos envolvidos na produção da obra (Figura 15), as ilustrações de créditos foram desenhadas de forma mais representativa em relação às ilustrações dos personagens.

Figura 15 - Ilustrações de créditos



Fonte: Autor

## Ícones:

Para complementação das páginas de texto, ícones foram desenhados para acompanhar as estrofes de suas respectivas páginas (Figura 16), seguindo as mesmas diretrizes definidas para as ilustrações do livro. Os ícones de Cesta de Pupunha e Defumação não foram utilizados na versão final, sendo substituídos pelos ícones de Brilhos e Lanterna, mas foram mantidos para utilização em futuro material.

Figura 16 - Ilustrações de ícones



Fonte: Autor

## Conclusão:

O livro foi lançado em dezembro de 2022 com recepção positiva do público, sendo vendido em livrarias diversas nas cidades de Manaus e João Pessoa. em destaque, o livro pôde ser encontrado na Galeria Manart, em Manaus, e no museu Casa de Cultura Hermano José, em João Pessoa. Se encontrou na exposição “Simbiose – a conexão pelos fungos” da Deeplab Project, no Centro Cultural Oi Futuro, no Rio de Janeiro, e foi exposto na I Feira do Cordel em

João Pessoa, onde foi declamado ao público. No momento do desenvolvimento deste trabalho, o livro está sendo vendido em todo o Brasil. A versão em preto e branco desenvolvida também permitiu mais acessibilidade ao produto com a venda em lojas de artesanato, e uma exposição maior da iniciativa ao público geral. Com isso, o projeto busca não só traduzir a história para uma linguagem visual que remete à arte sertaneja, mas também utilizar a ilustração como uma ferramenta para gerar interesse no público sobre a ciência.

## 3.2. Dagon

### Sobre:

Desenvolvido no ano de 2021, o projeto se trata do desenvolvimento de ilustrações para uma versão ilustrada da obra Dagon de H.P. Lovecraft como parte avaliativa da disciplina de Planejamento Visual III, que tem como objetivo principal o desenvolvimento de conhecimento técnico avançado na manipulação de softwares de criação de peças gráficas, focando na produção de material impresso, tratamento de imagens e layouts, ministrada pela professora Turla Angela Alquete De Arreguy Baptista, do curso de Design Gráfico - IFPB.

H.P. Lovecraft foi o autor responsável pela criação do Horror Cósmico, ou Cosmicismo, uma filosofia e gênero literário que se baseia na insignificância humana perante o divino e o desconhecido (JOSHI, 2013). É sob esse aspecto que a narrativa de Dagon é pautada, sobre os relatos de um homem cuja sanidade já foi perdida, deixando dúvidas sobre a veracidade de sua história e sobre as origens e propósitos do desconhecido.

O conto é apresentado como uma carta de suicídio escrita por um homem não identificado que descreve um incidente que viveu durante a primeira guerra mundial, quando era marinheiro a bordo de um navio de carga. Ele e sua tripulação foram capturados por um invasor marítimo alemão, mas tratados com respeito, apesar de serem prisioneiros de guerra. devido ao bom tratamento dos seus captores o narrador consegue escapar facilmente no meio da noite em um bote salva-vidas com suprimentos suficientes para durar até ser resgatado por um navio ou chegar a terra. No entanto, seu barco aparece na costa de uma ilha descrita como uma grande planície de lama preta viscosa, que ele supõe ser um pedaço do fundo do oceano

trazido à superfície por uma agitação vulcânica. Uma vez que o solo está suficientemente seco, ele começa a explorar esta terra, e do outro lado descobre um estranho monolito que desperta sua curiosidade. No entanto, essa curiosidade logo se transforma em puro horror quando ele vislumbra um gigantesco monstro marinho.

### **Obstáculo:**

Ilustrar uma obra de H.P. Lovecraft é um desafio, tendo em mente as características principais do horror cósmico como a exploração do medo existencial do desconhecido, com elementos narrativos propositalmente inexplicados, suas histórias geralmente lidam com conceitos abstratos e horrores intangíveis, que podem ser difíceis de traduzir em imagens concretas. As criaturas de Lovecraft são frequentemente descritas como estando além da compreensão humana, com estranhas geometrias não euclidianas e formas indescritíveis. Isso os torna difíceis de visualizar e retratar de uma forma que lhes faça justiça. Suas narrativas também lidam com temas e ideias complexas, como a natureza da realidade, os limites do conhecimento humano e a fragilidade da sanidade. Esses temas geralmente são transmitidos por meio do uso de idéias abstratas ou simbólicas, que podem ser difíceis de ilustrar de forma a capturar com precisão seu significado. Portanto, o uso de ilustração nas histórias de Lovecraft pode potencialmente diminuir seu impacto narrativo, tendo que elas dependem fortemente da imaginação do leitor para criar uma sensação de horror.

A emoção mais forte e mais antiga do homem é o medo, e a espécie mais forte e mais antiga de medo é o medo do desconhecido. Poucos psicólogos contestarão esses fatos, e a sua verdade admitida deve firmar para sempre a autenticidade e dignidade das narrações fantásticas de horror como forma literária (LOVECRAFT, 1987, p. 1).

Ao fornecer uma representação visual das criaturas, lugares e eventos da história, um ilustrador pode limitar a capacidade do leitor de imaginar e interpretar esses elementos por conta própria. Dito isso, é importante observar que as ilustrações também podem aumentar o impacto das histórias de Lovecraft, se bem-feitas. O uso da Ilustração pode criar visuais que complementam e aumentam a história, em vez de prejudicá-la. Em última análise, a eficácia das ilustrações depende fortemente da abordagem utilizada e requer a compreensão dos temas contidos na história, bem como o uso de técnicas visuais não convencionais e abstratas.

## Metodologia:

Utilizando a metodologia adaptada de Peón (2003) (Figura 17), a fase de problematização englobou o estudo aprofundado da obra, com o objetivo de compreender plenamente seu tom e assunto, seguido pela análise e compilação dos seus temas e elementos narrativos, que seriam considerados na criação das ilustrações. A fase de concepção envolveu o processo de ideação, visando explorar como os temas e elementos narrativos poderiam ser traduzidos visualmente nas ilustrações. A coleta de referências e inspirações e a realização de testes para a definição da direção artística para as ilustrações. A fase de especificação incluiu a definição do estilo artístico para as ilustrações e o seu desenvolvimento.

Figura 17 - Diagrama detalhando a aplicação da metodologia de Peón no projeto



Fonte: Autor

## Problematização:

### Estudo da obra e levantamento de dados:

A primeira etapa do projeto constituiu a leitura completa da obra com objetivo de obter uma compreensão de seu assunto e tom. Listando temas, ideias e detalhes importantes que possam ser usados para inspirar conceitos visuais.

**Temas:**

**Fragilidade e degradação da mente humana:** O protagonista se depara com horrores que desafiam sua compreensão da realidade, e o trauma psicológico resultante pode ser tão aterrorizante quanto o perigo físico que enfrenta, o conto utiliza um narrador não confiável, e indica a possibilidade de que a história contada pelo protagonista se trate de um episódio de delírio causado por dias de isolamento e condições não favoráveis quando perdido no mar, ou que o mesmo fora levado à loucura por seu encontro com o sobrenatural. O uso do narrador não confiável por Lovecraft permite que ele crie uma sensação de incerteza e dúvida na mente do leitor, que é forçado a questionar a veracidade do que está sendo contado.

**Limites da compreensão humana:** O protagonista presencia algo incompreensível, resultando na sua degradação mental, o conto cria uma sensação de medo e desconforto ao sugerir que existem coisas no universo que estão além da compreensão humana. Ao sugerir que existem poderes vastos e antigos além da compreensão, Lovecraft explora um medo profundo do desconhecido e a possibilidade de que nosso lugar no universo seja insignificante.

**Medo do desconhecido:** O conto descreve um monolito de pedra com entalhes e imagens irreconhecíveis, a possível presença de um povo antigo nas áreas mais remotas do oceano pacífico e um monstro incompreensível nas profundezas do oceano, uma planície escura e viscosa inexplicada, a obra explora o medo através da ausência de informação, deixando o leitor preencher as lacunas com sua imaginação.

**Elementos:**

**A morfina:** O protagonista se encontra viciado em morfina, o uso da droga com seu efeito sedativo e com seu efeito colateral de perda de memória é uma forma de escape da realidade, apenas com o uso da droga o protagonista se torna estável o suficiente para contar a história.

**A janela:** Une o início ao fim da história, no início o protagonista contempla o mar pela janela, no fim o protagonista é assustado por algo que vê através da mesma janela.

**A planície:** É onde maior parte da história se passa, de origem inexplicada a planície marca a transição do natural para o sobrenatural durante a história.

**A lua:** Embora inicialmente útil para o protagonista como fonte de luz, a visão da lua é associada ao mostro e as memórias traumáticas do protagonista.

**O monolito:** Uma estrutura desconhecida de pedra encontrada em meio ao oceano pacífico, sua origem é desconhecida, mas seu conteúdo descreve criaturas misteriosas e o monstro.

**O monstro:** A criatura que dá nome à história é pouco descrita e só tem alguma forma de contato com o protagonista em um breve momento da história, observa-se apenas o impacto e consequências psicológicas do contato entre o protagonista e o monstro.

## Concepção:

### Ideação:

Após a coleta de informação, explorou-se a utilização dos temas através de associações em um mapa mental<sup>5</sup> (Figura 18), montado por meio do Figma, programa de edição gráfica e prototipagem de projetos de design.

Figura 18 - Mapa mental explorando os temas e elementos contidos na obra



Fonte: Autor

<sup>5</sup> Técnica de organização visual que parte de uma ideia central, conectando-a a outras ideias através de uma estrutura em árvore. Essa técnica reflete a forma como o cérebro humano associa informações, se tornando útil para encadear o pensamento e facilitar a compreensão (ALCANTARA, 2020).

## Referências e Inspirações:

Diferentes artistas e peças de arte influenciaram a estética que seria definida para o livro com as principais inspirações sendo as pinturas de Francis Bacon e as Pinturas negras de Francisco de Goya pela estética de horror e ansiedade com a distorção das formas inspiradas por experiências traumáticas vivenciadas pelos pintores, e trabalhos como as pinturas de William Utermohlen e o projeto musical *Everywhere at the End of Time*, do artista *the caretaker*, que ilustram o desgaste gradual da cognição humana (Figura 19).

Figura 19 - referências e inspirações para o padrão estético do projeto



Fonte: compilação do autor<sup>6</sup>

**Francis Bacon:** (Figura 19-A) Conhecido por usar a forma humana como tema, que distorcia e manipulava para criar uma sensação de desconforto e tensão. Suas figuras muitas vezes aparecem contorcidas, desfiguradas e isoladas, dando ao espectador uma sensação de alienação e desespero. Francis Bacon foi profundamente influenciado pelos horrores da Segunda Guerra Mundial e do Holocausto. Suas obras exploram temas de violência, alienação e mortalidade, e

<sup>6</sup> Imagens disponíveis em: (a) <https://www.sartle.com/artwork/figure-with-meat-francis-bacon>, (b) <https://i.redd.it/mtjocsoscmh71.png>, (c) <https://onartandaesthetics.com/2015/11/07/goyas-pinturas-negras/> (d) <https://shifter.pt/2020/12/everywhere-at-the-end-of-time/>

ele usou a abstração da forma humana como meio de expressar essas ideias (YALCINKAYA, 2018).

**William Utermohlen:** (Figura 19-B) Diagnosticado com a doença de Alzheimer em 1995, Utermohlen, artista americano, começou a experimentar um declínio em suas habilidades cognitivas, incluindo memória, linguagem e consciência espacial. Em resposta ao seu diagnóstico e às mudanças pelas quais estava passando, Utermohlen iniciou uma série de autorretratos que ilustravam o declínio gradual de suas capacidades cognitivas ao longo de vários anos, desde os estágios iniciais da doença até os estágios posteriores e mais debilitantes. As primeiras pinturas da série são autorretratos bastante diretos, mas à medida que a doença progride, as pinturas tornam-se cada vez mais abstratas e fragmentadas. O uso de cores e formas pelo artista se torna mais caótico e desorientador, refletindo sua própria confusão e desorientação à medida que a doença se instala. Quando observadas em sequência, as pinturas demonstram os efeitos devastadores da doença (VAZ; GOMES; BEZERRA, 2016).

**Pinturas negras de Goya:** (Figura 19-C) As Pinturas Negras são uma série de quatorze pinturas desenvolvidas por Francisco de Goya diretamente nas paredes de sua casa em Madri, entre 1819 e 1823. As pinturas não se destinavam a serem vistas publicamente, sendo na verdade uma expressão privada dos pensamentos e medos pessoais do artista. Nos anos que antecederam a criação das obras, Goya sofreu de uma doença grave que o deixou surdo, contribuindo para sentimentos de isolamento, depressão e ansiedade. As pinturas são caracterizadas por seu tema sombrio e seu intenso conteúdo emocional, retratando cenas de violência, loucura e desespero. Essas obras são notáveis pelo uso de iluminação dramática e figuras distorcidas (FARAGO, 2021).

**Everywhere at the End of Time:** (Figura 19-D) *Everywhere at the End of Time* é um projeto de música ambiente de seis horas e meia do artista *The Caretaker*, que explora a experiência da progressão da doença de Alzheimer através da música, oferecendo uma visão profunda sobre a natureza da memória e a fragilidade da mente humana. O projeto é dividido em seis etapas, cada uma representando um estágio diferente da progressão da doença. Os primeiros estágios 1 - 3, apresenta gravações nebulosas e nostálgicas de antigas músicas de salão. À medida que o projeto avança, a música torna-se mais distorcida e fragmentada, com melodias repetitivas,

criando uma sensação de confusão e desorientação. A segunda fase, estágios 4 - 5, apresenta um som mais abstrato, com melodias familiares quebrando e se transformando em paisagens sonoras dissonantes. Na fase final, estágio 6, a música se torna quase irreconhecível, com sons dissonantes e ruídos ásperos assim como períodos longos de quase completo silêncio, simulando a experiência caótica da demência avançada (PEREIRA, 2021).

### **Testes:**

Foi desenvolvida uma série de testes para melhor definição da estética utilizada no livro, explorando o uso de formas, iluminação e diferentes pincéis, assim como estilos de abstração.

A primeira etapa de testes (Figura 20), Busca a exploração do uso de claros e escuros, contraste entre tons e transições entre objeto e fundo para reforçar sentimento de ambiguidade e insegurança.

Figura 20 - Resultado da primeira etapa de testes



Fonte: Autor

A segunda etapa de testes (Figura 21), explora o uso de diferentes pincéis e texturas para simular pintura em meio tradicional, visando uma estética rígida e caótica através do uso de hachuras e quebras no traço.

Figura 21 - Resultado da segunda etapa de testes



Fonte: Autor

A terceira etapa de testes (Figura 22), continua a exploração do uso de diferentes pincéis e texturas, porém busca primariamente estudar o uso de abstração e distorção da forma humana.

Figura 22 - Resultado da terceira etapa de testes

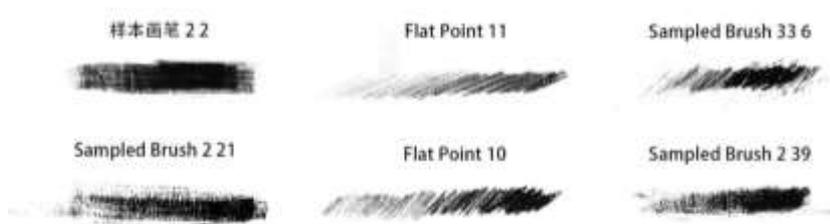


Fonte: Autor

**Especificação:**

As ilustrações foram desenvolvidas no programa Adobe Photoshop utilizando pincéis diversos da coleção de Greg Rutkowski <sup>7</sup> (Figura 23), que simulam pintura em meio tradicional, mas também trazem uma atmosfera de instabilidade às peças utilizando texturas agressivas com alto contraste. Especificamente, os pincéis escolhidos foram: 样本画笔 2 2, Flat Point 11, Sampled Brush 33 6, Sampled Brush 2 21, Flat Point 10 e Sampled Brush 2 39.

Figura 23 - demonstração dos pincéis utilizados no projeto



Fonte: Autor

Após a definição dos elementos estéticos e pincéis que seriam utilizados nas ilustrações, a peça ilustrada durante a segunda fase de testes foi refinada utilizando o padrão estético final (Figura 24). A ilustração seria utilizada como referência durante o desenvolvimento das ilustrações. A peça de referência desenvolvida para a especificação foi utilizada também na versão final do livro, dado que a ilustração representa uma das cenas descritas na história, que descreve a imagem do monstro esculpida em um relevo de pedra.

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://grzegorzrutkowski.gumroad.com/l/pACug?layout=profile>

Figura 24 - Ilustração desenvolvida aplicando as técnicas selecionadas durante a fase de testes



Fonte: Autor

### **Produto:**

Foram desenvolvidas um total de 21 ilustrações (Figura 25) que adotam uma abordagem indireta na visualização da narrativa, concentrando-se especialmente no aspecto psicológico da história. Para retratar a deterioração mental do protagonista após as experiências traumáticas descritas no conto, foi adotado o uso de uma progressiva abstração nas peças, Tal estratégia não apenas auxilia na criação de uma atmosfera sombria e perturbadora, mas também permite uma imersão mais profunda na mente do protagonista por parte do leitor. A utilização da cor também se fez fundamental nesse processo. Metade do livro contém páginas brancas, com texto e ilustrações em preto, enquanto a segunda metade utiliza páginas pretas com texto e ilustrações em branco. Essa transição ocorre simultaneamente à passagem da história de um cenário primariamente diurno para um cenário primariamente noturno. No entanto, essa transição tem uma função simbólica mais profunda, que é reforçar o desgaste mental em conjunto com a transição visual da estética representativa para algo mais abstrato.

Figura 25 - Ilustrações desenvolvidas para o projeto

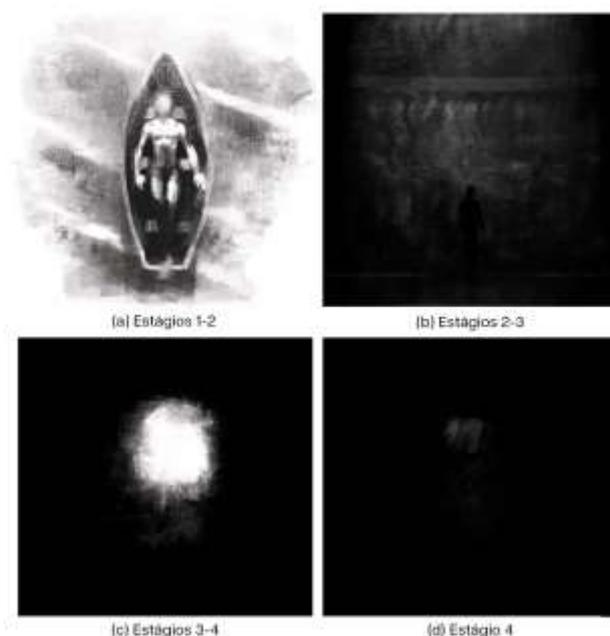


Fonte: Autor

**Abstração:**

A progressão do nível de abstração nas ilustrações segue a estrutura narrativa da história, que compreende os estágios de introdução, ação crescente, clímax, ação decrescente e conclusão. Cada etapa é marcada por uma mudança no padrão visual das ilustrações (Figura 26). As primeiras peças, que abrangem o estágio de introdução da história, são representações diretas do cenário que, assim como a própria exposição, cumpre a função de estabelecer o cenário inicial, as peças utilizam detalhes, sombras e profundidade para inserir o leitor no contexto da história, também permitindo um contraste com as ilustrações abstratas presentes no final da história.

Figura 26 - Demonstração dos diferentes padrões visuais relativos aos estágios da narrativa



Fonte: Autor

O primeiro momento de abstração ocorre durante o início do estágio de ação crescente, quando o personagem se encontra naufragado por dias no mar (Figura 26-a), com os primeiros indícios de delírio causado pela insolação. No entanto, o uso de abstração nesse momento inicial é limitado. A peça que marca essa transição ainda representa o cenário diretamente, mas o rosto do protagonista está borrado. As ilustrações subsequentes nessa fase, quando o protagonista se encontra perdido em uma vasta planície de lama preta, são caracterizadas por um forte contraste entre tons de preto e branco, elemento que culmina na transição completa das páginas brancas para páginas pretas.

A segunda transição ocorre quando o dia se transforma em noite, marcando o ponto central da história. Nesse momento, o uso de profundidade e composição no cenário dá lugar a uma estética mais inconsistente (Figura 26-b), com ênfase no uso de linhas rígidas e formas imprecisas. Essa mudança visual contribui para a criação de uma atmosfera tensa e sugere a iminência de eventos significativos. A natureza inconsistente do estágio também permite flexibilidade no detalhamento, no momento que

A terceira transição acontece quando o protagonista avista o monstro pela primeira vez. A partir desse momento, as ilustrações não representam adequadamente o cenário (Figura 26-c), tornando-se notavelmente caóticas. Essa escolha permite que o clímax da história, quando o monstro aparece, seja deixado para a imaginação do leitor, intensificando o sentimento de horror por meio da ambiguidade. Essa escolha também reflete a incompreensibilidade do monstro para a mente do protagonista, reforçando o aspecto psicológico da narrativa.

A última transição ocorre nos momentos finais da história, quando se questiona se tudo o que foi vivenciado não passou de uma fantasia febril causada pela exposição ao sol durante os dias de isolamento no mar. A ilustração nesse momento apresenta apenas algumas pinceladas, com o pigmento branco utilizado anteriormente agora se apresentando como um cinza de contraste mínimo, indicando o uso de pouca tinta e pressão suave no pincel (d). A peça presente na penúltima ilustração encontra-se inacabada, e seu propósito original é subjetivo, representando o desgaste, a depressão e a desesperança do protagonista.

### **Capa:**

para explorar o tema de degradação da sanidade na capa (Figura 27), foi aplicado o mesmo uso simbólico do contraste entre branco e preto permitindo comunicar uma transição entre o antes, a mente sã embora instável do protagonista, e o depois, com o colapso do estado mental do protagonista após presenciar os horrores contados na história, a capa ilustra essa transição em combinação da frente com o verso do livro, na frente, a silhueta do protagonista em meio à grande planície negra presente na história, que divide a capa em dois extremos de preto e branco, o verso possui a mesma imagem da silhueta do protagonista, dessa vez invertida no lado inferior da imagem, simbolizando o estado final da sanidade do protagonista.

Figura 27 - Capa desenvolvida para a obra



Fonte: Autor

### Tipografia:

A fonte selecionada para o título foi a Cocogoose (Figura 28), por sua estrutura geométrica, densa e com espessura consistente. A fonte foi modificada com a aplicação de pinceladas e texturas para consistência estética com as ilustrações.

Figura 28 - Fonte utilizada no projeto



Fonte: Autor

## **Conclusão:**

A solução encontrada neste projeto envolveu uma abordagem cuidadosa e criativa na representação visual dos elementos da obra. As ilustrações foram desenvolvidas levando em consideração a atmosfera de horror e mistério que permeia as histórias de Lovecraft. Técnicas como o uso de texturas, contrastes e composições simbólicas foram exploradas para transmitir visualmente o impacto do horror cósmico. O resultado desse trabalho foi a criação de ilustrações que capturam a essência das narrativas de Lovecraft, preservando a imaginação do leitor ao mesmo tempo em que fornecem elementos visuais que enriquecem a experiência. A utilização de técnicas não convencionais permitiu a representação de conceitos complexos, criando visuais que instigam a reflexão e a sensação de horror. Assim, conclui-se que a ilustração da obra de H.P. Lovecraft apresenta desafios únicos, mas também oportunidades de enriquecer a experiência do leitor quando abordada com sensibilidade e compreensão dos temas subjacentes. Ao respeitar a natureza do horror cósmico e transferir a ênfase das ilustrações para a atmosfera, é possível criar ilustrações que ampliam o impacto narrativo da obra, mantendo seu poder de instigar o medo do desconhecido e despertar a imaginação do leitor.

## **3.3. Guia Definitivo Do Barman Amador**

### **Sobre:**

O Guia Definitivo Do Barman Amador é um projeto de design editorial desenvolvido pelo estudante do curso de Design Gráfico, Felipe Guaraná, no ano de 2022, que consistiu no desenvolvimento de um livro de receitas de coquetelaria direcionado ao público amador que busca aprender sobre a prática. Tendo como base o estudo da história e exercício da coquetelaria, o projeto contou com uma pesquisa para compreensão dos padrões de consumo de bebidas entre jovens brasileiros, resultando na definição de 20 coquetéis na composição do livro. O serviço de ilustração foi contratado com o objetivo de destacar as bebidas contidas no livro de modo a exibir o resultado das receitas de forma elegante com uma estética atraente para o público-alvo.

## **Obstáculo:**

O cliente buscava desenvolver um livro de receitas de coquetéis voltado para jovens amadores interessados em aprender a coquetelaria de forma divertida e descontraída. No decorrer do desenvolvimento do livro, o cliente preparou todos os coquetéis listados no seu livro e os fotografou para incluir as imagens em suas receitas, porém, não ficou satisfeito com o resultado das fotografias que foram tiradas em um ambiente casual impróprio, sem luzes de estúdio, essa insatisfação com o material fotográfico impulsionou a ideia de utilizar ilustrações. O principal problema que as ilustrações pretendiam resolver seria trazer personalidade e interesse visual ao produto como um todo. Usando peças de ilustração visualmente interessantes para cada bebida em substituição ao uso de fotografia, de modo a tornar o livro esteticamente agradável e complementando a personalidade amadora e relaxada definida pelo seu plano de comunicação. porém seria necessário ilustrar com precisão as propriedades físicas de cada bebida como cor, textura, temperatura e a forma em que o coquetel é servido, de modo a manter o uso das imagens como referência visual para o produto das receitas, portanto seria necessário o entendimento das propriedades assim como a definição de uma estética estilizada sem o detrimento da representação correta do produto.

## **Metodologia:**

Utilizando a abordagem proposta por Peón (2003) (Figura 29), a fase de problematização consistiu no diagnóstico do projeto, identificação das necessidades do cliente e coleta de informações necessárias para o desenvolvimento das ilustrações. A fase de concepção envolveu a exploração iterativa de caminhos estéticos e coleta de feedback. A fase de especificação incluiu a definição do estilo artístico para as ilustrações, a construção das bases para as ilustrações e o seu desenvolvimento.

Figura 29 - Diagrama detalhando a utilização da metodologia de Peón (2003) no projeto



Fonte: Autor

## Problematização:

### Levantamento de dados:

Foi realizada uma entrevista com o cliente para definição e coleta de informações e percepções essenciais que moldariam o processo de realização das ilustrações, no qual foram definidas diretrizes para o padrão visual das ilustrações, que foram:

- Estética rústica, relaxada, divertida.
- Deve representar as bebidas de forma apelativa, como um pôster.
- Deve representar as bebidas da forma que seriam servidas.
- O leitor deve ser capaz de utilizar as ilustrações como referência visual

### Características e Propriedades:

Para representação correta do material, seria necessário um entendimento mais detalhado dos coquetéis que seriam ilustrados, considerando que, tanto a escolha de recipiente quanto as características físicas dos coquetéis afetam sua aparência, resultando em diferentes densidades nos líquidos, diferentes níveis de transparência e índices de refração. Após a entrevista de briefing inicial, foram catalogados os diferentes tipos de copos e taças no qual diferentes bebidas seriam servidas, e informações sobre os drinks e suas propriedades.

## Recipientes:

Foram fornecidas imagens de referência dos recipientes que seriam utilizados nas receitas (Figura 30), e informações sobre seu uso, sua capacidade, e quais coquetéis seriam ilustrados utilizando cada respectivo recipiente (Quadro 1).

Figura 30 - Referência de copos e taças para o projeto



Fonte: Compilação do autor<sup>8</sup>

Quadro 1 - Dados sobre os recipientes utilizados no projeto

RECIPIENTE	CAPACIDADE	COQUETÉIS	INFORMAÇÕES
<b>Coupe</b>	220ml	Bees Knees, Pink Lady, Daiquiri	Bojo largo e raso e uma haste longa, normalmente usada para servir coquetéis mexidos ou batidos e coados. A tigela rasa é projetada para mostrar a cor e a clareza do coquetel.
<b>Martini</b>	240ml	Cosmopolitan, Espresso Martini	Bojo em forma de V, normalmente utilizada para servir Martinis e outros coquetéis semelhantes, projetada para servir coquetéis que são feitos com uma pequena quantidade de líquido e não são servidos com gelo. Isso permite que o coquetel seja saboreado em pequenos goles e que a temperatura seja mantida fresca e constante.

<sup>8</sup> Imagens fornecidas pelo cliente.

<b>Burgundy</b>	600ml	Gin Tônica	Bojo bulboso com uma boca mais estreita do que o resto do bojo. projetada para realçar as características do coquetel. O bojo amplo permite que a bebida seja oxigenada e libere seus aromas, a boca mais estreita concentra os aromas na narina do degustador.
<b>Lowball</b>	295ml	Old Fashioned, Mint Julep, White Russian, Whiskey Sour, Bramble, Cajuína Overdrive, Caipirinha	Copo curto e largo com fundo grosso. Usado para servir coquetéis com uma grande pedra de gelo ou com cubos de gelo. Sua forma curta e larga permite mexer e misturar facilmente os ingredientes. A base espessa mantém a bebida gelada por mais tempo. Comumente utilizado para coquetéis à base de uísque
<b>Highball</b>	450ml	Piña Colada, Sea Breeze	Copo alto e estreito usado para servir uma variedade de coquetéis com gelo. Projetada para acomodar um grande volume de líquido, além do gelo. Frequentemente usada para servir coquetéis que contêm uma alta proporção de mistura ou refrigerantes.
<b>Highball Tiki</b>	450ml	Painkiller, Mai Tai	Copo highball com decorações remissivas das tradições da cultura polinésia como formas de animais, plantas ou objetos como tochas ou estátuas. Busca criar uma atmosfera exótica para os coquetéis tiki geralmente feitos com rum, sucos de frutas, xaropes e licores, com sabores complexos. projetado para ajudar a realçar a experiência oferecida pelo coquetel.
<b>Dose</b>	110ml	Rabo de Galo, Macunaíma	Pequeno copo projetado para medir e servir bebidas em quantidades precisas. Frequentemente usado para servir bebidas que são consumidas em pequenas quantidades rapidamente em um único gole.
<b>Sazerac</b>	110ml	Sazerac	Copo curto e estreito com uma forma cônica e reta. Geralmente utilizado para servir o coquetel Sazerac, geralmente servidos sem gelo, justificando o volume menor do copo.

Fonte: Autor

## Coquetéis:

Além dos recipientes, também seria necessário o entendimento de propriedades visuais das bebidas que podem influenciar a maneira que o objeto interage com a luz, como sua consistência, a presença de diferentes formas de gelo, que definiria também a presença de condensação na superfície dos recipientes, assim como a presença de diferentes guarnições e particularidades visuais, foram fornecidas imagens de referência dos coquetéis que seriam

ilustrados (Quadro 1), e informações necessárias a representação correta das bebidas (Quadro 2).

Figura 31 - Imagens de Referência dos diferentes coquetéis enviadas pelo cliente



Fonte: Compilação do autor<sup>9</sup>

Quadro 2 - Dados sobre os coquetéis ilustrados no projeto

NOME	PROPRIEDADES	RECIPIENTE	GUARNIÇÕES
<b>Bee's Knees</b>	Turvo, sem gelo	Coupe	Casca de limão siciliano
<b>Pink Lady</b>	Turvo, sem gelo	Coupe	N/A
<b>Daiquiri</b>	Turvo, sem gelo	Coupe	Fatia ou Casca de limão
<b>Cosmopolitan</b>	Transparente, sem gelo	Martini	Fatia de Limão
<b>Espresso Martini</b>	Semi-opaco,	Martini	Grãos de café

<sup>9</sup> Imagens fornecidas pelo cliente.

	sem gelo		
<b>Old Fashioned</b>	Transparente, cubo grande de gelo	Lowball	Casca ou fatia de laranja, cereja
<b>Mint Julep</b>	Turvo, gelo triturado	Lowball	Pedaços de menta
<b>White Russian</b>	Translúcido Dicromático, creme grosso na parte superior, gelo em cubos	Lowball	N/A
<b>Whiskey Sour</b>	Turvo, , espuma na parte superior, sem gelo	Lowball	N/A
<b>Bramble</b>	transparente, gelo triturado	Lowball	Amora e Hortelã
<b>Cajuína Overdrive</b>	Turvo, cubos de gelo	Lowball	Fatia de caju
<b>Caipirinha</b>	Turvo, cubos de gelo	Lowball	Fatias de limão
<b>Piña Colada</b>	Turvo, cremoso, gelo triturado	Highball	Guarda-chuva, fatia de abacaxi, cereja
<b>Sea Breeze</b>	Turvo, gelo em cubos	Highball	Fatia de limão, fatia de toranja
<b>Sazerac</b>	Transparente, sem gelo	Sazerac	Casca de limão siciliano
<b>Rabo de Galo</b>	Translúcido Dicromático, sem gelo	Dose	Casca de limão
<b>Macunaíma</b>	Turvo, levemente espumado, sem gelo	Dose	N/A
<b>Gin Tônica</b>	Transparente, cubos de gelo	Burgundy	Fatia de limão
<b>Painkiller</b>	Cremoso, gelo triturado	Highball Tiki	Fatia de abacaxi, folhas de abacaxi
<b>Mai Tai</b>	Viscoso, gelo triturado	Highball Tiki	Folha de hortelã, limão invertido, fogo

Fonte: Autor

## Concepção:

Após a coleta de dados, foram desenvolvidos testes para exploração e definição da direção de arte para o projeto utilizando o Adobe Photoshop, programa de edição e criação de imagens. Os testes foram refinados através de um processo iterativo com o feedback do cliente. A bebida Sazerac foi escolhida para o processo de definição da estética dado que ele é o único dos coquetéis representados a utilizar um recipiente exclusivo, não utilizado para outras bebidas (Figura 32).

Figura 32 - Esboços de teste para definição da direção visual do projeto



Fonte: Autor

### **Especificação:**

Através dos testes desenvolvidos e feedback do cliente, a peça selecionada, representando o coquetel Sazerac, foi refinada e utilizada como referência para o processo de ilustração das demais bebidas (Figura 33).

Figura 33 - Versão final do coquetel sazerac



Fonte: Autor

O processo de desenvolvimento das peças subsequentes foi iniciado através da construção das bases, na forma da ilustração dos diferentes recipientes para os coquetéis (Figura

34), com exceção do copo Sazerac que não precisaria ser utilizado em múltiplos coquetéis. Com as bases definidas os drinks foram ilustrados e enviados para aprovação do cliente.

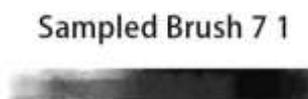
Figura 34 - Ilustração das bases para os coquetéis



Fonte: Autor

O pincel utilizado para o desenvolvimento das ilustrações foi o Sampled Brush 7 1 (Figura 35), da coleção de Sergey Kolesov<sup>10</sup>. Sua forma quadrada dá às ilustrações formas e texturas bem definidas assim como uma estética artesanal, porém confiante, consistente com a mensagem amadora explorada pelo livro. As bebidas também receberam planos de fundo de diferentes cores que harmonizam e complementam a exibição dos diferentes coquetéis.

Figura 35 - Demonstração do pincel utilizado no projeto



Fonte: Autor

<sup>10</sup> Disponível em: <https://digitalbrushes.tumblr.com/post/615178474972479488/sergey-kolesov-peleng-free-photoshop-sketch>

## Produto:

O projeto consistiu no desenvolvimento de 20 ilustrações distintas (Figura 36) dentro de uma estética estilizada que foi essencial para uma apresentação visualmente interessante e atrativa ao livro de receitas.

Figura 36 - Ilustrações desenvolvidas para o projeto



Fonte: Autor

Contudo, essa estilização não comprometeu a representação correta do produto. A combinação de elementos estilizados com a fidelidade às propriedades físicas das bebidas permitiu que as ilustrações cumprissem seu propósito de serem uma referência visual confiável para as receitas. Através de uma abordagem criativa e técnica, as ilustrações foram capazes de solucionar o problema inicialmente apresentado, trazendo personalidade ao produto e tornando-o esteticamente agradável e cativante.

## 3.4. Sinapse

### **Sobre:**

A sinapse é a primeira empresa júnior de design gráfico do IFPB, que tem como principal objetivo proporcionar uma ligação direta entre os estudantes do curso e o mercado de trabalho através da colaboração com empresas, ONGs e instituições, contribuindo dessa forma para a formação pessoal e profissional do iniciante. Por meio do treinamento em ambiente empresarial, a empresa júnior visa capacitar o discente para práticas reais mercadológicas e sociais. A empresa foi fundada no ano de 2020 pelos alunos Bruno Máximo, autor do presente trabalho, Eduardo Fernandes, Gabriel Gonçalves, Felipe Guaraná e Melicia França que também compuseram a equipe responsável pelo desenvolvimento da marca, trabalhando em conjunto para desenvolver a estratégia de marca, o nome, a identidade visual e os materiais gráficos da empresa, atendendo às demandas que surgiram ao longo do processo.

### **Obstáculo:**

A nova empresa júnior seria administrada pelos alunos do curso de design gráfico, e, portanto, não teria uma equipe permanente, em vez disso, novos membros entrariam ao longo que membros anteriores se formavam e deixavam a empresa, gerando grupos com diferentes níveis de experiência e diferentes vieses criativos. Considerando essa característica da empresa, a equipe fundadora precisava desenvolver uma marca que representasse os valores e ideais da nova empresa júnior de uma forma visualmente distinta e atrativa, mas que também possuísse uma estratégia bem definida e acessível para garantir uma utilização consistente por membros futuros da empresa.

### **Metodologia:**

Para o desenvolvimento completo da marca, foi utilizada a metodologia proposta por Wheeler (2019)(Figura 37). Segmentada em 5 etapas. A etapa de pesquisa consistiu na análise de mercado e concorrentes, e a definição do público-alvo e stakeholders. Na etapa de

esclarecimento da estratégia. A equipe sintetizou o conhecimento adquirido, estabeleceu o posicionamento da marca e escreveu o briefing. No processo de design de identidade, a equipe criou o nome e desenvolveu o símbolo por meio de sessões de *brainstorming*<sup>11</sup> em papel. Em seguida, na etapa de criação dos pontos de contato, a identidade da marca foi finalizada. Peças gráficas e aplicações da marca foram desenvolvidas, e um sistema e manual de identidade visual foram elaborados. Na fase de gestão de ativos, a marca foi oficialmente lançada e sua cultura foi estabelecida.

Figura 37 - Gráfico demonstrando o uso da metodologia de Wheeler (2019) no projeto



Fonte: Autor

## Pesquisa:

Durante a fase inicial da pesquisa, foram conduzidas análises abrangentes do mercado e dos concorrentes, bem como a definição do público-alvo e dos stakeholders relevantes. O objetivo principal era compreender as atitudes, consciências e comportamentos dos potenciais consumidores e dos concorrentes, a fim de identificar a posição da marca no mercado e viabilizar oportunidades futuras de crescimento. Além disso, foram estabelecidos os stakeholders, ou seja, os agentes diretamente afetados pela empresa. O público-alvo foi identificado principalmente como composto por instituições, ONGs e outras empresas juniores,

<sup>11</sup> Ferramenta criativa de grupo usada no planejamento de projetos e na busca de soluções para problemas, onde ideias são geradas livremente e nenhuma é inicialmente descartada ou julgada. Ao reunir pessoas de diferentes competências, busca-se uma grande variedade de sugestões. O método inclui uma fase de incubação, permitindo o processamento inconsciente das informações para soluções inesperadas. A acumulação de ideias visa aumentar a probabilidade de encontrar uma solução efetiva (OSBORN, 1987).

enquanto os stakeholders da empresa incluíam os estudantes do curso, potenciais estudantes, professores e a instituição em si.

### **Esclarecimento da estratégia:**

A etapa de esclarecimento da estratégia se caracterizou pela síntese das informações obtidas na fase anterior e pela sua ampliação com o propósito de estabelecer uma estratégia de marca e posicionamento, criar atributos distintivos para a marca, e produzir um resumo abrangente da marca através do briefing direcionado à criação. Após a conclusão das análises, foi iniciado o processo de consolidar os valores, a missão e os atributos da marca, a fim de gerar um conceito e uma mensagem que sejam portadores de um significado profundo, mas ao mesmo tempo de fácil compreensão e dotados de expressividade emocional. Essa mensagem precisava ser memorável e suscitar discussões, com potencial para conferir uma vantagem competitiva à marca e auxiliar na definição do seu posicionamento. O processo de esclarecimento da estratégia foi realizado através de múltiplas reuniões entre os participantes, e ocorreu conjuntamente com o processo de ideação de nomes, concebido levando em consideração o posicionamento da marca e uma compreensão abrangente da empresa como um todo.

### **Design de identidade:**

#### **Naming:**

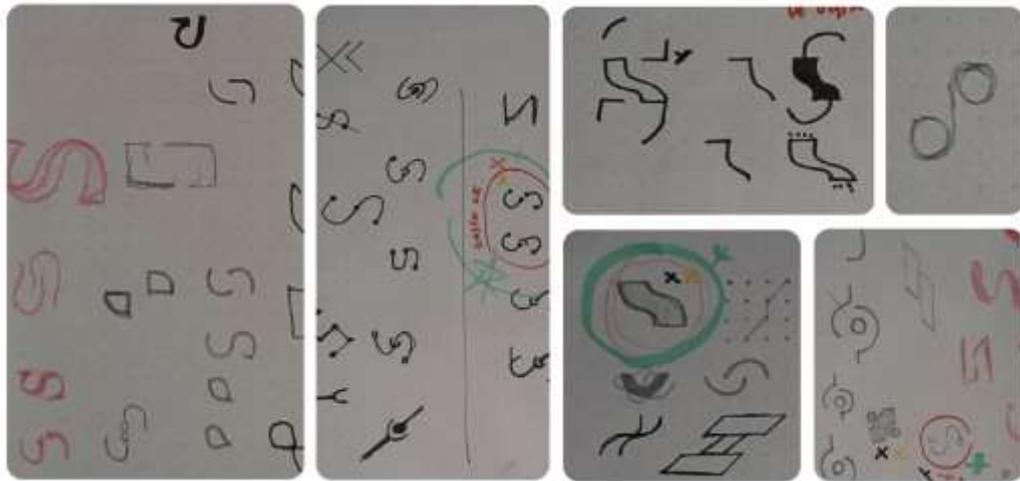
A seleção dos nomes foi conduzida utilizando uma abordagem gamificada, em que a equipe atribuiu pontuações às propostas oferecidas pelos candidatos. Posteriormente, foi realizada a verificação da disponibilidade do registro do nome junto ao INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), antes de prosseguir para a próxima etapa do processo.

O nome escolhido para a marca foi "Sinapse", levando o nome da conexão entre dois ou mais neurônios, considerando que é através da formação de sinapses no cérebro que ocorre a memorização e aprendizado, o nome simbolizaria a ligação entre os estudantes e o mercado, e o papel da empresa como fonte de experiência e aprendizado.

### Identidade visual:

A identidade foi desenvolvida através de uma sessão exploratória de *brainstorming* utilizando papel como meio para conceber o símbolo distintivo (Figura 38). Inicialmente, foram exploradas formas abstratas, tomando como ponto de partida o caractere "S", combinado com elementos visuais que evocavam a representação de uma sinapse.

Figura 38 - Esboços de teste para elaboração da identidade visual



Fonte: Autor

Com o processo e resultado dos testes, foi concebida e refinada a versão final do logo, visando um design moderno que represente os valores e ideais definidos nas etapas anteriores (Figura 39).

Figura 39 - Identidade visual desenvolvida



Fonte: Autor

### **Criação dos pontos de contato:**

Durante a etapa de criação dos pontos de contato, o processo de desenvolvimento da identidade da marca foi concluído e o seu padrão estético foi desenvolvido com o refinamento dos elementos que constituem a identidade, como a paleta de cores e a família tipográfica. Nesse estágio, também foram elaboradas as primeiras peças gráficas e aplicações da marca (Figura 40), como papel timbrado, cartão de visitas, sinalização, embalagens, site, banners em redes sociais, entre outros, com o intuito de transmitir efetivamente a essência e personalidade previamente definidas. Além disso, um sistema e manual de identidade visual foram estabelecidos, estipulando diretrizes e regras para uma aplicação coerente da marca em diversos contextos, facilitando, assim, sua preservação e utilização consistente.

Figura 40 - Diferentes aplicações da marca desenvolvida



Fonte: Autor

### **Gestão de ativos:**

Durante a etapa de gestão de ativos, a marca foi oficialmente lançada no mercado. Foi estabelecido uma cultura empresarial centrada na criatividade e na missão da empresa, que consiste em conectar os estudantes ao mercado. Essa abordagem busca fortalecer os valores da marca e direcionar as atividades e tomadas de decisão internas, promovendo uma identidade

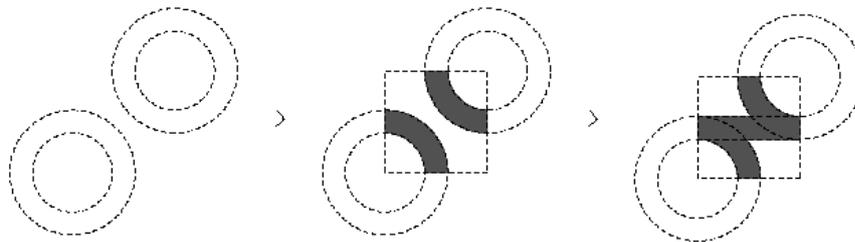
consistente e alinhada aos objetivos estratégicos da empresa em relação aos estudantes e aos futuros clientes.

## **Produto:**

## **Símbolo:**

Inspirada por ilustrações científicas representando a formação de sinapses no cérebro, a forma do símbolo foi concebida sendo composta por duas partes, que se conectam através de uma ponte localizada no centro (Figura 41). Essas duas partes simbolizam o ambiente acadêmico e o mercado de trabalho, enquanto a ponte representa a função da empresa em unir os dois aspectos, proporcionando uma representação visual da mensagem, propósito e valores da empresa.

Figura 41 - Construção do símbolo

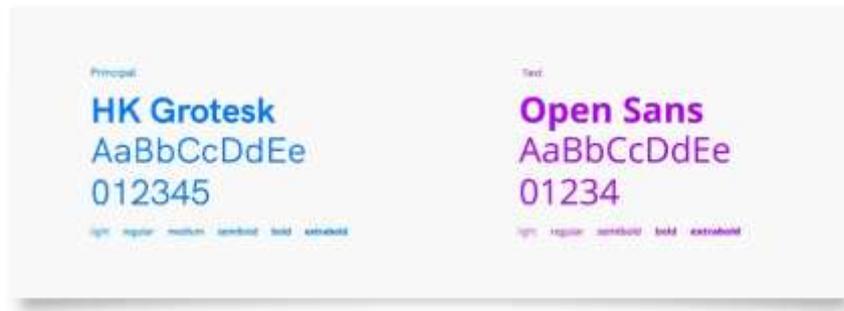


Fonte: Autor

## **Tipografia:**

O projeto priorizou fontes gratuitas e de fácil acesso, tendo em vista que a identidade visual deve ser manejada pela maioria dos membros da empresa. A disponibilidade em alguns programas também foi um dos fatores. Foram escolhidas fontes de boa legibilidade e uso como display. A paleta conta com as famílias HK Grotesk e Open Sans (Figura 42), como principal e de texto, respectivamente.

Figura 42 - Fontes selecionadas para a marca



Fonte: Autor

### Cores:

Na paleta de cores foi escolhido o azul para representar a inovação e tecnologia do contexto acadêmico do IFPB e o roxo para representar a criatividade presente no ofício da empresa. O uso de duas cores em um degradê busca remeter às representações gráficas de neurônios e sinapses biológicas e também permite versatilidade em suas aplicações.

Figura 43 - Cores utilizadas na marca



Fonte: Autor

### Conclusão:

Assim como a formação de sinapses é essencial na transmissão de informações entre os neurônios, a marca busca desempenhar um papel semelhante, possibilitando a transferência de conhecimento, experiência e oportunidades, sendo a ponte entre os estudantes e o mercado. a marca comunica a visão do design como um processo interdisciplinar e livre de julgamentos, através de um ambiente encorajador, onde não há medo de testes e experimentações, que

permite o exercício da criatividade e a formação de relações importantes. A marca possui uma comunicação visual limpa e moderna, com diretrizes bem definidas e de fácil entendimento que permitem uma estética consistente ao longo de múltiplas gestões.

### **3.5. Napi**

#### **Sobre:**

O projeto, desenvolvido no ano de 2021, se trata da concepção e desenvolvimento de um personagem com a função de assistente e influenciador virtual para a Sinapse, empresa júnior do curso de design gráfico do IFPB cabedelo, de modo a gerar engajamento e maior interação e conexão emocional entre a empresa e o público nas redes sociais. O projeto foi desenvolvido com a colaboração de membros da equipe de projetos da empresa Júnior, os estudantes Brenda Dala, Cauê Rennã e Giovanna Bione.

#### **Obstáculo:**

A empresa júnior em seu estágio inicial buscava novos métodos de comunicação e divulgação e encarava o desafio de gerar mais interação com o público e aumentar o reconhecimento da marca. Inicialmente, a equipe cogitava o uso de um ou mais alunos participantes do setor de marketing para o papel de influenciadores e porta-voz da empresa. No entanto, Como uma organização estudantil com membros servindo apenas por um tempo limitado e mudanças periódicas nos membros e na administração, não seria viável ter membros cumprindo essa função pois a mudança de membros dificultaria o desenvolvimento da familiaridade do público com o influenciador, tornando a ideia ineficaz a longo-prazo. Portanto, a equipe buscava explorar outras opções e concluiu que um influenciador virtual na forma de uma mascote para a empresa seria a melhor solução. O personagem deveria incorporar a personalidade e valores da marca e ser identificável tanto para clientes em potencial quanto para os estudantes do curso de design gráfico. também deveria atuar como um guia, um influenciador e um assistente virtual para gerar interações e engajamento com o público nas redes sociais.

## Metodologia:

Utilizando a abordagem proposta por Peón (2003) (Figura 44), a fase de problematização consistiu na reunião inicial da equipe para definição das necessidades do projeto assim como a pesquisa, coleta e comparação de informações referentes às características ideais do personagem. A fase de concepção envolveu o processo iterativo de geração de alternativas na forma de esboços iniciais e o refinamento das ideias com testes subsequentes. A fase de especificação compreendeu a definição da direção estética do personagem e a produção das fichas de modelo do personagem, produção de modelos 3D finais e a produção de imagens renderizadas<sup>12</sup> do personagem.

Figura 44 - diagrama detalhando a aplicação da metodologia de Peón (2003) no projeto



Fonte: Autor

## Problematização:

### Reunião inicial:

O primeiro passo para a criação do personagem mascote foi realizar uma reunião para discutir seu desenvolvimento. Durante a reunião, a equipe definiu as necessidades para a criação do personagem, que foram:

<sup>12</sup> Estrangeirismo do inglês *render* ou síntese de imagem, é o processo de geração de uma imagem fotorrealista ou não fotorrealista a partir de um modelo por meio de um programa de computador.

- O público-alvo do personagem seriam clientes em potencial e estudantes do curso de design gráfico.
- O personagem deve servir como um guia de algumas formas, oferecendo dicas de design nos stories do Instagram, respondendo perguntas frequentes, e comentários em postagens.
- O personagem possui uma personalidade simpática e acolhedora, refletindo os valores da empresa.
- O design do personagem deve estar de acordo com a identidade visual e os valores da empresa.
- Ele precisa se tornar um rosto familiar para os seguidores e construir uma conexão emocional.

### **Coleta de dados para personalidade:**

Durante o processo de ideação, os membros da sinapse foram questionados a respeito de como descreveriam um possível mascote para a empresa, os resultados coletados foram comparados e contribuíram para a definição da personalidade e design do personagem:

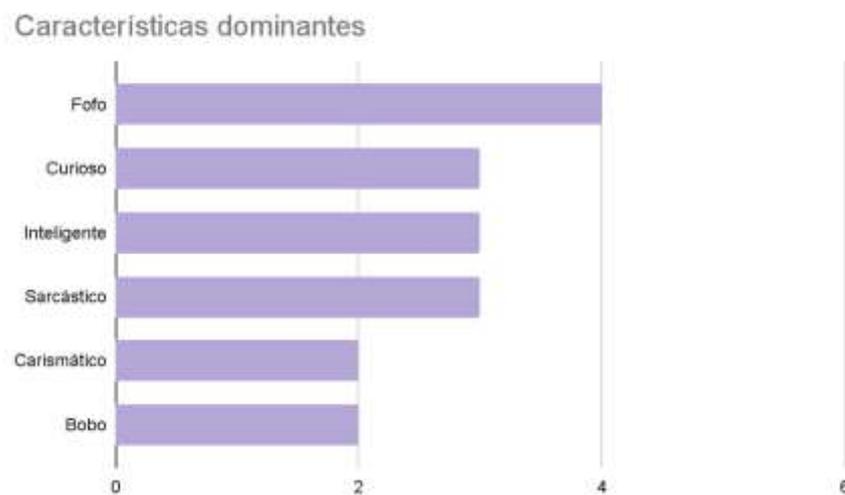
- **Membro 1:** “Muito curioso e interessado em aprender. Atento às mudanças do mundo e está sempre em busca de coisas novas. Olhos brilhantes e grandes, cabeçudo.”
- **Membro 2:** “Fofinho e esperto, sempre trazendo novos conhecimentos.”
- **Membro 3:** “Inteligente e engraçado, com algumas piadas levemente ácidas.”
- **Membro 4:** “Personagem animado, fofinho e bem expressivo, que seja referido no feminino (já que definimos a sinapse como feminino também). Sua comunicação seria mais visual, a partir de expressões faciais e corporais do que por fala, interagindo nos stories e posts, talvez com uma opinião própria sobre os assuntos, discordando ou concordando com a “sinapse”.”

- **Membro 5:** “Introvertido ao primeiro encontro, ele chega do cantinho esquerdo da tela e observa a multidão digital antes de entrar em cena e estar centralizado ao olhar do público. Ele pode parecer meio desengonçado, mas é cativante e traz em seus trajés e sua maneira diferente de se portar, o ingrediente necessário para capturar a atenção de todos. Inquieto e ansioso, através de um olhar inocente e, ao mesmo tempo, ambicioso e destemido, ele demonstra ainda mais ter mil coisas a dizer e mil ideias a compartilhar. Suas piadas ácidas são facilmente acolhidas por aqueles que sempre buscaram confiança em um igual. Seu comportamento jovial permite espaço para expressar o que pensa de vez em quando e se conectar emocionalmente e profundamente com as pessoas. Ao se desfazer das amarras sociais, ele não parece mais tão assustador, é fácil tomar decisões quando as pessoas podem enxergar a sua vulnerabilidade e identificar-se com ela. Agitado, frenético, peralta e sempre com trilhões de pensamentos diferentes na mente, ele sempre busca o jeito mais prático e mais agradável de fazer acontecer o que precisa ser feito.”
- **Membro 6:** “o que mais representa a sinapse pra mim é a ponte, o aprendizado através da experiência, idealmente poderíamos criar um personagem que possui uma personalidade baseada no estudante de design, ou seja, o personagem também está no processo de aprendizado, sua percepção pública seria não a de um guia mas de alguém que está no mesmo barco que o estudante, imagino um personagem bobão, carismático na forma em que o estudante pode se identificar com ele, com um senso de humor cínico, acho que a figura do estagiário não remunerado é um ótimo caminho já que brinca com a situação que muitos designers iniciantes se encontram, me lembro de um canal engraçado no tiktok, onde a narrativa é sobre um estagiário numa empresa fictícia que é responsável pela comunicação da empresa nas redes sociais, e ele se aproveita disso para se declarar um dos diretores para o público, ele faz vídeos onde ele faz "redesigns" de marcas populares, onde ele basicamente ignora os princípios de design e faz uma logo muito pior que a logo original, acredito que o humor desse personagem viria não só da sua incompetência mas também da sua posição como estando em aprendizado, e no seu desejo de crescer na indústria (por exemplo fingir ser o "presidente de mídias sociais" até ser corrigido por alguém com mais autoridade) etc, devo reforçar que um

personagem com características negativas ainda pode ser atraente para o público, já que as imperfeições o tornam mais humano, longe do mascote perfeito da empresa corporativa.”

As Descrições coletadas foram comparadas e características dominantes encontradas nas descrições foram catalogadas para melhor entendimento das necessidades referentes à comunicação do personagem (Figura 45).

Figura 45 - gráfico da frequência de características descritas



Fonte: Autor

**Curiosidade:** Características relacionadas à curiosidade e busca pelo aprendizado são mencionadas em três das seis descrições, correspondendo a 50% da amostra. Indicando que a capacidade de aprender é uma característica significativa associada ao mascote imaginado e destacando uma natureza inquisitiva.

**Inteligência:** Termos relacionados à inteligência também são mencionados em três das seis descrições, tornando-se outra característica proeminente com prevalência de 50%. Em combinação com a curiosidade observa-se que o fator educacional e de conhecimento é o mais importante.

**Fofura:** Termos relacionados à fofura, incluindo características de personalidade e descrições visuais como olhos e cabeça grandes aparecem em quatro das seis descrições, indicando uma prevalência de aproximadamente 67%. O mascote é considerado adorável e cativante, o que pode potencialmente aumentar seu apelo em relação ao público.

**Bobo:** Descrições como bobo ou desengonçado aparecem em duas das seis descrições, correspondendo a cerca de 33% da amostra. Isso sugere a necessidade de uma natureza bem-humorada e lúdica para o mascote, acrescentando um elemento de leveza ao seu caráter.

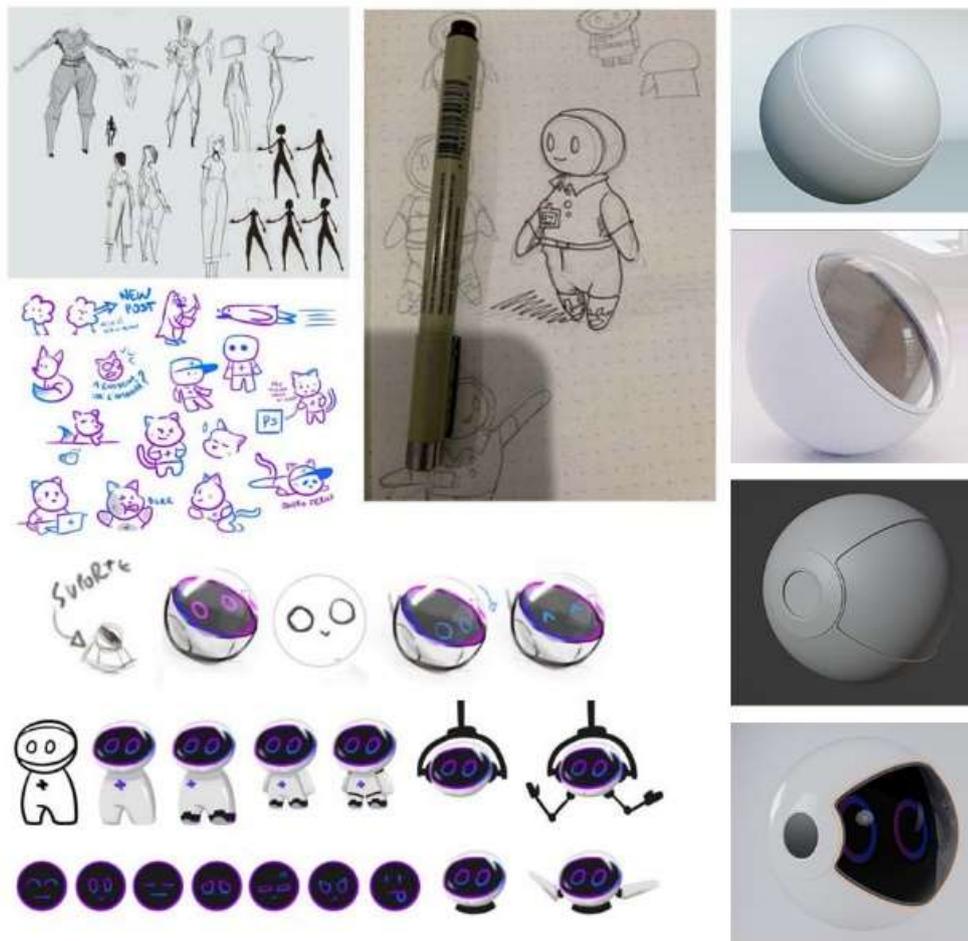
**Sarcasmo:** características relacionadas à sarcasmo, cinismo e humor ácido aparecem em quatro das seis descrições, tornando-se outro traço prevalente com uma taxa de ocorrência de aproximadamente 67%. Indica uma necessidade de humanização do personagem e uma personalidade mais relacionável e humana.

**Carisma:** Termos relacionados a Carisma como extroversão e expressividade são encontrados em duas das seis descrições, representando aproximadamente 33% da amostra. Sugere a necessidade de uma personalidade engajante, capaz de cativar e envolver os outros, exibindo um lado extrovertido.

### **Concepção:**

A fase conceitual foi dividida em duas fases de exploração (Figura 46). Inicialmente os estudantes foram encarregados de criar esboços para a exploração de diferentes ideias para concepção do personagem. Após a primeira rodada de exploração, com os diferentes caminhos oferecidos, foi realizada uma reunião para melhor definição da direção criativa para o personagem, seguido de uma segunda rodada de esboços, explorando a representação do personagem na forma de um robô e na forma de um dispositivo de assistente inteligente similar a alto-falantes inteligentes como Amazon Alexa ou Google home.

Figura 46 - Esboços e modelos de teste



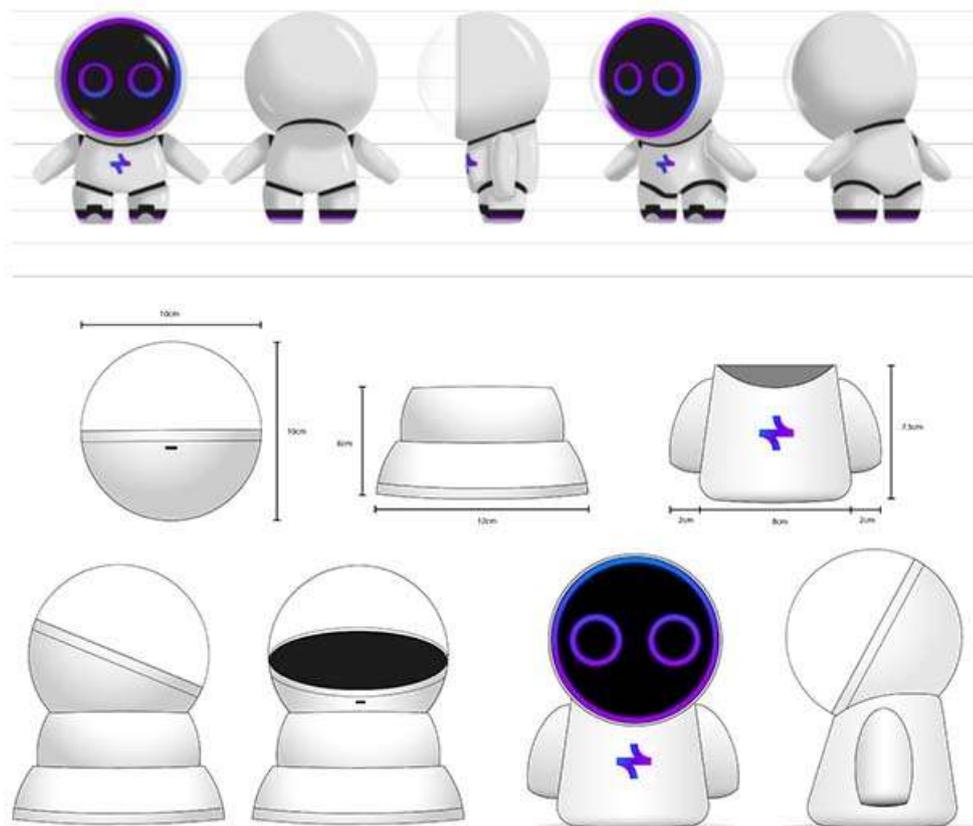
Fonte: Autor

## Especificação:

Após iterações e refinamentos, foi decidido o uso de duas formas de representação do personagem (Figura 47), para criar uma narrativa onde o personagem, de nome Napi, seria uma inteligência artificial proprietária da empresa, que teria a função de assistente mas também de administrar as redes sociais da empresa e portanto o personagem existiria fisicamente como um dispositivo assistente acreditável, e digitalmente como influencer virtual. A versão virtual do mascote tem um design cartunesco com a possibilidade de movimentos mais flexíveis e dinâmicos e seria utilizada em postagens diversas, essa forma pode ser vista como uma forma de avatar para a inteligência artificial. Por outro lado, a versão física do personagem possui um design mais rígido e realista (Figura 48), seguindo regras baseadas nas propriedades físicas e

limitações do seu material, como a presença de uma entrada para cabo USB-C que implica a necessidade de carregar a bateria do dispositivo, o uso do plástico como material na sua construção que permitiria a transmissão e recepção efetiva de sinais sem causar problemas de recepção, o uso de uma tela de LED para o rosto e expressões do personagem e imperfeições como marcas de impressão digital e pequenos arranhões causados pela movimentação de rolagem do dispositivo. A representação física do personagem seria utilizada através da aplicação dos modelos 3D do personagem em fotos, representando o papel do personagem como um assistente inteligente real dentro do estúdio da empresa.

Figura 47 - Modelos de especificação das duas versões do personagem.



Fonte: Autor

Figura 48 - Render da versão física do personagem



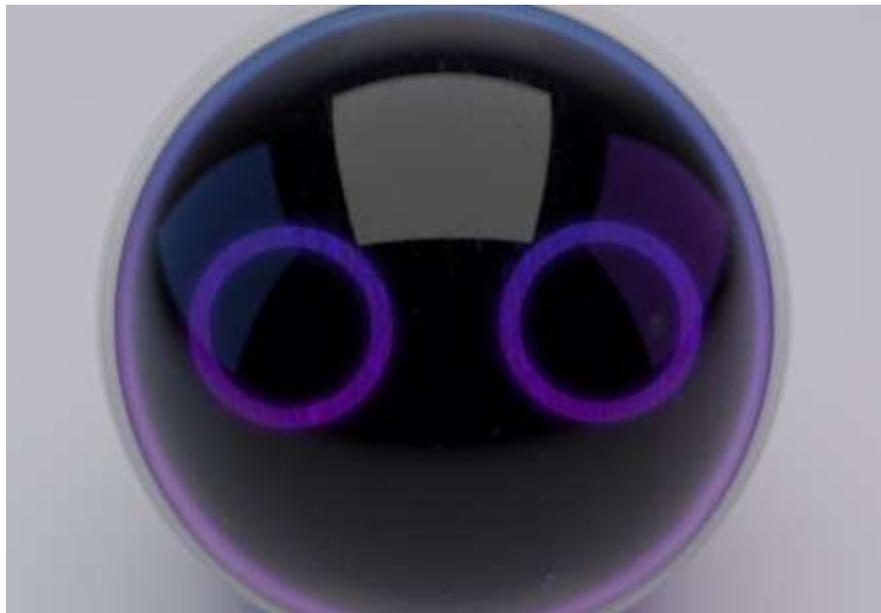
Fonte: Autor

**Produto:**

O conceito busca aprofundar a ideia de um influencer virtual ao criar uma narrativa que mescla todas as funções planejadas para o personagem através da sua definição como sendo uma inteligência artificial avançada de nome NAPI, ou Neuro Assistente de Produção Interna, com a função de auxiliar os estudantes membros da empresa e de administrar as redes sociais e comunicação da empresa com o público. A inteligência tem como base para seu conceito a tecnologia de rede neural, que permite a absorção e conexão de informações para adaptação e aprendizado natural. A ideia também cria vínculo com a identidade da empresa, já que o processo de adaptação da rede neural pode ser descrito como uma forma de sinapse virtual. Para criar uma suspensão de descrença por parte do público, o design do personagem é dividido em dois contextos, software e hardware, representados respectivamente pelo avatar virtual do assistente e pelo seu modelo 3D que embora similares em aparência geram uma separação entre sua presença real e virtual. No geral, o design do robô tem formas suaves e arredondadas, criando uma estética amigável, fofa e inofensiva. O design do hardware em especial busca representar o personagem como um dispositivo de assistente inteligente realista (Figura 49). Seu design utiliza as cores da identidade visual da empresa num chassi branco minimalista e

um domo de vidro removível que protege a sua tela de forma similar ao design do avatar virtual do personagem, porém com considerações a respeito da praticidade do seu material e design. o chassi é feito de plástico permitindo melhor captação de sinais de rádio, os componentes internos cobrem apenas 50% da forma esférica do robô levando a uma concentração do peso em uma das metades da estrutura e portanto gerando um centro de gravidade que mantém a tela sempre direcionada para cima e gerando estabilidade, impedindo rolagem excessiva, também conta com duas plataformas, uma como base fixa ajustável para o robô impedindo qualquer rolamento acidental e limitando seu movimento e outra na forma de um corpo para o robô que permite movimento com rodas. O modelo conta com um *shader* na tela responsável por simular com fidelidade o funcionamento dos sub-pixels RGB de uma tela de LED, permitindo que diferentes imagens sejam facilmente mostradas na tela corretamente na sua resolução nativa e permite várias funções além de servir como o rosto para o personagem, funções que incluem potencialmente exposição de imagens, vídeo tempo e clima. O modelo também inclui detalhes e imperfeições para maior realismo. A combinação de um design prático e memorável com uma personalidade e presença digital de um influencer virtual enriquece o personagem e o torna tangível, sugerindo a ideia de que o mesmo pode ser real.

Figura 49 - Render do personagem



Fonte: Autor

## 3.6. Vescis

### **Sobre:**

Vescis é uma empresa fundada em 2021 que fornece serviços de fotografia aérea através de drones para indivíduos e empresas. Seu material tem foco em imagens turísticas de cidades, pontos turísticos e construções, mas também oferece serviços relacionados à cobertura de eventos como casamentos. O nome remete à *vesica piscis*, forma presente na geometria sagrada comumente associada a arte e arquitetura católica. O conceito por trás do nome é relacionado ao ideal de comunicação da empresa, que busca evocar sentimentos de admiração e esplendor. As suas principais inspirações são a arte e arquitetura renascentista, e o conceito de beleza como forma de aproximação do divino, em especial, A empresa buscava uma comunicação minimalista, porém impactante em significado, que remete aos ideais descritos, mas que permita que “as imagens falem mais alto”. Busca apresentar uma nova forma de ver o mundo tendo um teor artístico na sua comunicação que será feita através de redes sociais como Instagram e Youtube.

### **Obstáculo:**

O cliente busca comunicar em sua marca ideais de beleza divina, tendo como referência elementos de arte e arquitetura renascentista católica, que possui uma estética complexa e rica em detalhes e decorações, porém também busca uma comunicação moderna e legível, a marca requer uma identidade minimalista e pouco intrusiva quando aplicada em vídeos e fotografias. Portanto, para representar os valores complexos da marca desejada pelo cliente sem comprometer seu ideal de comunicação seria necessário a condensação dos valores e referências em um símbolo simples e legível. Durante o desenvolvimento da identidade visual a marca ainda não possuía um nome, porém o serviço de naming não foi contratado, o nome associado foi informado pelo cliente durante o processo de concepção da marca.

## Metodologia:

A partir da abordagem proposta por Peón (2003), a fase de problematização incluiu reunião inicial e coleta de informações para determinar as necessidades do projeto. A fase de concepção incluiu o estudo de conceitos relevantes ao desenvolvimento da identidade, os testes, definição do partido e envio da proposta para validação do cliente. A fase de especificação incluiu a coleta de feedback, ajustes e entrega final do produto.

Figura 50 - Diagrama detalhando o uso da metodologia de Peón (2003) no projeto



Fonte: Autor

## Problematização:

### Levantamento de dados:

Foi realizada uma entrevista de briefing com o cliente com o objetivo de coletar informações relevantes para o desenvolvimento da identidade. Durante a entrevista, foram discutidos e catalogados pontos importantes sobre as necessidades objetivas e simbólicas do cliente, assim como diretrizes e limitações pertinentes ao projeto:

- A identidade deve remeter a arte e arquitetura renascentista.
- O símbolo deve ser sutil e moderno, porém com ar artístico.
- deve ser aplicável em mídia de vídeo e foto sem detrimento ao conteúdo.
- deve ser bem aplicável em foto de perfil para redes sociais.

- não há preferência de cor, porém o cliente sugeriu testes com a cor azul.

## Concepção:

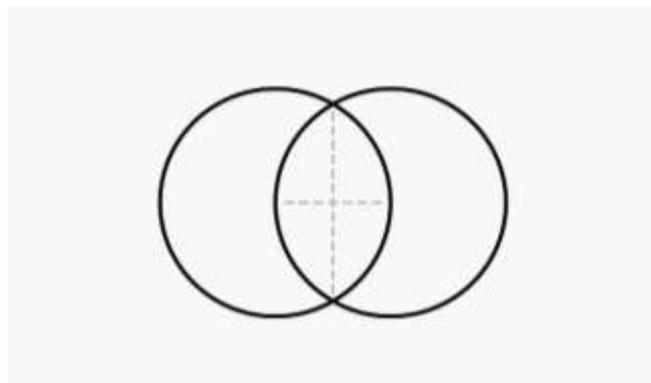
### Estudo de Conceitos:

**Geometria sagrada:** A geometria sagrada se trata da atribuição de significados simbólicos e religiosos a certas formas e proporções geométricas e pode ser encontrada no projeto e construção de estruturas religiosas como igrejas e templos, cada forma geométrica tem um significado psicológico e simbólico. Como resultado, qualquer coisa feita pelo homem que incorpore esses símbolos de alguma forma se torna um veículo para as ideias e conceitos incorporados em sua geometria. Segundo Zatón (2017, p. 54),

a geometria sagrada foi concebida como expressão do plano divino manifestado no mundo físico, isto é, como padrão metafísico ou gênese de toda a forma manifestada, pois, com efeito, por trás de cada padrão natural de crescimento se revela uma estrutura geométrica.

**Vesica Piscis:** A *Vesica Piscis* (Figura 51), “bexiga de peixe” em latim, é um dos símbolos mais importantes da Geometria Sagrada, sua forma é composta por dois círculos com o mesmo raio, intersectando-se de tal forma que o centro de cada círculo se encontra no perímetro do outro. a forma criada pela sobreposição é conhecida como "mandorla".

Figura 51 - Construção da forma de *vesica piscis*



Fonte: Autor

Durante o Renascimento, a *vesica piscis* se tornou um elemento importante na arte e na arquitetura. A forma era utilizada para representar a intersecção entre o mundo material e o mundo espiritual, e Foi amplamente utilizada no projeto de igrejas (PENNICK, 2009), onde frequentemente formava a base dos elementos decorativos dos portais, janelas e tetos(Figura 52-a), também era utilizada na representação de figuras sagradas, como a Virgem Maria(Figura 52-b), e em alguns casos, são arquiteturas dominantes como no desenho da parte oval de Bernini da Praça de São Pedro no Vaticano (Figura 52-c).

Figura 52 - demonstrações do uso da vesica piscis na arte e arquitetura católica



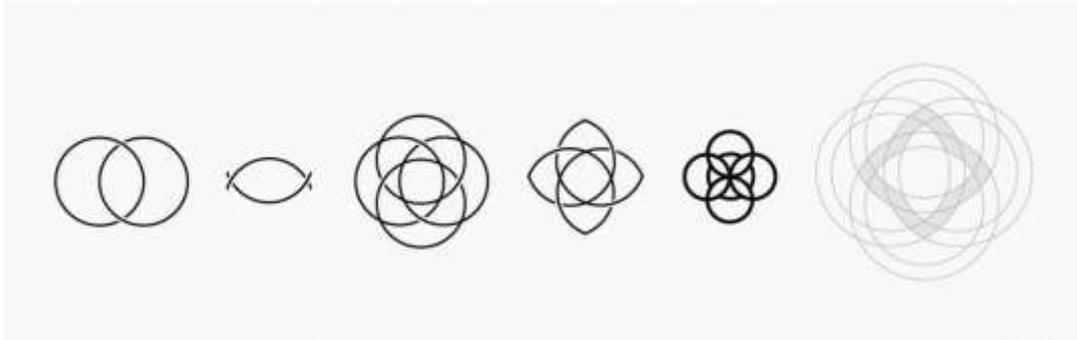
Fonte: Compilação do autor<sup>13</sup>

### Testes:

Com um conceito em mente, foram desenvolvidos testes para definição do símbolo (Figura 53), os testes foram feitos tendo a intersecção de círculos de mesmo raio como base, ao fim dos testes um símbolo foi selecionado, também foram feitos testes para definição da tipografia.

<sup>13</sup> Imagens disponíveis em: (a)[https://www.sah.org/images/default-source/blog/fig--3642053adbac8564e5abfcff0000eafba5.jpg?sfvrsn=11805e9b\\_2](https://www.sah.org/images/default-source/blog/fig--3642053adbac8564e5abfcff0000eafba5.jpg?sfvrsn=11805e9b_2) (b)  
[https://miro.medium.com/v2/resize:fit:1400/format:webp/1\\*DGNT7oSpKZWlpakL39nOrg.jpeg](https://miro.medium.com/v2/resize:fit:1400/format:webp/1*DGNT7oSpKZWlpakL39nOrg.jpeg) (c)  
[https://res.cloudinary.com/jerrick/image/upload/d\\_642250b563292b35f27461a7.png,f\\_jpg,q\\_auto,w\\_720/6154ac8b126678001d3abdfb.jpg](https://res.cloudinary.com/jerrick/image/upload/d_642250b563292b35f27461a7.png,f_jpg,q_auto,w_720/6154ac8b126678001d3abdfb.jpg)

Figura 53 - Alguns dos testes desenvolvidos para criação do símbolo

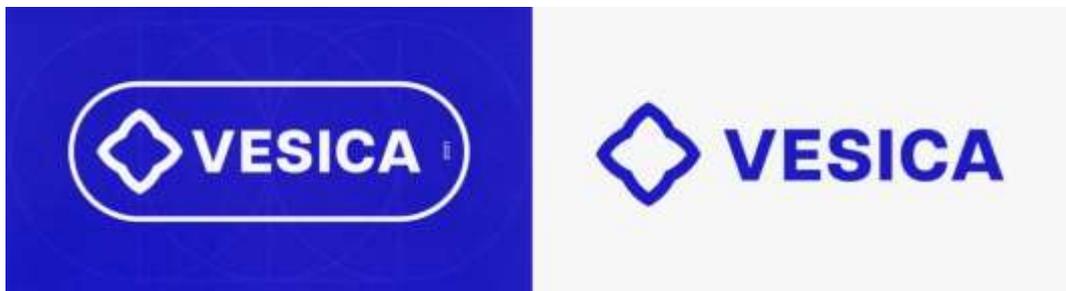


Fonte: Autor

### **Especificação:**

Após a seleção do símbolo e tipografia, a proposta de identidade foi enviada para avaliação do cliente (Figura 54), o nome provisório de vesica foi utilizado para a tipografia. A proposta foi aprovada pelo cliente e a tipografia foi atualizada para o nome final Vescis por definição do cliente.

Figura 54 - Apresentação da Identidade definida, com o nome provisório de Vesica



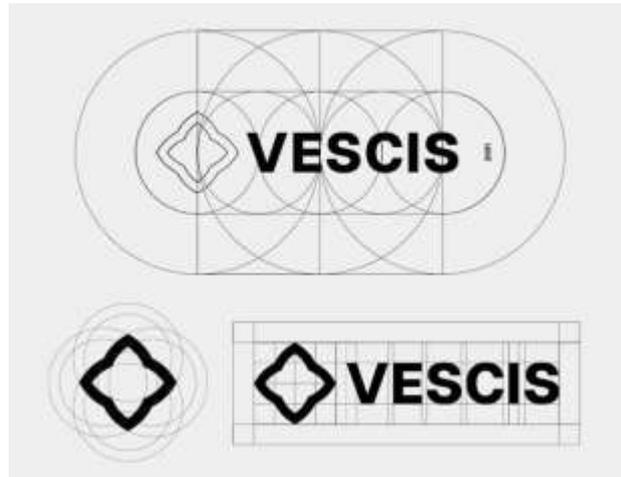
Fonte: Autor

### **Produto:**

### **Símbolo:**

O símbolo (Figura 55) tem a forma similar a uma janela ou a elementos visuais encontrados em janelas de catedrais góticas, construída utilizando uma combinação de duas *vesica piscis* orientadas na horizontal e vertical.

Figura 55 - Construção do símbolo



Fonte: Autor

### Tipografia:

A fonte selecionada para a tipografia da marca foi Articulat CF (Figura 56), devido à sua estrutura simples, legibilidade e versatilidade. A fonte possui linhas limpas e concisas que tornam de fácil leitura e reconhecimento, sua ausência de associação com qualquer época ou tendência em particular a torna uma escolha segura e atemporal.

Figura 56 - Fonte utilizada na identidade visual

**Articulat CF**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789!?**  
**@#\$%.,;:/[(+ =**

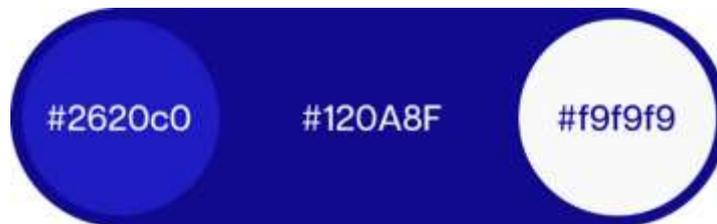
Fonte: Autor

### Cores:

As cores selecionadas são variações no tom de cor associado ao Azul Ultramarino (Figura 57), um pigmento azul profundo que foi originalmente feito pela moagem de lápis-lazúli, uma pedra semipreciosa. O pigmento foi altamente valorizado pelos artistas e patronos

durante o renascimento, a ponto de muitos contratos exigirem explicitamente que os pintores o utilizassem. Além disso, algumas cláusulas estipulavam que o azul ultramarino fosse pago separadamente ou fornecido diretamente pelo contratante, cláusulas que, além do azul ultramarino, geralmente só envolviam o uso do ouro (BAXANDALL, 1991). devido à sua rica e profunda cor azul, sua raridade e seu alto custo, o azul ultramarino era reservado para os elementos mais importantes de uma pintura, como as vestes da Virgem Maria ou as roupas de figuras importantes em cenas religiosas (Figura 58). Na arte renascentista, o azul ultramarino também era valorizado por suas associações espirituais. A cor era associada aos céus e ao divino, e seu uso em pinturas religiosas reforçava seu poder e significado espiritual.

Figura 57 - Cores utilizadas na identidade visual



Fonte: Autor

Figura 58 - A Anunciação de Fra Angelico (1435) demonstra o uso do azul ultramarino durante o renascimento



Fonte: <https://content3.cdnprado.net/imagenes/Documentos/imgsem/f8/f8e4/f8e45a6f-7645-4e53-9fd5-cbdae7e8faac/9a332c5b-e47c-4ba3-99cd-fd484ba04401.jpg>

## Conclusão:

As demandas do cliente para comunicar os ideais de beleza divina em sua marca, com referências à arte e arquitetura renascentista católica, criaram um desafio complexo. Por vez que essa estética rica em detalhes e decorações precisava ser equilibrada com uma comunicação moderna e legível. A solução encontrada foi desenvolver um símbolo que condensasse os valores e referências da marca, explorados através do estudo dos elementos visuais característicos da arte e arquitetura renascentista, enquanto transmitia uma estética minimalista e legível. A identidade desenvolvida utiliza elementos de geometria sagrada na sua forma para comunicar a ideia de que a fotografia permite observar a beleza divina presente no mundo (Figura 59), e através do uso do simbolismo religioso da geometria sagrada, também foi possível a criação de um desenho familiar às peças decorativas presentes em igrejas e catedrais renascentistas.

Figura 59 - Peça de apresentação que detalha o simbolismo utilizado na identidade



Fonte: Autor

## 3.7. Quelônia Residence

### Sobre:

Quelônia Residence (Figura 60) é uma edificação residencial localizada na região de Intermares, em Cabedelo, PB. É desenvolvido pela WFC Construções, empresa com ampla

atuação no mercado da construção civil na região, e contou com o apoio da March Arquitetura, empresa especializada em consultorias e desenvolvimento de projetos arquitetônicos. A construtora, que utilizava uma fórmula para nomear seus empreendimentos, buscava uma nova forma de destacar seu empreendimento através de uma comunicação e temática distinta dos seus empreendimentos anteriores e de empreendimentos concorrentes. O projeto seguinte, contratado no ano de 2020, teve como objetivo a criação do nome e identidade visual para o novo empreendimento previsto para lançamento no ano de 2023, tendo como base as necessidades de comunicação definidas pelo cliente.

Figura 60 - Modelo 3D do empreendimento



Fonte: Autor

### **Obstáculo:**

A construtora buscava um nome e identidade visual para seu mais novo empreendimento residencial, com estética moderna e de luxo, que comunique o privilégio de viver em Intermares. O público-alvo são pequenas famílias com um ou dois filhos que buscam um ambiente especial para viver com sua família. O projeto de arquitetura utiliza cores sóbrias, como preto, cinza e branco com destaques amarelos em certas janelas e seções de madeira na composição do empreendimento. Em empreendimentos anteriores, a construtora utilizava de uma fórmula para o nome de seus empreendimentos, utilizando “atlântico” como elemento

recorrente. Empreendimentos anteriores também possuíam o padrão de utilizarem imagens associadas a elementos de praia e mar. Para o novo empreendimento a construtora busca se afastar da fórmula anterior em troca de comunicações originais que se destaquem em meio a outros empreendimentos.

## Metodologia:

Utilizando a abordagem proposta por Peón (2003)(Figura 61), fase de problematização incluiu a reunião inicial de briefing e coleta de informações necessárias para o desenvolvimento do projeto. A fase de concepção incluiu a exploração de conceitos e ideias de nome, a entrega de propostas de nome e a seleção do nome pelo cliente, os testes e definição da proposta de identidade, e a entrega do material para validação do cliente. A fase de especificação incluiu a coleta de feedback e ajustes, assim como a entrega final do produto.

Figura 61 - Diagrama detalhando a aplicação da metodologia de Peón (2003) no projeto



Fonte: Autor

## **Problematização:**

### **Levantamento de dados:**

Foi realizada uma entrevista de briefing com o cliente com o propósito de obter informações relevantes acerca de suas necessidades. A entrevista permitiu a compreensão dos requisitos essenciais do projeto, bem como as expectativas do cliente em relação ao resultado.

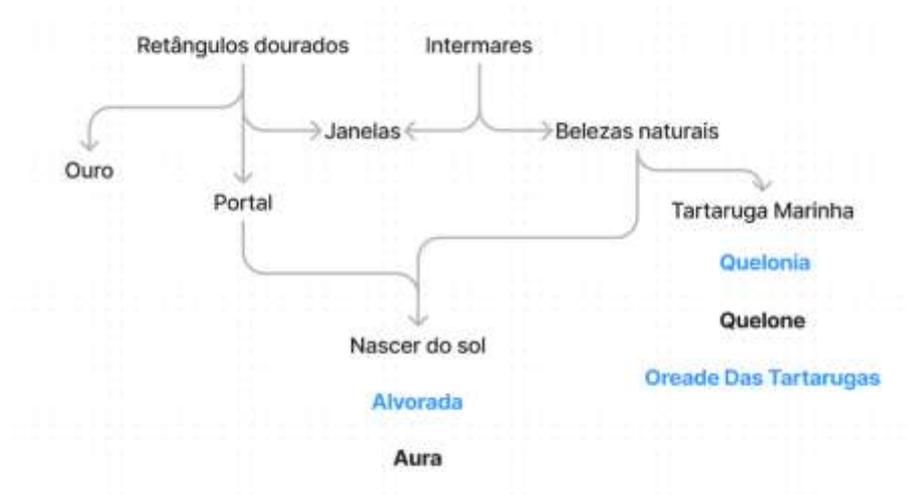
- Empreendimentos anteriores utilizavam “Atlântico no nome” como Ilhas do Atlântico, Brisas do Atlântico, Ondas do Atlântico, Vista do Atlântico, Atlantic Beach. O Cliente busca se afastar do padrão anterior, e prefere conceitos e nomes originais para projetos futuros.
- O empreendimento é descrito como moderno, elegante e sofisticado.
- Deve comunicar o privilégio de viver em Intermares.
- O projeto de arquitetura utiliza cores sóbrias, como preto, cinza e branco com detalhes amarelos em certas janelas e seções de madeira na composição do empreendimento.
- O público-alvo são pequenas famílias com um ou dois filhos que buscam um ambiente especial para viver com sua família.
- Deve fugir de elementos visuais como sol, praia e mar para evitar repetitividade em relação à empreendimentos passados.

## **Concepção:**

### **Naming:**

Com o intuito de auxiliar na tarefa de geração de alternativas de nome para a identidade, foi empregada a técnica de mapa mental (Figura 62), que consiste em uma representação gráfica de ideias e conceitos relacionados a um determinado tema. O mapa mental foi construído através do Figma, programa de edição gráfica e prototipagem de projetos de design.

Figura 62 - Reconstrução aproximada do Mapa mental desenvolvido



Fonte: Autor

A partir deste procedimento, foram selecionados possíveis nomes para a identidade em questão, as opções de nomes foram enviadas para avaliação do cliente, o mapa mental também contribuiu para a definição do conceito utilizado pela marca.

**Quelonia:** Do grego *Chelone*, se refere à ordem taxonômica no qual pertencem às tartarugas.

**Oreade Das Tartarugas:** Se refere a *Chelone*, oreade da mitologia grega responsável pela criação das tartarugas.

**Alvorada:** A primeira luz do amanhecer, nascer do sol.

### Testes:

Com o nome definido pelo cliente e com o conceito em mente, foram desenvolvidos testes (Figura 63), para a elaboração de uma identidade visual que atendesse aos critérios estabelecidos pela empresa. Foram considerados fatores como a clareza, a simplicidade e a facilidade de reconhecimento do logo, bem como a sua coerência com as expectativas do cliente. Ao fim dos testes uma logo foi selecionada, também foram feitos testes para definição da tipografia.

Figura 63 - Alguns dos testes desenvolvidos para desenvolvimento da identidade visual



Fonte: Autor

### **Especificação:**

Após a seleção do símbolo e tipografia, a proposta de identidade foi enviada para avaliação do cliente. A proposta foi aprovada pelo cliente e a tipografia foi atualizada para o nome final Quelônia Residence por definição do cliente (Figura 64).

Figura 64 - Versão final da Identidade visual desenvolvida

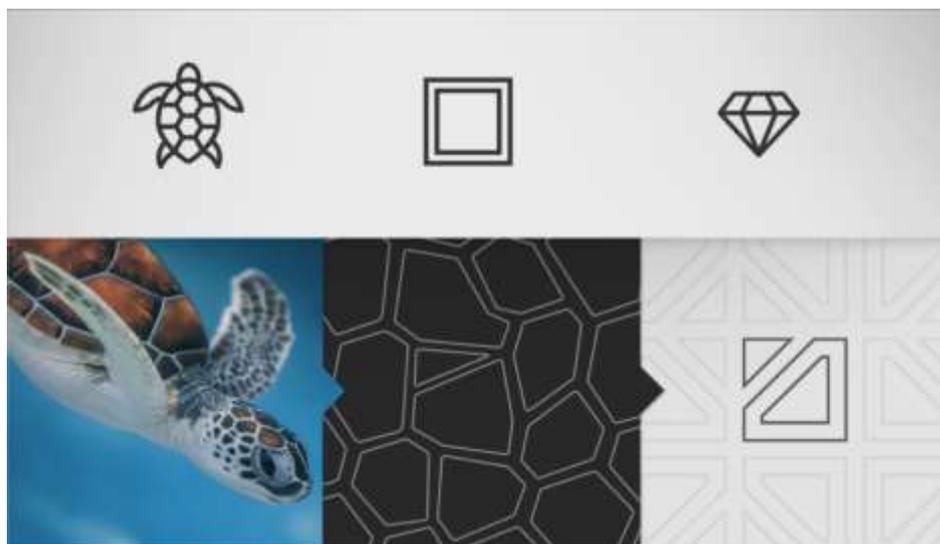


Fonte: Autor

**Produto:****Símbolo:**

O símbolo é construído através da simplificação e desconstrução do padrão geométrico presente nas escamas e casco de tartarugas marinhas, reduzido para a forma de um quadrado cortado com a forma de um diamante, mesclando os símbolos da tartaruga, janela e diamante (Figura 65). representando respectivamente a beleza natural de Intermares, a vista do morador ou o ato de presenciar a beleza da região, e o privilégio de viver no empreendimento e em Intermares.

Figura 65 - Peça utilizada na apresentação da identidade, ilustra a construção do símbolo



Fonte: Autor

**Tipografia:**

A fonte selecionada para a tipografia foi a Aileron (Figura 66). Uma fonte moderna e legível que quando combinada com o símbolo traz sentimentos de elegância à marca.

Figura 66 - Fonte utilizada na identidade visual

## Aileron Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
 (!@ # \$ % & . , ? ; :)

## Aileron Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
 (!@ # \$ % & . , ? ; :)

Fonte: Autor

### Cores:

A cor selecionada para a identidade visual foi o amarelo remetendo ao dourado (Figura 67), contido no projeto de arquitetura do empreendimento. No contexto da sua aplicação na marca, o uso do tom amarelo dourado além do significado cultural do ouro relacionado ao luxo, elegância e prestígio, aplicando uma sensação de sofisticação e qualidade ao design, também representa o nascer do sol em Intermares, unindo a beleza natural ao prestígio.

Figura 67 - Cor selecionada para a identidade visual.



Fonte: Autor

## **Conclusão:**

O conceito para o desenvolvimento da identidade visual e nome do Quelônia Residence teve como objetivo retratar a experiência privilegiada de viver na região de Intermars. A identidade busca combinar vários elementos que representam a essência da vida nesse local. O formato quadrado do logo representa uma janela ou a possibilidade de ver e apreciar as belezas naturais da região. Esta forma também reflete a função do edifício como um espaço residencial, onde os moradores podem desfrutar das belas vistas ao seu redor. A forma da janela é entrecortada para implicar de forma simplificada a estrutura geométrica das escamas da tartaruga marinha, animal que desova na praia de Intermars e representa a diversidade ecológica da região e reforça o compromisso do edifício com a sustentabilidade. Finalmente, a estrutura geométrica também cria a forma de um diamante que representa a elegância e o prestígio de viver neste local. A cor utilizada na Identidade também busca combinar o prestígio com a beleza natural através da função dupla do dourado que representa elegância e prestígio, mas também o nascer do sol, que pode ser visto pelos moradores do prédio. A cor portanto reforça a ligação do edifício com a região. O nome Quelônia, derivado da palavra grega para tartaruga, fixa a associação ao animal marinho no símbolo como elemento central da comunicação. Sendo assim, a Identidade Visual comunica as belezas naturais, a experiência e os ideais da vida em Intermars sem utilizar representações diretas de ícones relacionados à praia, o mar, e o nascer do sol para gerar uma presença única em meio aos empreendimentos da região.

## **3.8. Avant Home**

### **Sobre:**

Avant Home (Figura 68) é uma edificação residencial localizada na região de Intermars, em Cabedelo, PB. Desenvolvido pela construtora WFC. Com o apoio da March Arquitetura. Após a recepção positiva do seu último empreendimento, que quebrava a fórmula de comunicação estabelecida anteriormente em seus empreendimentos antigos, a empresa buscava uma abordagem original para seu próximo empreendimento, dessa vez explorando

temas relacionados a evolução, progresso e inovação, O projeto foi contratado no ano de 2021, e teve como objetivo a criação do nome e identidade visual para o novo empreendimento previsto para lançamento no ano de 2023, tendo como base as necessidades de comunicação definidas pelo cliente.

Figura 68 - Modelo 3D do empreendimento



Fonte: Autor

### **Obstáculo:**

O cliente busca um nome e identidade visual para um novo empreendimento de flats, com estética moderna e uma mensagem confiante de inovação. O público-alvo são investidores que desejam rentabilizar seu capital, adquirindo empreendimentos em planta e vendendo posteriormente, ou alugando para profissionais e estudantes da região. O projeto de arquitetura utiliza cores sóbrias, como cinza e branco, e elementos modernos na fachada de estética similar a uma teia, com linhas conectadas, sugerindo uma ambientação minimalista e moderna para os flats. Faz-se necessário a criação de uma identidade visual e nome que transmita uma imagem de inovação e modernidade, com um nome que se afasta da repetição do nome "Atlântico", presente em empreendimentos anteriores da construtora e comunica os ideais representados pela identidade visual.

## Metodologia:

Utilizando a abordagem proposta por Peón (2003) (Figura 69), a fase de problematização incluiu a reunião inicial de briefing e coleta de informações necessárias para o desenvolvimento do projeto. A fase de concepção incluiu a etapa de ideação para exploração do conceito e geração de propostas de nome, o estudo dos conceitos, os testes e exploração para geração de alternativas e o envio das alternativas para seleção pelo cliente. A fase de especificação incluiu os últimos ajustes e entrega final do produto para o cliente.

Figura 69 - Diagrama detalhando a aplicação da metodologia de Peón (2003) no projeto



Fonte: Autor

## Problematização:

### Levantamento de dados:

Foi realizada uma entrevista de briefing com o cliente com o propósito de obter informações relevantes acerca de suas necessidades. A entrevista permitiu a compreensão dos requisitos essenciais do projeto, bem como as expectativas do cliente em relação ao resultado final.

- Empreendimentos anteriores utilizavam “Atlântico” no nome, com o residencial Quelônia sendo o primeiro a mudar a fórmula, o cliente busca se afastar do padrão anterior, e prefere conceitos e nomes originais para cada empreendimento.

- O empreendimento é descrito como confiante, sóbrio e moderno.
- Deve comunicar ideais de inovação e modernidade, um lugar ideal para investimento e rentabilidade.
- O projeto de arquitetura trabalha com cores sóbrias, e elementos modernos na fachada de aparência similar a uma teia com linhas conectadas, sugere ambientação minimalista e moderna, a identidade deve harmonizar com o empreendimento.
- O público-alvo são investidores que desejam rentabilizar seu capital, adquirindo empreendimentos em planta e vendendo posteriormente, ou alugando para profissionais e estudantes da região.
- Precisa ter FLAT no nome para chamar a atenção dos investidores.

## Concepção:

### Naming:

Com o intuito de auxiliar na tarefa de geração de alternativas de nome para a identidade, foi empregada a técnica de mapa mental (Figura 70), que consiste em uma representação gráfica de ideias e conceitos relacionados a um determinado tema. O mapa mental foi construído através do Figma, programa de edição gráfica e prototipagem de projetos de design.

Figura 70 - Mapa mental para criação do conceito e geração de alternativas de naming



Fonte: Autor

A partir deste procedimento, foram selecionados possíveis nomes para a identidade em questão, o mapa mental também contribuiu para a definição do conceito utilizado pela marca.

- **Headway:** termo que descreve o movimento para frente ou progresso.
- **Avant:** avançar, utilizado também para descrever algo novo e inovador (ex: avant-garde).
- **Legacy:** legado, motivante final das escolhas, a marca que se deixa no mundo.

### **Estudo de Conceitos:**

A partir da base definida no mapa mental, foi realizado um estudo de conceitos que poderiam compor a identidade do empreendimento. Ao considerar os elementos visuais de linhas conectadas presentes no projeto de arquitetura e os valores de inovação e progresso, viu-se uma oportunidade de unir os valores e mensagem do empreendimento com a estética das linhas, gerando uma exploração do uso simbólico das linhas para representação de conceitos.

### **Os Fios da Vida:**

Em muitas culturas ao redor do mundo, o curso da vida humana é retratado como uma linha ou fio que representa a jornada desde o nascimento até a morte. A linha ou fio é frequentemente usado como uma metáfora para o destino. A representação do tempo e da vida como uma linha pode ser compreendida por meio da ideia de direcionalidade. Uma linha tem uma direção clara, de uma ponta à outra. Da mesma forma, a progressão linear do tempo também é percebida como tendo uma direção definida, do passado para o futuro. Em muitos campos, como matemática, economia e análise de dados, é comum o uso do gráfico de linha para a visualização de tendências ao longo do tempo. Em um gráfico de linhas, o eixo horizontal normalmente representa o tempo, enquanto o eixo vertical representa o valor dos dados que estão sendo analisados. Ao posicionar os dados em diferentes pontos ao longo do eixo horizontal e, em seguida, conectá-los com uma linha, um gráfico de linha pode mostrar como o valor dos dados muda com o tempo. No campo de investimentos, é comum o uso da

visualização linear do tempo para rastrear tendências e padrões no preço de um ativo, com o símbolo da linha diagonal crescente sendo associado à valorização progressiva do ativo.

### Geração de Alternativas:

Com base nas opções de nome geradas no mapa mental e no conceito definido, foram exploradas abordagens criativas para desenvolver uma identidade visual que atendesse aos critérios estabelecidos pela empresa. Os testes desenvolvidos buscavam utilizar o elemento da linha como forma primária de comunicação.

Figura 71 - Testes desenvolvidos para geração de alternativas



Fonte: Autor

Com os resultados obtidos nos testes, foram selecionadas três alternativas de identidade visual, cada uma correspondendo a um dos três nomes escolhidos anteriormente, as alternativas foram enviadas para o cliente na forma de uma apresentação demonstrando as alternativas de identidade e uma breve explicação do conceito para cada alternativa de nome e logo.

**Headway:** Utiliza a forma implícita de uma seta através de uma barra diagonal com uma tipografia de impacto, exibindo confiança (Figura 72).

Figura 72 - Proposta vinculada ao nome Headway flat



Fonte: Autor

**Avant:** Logotipo apresenta uma modificação na letra A, na forma de uma barra diagonal crescente, representando avanço (Figura 73).

Figura 73 - Proposta vinculada ao nome Avant flat



Fonte: Autor

**Legacy:** Mescla o uso da forma em caixa com o uso da barra diagonal, posicionada à direita do tipo para melhor senso de movimento (Figura 74).

Figura 74 - Proposta vinculada ao nome Legacy flat



Fonte: Autor

### **Especificação:**

Após a apresentação das alternativas, o nome e identidade visual foi selecionado pelo cliente e definido como Avant Home, a identidade foi ajustada de acordo com as especificações gerando sua versão final (Figura 75).

Figura 75 - Versão final da identidade visual

# Avant Home.

Fonte: Autor

**Produto:****Símbolo:**

O símbolo (Figura 76) é construído primariamente através da letra A, com sua forma modificada de modo a formar uma diagonal crescente representando a perspectiva de progresso e sugerindo a forma da letra V.

Figura 76 - Peça de apresentação demonstrando a construção da marca



Fonte: Autor

**Tipografia:**

A fonte selecionada para a tipografia da marca foi a Chesna Grotesk (Figura 77) por sua estética limpa e moderna e sua maior legibilidade, com uma geometria que combina círculos

perfeitos e linhas retas em equilíbrio. Trazendo uma abordagem moderna para o design grotesco.

Figura 77 - Fonte utilizada na identidade visual



Fonte: Autor

### **Cores:**

A marca utiliza apenas pretos, brancos e cinza para uma comunicação sóbria e moderna e para melhor encaixe com os elementos presentes no projeto de arquitetura.

### **Conclusão:**

O conceito busca conectar a estética do uso de linhas com os valores definidos pelo cliente, o nome Avant é comumente usado como prefixo para descrever algo inovador, como o termo “*avant-garde*”, traduzido literalmente para guarda-frontal, se referindo à parte frontal de um exército, com o significado metafórico de “estar a frente do seu tempo”. A palavra possui a mesma raiz linguística que palavras como avançar, vantagem e vanguarda, ou seja, denota uma ideia de progresso. Este progresso descrito pelo nome se expressa visualmente no logotipo, a linha diagonal crescente presente na letra A simboliza uma tendência ao progresso. A mensagem comunicada pela identidade visual representa inovação não apenas num sentido das acomodações e tecnologia oferecidas pelo empreendimento, mas também é relevante para ambos os públicos-alvo de formas diferentes. Para o investidor a identidade e seu simbolismo significa rentabilidade, a perspectiva de valorização e lucro no seu investimento. Para o morador, jovem estudante ou profissional, a linha representa a ideia de melhora de vida ao

morar no novo residencial. Deste modo, o logotipo, os grafismos, o projeto de arquitetura e o nome estão unificados em seu simbolismo, gerando uma identidade consistente e bem definida.

### 3.9. HUB Residence

#### Sobre:

Hub Residence (Figura 78), é um empreendimento residencial desenvolvido pela República Construções com imagens e projeto visual pela March Arquitetura. No momento da contratação do projeto, a construtora já oferecia mais de 5 empreendimentos distintos na região de Cabedelo, PB, e tinha como missão realizar obras na construção civil que assegurem qualidade de vida, segurança e conforto aos seus clientes. No ano de 2022, com a perspectiva de lançar um novo empreendimento, a empresa observou que maioria dos seus empreendimentos possuíam nome e comunicação direcionada a temáticas de praia, como Costa Dourada, Beach Class e Summer Flat. Para seu mais recente empreendimento, a empresa buscava uma comunicação diferente, que se destaque entre a competição.

Figura 78 - Modelo 3D do empreendimento



Fonte: Autor

## Obstáculo:

O empreendimento possui público-alvo primariamente jovem, pessoas que procuram apenas um ponto de apoio na cidade ou investidores que querem rentabilizar o seu recurso, comprando em planta e vendendo na entrega ou comprando para alugar posteriormente para profissionais que trabalham na região ou estudantes da Faculdade de Ciências Médicas localizada nas proximidades do empreendimento. Busca oferecer apartamentos compactos e funcionais para hospedagem temporária, o nome/identidade deve explorar a ideia de moradia de temporada e se distinguir dos outros empreendimentos da construtora.

## Metodologia:

A partir da metodologia proposta por Peón (2003) (Figura 79), a fase de problematização incluiu a reunião inicial de briefing e coleta de informações necessárias para o desenvolvimento do projeto. A fase de concepção incluiu a etapa de ideação para exploração do conceito e geração de propostas de nome, o estudo dos conceitos, os testes e exploração para geração de alternativas e o envio das alternativas para seleção pelo cliente. A fase de especificação incluiu os últimos ajustes e entrega final do produto para o cliente.

Figura 79 - Diagrama detalhando a aplicação da metodologia de Peón (2003) no projeto



Fonte: Autor

## **Problematização:**

### **Levantamento de dados:**

Realizou-se uma entrevista de briefing com o cliente com o objetivo de coletar, informações relevantes sobre as necessidades do cliente, tanto objetivas quanto simbólicas. permitindo a compreensão dos requisitos essenciais do projeto e as expectativas do cliente em relação ao resultado, que foram:

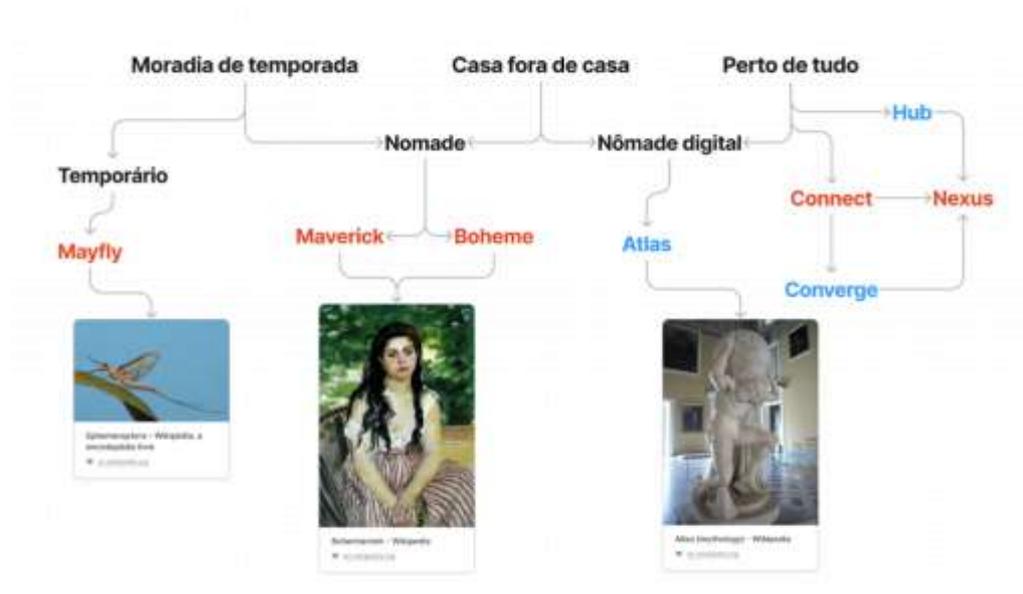
- O empreendimento é descrito como jovem, moderno, alegre, contemporâneo, divertido, desconstruído
- Deve comunicar a ideia de um lugar ideal para hospedagem, próximo a diversos serviços e da praia de Intermares, em Cabedelo.
- Deve explorar a ideia de moradia de temporada, estadia, casa fora de casa, simples e com tudo que precisa.
- Público-alvo composto primariamente por pessoas que buscam apenas um ponto de apoio na cidade, estudantes da faculdade de medicina, trabalhadores remotos e investidores.
- Deve usar elementos contemporâneos e divertidos na comunicação visual.
- O público precisa se sentir bem na temporada que passar no local. deve ser uma experiência marcante, avaliada com 5 estrelas no Airbnb.

## **Concepção:**

### **Naming:**

Para geração de alternativas de nome, e exploração de conceitos relevantes às necessidades do cliente, foi utilizada a técnica de mapa mental (Figura 80), onde diferentes ideias foram conectadas para formação de novos conceitos, O mapa mental foi construído através do Figma, programa de edição gráfica e prototipagem de projetos de design.

Figura 80 – Reconstrução aproximada do mapa mental desenvolvido



Fonte: Autor

A partir deste procedimento, foram selecionados possíveis nomes para a identidade em questão, o mapa mental também contribuiu para a definição do conceito utilizado pela marca.

**Hub:** o centro efetivo de uma atividade, região ou rede.

**Converge:** de convergir, tender para um ponto comum.

**Atlas:** figura mitológica que carrega o mundo em suas costas.

### Estudo de Conceitos:

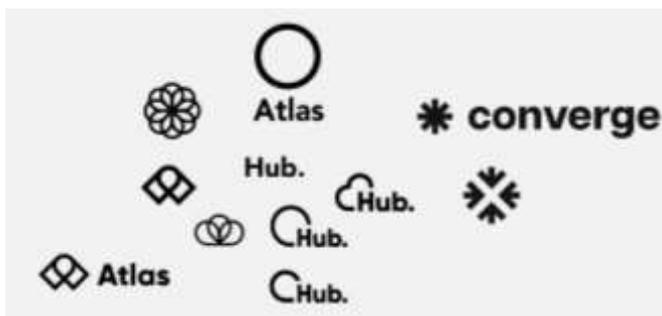
#### Nomadismo Digital:

O nomadismo digital é um estilo de vida caracterizado pelo uso da tecnologia para trabalho remoto. Profissionais aderentes ao estilo de vida são conhecidos como nômades digitais, não possuem um local físico fixo de trabalho e vivem em diferentes lugares por períodos curtos ou longos, geralmente em hospedagem temporária, utilizando equipamentos portáteis para manter a comunicação com clientes ou empregadores, acessar dados relacionados ao trabalho e concluir tarefas (GOMES, 2019). É um estilo de vida atraente para pessoas jovens que buscam liberdade, flexibilidade e aventura.

## Geração de Alternativas:

A partir das opções de nome adquiridas no mapa mental e com um conceito em mente, foram testadas direções criativas para a elaboração de uma identidade visual que atendessem aos critérios estabelecidos pela empresa (Figura 81).

Figura 81 - Testes desenvolvidos para geração de alternativas

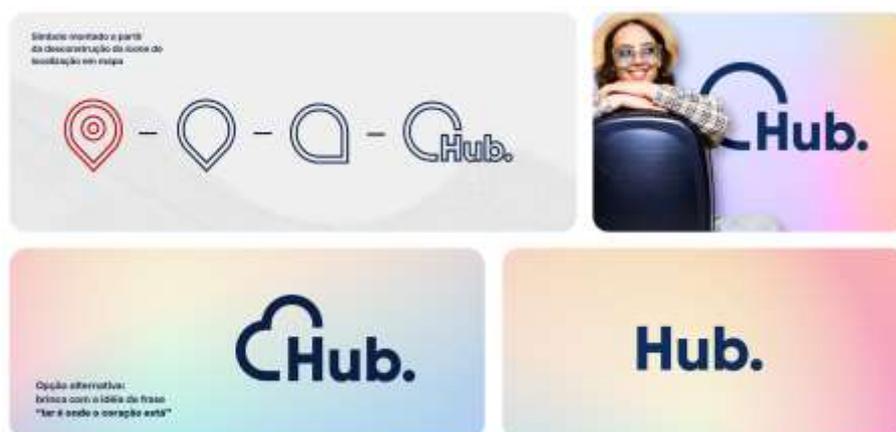


Fonte: Autor

Com os resultados obtidos nos testes, foram selecionadas três alternativas de identidade visual, cada uma correspondendo a um dos três nomes escolhidos anteriormente, as alternativas foram enviadas para o cliente na forma de uma apresentação demonstrando as alternativas de identidade e uma breve explicação do conceito para cada alternativa de nome e logo.

**Hub:** Utiliza a forma central do círculo em combinação com a tipografia para criar uma forma implícita similar ao ícone associado à localização e aplicativos de mapa (Figura 82).

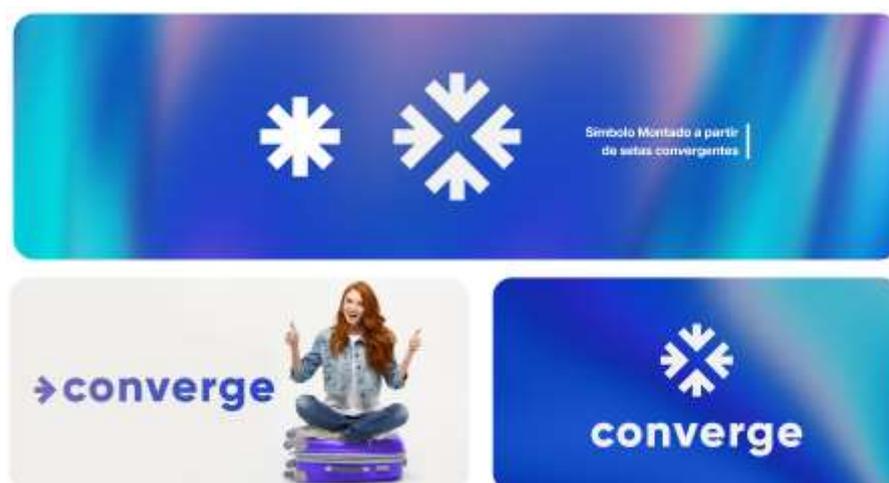
Figura 82 - Proposta vinculada ao nome Hub



Fonte: Autor

**Converge:** Utiliza setas convergentes para formar um símbolo de estrutura similar a um asterisco, trazendo uma estética digital que remete à computadores e internet, também oferece o uso das setas como parte da comunicação (Figura 83).

Figura 83 - Proposta vinculada ao nome Converge



Fonte: Autor

**Atlas:** Utiliza a combinação de elementos iconográficos de casa e localização para representar o conceito (Figura 84).

Figura 84 - Proposta vinculada ao nome Atlas



Fonte: Autor

## Especificação:

Após a apresentação das alternativas, o nome e identidade visual foi selecionado pelo cliente e definido como Hub Residence, a identidade foi ajustada de acordo com as especificações gerando sua versão final (Figura 85).

Figura 85 - Versão final da identidade desenvolvida



Fonte: Autor

## Produto:

### Símbolo:

O símbolo utilizado na logo faz referência ao ícone de pin de localização utilizado em aplicativos de mapa (Figura 86), além da associação a iconografia digital e de internet, remete à ideia de que o empreendimento está localizado em um ponto estratégico da cidade, que permite fácil acesso a diversos pontos de interesse.

Figura 86 - figura utilizada na apresentação da identidade, ilustra a construção da marca



Fonte: Autor

## Tipografia:

A fonte selecionada para a tipografia da marca foi a Gilroy (Figura 87), por sua estética limpa e moderna, porém amigável, seu uso transmite os valores relacionados ao empreendimento e possui similaridade com tipografia associada à empresas de tecnologia como google, facebook, instagram e outros.

Figura 87 - Fonte utilizada na identidade visual

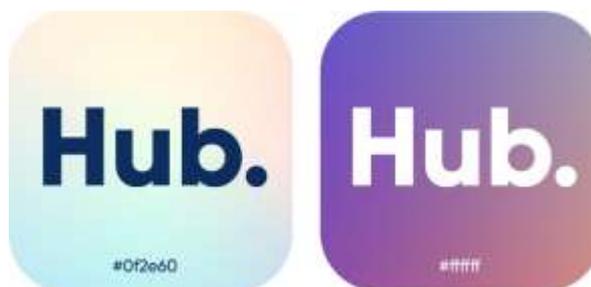


Fonte: Autor

## Cores:

A marca utiliza o azul escuro como cor principal quando aplicada em fundos claros, e gradientes de cores diversas são utilizados na comunicação para transmitir juventude e energia (Figura 88).

Figura 88 - Cores utilizadas na identidade visual



Fonte: Autor

## Conclusão:

A associação do empreendimento com a ideia de um "hub" ou ponto central, sugere que a sua localização é privilegiada e oferece conveniência e praticidade aos seus moradores, especialmente dentro do contexto de moradia temporária, pois sugere que o empreendimento é um lugar que oferece não apenas acomodação, mas também acesso a uma rede de conexões e serviços que podem tornar a estadia mais confortável e prática. Para comunicar efetivamente a mensagem da marca para o público-alvo, foi adotado o conceito do estilo de vida do Nômade digital, pessoas que viajam livremente enquanto trabalham remotamente. Essas pessoas geralmente têm posses materiais mínimas e trabalham remotamente em alojamentos temporários, tornando um empreendimento como o Hub Residence particularmente relevante. Para criar essa ligação, foi utilizado um visual que remete a elementos de mídia digital como aplicativos e dispositivos móveis na identidade visual. Com o uso de gradientes de cores vivas para atrair o público-alvo e criar uma estética jovem e dinâmica, assim como o uso de elementos de design limpos e modernos para transmitir ideais de contemporaneidade e praticidade (Figura 89). Para outros ativos visuais, utiliza-se imagens de estilo de vida na aplicação do padrão visual da marca para criar uma conexão emocional com o público-alvo e representar os benefícios de se hospedar no empreendimento, ou seja, oferecendo não apenas uma residência temporária, mas um estilo de vida. Ao fazer isso, a marca pode explorar as emoções e aspirações de seu público-alvo e criar um sentimento de pertencimento entre seus clientes.

Figura 89 - Peça de apresentação descrevendo o conceito ao cliente



Fonte: Autor

## 3.10. Systemic

### **Sobre:**

A Systemic é uma empresa júnior prestadora de serviços de engenharia pertencente ao grupo DACA, que atua no setor elétrico e civil. Seus Diretores, Caio e Dara, identificaram a necessidade de oferecer soluções completas e de qualidade nesse mercado. Com formação técnica em Eletrotécnica e Edificações, respectivamente, eles desejam ser reconhecidos como uma empresa consolidada e referência no mercado dentro de 5 a 10 anos. A empresa busca atender pequenas e médias empresas do setor de engenharia e arquitetura, além de pessoas físicas que necessitam de projetos elétricos, laudos, entre outros. No momento da contratação do projeto em 2022, a empresa estava em sua fase inicial, existindo há apenas 1 mês. O desenvolvimento contou com a participação dos designers Felipe Guaraná e Melicia França, que participaram do processo de concepção da marca.

### **Obstáculo:**

Sendo uma empresa nova no mercado, a Systemic enfrentava o desafio de se destacar entre empresas mais estabelecidas e consolidadas. A necessidade premente de uma marca distintiva se revelou como elemento fundamental para atrair a atenção de potenciais clientes, transmitir credibilidade e profissionalismo, além de conquistar uma posição de relevância no mercado. Nesse contexto, a marca desenvolvida deverá se destacar em meio a concorrência, comunicando de forma visualmente atrativa os valores da empresa e evitando padrões visuais típicos do setor.

### **Metodologia:**

Utilizando a abordagem metodológica proposta por Peón (2003)(Figura 90), a fase de problematização incluiu a reunião inicial de briefing e coleta de informações necessárias para

o desenvolvimento do projeto. A fase de concepção incluiu a fase de testes e definição da proposta, assim como o envio para validação do cliente. A fase de especificação incluiu a entrega final do produto ao cliente sem a necessidade de ajustes.

Figura 90 - Diagrama detalhando a aplicação da metodologia de Peón (2003) no projeto



Fonte: Autor

## **Problematização:**

### **Levantamento de dados:**

No processo inicial do projeto, foi realizada uma entrevista de briefing com os clientes, visando a coleta de informações e diretrizes relevantes sobre suas necessidades e expectativas, buscando uma compreensão abrangente dos elementos essenciais a serem considerados na criação da identidade visual.

- O nome Systemic foi escolhido com base na ideia do "olhar sistêmico", ou seja, a capacidade de ver o cenário completo, analisando todos os agentes e situações que o compõem. Esse é o papel de um engenheiro, saber analisar todo o cenário para tomar as melhores decisões e ter as melhores soluções
- A empresa deseja se destacar dos concorrentes do setor. A comunicação deve refletir os valores e diferenciais da empresa, como qualidade, economia, mão de obra qualificada, experiência e mentalidade inovadora. Seus principais concorrentes incluem Engeselt, Control e outras empresas juniores do ramo.

- Para alcançar seus clientes, a Systemic planeja prospectá-los diretamente, além de utilizar estratégias de marketing nas redes sociais, como Instagram e Facebook. Essas plataformas serão os principais locais em que o logo da empresa será exibido.
- Em relação aos aspectos visuais do projeto, a Systemic deseja transmitir uma imagem sofisticada, moderna, madura e técnica.
- A empresa não deseja ser associada a características como brincalhona, sensível, antiga, agressiva ou convencional.
- Quanto às cores, a Systemic tem preferência por um tom de verde mais amarelado, um roxo puxado para o azul escuro, verde com cinza ou algum tom de vermelho. Por outro lado, desejam evitar o tradicional azul de engenharia ou azul formatura.
- Elementos como engrenagens, raios, círculos, capacete, lâmpada e sol não devem ser incorporados na marca.
- O design deve ser atrativo e impactante, capaz de chamar a atenção dos potenciais clientes e manter um relacionamento positivo com eles ao longo do tempo. Transmitir expertise técnica e profissionalismo é fundamental.

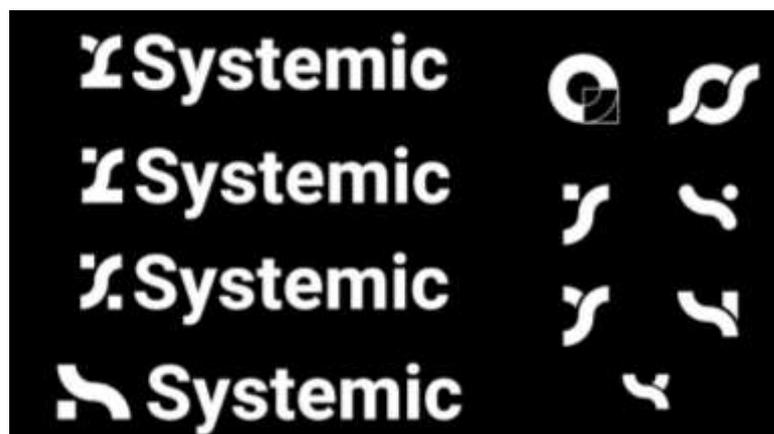
## **Concepção:**

### **Testes:**

Durante a etapa de concepção do projeto, foram realizados testes para a geração da proposta de identidade visual (Figura 91). Os testes se basearam na exploração do uso de formas em grid como base para construir um símbolo com uma estrutura geométrica minimalista. A escolha por uma estrutura mais geométrica foi feita com a intenção de transmitir visualmente a precisão, organização e expertise técnica que representam o conceito do “olhar sistêmico” na engenharia, fugindo de imagens e símbolos que representem diretamente o setor.

Ao trabalhar dentro do grid, foi possível experimentar diferentes combinações de formas geométricas que se consolidaram na exploração da abstração uso das letras “S” e “Y” para geração da proposta. após a definição da proposta do logo foi explorado o uso de cor, considerando as diretrizes definidas durante a etapa de problematização.

Figura 91 - Testes para definição da proposta de identidade



Fonte: Autor

**Especificação:**

Após a seleção do símbolo e tipografia, a proposta de identidade foi enviada para avaliação do cliente. A proposta foi aprovada pelo sem a necessidade de ajustes (Figura 92).

Figura 92 - Versão final da Identidade visual desenvolvida



Fonte: Autor

**Produto:****Símbolo:**

O símbolo (Figura 93), foi feito visando consistência, legibilidade e facilidade de reprodução em diferentes meios e tamanhos com uma forma simples, porém densa. É

construído através do posicionamento de círculos dentro de um grid, e foi originalmente desenhado na vertical, criando uma estrutura que se assemelha às letras S e Y, porém foi rotacionado na horizontal a favor de uma maior abstração, sua versão final ainda possui semelhança com a letra S, com uma forma quadrada posicionada abaixo dando equilíbrio visual ao símbolo.

Figura 93 - Construção do logo



Fonte: Autor

## Tipografia:

A fonte Mont Heavy foi selecionada para o logotipo, com a família Heebo sendo utilizada para a comunicação da empresa (Figura 94). Ambas as fontes foram escolhidas por sua boa legibilidade e peso, transmitindo uma imagem profissional e contemporânea para a marca, mas também por possuírem uma qualidade dualística que mescla harmoniosamente um núcleo estruturado com um elemento de suavidade e acolhimento. com curvas suaves e convidativas que permeiam seu design, servindo de contrapeso para as cores fortes da identidade visual.

Figura 94 - Fontes utilizadas na identidade visual e comunicação



Fonte: Autor

## Cores:

A escolha das cores foi baseada na sugestão do cliente, com o objetivo de destacar a comunicação em meio à concorrência, os tons de roxo e verde lima se complementam, gerando uma estética impactante, porém amigável (Figura 95).

Figura 95 - Cores selecionadas para a identidade visual



Fonte: Autor

## Conclusão:

A identidade visual desenvolvida transmite solidez e precisão. A escolha de formas geométricas simples e precisas busca representar os princípios e valores fundamentais da Systemic. Através da precisão matemática das formas, a estrutura se alinha com o conceito do olhar sistêmico e a abordagem analítica da empresa em relação aos seus projetos (Figura 96). A identidade também foi desenvolvida considerando a posição da empresa no mercado e a necessidade de se destacar em meio a um cenário competitivo. Nesse contexto, compreendendo a importância da marca como a primeira impressão que a empresa transmite aos seus potenciais clientes, o uso de uma construção visual minimalista, consistente e legível, que pode ser facilmente memorizada e reconhecida, em combinação com cores impactantes e não convencionais, permite que a empresa se destaque visualmente entre seus concorrentes.

Figura 96 - Peça de apresentação explicando o conceito da identidade visual para o cliente.



Fonte: Autor

## 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o início dos estudos e da carreira do autor, houve sempre um enfoque na ideia de um “repertório mental”, construído através da curiosidade e interesse em aprender sobre diversas áreas, tópicos e formas de expressão, tanto visualmente quanto conceitualmente. A exploração de vários tópicos e a busca pela originalidade nas criações permitiriam ao autor desenvolver a capacidade de gerar ideias inovadoras de forma relativamente rápida durante o processo de conceitualização. No entanto, o maior obstáculo enfrentado em relação ao processo criativo foi a dificuldade em organização e na definição de diferentes prioridades. Através do seu aprendizado durante o curso, se conclui que é através do método que se constitui o alicerce que canaliza a criatividade, a fundação teórica age efetivamente como um funil no qual as ideias e o processo de construção do produto é refinado. Por meio do conhecimento adquirido durante o curso, o autor é capaz de abordar uma ideia complexa, desconstruí-la e reconstruí-la de forma a gerar um produto que excede as expectativas do cliente.

Os projetos de Identidade visual e branding presentes neste trabalho demonstram como o uso de uma boa fundamentação conceitual permite, através da metodologia, a criação de marcas que comunicam eficientemente ideias, sentimentos e mensagens diversas. Os projetos de Ilustração e design de personagem demonstram como o entendimento das necessidades do projeto e a definição de caminhos criativos no estágio de concepção podem ser mais importantes que o entendimento técnico de anatomia, luz, sombra, perspectiva ou modelagem 3D, que embora permitam uma facilidade maior na tradução das ideias para o papel, necessitam de uma boa base conceitual para gerar um produto memorável. Num plano geral, o trabalho permite visualizar o motivo pelo qual metodologias existem e devem ser aplicadas.

Por outro lado, o desenvolvimento de um portfólio como TCC tem um valor pessoal para o autor, durante seu tempo como estudante e nos estágios iniciais da sua carreira, o autor também enfrentava dificuldades no quesito da divulgação dos seus trabalhos, mesmo tendo havido a oportunidade de desenvolver trabalhos que foram bem recebidos pelos clientes.

Devido à autocrítica, o autor costumava concluir que o resultado dos projetos não era bom o suficiente para fazer parte de um portfólio ao ponto de que apenas três dos dez projetos apresentados estavam disponíveis online antes da entrega deste trabalho. A experiência do autor no mercado e no curso envolveu muita experimentação e erros. Porém a cada projeto desenvolvido, o autor aprendeu a aplicar seus aprendizados gerando projetos progressivamente consistentes. Com a conclusão deste trabalho, espera-se que este portfólio represente um marco não apenas na transição de estudante para profissional, mas também, através da solidificação e refinamento do processo metodológico permitido pela autoanálise, a construção de uma nova visão sobre a estrutura de projetos futuros, e da importância do portfólio para o crescimento profissional.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

ALCANTARA, E. F. S. **MAPA CONCEITUAL E MAPA MENTAL**. Simpósio, [S.l.], n. 8, mar. 2020. ISSN 2317-5974. Disponível em: <<http://revista.ugb.edu.br/ojs302/index.php/simposio/article/view/2106>>. Acesso em: 24 jul. 2023.

BAXANDALL, M. **O olhar renascente: pintura e experiência social na Itália da Renascença**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.

COSTELLA, A. F. **Breve história ilustrada da xilogravura**. Campos do Jordão, SP: Editora Mantiqueira, 2009.

FARAGO, J. **Goya: The Dreams, the Visions, the Nightmares**. New York Times, 2021. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2021/02/11/arts/design/goya-met-museum.html>>. Acesso em: 26 jun. 2023.

GOMES, N. **Nômades digitais: quem são estes novos turistas?** Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos, Universidade de Évora, Évora, 2019.

LUPTON, E. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes**. São Paulo, Cosac Naify, 2006.

OSBORN, A. **O Poder Criador da Mente: princípios e processos do pensamento criador e do “brainstorming”**. Traduzido por E. Jacy Monteiro. São Paulo: Ibrasa editora. 1987.

PENNICK, N. **Geometria Sagrada: Simbolismo e Intenção nas Estruturas Religiosas**. 10. ed. São Paulo: Pensamento, 2009.

PEÓN, M. L. **Sistemas de identidade visual**. 3. Ed. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2003.

PEREIRA, C. **Everywhere at the End of Time: A abordagem dos impactos da demência e alzheimer por meio da música.** Medium, 2021. Disponível em: <<https://medium.com/helloband/everywhere-at-the-end-of-time-a-abordagem-dos-impactos-da-dem%C3%Aancia-e-alzheimer-por-meio-da-m%C3%BAAsica-bfe01db4318b>>. Acesso em: 26 jun. 2023.

PIMENTA, M. **O que é Portfólio?: guia completo sobre como fazer e exemplos para criar um portfólio impecável.** Rock Content, 2019. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/talent-blog/o-que-e-portfolio/>>. Acesso em: 24 jul. 2023.

VAZ, M. A.; GOMES, L.; BEZERRA, A. J. C. **O impacto da doença de Alzheimer nos autorretratos de William Utermohlen.** Revista Kairós-Gerontologia, [S. l.], v. 19, n. 2, p. 121–132, 2016. DOI: 10.23925/2176-901X.2016v19i2p121-132. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/view/30353>. Acesso em: 26 jun. 2023.

WHEELER, A. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas.** Tradução Francisco Araújo da Costa. 5. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2019.

YALCINKAYA, G.; KANE, A. **Why painter Francis Bacon was art's greatest punk.** Dazed, 2018. Disponível em: <<https://www.dazeddigital.com/art-photography/article/39210/1/why-painter-francis-bacon-was-arts-greatest-punk-all-too-human-tate-britain>>. Acesso em: 26 jun. 2023.

ZATÓN, J. **Geometria Sagrada: bases naturais, científicas e pitagóricas.** Barcelona: Fundacion Rosacruz, 2017.

## ANEXOS

## ANEXO A – DECLARAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO, BRILHOS NA FLORESTA EM CORDEL

## Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que o profissional Bruno Henrique Raposo Máximo, de CPF de nº 705.521.384-36, prestou serviço de Design de Ilustração para o contratante Antia Louisa Lima com CPF/CNPJ de nº 307698749 no ano de 2022.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, Paraíba, 26/06/2023

Antia Louisa Lima  
Assinatura do contratante

## **ANEXO B – DECLARAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO, GUIA DEFINITIVO DO BARMAN AMADOR**

### **Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico**

Declaro que o profissional Bruno Henrique Raposo Máximo, de CPF de nº 705.521.384-36, prestou serviço de Design de Ilustração para o contratante Felipe Dias Pinto Guaraná, com CPF/CNPJ de nº 703.115.334-42 no ano de 2022.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, Paraíba, 26/06/2023



Assinatura do contratante

## ANEXO C – DECLARAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO, VESCIS

### Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que o profissional Bruno Henrique Raposo Máximo, de CPF de nº 705.521.384-36, prestou serviço de Design de Identidade Visual para o contratante

Priscilla Fernanda Raposo Máximo com CPF/CNPJ de nº 098.254.674-28 no ano 2021

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, Paraíba, 26/06/2023

A square box containing a handwritten signature in black ink. The signature is stylized and appears to be the name of the contractor.

Assinatura do contratante

## ANEXO D – DECLARAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO, SYSTEMIC

### **Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico**

Declaro que o profissional Bruno Henrique Raposo Máximo, de CPF de nº 705.521.384-36, prestou serviço de Design de Identidade Visual para o contratante

Eduardo Grangeiro Fernandes com CPF/CNPJ de nº 45.957.034/0001-07 no ano de 2022

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, Paraíba, 26/06/2023

*Eduardo Grangeiro Fernandes*

Assinatura do contratante

## ANEXO E – DECLARAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO, QUELÔNIA RESIDENCE, AVANT HOME, HUB RESIDENCE

### Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que o profissional Bruno Henrique Raposo Máximo, de CPF de nº 705.521.384-36, prestou serviço de Design de Identidade Visual para o contratante

MARCH NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS LTDA, com CPF/CNPJ de nº 45.970.443/0001043 nos períodos entre 2020 e 2022.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, Paraíba, 26/06/2023

 Documento assinado digitalmente  
VIVIANE KELLER PEIXOTO FELIX  
Data: 26/06/2023 17:17:09-0300  
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Assinatura do contratante



## Documento Digitalizado Restrito

### TCC\_Bruno Henrique Raposo Máximo

**Assunto:** TCC\_Bruno Henrique Raposo Máximo  
**Assinado por:** Bruno Maximo  
**Tipo do Documento:** Anexo  
**Situação:** Finalizado  
**Nível de Acesso:** Restrito  
**Hipótese Legal:** Informação Pessoal (Art. 31 da Lei no 12.527/2011)  
**Tipo do Conferência:** Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Bruno Henrique Raposo Máximo, ALUNO (201817010036) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 07/09/2023 23:24:06.

Este documento foi armazenado no SUAP em 07/09/2023. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 936381

Código de Autenticação: 3e35e82b2f

