



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

PORTFÓLIO: A IDENTIDADE VISUAL

ANSELMO DE ANDRADE BRANDÃO FILHO

CABEDELO

2023

PORTFÓLIO: A IDENTIDADE VISUAL

ANSELMO DE ANDRADE BRANDÃO FILHO

Projeto apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, como requisito obrigatório para a conclusão do curso superior de Tecnologia em Design Gráfico.

Orientador(a): Luciana Dinoá

CABEDELLO

2023

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

B817p Brandão Filho, Anselmo de Andrade.

Portfólio: A identidade visual / Anselmo de Andrade Brandão Filho – Cabedelo, 2023.
95 f.: il.

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

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



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

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

ANSELMO DE ANDRADE BRANDÃO FILHO

Portfólio: a identidade visual

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

Aprovada em 04 de dezembro de 2023

Membros da Banca Examinadora:

Me. Luciana Mendonça Dinoá Pereira

IFPB Campus Cabedelo

Me. Analia Adriana da Silva Ferreira

IFPB Campus Cabedelo

Dr. Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2023

Documento assinado eletronicamente por:

- **Luciana Mendonca Dinoa Pereira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 22/02/2024 11:53:23.
- **Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 23/02/2024 23:07:25.
- **Analia Adriana da Silva Ferreira, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO**, em 25/02/2024 20:25:58.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 28/01/2024. 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 524015
Verificador: 3584cd850d
Código de Autenticação:



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

RESUMO

A caminhada educacional no campo do design gráfico é notavelmente caracterizada por uma ampla variedade de tarefas que envolvem metas, competências e traços diversos, todos eles trabalhados no decorrer do processo de criação. Este portfólio destaca a trajetória acadêmica e profissional no campo do design gráfico, incluindo uma seleção de dez projetos que abrange uma ampla gama de setores do mercado. Os projetos foram realizados para clientes reais, fornecendo uma visão abrangente dos objetivos, métodos e desenvolvimento. O foco central é a criação de identidades visuais sólidas e consistentes, demonstrando a capacidade do designer gráfico em superar desafios gráficos variados, evidenciando sua excelência no campo do design.

Palavras-Chave: portfólio, identidade visual, redesign, metodologia, tipografia

ABSTRACT

The educational journey in the field of graphic design is notably characterized by a wide variety of tasks involving goals, skills, and diverse traits, all of which are honed throughout the creative process. This portfolio highlights my academic and professional trajectory in the field of graphic design, encompassing a selection of ten projects that span a broad range of market sectors. These projects were carried out for real clients, providing a comprehensive insight into objectives, methods, and development. The central focus is on creating strong and consistent visual identities, demonstrating the graphic designer's ability to overcome various design challenges, showcasing their excellence in the field of design.

Keywords: portfolio, visual identity, redesign, methodology, typography.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 - Fluxograma da metodologia
- Figura 2 - Análise de semelhantes Jalbe
- Figura 3 - Solução Jalbe
- Figura 4 - Tipografia Jalbe
- Figura 5 - Cores primárias Jalbe
- Figura 6 - Cores secundárias Jalbe
- Figura 7 - Implementação do sistema *outdoor* Jalbe
- Figura 8 - Implementação do sistema de placa Jalbe
- Figura 9 - Implementação do sistema Crachá Jalbe
- Figura 10 - Implementação do sistema APP Jalbe
- Figura 11 - Análise de semelhantes Mayra Rodrigues
- Figura 12 - Solução Mayra Rodrigues
- Figura 13 - Tipografia Mayra Rodrigues
- Figura 14 - Cores primárias Mayra Rodrigues
- Figura 15 - Cores secundárias Mayra Rodrigues
- Figura 16 - Implementação cartão de visitas Mayra Rodrigues
- Figura 17 - Implementação Rede Social Mayra Rodrigues
- Figura 18 - Implementação bloco de anotações Mayra Rodrigues
- Figura 19 - Implementação caneca Mayra Rodrigues
- Figura 20 - Análise de semelhantes GL construções
- Figura 21 - Solução GL construções
- Figura 22- Tipografia GL construções
- Figura 23 - Paleta de cores GL construções
- Figura 24 - Implementação *container* GL
- Figura 25 - Implementação caminhão GL
- Figura 26 - Implementação *outdoor* GL
- Figura 27 - Implementação capacete GL
- Figura 28 - Análise de semelhantes Felipe Fernandes
- Figura 29 - Solução Felipe Fernandes

Figura 30 - Tipografia Felipe Fernandes

Figura 31 - Paleta de cores Felipe Fernandes

Figura 32 - Implementação caderno de anotações Felipe Fernandes

Figura 33 - Implementação papelaria Felipe Fernandes

Figura 34 - Implementação *backdrop* Felipe Fernandes

Figura 35 - Implementação placa Felipe Fernandes

Figura 36 - Análise de semelhantes Dr. Júlio de Boni

Figura 37 - Solução Dr. Júlio de Boni

Figura 38 - Tipografia Dr. Júlio de Boni

Figura 39 - Paleta de cores Dr. Júlio de Boni

Figura 40 - Implementação cartão de visitas Dr. Júlio de Boni

Figura 41 - Implementação ficha de prontuário Dr. Júlio de Boni

Figura 42 - Implementação computador Dr. Júlio de Boni

Figura 43 - Implementação jaleco Dr. Júlio de Boni

Figura 44 - Análise de semelhantes Designer de Interiores Luana Gomes

Figura 45 - Solução Luana Gomes

Figura 46 - Tipografia Luana Gomes

Figura 47 - Paleta de cores Luana Gomes

Figura 48 - Implementação site Luana Gomes

Figura 49 - Implementação *totem* Luana Gomes

Figura 50 - Implementação cartão de visitas Luana Gomes

Figura 51 - Implementação placa Luana Gomes

Figura 52 - Análise de semelhantes *Wedo*

Figura 53 - Solução *Wedo*

Figura 54 - Tipografia *Wedo*

Figura 55 - Paleta de cores *Wedo*

Figura 56 - Implementação cartão de visitas *Wedo*

Figura 57 - Implementação pasta *Wedo*

Figura 58 - Implementação carro *Wedo*

Figura 59 - Implementação caminhão *Wedo*

Figura 60 - Análise de semelhantes Tictoy
Figura 61 - Solução Tictoy
Figura 62 - Tipografia Tictoy
Figura 63 - Paleta de cores Tictoy
Figura 64 - Implementação ambiente Tictoy
Figura 65 - Implementação embalagem Tictoy
Figura 66 - Implementação placa Tictoy
Figura 67 - Implementação embalagem 2 Tictoy
Figura 68 - Análise de semelhantes Acqua
Figura 69 - Solução Acqua
Figura 70 - Tipografia Acqua
Figura 71 - Paleta de cores Acqua
Figura 72 - Implementação *outdoor* Aqua
Figura 73 - Implementação etiqueta Acqua
Figura 74 - Implementação etiqueta 2 Acqua
Figura 75 - Implementação sacola Acqua
Figura 76 - Análise de semelhantes Cabana
Figura 77 - Solução Cabana
Figura 78 - Tipografia Cabana
Figura 79 - Paleta de cores Cabana
Figura 80 - Implementação avental Cabana
Figura 81 - Implementação lata Cabana
Figura 82 - Implementação garrafa Cabana
Figura 83 - Implementação sacola Cabana

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	09
1.1 Objetivos.....	10
1.1.1 Objetivo geral.....	10
1.1.2 Objetivos específicos.....	10
1.2 Justificativa.....	11
2. METODOLOGIA	12
3. DESENVOLVIMENTO	14
3.1 Projetos para o âmbito profissional.....	14
3.1.1 Jalbe - Identidade visual.....	14
3.1.2 Mayra Rodrigues - Identidade visual.....	22
3.1.3 GL construções - Identidade visual.....	29
3.1.4 Felipe Fernandes - Identidade visual.....	36
3.1.5 Júlio de Boni - Identidade visual.....	43
3.1.6 Luana Gomes - Identidade visual.....	50
3.1.7 <i>Wedo</i> - Identidade visual.....	57
3.1.8 Tictooy - Identidade visual.....	64
3.1.9 Acqua - Identidade visual.....	71
3.1.10 Cabana - Identidade visual.....	80
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88

1. APRESENTAÇÃO

O termo "design gráfico" foi originalmente criado por William Addison Dwiggins em 1922 (MEGGS, 1983, p.8), e desde então, sua amplitude de significado tornou-se evidente, abrangendo uma série de formas de expressão visual.

A função do designer gráfico é apresentar a mensagem de forma clara – transmitir as ideias importantes e fazer com que as menos importantes não deixem de ser percebidas. (NEWARK, 2009, p.10). Neste contexto, foram abordados os elementos-chave que norteiam a pesquisa em design gráfico com foco na construção de identidades visuais.

O design gráfico é uma área multifacetada, que desempenha um papel fundamental na comunicação visual contemporânea. Ao longo da formação acadêmica, os estudantes de design gráfico são expostos a uma variedade de atividades que abrangem uma ampla gama de objetivos, habilidades e características. Essas atividades são aplicadas de maneira diversificada no processo de produção, preparando os alunos para enfrentar desafios diversos ao ingressar no mercado de trabalho.

Conforme destacado por Landa (2018) em "Graphic Design Solutions", o portfólio é reconhecido como uma ferramenta fundamental para atrair potenciais empregadores e clientes, desempenhando um papel crucial na transmissão de confiança e credibilidade. Definido como uma compilação cuidadosamente elaborada de trabalhos, um portfólio eficaz tem a capacidade singular de prender a atenção do público e comunicar de maneira impactante a mensagem desejada.

Neste sentido, este trabalho teve como objetivo apresentar um portfólio, destacando dez projetos que englobam diversos segmentos de mercado. Os projetos estão organizados de acordo com suas áreas temáticas. O que se espera é demonstrar a versatilidade e a capacidade do designer gráfico de enfrentar desafios em diferentes contextos e mercados, enfatizando o desenvolvimento de identidades visuais sólidas e consistentes.

Link para o protótipo do portfólio online:

<https://abrir.link/U3axc>

1.1 Objetivo:

1.1.1 Objetivo Geral

O objetivo principal consistiu em desenvolver um portfólio com trabalhos autorais, mostrando as competências adquiridas durante a formação no Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico, oferecido pelo Campus Cabedelo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Selecionar dez projetos de identidade visual, demonstrando a sua execução e compreendendo como essas experiências nutrem o desenvolvimento das habilidades na área de design.
- Examinar o processo de criação e desenvolvimento de identidades visuais em contextos diversos, destacando as etapas críticas envolvidas na construção de marcas fortes e coesas.
- Demonstrar como a aplicação consistente de conceitos e técnicas de design contribui para a construção de uma identidade visual.

1.2 Justificativa

De acordo com as palavras de Alina Wheeler, “uma identidade de marca forte ajuda a construir o valor de marca por meio de um maior reconhecimento, consciência e fidelidade do cliente, os quais, por sua vez, ajudam a tornar a empresa mais bem sucedida” (WHEELER, 2012, p.21). Isso reforça a importância de compreender como a formação acadêmica em design gráfico prepara os estudantes para enfrentar os desafios do mercado de trabalho, especialmente na criação de identidades visuais, uma vez que o design desempenha um papel vital na comunicação visual contemporânea.

Uma análise detalhada da formação de futuros profissionais, por meio da seleção de projetos profissionais, evidencia a aplicação prática dessas habilidades em contextos reais. A ênfase na identidade visual destaca a relevância dessa área no design gráfico contemporâneo, considerando a influência fundamental da identidade da marca no sucesso de empresas e organizações.

Conforme observado por Souza e Shibata Santos (2022), a reflexão sobre a gestão de portfólio ressalta a evolução do papel do designer, que vai além do tradicional. Isso destaca a importância do designer como um agente estratégico que contribui significativamente para o sucesso do projeto, abordando aspectos como análise de desempenho, gestão de portfólio e estratégias, elementos essenciais no design de modo geral.

Portanto, este estudo visa contribuir com o aprimoramento do ensino em design gráfico, fornecendo qualidades e percepções sobre a formação de profissionais aptos e prontos para o mercado de trabalho, além de ser um recurso valioso para estudantes que ingressam na indústria do design gráfico e educadores que buscam aprimorar currículos e abordagens de ensino.

2. Metodologia

O desenvolvimento deste portfólio baseou-se na metodologia de "Sistemas de Identidade Visual"(Figura 1) proposta por Maria Luísa Peón em seu trabalho pioneiro de 2009. Essa abordagem apresentou uma estrutura sólida para a execução do projeto, dividindo-o em três fases principais: Problemática, Planejamento e Especificação. Cada uma delas composta por várias etapas que desempenharam um papel crucial no alcance dos objetivos.

Figura 1 - Fluxograma da metodologia



Fonte: Autor, adaptado de Maria Luísa Peón, 2009

2.1 Problematização

Na análise do Perfil do Cliente, realizou-se uma compreensão aprofundada do comprador, explorando suas missões, valores e visão. O objetivo era assegurar que a identidade visual do projeto refletisse de maneira fidedigna a essência do cliente. Seguindo para a Análise do Público-Alvo, foi conduzida uma análise minuciosa do público-alvo, abrangendo hábitos, necessidades e preferências. Essa análise se mostrou essencial para a criação de uma identidade visual eficaz e atraente, alinhada às expectativas do público-alvo. No tópico seguinte, Contextualização Simbólica, abordou-se a compreensão de como símbolos e elementos visíveis poderiam transmitir a mensagem desejada ao público-alvo, agregando significado

simbólico à identidade visual. Por fim, no Estudo de Similares, foi conduzida uma análise da identidade visual de entidades semelhantes. Essa análise contribuiu para a identificação de tendências no setor e a adoção das melhores práticas, fornecendo insights valiosos para o desenvolvimento da identidade visual do projeto.

3.1 Concepção

Na elaboração de Alternativas, ocorreu a exploração de diversas ideias e conceitos inovadores para a identidade visual, promovendo o estímulo à criatividade e à diversidade de abordagens. No processo de Geração de Alternativas, houve uma exploração contínua de ideias inovadoras para a identidade visual, incentivando a diversidade de abordagens. Ao chegar à etapa da Solução Preliminar, foi desenvolvida uma solução inicial após a geração de alternativas, estabelecendo-se como base para a fase subsequente de refinamento. Por fim, no tópico de Soluções, ocorreu a elaboração e refinamento dessas soluções, considerando as diretrizes condicionais estabelecidas nas conclusões provenientes da análise da fase de Problematização. Essa fase visou a criação de uma identidade visual alinhada às necessidades específicas do projeto.

4.1 Especificação

Na etapa de Detalhes Técnicos, o foco foi o desenvolvimento das soluções, incorporando especificações técnicas abrangentes. Isso inclui detalhes como cores, tipografia e formatos de arquivo, visando assegurar a precisão e a consistência na materialização da identidade visual. Ao avançar para a Implementação do Sistema, a metodologia orientou o processo de implementação da identidade visual. Nesse contexto, buscou-se garantir consistência em todos os contextos de aplicação, desde materiais impressos até ambientes digitais. A atenção meticulosa aos detalhes visou preservar a integridade da identidade visual em diferentes meios e formatos.

3. DESENVOLVIMENTO

3.1 PROJETOS PARA O ÂMBITO PROFISSIONAL

3.1.1 Jalbe - Identidade visual / 25 de março de 2022

Problematização

No processo inicial de criação da identidade visual da Jalbe, foi fundamental realizar uma profunda problematização para compreender a essência e os objetivos da marca. Isso incluiu a análise do perfil do cliente, onde se teve foco nas missões, valores e visão da Jalbe, a fim de refletir sua identidade como uma organização moderna e confiável.

A missão da Jalbe, como uma plataforma de serviços *online*, é promover a construção de redes e conexões entre profissionais de diversas áreas, facilitando o estabelecimento de relacionamentos com potenciais clientes. Seus valores são baseados no comprometimento, inovação e parceria, com ênfase na satisfação do cliente, na busca contínua por inovação e na colaboração estreita com os usuários.

Ao analisar o público-alvo da Jalbe, observou-se uma diversidade de profissões e áreas de atuação, todos compartilhando a necessidade de *networking* e crescimento profissional. Os usuários da Jalbe são familiarizados com a tecnologia e buscam oportunidades de negócio, valorizando a eficiência na construção de conexões.

Realizou-se um estudo de empresas similares, como a *Triider* e a *GetNinja* (Figura 2), para obter *insights* sobre identidades visuais eficazes. Essas análises inspiram a definição da identidade visual da Jalbe, que possui sua própria proposta única, mas pode se beneficiar de elementos distintivos que atraem seu público-alvo.

Figura 2 - Análise de semelhante



Fonte: Página da Triider, Página do Getninja no youtube

Concepção

Na fase de Concepção, que se baseia na metodologia "Sistemas de Identidade Visual" de Maria Luisa Peón (2009), a criatividade e a inovação desempenham um papel crucial na busca por soluções que estejam perfeitamente alinhadas com os objetivos da plataforma Jalbe. Essa etapa é o resultado de uma profunda problematização, que permitiu uma compreensão mais clara da missão, valores e público-alvo da Jalbe, essenciais para direcionar o processo criativo.

Durante a Concepção, incentivou-se a geração de alternativas criativas, ampliando as possibilidades de representação visual da plataforma. Isso, por sua vez, foi influenciado pela diversificação de possibilidades exploradas durante a fase de problematização. Posteriormente, uma solução preliminar foi desenvolvida como parte do processo criativo, servindo como uma base sólida e escolhida com base em critérios de eficácia, inovação e alinhamento com os objetivos da Jalbe.

Na etapa final da Concepção, as soluções preliminares foram meticulosamente trabalhadas e refinadas, levando em consideração detalhes importantes. Este refinamento das soluções foi influenciado pelas análises realizadas na problematização, especialmente no que diz respeito à identidade da

marca. Isso inclui a seleção de uma tipografia moderna, e a definição de uma paleta de cores, composta por tons de azul e branco, que transmitem uma sensação de modernidade e profissionalismo, refletindo as características essenciais da identidade visual da marca Jalbe na figura 3.

Figura 3 - Solução Jalbe



Fonte: Autor, 2022

Especificações Técnicas do Projeto

Para a identidade visual da Jalbe, foram definidas especificações técnicas que garantiram a consistência e a eficácia da aplicação da marca em diferentes contextos. As diretrizes técnicas são fundamentais para manter a integridade da identidade visual da plataforma.

A escolha da tipografia *Inter* (Figura 4) para os textos da Jalbe é fundamentada nos princípios essenciais da mesma, considerando a importância da legibilidade, acessibilidade e estética. De acordo com Erik Spiekermann, autor de "A Linguagem Invisível da Tipografia" (Blucher, 2011), esta desempenha um papel crucial na comunicação visual, transcendendo meramente a estética e influenciando a compreensão do conteúdo. A tipografia *Inter* foi selecionada por suas

características que favorecem a leitura contínua. Destaca-se que uma tipografia bem escolhida deve ser invisível, facilitando a absorção do conteúdo sem distrações. A *Inter*, com seu design equilibrado e formas de letra claras, proporciona uma experiência de leitura agradável e eficaz.

Figura 4 - Tipografia Jalbe



Fonte: Autor, 2022

A escolha da paleta de cores (Figura 5 e 6) para a identidade visual da Jalbe é embasada em fundamentos teóricos da Psicologia das Cores. Segundo Heller (2000), renomada psicóloga, as cores desempenham um papel crucial na percepção humana, influenciando emoções, comportamentos e associações subjetivas. A inclusão de tons de azul busca estabelecer uma conexão com a estabilidade e confiança, características frequentemente associadas a essa cor, enquanto o branco contribui para uma imagem de clareza e transparência nos negócios. Os tons de roxo, laranja e amarelo são estrategicamente incorporados para transmitir mensagens específicas, refletindo inovação, qualidade, energia e entusiasmo. Em

resumo, a paleta de cores da Jalbe foi cuidadosamente selecionada, visando criar uma identidade visual impactante e coerente com os valores e objetivos da marca.

Figura 5 - Cores Primárias Jalbe

Fonte: Autor, 2022



Figura 6 - Cores Secundárias Jalbe



Fonte: Autor, 2022

Implementação do sistema

A fase final do processo de implementação do sistema de identidade visual da Jalbe é uma etapa onde todas as diretrizes e elementos visuais definidos anteriormente foram apresentados. Essa fase garantiu que a identidade visual fosse aplicada de forma consistente nos produtos. São eles: *outdoor* (Figura 7), placa (Figura 8), crachás (Figura 9) e logotipo do aplicativo (Figura 10).

Figura 7 - Implementação do sistema outdoor Jalbe



Fonte: Autor, 2022

Figura 8 - Implementação do sistema placa Jalbe



Fonte: Autor, 2022

Figura 9 - Implementação do sistema crachá Jalbe



Fonte: Autor, 2022

Figura 10 - Implementação do sistema APP Jalbe



Fonte: Autor, 2022

Na implementação do *layout*, segue-se a hierarquia visual, destacando a informação mais relevante no início da hierarquia, seguida pela imagem e, por fim,

elementos menos relevantes. A disposição das cores visa criar um contraste eficaz entre a tipografia e o fundo, contribuindo para a legibilidade e impacto visual.

3.1.2 Psicóloga Mayra Rodrigues - Identidade visual / 19 dezembro 2022

Problematização

A primeira etapa é a Problematização, que foi desenvolvida para guiar a construção visual para a psicóloga Mayra Rodrigues. Essa etapa de análise aprofundada do perfil do cliente, revelou-se essencial para compreender a singularidade de Mayra como uma profissional dedicada à criação de um ambiente seguro e acolhedor. A reflexão sobre sua essência ressalta seu comprometimento com a promoção do autoconhecimento, superação de desafios emocionais e seu objetivo de se tornar uma referência na área.

Na continuidade do processo, valores essenciais, como confiabilidade, empatia e modernidade, desempenham um papel central na edificação da identidade visual, transmitindo segurança e seriedade aos pacientes de Mayra Rodrigues. Nessa perspectiva, a análise do público-alvo evidencia uma composição de adultos entre 20 e 45 anos, que busca apoio psicológico para o desenvolvimento pessoal e aprimoramento da qualidade de vida, atribuindo grande importância a profissionais confiáveis.

Uma pesquisa de marcas afins, exemplificada pelas psicólogas Natália Oliveira e Camila Ruiz (Figura 11), ofereceram *insights* valiosos para a configuração da identidade visual de Mayra. Ao ponderar escolhas de paletas, elementos gráficos e estratégias empregadas por profissionais dos mesmos segmentos, Mayra tem a oportunidade de extrair benefícios dessas análises, contribuindo para a concepção de uma identidade visual singular e eficaz. Este processo visa não apenas diferenciar Mayra no cenário psicológico, mas também garantir uma ressonância significativa com seu público-alvo específico.

Figura 11 - Análise de semelhantes Mayra Rodrigues



Fonte: Página de Renato Agostino Behance/ Página do Estúdio Gaia Behance

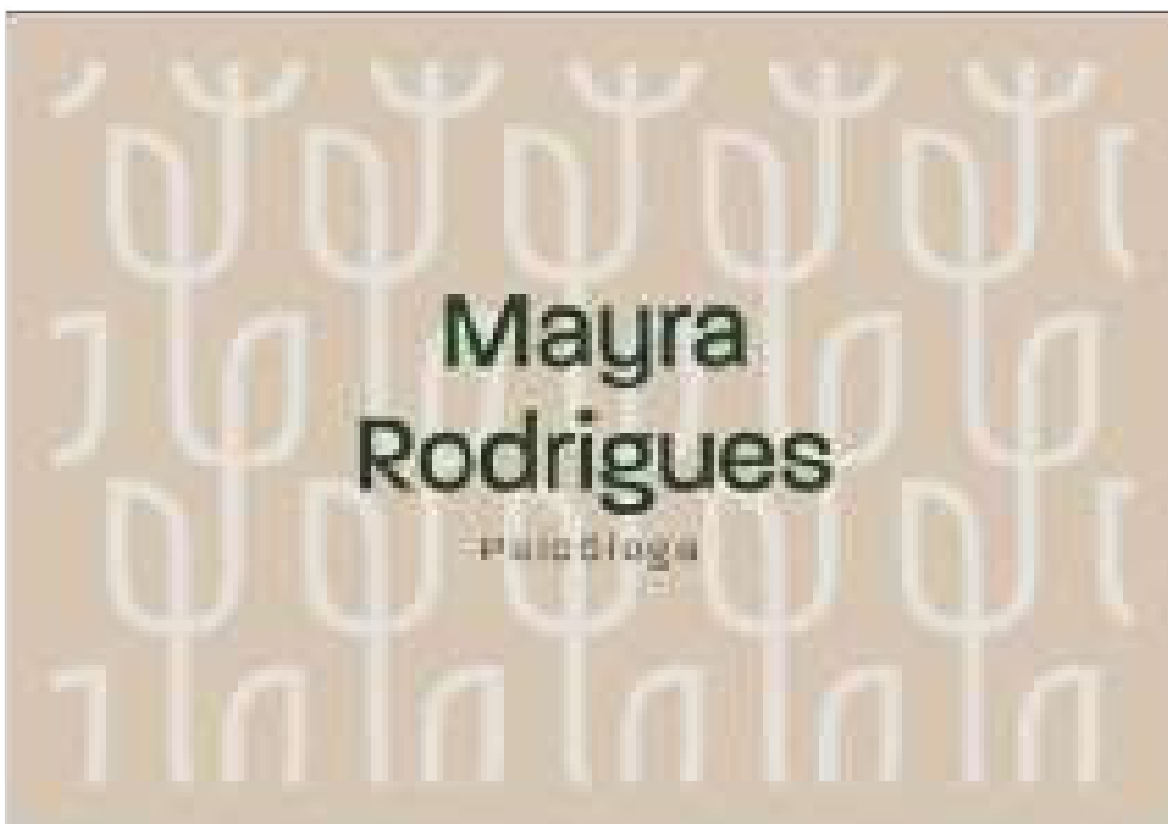
Concepção

Na fase de concepção da identidade visual de Mayra Rodrigues, foram desenvolvidos os elementos-chave da marca, a partir da escolha da Solução Preliminar, que incluía uma paleta de cores verde escuro e bege. Na fase de geração de alternativas, foram criadas opções distintas, cada uma com características semelhantes e, ao mesmo tempo, únicas para representar a prática profissional de Mayra Rodrigues.

Após a fase de geração de alternativas, Mayra Rodrigues escolheu uma opção como a Solução Preliminar, que foi baseada nos seguintes critérios: Representatividade, a solução deve representar de forma eficaz os conceitos de movimento, fluidez e neutralidade, que são essenciais para a prática profissional de Mayra Rodrigues. Originalidade, a solução deve ser original e única, diferenciando-se das identidades visuais de outros profissionais da área. Aplicabilidade, a solução deve ser aplicável a diversos materiais e formatos, garantindo a sua versatilidade.

Os elementos visuais escolhidos na fase de Solução Preliminar foram refinados, incluindo a simplificação do elemento gráfico, a inclusão de um tom mais claro de bege na paleta de cores e a alteração da tipografia *Paralucent*. As alterações feitas na fase de soluções (Figura 12) resultaram em uma identidade visual completa e impactante, que representa de forma eficaz a prática profissional de Mayra Rodrigues. Uma tipografia sem serifa moderna e elegante.

Figura 12 - Solução Mayra Rodrigues



Fonte: Autor, 2022

Especificações Técnicas do Projeto

Ao desenvolver a identidade visual da Psicóloga Mayra Rodrigues, a atenção aos detalhes técnicos e às diretrizes fundamentais foram cruciais para garantir a consistência e eficácia da marca em diversas aplicações e contextos.

Figura 13 - Tipografia Mayra Rodrigues



Fonte: Autor, 2022

A escolha da tipografia primária (Figura 13), *Paralucent*, buscou promover uma comunicação textual coesa e estética. Essa decisão foi guiada pela compreensão de que a tipografia desempenha um papel crucial na comunicação visual, transcendendo a mera estética, conforme definido anteriormente por Spiekermann.

Quanto à paleta de cores, a seleção primária (Figura 14) e secundária (Figura 15) segue padrões cuidadosos, incorporando princípios teóricos da Psicologia das Cores, como sugerido por Heller (2014). A inclusão estratégica de tons específicos, como verde para estabilidade e confiança, bege para esclarecer novos negócios, e outros para transmitir mensagens específicas, refletiu a compreensão da importância das cores na percepção humana e na expressão visual.

Figura 14 - Cores primárias Mayra Rodrigues



Fonte: Autor, 2022

Figura 15 - Cores secundárias Mayra Rodrigues



Fonte: Autor, 2022

Implementação do sistema

Na etapa conclusiva da implementação do sistema de identidade visual para a Psicóloga Mayra Rodrigues, alcançou-se um ponto crucial onde todas as orientações

e elementos visuais previamente configurados foram apresentados (Figura 16, 17, 18 e 19). Essa fase essencial garantiu que a identidade visual fosse aplicada de maneira uniforme em todos os cenários e contextos relacionados à atuação de Mayra.

Figura 16 - Implementação cartão de visitas Mayra Rodrigues



Fontes: Autor, 2022

Figura 17 - Implementação Rede Social Mayra Rodrigues



Fontes: Autor, 2022

Figura 18 - Implementação Bloco de Anotações Mayra Rodrigues



Fontes: Autor, 2022

Figura 19 - Implementação caneca Mayra Rodrigues



Fontes: Autor, 2022

Na elaboração do *layout*, foi estabelecida uma hierarquia visual, destacando a mensagem central por meio do contraste de cores. Os demais elementos são dispostos em tons mais análogos, proporcionando uma menor intensidade de contraste.

3.1.3 GL construções - Identidade visual / Ano 2023

Problematização

A fase inicial do processo de desenvolvimento da identidade visual da GL construções, conhecida como problematização, desempenha um papel crucial na compreensão profunda das necessidades e aspirações específicas da empresa.

Quem se destaca no setor da construção civil, busca não apenas construir edificações, mas realizar sonhos, transformando espaços em experiências

exclusivas. Ao explorar minuciosamente as características do público-alvo, que incluem a valorização da personalização, a busca pela exclusividade e a ênfase na qualidade, a equipe de design ganha *insights* essenciais.

Esses elementos orientam a criação de uma identidade visual que não apenas se conecta emocionalmente com o público-alvo, mas também atende às expectativas e desejos específicos dos clientes da GL Construções. Além disso, o estudo de casos semelhantes, como os de *Mawas* e *Lake* (Figura 20), enriquece o processo de desenvolvimento, oferecendo inspiração e direcionamento.

A análise desses casos forneceu *insights* valiosos sobre estratégias visuais, contribuindo para a definição de um visual distintivo e impactante para a GL Construções. Nesse contexto, cada escolha de projeto foi cuidadosamente moldada para refletir a visão única e a busca pela excelência que caracteriza a atuação da empresa no setor da construção civil.

Figura 20 - Análise de semelhantes GI



Fonte: Página de Gabriel Medeiros Behance/ Página Felipe Pacanaro Behance

Concepção

Na etapa de concepção da identidade visual da GL Construções, foi realizado o processo de geração de alternativas para explorar diferentes abordagens e elementos de design que melhor representam a empresa. A solução preliminar escolhida para a identidade visual da GL Construções incorporou uma paleta de cores composta por preto, laranja e cinza. Essa escolha visa transmitir sofisticação, modernidade e energia ao projeto, o preto representa elegância, o laranja adiciona vivacidade e o cinza proporciona equilíbrio e simplicidade.

Assim, a escolha específica das cores não apenas contribui para a estética, mas também funciona como um meio de comunicar visualmente os valores da empresa, reforçando a visão de excelência, inovação e qualidade que a construtora busca oferecer em seus empreendimentos de alto padrão. Uma solução preliminar combinou cores, formas e tipografia de maneira coesa e impactante, projetando a imagem de uma empresa que valoriza a inovação, sofisticação e qualidade em seus projetos de construção e reforma.

Ao avançar para a fase de solução (Figura 21), o foco principal foi aprimorar e finalizar o conceito escolhido, garantindo sua consistência e eficácia em diversos contextos de aplicação. Essa etapa consolidou a identidade visual da GL Construções, garantindo que ela se destaque de maneira consistente e impactante em todas as suas manifestações visuais.

Figura 21 - Solução GI



Fonte: Autor, 2022

Especificações Técnicas do Projeto

Na etapa de elaboração das especificações técnicas da identidade visual, foram estabelecidos elementos essenciais para garantir a uniformidade e a implementação da marca em diversas formas de mídia e situações.

Figura 22 - Tipografia GI



Fonte: Autor, 2023

A tipografia principal escolhida para a identidade visual foi a "Exo 2" (Figura 22), uma fonte moderna e geométrica, conforme definido anteriormente pelo estudo do livro "A Linguagem Invisível da Tipografia" de Spiekermann (2011). Essa escolha foi feita com o objetivo de transmitir uma sensação de contemporaneidade e sofisticação, mantendo-se alinhada à visão e aos valores fundamentais da empresa no setor da construção civil.

A paleta de cores escolhida (Figura 23) foi composta por branco, preto e laranja. Uma seleção estratégica fundamentada nos princípios da psicologia das cores. Essa abordagem procurou transmitir elementos específicos à visão e aos valores fundamentais da empresa no setor da construção civil. O branco representa clareza e transparência, o preto adiciona sofisticação e elegância, enquanto o laranja comunica energia e positividade. Esta escolha, contribui não apenas para uma coesão visual e atraente, mas também ressoa com a essência distintiva da GL Construções no cenário da construção civil.

Figura 23 - Paleta de cores GI



Fonte: Autor, 2023

Implementação do sistema

Na fase de implementação do sistema de identidade visual da GL Construções, o processo buscou a incorporação consistente e eficaz dos elementos visuais definidos anteriormente em todos os aspectos da comunicação da empresa. Essa etapa foi crucial para garantir que a identidade visual fosse aplicada de

maneira uniforme em diversos contextos e meios, como *containers* (Figura 24), caminhões (Figura 25), *outdoors* (Figura 26) e capacetes (Figura 27), consolidando a presença visual da GL Construções de forma impactante.

Figura 24 - Implementação container GI



Fonte: Autor, 2023

Figura 25 - Implementação caminhão GI



Fonte: Autor, 2023

Figura 26 - Implementação outdoor GI



Fonte: Autor, 2023

Figura 27 - Implementação Capacete GI



Fonte: Autor, 2023

Na concepção do *layout*, foi estabelecida uma duplicidade entre os elementos, em que o pictograma e os textos compartilham uma hierarquia visual semelhante. No entanto, o pictograma se destaca significativamente por meio do contraste de cores, particularmente pela sua tonalidade vibrante.

3.1.4 Psicólogo Felipe Fernandes - Identidade visual / 24 de Fevereiro de 2023

Problematização

Na etapa de problematização para a construção da identidade visual do psicólogo Felipe Fernandes, após uma análise detalhada do perfil do cliente e do público-alvo, surgiu a necessidade de transmitir valores fundamentais, tais como confiança, acolhimento e competência, por meio da marca. Este processo demandou uma investigação minuciosa para identificar elementos que pudessem ser incorporados à identidade visual, estabelecendo uma conexão mais eficaz com as expectativas e características desse público específico.

No contexto do psicólogo Felipe Fernandes, foi essencial considerar sua abordagem profissional, com foco na Psicanálise, e sua dedicação ao bem-estar do paciente. Sua prática terapêutica se destaca pela atenção cuidadosa à singularidade de cada indivíduo, refletindo-se na construção de um ambiente de confiança e acolhimento.

Os pacientes de Felipe Fernandes não buscam apenas um profissional qualificado, mas sim alguém cuja abordagem vá além da simples prestação de serviços, priorizando a construção de um relacionamento terapêutico sólido e empático. O acolhimento é central para esse público, pois está em busca de um ambiente seguro e confidencial onde possa expressar suas inquietações, vulnerabilidades e anseios, com a certeza de que serão compreendidos e apoiados.

Ao aprofundar o estudo de marcas semelhantes, como os psicólogos Klaus Figueiredo e Evandro Mocelim (Figura 28), foi possível extrair *insights* importantes que contribuíram para conferir singularidade e um diferencial único à marca de Felipe Fernandes. Compreender as escolhas visuais, conceitos e abordagens

utilizadas por profissionais afins, forneceu uma análise crítica e embasada na definição de uma identidade visual única, alinhada às expectativas e padrões do público-alvo previamente investigado.

Figura 28 - Análise de semelhantes Felipe Fernandes



Fonte: Página de Júlia Garra Behance/ Página Lacere agência Behance

Concepção

A geração de alternativas no processo de criação da identidade visual de Felipe Fernandes, foi um passo crucial que envolveu uma exploração criativa e estratégica de diferentes possibilidades. Este estágio buscou expandir as opções e considerar uma variedade de abordagens para refletir de maneira eficaz a essência e os valores do profissional.

Durante a geração de alternativas, foi fundamental considerar diversos elementos, como cores, formas, tipografia e símbolos. O mar foi selecionado como referência para transmitir uma sensação de tranquilidade e serenidade, refletindo a abordagem terapêutica de Felipe. A paleta de cores e o símbolo, derivada da inspiração marítima, busca capturar aspectos emocionais e simbólicos sem recorrer a termos específicos.

Cada alternativa deve ser avaliada em relação aos critérios estabelecidos, como a capacidade de transmitir confiança, acolhimento, modernidade e a

singularidade da prática terapêutica de Felipe Fernandes. A análise crítica das alternativas leva em consideração a adequação ao público, a diferenciação em relação a outras marcas similares e a capacidade de criar uma identidade visual singular.

Ao explorar uma variedade de alternativas, foi possível identificar elementos visuais que melhor se alinhavam ao perfil e à visão específica do psicólogo. Esse processo dinâmico permitiu aperfeiçoar a identidade visual até alcançar uma solução final (Figura 29) que atendeu aos objetivos estabelecidos.

Figura 29 - Solução Felipe Fernandes



Fonte: Autor, 2023

Especificações Técnicas do Projeto

Durante o processo de definição dos parâmetros técnicos para a identidade visual de Felipe Fernandes, foram delineados aspectos fundamentais com a intenção de garantir a consistência e a aplicação efetiva da marca em diversas plataformas midiáticas e contextos.

Figura 30 - Tipografia Felipe Fernandes



Fonte: Autor, 2023

Ao ser incorporada, a tipografia *Area Extended* (Figura 30) contribui para a uniformidade visual da marca, sendo aplicada de maneira consistente em diversos meios de comunicação e contextos. Sua presença na identidade visual proporcionou uma sensação de coesão, complementando a mensagem de acolhimento, seriedade e modernidade que se desejou transmitir. Dessa forma, a escolha da tipografia não foi apenas estética, mas também estratégica, desempenhando um papel crucial na construção da identidade visual.

A paleta de cores (Figura 31) selecionada para a identidade visual, desempenhou um papel fundamental na transmissão de mensagens visuais consistentes com a essência do psicólogo. A escolha estratégica de tons de verde e cinza procurou criar uma atmosfera que combinasse harmoniosamente os elementos de acolhimento, modernidade e seriedade associados à prática terapêutica do profissional.

Figura 31 - Paleta de cores Felipe Fernandes



Fonte: Autor, 2023

Implementação do sistema

A implementação do sistema, portanto, representou a materialização das decisões estratégicas tomadas durante a criação do visual, ao aplicar de maneira consistente os elementos visuais: caderno de anotações (Figura 32), papelaria (Figura 33), *backdrop* (Figura 34) e placa (Figura 35). Garantindo não apenas a uniformidade, mas também a eficácia da mensagem visual associada a Felipe Fernandes.

Figura 32- Implementação Caderno de anotações Felipe Fernandes



Fonte: Autor, 2023

Figura 33 - Implementação Papeleria Felipe Fernandes



Fonte: Autor, 2023

Figura 34 - Implementação Backdrop Felipe Fernandes



Fonte: Autor, 2023

Figura 35 - Implementação Placa Fernandes



Fonte: Autor, 2023

Nos *layouts*, observa-se uma dualidade, na qual os designs mais claros empregam tons vibrantes para destacar os elementos mais significativos da mensagem. Já nos *layouts* de *background* mais escuro, emprega-se a mesma ferramenta de contraste para evidenciar a mensagem central, acompanhada de elementos em cores análogas para complementar a composição visual.

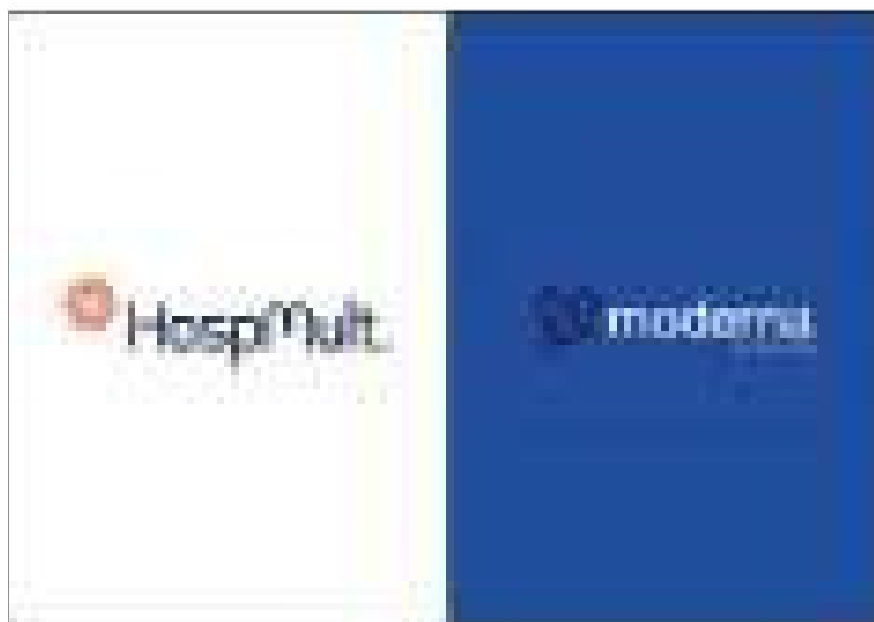
3.1.5 Médico Dr. Júlio Cesar de Boni - Identidade visual / 11 de Março de 2023

Problematização

Na etapa de problematização, a figura proeminente de Júlio de Boni, médico da família e comunidade, se destaca pela sua notória dedicação a um atendimento humanizado. Sua abordagem singular, centrada no paciente, evidencia um compromisso genuíno com o bem-estar e a saúde integral de seus pacientes. O público-alvo almejado por Júlio compreende famílias que buscam não apenas cuidados médicos, mas uma relação médico-paciente abrangente e centrada nas necessidades individuais.

A análise aprimorada desse público revela a importância de compreender suas expectativas, valores e anseios no contexto da saúde familiar. A busca por marcas análogas, como HospMult e Moderna (Figura 36), representou um passo estratégico para aprofundar essa compreensão. Essa investigação teve como propósito extrair discernimentos significativos que não somente nortearam a elaboração da identidade visual de Júlio de Boni, mas também contribuíram para a diferenciação e singularidade de sua posição no âmbito médico.

Figura 36 - Análise de semelhantes Júlio de Boni



Fonte: Página de Falwick Falci Behance/ Página Pedro Garavini Behance

Concepção

Na fase de concepção, a criação do conceito para a identidade visual de Júlio de Boni, envolveu uma exploração detalhada para capturar a essência do atendimento humanizado e familiar que ele oferece. As soluções preliminares foram meticulosamente desenvolvidas com o objetivo de transcender a mera representação visual, buscando transmitir a profunda conexão que Júlio estabelece com seus pacientes.

A marca, portanto, não é apenas um símbolo, mas uma expressão visual que deve inspirar confiança, refletir modernidade e, simultaneamente, evocar uma sensação acolhedora e calorosa. Ao refinar essas soluções para a identidade visual, a ênfase recaiu sobre a incorporação de elementos visuais que destacam sua abordagem única. A inspiração para o design também foi influenciada pelos jogos, mais especificamente pelo Pac-Man, jogo do qual o médico é apaixonado. O símbolo foi elaborado com base no labirinto característico do Pac-Man, combinado com a forma de uma cruz, que representa a saúde. Essa fusão criativa entre elementos dos

jogos e ícones da área médica resultou em uma identidade visual autêntica, alinhada à personalidade e paixões do Dr. Júlio de Bone.

A coesão foi buscada em cada detalhe para garantir que a identidade visual seja um reflexo fiel do compromisso de Júlio com a excelência no atendimento médico. Dessa forma, a concepção foi além da simples criação de um logotipo, visando construir uma representação visual completa que encapsula a verdadeira essência e diferencial de Júlio de Boni na prática médica.

Figura 37 - Solução Júlio de Boni



Fonte: Autor, 2023

Especificações Técnicas do Projeto

As especificações técnicas do projeto abrangeram a seleção cuidadosa da tipografia. Optou-se por *Tachyon* (Figura 38) como fonte principal, visando evocar a

ligação pessoal de Júlio com a tecnologia, destacando sua abordagem inovadora na prática médica. Como fonte secundária, a escolha foi *Fira Sans*, assegurando legibilidade e uma estética contemporânea.

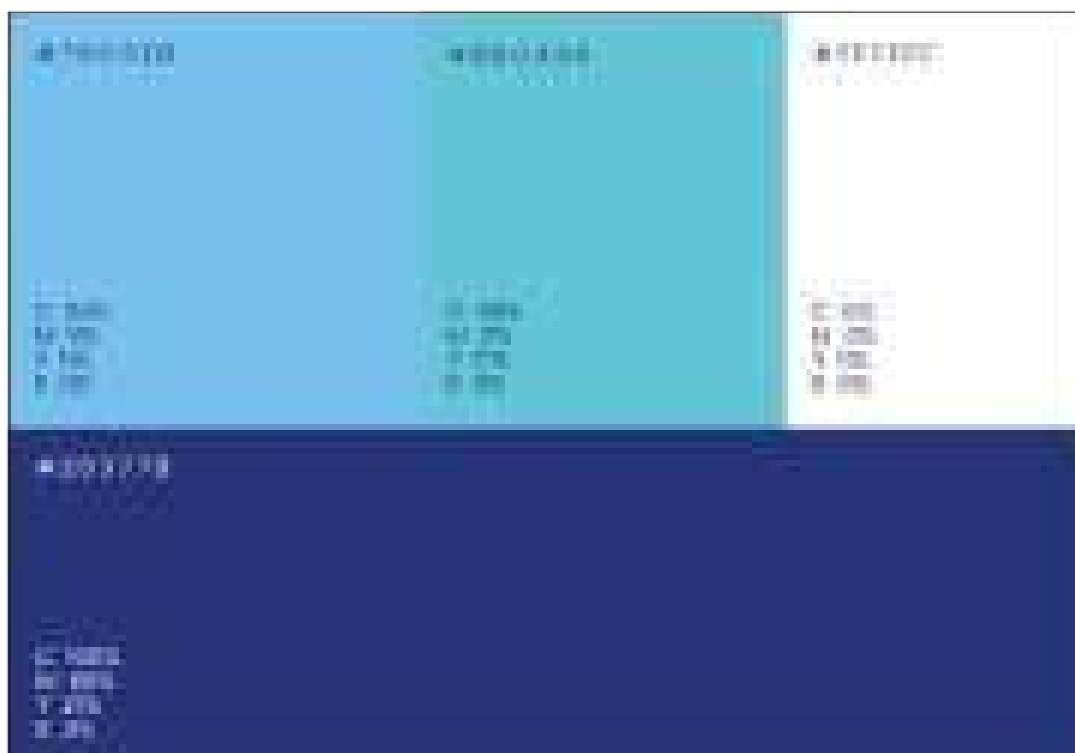
Figura 38 - Tipografia Júlio de Boni



Fonte: Autor, 2023

Na escolha da paleta de cores (Figura 39), a deliberação foi conduzida de maneira estratégica, visando transmitir nuances específicas associadas à prática médica do profissional. A predominância dos tons de azul e branco foi selecionada com meticulosidade, levando em consideração as mensagens que essas cores evocam. O azul, enquanto tom principal, foi escolhido pela sua conotação de serenidade, confiança e inovação, alinhando-se diretamente à abordagem contemporânea e inovadora de Júlio na medicina.

Figura 39 - Paleta de cores Júlio de Boni



Fonte: Autor, 2023

Implementação do Sistema

Na fase de implementação do sistema, a ênfase recaiu sobre a consistência e eficácia da identidade visual. A aplicação das tipografias e da paleta de cores em diversos contextos, desde materiais de comunicação, como cartões de visita (Figura 40), ficha de prontuário (Figura 41), jaleco (Figura 42) e plano de fundo para computador (Figura 43), assegurou uma representação sólida. A experiência visual foi adaptada de forma eficiente para diferentes formatos.

Figura 40 - Implementação cartões de visita Júlio de Boni



Fonte: Autor, 2023

Figura 41 - Implementação ficha de prontuário Júlio de Boni



Fonte: Autor, 2023

Figura 42 - Implementação computador Júlio de Boni



Fonte: Autor, 2023

Figura 43 - Implementação Jaleco Júlio de Boni



Fonte: Autor, 2023

Nos *layouts* claros, destacaram-se elementos cruciais com tons expressivos, enquanto nos designs escuros, aplicou-se contraste com cores análogas para

otimizar a legibilidade e eficácia comunicativa. Essa abordagem foi reforçada na composição visual, utilizando cores análogas com tons mais claros e escuros para criar contraste.

3.1.6 Designer de Interiores Luana Gomes - Identidade visual / 25 julho de 2023

Problematização

No âmbito da problematização, emerge com destaque Luana Gomes, designer de interiores com expertise em *renders* 3D, cujo enfoque é criar representações visuais envolventes. O público-alvo de Luana compreende construtores e arquitetos, profissionais cuja exigência por representações visuais precisas é fundamental no dinâmico cenário do design de interiores.

A complexidade desse desafio reside na necessidade de não apenas atender, mas superar as expectativas desse público exigente. No estudo de marcas análogas, como Andreia Anjos e LV Arquitetura (Figura 44), essa análise aprofundada visou extrair elementos-chave que permitissem não apenas inspiração, mas também uma compreensão mais profunda dos fatores que tornam a prática de Luana única e atraente para seu público-alvo.

Figura 44 - Análise de semelhantes Luana Gomes



Fonte: Página de Luiz Design Behance/ Página Michael Micmas Behance

Concepção

Na etapa de concepção, o desenvolvimento do conceito para a identidade visual de Luana Gomes iniciou-se com uma imersão reflexiva e estratégica. As soluções preliminares não buscaram apenas refletir o que Luana faz, mas capturar a essência do seu trabalho.

A marca foi concebida com maestria, utilizando a técnica do ponto de fuga na representação de objetos. Este método não apenas confere uma dimensão visual única à marca, mas também simboliza a perspectiva e a visão distintiva da criadora, Luana. A representação gráfica não se restringe apenas ao aspecto estético; ela se torna uma expressão visual que vai além, transmitindo paixão, originalidade e a notável habilidade transformadora que Luana aplica em seus projetos de renders 3D.

Cada escolha teve o propósito de destacar a abordagem singular de Luana Gomes no competitivo cenário do design de interiores, proporcionando uma identidade visual marcante e memorável.

Figura 45 - Solução Luana Gomes



Fonte: Autor, 2023

Especificações Técnicas do Projeto

As especificações técnicas do projeto incluíram decisões cruciais que desempenharam um papel essencial na obtenção de uma representação visual coesa e eficaz. A seleção cuidadosa da tipografia *Transducer VF* (Figura 46) foi uma escolha estratégica meticulosa, adotada para comunicar de maneira impactante a identidade contemporânea e inovadora de Luana. A *Transducer VF*, com seu design arrojado e moderno, não refletiu apenas a estética visual desejada, mas também transmitiu a mensagem de originalidade.

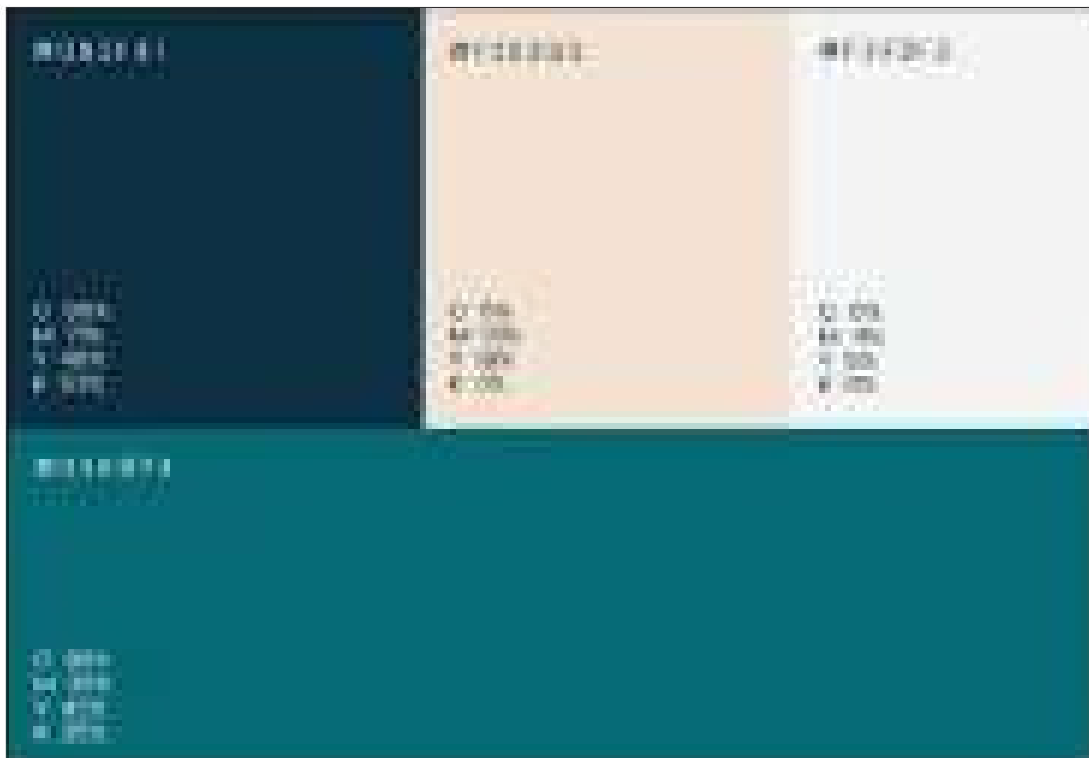
Figura 46 - Tipografia Luana Gomes



Fonte: Autor, 2023

A escolha da paleta de cores (Figura 47) foi além da estética, tornando-se uma narrativa visual que comunica diretamente os valores e a identidade de Luana Gomes. Os tons de verde não foram apenas esteticamente desafiadores, mas simbolizaram a criatividade e inovação presentes em suas renderizações. O bege e o branco acrescentaram elegância e clareza, proporcionando uma representação visual equilibrada e refinada. A preocupação com a experiência do usuário não se limitou ao visual, mas a identidade se estendeu à funcionalidade, criando um visual que não apenas atrai visualmente, mas também fornece uma experiência coesa e inovadora para os construtores e arquitetos que compõem o público-alvo de Luana Gomes.

Figura 47 - Paleta de cores Luana Gomes



Fonte: Autor, 2023

Implementação do Sistema

A adaptação eficiente da identidade visual para diferentes formatos, reforçou a mensagem de inovação e criatividade associada à prática de Luana Gomes. A preocupação com a experiência do usuário permitiu cada escolha de design aplicadas em site (Figura 48), totem (Figura 49), cartão de visitas (Figura 50) e placa (Figura 51), criando uma identidade visual envolvente e funcional para o público-alvo da designer.

Figura 48 - Implementação site Luana Gomes



Fonte: Autor, 2023

Figura 49 - Implementação totem Luana Gomes



Fonte: Autor, 2023

Figura 50 - Implementação cartão de visita Luana Gomes



Fonte: Autor, 2023

Figura 51 - Implementação placa Luana Gomes



Fonte: Autor, 2023

Na elaboração dos *layouts*, priorizou-se o contraste de cores, com tons mais escuros como destaque central em contraste com um fundo mais claro. As imagens foram selecionadas com foco central para destacar a contribuição principal de Luana Gomes.

3.1.7 *Wedo Construtech* - Identidade visual / Ano 2023

Problematização

A *Wedo Construtech* se destaca como uma construtora dedicada a empreendimentos de médio e alto padrão, enfrentando desafios específicos no setor da construção civil. O mercado imobiliário não exige apenas qualidade na construção, mas também inovação e diferenciação para atender às expectativas de um público cada vez mais exigente.

O público-alvo da *Wedo* é composto por clientes que aspiram construir não apenas imóveis, mas ambientes que refletem o seu estilo de vida e valores. Esses clientes não buscam apenas uma casa, mas um espaço que tenha sofisticação, funcionalidade e inovação. A complexidade reside na capacidade de atender a essas expectativas planejadas e identidade, ao mesmo tempo, estabelecendo uma conexão única que destaca a *Wedo Construtech* como uma escolha diferenciada e confiável no mercado de construção civil.

Ao analisar marcas semelhantes, como *Hover Construtora* e *Verto Construtora* (Figura 52), a *Wedo* se deparou com a necessidade de compreender não apenas o que essas empresas oferecem, mas também como elas se posicionam e se conectam com seu público-alvo.

52 - Análise de semelhantes Wedo



Fonte: Página de Ronyery BorgesBehance/ Página Fábio Franco Behance

Concepção

No estágio crucial da concepção, desencadeou-se o processo criativo para forjar a identidade visual distintiva da *Wedo Construtech*. Nesse momento, a exploração de soluções preliminares transcendeu a mera estética, buscando encapsular a essência intrínseca da empresa. O foco não se limitou apenas ao que a Wedo realiza, mas se estendeu a como deseja ser percebido no cenário competitivo da construção civil.

As soluções conceituais (Figura 53) foram meticulosamente examinadas para garantir que cada escolha visual fosse um reflexo autêntico dos valores fundamentais da empresa. O conceito almeja não apenas comunicar, mas imbuir a identidade da Wedo com os fundamentos essenciais de inovação, qualidade e um compromisso inequívoco com a excelência na construção civil.

Figura 53 - Solução Wedo



Fonte: Autor, 2023

Especificações Técnicas do Projeto

As especificações técnicas do projeto incorporaram escolhas fundamentais para a representação visual coesa e eficaz da *Wedo Construtech*. No que diz respeito à tipografia, a seleção estratégica recaiu sobre a *Neue Haas* (Figura 54), uma fonte moderna e versátil. Essa escolha não apenas comunica a identidade contemporânea da construtora, mas também contribui para a legibilidade e impacto visual desejados.

Figura 54 - Tipografia Wedo



Fonte: Autor, 2023

A paleta de cores (Figura 55), composta por tons de azul, preto e branco, foi além da estética, buscando transmitir confiança, inovação e elegância. Essas escolhas visuais foram cuidadosamente verificadas aos valores e à proposta da Wedo, criando uma identidade visual que ressoou com seu público-alvo exigente, composta por clientes que aspiram à excelência na construção de imóveis de médio e alto padrão.

Figura 55 - Paleta de cores Wedo



Fonte: Autor, 2023

Implementação do Sistema

Na fase de implementação do sistema, a atenção detalhada à consistência e eficácia da identidade visual foi fundamental. A aplicação da tipografia e da paleta de cores em diversos contextos, desde materiais impressos, como cartão de visitas (Figura 56) e pastas de escritório (Figura 57), até carros (Figura 58) e caminhões (Figura 59), garante não apenas uma representação sólida, mas também uma experiência visual coerente. A adaptação eficiente da identidade visual para diferentes formatos reforçou a mensagem de inovação e qualidade associada à prática da *Wedo Construtech*.

Figura 56 - Implementação cartões de visita Wedo



Fonte: Autor, 2023

Figura 57 - Implementação pasta Wedo



Fonte: Autor, 2023

Figura 58 - Implementação carro Wedo



Fonte: Autor, 2023

Figura 59 - Implementação caminhão Wedo



Fonte: Autor, 2023

Na elaboração dos *layouts*, a priorização recaiu sobre o contraste de cores, com tons mais distintos no centro como destaque principal em contraste com o fundo. A tipografia foi destacada como elemento central.

3.1.8 Tictooy - Identidade visual / Ano 2023

Problematização

Na etapa inicial de problematização, destaca-se a Tictooy, uma loja infantil de brinquedos na cidade de João Pessoa que transcende a mera comercialização de produtos, transmitindo mensagens de diversão e aprendizado. Diante da vasta oferta de brinquedos no mercado, a Tictooy enfrenta o desafio de se destacar, não apenas como uma loja, mas como um destino envolvente para crianças em busca de diversão e descobertas.

O público-alvo, composto por crianças ávidas por brinquedos e experiências lúdicas, exige uma abordagem única que vai além da simples transação comercial, oferecendo um espaço que inspira alegria e aprendizado.

Ao analisar marcas semelhantes, como Leleco e Mais Cores (Figura 60), a Tictooy buscou compreender não apenas o que essas marcas oferecem, mas como elas transmitiam de maneira eficaz a mensagem de diversão e aprendizado. Essa análise aprofundada buscou identificar estratégias de comunicação, escolhas visuais e propostas de valor que pudessem inspirar a Tictooy na construção de uma identidade única e cativante no segmento de lojas infantis.

Figura 60 - Análise de semelhantes Tictooy



Fonte: Página de Rafaella Mota Behance/ Página Muel Design Behance

Concepção

Na fase crucial da concepção, a Tictooy empreendeu uma jornada criativa para definir o conceito de seu visual. Não se tratou apenas de apresentar uma loja de brinquedos, mas de criar um universo encantador que se conectava diretamente com o imaginário das crianças. As soluções preliminares exploradas transcenderam o mero aspecto comercial, buscando capturar a essência do Tictooy como um espaço de diversão e aprendizado.

O conceito foi além do convencional, refletindo a missão da Tictooy de ser mais do que uma simples transação de brinquedos, mas um destino envolvente e inspirador. Cada escolha visual foi meticulosamente ponderada para destacar a singularidade da marca, criando um visual que não apenas atraísse, mas também evocasse emoções e experiências.

A Tictooy não vende apenas produtos; ela oferece uma atmosfera onde a imaginação floresce e onde cada detalhe visual contribui para a construção de memórias afetivas na infância.

Figura 61 - Solução Tictoy



Fonte: Autor, 2023

Especificações Técnicas do Projeto

Na escolha da tipografia (Figura 62) para a identidade visual da Tictoy, a *Coquette* foi selecionada com precisão. Essa fonte não refletiu apenas modernidade, mas também ofereceu uma legibilidade essencial para um público infantil. A *Coquette* adicionou uma camada de contemporaneidade à identidade, alinhando-se perfeitamente com a proposta do Tictoy de ser um ambiente moderno e envolvente para crianças.

Figura 62 - Tipografia Tictoy



Fonte: Autor, 2023

A paleta de cores (Figura 63), composta por amarelo, vermelho e azul, foi estrategicamente escolhida por serem as cores primárias, onde as crianças têm seu primeiro contato com as nuances do espectro cromático. Essa escolha não apenas ofereceu uma expressão vibrante de energia e alegria, mas também proporcionou um ambiente visualmente estimulante.

Figura 63 - Paleta de cores Tictooy



Fonte: Autor, 2023

Implementação de Sistemas

Na fase de implementação de sistemas, a atenção meticulosa à consistência e eficácia da identidade visual foi crucial. A aplicação da tipografia e da paleta de cores em diversos materiais, desde as embalagens (Figura 65 e 67) até o ambiente físico (Figura 64) e placa (Figura 66), garantiu uma representação sólida e consistente da Tictooy. A adaptação eficiente da identidade visual para diferentes contextos reforçou a mensagem de diversão, aprendizado e confiabilidade associada à marca. A experiência do cliente tornou-se um elemento central em cada escolha de design, proporcionando uma identidade visual que não apenas atrai visualmente, mas também envolve e cativa seu público-alvo infantil.

Figura 64 - Implementação ambiente Tictoy



Fonte: Autor, 2023

Figura 65 - Implementação embalagem Tictoy



Fonte: Autor, 2023

Figura 66 - Implementação placa Tictoy



Fonte: Autor, 2023

Figura 67 - Implementação embalagem 2 Tictoy



Fonte: Autor, 2023

Na elaboração dos *layouts*, a ênfase foi dada ao trabalho com cores, utilizando uma paleta triádica. O elemento central se destaca por meio da tipografia ou das ilustrações.

3.1.9 *Acqua* - Identidade visual

Problematização

No cenário desafiador da moda para natação, destaca-se a *Acqua*, uma sub linha da marca de moda praia Gressi, que se propõe a oferecer não apenas vestuário, mas uma experiência de alta qualidade para os entusiastas da natação. O cliente, nesse contexto, enfrenta o desafio de encontrar não apenas roupas funcionais, mas peças que combinem técnica eficaz com design e conforto.

O público-alvo da *Acqua* compreende aqueles que buscam não apenas roupas de natação, mas um mergulho em um universo de qualidade, estilo e desempenho, ancorado na confiança e excelência da Gressi. Nesse ambiente altamente competitivo, a *Acqua* enfrenta o desafio de se destacar, oferecendo não apenas produtos, mas uma narrativa visual que ressoa com as expectativas e desejos de seu público exigente.

Ao analisar marcas semelhantes, como *Onda* e *Maher Beachwear* (Figura 68), a *Acqua* buscou compreender não apenas os produtos que essas marcas oferecem, mas como elas transmitem efetivamente a essência da moda para natação. A análise aprofundada dessas marcas buscou extrair *insights* essenciais que informaram não apenas a construção da visual da *Acqua*, mas também contribuíram para a diferenciação e singularidade no mercado.

68 - Análise de semelhantes Acqua

Fonte: Página de Jéssica Luquez Behance/ Página Blaine Studio Behance

Concepção

Na fase de concepção, a Acqua iniciou o processo criativo para definir o conceito de sua identidade visual. As soluções preliminares exploradas não se limitaram a criar peças simples de vestuário, mas buscaram transmitir a essência da marca como uma experiência única dentro do universo já praticado por Gressi. O conceito buscou combinar funcionalidade, estilo e qualidade, criando um universo onde a moda para natação se torna uma expressão de personalidade e desempenho. A marca foi representada por um pictograma simplista no formato de C, que habilmente representa as braçadas de um nadador. Essa escolha simbólica não apenas adiciona um elemento visual distintivo, mas também comunica a essência do universo aquático explorado pela Gressi.

Figura 69 - Solução Acqua



Fonte: Autor, 2023

Especificações Técnicas do Projeto

Na escolha da tipografia para a identidade visual da Acqua, a *Ofelia Text* (Figura 70) foi selecionada de maneira estratégica. Essa fonte agrega sofisticação e legibilidade, alinhando-se com a proposta de oferecer uma imagem de qualidade e estilo que dialogam harmoniosamente com a estética consolidada de Gressi. A *Ofelia Text* complementou a identidade da Acqua, sendo uma escolha que harmoniza com a tradição e prestígio da marca-mãe.

Figura 70 - Tipografia Acqua



Fonte: Autor, 2023

A paleta de cores (Figura 71), composta por tons de azul, *off white*, preto e laranja, foi cuidadosamente escolhida. Essa escolha não apenas ofereceu uma expressão vibrante de energia e alegria, mas também proporcionou um ambiente visualmente estimulante. O azul representa a serenidade e a ligação com a água, enquanto o *off white* adiciona uma camada de sofisticação. O preto confere uma sensação de elegância atemporal, o laranja, vibrante e energético, adiciona um toque de vitalidade.

Figura 71 - Paleta de cores Acqua



Fonte: Autor, 2023

Implementação de Sistemas

Na fase de implementação de sistemas, a atenção meticulosa à consistência e eficácia da identidade visual foi essencial. A aplicação da tipografia e da paleta de cores em diversos materiais, como etiquetas para as roupas de natação (Figura 73 e 74) e *outdoor* (Figura 72), garantiu uma representação sólida e coesa da Acqua. A adaptação eficiente da identidade visual para diferentes contextos reforçou a mensagem de qualidade, estilo e desempenho associado à marca, mantendo a coesão e respeitando a identidade consolidada da Gressi. A experiência do cliente foi central em cada escolha de design, buscando criar uma identidade visual que não apenas atraísse visualmente, mas também transmitisse a essência exclusiva da Acqua no universo da moda para natação, em sintonia com a tradição e excelência da Gressi.

Figura 72 - Implementação outdoor Acqua



Fonte: Autor, 2023

Figura 73 - Implementação etiqueta Acqua



Fonte: Autor, 2023

Figura 74 - Implementação etiqueta 2 Acqua



Fonte: Autor, 2023

Figura 75 - Implementação Sacola Acqua



Fonte: Autor, 2023

Na concepção dos *layouts*, a ênfase foi dedicada ao trabalho com cores, empregando cores mais sóbrias, como preto ou *off white*, no *background*, e destacando elementos com cores complementares.

3.1.10 Cabana - Identidade visual / Ano 2023

Problematização

Destaca-se a Cabana, uma lanchonete que vai além de simplesmente oferecer refeições rápidas. O cliente da Cabana encontra uma experiência culinária que une a praticidade do *fast-food* com qualidade e sabor de pratos cuidadosamente preparados.

O público-alvo da Cabana são os apreciadores de comidas de qualidade, que buscam não apenas saciar a fome, mas também satisfazer o paladar com opções bem elaboradas. Nesse contexto altamente competitivo, a Cabana se propõe a ser mais do que uma lanchonete convencional, desejando criar uma identidade que a diferencie no mercado.

Ao analisar marcas semelhantes, como Braseiro e Amassa (Figura 76), a Cabana buscou entender não apenas os pratos que essas marcas oferecem, mas como elas transmitem a essência da boa gastronomia.

76 - Análise de semelhantes Cabana



Fonte: Página de Joca Behance/ Página José Michael Behance

Concepção

Na fase de concepção, a Cabana iniciou o processo criativo para definir o conceito de sua identidade visual. As soluções preliminares exploradas não buscaram apenas representar alimentos, mas comunicar uma experiência gastronômica única. O conceito da Cabana buscou transmitir a fusão entre o dinamismo de uma lanchonete e a qualidade gastronômica. Cada escolha visual foi cuidadosamente ponderada para destacar a singularidade da Cabana, oferecendo não apenas uma refeição, mas uma experiência culinária que se destaca no universo das lanchonetes tradicionais.

Figura 77 - Solução Cabana



Fonte: Autor, 2023

Especificações Técnicas do Projeto

Na escolha da tipografia para a identidade visual da Cabana, a *Bungee* (Figura 78) foi selecionada estrategicamente. Essa fonte adiciona um toque de modernidade e dinamismo, refletindo a proposta de uma lanchonete contemporânea.

A *Bungee* complementou a identidade da Cabana, sendo uma escolha que harmoniza com a proposta de união rápida e qualidade.

Figura 78 - Tipografia Cabana



Fonte: Autor, 2023

A paleta de cores (Figura 79) , composta por tons de vermelho e bege, foi escolhida de forma deliberada. O vermelho evoca a paixão pela culinária e a intensidade de sabores, enquanto o bege adiciona uma camada de sofisticação e equilíbrio. Essa combinação não apenas desperta o apetite, mas também transmite uma imagem acolhedora e contemporânea, homologada à proposta da Cabana.

Figura 79 - Paleta de cores Cabana



Fonte: Autor, 2023

Implementação de Sistemas

Na fase de implementação de sistemas, a atenção à consistência e eficácia da identidade visual foi essencial. A aplicação da tipografia e da paleta de cores em diversos materiais, como embalagens (Figura 83), garrafas (Figura 82), latas (Figura 81), e avental (Figura 80), garantiu uma representação sólida e coesa da Cabana. A adaptação eficiente da identidade visual para diferentes contextos reforçou a mensagem de qualidade e dinamismo associada à marca.

Figura 80 - Implementação avental cabana



Fonte: Autor, 2023

Figura 81 - Implementação lata cabana



Fonte: Autor, 2023

Figura 82 - Implementação garrafa cabana



Fonte: Autor, 2023

Figura 83 - Implementação sacola cabana



Fonte: Autor, 2023

Na concepção dos layouts, a ênfase foi dedicada ao trabalho com cores, utilizando uma cor mais clara para o background e tons contrastantes no centro para criar maior destaque.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A jornada educacional no âmbito do design gráfico revelou uma rica gama de desafios, metas e competências que permearam cada etapa do processo de criação. Os trabalhos desenvolvidos refletem a capacidade do designer em abordar diversos desafios gráficos, solidificando sua excelência neste campo visual.

Os projetos conduzidos para clientes reais, fornecem uma visão aprofundada dos objetivos propostos, dos métodos empregados e do processo de desenvolvimento. Cada empreendimento representa não apenas uma execução técnica, mas a tradução de conceitos em identidades visuais sólidas e consistentes. A ênfase central recai sobre a habilidade do designer gráfico em transcender barreiras gráficas, demonstrando adaptabilidade e profissionalismo em face de desafios diversos.

A diversidade dos setores de mercado envolvidos neste portfólio sublinha a capacidade do designer gráfico Anselmo Brandão, em transitar entre diferentes contextos e demandas. A criação de identidades visuais robustas não responde somente às expectativas dos clientes, mas também reflete a habilidade de compreender e comunicar a essência única de cada projeto. Ao longo desta jornada, uma síntese entre a formação acadêmica e a aplicação prática proporcionou uma compreensão mais profunda da interseção entre teoria e execução no design gráfico.

A busca contínua pela inovação, aliada à base teórica sólida, permitiu enfrentar os desafios presentes nos projetos apresentados e também antecipar e adaptar-se às tendências emergentes. Em suma, este portfólio representa não apenas uma compilação de projetos, mas uma narrativa evolutiva que ilustra a jornada do designer gráfico ao longo do tempo. Cada projeto é um capítulo, e juntos contam a história de um profissional comprometido com a excelência, criatividade e eficácia no campo do design gráfico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FIGURA 2 - FONTE: PÁGINA DA TRIIDER, PÁGINA DO GETNINJA NO YOUTUBE Disponível em: <<https://https://www.triider.com.br/>> Acesso em 04 de out de 2023 Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCWgyluQWHB3u88SY1hr5zZg>> Acesso em 04 de out de 2023

FIGURA 11 - FONTE: PÁGINA DE RENATO AGOSTINO BEHANCE/ PÁGINA DO ESTÚDIO GAIA BEHANCE Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/180846287/Natalia-Oliveira-Psicologa?tracking_source=search_projects|psicologia+identidade+visual> Acesso em 08 de out de 2023 Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/179947903/Identidade-Visual-Camila-Ruiz-Psicologia?tracking_source=search_projects|psicologia+identidade+visual> Acesso em 08 de out de 2023

FIGURA 20 - FONTE: PÁGINA DE GABRIEL MEDEIROS BEHANCE/ PÁGINA FELIPE PACANARO BEHANCE Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/163676461/Construtora-Mawas-Identidade-Visual?tracking_source=search_projects&l=0> Acesso em 20 de out de 2023 Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/181254015/Lake-Construtora?tracking_source=search_projects&l=1> Acesso em 20 de out de 2023

FIGURA 28 - FONTE: PÁGINA DE JÚLIA GARRA BEHANCE/ PÁGINA LACERE AGÊNCIA BEHANCE Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/178794099/Evandro-Mocelim-Psicologo?tracking_source=search_projects&l=1> Acesso em 20 de out de 2023 Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/130439669/Klaus-Figueiredo?tracking_source=search_projects&l=0> Acesso em 20 de out de 2023

FIGURA 36 - FONTE: PÁGINA DE FALWICK FALCI BEHANCE/ PÁGINA PEDRO GARAVINI BEHANCE Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/160339533/HOSPMULT-BRANDING?tracking_source=search_projects&l=0> Acesso em 20 de out de 2023 Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/150625639/Moderna-Saude?tracking_source=search_projects&l=0> Acesso em 20 de out de 2023

Figura 44 - FONTE: PÁGINA DE LUIZ DESIGN BEHANCE/ PÁGINA MICHAEL MICMAS BEHANCE Disponível em: <<https://www.behance.net/gallery/134269187/An>

dreia-Anjos?tracking_source=search_projects&l=0> Acesso em 20 de out de 2023
Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/112423239/LV-Arquitetura-Brand-Identity?tracking_source=search_projects&l=0>

Acesso em 20 de out de 2023

FIGURA 52 - FONTE: PÁGINA DE RONYERY BORGESBEHANCE/ PÁGINA FÁBIO FRANCO BEHANCE Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/176065057/Verto-Construtora-Visual-Identity?tracking_source=search_projects&l=11>

Acesso em 20 de out de 2023 Disponível em:<https://www.behance.net/gallery/165359525/Hover-Construtora-Incorporadora?tracking_source=search_projects&l=6>

Acesso em 20 de out de 2023

FIGURA 60 - FONTE: PÁGINA DE RAFAELLA MOTA BEHANCE/ PÁGINA MUEL DESIGN BEHANCE Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/115704445/Mais-Cores-Identidade-Visual?tracking_source=search_projects&l=0>

Acesso em 20 de out de 2023 Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/182795185/Leleco-Educacao-Infantil?tracking_source=search_projects&l=7>

Acesso em 20 de out de 2023

FIGURA 68 - FONTE: PÁGINA DE JÉSSICA LUQUEZ BEHANCE/ PÁGINA BLAINE STUDIO BEHANCE Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/154288479/Onda-Identidade-visual?tracking_source=search_projects&l=5>

Acesso em 20 de out de 2023 Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/183405309/Blaine-Studio-Identidade-Visual-Moda-Praia?tracking_source=search_projects&l=13>

Acesso em 20 de out de 2023

FIGURA 76 - FONTE: PÁGINA DE JOCA BEHANCE/ PÁGINA JOSÉ MICHAEL BEHANCE Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/151641885/AMASSA-IDENTIDADE-VISUAL?tracking_source=search_projects&l=2>

Acesso em 20 de out de 2023 Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/158794451/Identidade-Visual-Braseiro-Hamburgueria?tracking_source=search_projects&l=6>

Acesso em 20 de out de 2023

HELLER, Eva. **Psicologia das Cores**. 1.ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

LANDA, Robin. **Graphic Design Solutions**. 6. Ed. Cengage Learning: 2018.

MARTINS, José Roberto. **Branding: o manual para você criar, gerenciar e avaliar**. 3. Ed. São Paulo: 2006.

MEGGS, Philip B. **A History of Graphic Design**. New York, 1983. 381p.

NEWARK, John. **O que é Design Gráfico?** São Paulo: Editora Zahar, 2009.

PEÓN, Maria Luiza. **Sistemas de identidade visual.** Rio De Janeiro: 2Ab, 2009.

SOUZA, Giorgio & Shibata Santos, Adriane. (2022). **Design e a gestão de portfólio de produtos.** DAT Journal. 7. 234-253. 10.29147/datjournal.v7i4.667.

Spiekermann, E. **A Linguagem Invisível da Tipografia.** 1. ed. São Paulo: Blucher, 2011.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas.** 3. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

DECLARAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE DESIGN GRÁFICO

Declaro que o PROFISSIONAL ANSELMO DE ANDRADE BRANDÃO FILHO, de CPF de nº 112.008.904-26 prestou serviço de DESIGNER no PROJETO DE CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL- PSICÓLOGA MAYRA RODRIGUES.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 19 de Dezembro de
2022



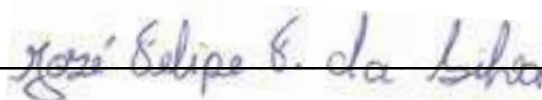
MAYRA CRISTINA RODRIGUES DA SILVA
CPF: 127.402.974-08

DECLARAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE DESIGN GRÁFICO

Declaro que o PROFISSIONAL ANSELMO DE ANDRADE BRANDÃO FILHO, de CPF de nº 112.008.904-26 prestou serviço de DESIGNER no PROJETO DE CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL- PSICÓLOGO FELIPE FERNANDES.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 24 de Fevereiro de
2023



JOSÉ FELIPE FERNANDES DA SILVA

CPF: 704.396.834-83

DECLARAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE DESIGN GRÁFICO

Declaro que o PROFISSIONAL ANSELMO DE ANDRADE BRANDÃO FILHO, de CPF de nº 112.008.904-26 prestou serviço de DESIGNER no PROJETO DE CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL-LUANA GOMES.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 25 de Julho de 2023



LUANA EWELLY GOMES DE BRITO

CPF: 705.982.104-07

DECLARAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE DESIGN GRÁFICO

Declaro que o PROFISSIONAL ANSELMO DE ANDRADE BRANDÃO FILHO, de CPF de nº 112.008.904-26 prestou serviço de DESIGNER no PROJETO DE CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL-Dr. JÚLIO DE BONI.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 11 de Março de 2023

Julio Cesar B. De Boni

JULIO CESAR BEZERRA DE BONI

CPF: 045.414.859-31

DECLARAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE DESIGN GRÁFICO

Declaro que o PROFISSIONAL ANSELMO DE ANDRADE BRANDÃO FILHO, de CPF de nº 112.008.904-26 prestou serviço de DESIGNER no PROJETO DE CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL-JALBE.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 25 Março de 2022



LL SOLUÇÕES EMPRESARIAIS

CNPJ: 47.501.540/0001-12

DECLARAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE DESIGN GRÁFICO


Declaro que o PROFISSIONAL ANSELMO DE ANDRADE BRANDÃO FILHO, de CPF de nº 112.008.904-26 prestou serviço de DESIGNER nos PROJETOS DE CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL DAS SEQUINTES MARCAS: TICTOY, ACQUA, GL CONTRUÇÕES, WEDO e CABANA, de forma terceirizada para a empresa MEGA ARTS.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 30 de Outubro de 2023



MEGA ARTS
CNPJ: 47.501.540/0001-12

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC

Assunto:	TCC
Assinado por:	Anselmo Andrade
Tipo do Documento:	Tese
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:


- **Anselmo de Andrade Brandao Filho, DISCENTE (202117010016) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 06/03/2024 19:17:57.

Este documento foi armazenado no SUAP em 06/03/2024. 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: 1106134

Código de Autenticação: 72eab8baed



	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC

Assunto:	TCC
Assinado por:	Anselmo Andrade
Tipo do Documento:	Tese
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:


- **Anselmo de Andrade Brandao Filho, DISCENTE (202117010016) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 11/03/2024 09:51:45.

Este documento foi armazenado no SUAP em 11/03/2024. 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: 1110149

Código de Autenticação: d1e68f3aad



	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC

Assunto:	TCC
Assinado por:	Anselmo Andrade
Tipo do Documento:	Tese
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Anselmo de Andrade Brandão Filho, DISCENTE (202117010016) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 18/03/2024 16:05:07.

Este documento foi armazenado no SUAP em 18/03/2024. 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: 1118886

Código de Autenticação: 90808c34b4

