



INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA
CAMPUS CABEDELLO
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

JOÃO VITOR DA SILVA RODRIGUES

Portfólio de Design Gráfico

CABEDELLO-PB

2024

JOÃO VITOR DA SILVA RODRIGUES

Portfólio de Design Gráfico

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

Orientador: Prof^a Luciana Dinoá

CABEDELLO-PB

2024

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

R696p Rodrigues, João Vitor da Silva.

Portfólio de design gráfico. /João Vitor da Silva Rodrigues . - Cabedelo,
2024.

81f. il.: Color.

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

Orientador(a): Profa. Ma. Luciana Mendonça Dinoá Pereira .

1. Design gráfico. 2. Portfólio. 3. Identidade visual. 4. Fotografia.
5. Ilustração. I. Título.

CDU 741



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

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

João Vitor da Silva Rodrigues

Portfólio de Design Gráfico

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 05 de fevereiro de 2025

Membros da Banca Examinadora:

Profa. Me. Luciana Mendonca Dinoa Pereira

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Dr. Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Me. Wilson Gomes de Medeiros

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2025

Documento assinado eletronicamente por:

- **Luciana Mendonca Dinoa Pereira**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/04/2025 15:12:53.
- **Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/04/2025 15:55:54.
- **Wilson Gomes de Medeiros**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/04/2025 16:26:22.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 03/02/2025. 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 663649
Verificador: cb54357d4e
Código de Autenticação:



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

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço aos meus pais, Adriana e Jucier, e à minha irmã Natália, que sempre me apoiaram incondicionalmente e me ajudaram a superar os diversos desafios ao longo do caminho. Vocês sempre acreditaram no meu potencial, torceram pelo meu sucesso e celebraram cada conquista comigo.

Aos meus amigos, em especial André, Maria Clara, Maria Júlia, Rayane e Severino, com quem construí laços profundos e verdadeiros durante o curso. Juntos, aprendemos, nos fortalecemos e tornamos essa jornada mais leve, divertida e significativa. Sou imensamente grato por ter cada um de vocês em minha vida e por tudo o que aprendemos e compartilhamos ao longo dessa caminhada.

Aos professores e ao corpo docente do IFPB Campus Cabedelo, meu sincero agradecimento pelos valiosos ensinamentos, conselhos e apoio que recebi ao longo do curso. Cada aprendizado contribuiu para o meu crescimento pessoal e profissional.

À minha orientadora, Luciana Dinoá, minha profunda gratidão por toda a paciência e dedicação na construção deste portfólio. Seus conselhos, feedbacks e orientações, até mesmo nos momentos finais do processo, foram fundamentais para o resultado deste trabalho.

Por fim, agradeço a mim mesmo. Houve momentos em que pensei em desistir e duvidei se esta área era realmente para mim. No entanto, escolhi persistir, tive coragem de mudar e me permitir conhecer melhor. Reconheço o esforço que dediquei para me tornar um bom profissional e, acima de tudo, aprendi a ter mais empatia comigo mesmo e com o meu processo. Afinal, a perfeição não é o objetivo e o esforço contínuo que nos torna melhores.

RESUMO

Este portfólio de design gráfico reúne uma seleção criteriosa de projetos desenvolvidos ao longo da graduação, durante o estágio na agência de marketing Liga Digital e na atuação como profissional freelancer. Ele apresenta uma visão abrangente das habilidades, do estilo e da evolução profissional do designer. Composto por uma coleção diversificada de 10 trabalhos, o portfólio reflete o aprendizado e o desenvolvimento técnico e criativo adquiridos tanto no ambiente acadêmico quanto na prática profissional. Organizado em seções que destacam as metodologias aplicadas em cada projeto, ele evidencia a progressão das competências ao longo da jornada. Cada trabalho foi guiado por metodologias e princípios de design gráfico, muitas vezes enriquecidos por pesquisas de campo para coleta de dados e imagens. A seleção contempla áreas como Identidade Visual, Design de Embalagem, Design de Interfaces, Fotografia e Ilustração, demonstrando o domínio de diferentes abordagens e técnicas. O resultado é um registro visual que traduz a capacidade de transformar conceitos em soluções criativas e estratégicas, alinhadas às demandas do mercado. **Palavras-chave:** Design Gráfico, Portfólio, Identidade Visual, Embalagem, Fotografia, Ilustração, Design de Interfaces, Metodologias.

ABSTRACT

This graphic design portfolio showcases a carefully curated selection of projects developed during the undergraduate program, the internship at the marketing agency Liga Digital, and work as a freelance professional. It provides a comprehensive overview of the designer's skills, style, and professional growth. Featuring a diverse collection of 10 projects, the portfolio reflects the technical and creative development gained through academic and professional experiences. Organized into sections that highlight the methodologies applied to each project, it demonstrates the progression of competencies throughout the journey. Each project was guided by graphic design principles and methodologies, often complemented by field research for data and image collection. The selection spans areas such as Visual Identity, Packaging Design, Interface Design, Photography, and Illustration, showcasing mastery of various approaches and techniques. The result is a visual record that illustrates the ability to transform concepts into creative and strategic solutions aligned with market demands.

Keywords: *Graphic Design, Portfolio, Visual Identity, Packaging, Photography, Illustration, Interface Design, Methodologies.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fluxograma do processo de projeção. Fonte: De autoria própria.....	15
Figura 2 - Fluxograma do processo de projeção. Fonte: De autoria própria.....	16
Figura 3 - Fluxograma do processo de projeção. Fonte: De autoria própria.....	16
Figura 4 - Shootplan. Fonte: De autoria própria.....	18
Figura 5 - Fotografia EGEO em contexto. Fonte: De autoria própria.....	19
Figura 6 - Fotografia EGEO plano fechado. Fonte: De autoria própria.....	19
Figura 7 - Fotografia EGEO plano aéreo. Fonte: De autoria própria.....	20
Figura 8 - Fotografia EGEO plano detalhe. Fonte: De autoria própria.....	20
Figura 9 - Fotografia EGEO plano aberto. Fonte: De autoria própria.....	21
Figura 10 - Painel de referências. Fonte: De autoria própria.....	23
Figura 11 - Tipografias utilizadas no projeto. Fonte: De autoria própria.....	24
Figura 12 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria.....	24
Figura 13 - Ilustrações do projeto. Fonte: De autoria própria.....	25
Figura 14 - Embalagem 71% cacau com laranja. Fonte: De autoria própria.....	26
Figura 15 - Embalagem 55% cacau com pimenta. Fonte: De autoria própria.....	26
Figura 16 - Embalagem 71% cacau com menta. Fonte: De autoria própria.....	27
Figura 17 - Embalagem 71% cacau. Fonte: De autoria própria.....	27
Figura 18 - Mockup embalagens. Fonte: De autoria própria.....	28
Figura 19 - Aplicação das embalagens. Fonte: De autoria própria.....	28
Figura 20 - Grid napne. Fonte: De autoria própria.....	30
Figura 21 - Tipografia utilizada no projeto. Fonte: De autoria própria.....	30
Figura 22 - Paleta de cores do projeto. Fonte: De autoria própria.....	30
Figura 23 - Símbolo napne. Fonte: De autoria própria.....	31
Figura 24 - Logo napne. Fonte: De autoria própria.....	31
Figura 25 - Ecobag napne. Fonte: De autoria própria.....	32
Figura 26 - Bandeirinha napne. Fonte: De autoria própria.....	32
Figura 27 - Caneca napne. Fonte: De autoria própria.....	33
Figura 28 - Outdoor napne. Fonte: De autoria própria.....	33
Figura 29 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria.....	35
Figura 30 - Tipografias utilizadas no projeto e redução de logo. Fonte: De autoria própria.....	35
Figura 31 - Emblema de João Pessoa. Fonte: De autoria própria.....	36
Figura 32 - Fotografias e aplicações do emblema de João Pessoa. Fonte: De autoria própria.....	37
Figura 33 - Aplicação do emblema de João Pessoa. Fonte: De autoria própria.....	37
Figura 34 - Aplicação em camiseta. Fonte: De autoria própria.....	37
Figura 35 - Logotipo antigo Liga Digital. Fonte: De autoria própria.....	38
Figura 36 - Painel de referências visuais. Fonte: De autoria própria.....	39
Figura 37 - Grid Liga Digital. Fonte: De autoria própria.....	40

Figura 38 - Logo atualizado Liga Digital. Fonte: De autoria própria.....	40
Figura 39 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria.....	41
Figura 40 - Tipografia do projeto. Fonte: De autoria própria.....	41
Figura 41 - Logo em moletom. Fonte: De autoria própria.....	42
Figura 42 - Aplicação do logo em sala de reuniões. Fonte: De autoria própria.....	42
Figura 43 - Aplicação do logo em camiseta. Fonte: De autoria própria.....	43
Figura 44 - Social media. Fonte: De autoria própria.....	43
Figura 45 - Logo antigo Liga Estágios. Fonte: De autoria própria.....	44
Figura 46 - Painel de referências visuais. Fonte: De autoria própria.....	45
Figura 47 - Grid Liga Estágios. Fonte: De autoria própria.....	46
Figura 48 - Logo atualizado Liga Estágios. Fonte: De autoria própria.....	46
Figura 49 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria.....	46
Figura 50 - Tipografia do projeto e outras aplicações. Fonte: De autoria própria.....	47
Figura 51 - Aplicação em estande. Fonte: De autoria própria.....	48
Figura 52 - Uniforme Liga Estágios. Fonte: De autoria própria.....	48
Figura 53 - Cartão de visitas Liga Estágios. Fonte: De autoria própria.....	49
Figura 54 - Social Media Liga Estágios. Fonte: De autoria própria.....	49
Figura 55 - Aplicações em poster. Fonte: De autoria própria.....	50
Figura 56 - Painel de referências visuais. Fonte: De autoria própria.....	52
Figura 57 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria.....	53
Figura 58 - Família tipográfica do projeto. Fonte: De autoria própria.....	53
Figura 59 - Grid IALI. Fonte: De autoria própria.....	54
Figura 60 - Logotipo IALI. Fonte: De autoria própria.....	54
Figura 61 - Símbolo em monograma. Fonte: De autoria própria.....	55
Figura 62 - Avatar da IALI. Fonte: De autoria própria.....	56
Figura 63 - Aplicação em moletom. Fonte: De autoria própria.....	56
Figura 64 - Aplicação em telão. Fonte: De autoria própria.....	57
Figura 65 - Aplicações diversas. Fonte: De autoria própria.....	57
Figura 66 - Aplicação em cartão de visitas. Fonte: De autoria própria.....	58
Figura 67 - Símbolo em 3D. Fonte: De autoria própria.....	58
Figura 68 - Aplicação em telão de conferência. Fonte: De autoria própria.....	59
Figura 69 - Moodboard. Fonte: De autoria própria.....	61
Figura 70 - Painel de referências. Fonte: De autoria própria.....	61
Figura 71 - Tipografia do projeto. Fonte: De autoria própria.....	62
Figura 72 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria.....	62
Figura 73 - Logotipo Cris Gomes. Fonte: De autoria própria.....	63
Figura 74 - Símbolo Cris Gomes. Fonte: De autoria própria.....	64
Figura 75 - Aplicação do símbolo. Fonte: De autoria própria.....	64
Figura 76 - Aplicação do logo em uniforme de confeitaria. Fonte: De autoria própria..	65
Figura 77 - Aplicação em cartão de visitas. Fonte: De autoria própria.....	65
Figura 78 - Aplicação em sacola. Fonte: De autoria própria.....	66

Figura 79 - Aplicação em avental. Fonte: De autoria própria.....	66
Figura 80 - Variação do logo. Fonte: De autoria própria.....	67
Figura 81 - Moodboard da persona. Fonte: De autoria própria.....	69
Figura 82 - Painel de referências de interfaces. Fonte: De autoria própria.....	69
Figura 83 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria.....	70
Figura 84 - Tipografias do projeto. Fonte: De autoria própria.....	70
Figura 85 - Logotipo da Crio. Fonte: De autoria própria.....	71
Figura 86 - Ícones. Fonte: De autoria própria.....	71
Figura 87 - Página inicial. Fonte: De autoria própria.....	72
Figura 88 - Central de notificações e tela de peças da semana. Fonte: De autoria própria. 73	
Figura 89 - Perfil do usuário. Fonte: De autoria própria.....	73
Figura 90 - Página de visualização das obras e suas informações. Fonte: De autoria própria.....	74
Figura 91 - Página de publicação das obras. Fonte: De autoria própria.....	74
Figura 92 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria.....	76
Figura 93 - Tipografia do projeto. Fonte: De autoria própria.....	76
Figura 94 - Grid JV. Fonte: De autoria própria.....	77
Figura 95 - Logotipo JV. Fonte: De autoria própria.....	77
Figura 96 - Aplicação em cartão de visitas. Fonte: De autoria própria.....	79
Figura 97 - Aplicação em ecobag. Fonte: De autoria própria.....	79
Figura 98 - Aplicação em modelo de contrato. Fonte: De autoria própria.....	80

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. OBJETIVOS	12
3. JUSTIFICATIVA	13
4. METODOLOGIAS	14
5. PORTFÓLIO DE PROJETOS	17
5.1. Fotografia	17
5.1.1. EGEO Pina Blast - Projeto de fotografia de produto	17
5.2. Design de embalagem	22
5.2.1. Chocolates Tupã - Projeto de Design de Embalagem e Identidade visual	22
5.3. Identidade Visual	28
5.3.1. NAPNE - Projeto de criação de logotipo abstrato e Identidade Visual	28
5.3.2. Emblema de João Pessoa - Projeto de criação de logotipo de emblema e identidade visual	34
5.3.3. Liga Digital - Redesign de marca	38
5.3.4. Liga Estágios - Redesign de marca	44
5.3.5. IALI - Projeto de Identidade Visual	51
5.3.6. Cris Gomes - Projeto de Identidade Visual para Confeiteira Artesanal	60
5.3.7. Crio - Identidade visual para projeto expográfico e design de interfaces	68
5.3.8. JV - Identidade visual de marca pessoal	75
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	80
REFERÊNCIAS	81

1. INTRODUÇÃO

João Rodrigues, aluno e designer gráfico, optou pela modalidade de portfólio entre as opções permitidas pelo Instituto Federal da Paraíba (IFPB) como forma de conclusão de sua jornada acadêmica no curso de Tecnologia em Design Gráfico. Essa decisão foi motivada pelo desejo de consolidar o portfólio como documento oficial e porta de entrada para oportunidades profissionais no mercado de trabalho.

No livro *Mostre seu trabalho*, Austin Kleon (2014, p.23) afirma:

'Hoje em dia, se o seu trabalho não estiver online, ele não existe. Todos nós temos a oportunidade de usar nossa voz para nos expressar, mas vários de nós a desperdiçamos. Se quer que as pessoas saibam o que você faz e o que lhe interessa, precisa dividir com elas.'

O portfólio é uma ferramenta essencial para dar visibilidade ao trabalho criativo, permitindo que potenciais clientes e empregadores conheçam as habilidades, o estilo e a abordagem profissional do designer. Andy Baio (apud KLEON, 2014, p. 65) reforça essa ideia ao afirmar: 'Construir um espaço online para você, onde seja possível se expressar e mostrar o seu trabalho, ainda é um dos melhores investimentos do seu tempo.'

O presente portfólio é composto por dez projetos, cuidadosamente selecionados para refletir o desenvolvimento contínuo de suas práticas no design gráfico. Esses trabalhos combinam experiências acadêmicas e profissionais, evidenciando a evolução técnica e criativa por parte do designer.

As áreas abordadas no portfólio incluem identidade visual, design de embalagens, design de interfaces, fotografia, e ilustração, demonstrando a versatilidade do designer e seu domínio em diferentes campos do design gráfico. Cada projeto é apresentado de forma detalhada, destacando as competências adquiridas, os desafios enfrentados e as soluções desenvolvidas, com base em metodologias consagradas.

Esse portfólio não é apenas um registro de realizações, mas também um reflexo do comprometimento com o aprendizado e da capacidade de João em alinhar criatividade, técnica e estratégia no desenvolvimento de soluções de design.

Link para o portfólio online: [João Rodrigues - Designer Gráfico in João Pessoa, Brazil :: Behance](#)

2. OBJETIVOS

Objetivo Geral

Criar um portfólio que evidencie as habilidades profissionais de João Rodrigues, demonstrando o conhecimento acumulado durante o curso de Tecnologia em Design Gráfico no Campus Cabedelo / IFPB.

Objetivos específicos

- Realizar uma curadoria dos 10 melhores projetos que representem a evolução e diversidade de aprendizados ao longo do curso;
- Destacar as decisões criativas por trás de cada projeto, demonstrando a capacidade de análise e aplicação dos conceitos de design;
- Organizar o portfólio de forma estratégica, explicando as metodologias empregadas em cada projeto para reforçar a compreensão do processo criativo e técnico envolvido.

3. JUSTIFICATIVA

A decisão de utilizar o formato de portfólio para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Design Gráfico evidencia o compromisso de João Rodrigues em consolidar sua carreira profissional. Essa escolha reflete sua compreensão do portfólio como uma ferramenta essencial para apresentar projetos, comunicar habilidades e demonstrar a capacidade de transformar conceitos em soluções visuais impactantes.

O portfólio abrange áreas fundamentais como Identidade Visual, Design de Embalagem, Design de Interfaces, Fotografia e Ilustração, destacando sua relevância no mercado contemporâneo. Essas áreas demandam uma combinação de criatividade, técnica e compreensão das necessidades do cliente, evidenciando a versatilidade e o preparo do designer.

Ao longo do portfólio, João organiza seus projetos de forma a demonstrar o uso de metodologias específicas e princípios do design gráfico, enfatizando a importância do processo criativo. Desde a pesquisa inicial até a entrega final, cada etapa é apresentada como parte fundamental para alcançar resultados consistentes e alinhados aos objetivos propostos.

Mais do que atender a um requisito acadêmico, o portfólio é um instrumento estratégico que reflete a evolução criativa e técnica de João Rodrigues. Ele serve como um cartão de visitas profissional, consolidando sua posição no mercado e ampliando as possibilidades de novas oportunidades na área do design gráfico.

4. METODOLOGIAS

As metodologias adotadas neste portfólio foram baseadas em três principais referências: o livro *Sistemas de Identidade Visual*, de Maria Luísa Peón (2009), o método *Weekend Creative*, de Arabela e Elle (2022), e a metodologia de design de embalagem de Fabio Mestriner (2002). Foram selecionados projetos que se destacam em diversas áreas do design, tanto no estágio na Liga Digital quanto durante a trajetória acadêmica.

Maria Luísa Peón (2009)

A metodologia de Maria Luísa Peón, descrita no livro *Sistemas de Identidade Visual*, oferece uma abordagem estruturada para a criação de sistemas de identidade visual eficazes. O processo é dividido em três fases: *Problematização*, *Concepção* e *Especificação*. Cada uma dessas etapas é essencial para garantir que a identidade visual criada seja estratégica, coesa e alinhada com os objetivos da marca.

Na fase de *Problematização*, o foco é entender o contexto do projeto e identificar os desafios que a identidade visual precisa resolver. O designer realiza uma pesquisa aprofundada sobre a marca, seu público-alvo, seus concorrentes e o mercado em que está inserida. Essa fase também envolve a análise de aspectos como a missão, os valores e os objetivos da marca, além de um estudo do posicionamento desejado. O objetivo aqui é mapear todas as informações necessárias para embasar as decisões futuras, garantindo que a identidade visual seja relevante e eficaz para o contexto da marca.

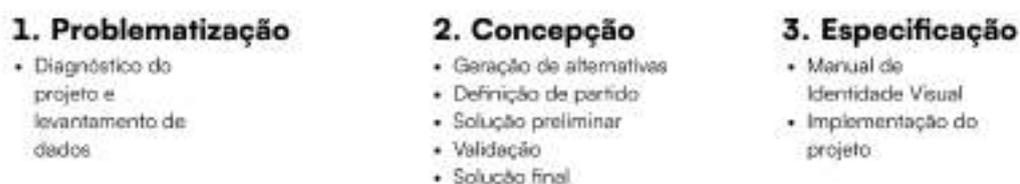
A fase de *Concepção* é onde as soluções criativas começam a surgir. Com base nas informações coletadas na fase anterior, o designer começa a trabalhar nas alternativas visuais que melhor representem a marca. Isso envolve a definição dos elementos visuais essenciais, como logotipo, tipografia, paleta de cores, formas e símbolos. O designer explora diferentes possibilidades, buscando sempre uma solução que seja coerente com os valores da marca e que transmita sua mensagem de forma clara e impactante. Essa fase também envolve a criação de um conceito visual que guiará todas as futuras aplicações da identidade.

Por fim, a fase de *Especificação* é onde o sistema de identidade visual é formalizado e aplicado. O designer cria um manual de identidade visual, que serve como um guia detalhado para a aplicação consistente da identidade em diversos

materiais e canais de comunicação. Esse manual inclui diretrizes sobre como os elementos visuais devem ser usados, assegurando que a identidade visual seja mantida de forma coesa em todas as comunicações da marca. A fase de implementação também envolve a aplicação da identidade em pontos de contato com o público, como materiais impressos, sites, redes sociais e outros meios de comunicação.

A metodologia de Maria Luísa Peón é fundamental para a criação de sistemas de identidade visual bem-sucedidos, pois garante que o design seja não apenas esteticamente agradável, mas também estratégico e alinhado com os objetivos da marca. As três fases Problematização, Concepção e Implementação trabalham de forma integrada para criar uma identidade visual que seja relevante, coerente e capaz de transmitir a mensagem da marca de forma eficaz e impactante.

Figura 1 - Fluxograma do processo de projeção. Fonte: De autoria própria



Método Weekend Creative (ALVES, 2022)

O método desenvolvido pelas designers Arabela e Elle adapta princípios essenciais do design gráfico para a fotografia de produtos. Com etapas bem delineadas, essa metodologia abrange desde a escolha criteriosa do produto até a finalização das imagens, passando por pesquisa aprofundada, brainstorm criativo, planejamento detalhado com o *shoot plan* — um documento que organiza, através de um esboço, todos os aspectos da sessão fotográfica, como ângulos, iluminação, cenários e composições desejadas — e a execução fotográfica. Essa abordagem oferece uma estrutura clara e estratégica, garantindo que cada etapa seja orientada para resultados visuais impactantes e alinhados com os objetivos do projeto.

Figura 2 - Fluxograma do processo de projeção. Fonte: De autoria própria

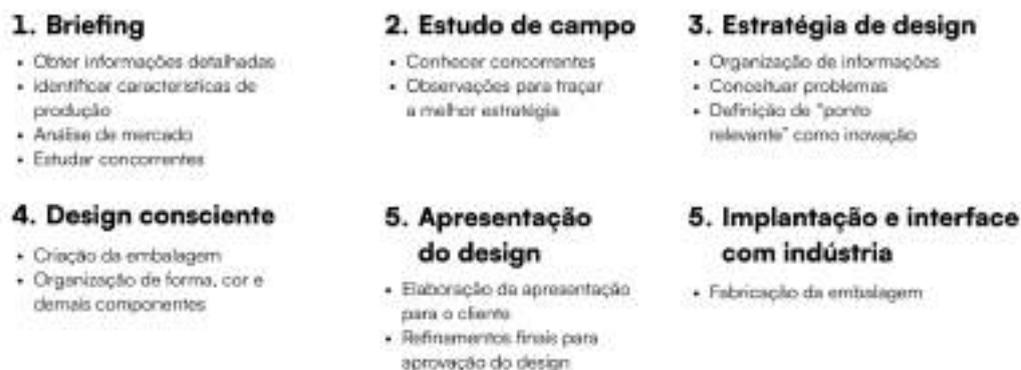


Fabio Mestriner (2002)

A metodologia de design de embalagens desenvolvida por Fabio Mestriner é organizada em seis etapas sequenciais, proporcionando um processo sistemático e eficiente para a criação de soluções de embalagem. O processo inicia com uma fase de estudo detalhado, culminando na formulação de uma estratégia de design sólida, assegurando que as propostas sejam viáveis e alinhadas às demandas do cliente e do mercado.

Abaixo, apresenta-se um fluxograma que detalha as etapas e suas respectivas sub etapas:

Figura 3 - Fluxograma do processo de projeção. Fonte: De autoria própria



Ao combinar criatividade, pensamento crítico e uma abordagem prática, Mestriner oferece uma contribuição significativa para o design de embalagens. Sua metodologia serve como um guia claro e confiável, auxiliando tanto profissionais quanto estudantes a compreender e enfrentar os desafios desse segmento de forma estruturada e confiante.

5. PORTFÓLIO DE PROJETOS

5.1. Fotografia

5.1.1. EGEO Pina Blast - Projeto de fotografia de produto

Equipe: André Távora, Franklin Junior, João Rodrigues e Severino Luiz.

O projeto do perfume Egeo Pina Blast foi desenvolvido para a disciplina de Fotografia II, no terceiro período do curso de Design Gráfico, no primeiro semestre de 2023, sob a orientação do professor Ticiano Alves. A equipe, formada por João Rodrigues, André Távora, Severino Luiz e Franklin Junior, tinha como objetivo criar cinco fotografias de produto para um perfume escolhido livremente pelo grupo. A proposta buscava aplicar os conhecimentos adquiridos em sala de aula sobre fotografia de produto.

O projeto foi executado com base no método *Weekend Creative*, das designers Arabela e Elle (2022), que organiza o processo em etapas bem definidas.

Seleção, Pesquisa do produto e Brainstorm

A pré-execução incluiu a seleção do produto, pesquisa detalhada e brainstorming, a escolha do Egeo Pina Blast, da marca O Boticário, foi motivada por seu apelo jovem, aroma adocicado, notas de abacaxi, paleta de cores vibrante e uma embalagem bonita, que oferecia um grande potencial para o trabalho fotográfico. O desafio era traduzir essas características em fotografias que fossem atrativas e alinhadas ao conceito do perfume.

A pesquisa sobre o perfume e a marca foi realizada com o apoio da ferramenta Milanote, conforme recomendação do professor Ticiano.

Shoot plan

Durante a elaboração do *shoot plan*, foram criados esboços ilustrados para facilitar a compreensão visual do projeto. Inicialmente, foi definida uma paleta de cores vibrante e divertida. No entanto, optou-se por utilizar apenas as cores verde e amarelo das cartolinas para compor o plano de fundo das imagens, garantindo uma harmonia com a proposta visual. O *shoot plan* também estabeleceu a inclusão de elementos como

abacaxis, presentes tanto nas notas olfativas do perfume quanto nas ilustrações da embalagem, reforçando a conexão com o conceito do produto.

A criação do *shoot plan* serviu como guia para toda a execução do projeto.

Figura 4 - Shootplan. Fonte: De autoria própria



Execução fotográfica

Durante a execução, a equipe realizou testes fotográficos e ajustes no plano inicial. Algumas ideias foram descartadas por não se alinharem à proposta minimalista e divertida desejada para as imagens. Na fase de manipulação, as ilustrações de abacaxi presentes na embalagem foram utilizadas em algumas fotografias para dar um toque especial, integrando o conceito visual do produto às imagens finais.

O projeto resultou em cinco fotografias que capturam a essência do Egeo Pina Blast, destacando seu apelo jovem e vibrante. As imagens refletem o conceito minimalista e divertido proposto inicialmente, com composições que utilizam elementos visuais alinhados à identidade do perfume.

Trazer as ilustrações da embalagem para as fotografias deu um diferencial ao projeto, conectando as fotografias ao design do produto. A paleta de cores foi explorada para reforçar a identidade visual do perfume, resultando em imagens que comunicam de forma eficaz as características do Egeo Pina Blast.

Além de capturar cinco imagens estáticas, a equipe também desenvolveu um *gif* do produto em *stop motion*.

Figura 5 - Fotografia EGEO em contexto. Fonte: De autoria própria



Figura 6 - Fotografia EGEO plano fechado. Fonte: De autoria própria



Figura 7 - Fotografia EGEO plano aéreo. Fonte: De autoria própria



Figura 8 - Fotografia EGEO plano detalhe. Fonte: De autoria própria



Figura 9 - Fotografia EGEO plano aberto. Fonte: De autoria própria



5.2. Design de embalagem

5.2.1. Chocolates Tupã - Projeto de Design de Embalagem e Identidade visual

Equipe: João Rodrigues, Rayane Vasconcelos e Severino Luiz

O redesign das embalagens e da marca Chocolates Tupã foi desenvolvido em conjunto com os colegas de turma Severino Luiz e Rayane Vasconcelos como parte do Projeto Integrador 2023.2. Este projeto incluiu as disciplinas de Ilustração, Tipografia e Planejamento Visual II, proporcionando uma abordagem multidisciplinar e integrada.

O projeto seguiu etapas adaptadas da metodologia de Fabio Mestriner (2004), garantindo um processo estruturado e alinhado às necessidades da marca e do mercado.

Briefing e estudo de campo

A Chocolates Tupã, conhecida por seus produtos artesanais e conexão com a cultura nordestina, enfrentava desafios para se destacar em um mercado competitivo. Era essencial criar embalagens que equilibrassem funcionalidade, apelo estético e sustentabilidade, além de atender às regulamentações da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Essas questões tornaram-se centrais no desenvolvimento do redesign, exigindo soluções criativas e técnicas para atender às demandas do projeto.

Na fase inicial, o *briefing* foi realizado em conjunto com um estudo de campo. Essa etapa incluiu uma visita técnica ao ateliê da criadora da Chocolates Tupã, bem como uma pesquisa de mercado e análise de concorrentes, conduzidas tanto presencialmente quanto virtualmente. Essas atividades proporcionaram dados valiosos que direcionaram as decisões criativas e estratégicas da equipe.

Estratégia de design

Com base nesses dados, foi delineada uma estratégia de design fundamentada em um estilo clássico, com ilustrações realistas feitas em pintura digital e cores vibrantes. O objetivo era destacar a autenticidade e sofisticação da marca, despertando no consumidor o lado sensorial dos produtos. O redesign das embalagens buscou traduzir a experiência de saborear um chocolate de intensidade marcante e envolvente,

criando uma conexão emocional através de elementos visuais que evocam texturas, sabores e aromas.

Um painel semântico foi elaborado para consolidar conceitos e inspirações visuais, servindo como guia para o processo criativo.

Figura 10 - Painel de referências. Fonte: De autoria própria



Design consciente

Na etapa de design consciente, o grupo iniciou testes para identificar materiais que atendessem às necessidades do produto. Inicialmente, foi explorado o uso de papel reciclado, buscando reforçar o caráter ecológico e artesanal das embalagens. No entanto, falhas nos testes de durabilidade levaram à busca por alternativas que combinassem resistência, estética e conformidade com as regulamentações da ANVISA.

Para a marca Tupã, a tipografia escolhida foi a Dream Avenue, uma fonte serifada com traços levemente desenhados e detalhes mais finos, que conferem uma personalidade clássica e elegante. Para complementar, a família tipográfica Gilroy foi definida para títulos e textos, garantindo uma comunicação visual moderna e harmônica.

Figura 11 - Tipografias utilizadas no projeto. Fonte: De autoria própria



Optou-se por uma paleta de cores vivas e intensas, com o objetivo de refletir a natureza e o aroma marcante dos sabores dos chocolates Tupã. Essas cores serviram como base para a pintura das ilustrações realistas, conferindo um toque visualmente impactante e autêntico. O preto foi escolhido como fundo em todas as embalagens, criando um contraste elegante e destacando ainda mais as ilustrações e os elementos visuais da marca.

Figura 12 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria

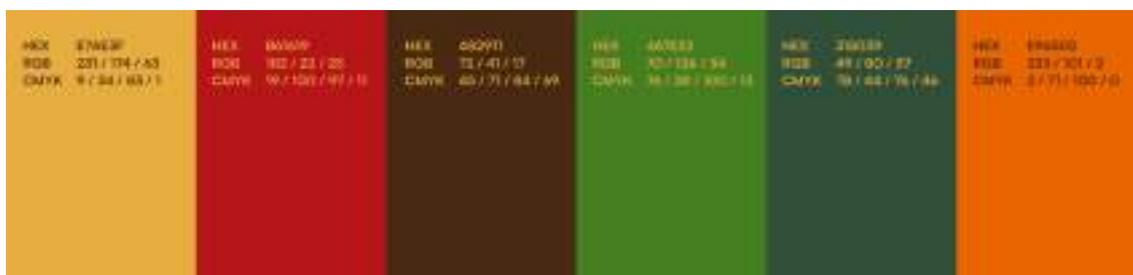


Figura 13 - Ilustrações do projeto. Fonte: De autoria própria



A equipe enfrentou desafios relacionados à impressão e escolha de materiais, o que impulsionou o aprendizado sobre processos gráficos e opções sustentáveis. Foram realizados diversos testes de corte, impressão e espaçamento para otimizar a funcionalidade e a estética das embalagens. A disposição dos elementos visuais foi planejada para equilibrar informações obrigatórias, como ingredientes e tabelas nutricionais, com o design gráfico, garantindo clareza e usabilidade.

Apresentação do Design e Implantação

O redesign das embalagens e da identidade visual da Chocolates Tupã resultou em um produto que reflete autenticidade, sofisticação e uma forte conexão com a natureza e o artesanal. As novas embalagens equilibram apelo estético, funcionalidade e conformidade com as regulamentações da ANVISA, consolidando uma comunicação visual atraente e profissional.

Embora a ideia inicial de utilizar papel reciclado tenha sido descartada, a experiência proporcionou um aprendizado significativo sobre materiais e processos de produção. A equipe conseguiu explorar alternativas que atenderam às necessidades do produto, mantendo o compromisso com a sustentabilidade e a qualidade.

Por fim, uma apresentação detalhada foi elaborada para defender o projeto diante da criadora da marca, professores e colegas de curso. Essa etapa foi fundamental para validar as soluções propostas e demonstrar a evolução do redesign.

A boa recepção do projeto validou a capacidade dos alunos de integrar criatividade, técnica e planejamento estratégico. O redesign não apenas revitalizou a marca Chocolates Tupã, mas também fortaleceu sua identidade no mercado, atraindo um público mais amplo e consolidando sua posição como referência em chocolates artesanais.

Figura 14 - Embalagem 71% cacau com laranja. Fonte: De autoria própria



Figura 15 - Embalagem 55% cacau com pimenta. Fonte: De autoria própria



Figura 16 - Embalagem 71% cacau com menta. Fonte: De autoria própria



Figura 17 - Embalagem 71% cacau. Fonte: De autoria própria



Figura 18 - Mockup embalagens. Fonte: De autoria própria



Figura 19 - Aplicação das embalagens. Fonte: De autoria própria



5.3. Identidade Visual

5.3.1. NAPNE - Projeto de criação de logotipo abstrato e Identidade Visual

Equipe: João Rodrigues, André de Freitas.

Problematização

O projeto do logotipo para o NAPNE (Núcleo de Atendimento a Pessoas com Necessidades Específicas) foi desenvolvido em parceria com o colega de turma André de Freitas para a disciplina de Planejamento Visual I, no terceiro período do curso de Design Gráfico, no primeiro semestre de 2023, sob orientação da professora Renata Cadena. A proposta consistia em criar um logotipo abstrato para o NAPNE, que é um núcleo do IFPB voltado para o atendimento de pessoas com necessidades especiais, além disso, paralelamente, criar uma identidade visual para a organização.

O projeto seguiu a metodologia de Maria Luísa Peón (2009), com etapas bem definidas para garantir um resultado coeso.

Inicialmente, foi realizado um *briefing* em colaboração com a professora Renata Cadena para compreender as necessidades da organização. Essa etapa proporcionou um direcionamento criativo e assegurou que a identidade visual refletisse a essência da marca, posicionando-a como uma peça fundamental no apoio a pessoas com necessidades específicas do IFPB.

Concepção

Na etapa de concepção, o logotipo foi desenvolvido com base em um grid, assegurando proporções equilibradas. A tipografia escolhida, Nunito, é uma fonte arredondada que transmite acessibilidade e acolhimento, refletindo os valores do NAPNE.

A paleta de cores foi composta pelo rosa e pelo branco, sendo o rosa associado à empatia e ao cuidado, características fundamentais para o propósito do NAPNE.

Figura 20 - Grid napne. Fonte: De autoria própria

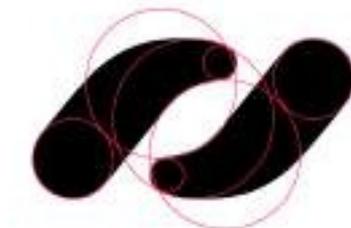


Figura 21 - Tipografia utilizada no projeto. Fonte: De autoria própria



Figura 22 - Paleta de cores do projeto. Fonte: De autoria própria

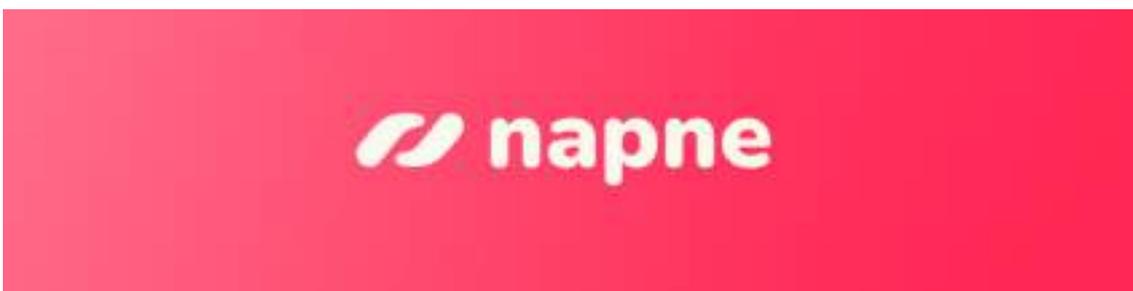


Além disso, o logotipo abstrato foi criado para representar a ideia de duas mãos se ajudando, simbolizando a principal função do NAPNE, que é apoiar pessoas com necessidades especiais.

Figura 23 - Símbolo napne. Fonte: De autoria própria



Figura 24 - Logo napne. Fonte: De autoria própria



Especificação

Após o refinamento do logotipo no ambiente digital, foi desenvolvida uma identidade visual moderna e funcional, com aplicações que incluem outdoor, caneca, ecobag e materiais de divulgação, tanto impressos quanto digitais, ampliando a visibilidade e a presença do NAPNE em diferentes contextos.

O projeto atendeu plenamente ao *briefing*, traduzindo os objetivos do núcleo em soluções visuais claras e impactantes. A proposta final demonstrou o potencial do design gráfico para fortalecer a comunicação institucional e ampliar o alcance das iniciativas do NAPNE. Desenvolvido em colaboração com o colega de turma André de Freitas, o projeto reafirma a importância de um design estratégico para promover causas sociais e educacionais.

Figura 25 - Ecobag napne. Fonte: De autoria própria



Figura 26 - Bandeirinha napne. Fonte: De autoria própria



Figura 27 - Caneca napne. Fonte: De autoria própria



Figura 28 - Outdoor napne. Fonte: De autoria própria



5.3.2. Emblema de João Pessoa - Projeto de criação de logotipo de emblema e identidade visual

Equipe: João Rodrigues, André de Freitas

Problematização

O projeto do Emblema para a cidade de João Pessoa foi desenvolvido em conjunto com o colega de turma André de Freitas para a disciplina de Planejamento Visual I, no terceiro período do curso, no primeiro semestre de 2023, sob orientação da professora Renata Cadena.

A proposta exigia que os estudantes criassem um emblema para uma cidade da Paraíba, com a condição de evitar estereótipos comuns e explorar elementos com os quais tivessem familiaridade. Com base em suas vivências na região metropolitana de João Pessoa, a dupla escolheu representar a cidade de forma inovadora.

O projeto seguiu a metodologia de Maria Luísa Peón (2009), com etapas bem definidas para garantir um resultado consistente.

Durante a etapa de problematização, os estudantes identificaram no centro histórico da cidade uma oportunidade de valorização. Inspirados no evento 08centro, uma programação gratuita que animava as tardes de sábado na Avenida General Osório, decidiram destacar a diversidade e a cultura alternativa promovidas por esse encontro. Infelizmente, o evento foi descontinuado alguns meses após o projeto, devido à falta de apoio da prefeitura. Essa urgência reforçou a necessidade de criar uma identidade visual que capturasse a essência e a importância do 08centro.

Concepção

Na etapa de concepção, os estudantes exploraram suas experiências pessoais e referências visuais para criar um emblema que destacasse a arquitetura do centro histórico e o nome da cidade. A abordagem despojada e urbana buscava transmitir o tom underground e a espontaneidade do evento, que era anunciado e realizado na mesma semana.

Para refletir a energia vibrante do 08centro, foi escolhida uma paleta de cores composta por vermelho e amarelo em tons vibrantes. O vermelho simboliza paixão e

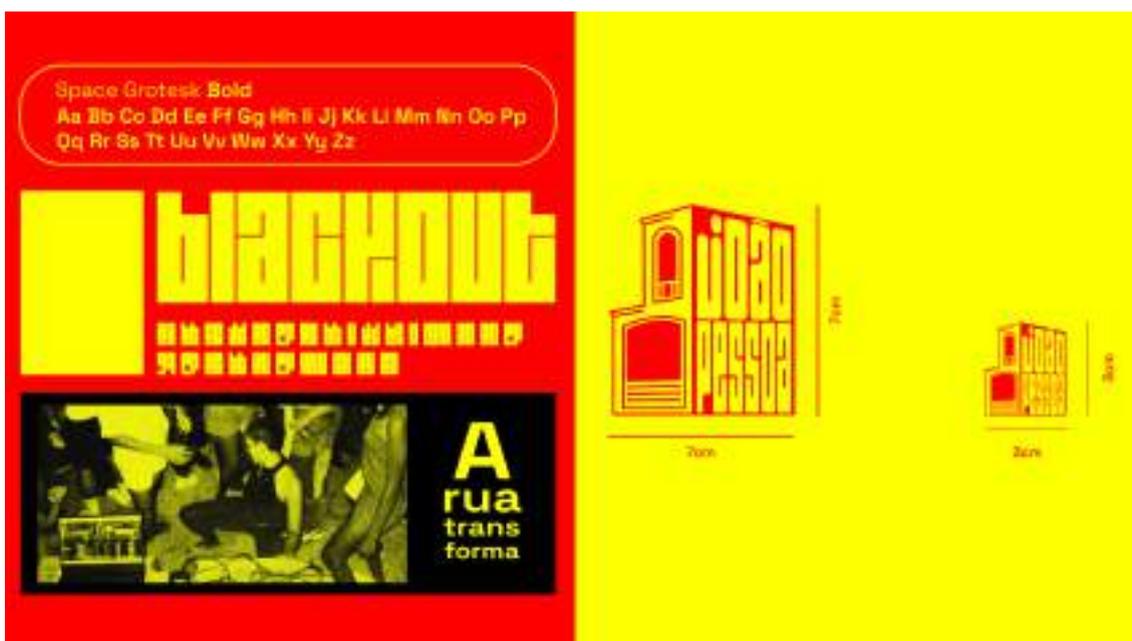
energia, enquanto o amarelo remete à criatividade e otimismo, alinhando-se ao caráter alternativo e inclusivo do evento.

Figura 29 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria



A tipografia do emblema é baseada na fonte Blackout, que foi modificada na ferramenta Adobe Illustrator para garantir maior adequação ao logotipo e reforçar sua presença visual. Para títulos e textos complementares, a família tipográfica Space Grotesk foi selecionada, trazendo modernidade e legibilidade ao projeto.

Figura 30 - Tipografias utilizadas no projeto e redução de logo. Fonte: De autoria própria



Após a definição dos conceitos iniciais, a dupla progrediu para o desenvolvimento do emblema definitivo, que equilibra elementos visuais impactantes com uma identidade coesa, representando o dinamismo e a diversidade cultural do centro histórico de João Pessoa.

Figura 31 - Emblema de João Pessoa. Fonte: De autoria própria



Especificação

O projeto resultou em uma identidade visual que vai além dos estereótipos regionais, destacando a cultura urbana e a diversidade do centro histórico de João Pessoa.

O emblema final e a identidade visual combinam uma paleta de cores vibrante, formas imponentes e fotografias que captam a atmosfera do 08centro e das pessoas que o frequentavam.

Essa composição visual reforça o caráter inclusivo e alternativo do evento, enquanto promove um diálogo entre o espaço histórico e suas manifestações culturais.

Desde o início, a escolha de destacar o 08centro trouxe profundidade cultural ao projeto, alinhando-o ao propósito de valorizar as expressões artísticas e sociais da cidade. A proposta não apenas respondeu ao *briefing*, mas também demonstrou o potencial transformador do design gráfico na preservação e promoção da cultura local.

Figura 32 - Fotografias e aplicações do emblema de João Pessoa. Fonte: De autoria própria



Figura 33 - Aplicação do emblema de João Pessoa. Fonte: De autoria própria



Figura 34 - Aplicação em camiseta. Fonte: De autoria própria



5.3.3. Liga Digital - Redesign de marca

Problematização

A Liga Digital é uma agência de marketing inovadora, voltada para soluções criativas e tecnológicas que impulsionam marcas no ambiente digital. Apesar de já possuir um logotipo criado por um profissional *freelancer*, a empresa carecia de uma identidade visual consistente que transmitisse sua autoridade e posição no mercado de marketing digital. O logotipo não necessitava de alterações no design, mas sua vetorização foi essencial para atualizar o símbolo e garantir um visual mais refinado.

Figura 35 - Logotipo antigo Liga Digital. Fonte: De autoria própria



O projeto de redesign foi conduzido na própria agência Liga Digital no primeiro semestre de 2024, em colaboração com o estagiário Felipe Michel. O objetivo era desenvolver uma identidade visual que refletisse os valores de criatividade, modernidade e inovação, posicionando a Liga Digital como referência no setor de marketing digital. A identidade visual deveria também ser versátil para aplicações em diversos materiais, como camisetas e cartões de visita, consolidando uma comunicação visual coerente e impactante.

Com base na metodologia de Maria Luísa Peón (2009), o projeto foi estruturado em etapas interligadas para assegurar um resultado coeso e alinhado aos objetivos da marca.

Inicialmente, foi realizado um *briefing* detalhado junto à equipe da Liga Digital para compreender as necessidades, valores e expectativas do projeto. Essa etapa permitiu alinhar o direcionamento criativo e garantir que a identidade visual traduzisse a essência inovadora e tecnológica da empresa.

Na sequência, foram analisadas referências visuais de marcas contemporâneas no setor de tecnologia. Essa análise forneceu uma base estética e conceitual para a criação de uma identidade visual que equilibra modernidade, criatividade e autoridade no ramo de marketing digital.

Figura 36 - Painel de referências visuais. Fonte: De autoria própria



Concepção

Na fase de Concepção, o logotipo existente foi então vetorizado utilizando grids para garantir refinamento e a possibilidade de aplicação em diversos formatos, tanto digitais quanto impressos. A vetorização foi essencial para aprimorar sua qualidade visual.

Figura 37 - Grid Liga Digital. Fonte: De autoria própria

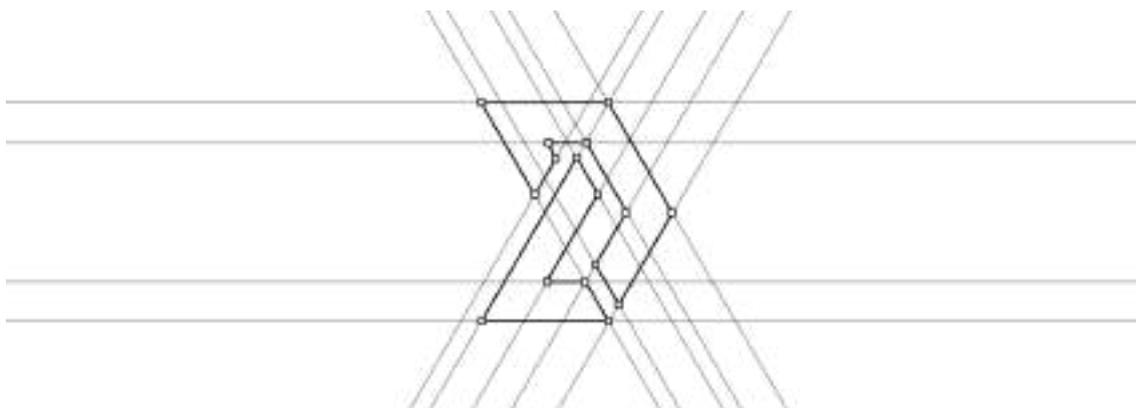


Figura 38 - Logo atualizado Liga Digital. Fonte: De autoria própria



Paralelamente, foi desenvolvida uma paleta monocromática com tons de verde, reforçando a conexão da marca com criatividade, crescimento e tecnologia. As cores branco e preto foram adicionadas para complementar e ampliar as possibilidades de aplicação visual. A escolha das cores visou transmitir modernidade e profissionalismo, alinhados à identidade da Liga Digital.

Figura 39 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria



A família tipográfica Adam foi selecionada por refletir tecnologia e modernidade. Essa tipografia foi utilizada de forma versátil em títulos e materiais promocionais, garantindo clareza e coesão visual.

Figura 40 - Tipografia do projeto. Fonte: De autoria própria

A imagem mostra a tipografia do projeto 'ADAM'. O nome 'ADAM' é escrito em uma fonte sans-serif, espaçada e em maiúsculas. À direita, as palavras 'BOLD', 'MEDIUM' e 'LIGHT' são listadas verticalmente, indicando as diferentes pesos da fonte.

Especificação

Por fim, foi criado um Guia de Identidade Visual, que orienta a aplicação da marca em diferentes contextos, como redes sociais, uniformes, materiais impressos e digitais. Esse guia assegura a consistência da comunicação visual em todos os canais e formatos.

O projeto de redesign resultou em uma identidade visual que transmite inovação, modernidade e criatividade, refletindo a essência da Liga Digital como referência no setor de marketing digital. O logotipo vetorizado com a nova paleta de cores e tipografia passou a atender aos padrões de qualidade exigidos, agregando sofisticação e versatilidade à comunicação visual.

A identidade visual foi aplicada com sucesso em diversos materiais, como camisetas, cartões de visita e materiais promocionais, reforçando a presença da marca e seu impacto no mercado. O projeto, conduzido de forma colaborativa com o estagiário Felipe Michel, não apenas modernizou a imagem da Liga Digital, mas também consolidou sua posição como uma agência de marketing inovadora e confiante em seu potencial de transformar a presença digital de seus clientes.

Figura 41 - Logo em moletom. Fonte: De autoria própria



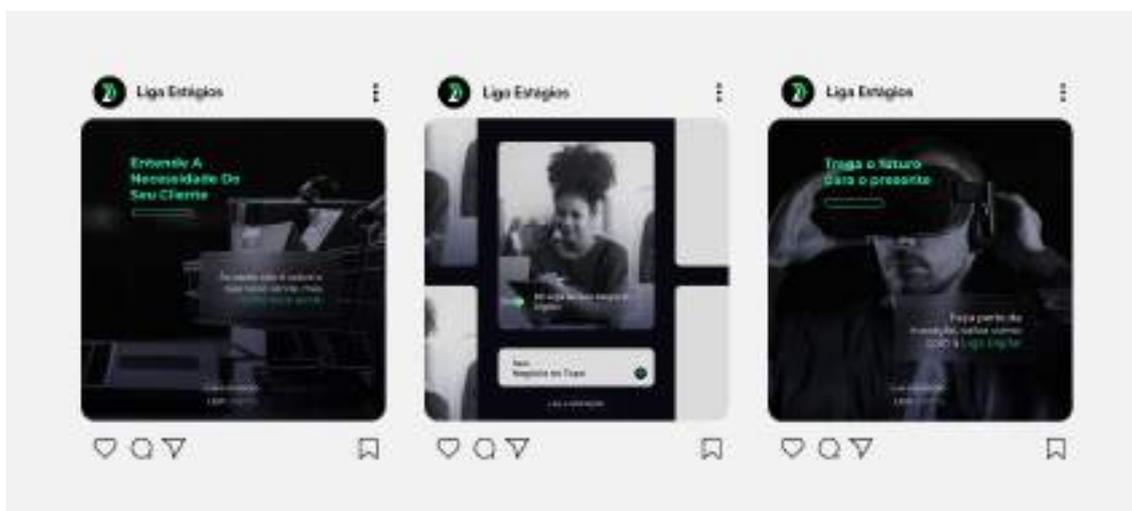
Figura 42 - Aplicação do logo em sala de reuniões. Fonte: De autoria própria



Figura 43 - Aplicação do logo em camiseta. Fonte: De autoria própria



Figura 44 - Social media. Fonte: De autoria própria



5.3.4. Liga Estágios - Redesign de marca

Problematização

A Liga Estágios é uma marca voltada para conectar estagiários a grandes empresas, utilizando tecnologia de ponta baseada em inteligência artificial. Apesar de já possuir um logotipo criado por um profissional *freelancer*, a marca carecia de uma identidade visual consistente e de uma comunicação alinhada ao seu propósito inovador.

Figura 45 - Logo antigo Liga Estágios. Fonte: De autoria própria



O projeto de redesign foi desenvolvido na agência Liga Digital no primeiro semestre de 2024, em colaboração com o estagiário Felipe Michel, com o objetivo de modernizar a marca e posicioná-la de forma mais estratégica no mercado. A tarefa envolveu a vetorização do logotipo existente, garantindo simetria e refinamento por meio do uso de grids, além da atualização da paleta de cores. A nova paleta manteve o azul e o laranja como cores principais, mas as tonalidades foram ajustadas para transmitir melhor a essência tecnológica e dinâmica da marca.

O desafio central era criar uma identidade visual que complementasse o logotipo e refletisse o papel da Liga Estágios como uma solução prática, moderna e acessível para estudantes e empresas.

Com base na metodologia de Maria Luísa Peón (2009), o projeto foi estruturado em etapas para garantir um resultado coeso e alinhado às expectativas da marca.

Inicialmente, foi realizado um *briefing* detalhado com a equipe da Liga Estágios para compreender as necessidades, limitações e objetivos do projeto. Em seguida, foram analisadas referências visuais de marcas tecnológicas e educacionais para inspirar a criação de uma identidade visual que equilibrasse modernidade e profissionalismo.

Figura 46 - Painel de referências visuais. Fonte: De autoria própria



Concepção

Na fase de concepção, deu-se início ao processo de vetorização do logotipo a partir de grids ajustando-o para atender aos padrões de qualidade exigidos para aplicações digitais e impressas.

Figura 47 - Grid Liga Estágios. Fonte: De autoria própria

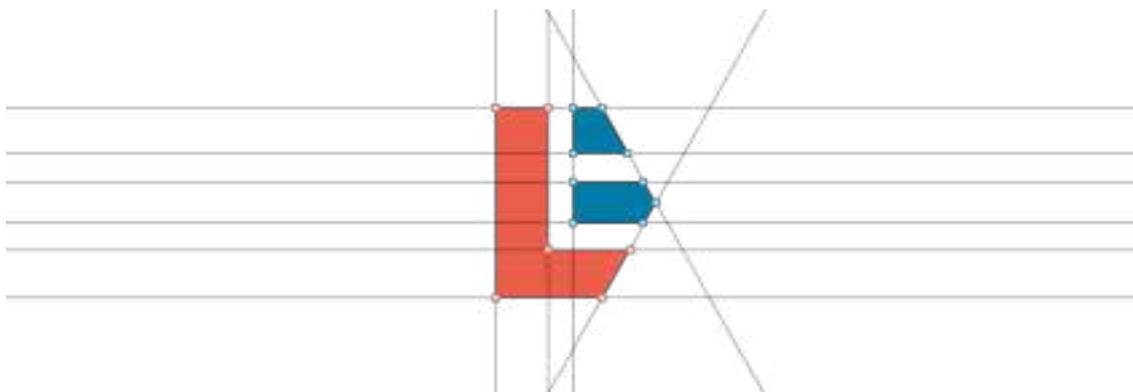


Figura 48 - Logo atualizado Liga Estágios. Fonte: De autoria própria



Paralelamente, foi desenvolvida uma nova paleta de cores, mantendo os tons de azul e laranja como base, mas ajustando-os para criar maior harmonia e impacto visual.

Figura 49 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria



A família tipográfica escolhida foi a Montserrat, que combina modernidade e versatilidade, sendo ideal para reforçar a identidade tecnológica e acessível da marca. A Montserrat foi utilizada tanto em títulos quanto em textos de apoio, garantindo uma comunicação visual clara e alinhada ao propósito da Liga Estágios.

Figura 50 - Tipografia do projeto e outras aplicações. Fonte: De autoria própria



O projeto foi conduzido de forma colaborativa, com *feedback* constante da equipe da Liga Estágios e a participação ativa do estagiário Felipe Michel, resultando em uma solução construída em conjunto.

Especificação

O redesign da Liga Estágios resultou em uma identidade visual que reflete modernidade, tecnologia e acessibilidade. O logotipo, agora vetorizado e simétrico, mantém sua essência original, mas com um visual mais refinado e profissional.

A nova paleta de cores, composta por tons de azul e laranja, reforça a conexão da marca com tecnologia e dinamismo, além de criar uma identidade visual coesa e impactante. Elementos gráficos adicionais foram desenvolvidos para complementar a comunicação visual, ampliando a presença da marca em diversos canais e contextos.

Também foi criado um Guia de Identidade Visual, que contém diretrizes básicas para garantir a consistência na aplicação de todo o projeto em diferentes contextos, como redes sociais, apresentações corporativas e materiais promocionais.

Com o projeto, a Liga Estágios ganhou uma "cara nova", alinhada ao seu propósito de conectar jovens talentos a grandes empresas, fortalecendo sua posição no mercado e ampliando sua capacidade de transformação na vida de estagiários e organizações.

Figura 51 - Aplicação em estande. Fonte: De autoria própria



Figura 52 - Uniforme Liga Estágios. Fonte: De autoria própria



Figura 53 - Cartão de visitas Liga Estágios. Fonte: De autoria própria



Figura 54 - Social Media Liga Estágios. Fonte: De autoria própria

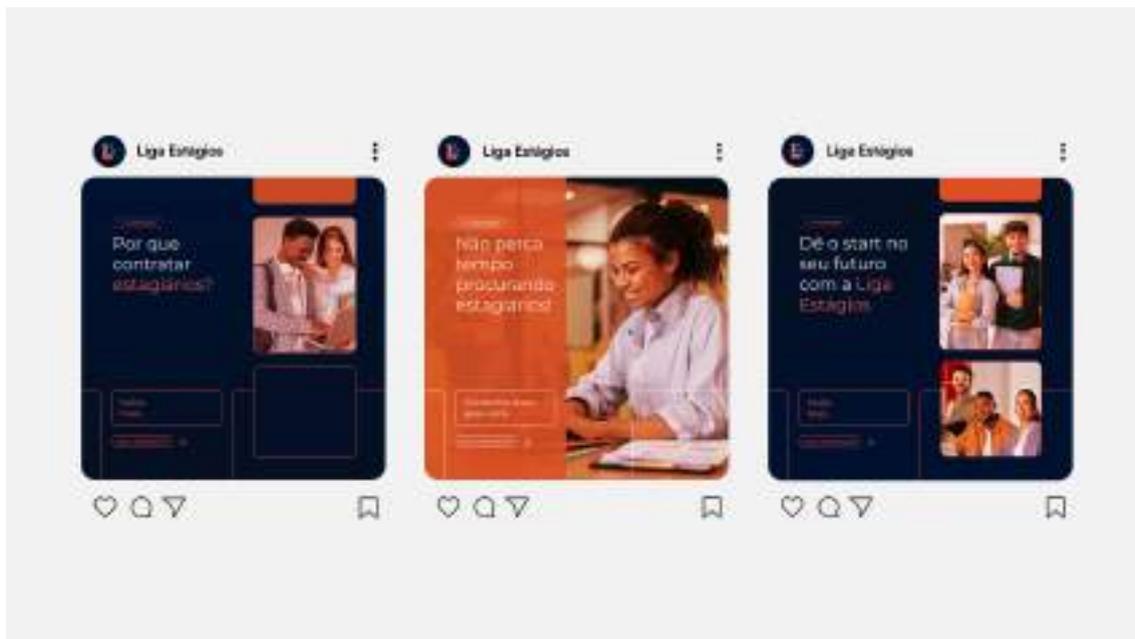


Figura 55 - Aplicações em poster. Fonte: De autoria própria



5.3.5. IALI - Projeto de Identidade Visual

Problematização

Este projeto foi desenvolvido durante o período de estágio na agência Liga Digital, no ano de 2024, com participação em todas as etapas, desde a criação do *namings* até a concepção final da identidade visual da IALI.

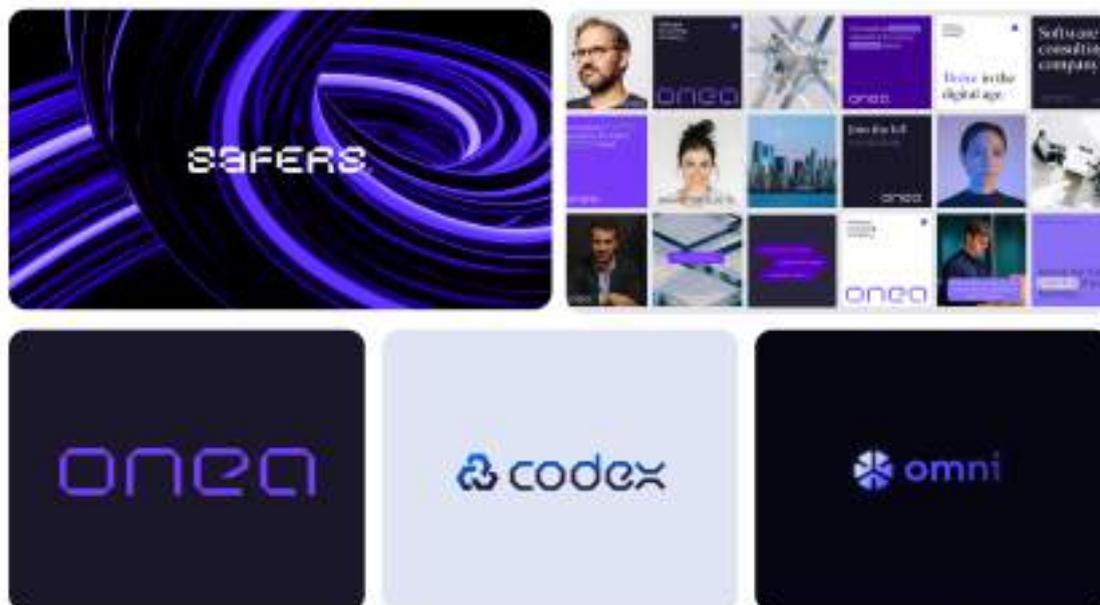
A IALI é uma inteligência artificial desenvolvida pela Liga Digital, projetada para revolucionar o mercado de atendimento ao cliente. Suas funcionalidades incluem ouvir e enviar áudios, realizar agendamentos, cancelamentos e remarcações, além de prestar atendimento via ligações, funcionando 24 horas por dia, 7 dias por semana. A proposta é que a IALI se assemelhe ao atendimento realizado por uma secretária humana, mas com a vantagem de estar sempre disponível.

O conceito central da identidade visual da IALI reflete sua natureza inovadora, tecnológica, minimalista e revolucionária.

Com base na metodologia de Maria Luísa Peón (2009), a partir da definição do *namings*, foi realizada uma reunião de *briefing* com o cliente, utilizando um questionário para compreender melhor as expectativas e necessidades do projeto.

Nessa etapa, foram identificados os principais atributos da marca, como inovação, tecnologia e minimalismo. O público-alvo da IALI é composto por pessoas de maior poder aquisitivo e grandes empresas que necessitam de um atendimento ágil para um grande volume de clientes. A partir dessas informações, criou-se um painel de referências de empresas similares, servindo como ponto de partida para a etapa de criação.

Figura 56 - Painel de referências visuais. Fonte: De autoria própria



Além disso, definiu-se que a presença da marca deveria ser tanto no meio digital, através de redes sociais e sites, quanto em materiais impressos, grandes eventos, programas televisivos e *podcasts*.

Concepção

Na fase de concepção, deu-se início ao processo de desenvolvimento da identidade. A cor roxa foi escolhida como a principal por transmitir sofisticação e criatividade, sendo ideal para uma marca de tecnologia que busca se destacar no mercado. Com base nas orientações do *briefing* e nas referências visuais, optou-se por uma paleta monocromática em tons vibrantes de roxo, que acrescenta um toque de ousadia à identidade da marca. Essa escolha diferenciada visa tornar a IALI mais atrativa e memorável para o seu público-alvo.

Figura 57 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria



A tipografia Satoshi foi escolhida para os títulos e textos da marca por sua abordagem minimalista e moderna.

Figura 58 - Família tipográfica do projeto. Fonte: De autoria própria



Foi criado um logotipo a partir de grids, juntamente com um símbolo em monograma que une as letras “i” e “a”, representando “inteligência artificial” e IALI. Essas propostas foram apresentadas ao cliente para validação.

Figura 59 - Grid IALI. Fonte: De autoria própria



Figura 60 - Logotipo IALI. Fonte: De autoria própria



Figura 61 - Símbolo em monograma. Fonte: De autoria própria



A solução foi aprovada na primeira apresentação, sem necessidade de alterações ou uma nova proposta.

Especificação

Após a aprovação final, foi elaborado um guia de identidade visual, contendo as diretrizes da marca para garantir a consistência em todas as suas aplicações.

Além de toda a criação da marca, um avatar foi desenvolvido utilizando inteligência artificial geradora de imagens, e posteriormente, foram feitos ajustes na ferramenta Photoshop da Adobe, com o objetivo de ser o rosto da marca. Também foi criado um modelo 3D do símbolo em monograma, complementando a identidade visual.

A identidade visual da IALI foi desenvolvida para transmitir inovação, sofisticação e tecnologia, todos os elementos da marca trabalham juntos para criar uma identidade única, alinhada ao perfil inovador e ao posicionamento da marca.

Figura 62 - Avatar da IALI. Fonte: De autoria própria



Figura 63 - Aplicação em moletom. Fonte: De autoria própria



Figura 64 - Aplicação em telão. Fonte: De autoria própria



Figura 65 - Aplicações diversas. Fonte: De autoria própria



Figura 66 - Aplicação em cartão de visitas. Fonte: De autoria própria

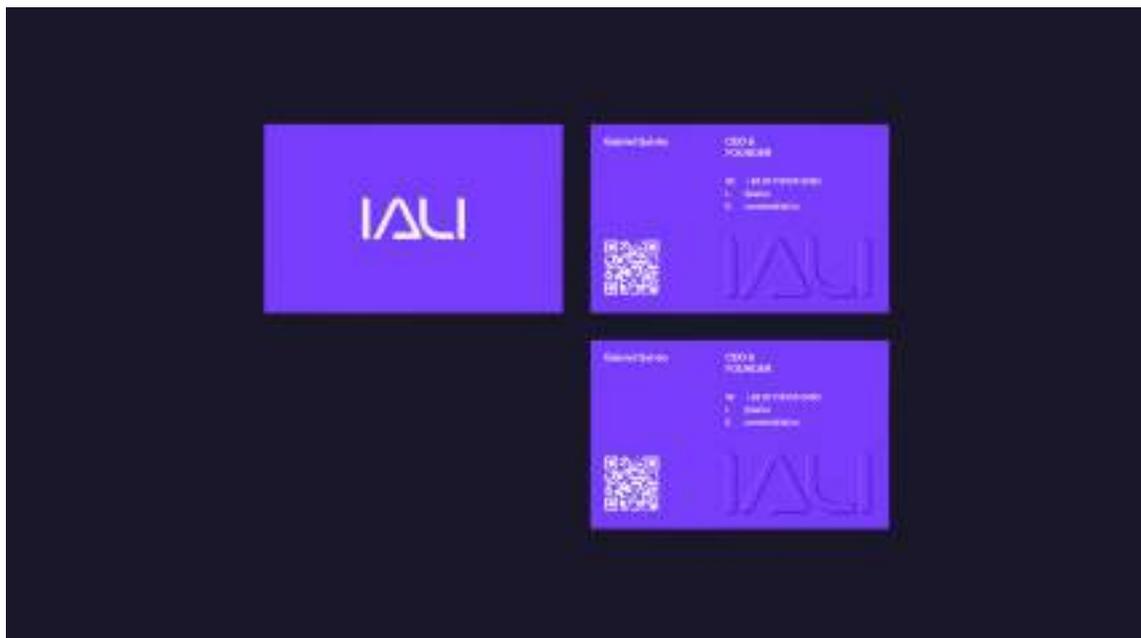


Figura 67 - Símbolo em 3D. Fonte: De autoria própria



Figura 68 - Aplicação em telão de conferência. Fonte: De autoria própria



5.3.6. Cris Gomes - Projeto de Identidade Visual para Confeiteira Artesanal

Problematização

Este projeto foi realizado de forma independente, como um trabalho *freelancer* para a cliente Cris Gomes que é uma confeiteira artesanal que combina delicadeza e sofisticação em cada criação. Apesar de já possuir um nome consolidado em seu mercado local, a marca carecia de uma identidade visual que refletisse o nível premium e o cuidado presentes em seus produtos. O objetivo era criar uma identidade que transmitisse elegância, minimalismo e profissionalismo, mantendo a abordagem artesanal e exclusiva que caracteriza a confeitaria de Cris Gomes.

A proposta foi desenvolver uma marca que não apenas destacasse a qualidade de seu trabalho, mas também se diferenciasse das tradicionais identidades visuais de confeitaria, geralmente associadas a tons pastéis e elementos coloridos. Nesse sentido, a marca Cris Gomes precisava refletir maturidade, sofisticação e um conceito premium acessível, alinhado ao preço justo oferecido aos clientes.

Para atender a essas demandas, o projeto envolveu a criação de um logotipo, a definição de uma paleta de cores monocromática e o desenvolvimento de aplicações em materiais como uniformes, embalagens e cartões de visita, garantindo uma comunicação visual coesa e impactante.

Com base na metodologia de Maria Luísa Peón (2009), o projeto teve início com um levantamento detalhado de informações através de um questionário para compreender as expectativas e objetivos da marca Cris Gomes.

Com os dados coletados, foi criado um *moodboard* que explorou o universo da marca Cris Gomes, destacando sua essência minimalista e sofisticada. Também foram analisadas referências visuais de marcas premium no segmento de confeitaria, que serviram como base para o desenvolvimento do projeto.

Figura 69 - Moodboard. Fonte: De autoria própria



Figura 70 - Painele de referências. Fonte: De autoria própria



Concepção

Na fase de concepção, o logotipo foi desenvolvido com base na ideia de representar o bico de confeitar como elemento principal. O design integra o símbolo do bico de confeitar ao final do nome “Cris Gomes”, reforçando o conceito artesanal e feito à mão. Para a tipografia, foi escolhida uma fonte *handwriting*, a Playwrite NO, que transmite delicadeza e personalidade, alinhada à proposta minimalista da marca, além

disso a tipografia teve pequenas modificações feitas na ferramenta Illustrator da Adobe para atender melhor o conceito do logotipo.

Figura 71 - Tipografia do projeto. Fonte: De autoria própria

Playwrite NO

Uma paleta de cores monocromática em tons de marrom foi criada para transmitir sofisticação e maturidade, reforçando a identidade profissional e elegante no segmento de confeitaria.

Figura 72 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria



Foi elaborada uma proposta de identidade visual que refletisse o conceito artesanal e a sofisticação desejada. A proposta foi apresentada à cliente e, após avaliação, aprovada imediatamente, atendendo plenamente às expectativas.

Figura 73 - Logotipo Cris Gomes. Fonte: De autoria própria



Especificação

Com a aprovação, foi desenvolvido um Guia de Identidade Visual, contendo orientações detalhadas sobre o uso do logotipo, paleta de cores e tipografia, garantindo a consistência da marca em diferentes aplicações e contextos.

O projeto resultou em uma identidade visual que reflete com precisão os valores da marca Cris Gomes. O logotipo minimalista com a tipografia *handwriting* destaca o caráter artesanal e o cuidado presente em cada criação. A paleta de cores monocromática em tons de marrom transmite sofisticação e reforça uma percepção de maturidade no mercado de confeitaria.

A aplicação da marca em materiais como uniformes, cartões de visita e sacolas reforça a comunicação premium e acessível, enquanto o ícone da marca contribui para uma identidade visual coesa e memorável em diferentes contextos. O Guia de Identidade Visual assegura que a marca mantenha sua consistência e impacto em todos os pontos de contato.

Ao apostar em uma abordagem minimalista e madura, a marca Cris Gomes se posiciona como uma referência em confeitaria artesanal premium, entregando experiências que vão além do paladar, proporcionando momentos únicos e inesquecíveis para seus clientes.

Figura 74 - Símbolo Cris Gomes. Fonte: De autoria própria



Figura 75 - Aplicação do símbolo. Fonte: De autoria própria



Figura 76 - Aplicação do logo em uniforme de confeitadora. Fonte: De autoria própria



Figura 77 - Aplicação em cartão de visitas. Fonte: De autoria própria



Figura 78 - Aplicação em sacola. Fonte: De autoria própria



Figura 79 - Aplicação em avental. Fonte: De autoria própria



Figura 80 - Variação do logo. Fonte: De autoria própria



5.3.7. Crio - Identidade visual para projeto expográfico e design de interfaces

Equipe: André Távora, João Rodrigues, Maria Clara, Maria Júlia, Rayane Vasconcelos e Severino Luiz.

Problematização

Este projeto foi desenvolvido na disciplina de Planejamento Visual IV, sob orientação da professora Rafaela Santana, no sexto e último período do curso de Design Gráfico, no semestre 2024.2, em colaboração com os colegas André Távora, Severino Luiz, Rayane Vasconcelos, Maria Júlia e Clara Vieira.

O objetivo principal era criar uma exposição digital interativa, desenvolvendo a identidade visual e a interface de um site e aplicativo para a exposição. O tema definido para o grupo foi "Arte", abordado de maneira ampla e abrangente.

Baseado na metodologia de Maria Luísa Peón (2009), o projeto iniciou-se com um levantamento detalhado de informações para a criação de um briefing.

Durante uma reunião, o grupo definiu a criação da Crio, uma rede social dedicada à promoção da arte independente. A plataforma foi idealizada como um espaço digital para reunir trabalhos de artistas emergentes de diferentes partes do mundo, com foco na divulgação de talentos muitas vezes invisibilizados pelo mercado tradicional.

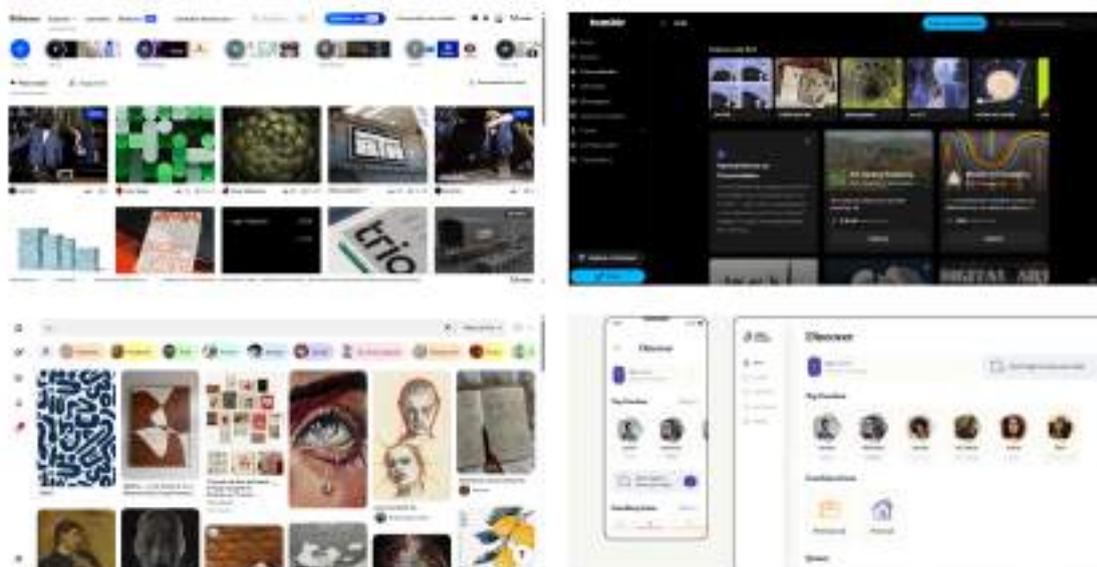
A Crio é uma plataforma interativa que combina um sistema dinâmico de leilões e exposições digitais mensais, com curadoria própria. Disponível em site e aplicativo, ela conecta artistas e público de forma inovadora, promovendo a arte independente e emergente.

Para compreender melhor o público-alvo e suas preferências, foi criado um moodboard com foco na persona da Crio. Esse recurso ajudou a identificar os interesses e comportamentos do público, orientando as decisões de design. Além disso, referências de interfaces de outras plataformas foram analisadas, fornecendo uma base sólida para o desenvolvimento das soluções visuais.

Figura 81 - Moodboard da persona. Fonte: De autoria própria



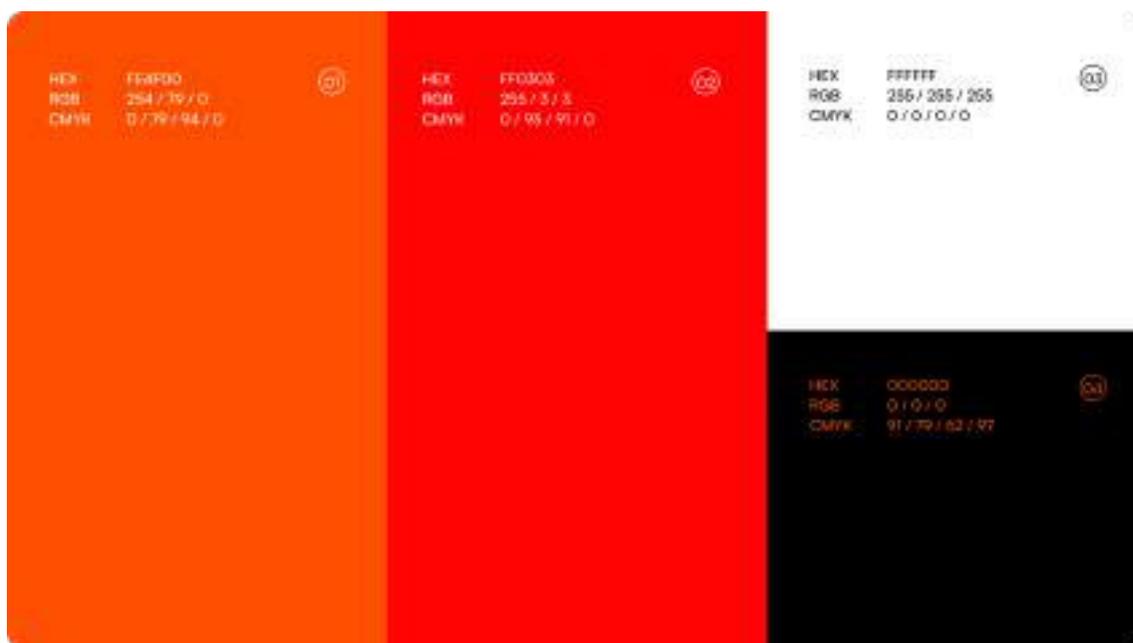
Figura 82 - Painel de referências de interfaces. Fonte: De autoria própria



Concepção

Na fase de concepção, foi definida uma paleta de cores minimalista com tons de laranja, remetendo à criatividade e à arte, complementada por branco e preto para assegurar contraste e versatilidade nas aplicações.

Figura 83 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria



Para o logotipo, foi escolhida a tipografia Borel, que transmite a ideia de algo feito à mão, sem perder a modernidade e a simetria necessárias para as interfaces digitais. Já para títulos e textos, a família tipográfica Fustat foi selecionada por seu estilo minimalista, que se alinha perfeitamente à proposta visual do projeto.

Figura 84 - Tipografias do projeto. Fonte: De autoria própria



Com a definição das tipografias e da paleta de cores, o logotipo tipográfico foi definido de forma minimalista e objetiva, refletindo o foco principal do projeto: a identidade visual das interfaces.

Figura 85 - Logotipo da Crio. Fonte: De autoria própria



A partir disso, iniciou-se o desenvolvimento das telas gráficas. Inspirando-se nas referências visuais, foi estabelecido o uso predominante do branco como fundo, com elementos arredondados que dialogam com a tipografia escolhida.

Os ícones, como notificações, página *home* e explorar, foram desenhados para garantir consistência visual e funcionalidade. Esse processo assegurou que as interfaces fossem intuitivas e esteticamente agradáveis, priorizando a experiência do usuário.

Figura 86 - Ícones. Fonte: De autoria própria



Especificação

Na etapa de especificação, o foco foi a finalização das telas e a implementação do projeto com base nas definições realizadas nas etapas anteriores. As interfaces criadas para o site e aplicativo foram refinadas, considerando aspectos de usabilidade, navegabilidade e consistência visual.

As telas finais incluíram páginas principais, como a inicial, a de exposições digitais e a de perfil do usuário, todas projetadas para oferecer uma experiência intuitiva e acessível. Elementos como ícones, botões e menus foram ajustados para garantir clareza e funcionalidade, sempre alinhados à identidade visual da Crio.

Além disso, uma apresentação detalhada do projeto foi desenvolvida, destacando todo o processo criativo, desde o levantamento de informações até a finalização das interfaces. Essa apresentação foi exibida para a professora Rafaela e para os colegas de turma, recebendo feedbacks positivos sobre a execução e a coerência do projeto.

Essa etapa consolidou o último trabalho em equipe feito na disciplina e reforçou a importância de cada decisão tomada ao longo do desenvolvimento, garantindo que o resultado final atendesse aos objetivos propostos e refletisse os valores da Crio como uma plataforma inovadora e inclusiva para a arte independente.

Figura 87 - Página inicial. Fonte: De autoria própria

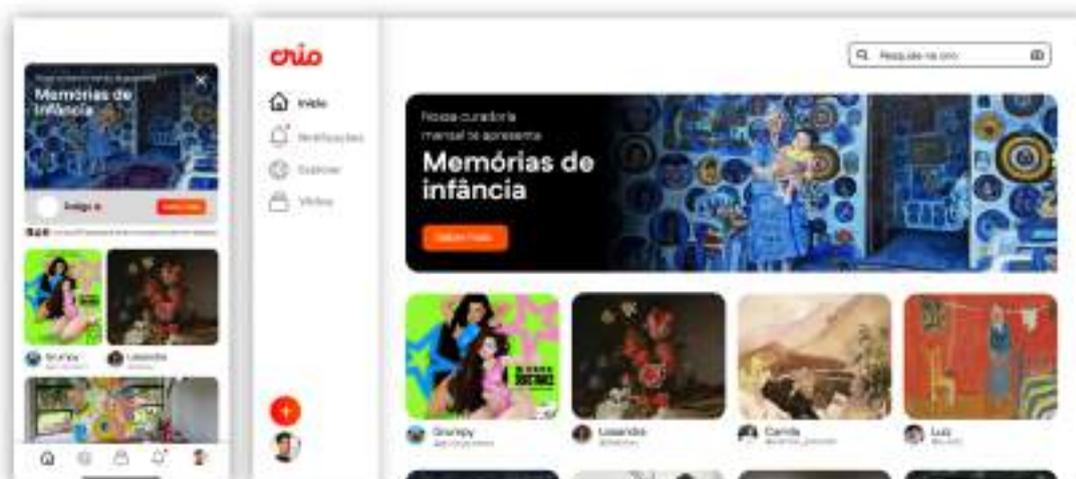


Figura 88 - Central de notificações e tela de peças da semana. Fonte: De autoria própria

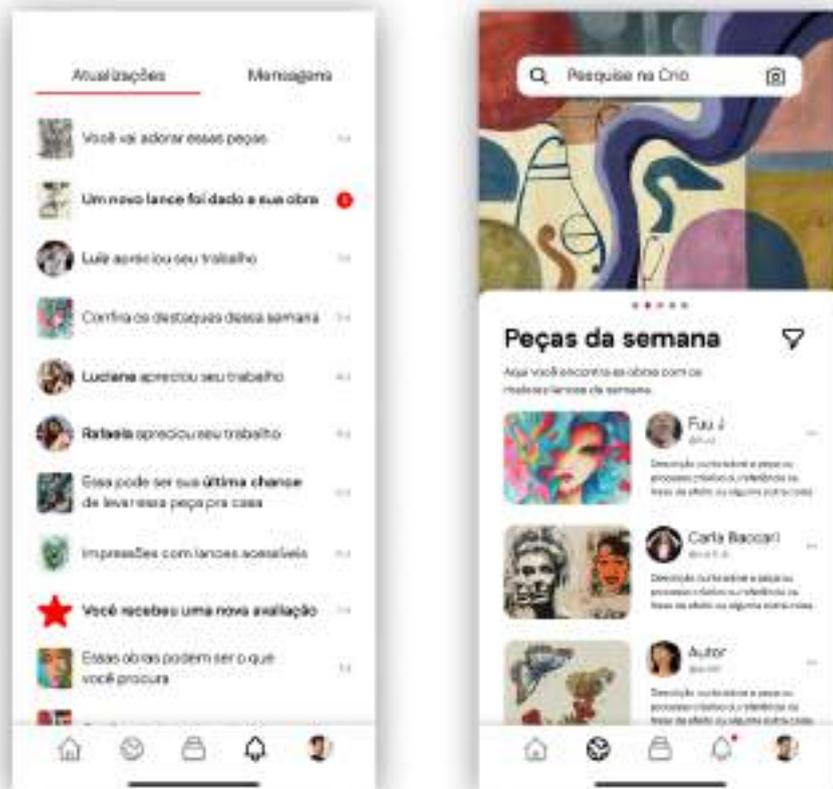


Figura 89 - Perfil do usuário. Fonte: De autoria própria

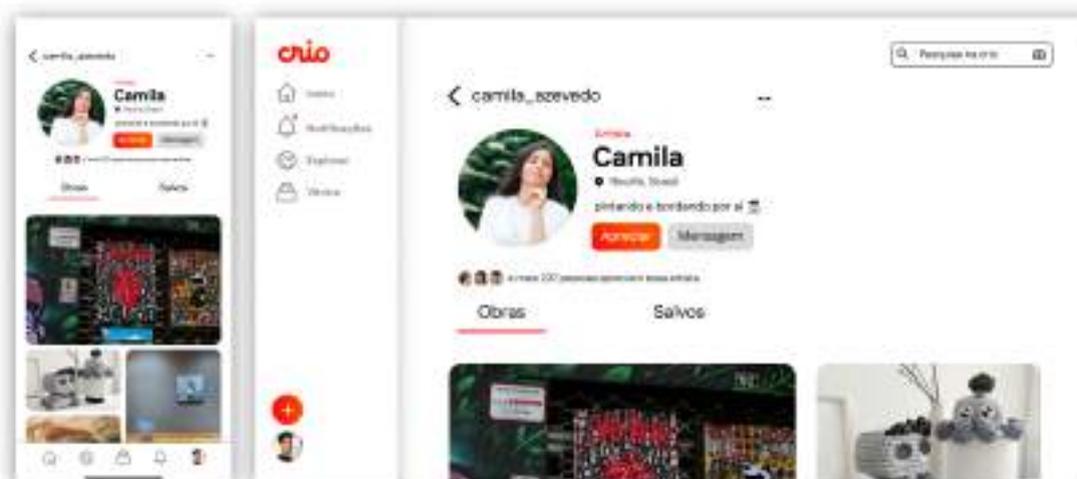


Figura 90 - Página de visualização das obras e suas informações. Fonte: De autoria própria



Figura 91 - Página de publicação das obras. Fonte: De autoria própria



5.3.8. JV - Identidade visual de marca pessoal

Problematização

Este projeto de marca pessoal foi desenvolvido na disciplina de Gestão de Projetos, ministrada no quinto período do curso de Design Gráfico, no semestre de 2024.1, pela professora Suellen Albuquerque. A disciplina teve como objetivo capacitar os estudantes para conduzir projetos de forma estratégica e racional, tanto no ambiente corporativo quanto na atuação como profissionais autônomos.

Como atividade final da disciplina, foi proposta a criação de uma identidade visual pessoal, com o intuito de refletir as habilidades e a personalidade de cada estudante enquanto designer. No contexto deste projeto, a marca pessoal foi elaborada para representar um profissional em início de carreira no ramo do Design Gráfico, com foco em áreas como identidade visual, design de embalagens, design de interfaces, fotografia e ilustração.

Por meio de pesquisas, definiu-se o briefing que orientou o projeto, detalhando as necessidades e objetivos da marca. Entre os atributos identificados, destacou-se a importância de transmitir uma imagem jovem, minimalista e profissional, capaz de inspirar confiança e destacar a autoridade do designer no mercado. A construção da identidade visual foi guiada pela metodologia adaptada de Maria Luísa Peón (2009), apresentada em seu livro *Sistemas de Identidade Visual*, que organiza o processo em três etapas principais.

Concepção

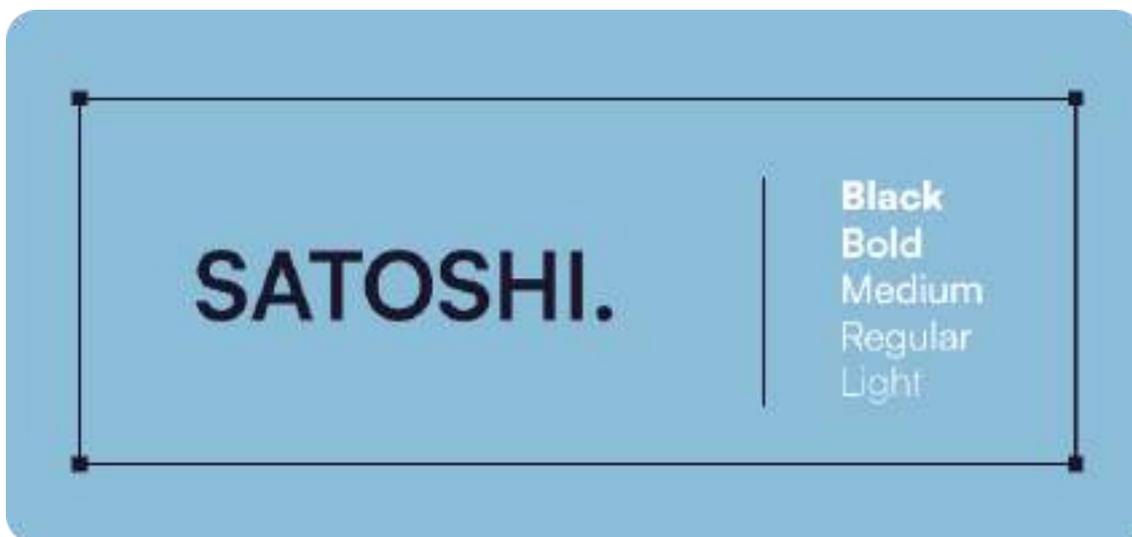
Com base no briefing, o projeto avançou para a fase de concepção, na qual foram definidos os principais elementos visuais da marca. A paleta de cores escolhida foi composta por tons de cinza e azul claro, complementados pelo preto e branco. O azul claro foi selecionado por transmitir tranquilidade, criatividade e modernidade, enquanto o cinza reforça a neutralidade e a sofisticação. O preto e o branco foram usados para garantir contraste e funcionalidade em diversas aplicações.

Figura 92 - Paleta de cor do projeto. Fonte: De autoria própria



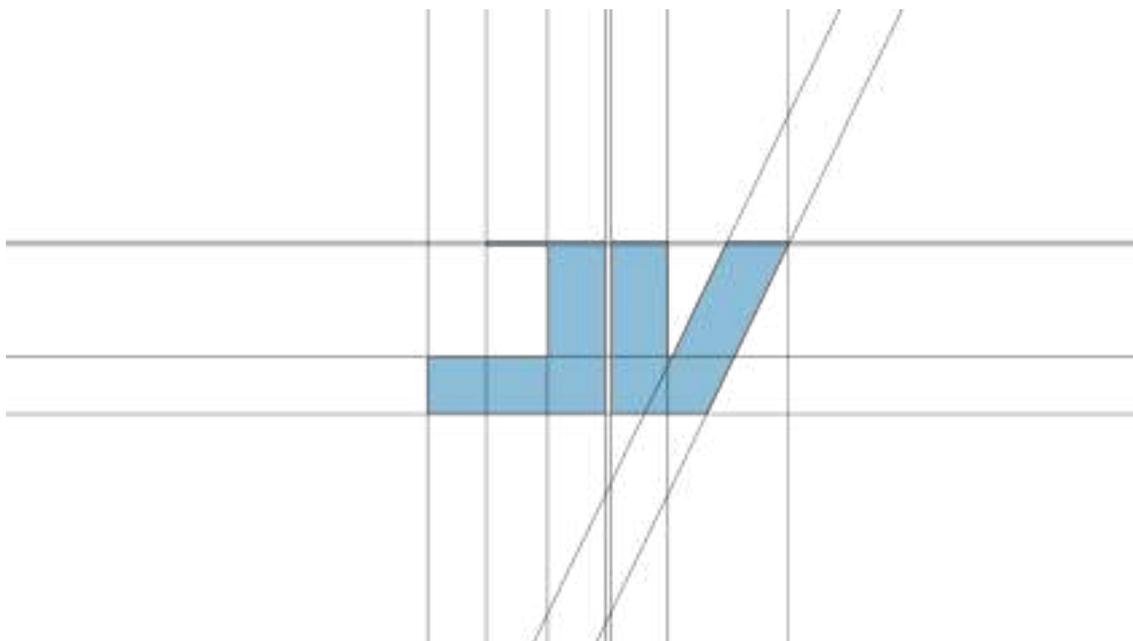
A tipografia escolhida foi a Satoshi, uma fonte sem serifa que se destaca pelo design moderno, minimalista e versátil, atendendo às necessidades de títulos e textos com clareza e elegância.

Figura 93 - Tipografia do projeto. Fonte: De autoria própria



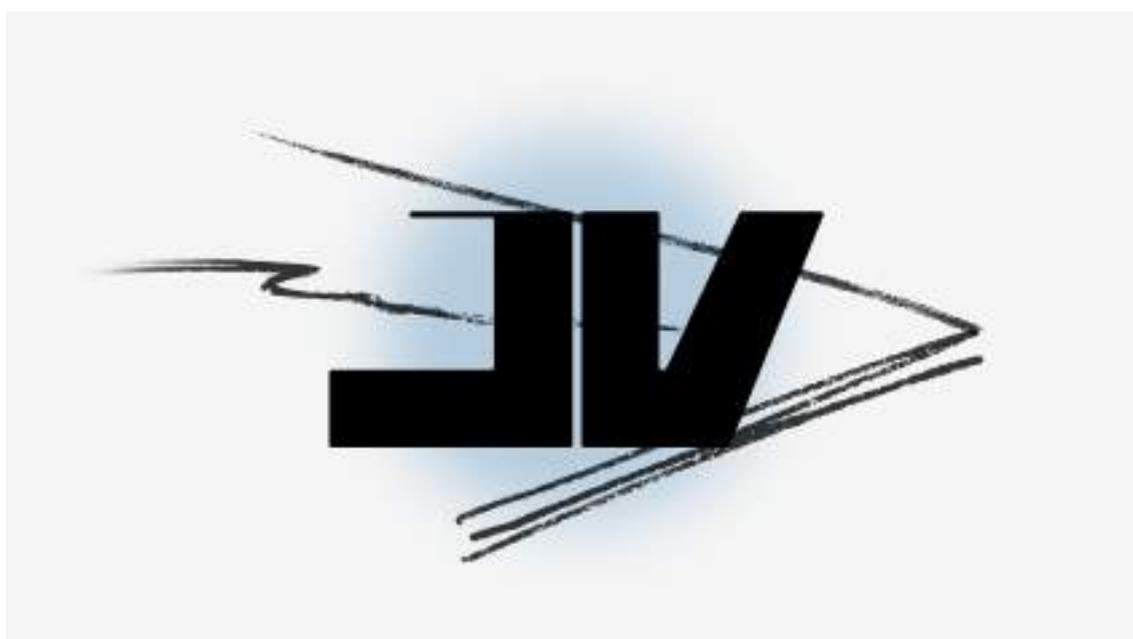
O logotipo foi desenvolvido a partir da abreviação do nome "João Vitor" para "JV". O design foi criado utilizando um grid e linhas-guia, o que garantiu um visual simétrico e equilibrado, reforçando o aspecto profissional da marca.

Figura 94 - Grid JV. Fonte: De autoria própria



Para agregar personalidade à identidade visual, foram incorporados rabiscos manuais que trazem um toque de autenticidade e criatividade, diferenciando a marca e alinhando-a ao estilo de trabalho do designer. Esses elementos complementares foram posicionados de forma que não compromettesse a harmonia visual do projeto.

Figura 95 - Logotipo JV. Fonte: De autoria própria



Especificação

Na etapa final do projeto, os elementos desenvolvidos foram aplicados de forma prática, atendendo às exigências da atividade. A identidade visual foi implementada em peças de papelaria, como cartões de visita, essenciais para a apresentação profissional do designer.

Além disso, foram criados e personalizados documentos fundamentais para a atuação no mercado, como contratos de prestação de serviços e propostas comerciais. Esses documentos foram projetados para refletir a identidade visual de forma consistente, garantindo uma apresentação coesa e profissional.

Por fim, uma apresentação visual do projeto foi desenvolvida e apresentada à professora Suellen Albuquerque. Essa etapa consolidou o processo, demonstrando como a identidade visual foi concebida e aplicada para atender às necessidades de um designer gráfico em início de carreira.

Figura 96 - Aplicação em cartão de visitas. Fonte: De autoria própria

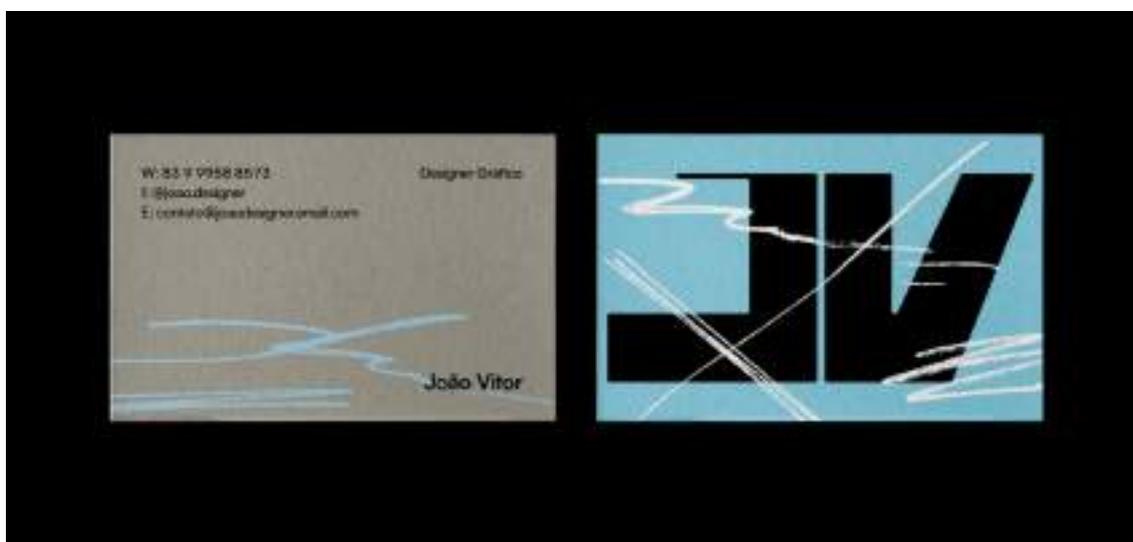


Figura 97 - Aplicação em ecobag. Fonte: De autoria própria



Figura 98 - Aplicação em modelo de contrato. Fonte: De autoria própria



6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como propósito a criação de um portfólio de design gráfico que reúne projetos desenvolvidos ao longo da graduação, durante o estágio na agência de marketing Liga Digital e em atividades como *freelancer*. O objetivo principal foi compartilhar as experiências e competências adquiridas ao longo do curso e da trajetória profissional. Para isso, foram definidos três objetivos específicos que nortearam todo o processo.

O primeiro objetivo foi selecionar dez projetos representativos de diferentes áreas do design gráfico, como identidade visual, design de embalagem e fotografia. Além disso, buscou-se incluir projetos de nichos variados, demonstrando a capacidade de adaptação a diferentes demandas e contextos. Essa curadoria priorizou a diversidade, a complexidade e a afinidade com cada área, oferecendo uma visão abrangente e consistente das habilidades desenvolvidas.

O segundo objetivo consistiu em revisitar cada projeto e organizar o material documentado durante o processo de criação. Essa etapa foi essencial para resgatar o contexto de cada trabalho, analisar os desafios enfrentados e destacar as soluções adotadas, promovendo uma compreensão mais profunda e detalhada do percurso criativo.

O terceiro objetivo foi apresentar os projetos de forma estruturada, justificando as escolhas feitas e evidenciando o pensamento estratégico, a criatividade e a capacidade de resolução de problemas aplicados em cada etapa. Essa abordagem não apenas valorizou os resultados finais, mas também destacou os processos e decisões que contribuíram para sua execução.

A elaboração deste portfólio proporcionou uma oportunidade significativa de refletir sobre a trajetória acadêmica e profissional, permitindo identificar as áreas de maior afinidade e consolidar as competências adquiridas ao longo do curso. Além disso, o portfólio se estabelece como uma ferramenta essencial para demonstrar habilidades a potenciais empregadores ou clientes, evidenciando a capacidade de desenvolver projetos de design gráfico com qualidade, estratégia e criatividade.

Por fim, este portfólio representa um marco importante na formação como designer gráfico. Ele reflete o esforço e a dedicação investidos durante a graduação e simboliza um ponto de partida para novos desafios e oportunidades que o campo do design gráfico pode oferecer.

REFERÊNCIAS

ALVES, Ticiano. **Como Fotografar Produtos**. João Pessoa, [s.n], 2022.

KLEON, Austin. **Mostre seu trabalho!** 1ª edição. Rio de Janeiro: Rocco, 2017.

MESTRINER, Fabio. **Design de Embalagem: Curso Básico**. 2ª Edição. [S. l.]: Pearson
Universidades, 2004.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de Identidade Visual**. [S. l.]: 2AB, 2009.

Declaração de Estágio em Design Gráfico

Declaro que o estagiário João Vitor da Silva Rodrigues, CPF nº 143.887.134-14, realizou atividades de Design Gráfico para a empresa Liga Digital, representada pelo CEO Gabriel Galvão, CPF nº 070.867.434-88, no período de 04/12/2023 a 28/10/2024.

Esta declaração é emitida para fins de comprovação de estágio, confirmando a veracidade das informações descritas.

João Pessoa, 04 de novembro de 2024.

 Documento assinado digitalmente
GABRIEL OLIVEIRA GALVAO
Data: 05/11/2024 13:53:31-0300
Verifique em <https://validar.br.gov.br>

ASSINATURA DO DECLARANTE

DECLARAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE DESIGN GRÁFICO

Declaro que o profissional JOÃO VITOR DA SILVA RODRIGUES, de CPF de número 143.887.134-14 prestou serviço de DESIGN GRÁFICO no projeto de IDENTIDADE VISUAL da marca CRIS GOMES, para a contratante CRISTINA HELENA GOMES CARTAXO, com CPF/CNPJ de número 007.668.254-42, no período de Dezembro de 2024 a Janeiro de 2025.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

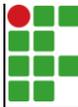
João Pessoa, 24 de Janeiro de 2025



ASSINATURA DO DECLARANTE

007.668.254-42

CPF/CNPJ

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

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC João Rodrigues

Assunto:	TCC João Rodrigues
Assinado por:	Joao Rodrigues
Tipo do Documento:	Projeto
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Joao Vitor da Silva Rodrigues, DISCENTE (202217010037) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDEL0, em 13/04/2025 20:45:01.

Este documento foi armazenado no SUAP em 13/04/2025. 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: 1459284

Código de Autenticação: f1de56bc76

