



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

PORTFÓLIO ACADÊMICO

BRENDA LEE MARIA GOMES DE ALBUQUERQUE

CABEDELO
2023

PORTFÓLIO ACADÊMICO

BRENDA LEE MARIA GOMES DE ALBUQUERQUE

Portfólio apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, como requisito obrigatório no Trabalho de Conclusão de Curso do curso superior em Design Gráfico.

Orientadora: Prof^ª Me. Luciana Mendonça
Dinoá Pereira

CABEDELLO

2023



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS CABEDELO
COORDENAÇÃO DE BIBLIOTECA DO CAMPUS CABEDELO

FICHA 11/2023 - COB/DDE/DG/CB/REITORIA/IFPB, 5 de setembro de 2023

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

A345d Albuquerque, Brenda Lee Maria Gomes de.

Portfólio Acadêmico / Brenda Lee Maria Gomes de Albuquerque – Cabedelo, 2023.
51 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. Metodologia de projetos. I. Título.

CDU 741

Documento assinado eletronicamente por:

■ **Angela Cardoso Ferreira Silva**, BIBLIOTECARIO-DOCUMENTALISTA, em 05/09/2023 16:40:19.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 05/09/2023. 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 471444

Verificador: a23d3edb07

Código de Autenticação:





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

BRENDA LEE MARIA GOMES DE ALBUQUERQUE

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
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba

Cabedelo/2023

Documento assinado eletronicamente por:

- **Luciana Mendonca Dinoa Pereira**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 31/07/2023 20:22:35.
- **Lais Helena Gouveia Rodrigues**, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO, em 01/08/2023 09:27:07.
- **Fabianne Azevedo dos Santos**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 01/08/2023 15:14:09.

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 454223

Verificador: 54f15ed8e5

Código de Autenticação:



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

RESUMO

O referido trabalho trata-se de um portfólio que tem finalidade acadêmica e possui dez projetos da área do design gráfico. Atualmente, essa área estende-se para além dos objetos gráficos (que envolvem apenas impressão), abrange o desenvolvimento de projetos de sinalização, identidade visual, suportes audiovisuais (como material gráfico didático, animação digital, fotografia publicitária), e outros. O papel de um profissional da área envolve utilizar elementos visuais diversos para criar uma comunicação eficaz que alcance a solução necessária para o determinado problema. O objetivo deste trabalho é apresentar as metodologias e resultados dos projetos desenvolvidos pela estudante como requisito para a conclusão do curso de graduação em Design Gráfico. As metodologias utilizadas nos projetos apresentados neste trabalho foram a de Maria Luísa Peón (2003) para a criação de identidade visual, e a de Joan Costa (2007) para a criação de sistemas de sinalização. Os projetos inserem-se nas seguintes áreas: seis de criação de marca e identidade visual, dois de sinalização (de ambiente externo e exposição permanente) e dois de diagramação e ilustração. Alguns desses projetos tiveram a participação de outros estudantes que foram mencionados ao decorrer do trabalho.

Palavras-chave: Portfólio; Design Gráfico; Metodologia Projetual.

ABSTRACT

This work is a portfolio that has an academic purpose and has ten projects in the area of graphic design. Currently, this area extends beyond graphic objects (which involve only printing), covering the development of signage projects, visual identity, audiovisual supports (such as didactic graphic material, digital animation, advertising photography), and others. The role of a professional in the field involves using diverse visual elements to create effective communication that achieves the necessary solution to the given problem. The objective of this work is to present the methodologies and results of the projects developed by the student as a requirement for the completion of the undergraduate course in Graphic Design. The methodologies used in the projects presented in this work were that of Maria Luísa Peón (2003) for the creation of visual identity, and that of Joan Costa (2007) for the creation of signaling systems. The projects fall into the following areas: six for branding and visual identity, two for signage (external environment and permanent exhibition) and two for layout and illustration. Some of these projects had the participation of other students who were mentioned throughout the work.

Keywords: Portfolio; Graphic Design; Project Methodology.

LISTA DE FIGURAS

Fig. 1. Metodologia de Maria Luísa Peón.....	10
Fig. 2. Metodologia de Joan Costa.....	11
Fig. 3. Marca da Ouvidoria e COPFEM (TRE-PB).....	14
Fig. 4. Alternativas: Ouvidoria da Mulher.....	14
Fig. 5. Tipografia e Cores: Ouvidoria da Mulher.....	15
Fig. 6. Solução: Ouvidoria da Mulher.....	15
Fig. 7. Símbolo da EJE-PB.....	17
Fig. 8. Linguagem visual da EJE-PB.....	17
Fig. 9. Logotipo da EJE-PB 20 Anos.....	18
Fig. 10. Solução: EJE 20 Anos.....	18
Fig. 11. Painel Semântico de Brenda Lee.....	20
Fig. 12. Construção da Marca Pessoal - Brenda Lee.....	21
Fig. 13. Logotipo - Brenda Lee.....	21
Fig. 14. Solução: Marca Pessoal - Brenda Lee.....	22
Fig. 15. Marca do Armazém Paraíba.....	23
Fig. 16. Painel Semântico para o Armazém PB.....	24
Fig. 17. Antigo Armazém Paraíba.....	25
Fig. 18. Solução: Armazém Paraíba.....	25
Fig. 19. Solução: Redesign - Armazém Paraíba.....	26
Fig. 20. Painel Semântico de Arthur Hudson.....	28
Fig. 21. Referências para criação do símbolo.....	28
Fig. 22. Marca Pessoal - Arthur Hudson.....	29
Fig. 23. Solução: Marca - Arthur Hudson.....	29
Fig. 24. Construção: Símbolo da IEDI.....	31
Fig. 25. Tipografia e cores: IEDI.....	31
Fig. 26. Solução: Marca - IEDI PB.....	32
Fig. 27. Análise de Fluxo e tipos de sinais.....	34
Fig. 28. Tipografia, cores e pictogramas: Praça do Chafariz.....	34
Fig. 29. Solução: Sinalização - Praça do Chafariz.....	35
Fig. 30. Exemplo de Xilogravura.....	37
Fig. 31. Tipografia e cores: Mulheres pela Democracia na Paraíba.....	37
Fig. 32. Solução: Exposição - Mulheres pela Democracia na Paraíba.....	38
Fig. 33. Capa do Livro: O Picapau Amarelo.....	40
Fig. 34. Tipografia e cores: O Picapau Amarelo.....	41
Fig. 35. Solução: Capa e diagramação - O Picapau Amarelo.....	41
Fig. 36. Construção da marca: É Gente.....	43
Fig. 37. Tipografia e Cores: Revista É Gente.....	44
Fig. 38. Solução: Revista EJE.....	44

SUMÁRIO

1. Apresentação.....	8
2. Metodologia.....	10
2.1 Maria Luísa Peón (2003).....	10
2.2 Joan Costa (2007).....	11
3. Projetos.....	13
3.1 Ouvidoria da Mulher do TRE-PB.....	13
3.1.1 Apresentação.....	13
3.1.2 Problema.....	13
3.1.3 Solução.....	13
3.1.4 Item do Portfólio.....	15
3.1.5 Projeto no Behance.....	16
3.2 EJE 20 Anos.....	16
3.2.1 Apresentação.....	16
3.2.2 Problema.....	16
3.2.3 Solução.....	17
3.2.4 Item do Portfólio.....	18
3.3 Marca Pessoal - Brenda Lee.....	19
3.3.1 Apresentação.....	19
3.3.2 Problema.....	19
3.3.3 Solução.....	19
3.3.4 Item do Portfólio.....	22
3.3.5 Projeto no Behance.....	22
3.4 Redesign - Armazém Paraíba.....	22
3.4.1 Apresentação.....	22
3.4.2 Problema.....	23
3.4.3 Solução.....	24
3.4.4 Item do Portfólio.....	26
3.4.5 Projeto no Behance.....	26
3.5 Marca - Arthur Hudson.....	26
3.5.1 Apresentação.....	26
3.5.2 Problema.....	27
3.5.3 Solução.....	27
3.5.4 Item do Portfólio.....	29
3.5.5 Projeto no Behance.....	30
3.6 Marca - IEDI PB.....	30
3.6.1 Apresentação.....	30
3.6.2 Problema.....	30
3.6.3 Solução.....	30
3.6.4 Item do Portfólio.....	32

3.6.5 Projeto no Behance.....	32
3.7 Sinalização da Praça do Chafariz.....	32
3.7.1 Apresentação.....	32
3.7.3 Solução.....	33
3.7.5 Projeto no Behance.....	35
3.8 Exposição “Mulheres pela Democracia na Paraíba”.....	35
3.8.1 Apresentação.....	35
3.8.2 Problema.....	36
3.8.4 Item do Portfólio.....	38
3.8.5 Projeto no Behance.....	38
3.9 Livro “O Picapau Amarelo”.....	38
3.9.2 Problema.....	39
3.9.3 Solução.....	39
3.9.4 Item do Portfólio.....	41
3.9.5 Projeto no Behance.....	42
3.10 Revista digital “É Gente”.....	42
3.10.1 Apresentação.....	42
3.10.2 Problema.....	42
3.10.3 Solução.....	43
3.10.4 Item do Portfólio.....	44
3.10.5 Projeto no Behance.....	44
4. Considerações finais.....	45
5. Referências bibliográficas.....	46

1. Apresentação

Segundo Cardoso (2008), design gráfico é um grupo de atividades que tem como objetivo a criação de materiais de comunicação visual, como livros, revistas, folhetos e muitos outros. Design gráfico é a área responsável pelo desenvolvimento desses projetos, criando soluções gráficas para os problemas que são apresentados ao designer gráfico, e para a desenvoltura das soluções, os designers utilizam-se de metodologias projetuais.

Este trabalho teve como objetivo apresentar o portfólio acadêmico de dez projetos (desenvolvidos através de metodologias projetuais) realizados durante o curso superior de Design Gráfico. Os métodos projetuais possuem uma grande importância no design, porque é através deles que um projeto pode ser provado como a solução mais adequada para o problema. De acordo com Peón (2003, p.50):

"É possível o desenvolvimento de um projeto sem uso de uma metodologia, mas certamente isso ocorrerá de forma mais difícil, truncada e cansativa. [...] a possibilidade de erros e imprevistos é bem maior, já que a ausência de metodologia leva também a ausência de controle das variações envolvidas e a ocorrência de distrações e omissões."

Dessa forma, entende-se que o caminho mais confiável para a criação de um projeto de design gráfico é através do uso de metodologias, para assim conseguir uma solução adequada para o determinado problema.

As metodologias utilizadas nos projetos apresentados neste trabalho foram:

1. A metodologia de Maria Luísa Peón (2003), para o desenvolvimento de identidade visual, a autora divide seu método em três etapas (problematização, concepção, e especificação), e em cada uma delas apresenta subetapas que guiam o designer para a criação da solução; e
2. Joan Costa (2007), para a criação de sistemas de sinalização, o método também é dividido em etapas (coleta de informações, concepção do sistema, sistema básico de códigos e sinais, design gráfico, especificações técnicas, e supervisão e implementação) e conduzem desde a coleta de dados até a implementação da sinalização.

O uso dessas metodologias foi exposto nas apresentações e estão explanadas juntamente com cada projeto, onde também está exposto quais foram

os clientes envolvidos nos projetos, as soluções encontradas para os problemas, suas implantações e as apresentações individuais na plataforma Behance (<https://www.behance.net/brendalee9>).

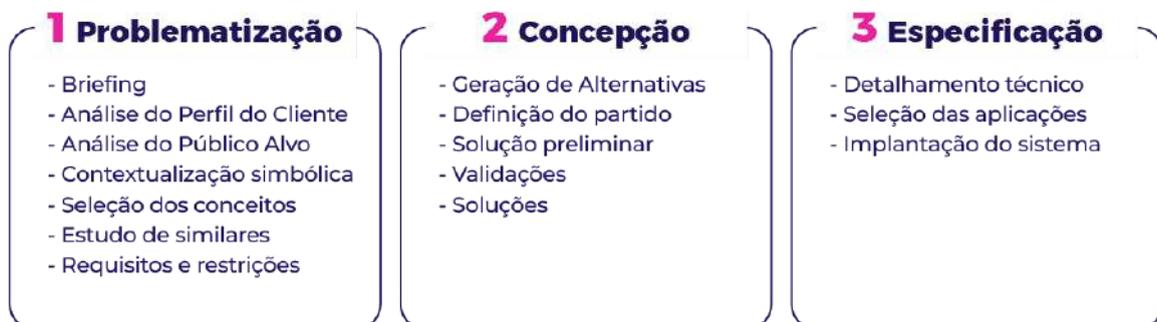
2. Metodologia

Para o desenvolvimento dos projetos apresentados neste trabalho, foram usadas metodologias projetuais apresentadas durante a graduação em design gráfico. Essas metodologias foram utilizadas para otimizar o processo de criação e usufruir de processos racionais para o desenvolvimento da melhor solução para os problemas encontrados. As metodologias utilizadas foram a de Maria Luísa Peón (2003) e a de Joan Costa (2007).

2.1 Maria Luísa Peón (2003)

A metodologia de Peón (2003) divide o método em três grandes etapas: Problematização, concepção, e especificação. A metodologia foi adaptada para cada projeto, mas as etapas gerais são continuamente seguidas. Segue abaixo o fluxograma que apresenta as etapas e suas respectivas sub etapas:

Fig. 1. Metodologia de Maria Luísa Peón



Fonte: Adaptado de Peón (2003).

Na etapa de problematização acontece o primeiro contato com as raízes do projeto, o objetivo dessa fase é coletar os dados necessários para iniciar o processo de construção, isso inclui a coleta de dados e sua análise, o *briefing*¹ a partir da necessidade do cliente, o estudo de caso, a contextualização da área envolvida e a delimitação do que é necessário no projeto e do que não pode ser feito.

¹ Briefing é o espaço reservado para compreender os objetivos do projeto e guiar para o seu desenvolvimento, tem como base as necessidades do cliente e do projeto. (MATHIAS, 2022)

Já na etapa de concepção, o projeto começa a ganhar forma, é quando se inicia a criação de rascunhos, e a definição de que plano será seguido, também é comum o desenvolvimento de mais de uma solução nessa etapa (que são analisadas pelos envolvidos). Após essa fase acontece a escolha da proposta mais adequada para o caso. Por fim, na última etapa de especificação, é o momento do detalhamento, selecionar como o projeto será implantado, quais serão suas aplicações e como deve ser usado da forma correta, sem violação das normas técnicas.

2.2 Joan Costa (2007)

Costa (2007) também divide seu método em etapas: 1. Coleta de Informações; 2. Concepção do sistema; 3. Sistema básico de códigos e sinais; 4. Design gráfico; 5. Especificações técnicas; e 6. Supervisão e implementação. Na figura abaixo é possível observar a ordem linear das etapas apresentadas pelo autor.

Fig. 2. Metodologia de Joan Costa



Fonte: Adaptado de Costa (2007).

Na etapa 1. Coleta de Informações: é onde ocorre o contato com as principais informações sobre o local, coleta e análise dos dados; na 2. Concepção do sistema: acontece a organização do sistema, decidindo sobre local e estratégia; na etapa 3. Sistema básico de códigos e sinais: é desenvolvido os formatos e os tipos de sinais que serão implantados em cada espaço; na 4. Design gráfico: é incluído no sistema a identidade da sinalização, onde ocorre a escolha das cores, tipografia, pictogramas e hierarquia; na etapa 5. Especificações técnicas: ocorre o detalhamento da escolha de materiais, desenhos e ficha técnica para seguir para a última fase, 6. Supervisão e implementação: que é responsável por implementar e verificar o sistema de sinalização, e se necessário, efetuar as correções solicitadas.

A partir dessas metodologias, foram desenvolvidos os projetos apresentados neste trabalho, neles estão expostos os processos específicos de cada desenvolvimento, demonstrando o uso dos métodos de forma singular a necessidade do projeto.

3. Projetos

3.1 Ouvidoria da Mulher do TRE-PB

3.1.1 Apresentação

O trabalho foi desenvolvido para o Tribunal Regional Eleitoral da Paraíba (TRE-PB), durante o período de estágio que teve início em maio/2022 e terminou em setembro/2023. O TRE-PB instituiu e instalou, em março de 2023, a Ouvidoria da Mulher do Tribunal. Esta ouvidoria é um canal especializado para receber demandas que tenham relação com à violência contra a mulher, à violência aos direitos políticos, à igualdade de gênero e à participação feminina, na esfera do TRE da Paraíba. A Ouvidoria da Mulher integra a estrutura da Ouvidoria Eleitoral da Paraíba, e atualmente (2023) está sob a presidência da primeira ouvidora da mulher do TRE-PB, a juíza Maria Cristina Paiva Santiago.

3.1.2 Problema

O projeto da Ouvidoria da Mulher foi apresentado pela Comissão de Participação Feminina do Tribunal Regional Eleitoral da Paraíba (COPFEM), como iniciativa para inclusão de uma nova ferramenta que possa ser usada pelo TRE-PB para combater à violência contra a mulher e outros públicos. A demanda foi criar uma marca para a Ouvidoria da Mulher, que representasse o novo espaço de voz ativa, atingisse o público-alvo e que também apresentasse o vínculo com o TRE-PB, com a Ouvidoria já existente no Tribunal e com a COPFEM.

3.1.3 Solução

Nesse projeto foi utilizada a metodologia de Peón (2003). Na etapa da problematização, foram coletados os dados sobre qual seria o objetivo da marca para a Ouvidoria da Mulher, para isso foi desenvolvido primeiramente o *briefing* com os envolvidos na criação da ouvidoria. Através desse *briefing* foram citados alguns pré-requisitos na criação: a marca teria que representar o público feminino de forma simples e direta, e também conter características que remetesse ao vínculo com

as instituições ligadas a ela na esfera do TRE-PB. O *briefing* e os dados coletados foram analisados, assim como marcas similares e as características visuais e conceituais de projetos correlatos. Para a criação da marca, dois projetos visuais foram levados em consideração: a marca da Ouvidoria Eleitoral e da Comissão de Participação Feminina, ambos do TRE-PB.

Fig. 3. Marca da Ouvidoria e COPFEM (TRE-PB)



Fonte: Portal do TRE-PB.

Através da análise dos dados e das referências como as citadas acima, destacaram-se as seguintes palavras: Mulheres, voz e diálogo. E foi a partir dessas palavras que o projeto seguiu em frente, buscando representar de forma geral tais características. Foram geradas duas alternativas: 1. Símbolo que apresenta a voz e o balão de conversa, com o objetivo de representar o diálogo que a ouvidoria deseja implementar com seus usuários; 2. Símbolo que representa a mulher e o balão de conversa de forma pictórica², e que usa um elemento já presente na marca da Ouvidoria do TRE-PB, demonstrando o vínculo entre ambas.

Fig. 4. Alternativas: Ouvidoria da Mulher

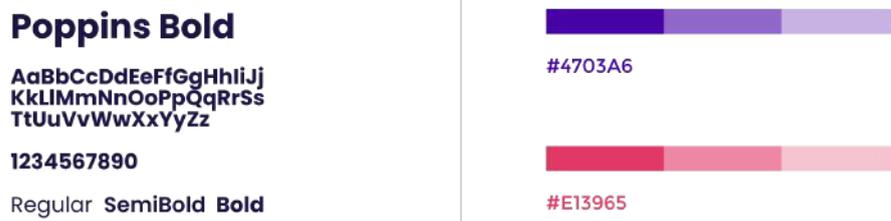


Fonte: Autora (2023).

² Pictórico é uma tipologia de símbolo que representa uma marca gráfica de modo literal e de fácil reconhecimento. (WALTRICK, 2012)

A opção escolhida foi a número 2, por ser uma marca pictórica e de fácil reconhecimento, e também por destacar-se no quesito legibilidade. A paleta de cores escolhida teve como base as cores usadas pela Comissão de Participação Feminina, para representar a ligação entre as marcas. A tipografia escolhida para a marca foi a Poppins Bold, uma fonte dinâmica e simples, com bordas arredondadas. As escolhas fazem menção a um dos objetivos da Ouvidoria da Mulher: ser receptiva para ouvir e acolher.

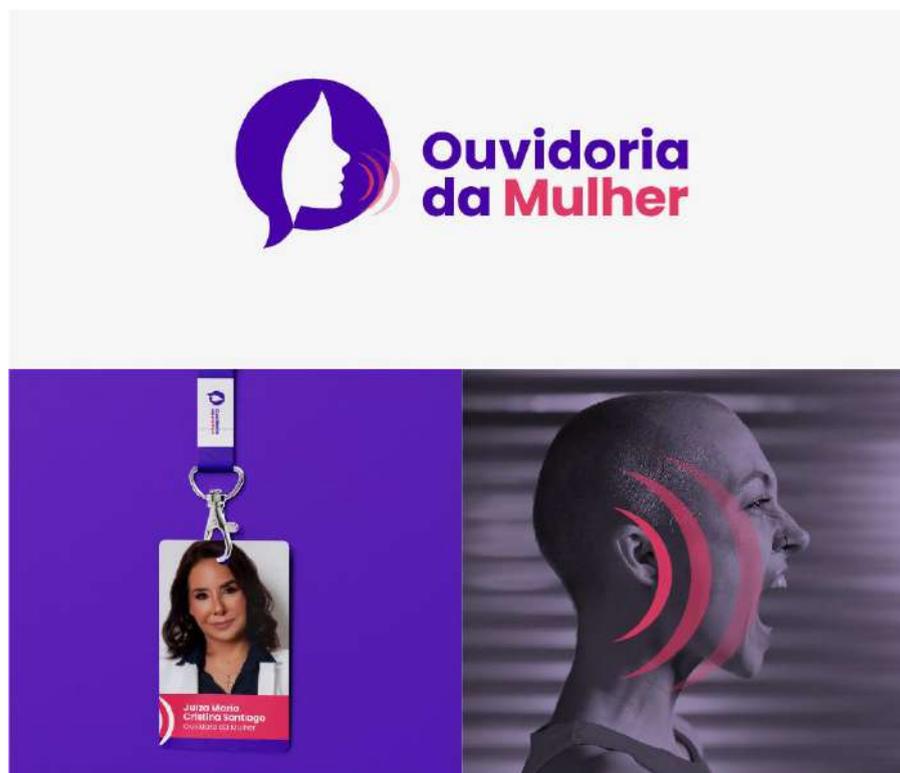
Fig. 5. Tipografia e Cores: Ouvidoria da Mulher



Fonte: Autora (2023).

3.1.4 Item do Portfólio

Fig. 6. Solução: Ouvidoria da Mulher



Fonte: Autora (2023).

3.1.5 Projeto no Behance

<https://www.behance.net/gallery/172477541/Ouvidoria-da-Mulher>

3.2 EJE 20 Anos

3.2.1 Apresentação

Esse projeto foi desenvolvido para a Escola Judiciária Eleitoral (EJE) do Tribunal Regional Eleitoral da Paraíba, durante o período de estágio (maio/2022 a setembro/2023). O objetivo da Escola Judiciária Eleitoral da Paraíba é capacitar magistrados eleitorais, membros do Ministério Público Eleitoral (MPE) e servidores da Justiça Eleitoral, e promover atividades socioeducativas para o público externo. A Escola Judiciária Eleitoral da Paraíba Desembargador Flodoardo Lima da Silveira foi criada em setembro de 2002, sendo a pioneira dentre os Tribunais Regionais Eleitorais do Brasil.

Em seus 20 anos de criação, a EJE-PB visou demonstrar o fortalecimento da democracia pregada pelo órgão durante todo esse período. A EJE acredita que sem educação é impossível evoluir, e é através da educação que a Escola tem crescido e influenciado seus estudantes.

3.2.2 Problema

O objetivo do projeto foi desenvolver uma marca que representasse os 20 anos da EJE-PB. Os pré-requisitos pedidos pelo cliente incluíram a imersão das seguintes características: inclusão, dinamicidade e modernização. Como o símbolo da Escola possui cores neutras³ e majoritariamente formas retas, foi decidido não envolver o símbolo principal no projeto, mas sim criar uma identidade inovadora em suas cores e formas, tendo como base da escolha o seu conceito já definido de ser uma marca moderna e dinâmica.

³ As cores neutras são as de baixa intensidade, baixa saturação e pouco reflexo, como o bege e o marrom. (TADAYOZZI, 2022)

Fig. 7. Símbolo da EJE-PB



Fonte: Acervo do TRE-PB.

3.2.3 Solução

Seguindo a metodologia de Peón (2003), o projeto iniciou com a problematização. A primeira etapa foi desenvolver o *briefing* com a coordenadoria da EJE, neste *briefing* foram coletados pontos importantes sobre a marca; a Escola Judiciária Eleitoral da Paraíba foi a primeira escola regional a ser criada, logo após a criação da Escola Superior Eleitoral, ou seja, por ser uma das primeiras a chegar aos seus 20 anos de existência, a marca precisou ser diferente e inovadora.

Após a análise do perfil do projeto, a contextualização e referências para a criação do símbolo da marca foram embasadas na linguagem visual⁴ utilizada pela EJE e pelo TRE-PB entre 2022 e 2023, e também as características solicitadas no *briefing*.

Fig. 8. Linguagem visual da EJE-PB



Fonte: Adaptado de TRE-PB (2023).

Na concepção do projeto, foram definidos as cores e segmentos da identidade visual. Como analisado na linguagem visual da EJE-PB, a escola

⁴ A linguagem visual é um conjunto de elementos visuais, como: ponto, linha, forma, tom, cor, textura, dimensão, escala e movimento. (DONDIS, 1991)

costuma usar em seus projetos: cores vivas, tipografia sem serifa, e alterna o uso de elementos gráficos com curvas ou retas. Na paleta de cores, é constante o uso de verde, azul, amarelo e variações das cores citadas.

Levando em consideração os pontos citados acima, foi utilizado a junção da sigla da escola (EJE) + a idade que está sendo comemorada (20 anos) para a criação do logotipo como apresentada na figura 9. Os elementos gráficos possuem formas que demonstram a inclusão da marca e são notados pela alternância das cores. O logotipo possui linhas curvas e retas que representam a dinamicidade da escola, e os tons saturados – que possuem alta intensidade e brilho (REIS, 2019) – de verde e azul foram escolhidos para simbolizar a personalidade jovem e moderna da EJE.

Fig. 9. Logotipo da EJE-PB 20 Anos



Fonte: Autora (2023).

3.2.4 Item do Portfólio

Fig. 10. Solução: EJE 20 Anos



Fonte: Autora (2023).

3.2.5 Projeto no Behance

<https://www.behance.net/gallery/174082317/EJE-PB-20-Anos>

3.3 Marca Pessoal - Brenda Lee

3.3.1 Apresentação

A marca pessoal Brenda Lee foi desenvolvida a partir da demanda da disciplina de Gestão de Projeto, ministrada pelo professor Daniel Alvares Lourenço, no quinto período (semestre 2021.2) do curso tecnólogo em Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba. O objetivo da disciplina é apresentar o mercado de trabalho e capacitar os estudantes para a gestão dos futuros projetos, através de conceitos, exemplos de casos reais, palestras com profissionais da área, pesquisas de campo e atividades similares às possíveis demandas do mercado de trabalho.

Neste projeto, o objetivo foi desenvolver a marca pessoal do próprio estudante, neste caso, a minha. Eu sou uma estudante de design gráfico que busco desenvolver minhas habilidades na área e ingressar no mercado de trabalho do design, então, minha marca pessoal é direcionada para o meio profissional. Criatividade, racionalidade e originalidade são características que me definem como pessoa e profissional, e que foram representadas no projeto.

3.3.2 Problema

O desafio desse projeto foi desenvolver uma marca que me representasse de forma autêntica e singular. Eu precisava de uma marca que pudesse ser utilizada em diversas aplicações, como nas redes sociais e em materiais impressos. E como o design gráfico é uma profissão criativa, também foi um adjetivo que não pôde faltar, a marca também precisou transparecer a criatividade da profissão.

3.3.3 Solução

Para este projeto foi utilizada a metodologia de Peón (2003). Na etapa de problematização, iniciou-se o processo do desenvolvimento de um *briefing*, para

nome, é possível encontrar equilíbrio na composição. A paleta de cores escolhida foi desenvolvida para representar o equilíbrio entre as cores quentes e frias, assim como eu busco em meus projetos: encontrar o equilíbrio necessário em cada criação.

Fig. 12. Construção da Marca Pessoal - Brenda Lee



Fonte: Autora (2023).

Como a marca precisaria ser usada em diversas aplicações, também foi desenvolvido uma marca auxiliar. O logotipo representa o nome Brenda de forma singular, assim como o símbolo, e foi criado para ser usado principalmente em aplicações externas ao meio digital.

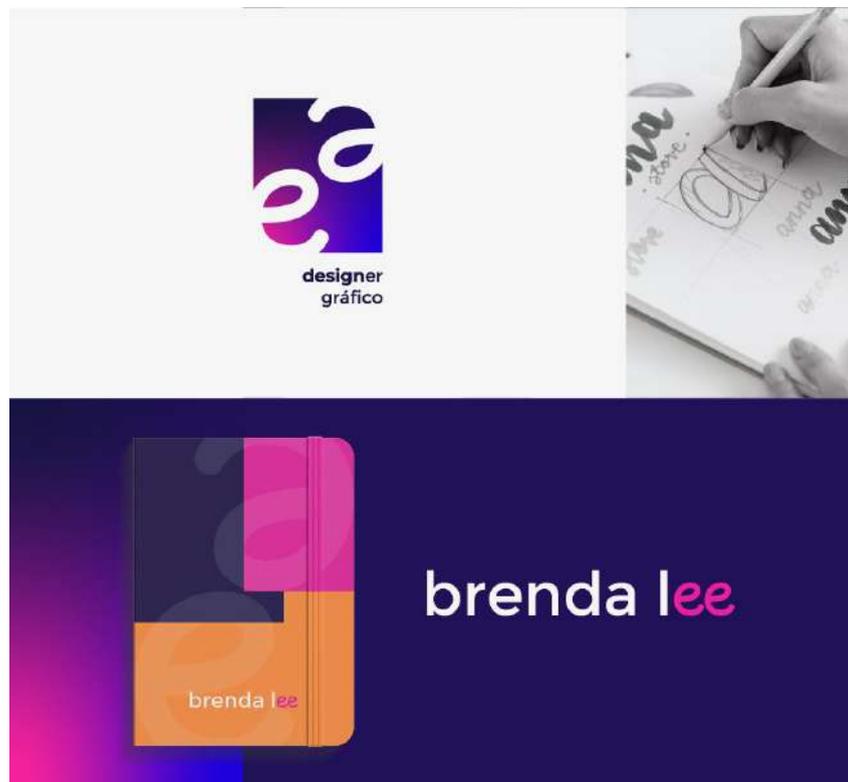
Fig. 13. Logotipo - Brenda Lee



Fonte: Autora (2023).

3.3.4 Item do Portfólio

Fig. 14. Solução: Marca Pessoal - Brenda Lee



Fonte: Autora (2023).

3.3.5 Projeto no Behance

<https://www.behance.net/gallery/132633037/brenda-lee-marca-pessoal>

3.4 Redesign - Armazém Paraíba

3.4.1 Apresentação

O Redesign da marca do Armazém Paraíba foi um projeto da disciplina de Planejamento Visual 1 (PV1), ministrada pela professora Renata Amorim Cadena, no terceiro período (semestre 2020.2) do curso tecnológico em design gráfico do IFPB. A disciplina tem como objetivo apresentar e desenvolver projetos de identidade visual, desde o teórico até o prático, PV1 expõe os tipos de identidade

visual, conceitos, metodologias e auxilia os estudantes no desenvolvimento de projetos autorais.

Neste projeto foi delegado o desenvolvimento de uma marca pictórica para o Armazém Paraíba, uma empresa de móveis e eletrodomésticos que iniciou sua história em 1958, a empresa cresceu e hoje é uma das varejistas mais conhecidas no norte e nordeste.

3.4.2 Problema

O Armazém Paraíba já possuía uma marca, mas como as outras empresas de varejo revendo suas marcas e posicionamentos, o objetivo foi analisar e desenvolver uma nova marca para o Armazém PB.

A antiga marca é composta por um eclipse amarelo e preto, contendo o nome da empresa "Armazém Paraíba" e um retângulo vermelho, o contexto do símbolo não possui objetivo claro, mas é famoso entre os varejistas.

Fig. 15. Marca do Armazém Paraíba



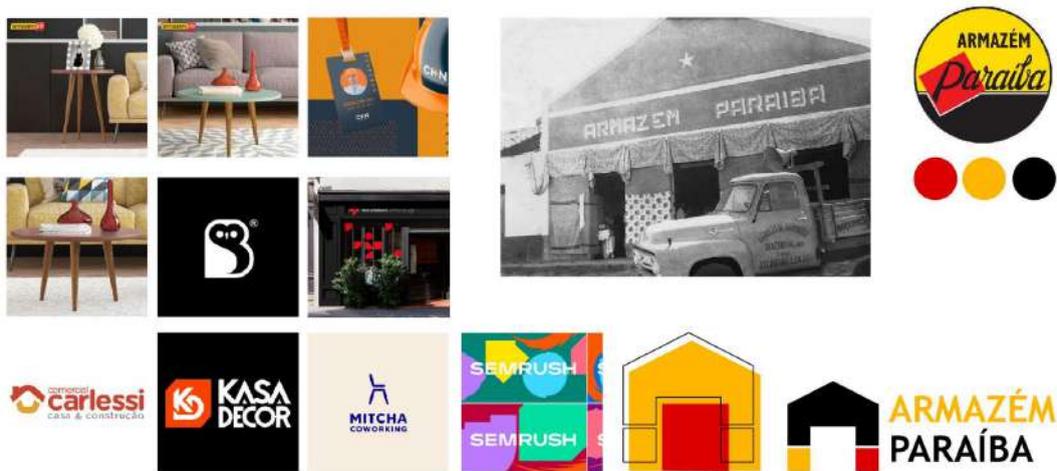
Fonte: <<https://www.facebook.com/armazempb/>>

Para esse projeto, foi solicitado o desenvolvimento de uma marca pictórica que representa o novo posicionamento da empresa. As marcas concorrentes têm buscado chamar a atenção dos clientes e o Armazém não poderia ficar de fora, neste projeto, a nova marca do Armazém Paraíba precisaria mostrar-se uma empresa que se importa com os seus clientes, com seu posicionamento e com sua identidade visual.

3.4.3 Solução

Neste projeto, também foi utilizado a metodologia de Peón (2003), a partir do *briefing* inicial passado pela professora da disciplina, foi desenvolvido um painel semântico com referências da história da empresa e também com referências sobre os seus concorrentes.

Fig. 16. Painel Semântico para o Armazém PB



Fonte: Autora.

Não foi possível encontrar a contextualização simbólica da antiga marca do Armazém Paraíba, o que abriu a possibilidade da criação de uma marca que faz referência a história da empresa de forma pictórica, como solicitado. Segundo a história da empresa disponibilizada no site do Armazém Paraíba, a primeira loja foi aberta em 1958, e teve o nome "Armazém Paraíba" carregado de significados, "Armazém" em continuidade ao histórico de armarinhos da família e pelo sortimento de produtos, e "Paraíba" em homenagem ao estado que abrigou a família Claudino (proprietários da marca) que é natural do Rio Grande do Norte.

Como o conceito de armazém sempre teve um grande significado na história da marca, decidi usá-lo como símbolo principal, tendo como referência a foto de uma das primeiras lojas da empresa.

Fig. 17. Antigo Armazém Paraíba



Fonte: <<http://armazemparaiba.socic.com.br/historia>>

O símbolo do Armazém Paraíba foi construído por linhas retas de comprimento similar para representar o novo conceito da empresa: a modernidade. O símbolo apresenta o desenho de um simples armazém e um quadrado, que representa uma caixa, simulando a ação de armazenar. Já que a marca passaria por essa grande mudança no símbolo, foi escolhido permanecer com as cores da antiga paleta, para que a marca não se torne irreconhecível e perca seus antigos clientes.

Fig. 18. Solução: Armazém Paraíba



Fonte: Autora.

Para a tipografia, a escolha foi feita com base na linguagem visual do símbolo, tendo como objetivo auxiliá-lo. Assim como o símbolo, a tipografia possui linhas retas e monoespacia, e juntos transparecem o conceito de unidade –

elementos em conjunto que podem ser compreendidos como um único elemento (FILHO, 2009).

3.4.4 Item do Portfólio

Fig. 19. Solução: Redesign - Armazém Paraíba



Fonte: Autora (2023).

3.4.5 Projeto no Behance

<https://www.behance.net/gallery/115420379/Marca-pictorica-Armazm-Paraiba>

3.5 Marca - Arthur Hudson

3.5.1 Apresentação

A marca de Arthur Hudson foi desenvolvida na disciplina de Planejamento Visual 1, ministrada pela professora Renata Amorim Cadena, no terceiro período (semestre 2020.2) do curso tecnólogo em design gráfico do IFPB. Como dito anteriormente, o objetivo da disciplina é apresentar e desenvolver projetos de identidade visual.

Neste caso, o projeto foi o desenvolvimento de uma marca abstrata – que usa formas visuais para transmitir ideias de forma abstrata e que podem possuir mais de um significado (EBAC, 2023) – para um dos estudantes da disciplina. Arthur Hudson é um estudante de Design Gráfico do IFPB, através do painel semântico desenvolvido por ele foi possível entender elementos que representam Arthur, como: música, cultura japonesa e animais de identificação (lobo, coruja e corvo).

3.5.2 Problema

O objetivo do projeto foi desenvolver uma marca pessoal para Arthur Hudson, aluno do curso de Design Gráfico do IFPB e meu colega de turma. A marca precisaria ter um símbolo abstrato que representasse o estudante, tendo como única referência o painel semântico desenvolvido por Arthur. O painel continha elementos que representam o estudante, seus gostos pessoais, tipografias e cores preferidas.

3.5.3 Solução

Seguindo a metodologia de Peón (2003), o *briefing* para este projeto foi desenvolvido a partir da análise do painel semântico desenvolvido pelo cliente Arthur Hudson. Através da análise do painel, foi possível coletar dados sobre as principais referências visuais de Arthur, são elas: formas geométricas (principalmente círculos), tons frios e desenhos com traços góticos e realistas; os elementos que aparecem com mais frequência em seu painel são animais (lobo, coruja e corvo), objetos de cultura japonesa e elementos ligados a música.

Fig. 20. Painel Semântico de Arthur Hudson



Fonte: Acervo do IFPB.

Através dos conceitos extraídos, partimos para a concepção da marca. Três elementos foram escolhidos para a construção do símbolo abstrato: O olho do lobo, que representa um dos animais escolhidos por Arthur e também por simbolizar foco; o relógio, que foi um elemento representado no painel de forma abstrata, pois as referências estavam reunidas em 12 círculos assim como as 12 horas do relógio; e a ilusão de ótica, que não foi representada no painel, mas que define bem Arthur, por ser um elemento que objetiva confundir e surpreender.

Fig. 21. Referências para criação do símbolo



Fonte: Autora.

O símbolo é apresentado em forma circular assim como o relógio, com traços que levam até o centro da forma geométrica, mas que possui uma desconstrução ao decorrer do caminho. O círculo estende-se até o centro representando a ideia de infinito como uma ilusão de ótica e no centro encontra-se o foco: o olho do lobo. As cores roxo e laranja estão inseridas no símbolo, representando as escolhas

imprevisíveis que podem surgir no caminho, em meio aos traços de preto, que não deixam de ser maioria tanto na marca, como nas referências escolhidas por Arthur Hudson. Já a tipografia foi escolhida pelo estudante, como observado no seu painel semântico.

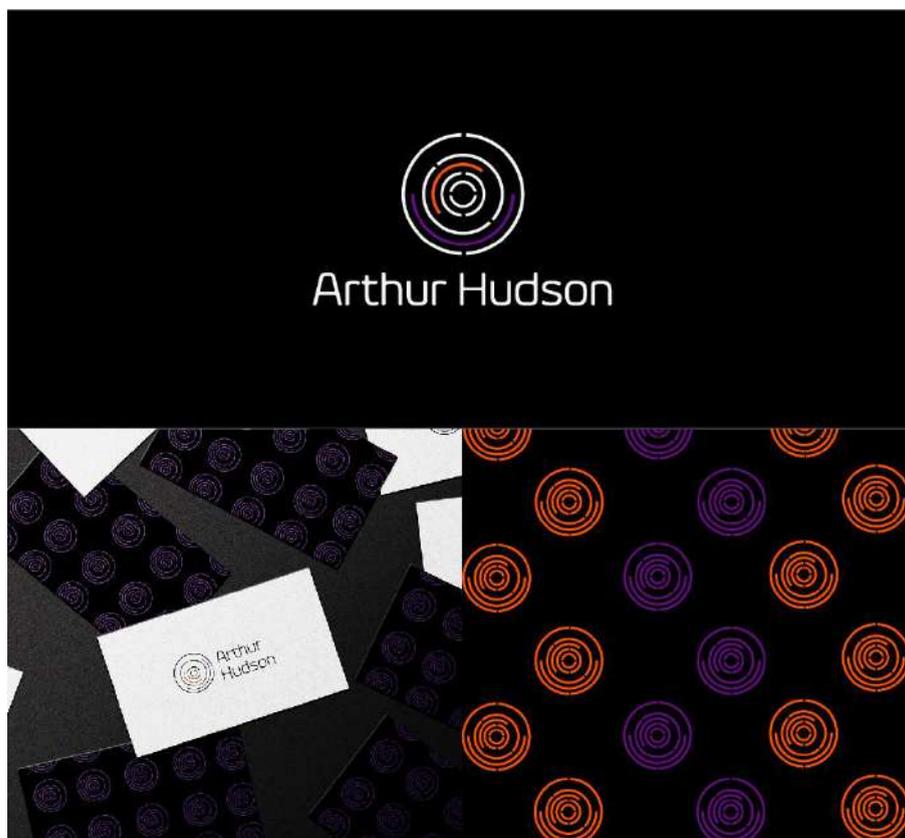
Fig. 22. Marca Pessoal - Arthur Hudson



Fonte: Autora.

3.5.4 Item do Portfólio

Fig. 23. Solução: Marca - Arthur Hudson



Fonte: Autora.

3.5.5 Projeto no Behance

<https://www.behance.net/gallery/115386877/Marca-abstrata-Arthur-Hudson>

3.6 Marca - IEDI PB

3.6.1 Apresentação

A Igreja Deus do Impossível foi fundada em 2010, em João Pessoa - Paraíba, seu nome vem do versículo bíblico "Porque para Deus nada é impossível" (Lucas 1:37), porque a Igreja crê naquele que pode todas as coisas: Deus. Também chamada de IEDI, o objetivo do ministério é pregar o evangelho de Jesus Cristo para todas as pessoas, apresentar a árvore da vida, a aliança de Deus com o homem e o caminho em direção a Jesus, além de ajudar a comunidade da região (atualmente localizada em Santa Rita, Paraíba) através de projetos e doações.

3.6.2 Problema

O desafio do trabalho foi desenvolver uma marca que representasse a Igreja Deus do Impossível de forma simples e moderna, a igreja já possuía um símbolo, mas com o passar do tempo e com as novidades do meio digital, ele se mostrou inacessível, dificultando o uso do mesmo em redes sociais e projetos da igreja.

Então para este novo projeto, o primeiro símbolo precisaria ser usado como referência, mas os líderes da igreja deixaram claro o desejo por um símbolo mais original, que transmitisse o objetivo do ministério.

3.6.3 Solução

A metodologia usada para desenvolver a marca foi a de Peón (2003), iniciando com o *briefing* com o cliente e a coleta de dados sobre a igreja, partimos para a análise dos dados e do público-alvo, que neste caso, abrange um grande público, desde crianças até idosos.

Para desenvolver o conceito, analisamos os valores da igreja e também trechos da Bíblia Sagrada que representam o objetivo do ministério. A partir disso,

focamos em três características para construir o símbolo da igreja: 1. Árvore da vida ("Aquele que tem ouvidos ouça o que o Espírito diz às igrejas. Ao vencedor darei o direito de comer da árvore da vida, que está no paraíso de Deus. Apocalipse 2, 7); 2. Aliança ("Este cálice é a nova aliança no meu sangue; façam isto sempre que o beberem em memória de mim". 1 Coríntios 11, 25); 3. Levantem as mãos na direção do santuário e bendigam o Senhor! Salmos 134, 2).

Fig. 24. Construção: Símbolo da IEDI



Fonte: Autora.

Ao apresentar a solução para os líderes da igreja e receber aprovação, passei para a escolha das cores e tipografia. Para a paleta de cores, selecionei três tons de azul, pois o azul representa alegria, criatividade, e principalmente o céu; com os tons foi desenvolvido um degradê para abranger o uso das cores. Para a tipografia, selecionamos a fonte Montserrat na variação regular e bold, por ser uma tipografia simples e de boa legibilidade, sendo uma ótima opção para auxiliar o símbolo da marca.

Fig. 25. Tipografia e cores: IEDI



Fonte: Autora.

3.6.4 Item do Portfólio

Fig. 26. Solução: Marca - IEDI PB



Fonte: Autora.

3.6.5 Projeto no Behance

<https://www.behance.net/gallery/174088153/Igreja-Deus-do-Impossivel>

3.7 Sinalização da Praça do Chafariz

3.7.1 Apresentação

Esse projeto foi desenvolvido na disciplina de Sinalização, ministrada pela professora Luciana Mendonça Dinoá Pereira, no quinto período (semestre 2021.2) do curso tecnológico em Design Gráfico do IFPB. A disciplina apresenta os conceitos de sinalização e a importância dessa área do design para os ambientes, além da

teoria, o plano instrucional da disciplina propõe a criação de um sistema de sinalização, conhecendo na prática uma das metodologias mais usadas nesse tipo de projeto.

A praça Prefeito João Crisóstomo Ribeiro Coutinho, mais conhecida como a Praça do Chafariz, é um ponto de encontro e de lazer dos moradores do bairro de Tibiri 2, localizado em Santa Rita - PB. Um espaço aberto e amplo, composto por quadras de esportes, área de comercialização de produtos alimentícios, bancos para socialização, pontos de ônibus e o famoso chafariz.

O projeto foi desenvolvido em grupo pelos estudantes: Brenda Lee, Anthony Marks, Caio Matheus, Paloma Vitorino e Laura Siqueira; não havendo divisão de funções, todos participaram de todos os processos, desde a criação até a entrega do projeto finalizado.

3.7.2 Problema

O objetivo do projeto foi criar um sistema de sinalização para um ambiente que poderia ser escolhido pelo grupo de alunos. Neste caso, o escolhido foi a praça Prefeito João Crisóstomo, localizada em Tibiri 2 (Santa Rita, PB). A Praça do Chafariz, como é popularmente conhecida, é extensa e possui diversos espaços com objetivos diferentes, mas não possuía nenhum tipo de sinalização que pudesse guiar seus usuários. Era necessário a criação de um sistema de sinalização que identificasse os espaços da praça, regulamentasse e orientasse sobre o devido uso do local.

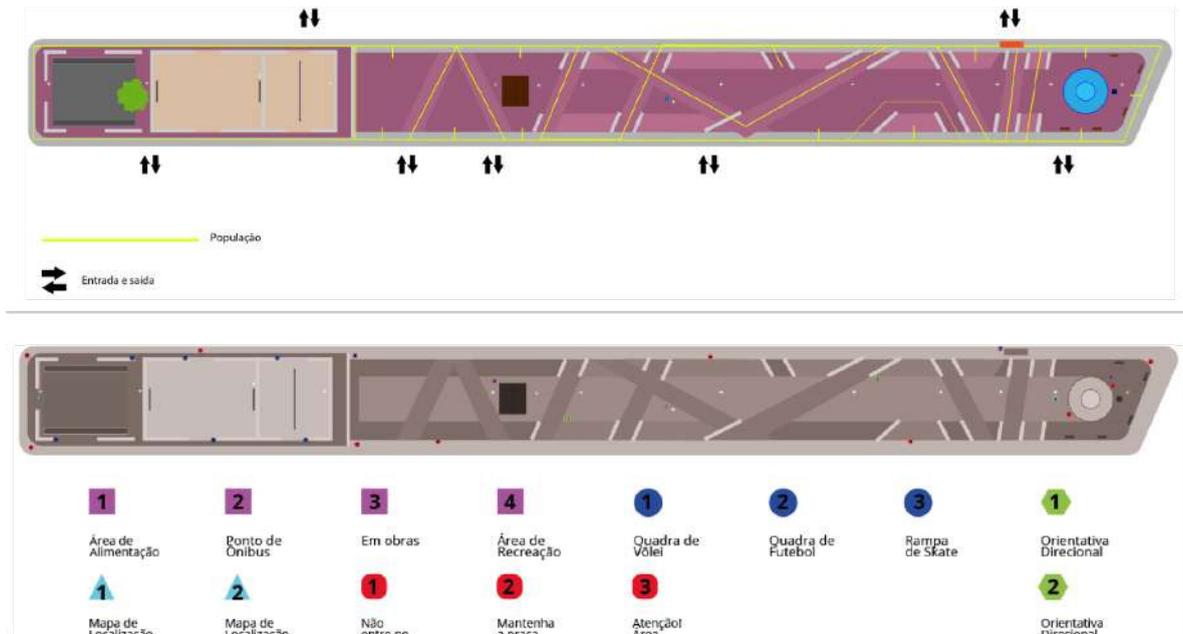
3.7.3 Solução

A partir da metodologia de Costa (2007), foi desenvolvido um sistema de sinalização para a Praça do Chafariz, seguindo todas etapas, com exceção apenas da etapa de implementação (por se tratar de um projeto de finalidade acadêmica).

Houve uma visita técnica na praça onde foram coletados dados sobre o uso do local e características do ambiente, a partir dos dados, analisamos os problemas, perfil dos usuários e informações visuais sobre a praça. Desenvolvemos um desenho técnico para ser utilizado como planta baixa da praça, e ele foi usado para

a visualização de informações coletadas nas visitas, como a análise do fluxo e a marcação dos tipos de sinais.

Fig. 27. Análise de Fluxo e tipos de sinais



Fonte: Autora.

O conceito utilizado para a criação do sistema foi feito a partir da valorização do bem-estar, através da sinalização objetivamos transmitir cuidado, acolhimento e interação com os usuários, por isso foram escolhidas as cores azul e laranja, azul representando o símbolo principal da praça, o chafariz, e o laranja, que transmite alegria e vitalidade. A tipografia escolhida foi a Montserrat, pela sua legibilidade e simplicidade, e os pictogramas foram desenvolvidos com o objetivo de ser simples, interativo e acolhedor, com suas bordas arredondadas e traços descontraídos.

Fig. 28. Tipografia, cores e pictogramas: Praça do Chafariz

Montserrat
 AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj
 KkLlMmNnOoPpQqRrSs
 TtUuVvWwXxYyZz
 1234567890
 -
 Regular **Bold**

#EE7311
 C 0 M 64 Y 97 K 0

#0E3D64
 C 100 M 75 Y 35 K 24



Fonte: Autora.

3.7.4 Item do Portfólio

Fig. 29. Solução: Sinalização - Praça do Chafariz



Fonte: Autora.

3.7.5 Projeto no Behance

<https://www.behance.net/gallery/174144885/Praca-do-Chafariz-Sinalizacao>

3.8 Exposição “Mulheres pela Democracia na Paraíba”

3.8.1 Apresentação

Esse projeto foi desenvolvido para o Tribunal Regional Eleitoral da Paraíba, durante o período de estágio (maio/2022 a setembro/2023). O projeto “Mulheres pela Democracia na Paraíba” é uma exposição permanente criada pela Comissão de Gestão de Memória em parceria com a Comissão de Participação Feminina do TRE-PB, que tem como objetivo dar visibilidade às mulheres que se dedicaram pela construção da democracia no estado da Paraíba, mulheres que atuaram na Justiça Eleitoral, na política e na sociedade em geral.

A finalidade do projeto é contribuir para o desenvolvimento da consciência cidadã, dando acesso a dados históricos da participação de mulheres na sociedade e incentivar a participação de mais mulheres nos espaços de poder. A Exposição teve início no dia 30 de junho de 2023, no *hall* do Tribunal Regional Eleitoral da Paraíba.

3.8.2 Problema

O objetivo do projeto foi desenvolver uma identidade visual para a Exposição “Mulheres pela Democracia na Paraíba”, e a partir da identidade desenvolver um padrão para os expositores que seriam apresentados na exposição. A finalidade da exposição foi fortalecer o poder feminino em posições de poder e apresentar através de fatos históricos o forte papel que muitas mulheres tiveram e continuam tendo no fortalecimento da democracia, em específico na Paraíba. Os pré-requisitos para a identidade envolviam: representação de elementos paraibanos, evitar o uso de elementos pictóricos em relação a mulher, e o uso da paleta de cores com tons de roxo e lilás (que é a cor que representa o respeito e a conscientização da violência doméstica contra a mulher – uma campanha apoiada pelo TRE-PB).

3.8.3 Solução

Utilizando a metodologia de Peón (2003) para a criação da identidade visual da exposição, e Costa (2007) para desenvolver a organização a ser seguida pelos expositores. Iniciamos o projeto coletando as informações sobre a exposição e o local que sediará a mesma, para desenvolver o *briefing*. A exposição seria localizada no *hall* do primeiro andar do TRE-PB, teve o detalhamento técnico de organização do espaço desenvolvido pela equipe de arquitetura e engenharia do Tribunal e seria visitada pelo público interno e externo.

Através do *briefing* e de uma sessão de *brainstorming*⁵ com os organizadores da exposição e eu, selecionamos a estética de xilogravura como partido para a linguagem visual. A xilogravura se caracteriza por um dos métodos de impressão

⁵ Brainstorming é uma técnica de debate em grupo com o objetivo de resolver um problema através da criação espontânea de soluções perante o grupo. (WOEBCKEN, 2019)

mais antigos, muito utilizada em ilustrações de literatura de cordel, a xilo é amplamente utilizada em regiões do nordeste brasileiro (ARRUDA, 2022).

Fig. 30. Exemplo de Xilogravura



Fonte: <<https://imaginariobrasileiro.com.br/blogs/news/o-que-e-xilogravura>>

O conceito do projeto foi a criação de um cenário paraibano, com características que remetem à xilogravura, como o uso majoritário do preto, traço retos e rabiscados. Os elementos escolhidos para representar as mulheres paraibanas foram o sol (que nasce primeiro na capital da Paraíba) e os cactos que são símbolos de força e resistência. A paleta de cores nos tons de roxo foi um requisito na criação e duas fontes foram selecionadas para o projeto, sendo elas: 1. Cordelina, uma tipografia decorativa que remete a estética de xilogravura e cordel, e 2. Asap, que foi escolhida por ser monoespaçada e por conter uma legibilidade confortável para textos corridos.

Fig. 31. Tipografia e cores: Mulheres pela Democracia na Paraíba

CORDELINA

AABBCcDDEEFFGGHHIIJ
KKLLMMNN0oPPQRRSS
TtUUVVwWxXyYzZ

1234567890

Asap Condensed

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj
KkLlMmNnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZz

1234567890

Regular **SemiBold** **Bold**



Fonte: Autora.

A solução foi apresentada e aprovada pelos organizadores da exposição, e o projeto foi finalizado com as especificações técnicas para implantação. Para o detalhamento técnico dos expositores, foi utilizada como referência o livro

"Caminhos da memória: para fazer uma exposição" desenvolvido pela Instituto Brasileiro de Museus, IBRAM (2017), a obra é composta por uma série de informações necessárias para o desenvolvimento de uma exposição, desde a escolha do nome até os tamanhos necessários para as legendas das obras.

3.8.4 Item do Portfólio

Fig. 32. Solução: Exposição - Mulheres pela Democracia na Paraíba



Fonte: Autora.

3.8.5 Projeto no Behance

<https://www.behance.net/gallery/174148807/Exposicao-Mulheres-pela-Democracia-na-Paraiba>

3.9 Livro “O Picapau Amarelo”

3.9.1 Apresentação

O projeto de capa e diagramação do livro “O Picapau Amarelo” foi desenvolvido na disciplina de Planejamento Visual 3 (PV3), que começou sendo ministrada pela professora Turla Angela Alquete de Arreguy Baptista e finalizou com

a profª Renata Amorim Cadena, no quinto período (semestre 2021.2) do curso tecnólogo em Design Gráfico do IFPB.

A disciplina expõe e desenvolve projetos de design editorial, mais uma esfera do design gráfico, apresentando a teoria e desenvolvendo a prática ao decorrer das aulas, em PV3 ensina-se sobre o uso de grids e suas aplicações, tipografias, aplicações de cor, expõem-se os diferentes tipos de projetos editoriais e suas etapas de criação e acabamento.

O Picapau Amarelo é um livro de Monteiro Lobato, que atualmente está disponível para domínio público. Foi lançado pela primeira vez em 1921, e a partir de então foi adaptado de diversas formas, novas edições do livro foram lançadas e a obra também ganhou adaptações no audiovisual. O projeto foi desenvolvido em dupla por mim e por Laura Siqueira, sendo Laura a responsável por todas as ilustrações do livro.

3.9.2 Problema

A demanda foi desenvolver o projeto gráfico de um livro, o trabalho envolveu a escolha do livro, e o desenvolvimento de todo o projeto para a confecção da nova edição, incluindo minimamente: capa, ante-rostro, folha de rosto, sumário, abertura de capítulo e o colofão – elemento que apresenta informações técnicas sobre o livro (FIALHO, 2017).

O livro escolhido foi "O Picapau Amarelo" de Monteiro Lobato, uma obra de sucesso que marcou a literatura infantil brasileira, mas que possui ideais preconceituosos em sua história, por este motivo, um dos objetivos da nova edição é, além de enaltecer a qualidade da obra, apontar os elementos racistas em sua composição, indicando-os como termos errôneos que devem ser corrigidos. Monteiro Lobato costumava usar em suas obras termos que já passaram por denúncias de conteúdo racista como informado pela Folha de São Paulo (2019).

3.9.3 Solução

Através da metodologia de Peón (2003), Laura e eu, desenvolvemos um *briefing* e *brainstorming* com os requisitos passados pela professora da disciplina e

com dados coletados sobre a obra. A partir do *briefing* estudamos sobre o conceito das obras de Monteiro Lobato e indicamos o público-alvo do projeto.

Com as análises das informações, selecionamos um partido para seguir: o público-alvo são os leitores adultos (+30), que conhecem a obra desde a infância. Sendo assim, a edição seria um modelo de livro de bolso de luxo (livro menor que o padrão, que pode ser levado para os lugares com facilidade), com capa dura e repleto de detalhes que enriquecem a edição, tendo como finalidade desenvolver uma edição única que remetesse aos seus leitores o valor das memórias de infância.

Fig. 33. Capa do Livro: O Picapau Amarelo



Fonte: Autora.

A capa do livro foi composta por uma ilustração em aquarela, desenvolvida pela aluna Laura Siqueira, de uma das principais personagens da história, Emília: a boneca de pano. A ideia foi desenvolver uma edição especial para cada personagem, como nesse projeto a escolhida foi a Emília, o fundo da capa possui cores que representam a boneca, vermelho e amarelo, e também elementos como botões verdes que estão presentes na roupa da personagem.

Fig. 34. Tipografia e cores: O Picapau Amarelo

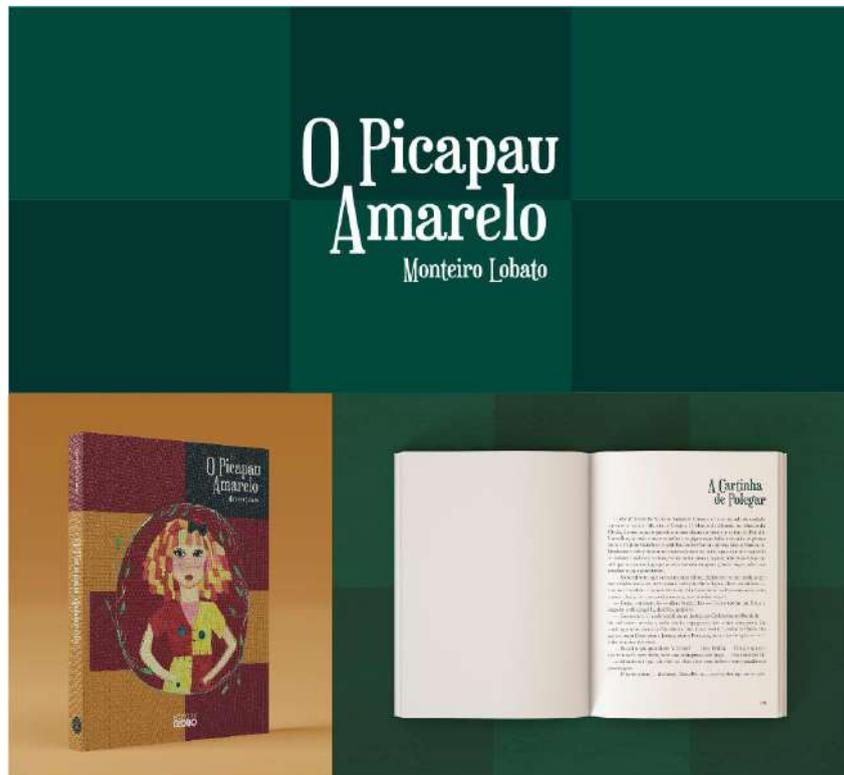


Fonte: Autora.

Após a solução passar por aprovação nas monitorias da disciplina, avançamos para o detalhamento técnico com a escolha da tipografia e materiais usados na confecção do livro. As tipografias escolhidas foram Euphorigenic-Regular para o título do livro e a Garamond para o corpo de texto, o requisito para a escolha foi a legibilidade e conforto durante a leitura; para o papel, selecionamos o papel pólen 70g, que reflete menos luz e garante uma leitura agradável, além de também possuir uma absorção maior de tina, garantindo a durabilidade da obra.

3.9.4 Item do Portfólio

Fig. 35. Solução: Capa e diagramação - O Picapau Amarelo



Fonte: Autora.

3.9.5 Projeto no Behance

<https://www.behance.net/gallery/174157901/O-Picapau-Amarelo>

3.10 Revista digital “É Gente”

3.10.1 Apresentação

O projeto foi desenvolvido para o Tribunal Regional Eleitoral da Paraíba durante o período de estágio (maio/2022 a setembro/2023). A Revista digital "É Gente" foi criada pela Escola Judiciária Eleitoral da Paraíba, em 2022, o objetivo da revista é ser leve, dinâmica, objetiva e atual, levando ao público interno e externo as atualizações sobre os cursos, eventos e ações de cidadania que são desenvolvidas pela EJE-PB.

O nome "É Gente" surgiu do desejo da Escola em se mostrar humana para os leitores, além de ser uma escola do ramo judiciário, a EJE não trata apenas de assuntos jurídicos, mas se preocupa com a sociedade, cidadania, educação e democracia, e é totalmente composta por gente. Gente que escreve, que luta e que se esforça para fazer do nosso país um lugar melhor.

3.10.2 Problema

A revista digital da EJE-PB tem como um de seus principais objetivos ser dinâmica e acessível para qualquer tipo de público. Não foi criada para ser uma revista formal e cansativa, mas para ser um espaço divertido e confortável que apresentasse a Escola Judiciária Eleitoral e o TRE-PB como ambientes que também podem ser leves e dinâmicos, apresentando seus projetos de cidadania, educação e fortalecimento da democracia, além de apresentar os talentos escondidos por trás da formalidade do Tribunal. Foi solicitado o desenvolvimento de uma marca para a revista que representasse o nome “É gente” e que tivesse vínculo com a sigla da Escola (EJE), e para além disso, também foi solicitado o desenvolvimento do projeto gráfico da revista.

3.10.3 Solução

Através da metodologia de Peón (2003), foi realizado um *briefing* com a coordenadora da EJE-PB, que também foi a idealizadora da revista. O público-alvo do projeto foi composto de funcionários do TRE-PB e também de todo o público externo ao tribunal. Para realizar o estudo de similares, coletamos dados de revistas que já foram desenvolvidas pela Justiça Eleitoral, mas levando em consideração que o rumo da revista digital não era apenas o público jurídico.

Iniciamos desenvolvendo a logotipo da revista a partir dos requisitos passados pelo *briefing*. A logo foi composta pelo nome "É Gente" e pela sigla da Escola "EJE", representando a ligação entre o setor e a cidadania que o mesmo prega.

Fig. 36. Construção da marca: É Gente



Fonte: Autora.

Para a revista, selecionamos uma paleta de cores saturada com a mistura entre cores quentes e frias, para chamar atenção principalmente do público jovem. A tipografia escolhida para textos corridos foi a Metropolis e suas variações, para títulos a Montserrat Bold e ExtraBold, e em algumas seções da revista utilizamos algumas outras fontes de apoio. A diagramação foi feita seguindo um grid com duas colunas, e os tamanhos foram selecionados visando a leitura confortável pelo smartphone.

Fig. 37. Tipografia e Cores: Revista É Gente



Fonte: Autora.

3.10.4 Item do Portfólio

Fig. 38. Solução: Revista EJE



Fonte: Autora (2023).

3.10.5 Projeto no Behance

<https://www.behance.net/gallery/174092081/Revista-E-Gente-EJEPB>

4. Considerações finais

O presente trabalho tratou-se de um portfólio acadêmico que une a apresentação de dez projetos que foram desenvolvidos durante o curso de design gráfico, que envolveu: criação de marcas, diagramação, identidade visual e sinalização. Foi possível notar ao decorrer das descrições dos projetos, que a designer pôde desenvolver diversas técnicas e metodologias apresentadas durante o curso. Conceitos de tipografia, aplicação de cores, diagramação e o desenvolvimento criativo foram características utilizadas na prática durante a criação dos projetos.

De acordo com as necessidades de cada projeto, foram utilizadas as metodologias de Maria Luísa Peón (2003) e Joan Costa (2007), ambos autores expostos durante o curso, através das etapas de seus métodos foram desenvolvidas as soluções para os projetos apresentados.

O objetivo desse portfólio foi apresentar os projetos desenvolvidos no meio acadêmico, externo e no estágio (vivenciado pela estudante), tendo como base e guia os requisitos solicitados para a descrição dos projetos. Os resultados foram apresentados, e alcançaram o seu principal objetivo: a solução adequada proveniente da metodologia projetual necessária para seu desenvolvimento.

5. Referências bibliográficas

A EJE-PB. **Tribunal Regional Eleitoral da Paraíba**, 2023. Disponível em: <https://www.tre-pb.jus.br/institucional/escola-judiciaria-eleitoral/a-eje-pb-1>

Acesso em: 01 de fevereiro de 2023.

Agosto: Lilás e dourado trazem consciência sobre violência doméstica e a amamentação. **TRT da 18ª Região (GO)**, 2022. Disponível em: <https://www.trt18.jus.br/portal/agosto-lilas-e-dourado-trazem-consciencia-sobre-violencia-domestica-e-a-amamentacao/>

Acesso em: 15 de março de 2023.

ARRUDA, Kelly. Xilogravura, história e ligação com a literatura de cordel nordestina. **Imaginário brasileiro**, 2022. Disponível em:

<https://imaginariobrasileiro.com.br/blogs/news/o-que-e-xilogravura>

Acesso em: 21 de março de 2023.

BÍBLIA. Português. **Bíblia Anote**. Nova versão internacional na nova ortografia com o Novo Testamento em duas cores. Santo André: Geográfica, 2018. 960p.

BORDINHÃO, Katia; VALENTE, Lúcia; SIMÃO, Maristela. **Caminhos da memória: para fazer uma exposição**. Brasília, DF: IBRAM, 2017.

CARDOSO, R. **O design gráfico e sua história**. Revista artes visuais, cultura e criação, 1-7 p., 2008.

COSTA, J. **Señalética Corporativa**. Barcelona: Costa Punto Com, 2007.

DONDIS, Donis A. **A sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, pp. 51-83, 1991.

FIALHO, Luise. Quais são as partes de um livro?. **TAG Livros**, 2017. Disponível em: <https://www.taglivros.com/blog/quais-sao-as-partes-de-um-livro/#:~:text=em%20orde>

m%20alfab%C3%A9tica.-,Colof%C3%A3o,espec%C3%ADficas%20de%20uma%20obra%20liter%C3%A1ria.

Acesso em: 06 de maio de 2023.

FILHO, João Gomes de. **Gestalt do Objeto**: Sistema de Leitura Visual da Forma. 9. ed. São Paulo: Escrituras, 2009.

MATHIAS, Lucas. O Que É Briefing? Definição, Importância E Como Fazer Em 8 Passos. **MindMiners**, 2022. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/o-que-e-briefing/>

Acesso em: 15 de fevereiro de 2023.

Nossa História. **Armazém Paraíba**. Disponível em: <https://www.armazempb.com.br/institucional-nossa-historia>

Acesso em: 02 de março de 2023.

Os principais tipos de logotipos e exemplos para você se inspirar. **EBAC**, 2023. Disponível em:

<https://ebaonline.com.br/blog/tipos-de-logotipo#:~:text=A%20marca%20abstrata%20usa%20uma,empresas%20que%20t%C3%AAm%20diversas%20divis%C3%B5es>

Acesso em: 02 de março de 2023.

Ouvidoria da Mulher. **Tribunal Regional Eleitoral da Paraíba**, 2023. Disponível em: <https://www.tre-pb.jus.br/institucional/ouvidoria-eleitoral-da-paraiba-servico-de-informacoes-ao-cidadao/ouvidoria-da-mulher>

Acesso em: 15 de fevereiro de 2023.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de Identidade Visual**. 3ª edição. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

REGINALDO, Lucilene. Obra infantil de Monteiro Lobato é tão racista quanto o autor, afirma historiadora. **Folha Uol**, 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2019/02/obra-infantil-de-monteiro-lobato-e-tao-racista-quanto-o-autor-afirma-autora.shtml>

Acesso em: 07 de abril de 2023.

REIS, Ana Letícia. Características das cores. **Educa mais Brasil**, 2019. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/artes/caracteristicas-das-cores>

Acesso em: 16 de junho de 2023.

REIS, Marcos R. MERINO, Eugenio A. D. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v.28, p. 178 - 190, 2020.

TADAYOZZI, Clara. Cores neutras. **Quero bolsa**, 2022. Disponível em: <https://querobolsa.com.br/enem/conhecimento-geral/cores-neutras>

Acesso em: 16 de junho de 2023.

WALTRICK, Humberto. Marcas Pictóricas. **Brandtarget**, 2012. Disponível em: <https://brandtarget.wordpress.com/2012/07/08/marcas-pictoricas/>

Acesso em: 15 de fevereiro de 2023.

WOEBCKEN, Cayo. O que é brainstorming e as 9 melhores técnicas para a tomada de decisões inteligentes. **Rockcontent**, 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/brainstorming/>

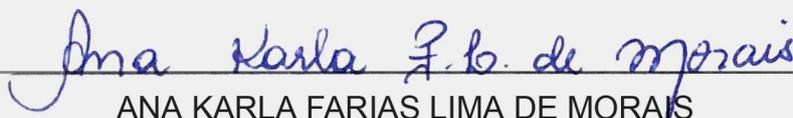
Acesso em: 21 de março de 2023.

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que a profissional **BRENDA LEE MARIA GOMES DE ALBUQUERQUE**, de CPF de nº **126.399.434-21** prestou serviços de **ESTÁGIO EM DESIGN GRÁFICO**, e desenvolveu os seguintes projetos: Marca da Ouvidoria da Mulher do TRE-PB, diagramação da Revista Digital da EJE-PB “É Gente”, identidade visual da “EJE-PB 20 Anos” e o projeto gráfico da Exposição “Mulheres pela Democracia na Paraíba”, para o contratante **TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DA PARAÍBA**, com CNPJ de nº **06.017.798/0001-60**, no período entre **09/05/2022** a **31/05/2023**.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 31 de maio de 2023.



ANA KARLA FARIAS LIMA DE MORAIS

498.772.164-34

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que a profissional **BRENDA LEE MARIA GOMES DE ALBUQUERQUE**, de CPF de nº **126.399.434-21** prestou serviços de **DESIGN GRÁFICO**, desenvolveu o projeto Marca da Igreja Deus do Impossível (IEDI), para o contratante **IGREJA EVANGÉLICA DEUS DO IMPOSSÍVEL**, com CNPJ de nº **13.053.409/0001-18**, no período entre **15/11/2021** a **15/12/2021**.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 24 de junho de 2023.



DIACUY OLIVEIRA DE BARROS
954.152.544-04



Documento Digitalizado Restrito

TCC - Brenda Lee (Final)

Assunto: TCC - Brenda Lee (Final)
Assinado por: Brenda Albuquerque
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:

- **Brenda Lee Maria Gomes de Albuquerque, ALUNO (201927010047) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 07/09/2023 16:54:49.

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: 936311
Código de Autenticação: 14c96a460f

