



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

VITOR MOREIRA DA SILVA

ANÁLISE GRÁFICA DE *BOOK* DE LANÇAMENTO NO MERCADO IMOBILIÁRIO
DE ALTO PADRÃO NA REGIÃO METROPOLITANA DE JOÃO PESSOA

CABEDELO
2024

VITOR MOREIRA DA SILVA

**ANÁLISE GRÁFICA DE *BOOK* DE LANÇAMENTO NO MERCADO IMOBILIÁRIO
DE ALTO PADRÃO NA REGIÃO METROPOLITANA DE JOÃO PESSOA**

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

Orientador(a): Antunes Vila Nova Neto.

CABEDELLO
2024

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

S586a Silva, Vitor Moreira da .

Análise gráfica de book de lançamento no mercado imobiliário de alto padrão na região metropolitana de João Pessoa. /Vitor Moreira da Silva. - Cabedelo, 2024. 21 f. il.: Color.

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

Orientador: Prof. Antunes Vila Nova Neto.

1. Análise gráfica. 2. Book de lançamentos. 3. Empreendimentos imobiliários. I. Título.

CDU 744(0.067)



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

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

VITOR MOREIRA DA SILVA

ANÁLISE GRÁFICA DE BOOK DE LANÇAMENTO NO MERCADO IMOBILIÁRIO DE ALTO PADRÃO NA REGIÃO
METROPOLITANA DE JOÃO PESSOA

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.

Aprovada em 13 de setembro de 2024

Membros da Banca Examinadora:

Prof. Esp. Antunes Vila Nova Neto

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Dra. Fabianne Azevedo dos Santos

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Esp. Ana Carolina Lemos

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2024

Documento assinado eletronicamente por:

- **Antunes Vila Nova Neto, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO**, em 04/10/2024 17:01:04.
- **Fabianne Azevedo dos Santos, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 04/10/2024 20:19:33.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 28/09/2024. 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 611480

Verificador: 288d5defc6

Código de Autenticação:



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

RESUMO

Este estudo propõe uma análise gráfica do material de lançamento de um empreendimento imobiliário de alto padrão na região metropolitana de João Pessoa, sob a perspectiva da cultura de projeção gráfica do professor-pesquisador André Villas-Boas. O objetivo é investigar o projeto gráfico do *book* de lançamento do empreendimento ARES, utilizando a metodologia de análise crítica de Villas-Boas (2009), com foco na identificação de elementos técnico-formais e estético-formais. A análise revela que a aplicação sistemática desses elementos no *book* de lançamento contribui significativamente para a construção de uma imagem diferenciada e sofisticada dos empreendimentos no mercado imobiliário. Assim, o design gráfico se destaca como um fator essencial na comunicação visual e na valorização de empreendimentos de alto padrão.

Palavras-chave: Análise Gráfica; *Book* de Lançamento; Empreendimentos Imobiliários

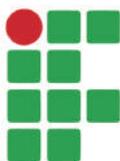
ABSTRACT

This study proposes a graphic analysis of the launch material for a high-end real estate development in the metropolitan area of João Pessoa, from the perspective of the graphic design culture of professor-researcher André Villas-Boas. The objective is to investigate the graphic design of the launch book for the ARES development, using Villas-Boas' critical analysis methodology (2009), with a focus on identifying technical-formal and aesthetic-formal elements. The analysis reveals that the systematic application of these elements in the launch book significantly contributes to the construction of a differentiated and sophisticated image of the developments in the real estate market. Thus, graphic design stands out as an essential factor in visual communication and in enhancing the value of high-end developments.

Keywords: *Graphic Analysis; Launch Book; Real Estate Developments*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	7
2.1. Design Gráfico e Comunicação Visual.....	7
2.2. Mercado Imobiliário de Alto Padrão.....	8
2.4. Book de Lançamento.....	9
3. METODOLOGIA.....	10
4. ANÁLISE GRÁFICA.....	10
4.1 Elementos técnico-formais.....	12
4.1.1 Dispositivos de composição.....	12
4.1.2 Princípios projetuais.....	15
4.2 Elementos estético-formais.....	17
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	19
6. REFERÊNCIAS.....	20
ANEXO I - Lista de Figuras.....	22
ANEXO II - Lista de Quadros.....	22



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

Análise gráfica de *book* de lançamento no mercado imobiliário de alto padrão na região metropolitana de João Pessoa

Vitor Moreira da Silva^[1]; Antunes Vila Nova Neto^[2]

^[1] vitor.moreira@academico.ifpb.edu.br - Instituto Federal da Paraíba (IFPB), Brasil.

^[2] avilanovaneto@gmail.com - Instituto Federal da Paraíba (IFPB), Brasil.

Resumo

Este estudo propõe uma análise gráfica do material de lançamento de um empreendimento imobiliário de alto padrão na região metropolitana de João Pessoa, sob a perspectiva da cultura de projeção gráfica do professor-pesquisador André Villas-Boas. O objetivo é investigar o projeto gráfico do *book* de lançamento do empreendimento ARES, utilizando a metodologia de análise crítica de Villas-Boas (2009), com foco na identificação de elementos técnico-formais e estético-formais. A análise revela que a aplicação sistemática desses elementos no *book* de lançamento contribui significativamente para a construção de uma imagem diferenciada e sofisticada dos empreendimentos no mercado imobiliário. Assim, o design gráfico se destaca como um fator essencial na comunicação visual e na valorização de empreendimentos de alto padrão.

Palavras-chave: Análise Gráfica; *Book* de Lançamento; Empreendimentos Imobiliários

Graphic analysis of launch book in the high-end real estate market in the metropolitan region of João Pessoa

Abstract

This study proposes a graphic analysis of the launch material for a high-end real estate development in the metropolitan area of João Pessoa, from the perspective of the graphic design culture of professor-researcher André Villas-Boas. The objective is to investigate the graphic design of the launch *book* for the ARES development, using Villas-Boas' critical analysis methodology (2009), with a focus on identifying technical-formal and aesthetic-formal elements. The analysis reveals that the systematic application of these elements in the launch *book* significantly contributes to the construction of a differentiated and sophisticated image of the developments in the real estate market. Thus, graphic design stands out as an essential factor in visual communication and in enhancing the value of high-end developments.

Keywords: Graphic Analysis; Launch *Book*; Real Estate Developments

1. INTRODUÇÃO

Em um cenário de negócios dinâmico, a constante transformação leva as empresas a buscar novas estratégias para vantagem competitiva, e essa tendência é especialmente evidente no setor imobiliário de alto padrão (Martins, 2019). O significado dos bens de consumo, especialmente no mercado de construção, vai além da mera utilidade para se tornar um conjunto complexo de interações sociais e culturais. Entre esses bens, os empreendimentos exclusivos (também conhecidos como

imóveis de luxo) se destacam por sua exclusividade e suas diferenças de qualidade que os tornam únicos no mercado.

A apresentação visual desses imóveis desempenha um papel importante na atração de potenciais compradores e na transmissão da imagem desejada da marca. *Book* de lançamento, também conhecidos como livros de apresentação de empreendimentos, brochuras ou produtos gráficos, são frequentemente usados por construtoras, corretores de imóveis e imobiliárias para mostrar seus produtos a clientes em potencial. Esses livros servem como uma representação visual da propriedade, destacando suas características únicas, comodidades e benefícios de estilo de vida. Os elementos visuais utilizados nesses livros podem influenciar significativamente a percepção e a atratividade das propriedades.

O mercado imobiliário de alto padrão é caracterizado por produtos únicos e duráveis, apresentando desafios e peculiaridades que influenciam a tomada de decisão do consumidor. A complexidade dessa parte foi destacada por Oliveira et al. (2018), refletida nos amplos ciclos de aquisição, uso e manutenção desses imóveis, bem como em seu impacto ambiental e na sua relação com o espaço urbano.

Na grande João Pessoa, o mercado imobiliário enfrenta uma demanda reprimida, e muitas construtoras ainda não priorizam o investimento em design gráfico. No entanto, é evidente o crescimento da procura por empreendimentos de alto padrão, o que indica uma oportunidade significativa para inovação e valorização desses projetos.

Em meio a essa complexidade, o papel dos designers no mercado imobiliário de alto padrão se torna essencial. Ao elaborar o *book* de apresentação, os designers traduzem o valor e o estilo de vida que cada imóvel oferece, capturando a imaginação e o desejo dos compradores.

Este estudo propõe uma análise detalhada de um *book* de lançamento de empreendimentos imobiliários de alto padrão na região metropolitana de João Pessoa, com o objetivo de entender como o design gráfico contribui para a diferenciação desses projetos no mercado. A partir de uma abordagem exploratória e qualitativa, a pesquisa se debruça sobre a metodologia de análise gráfica proposta por Villas-Boas, que oferece uma perspectiva crítica e detalhada da organização dos elementos visuais nesses materiais.

A justificativa para a realização dessa análise gráfica baseia-se na necessidade de entender como as representações visuais, presentes no *book* do empreendimento, influenciam a percepção do público-alvo e contribuem para o posicionamento da marca no mercado imobiliário. Utilizando a metodologia de Villas-Boas, que promove uma visão crítica e detalhada das escolhas gráficas, a análise pretende identificar os elementos que potencializam a comunicação visual. Este estudo também busca contribuir academicamente, ampliando o conhecimento sobre a aplicação de metodologias críticas no campo do design gráfico voltado para o mercado imobiliário.

Ao focar nas partes pré-textuais e pós-textuais do *book*, o estudo visa identificar como a estrutura gráfica, as escolhas tipográficas, as composições cromáticas e outros elementos visuais influenciam a percepção dos empreendimentos e contribuem para a construção de uma imagem de marca forte e atraente. A investigação pretende contribuir para o entendimento acadêmico sobre o design gráfico no mercado imobiliário, além de oferecer uma perspectiva crítica sobre a prática.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Em busca de contribuições para o mercado imobiliário, realizamos um levantamento bibliográfico preliminar: design gráfico, comunicação visual, editorial, *book* no mercado imobiliário, análise de livros, mercado imobiliário da região metropolitana de João Pessoa e *book* de lançamento.

2.1. Design Gráfico e Comunicação Visual

O design gráfico é definido como um conjunto de atividades que criam objetos de comunicação visual que se destacam pela expressão criativa de conceitos. Os princípios básicos do design gráfico, como a disposição eficaz dos elementos visuais, a escolha da tipografia e a utilização de diferentes elementos gráficos, desempenham um papel vital neste processo. Esses princípios não apenas moldam a estética visual, mas também são essenciais para a transmissão inteligente e intencional de informações. Ou seja, a eficácia do design gráfico reside na capacidade de gerir a informação visual de

forma criativa, respeitando os princípios que garantem uma comunicação visual impactante e eficaz (Cardoso, 2018).

O design gráfico é uma disciplina que combina arte e comunicação para transmitir mensagens visuais de maneira eficaz e atraente. Segundo Munari (2008), o design gráfico não se limita à criação de objetos estéticos, mas envolve a resolução de problemas de comunicação através da organização visual de elementos gráficos. Essa disciplina se manifesta em diversos formatos, como livros, revistas, websites, embalagens e, no caso deste estudo, *book* de lançamento de empreendimentos imobiliários.

Dentro do escopo dos fundamentos do design, é relevante incorporar a perspectiva de Finberg e Itule (1989), os quais propõem uma abordagem em etapas para os elementos essenciais no design gráfico. Essas etapas abarcam desde aspectos conceituais até considerações mais técnicas e estruturais. De acordo com os autores, a definição das características visuais envolve três componentes centrais: organização, padrão e estrutura. Organização refere-se à distribuição do conteúdo, determinando o que será disposto em cada página e como será organizado. O design de um padrão visual, por sua vez, estabelece o ritmo e a consistência na apresentação das páginas. Já a referência à estrutura engloba parâmetros mais técnicos, como demarcação de margens, colunagem, padrão de cores, tipografia e estratégias gráficas.

A comunicação visual é o meio pelo qual transmitimos mensagens, significados e informações utilizando recursos visuais. Esse processo abrange não apenas o texto, seja ele impresso ou digital, mas também, e principalmente, imagens que vão além das palavras e linguagens tradicionais. Exemplos de comunicação visual podem ser encontrados em diversos formatos, como em livros, revistas e jornais, assim como em plataformas eletrônicas, incluindo cinema, TV e vídeos. (Korting, 2014 *apud* Berger 1989)

Esses princípios se alinham aos fundamentos do design gráfico e da comunicação visual, destacando a importância da organização clara e eficiente, da consistência na apresentação visual e da consideração meticulosa de elementos técnicos para transmitir mensagens de forma impactante. Em essência, a interseção desses princípios fundamentais com as etapas propostas por Finberg e Itule reflete a busca contínua pela harmonia visual, clareza comunicativa e eficácia estética no design de jornais e, por extensão, em diversos contextos de design e comunicação visual.

2.2. Mercado Imobiliário de Alto Padrão

Damascena (2023) esclarece que imóveis de alto padrão são aqueles avaliados em até 1,5 milhão de reais, enquanto os de alto luxo situam-se na faixa entre 1,5 e 3 milhões, e os de super luxo ultrapassam os 3 milhões. Imóveis com valores abaixo desses patamares são classificados como de médio padrão, até 1 milhão de reais, e econômicos, com preços até 500 mil reais. A diferenciação entre esses segmentos de mercado está na qualidade da construção e dos acabamentos, nos serviços oferecidos e, sobretudo, na localização, que desempenha um papel fundamental na definição de um imóvel de alto padrão, ao atrair um público-alvo específico.

O que distingue o imóvel é a qualidade da construção e dos acabamentos, os serviços oferecidos e principalmente a localização. A localização é fundamental para definir um produto de alto padrão, onde isso atrai um público morador. Outro quesito é o projeto arquitetônico, onde busca ser atemporal, visando ser um projeto contínuo, para que não seja “datado” ou considerado como antigo depois de alguns anos, justifica Damascena, 2023.

Segundo matéria do Estado da Paraíba (2023), o mercado imobiliário de alto padrão na Paraíba tem sido impulsionado por projetos inovadores, fazendo com que a grande João Pessoa se torne um dos destinos de investimento mais atraentes do Nordeste. O que diferencia João Pessoa não é apenas a beleza natural, mas também a combinação de desenvolvimento urbano sofisticado com a qualidade de vida que a cidade oferece. Esses novos empreendimentos trazem um conceito de moradia que vai além do alto padrão, integrando tecnologia, sustentabilidade e design contemporâneo. Com isso, João Pessoa está rapidamente se consolidando como uma referência.

João Pessoa, a capital do estado da Paraíba, vem se destacando como um lugar ideal para aposentados, profissionais que trabalham remotamente e pessoas em busca de uma vida mais tranquila à beira-mar. Com suas praias deslumbrantes, uma infraestrutura que une o moderno ao clima acolhedor de uma cidade pequena, João Pessoa tem cativado não só turistas, mas muitos deles acabam decidindo se mudar de vez para a cidade, como aponta Quesada (2024).

Nos últimos doze anos, João Pessoa foi a capital do Nordeste que mais cresceu em termos populacionais. Esse crescimento trouxe consigo uma expansão considerável na construção civil, que é o principal motor da economia local. A cidade virou um verdadeiro canteiro de obras para dar conta da demanda crescente por imóveis. Durante a pandemia, muitos brasileiros redescobriram as belezas do próprio país e começaram a procurar novos lugares para viver. João Pessoa se beneficiou bastante desse movimento, atraindo pessoas que apreciam suas praias de águas quentes, a segurança e a baixa densidade populacional. Tudo isso contribuiu para um boom no mercado imobiliário da cidade na última década (Quesada, 2024).

Em entrevista para o site “Pauta Real”, Glauco Morais, diretor-secretário do Creci-PB, destacou que o mercado de alto padrão em João Pessoa não se resume a imóveis grandes. Ele argumenta que o que realmente define esse mercado é a qualidade dos produtos e a excelência dos projetos.

Um alto padrão é a localização, é a tipologia do imóvel. Continua crescendo o número de pessoas que procuram esse tipo de produto. João Pessoa, não tenha dúvida, é uma cidade que continua sendo buscada, procurada de forma crescente pelo Brasil inteiro. (Farias, 2024)

Assim, ele relata que o setor imobiliário de João Pessoa está amadurecendo e se expandindo, com novos empreendimentos, tanto horizontais quanto verticais, sendo desenvolvidos de maneira mais integrada. Esses projetos combinam arquitetura de ponta, o conhecimento das incorporadoras e a força do setor comercial.

Há uma reunião de fatores. A pesquisa, participação do comercial, dos corretores de imóveis, das imobiliárias, do marketing. É uma cadeia de prestadores de serviço para formar um empreendimento e dizer: esse aqui é de alto padrão. Na maioria esmagadora das vezes baseado nos costumes, no resultado da pesquisa no que o cliente busca. (Farias, 2024)

2.4. Book de Lançamento

Para começarmos a refletir sobre o termo "*book* de lançamento", é importante compreender os conceitos que compõem essa expressão. De maneira simplificada, a palavra "*book*", que em inglês significa "livro", refere-se a uma coleção de folhas impressas que formam um volume único, podendo ter caráter literário, artístico, científico ou técnico (Sousa, 2019). Por outro lado, o termo "lançamento" se refere ao “ato ou efeito de lançar”¹ ou seja, introduzir algo novo ao público, seja um produto, serviço ou ideia. Quando combinamos esses dois termos, "*book* de lançamento" nos referimos a uma coleção impressa que tem como objetivo apresentar e divulgar algo novo, geralmente com foco em design, marketing e comunicação visual para captar a atenção e interesse do público-alvo.

O termo "*book*" é comumente usado para descrever materiais gráficos que apresentam informações sobre produtos, serviços ou empreendimentos de forma organizada e visualmente atraente. Segundo Sousa (2019), um "*book*" é um material criado para comunicar de maneira clara e objetiva, utilizando elementos estéticos e técnicos que tornam a leitura agradável e eficaz.

Durante a pesquisa, não encontramos uma definição específica para "*book* de lançamento" dentro do design gráfico e do mercado imobiliário. No entanto, essa expressão é amplamente utilizada por profissionais da área para se referir aos materiais que promovem novos empreendimentos imobiliários. Esses materiais, muitas vezes chamados de livretos ou brochuras, oferecem uma visão detalhada dos projetos, incluindo informações sobre arquitetura, plantas, acabamentos e outras especificações técnicas dos imóveis.

A popularidade do termo se justifica pelo seu uso frequente entre profissionais do setor. Os "*book* de lançamento" são fundamentais na comunicação visual e no marketing de novos empreendimentos, servindo como uma ferramenta chave para atrair possíveis compradores e investidores. Ao analisar esses materiais, podemos obter um estudo crítico e entender como as representações visuais, presentes nos *book* do empreendimento contribuem para a construção de uma

¹ Definição de lançamento segundo Michaelis. Disponível em: [https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/lan%C3%A7am#:~:text=1%20Ato%20de%20lan%C3%A7ar\(%2D,lan%C3%A7ar%20algo%20atrav%C3%A9s%20do%20espa%C3%A7o.>](https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/lan%C3%A7am#:~:text=1%20Ato%20de%20lan%C3%A7ar(%2D,lan%C3%A7ar%20algo%20atrav%C3%A9s%20do%20espa%C3%A7o.>)

imagem de marca forte e atraente, diferenciando os produtos no mercado imobiliário de alto padrão, - o que torna esse tema relevante para quem estuda design gráfico no contexto imobiliário.

No mercado imobiliário atual, a forma como as propriedades são apresentadas visualmente é crucial para captar o interesse de compradores e transmitir a imagem de marca desejada. Os "*book* de lançamento" são especialmente utilizados para exibir imóveis de alto padrão, com o objetivo de atrair e informar potenciais compradores, especialmente durante a pré-venda ou lançamento do projeto.

Estudos mostram que estímulos visuais desempenham um papel importante na decisão de compra dos consumidores. Materiais de marketing bem elaborados não apenas impactam as emoções e atitudes das pessoas, mas também influenciam diretamente seu comportamento de compra. No setor imobiliário, um design gráfico eficaz pode criar uma impressão positiva da propriedade, transmitir uma sensação de luxo e exclusividade, e moldar a percepção do comprador sobre o valor e a qualidade do imóvel (Ferreira, 2022).

3. METODOLOGIA

Este estudo adota uma metodologia aplicada, voltada para transformar conhecimentos teóricos em práticas concretas no mercado imobiliário de alto padrão da região metropolitana de João Pessoa. Com uma abordagem exploratória, busca-se compreender de maneira aprofundada como o design gráfico influencia esse segmento específico, considerando suas particularidades e nuances. Essa perspectiva nos permite investigar de forma detalhada e abrangente o cenário imobiliário local.

Optou-se por uma abordagem qualitativa, centrada na aplicação prática do design gráfico e na percepção dos consumidores em relação aos empreendimentos de alto padrão. A coleta de dados será feita por meio da análise de um documento, com foco no "*book* de lançamento" do empreendimento escolhido. Esta análise nos permitirá identificar padrões gráficos, bem como as semelhanças e diferenças entre os diversos materiais. Além disso, a observação cuidadosa vai além dos elementos visuais, buscando entender como o design gráfico pode efetivamente contribuir para a diferenciação desses empreendimentos na região.

Para este estudo, selecionamos o *book* de lançamento imobiliário produzido pela Urban Construções e Incorporações, relacionado ao empreendimento de alto padrão "ARES" na região metropolitana de João Pessoa. A análise gráfica será guiada pela metodologia projetual proposta por Villas-Boas (2009), que promove uma visão crítica tanto na análise quanto na prática do design, fundamentada em sua experiência como docente na área.

4. ANÁLISE GRÁFICA

Para Villas Boas, análise gráfica corresponde à

prática da análise crítica de projetos de programação visual no que se refere às soluções adotadas na organização de seus elementos visuais – ou seja, no seu layout –, levando-se em conta suas variáveis históricas). O escopo desta análise abarca desde o formato e as medidas da área projetual e da mancha gráfica até a própria estrutura organizacional e a relação interna entre estes elementos. E passa pelo exame das especificações tipográficas, das composições cromáticas, dos componentes não-textuais meramente organizatórios ou decorativos, assim como por aqueles componentes não-textuais enunciadamente informativos e pelo tratamento dado a eles (VILLAS-BOAS, 2009, p. 4).

O autor distingue duas categorias principais de análise em design: a primeira aborda os elementos técnico-formais, que dizem respeito à organização dos componentes no espaço, como unidade, harmonia, hierarquia da informação, síntese e movimento. Já a segunda foca nos elementos estético-formais, que envolvem os aspectos visuais distribuídos no layout, como títulos, ilustrações, gráficos e outros.

A metodologia de análise crítica de design, desenvolvida por Villas-Boas a partir de sua experiência no ensino de graduação em design, propõe um sistema crítico para a análise e a prática de estruturação projetual, denominado Cultura Projetual. Esse sistema visa compreender de forma analítica o uso de elementos gráficos, incluindo formas, tabelas, cores, imagens e tipografia.

Villas-Boas incentiva uma abordagem crítica e profunda na análise gráfica, indo além das características técnicas e estéticas para examinar como os elementos interagem entre si. A análise gráfica, conforme descrita por ele, envolve não só a observação da forma e das medidas do que é visível, mas também a compreensão das decisões de design e de como essas escolhas se conectam para criar uma narrativa visual coesa.

Segundo Villas-Boas (2009), incentiva o leitor a abordar a análise gráfica com novos olhos e mente crítica. Para ele, isso vai além de apenas perceber o que está ou não na disposição visual; é mais uma imersão profunda em designs visuais. O autor destaca que a análise gráfica envolve não apenas a forma e a medidas do que pode ser visto, mas também a história subjacente, às decisões de design que já foram tomadas e como cada uma delas está interligada. Quando Villas Boas discute análise gráfica, é um campo amplo; ele observa além das características técnicas e estéticas de algo e examina como vários elementos interagem entre si. Tipografia, composição de cores e dispositivos não textuais, como gráficos, ilustrações e fotografias — a análise gráfica considera vários detalhes minuciosos que contribuem para a narrativa visual de um projeto.

Para abordar essa análise, Villas-Boas faz uma distinção fundamental entre os "elementos formais", organizando-os em dois grupos principais: elementos de ordem técnica e elementos de ordem estética. Esses grupos são sistematizados na figura 1.

Figura 1 - Sistematização da análise de Villas-Boas

Layout	Elementos técnico-formais	Princípios projetuais	Unidade Harmonia Síntese Balanceamento Movimento Hierarquia
		Dispositivos de composição	Mancha gráfica Estrutura Centramento Eixo
	Elementos estético-formais	Componentes textuais	Antetítulos Títulos Subtítulos Entretítulos Massas de texto Capitulares Legendas Olhos Unidades recorrentes (etc.)
			Componentes não textuais
		Componentes mistos	Gráficos Tabelas ilustradas Infográficos (etc.)

Fonte: Villas-Boas (2009, p.10)

Os elementos de ordem estética correspondem àquilo que o observador vê diretamente no layout, como imagens, tipografia, gráficos e cores, enquanto os elementos de ordem técnica envolvem aspectos menos visíveis, como unidade, harmonia, hierarquia e balanceamento. Esses elementos técnicos são cruciais para organizar os componentes estéticos de maneira a criar um design coerente e significativo. Dessa forma, Villas-Boas se refere a esses dois grupos como "elementos estético-formais" e "elementos técnico-formais", destacando a interação entre o que é visível e o que é estrutural no design.

Para facilitar a compreensão metodológica deste estudo, a análise do *book* de lançamento foi conduzida em etapas. Começamos pela identificação dos dispositivos de composição, seguimos pela análise dos elementos estético-formais, e finalizamos com os princípios projetuais. Importante notar que a sequência da análise não seguiu rigorosamente a ordem original proposta por Villas-Boas no quadro da figura 1.

A estrutura editorial do *book* foi sistematizada em seis partes: capa, contracapa, apresentação, informações do empreendimento, conteúdo principal, implantação e apresentação institucional. Essa organização foi baseada em Lima Júnior (2022) e ampliada com a adição do elemento "externo", que não estava presente na estrutura original.

Quadro 1 - Sistematização de *Book* de Lançamento de Empreendimento Imobiliário

Partes	Seções	Subseções
Elementos Externos	Capa	
	Contracapa	Contato
Elementos Pré-Textuais	Apresentação	
	Informações do Empreendimento	
Elementos Textuais	Conteúdo Principal	Renderizações
		Localização
		Tipologias
	Implantação	Plantas Pavimentos
Elementos Pós-Textuais	Apresentação Institucional	

Fonte: Adaptado de Lima Júnior (2022). Adaptação: Autor (2024).

A análise gráfica neste estudo concentra-se nas partes pré-textual e pós-textual do *book* de lançamento de empreendimentos imobiliários. Essas seções foram escolhidas por se conterem os maiores e principais elementos que se alinham com a metodologia de Villas-Boas, permitindo uma análise detalhada da estrutura gráfica, tipografia, escolhas de cores, imagens e disposição dos elementos na página.

O estudo analisa o *book* de lançamento de empreendimentos imobiliários: **ARES**, desenvolvido pela Urban Incorporadora. A análise começa com os dispositivos de composição, focando na mancha gráfica das páginas de apresentação, informações do empreendimento e apresentação institucional. O traçado das margens foi cuidadosamente examinado para entender como essas escolhas influenciam a percepção e a organização visual do *book*.

4.1 Elementos técnico-formais

4.1.1 Dispositivos de composição

No estudo realizado, os dispositivos de composição foram analisados de forma detalhada para entender como a mancha gráfica, a estrutura, o centramento e o eixo foram aplicados nas diferentes seções do *book* analisado.

Inicia na subcategoria dos dispositivos de composição, a primeira identificação, que é a mancha gráfica. Para identificar esse dispositivo, foi aplicado o traçado de dedução da mancha gráfica nos layouts das partes pré-textuais e pós-textuais do documento. Ao observar o layout, nota-se que, consistentemente, as margens internas são mais curtas que as margens externas, e as margens superior e inferior são iguais, como pode ser visualizado na figura 2. Essa configuração cria uma zona de proteção e serve para introdução de informações secundárias.

Figura 2 - Traçado de dedução da mancha gráfica aplicado ao layout de página dupla: informações do empreendimento do *book* ARES



Fonte: Adaptado *Book Ares*

Em seguida, a estrutura dos layouts analisados, utilizando diagramas estruturais. Os diagramas revelaram que a estrutura dos layouts é baseada em módulos que, embora inicialmente pareçam irregulares, na verdade são configurados a partir das dimensões dos elementos estético-formais. A distância entre as linhas horizontais e verticais foi definida considerando o símbolo que apresenta na página.

Figura 3 - Diagrama estrutural aplicado ao layout de página dupla: informações do empreendimento do *book* ARES

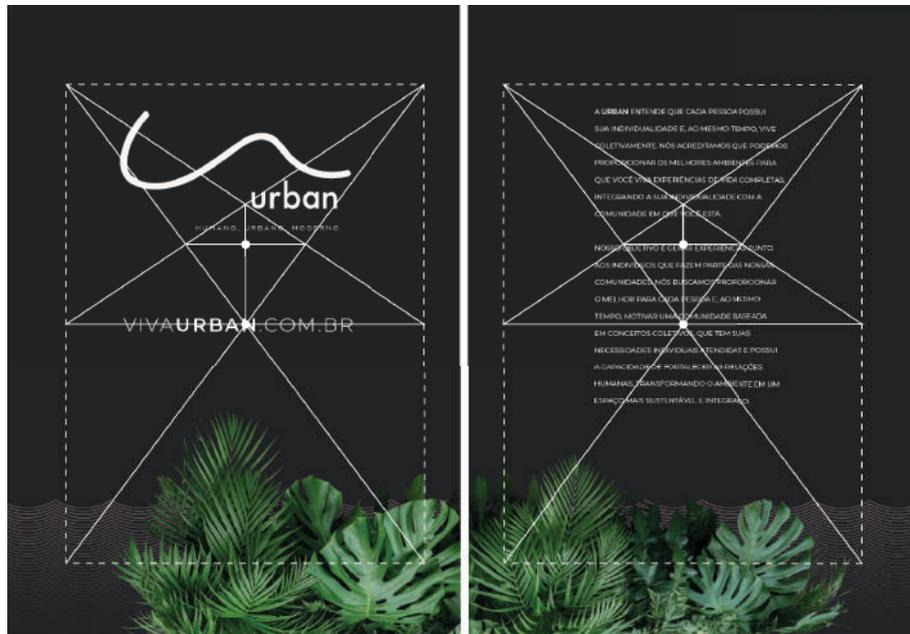


Fonte: Adaptado *Book Ares*

Para identificar o centramento, utilizou o traçado dos dois centros, conforme descrito por Villas-Boas (2009). Ao aplicar esse traçado nos layouts, foi possível observar que, em algumas seções,

como podemos observar na figura 4, os elementos estético-formais se alinham com os centros ótico e euclidiano, enquanto em outras páginas, esses centros são ignorados.

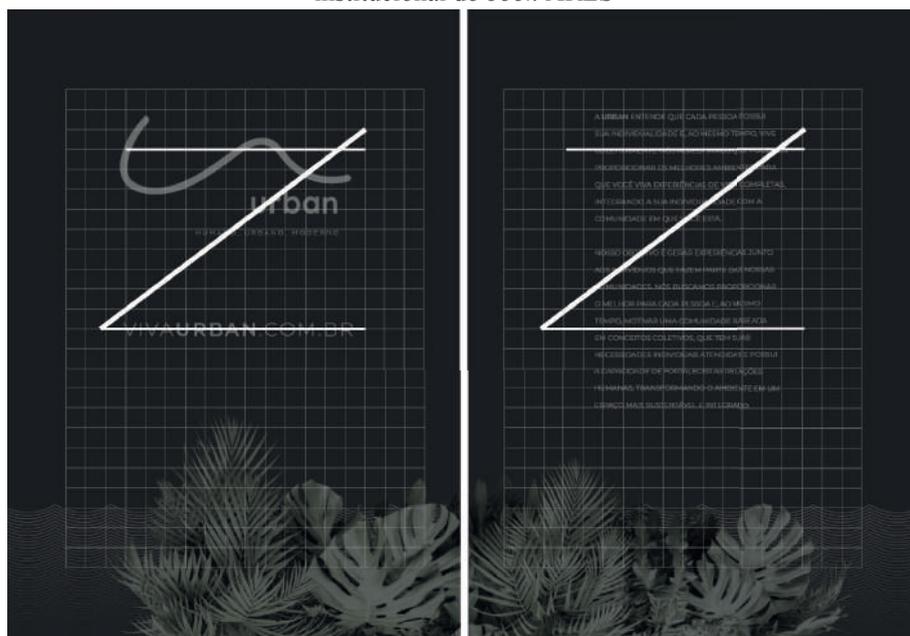
Figura 4 - Traçado para localização dos dois centros aplicado ao layout de página dupla: apresentação institucional do *book* ARES



Fonte: Adaptado *Book Ares*

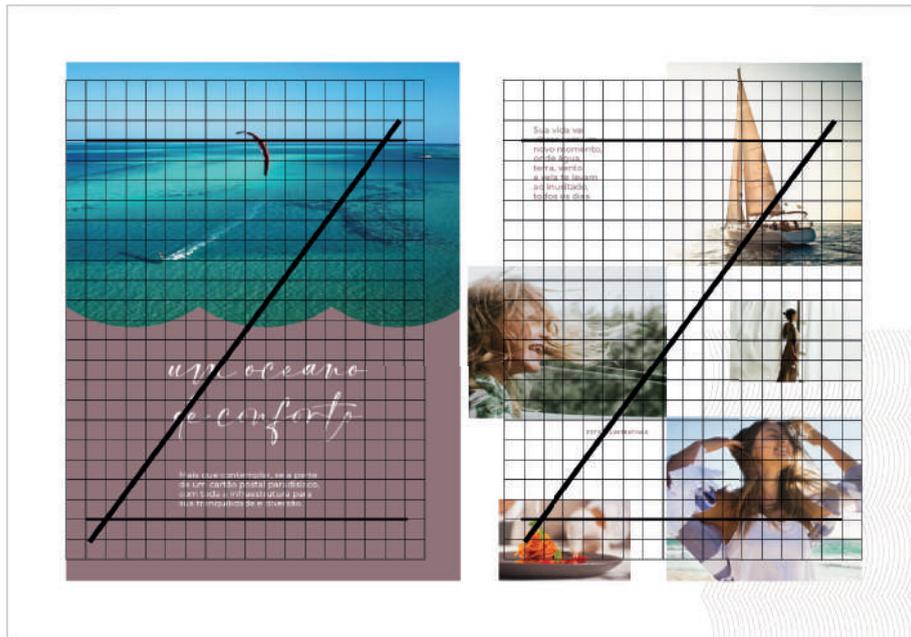
Por fim, foi deduzido o eixo de composição dos layouts, identificando os principais elementos que guiam a organização da página. Nos layouts das partes pré-textuais, por exemplo, os eixos são definidos pelos elementos estético-formais posicionados nos cantos superiores e inferiores, criando uma estrutura equilibrada. Já nas partes pós-textuais, os eixos são mais dinâmicos, com elementos que ocupam diferentes posições no layout, refletindo a natureza mais livre dessas seções.

Figura 5 - Identificação dos principais eixos da composição aplicado ao layout de página dupla: apresentação institucional do *book* ARES



Fonte: Adaptado *Book Ares*

Figura 6 - Identificação dos principais eixos da composição aplicado ao layout de página dupla: apresentação institucional do *book* ARES



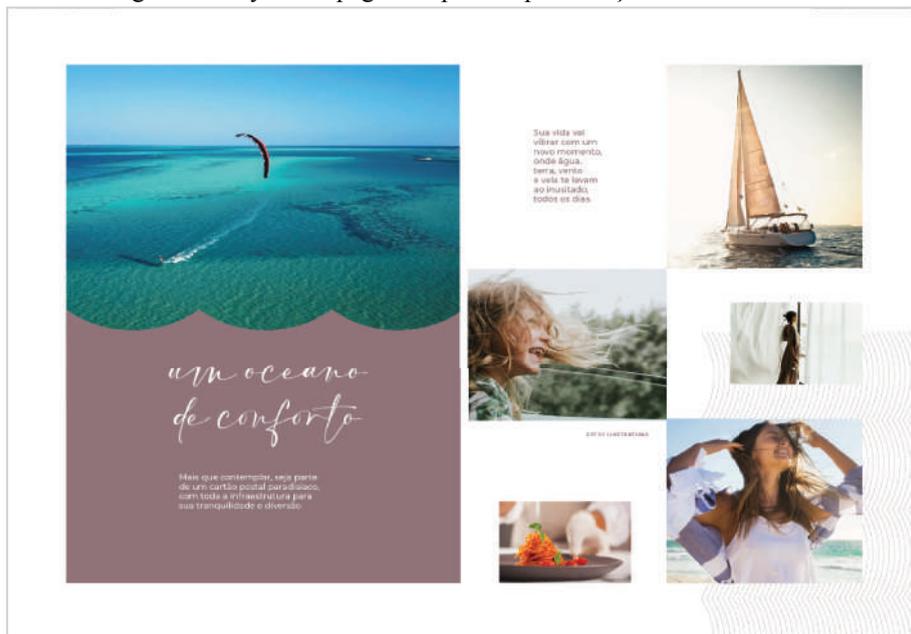
Fonte: Adaptado *Book Ares*

A análise dos dispositivos de composição revelou que, ao serem aplicados de forma sistemática, eles não só potencializam a clareza e a objetividade do design, como também oferecem uma estrutura que facilita o processo de desenvolvimento gráfico-editorial.

4.1.2 Princípios projetuais

Os princípios projetuais são uma subcategoria essencial dos elementos técnico-formais, atuando como guias que orientam a construção e a organização do layout de peças gráficas. A seguir, é analisado como esses princípios se manifestam no *book* de lançamento, destacando a aplicação de unidade, harmonia, síntese, balanceamento, movimento e hierarquia.

Figura 7 - Layout de página dupla da apresentação do *book* ARES



Fonte: Adaptado *Book Ares*

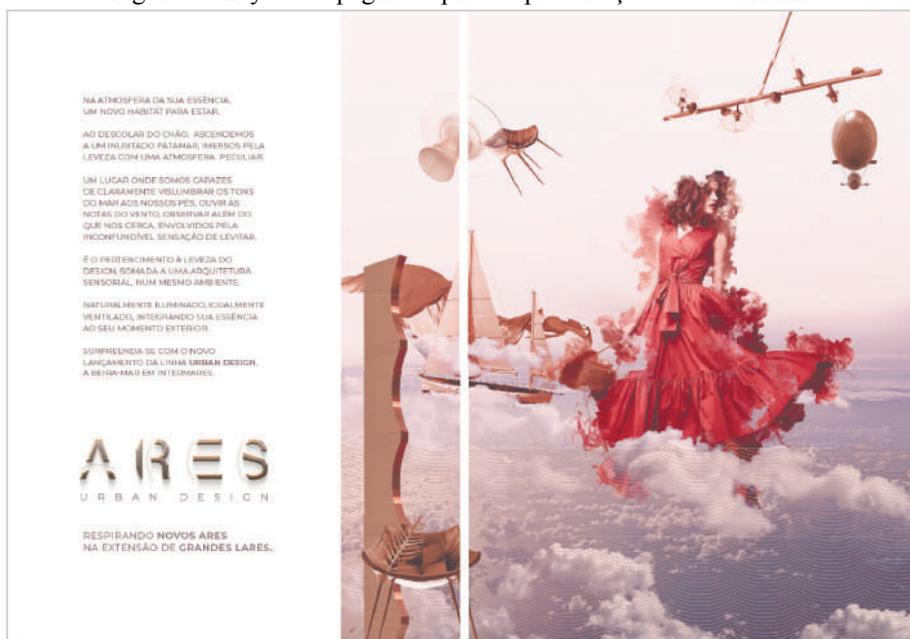
A unidade é perceptível pela repetição de elementos estético-formais ao longo das páginas do *book*, como é o caso da forma sólida e traçada das ondas. Isso inclui a consistência nas cores, formas, tipografias e estilos de imagens. A presença recorrente de blocos de texto com tipografia similar e o uso consistente de paletas de cores contribuem para uma sensação de continuidade e uniformidade, fazendo com que o material seja identificado como um conjunto unitário.

A harmonia é alcançada através da coerência na disposição dos elementos estético-formais. No *book*, observa-se a grande área de respiro, repetição de cores e fontes que, mesmo em variações sutis, seguem uma lógica consistente.

O princípio da síntese é evidente na simplificação da comunicação visual. A escolha por layouts limpos, com uso moderado de elementos gráficos e um contraste eficaz entre texto e fundo, permite que a mensagem seja transmitida de forma clara e direta, sem sobrecarregar o leitor.

O balanceamento do layout é perceptível na maneira como os elementos estético-formais são distribuídos nas páginas. Há um equilíbrio visual entre as imagens e os textos, que evita áreas excessivamente densas ou vazias. Em algumas páginas, esse balanceamento é simétrico, como podemos visualizar na figura 8, enquanto na figura 7, um balanceamento assimétrico, onde a distribuição dos elementos visuais parece intencionalmente deslocada para criar dinamismo.

Figura 8 - Layout de página dupla da apresentação do *book* ARES



Fonte: Adaptado *Book Ares*

O movimento no layout é criado através do fluxo entre os elementos visuais, conduzindo o leitor de uma seção a outra de forma natural. A organização dos elementos, como massa de texto e imagens, sugere que o movimento foi cuidadosamente considerado para guiar a leitura.

Por fim, a hierarquia é estabelecida através do peso visual dado aos diferentes elementos estético-formais. O título principal ocupa a posição de maior destaque, seguido por textos menores e imagens, indicando uma hierarquia clara e funcional, conforme figura 8.

Figura 9 - Layout de página simples da apresentação do *book* ARES



Fonte: Adaptado *Book Ares*

Esses princípios projetuais, embora não sejam regras rígidas, são referências historicamente consolidadas que, ao serem aplicadas, elevam a eficácia e a estética do projeto gráfico do *book* de lançamento. A análise desses elementos confirma a importância de um design que não apenas comunica, mas também encanta e engaja o leitor.

4.2 Elementos estético-formais

A análise dos elementos estético-formais, de acordo com a metodologia de Villas-Boas (2009), foi aplicada às partes pré-textuais e pós-textuais do *book* de lançamento imobiliário. No estudo, os elementos foram classificados em três categorias: componentes textuais, componentes não textuais e componentes mistos, cada um desempenhando um papel crucial na percepção visual e interpretativa dos elementos.

Na análise de uma das páginas pré-textuais, identificou-se que os componentes estético-formais são predominantes nas páginas de apresentação do empreendimento. Os componentes textuais incluem o título, massa de texto, legenda; componentes não textuais: fotografias, ilustrações e grafismos, conforme figura 10. Nesta página não foram encontrados componentes mistos. Esses elementos são fundamentais para orientar o leitor e estabelecer o tom da apresentação.

Figura 10 - Layout de página dupla da apresentação do *book* ARES



Fonte: Autor

Na seção pós-textual, mostrada na figura 11, identificam-se os elementos estético-formais, que incluem: componentes textuais (como legendas e blocos de texto); componentes não textuais (grafismos e imagens); e componentes mistos (como a marca).

Vale destacar que a marca é classificada como um componente misto, pois combina dois outros elementos: massa de texto (componente textual) e a ilustração (componente não textual), já que esses elementos não aparecem de forma isolada neste contexto de apresentação.

Figura 11 - Layout de página dupla da apresentação do *book* ARES



Fonte: Autor

Os componentes não textuais, como a fotografias foram destacados pela sua capacidade de capturar a atenção e transmitir informações visuais que complementam o texto. Estes elementos são particularmente eficazes na criação de uma atmosfera que reflete os valores do empreendimento, como sofisticação, modernidade e exclusividade.

Por fim, os elementos identificados foram sintetizados e caracterizados, levando em conta a necessidade de adaptar a análise às especificidades do *book*, tal como foi proposto por Villas-Boas (2009). Essa adaptação permitiu uma interpretação mais precisa dos elementos estético-formais, garantindo que a análise fosse alinhada às particularidades do material estudado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo desenvolver uma análise gráfica detalhada do *book* de lançamento de um empreendimento imobiliário de alto padrão na região metropolitana de João Pessoa, utilizando a metodologia de Villas-Boas. Ao longo da pesquisa, foi possível perceber a importância do design gráfico como uma ferramenta poderosa na construção e comunicação da identidade dos empreendimentos, influenciando diretamente a percepção do público-alvo.

Durante a pesquisa, percebemos a falta de uma definição clara e consolidada do que realmente constitui um "*book* de lançamento" ou "*book* imobiliário". Essa ausência de material acadêmico específico mostrou como ainda há muito a ser estudado e desenvolvido nessa área. Mesmo com essas limitações, foi possível realizar uma análise detalhada que ressaltou a importância de cada elemento gráfico, desde a estrutura e organização do layout até a aplicação precisa de componentes estético-formais.

A metodologia de Villas-Boas foi fundamental para revelar como os diferentes componentes estético-formais, como espaços de respiro, grafismos e a estrutura das páginas, são essenciais para construir uma imagem sofisticada e coerente dos empreendimentos. Esses elementos não apenas

tornam o material visualmente atraente, mas também reforçam a mensagem que o empreendimento deseja transmitir.

Este estudo também reafirma o papel central do design gráfico na comunicação visual de empreendimentos de alto padrão. Ele é uma ferramenta poderosa na criação de uma conexão emocional com o público, fazendo com que o empreendimento seja não apenas visto, mas também sentido e desejado.

Apesar dos desafios enfrentados, como a escassez de materiais acadêmicos específicos sobre o tema, a pesquisa ofereceu contribuições importantes tanto para profissionais do design quanto para o meio acadêmico. Ela abre novas possibilidades para futuras investigações que possam explorar mais profundamente a relação entre o design gráfico e o mercado imobiliário, identificando novas formas de utilizar o design como uma estratégia eficaz e impactante.

6. REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Fundamentos de Design Criativo. 02ed. 2012.

BERGER, Arthur A. **Seeing is believing**: An introduction to visual communication. Mountain View, CA: Mayfield, 1989.

CARDOSO, Rafael. Design gráfico e sua história. **Revista Artes Visuais, Cultura e Criação**. Rio de Janeiro: Senac, 2008.

DAMASCENA, Breno. O que é um imóvel de alto padrão? Especialistas respondem. **ESTADÃO**, 29/09/2023. Disponível em:

<https://imoveis.estadao.com.br/investir-imoveis/o-que-e-um-imovel-de-alto-padrao-especialistas-respondem/#:~:text=No%20estudo%20mais%20recente%20realizado,at%C3%A9%20R%24%201%20milh%C3%A3o>). Acesso em: 21 Agosto 2024.

FARIAS, Michelle. Mercado de imóveis de luxo cresce em João Pessoa priorizando exclusividade e localização privilegiada. **Pauta Real**, 21 Abril 2024. Disponível em:

<https://pautareal.com/noticia/146/mercado-de-imoveis-de-luxo-cresce-em-joao-pessoa-priorizando-exclusividade-e-localizacao-privilegiada>. Acesso em: 29 Julho 2024.

FERRAZ, Aline Martins Faria. A forma do livro digital: análise gráfica de *eBooks* no formato ePub. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2011.

FERREIRA, Laryssa B. M. B. O comportamento do consumidor de empreendimentos residenciais de alto padrão. São Luíz, 2022.

FINBERG, H. I. & Itule, B. D. Visual editing: **a graphic guide for journalists**. Califórnia: Wadsworth Publishing Company, 1989.

LIMA JÚNIOR, Edvan. Análise Gráfica de Livro Didático de Língua Portuguesa do 2º Ano do Ensino Fundamental. Cabedelo, 2022.

LUPTON, E. & Phillips, J. C. Novos fundamentos do design. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MARTINS, Paula D. O imobiliário e a reestruturação urbana: **a cidade de João Pessoa/PB no século XXI**. João Pessoa, 2019.

MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual. São Paulo: Fontes, 2008.

O ESTADO DA PARAÍBA. **O mercado imobiliário de alto padrão de João Pessoa**. 2023. Disponível em:

<https://www.oestadodaparaiba.com.br/o-mercado-imobiliario-de-alto-padrao-em-joao-pessoa/>. Acesso em: 09 Agosto 2024.

OLIVEIRA, Rúbia; SILVA, Luiz Marcos de Oliveira; CARVALHO, Gustavo Dambiski Gomes de; SILVA, Wesley Vieira da; GONÇALVES, Bruno Setton. A influência do conhecimento e da atitude no comportamento de investidor do mercado imobiliário. **Revista de Administração FACES Journal**, vol. 17, núm. 3, 2018.

PIRES, Julie. A revolução dos livros virtuais e digitais: novas formas de leitura e interatividade. São Paulo: Editora Exemplo, 2010.

QUESADA, Beatriz. Miami brasileira: maior construtora da Paraíba surfa no crescimento de João Pessoa. **EXAME**, 11 Março 2024. Disponível em: <https://exame.com/mercado-imobiliario/miami-brasileira-maior-construtora-da-paraiba-surfa-no-crescimento-de-joao-pessoa/>. Acesso em: 29 Julho 2024.

SILGUEIRO, Alix R. *Books* de lançamentos imobiliários: **uma análise comparativa da criação de books de lançamentos imobiliários para públicos segmentados no centro-oeste**. Brasília, 2014.

SOUSA, Luiz. A Inserção do Livro Eletrônico na Avaliação do Ensino Superior do SINAES: Educação, Mercado e Política Pública. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Ceará. (2019).

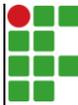
VILLAS-BOAS, André. Sobre Análise gráfica, ou algumas estratégias didáticas para a difusão de um design crítico. **ARCOS DESIGN 5** – Dezembro de 2009

ANEXO I - Lista de Figuras

Figura 1 - Sistematização da análise de Villas-Boas.....	10
Figura 2 - Traçado de dedução da mancha gráfica aplicado ao layout de página dupla: informações do empreendimento do book ARES.....	12
Figura 3 - Diagrama estrutural aplicado ao layout de página dupla: informações do empreendimento do book ARES.....	12
Figura 4 - Traçado para localização dos dois centros aplicado ao layout de página dupla: apresentação institucional do book ARES.....	13
Figura 5 - Identificação dos principais eixos da composição aplicado ao layout de página dupla: apresentação institucional do book ARES.....	13
Figura 6 - Identificação dos principais eixos da composição aplicado ao layout de página dupla: apresentação institucional do book ARES.....	14
Figura 7 - Layout de página dupla da apresentação do book ARES.....	14
Figura 8 - Layout de página dupla da apresentação do book ARES.....	15
Figura 9 - Layout de página simples da apresentação do book ARES.....	16
Figura 10 - Layout de página dupla da apresentação do book ARES.....	17
Figura 11 - Layout de página dupla da apresentação do book ARES.....	18

ANEXO II - Lista de Quadros

Quadro 1 - Sistematização de Book de Lançamento de Empreendimento Imobiliário.....	11
--	----

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

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC - VITOR MOREIRA DA SILVA

Assunto:	TCC - VITOR MOREIRA DA SILVA
Assinado por:	Vitor Moreira
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Vitor Moreira da Silva, DISCENTE (202117010032) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 30/10/2024 23:09:30.

Este documento foi armazenado no SUAP em 30/10/2024. 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: 1295277

Código de Autenticação: 60ef5126c1

