



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

PORTFÓLIO DE DESIGN GRÁFICO:
O Design como Agente Transformador

VITÓRIA DA SILVA AVELINO

CABEDELO
2025

VITÓRIA DA SILVA AVELINO

PORTFÓLIO DE DESIGN GRÁFICO:

O Design como Agente Transformador

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(a): Prof. Dr. Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves

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

A949p Avelino, Vitória da Silva.

Portfólio de design gráfico: O design como agente transformador. /Vitória da Silva Avelino. - Cabedelo, 2025.
147f. il.: Color.

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

Orientador(a): Prof. Dr. Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves.

1. Design gráfico. 2. Identidade visual. 3. Design de embalagem.
4. Tipografia. 5. Fotografia do produto. 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

Vitoria da Silva Avelino

PORTFÓLIO DE DESIGN GRÁFICO: O Design como Agente Transformador

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 14 de julho de 2025.

Membros da Banca Examinadora:

Prof. Dr. Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Dra. Raquel Rebouças Almeida Nicolau

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Me. Luciana M. Dinoá Pereira

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2025

Documento assinado eletronicamente por:

- **Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 14/07/2025 15:51:40.
- **Raquel Reboucas Almeida Nicolau, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 14/07/2025 17:39:05.
- **Luciana Mendonca Dinoa Pereira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 16/07/2025 23:27:56.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 10/07/2025. 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 735321
Verificador: f69821bab7
Código de Autenticação:



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

AGRADECIMENTOS

Chegar até aqui não foi fácil, e por isso sou imensamente grato(a) a todas as pessoas que caminharam comigo nesta jornada.

Em primeiro lugar, agradeço a Deus por me permitir viver este ciclo, por me tornar forte e resiliente diante dos desafios que surgiram durante o caminho, e por me conceder sabedoria para lidar com as idas e vindas.

Minha gratidão à minha mãe, Maria Quitéria, que sempre me apoiou e ajudou da maneira que pôde, sempre dizendo que estava ali para segurar a minha mão. Com seu amor, carinho, dedicação e companheirismo, ela tornou este ciclo mais leve e tranquilo. Às minhas irmãs, Valéria e Viviane, que sempre me motivaram com gestos e palavras de afeto, dizendo que seguiam os meus passos e reafirmando o meu talento como designer. Vocês são meu alicerce.

Agradeço também ao meu namorado, Adelson, que sempre me incentivou e acreditou em mim, fazendo questão de lembrar que estava ao meu lado para tudo o que eu precisasse. Com suas brincadeiras, arrancava sorrisos mesmo nos momentos mais tensos, sempre me chamando com carinho de “Minha Designer”.

Aos professores, que, mesmo diante dos empecilhos, deram o seu melhor para que concluíssemos o curso com o conhecimento necessário para nos tornarmos excelentes profissionais. Agradeço pela dedicação, pelo companheirismo, pelas brincadeiras e pelos momentos descontraídos. Sou grata a cada um por serem quem são e por exercerem com tanto valor uma profissão tão essencial na vida das pessoas.

Meu agradecimento especial ao orientador Ticiano Alves, pela dedicação, paciência e por me transmitir calma. Sua orientação foi essencial para que eu conseguisse dar continuidade e concluir o Trabalho de Conclusão de Curso de forma leve e prazerosa. Seu conhecimento, com certeza, levarei para minha vida profissional.

Às amigas que construí ao longo dessa jornada, meu muito obrigada. Mesmo em meio a um período conturbado e cheio de desafios, estivemos sempre juntos, oferecendo apoio mútuo. Nos intervalos, compartilhamos conversas leves, rimos de assuntos aleatórios, celebramos conquistas e dividimos as dificuldades. Esses momentos fizeram toda a diferença e tornaram o percurso mais leve. Meus sinceros agradecimentos a João Batista, Mariah Victória, Yohana Echila, Júlia Cavalcanti, Lara Mel, Gabriela Queiroz, Ingrid Fiuza, Kaio Lucas, Sofia Calzavara e Lívia Tavares.

RESUMO

Este portfólio integra a etapa final do Curso do Tecnólogo em Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) – Campus Cabedelo. Além de um requisito acadêmico, ele representa a consolidação dos conhecimentos adquiridos ao longo da formação e reflete o crescimento pessoal e profissional da estudante. No caso da designer Vitória da Silva Avelino, o portfólio foi construído a partir de uma seleção criteriosa de dez projetos, distribuídos em diferentes categorias: Identidade Visual, com base na metodologia de Alina Wheeler (2019); Design de Embalagem, seguindo Fábio Mestriner (2002); Tipografia, com as diretrizes de Tim Brown (2010); Fotografia de Produto, a partir de uma adaptação da metodologia do Weekend Creative (ALVES, 2022); Design de Superfície, segundo Maria Luísa Peón (2009); e Design, Sociedade e Cultura, também fundamentado na abordagem de Peón. Cada projeto foi escolhido por evidenciar a evolução da designer, tanto nas competências técnicas quanto na construção de um olhar mais criativo e sensível ao universo do design gráfico. Esta compilação pode ser verificada no perfil de Vitória da Silva Avelino, no Behance.

Palavras-Chave: Design Gráfico, Identidade Visual, Design de Embalagem, Tipografia, Fotografia de Produto

ABSTRACT

This portfolio is the final step in the Graphic Design Technologist Course at the Federal Institute of Paraíba (IFPB) – Cabedelo Campus. More than an academic requirement, it represents the consolidation of the knowledge acquired throughout the program and reflects the student's personal and professional growth. In the case of designer Vitória da Silva Avelino, the portfolio was built from a careful selection of ten projects, distributed into different categories: Visual Identity, based on the methodology of Alina Wheeler (2019); Packaging Design, following Fábio Mestriner (2002); Typography, with the guidelines of Tim Brown (2010); Product Photography, based on an adaptation of the Weekend Creative methodology (ALVES, 2022); Surface Design, according to Maria Luísa Peón (2009); and Design, Society, and Culture, also grounded in Peón's approach. Each project was chosen to highlight the designer's evolution, both in technical skills and in the development of a more creative and sensitive perspective on the universe of graphic design. This compilation can be viewed on Vitória da Silva Avelino's Behance profile.

Keywords: *Graphic Design, Visual Identity, Packaging Design, Typography, Product Photography.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Análise referências.....	16
Figura 2. Tipografia: Bookman Old Style - Bold e Paleta de Cores.....	17
Figura 3. Tipografia: Gal Gothic - Bold e Paleta de Cores.....	18
Figura 4. Grid Cartaz 1 e Grid Cartaz 2.....	18
Figura 5. Aplicação do Cartaz 1.....	19
Figura 6. Aplicação do Cartaz 2.....	19
Figura 7. Cartaz 1.....	20
Figura 8. Cartaz 2.....	21
Figura 9. Esboços.....	24
Figura 10. Paleta de Cores.....	24
Figura 11. Grid Café com Segurança.....	25
Figura 12. Aplicação Banner.....	26
Figura 13. Arte Café com Segurança.....	27
Figura 14. Brainstorm.....	29
Figura 15. Aula introdutória sobre o Design Gráfico.....	30
Figura 16. Turma do sexto ano B.....	31
Figura 17. Orientação para a dinâmica.....	31
Figura 18. Grupo 1.....	32
Figura 19. Grupo 2.....	33
Figura 20. Grupo 3.....	33
Figura 21. Grupo 4.....	34
Figura 22. Embalagens prontas.....	35
Figura 23. Premiação.....	35
Figura 24. Votação.....	36
Figura 25. Votação.....	36
Figura 26. Equipe vencedora (Grupo 4).....	37
Figura 27. Paleta de Cores.....	38
Figura 28. Tipografias.....	38
Figura 29. Grid Descomplicando o Design.....	39
Figura 30. Aplicação da Luva.....	39
Figura 31. Aplicação do Livreto.....	40
Figura 32. Páginas do Livreto.....	40
Figura 33. Páginas do Livreto.....	41
Figura 34. Planificação.....	41
Figura 35. Análise de concorrentes.....	44
Figura 36. Alguns Concorrentes.....	45
Figura 37. Análise de referências.....	46
Figura 38. Rascunhos.....	46
Figura 39. Paleta de Cores.....	47
Figura 40. Tipografia: Source Sans Variable.....	48
Figura 41. Tipografia: Side Note Variable.....	48

Figura 42. Grid Drip Coffee - Peça publicitária.....	49
Figura 43. Planificação.....	50
Figura 44. Embalagem física - tampa.....	51
Figura 45. Embalagem física - posterior.....	52
Figura 46. Aplicação para Instagram.....	53
Figura 47. Peça publicitária.....	54
Figura 48. Votação para a escolha dos animais.....	57
Figura 49. Análise de referências.....	57
Figura 50. Esboços dos animais.....	58
Figura 51. Nome da Coleção.....	59
Figura 52. Paca.....	59
Figura 53. Capivara.....	60
Figura 54. Tamanduá bandeira.....	60
Figura 55. Sagui-de-tufo-branco.....	61
Figura 56. Ararinha azul.....	61
Figura 57. Paleta de Cores.....	62
Figura 58. Estampa Contínua.....	63
Figura 59. Estampa Localizada.....	63
Figura 60. Aplicação para Instagram.....	64
Figura 61. Aplicação Pijama manga longa e calça.....	65
Figura 62. Aplicação Pijama manga curta e short.....	65
Figura 63. Aplicação Meias.....	66
Figura 64. Aplicação Tapa olho.....	66
Figura 65. Aplicação Almofada de pescoço.....	67
Figura 66. Aplicação colcha.....	67
Figura 67. Aplicação Almofadas.....	68
Figura 68. Aplicação Travesseiro.....	68
Figura 69. Aplicação Cama.....	69
Figura 70. Aplicação Física (Ursinho, Travesseiro e Camisa).....	69
Figura 71. Comunidade Ribeirinha.....	71
Figura 72. Comunidade Ribeirinha.....	72
Figura 73. Exposição do Museu EXEA.....	73
Figura 74. Exposição Museu EXEA.....	73
Figura 75. Análise de Referências.....	74
Figura 76. Brainstorm.....	75
Figura 77. Análise de referências.....	75
Figura 78. Esboços.....	76
Figura 79. Cultura das velas em Cabedelo.....	77
Figura 80. Paleta de Cores.....	77
Figura 81. Utensílios.....	78
Figura 82. Areia - Prato Raso.....	78
Figura 83. Mar - Prato Fundo.....	79
Figura 84. Corda de Sisal - Sousplat.....	79
Figura 85. Rede de Pesca - Passadeira.....	80

Figura 86. Agulha de confeccionar rede - Talheres.....	80
Figura 87. Vela - Guardanapo.....	81
Figura 88. Aplicação.....	81
Figura 89. Aplicação Mesa Posta.....	82
Figura 90. Aplicação prato fundo e prato raso.....	82
Figura 91. Aplicação com alimento.....	83
Figura 92. Análise de referência.....	85
Figura 93. Shootplan.....	85
Figura 94. Representação do Plano Inteiro.....	86
Figura 95. Representação do Plano Aéreo (primeira fotografia).....	87
Figura 96. Representação do Plano Aéreo (segunda fotografia).....	88
Figura 97. Representação do Plano Detalhe (primeira fotografia).....	89
Figura 98. Representação do Plano Detalhe (segunda fotografia).....	90
Figura 99. Representação do Plano Aéreo (Plongée).....	91
Figura 100. Representação do Plano Contexto.....	92
Figura 101. Plano Inteiro.....	93
Figura 102. Plano Detalhe.....	94
Figura 103. Plano Detalhe.....	95
Figura 104. Plano Contexto.....	96
Figura 105. Plano Aéreo (Plongée).....	97
Figura 106. Plano Aéreo.....	98
Figura 107. Plano Aéreo.....	99
Figura 108. Análise de referências.....	101
Figura 109. Painel Persona.....	102
Figura 110. Imersão.....	102
Figura 111. Imersão.....	103
Figura 112. Imersão.....	103
Figura 113. Imersão.....	104
Figura 114. Esboços.....	105
Figura 115. Esboços.....	105
Figura 116. Primeiras versões.....	106
Figura 117. Esboços da tipografia.....	106
Figura 118. Esboços dos Grafismos.....	107
Figura 119. Versão Final.....	108
Figura 120. Paleta de Cores.....	109
Figura 121. Tipografia Autoral.....	109
Figura 122. Tipografia de apoio: Commissioner.....	110
Figura 123. Grafismos.....	110
Figura 124. Ilustrações.....	111
Figura 125. Assinatura Visual.....	111
Figura 126. Aplicação da etiqueta.....	112
Figura 127. Aplicação Cartão de Visita.....	112
Figura 128. Aplicação Adesivo.....	113
Figura 129. Grafismos.....	113

Figura 130. Aplicação em placa.....	114
Figura 131. Aplicação para Instagram.....	114
Figura 132. Aplicação para Instagram.....	115
Figura 133. Imersão.....	117
Figura 134. Imersão.....	118
Figura 135. Imersão.....	118
Figura 136. Imersão.....	119
Figura 137. Imersão.....	119
Figura 138. Esboços da nomenclatura.....	120
Figura 139. Análise de referências.....	120
Figura 140. Esboços.....	121
Figura 141. Esboços dos grafismos.....	121
Figura 141. Análise de referências peças publicitárias.....	122
Figura 142. Assinatura Visual.....	122
Figura 143. Paleta de Cores.....	123
Figura 144. Tipografias: Asterisk Sans e Mulish.....	124
Figura 145. Assinatura Visual.....	124
Figura 146. Peça publicitária Outdoor.....	125
Figura 147. Aplicação peça publicitária Outdoor.....	125
Figura 148. Aplicação de divulgação para Instagram.....	126
Figura 149. Peça publicitária Suplemento.....	127
Figura 150. Aplicação Peça publicitária do suplemento.....	128
Figura 151. Aplicação do Suplemento.....	128
Figura 152. Edições anteriores do Pulse.....	131
Figura 153. Análise de referências.....	131
Figura 154. Mapa Mental.....	132
Figura 155. Esboços.....	132
Figura 156. Símbolo.....	133
Figura 157. Assinatura Visual.....	133
Figura 158. Paleta de Cores.....	134
Figura 159. Tipografias: Vinilla e Elza Text.....	134
Figura 160. Grafismos.....	135
Figura 161. Assinatura Visual.....	135
Figura 162. Arte dos crachás.....	136
Figura 163. Aplicação crachás.....	136
Figura 164. Aplicação Moleskine.....	137
Figura 165. Aplicação Ecobag.....	137

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	11
2. METODOLOGIAS.....	12
3. PORTFÓLIO DE PROJETOS.....	15
3.1. Editorial.....	15
3.1.1. Cartazes Tipográficos - Projeto de Tipografia (2023.2).....	15
3.1.2. Café com Segurança - Banner Institucional (2024.2).....	23
3.1.3. Descomplicando o Design - Ação social envolvendo o Design (2024.1).....	28
3.2 Design de Embalagem.....	43
3.2.1 Drip Coffee - Projeto de Design de Embalagem (2023.1).....	43
3.3 Design de Superfície.....	56
3.3.1 Soninho Nordeste - Projeto de Design de Superfície (2024.2).....	56
3.3.2 Encanto das Velas - Projeto de Design de Superfície (2024.2).....	71
3.4 Fotografia de Produto.....	84
3.4.1 Colorado Appia - Projeto de Fotografia Digital (2024.1).....	84
3.5 Identidade Visual.....	100
3.5.1 Forma de Tecer - Projeto de Identidade Visual (2023.2).....	100
3.5.2 AYU Academia e Espaço de Bem-estar - Projeto de Identidade Visual (2025.1).....	115
3.5.3. Pulse 2024 - Projeto de Identidade Visual (2024.2).....	130
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	139
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	140
ANEXOS.....	141

1. APRESENTAÇÃO

O portfólio é um dos formatos permitidos como Trabalho de Conclusão do Curso de Tecnólogo em Design Gráfico do IFPB – Campus Cabedelo. Nele foi apresentada uma coleção de dez projetos que destacam a evolução da designer Vitória da Silva Avelino ao longo de sua trajetória acadêmica e profissional.

Conforme Barrett (2010, p. 6), o portfólio é uma coleção intencional de trabalhos que evidencia os esforços, progressos e conquistas de uma pessoa em áreas específicas. Para a autora, esse documento deve incluir critérios de seleção (curadoria), evidências de trabalho e reflexões sobre os materiais apresentados. Nesse contexto, o portfólio reuniu projetos desenvolvidos por estudantes ou profissionais de determinada área com o objetivo de demonstrar sua trajetória, habilidades e evolução para potenciais clientes. Assim, essa ferramenta se tornou essencial para a divulgação dos projetos, como também para o desenvolvimento de um olhar crítico e avaliativo sobre o próprio trabalho.

Além disso, o desenvolvimento do portfólio foi essencial para destacar a designer gráfica no mercado de trabalho, permitindo seu reconhecimento profissional e a divulgação de suas competências dentro de sua área de atuação. Ao final, é importante ressaltar que o portfólio explicou, de forma clara e objetiva, as etapas de cada projeto apresentado, com o intuito de demonstrar como a designer foi uma agente transformadora, capaz de oferecer soluções criativas e eficazes para os problemas.

O portfólio da designer Vitória Avelino conteve projetos de identidade visual, fotografia de produtos, design social, tipografia, design de superfície e design de embalagem. Cada categoria de projeto seguiu uma metodologia adaptada, tendo em comum a descrição da problemática, metodologia, soluções encontradas e aplicações. Essa coletânea acadêmica e profissional está disponível no perfil da designer na plataforma Behance: <https://www.behance.net/vitoriaavelino20>

2. METODOLOGIAS

As principais áreas do design abordadas pela designer Vitória da Silva Avelino são Identidade Visual, Design de Embalagem e Fotografia de produtos. Cada projeto, pertencente a uma área distinta, empregou uma metodologia adaptada de um autor especialista no respectivo domínio.

Em projetos editoriais, foi utilizada a metodologia adaptada de Tim Brown (2010) especialista em *design thinking*, uma abordagem centrada no ser humano para inovação e resolução de problemas. Ele foca em integrar as necessidades das pessoas, as possibilidades da tecnologia e as exigências do negócio para criar soluções inovadoras. Ela fundamenta-se nas etapas de definição, ideação, prototipagem e testes.

1 - Definição	2 - Ideação	3 - Prototipagem	4 - Testes
Formulação do problema e necessidade do usuário.	Geração de ideias.	Simulação e visualização das soluções.	Experimentação com usuários reais.

Para Design de Embalagens, utilizou-se a metodologia de Fábio Mestriner (2002), um designer brasileiro, que atua nesta área. É reconhecido pela forma analítica, estratégica, funcional e estética de seu trabalho, tornando-se uma grande referência nacional e internacional. Sua metodologia é composta pelo *briefing*, pesquisa de campo, *monkey survey*, estratégia de design, design de embalagem e implantação do projeto.

1 - Briefing	2 - Estudo de Campo	3 - Monkey Survey	4 - Estratégia de Design	5 - Design de Embalagem	6 - Implantação do projeto
Estudo da demanda do cliente.	Análise de mercado.	Coleta de feedback.	Definição do conceito.	Criação visual e funcional.	Produção, testes e lançamento da embalagem.
Definição do escopo do projeto.	Comportamento do público e tendências.	Validação das hipóteses de criação.	Planejamento da embalagem e seus valores.	Consideração de aspectos técnicos, funcionais e estéticos.	Ajustes finais e alinhamento com a cadeia produtiva.

Em Fotografia de produto, foi utilizada a metodologia adaptada do *Weekend Creative*, formado pela dupla de designers Arabela Espinoza e Elle Mitchell, são especialistas em fotografia de produtos que apresentam uma metodologia baseada na criatividade com trabalhos marcantes, que buscam transmitir a identidade da marca. Já Alves (2022), usa como referência o próprio estúdio (*Weekend Creative*), adaptou a metodologia com as etapas de seleção do produto, pesquisa do produto, *brainstorm*, *shootplan*, execução do *shootplan* (sessão fotográfica), tratamento das imagens e entrega, consecutivamente.

1 - Seleção do produto	2 - Pesquisa do produto	3 - <i>Brainstorm</i>	4 - <i>Shootplan</i>	5- Execução do <i>shootplan</i>	6 - Tratamento das imagens	7 - Entrega
Escolha do produto.	Análise de mercado.	Análise de referências e compilação de ideias.	Cronogram a detalhado sobre a sessão fotográfica.	Executar o cronograma.	Verificação e edição das imagens.	Entrega das imagens já editadas e conferidas.

Para os projetos envolvendo Identidade Visual, foram utilizadas duas metodologias: Alina Wheeler (2019) e Maria Luísa Peón (2009).

Alina Wheeler (2009) é uma especialista em *branding* e design estratégico, com foco na criação e gestão de identidades de marcas. Seu principal campo de atuação é o desenvolvimento de sistemas visuais consistentes que conectem marcas ao seu público de forma clara e eficaz. Diante disso, foi utilizada metodologia adaptada que consiste nas etapas de condução da pesquisa, esclarecimento da estratégia e design de identidade.

1 - Condução da pesquisa	2 - Esclarecimento da estratégia	3 - Design de identidade
Esclarecimento de visão.	Posicionamento da marca, seus valores, diferenciais e sua comunicação.	Compilação das ideias, com foco em criar atributos para a marca.
Análise de mercado.	Orientação de decisões visuais.	Finalização da marca.

Já Maria Luísa Peón (2009) é uma especialista em estudo do processo de criação em design, com foco em uma abordagem que valoriza a sensibilidade, a reflexão crítica e o caráter não linear do fazer projetual. Com isso, a metodologia se divide nas etapas de problematização, concepção e implementação.

1 - Problematização	2 - Concepção	3 - Implementação
Identificação de necessidades e possibilidades do projeto.	Análise de referências, esboços e experimentação.	Materialização das ideias, com protótipos e soluções.

3. PORTFÓLIO DE PROJETOS

3.1. Editorial

3.1.1. Cartazes Tipográficos - Projeto de Tipografia (2023.2)

Problematização

Os cartazes tipográficos fizeram parte de um projeto acadêmico do curso de Design Gráfico - Campus Cabedelo / IFPB, relacionado à disciplina de Tipografia, ministrada pelo Professor Daniel Lourenço. Este trabalho foi desenvolvido pelos alunos João Batista, Samuel Carvalho e Vitória Avelino, tendo como objetivo construir dois cartazes sobre o artista Carlinhos Brown.

O propósito era representar o compositor, utilizando ilustrações, elementos gráficos, fotografias e, principalmente, a tipografia. O segundo cartaz, deveria conter apenas composição tipográfica de uma das músicas do artista. A equipe se reuniu, analisou as músicas do Carlinhos Brown e acabou por escolher “Tantinho” como objeto do projeto. Os cartazes deveriam integrar suas linguagens de forma coesa, ou seja, possuir um conceito bem definido que integrasse os dois.

Metodologia

Para o projeto, utilizou-se uma metodologia adaptada do Design Thinking de Tim Brown (2008), CEO (*Chief Executive Officer*) da IDEO (empresa internacional de design e consultoria em inovação), envolvendo as etapas de definição, ideação, prototipagem e testes. Além disso, foi realizada uma pesquisa visual com a montagem de um *moodboard*, contendo elementos que representassem o artista e a cultura de seu local de origem, no caso, a Bahia.

Com base em nossas análises, decidimos utilizar, no primeiro cartaz, as fitas do Senhor do Bonfim, a bandeira da Bahia e aplicamos a fonte *Gal Gothic - Bold*. Já no segundo cartaz, adaptamos a tipografia Carybé para que seguisse o formato de um coração, simbolizando a pulsação e para reforçar esse conceito, utilizamos a mesma fonte do primeiro cartaz com um gradiente que vai do branco ao vermelho, semelhante ao fundo dos cartazes, além de aumentarmos seu tamanho.

Resultados

Nosso conceito teve como base representar o cantor e o sentimento retratado em sua música. Por isso, a escolha desses elementos, cores e fontes foi essencial para que nossas ideias fossem expressas de forma harmônica e precisa.

Figura 1. Análise referências



Fonte: Compilação da autora

No primeiro cartaz, utilizamos as fitas do Senhor do Bonfim como fundo, em cores neutras (preto e branco), para não ocorrer um conflito visual, devido aos trajes do artista ser bastante colorido, em seguida acrescentamos a palavra característica citada pelo próprio compositor, *Ajayô* (que significa prosperidade, paz e uma boa finalização). A bandeira da Bahia foi representada pelas cores vermelho (HEX: # E03D3B / CMYK: 0, 87, 75, 0) e branco (HEX: # FFFFFFFF / CMYK: 0, 0, 0, 0), além disso, trouxemos o triângulo (simbolizado na bandeira) centralizado na letra “O”. Por fim, a tipografia *Bookman Old Style - Bold* foi escolhida por unir elegância e destaque. Suas serifas trazem um ar clássico e facilitam a leitura, enquanto o peso *bold* garante presença visual em títulos e elementos que precisam se sobressair.

Figura 2. Tipografia: Bookman Old Style - Bold e Paleta de Cores



Fonte: De autoria própria

No segundo cartaz, como solicitado pelo professor, a composição deveria ser exclusivamente tipográfica. Com base em nossas pesquisas, encontramos um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) dos alunos Genilson Santos e Walter Mariano, da Escola de Belas Artes da UFBA (Universidade Federal da Bahia). Eles desenvolveram uma tipografia experimental inspirada na assinatura do pintor argentino Carybé, conhecido por retratar a cultura baiana em suas obras. Inspiramo-nos nessa tipografia para criar o cartaz e adotamos a ideia de fontes que seguem o formato de um objeto ou símbolo.

A letra da música revela um eu-lírico em estado de êxtase amoroso, onde o sentimento é tão intenso que é comparado a um “coma de amor”. Com base nisso, decidimos que a tipografia seguiria o formato de um coração. Para representar a pulsação, utilizamos a fonte *Gal Gothic - Bold*, por oferecer excelente legibilidade, mesmo em tamanhos menores. Seu traço limpo e equilibrado garante uma leitura clara, além de transmitir uma estética moderna e funcional. Ela foi utilizada no contorno do formato com o trecho do refrão: “Por isso então dá-me tua mão / Por isso então dá-me teu amor”. Aplicamos um gradiente do branco ao vermelho e utilizamos o nome do artista em preto (HEX: # 010101 / CMYK: 91, 79, 62,97), criando maior contraste e um diferencial visual. Para garantir coesão entre os dois cartazes, mantivemos o vermelho como cor-base em ambos.

Figura 3. Tipografia: *Gal Gothic - Bold* e Paleta de Cores



Fonte: De autoria própria

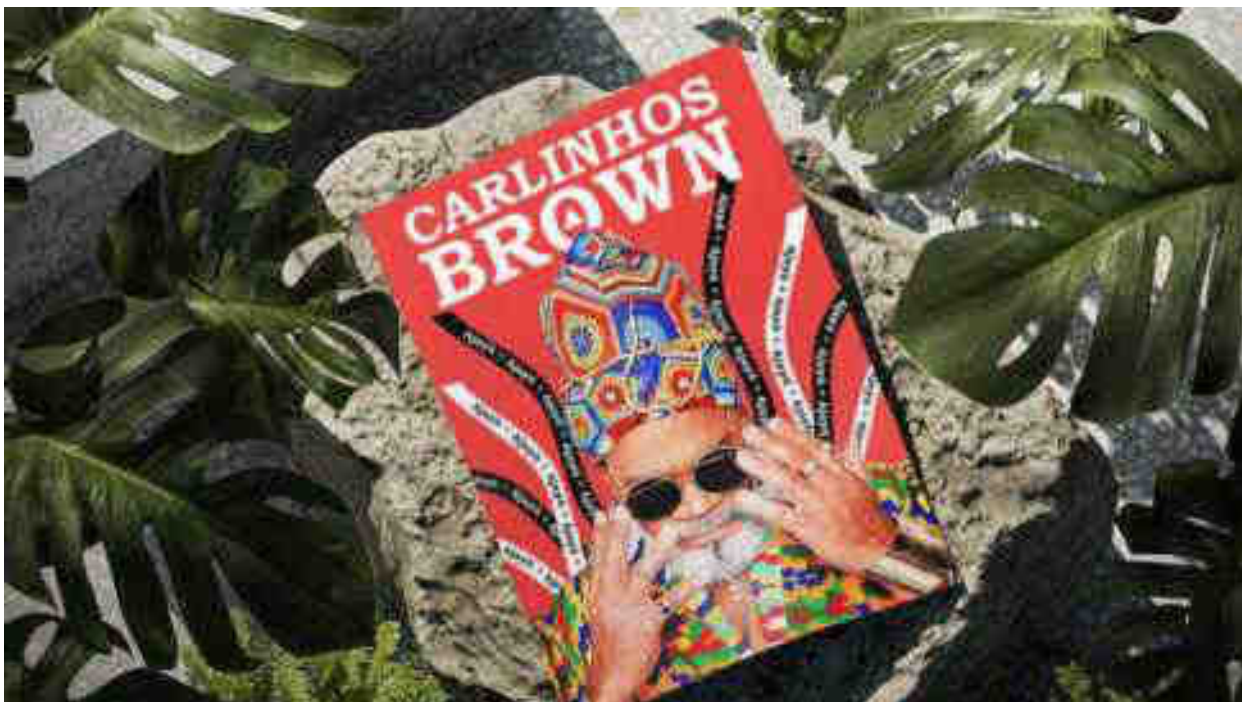
Por fim, o *grid* utilizado nas peças foi inspirado no centramento, que consiste em dispositivo que visa orientar o *layout* quanto a dois referenciais compositivos: o centro geométrico e o centro óptico, localizado pouco acima do centro geométrico. O formato do arquivo foi salvo para impressão (PDF/X-1a: 2001) em tamanho A3 (29,7 x 42 cm) e impresso em papel couchê brilhante.

Figura 4. *Grid* Cartaz 1 e *Grid* Cartaz 2



Arte Final

Figura 5. Aplicação do Cartaz 1



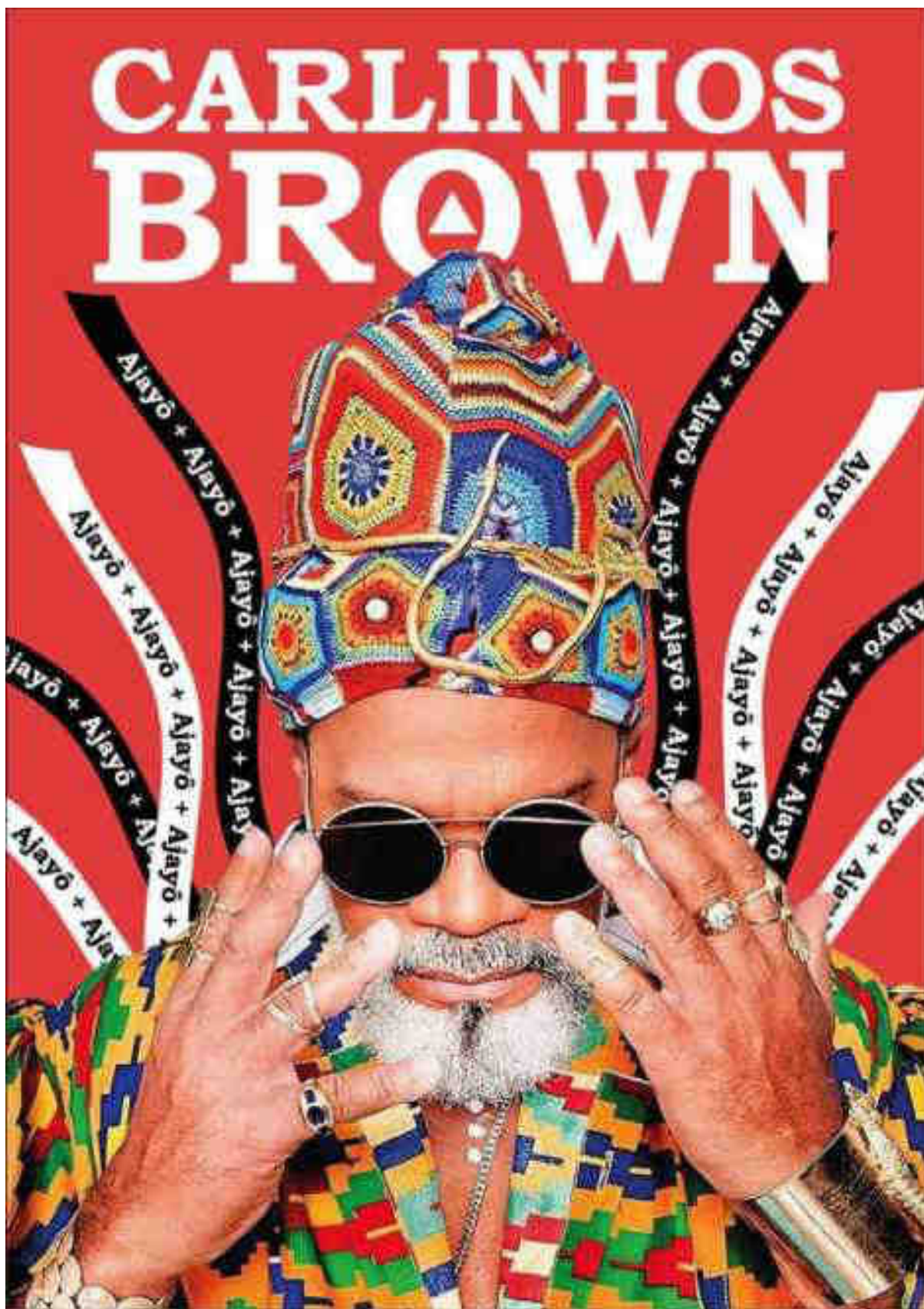
Fonte: De autoria própria

Figura 6. Aplicação do Cartaz 2



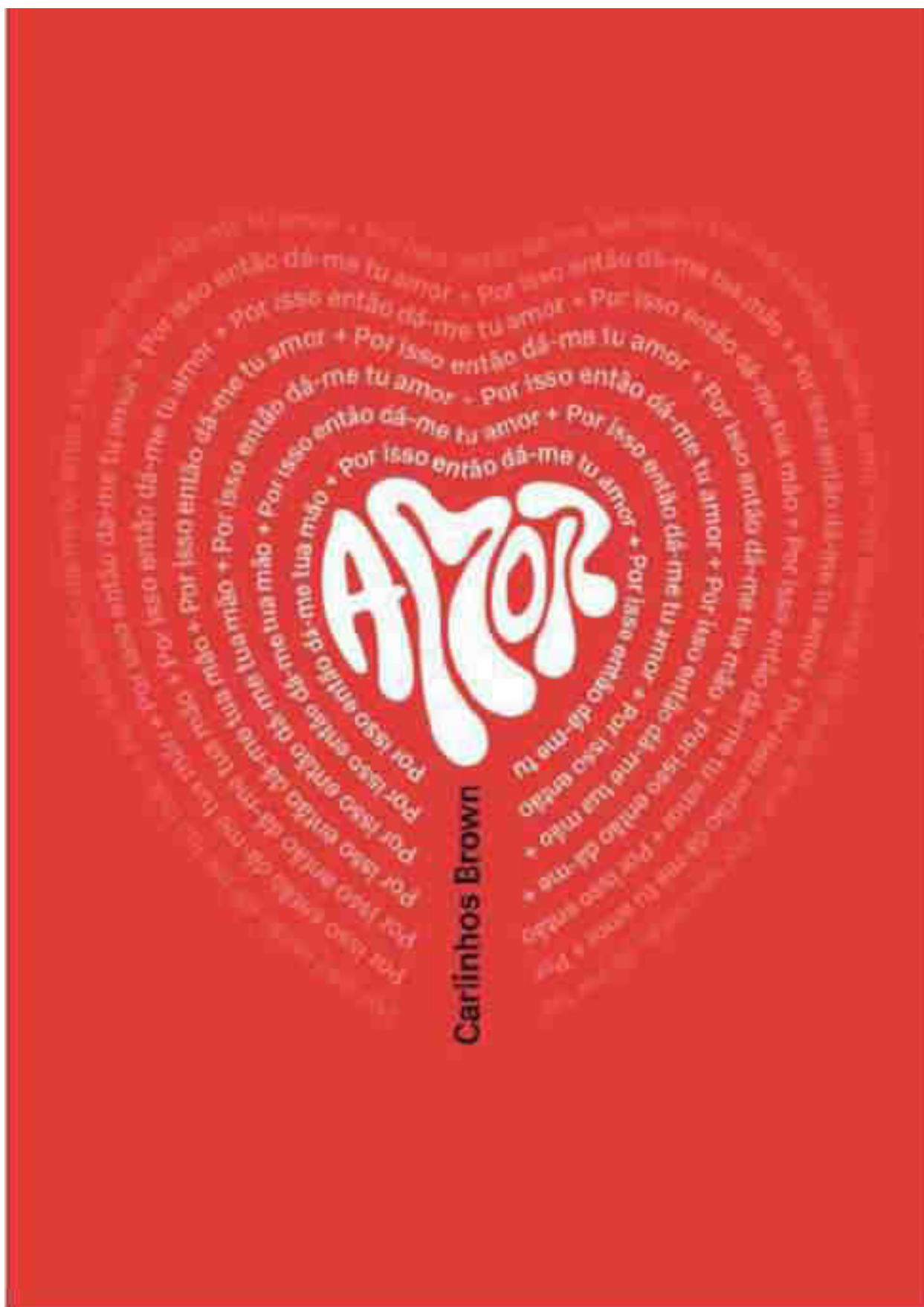
Fonte: De autoria própria

Figura 7. Cartaz 1



Fonte: De autoria própria

Figura 8. Cartaz 2



Fonte: De autoria própria

Autoavaliação

Em relação a isso, o trabalho foi executado de forma clara e objetiva, porém ainda apresenta pontos que podem ser melhor refinados. No cartaz tipográfico, que utilizou uma adaptação da assinatura de Carybé, a tipografia escolhida poderia ter sido mais elaborada, com um desenho de coração mais preciso e harmônico. Como o projeto foi desenvolvido no início do curso (2023.2), enfrentamos dificuldades relacionadas ao uso do *grid* e ao processo de impressão, uma vez que ainda estávamos em fase de aprendizagem desses conceitos, que são essenciais para a criação eficaz de um cartaz.

3.1.2. Café com Segurança - *Banner* Institucional (2024.2)

Problematização

O projeto "Café com Segurança" foi desenvolvido por Vitória da Silva Avelino em atendimento à demanda da cliente Cláudia Regina, que solicitou a criação de um *banner* institucional, atrativo, informativo e alinhado ao público-alvo, transmitindo a leveza do encontro quanto a importância da pauta de segurança no ambiente corporativo.

Metodologia

Para o projeto, utilizou-se uma metodologia adaptada do Design Thinking de Tim Brown (2008), CEO (*Chief Executive Officer*) da IDEO (empresa internacional de design e consultoria em inovação), envolvendo as etapas de definição, ideação, prototipagem e testes.

De acordo com a metodologia adotada, na etapa de definição optei por utilizar o *lettering* (letramento) como base para a criação do cartaz. Por se tratar de uma técnica manual, o *lettering* transmite uma sensação de proximidade e humanidade.

Na fase de ideação, as letras do título "Café com Segurança" foram concebidas com um aspecto amigável e acolhedor, remetendo a encontros informais, como os realizados em cafés. Essa escolha contribui para a construção de um ambiente visual leve e convidativo, mesmo diante de uma temática séria, a segurança. Dessa forma, optei por representar a palavra "Café" com um traço mais descontraído, enquanto "Segurança" foi desenhada em caixa alta e com um estilo mais rígido, estabelecendo uma hierarquia visual clara e criando contraste entre os elementos. A proposta busca equilibrar o encontro descontraído com a seriedade do tema abordado.

Além disso, foram acrescentados alguns elementos gráficos para compor a peça, como o grão de café, a fumaça e o *lettering*, que remete visualmente à própria bebida.

Figura 9. Esboços



Fonte: De autoria própria

Resultados

Na última etapa, a versão final foi vetorizada no Adobe Illustrator e a paleta de cores foi definida. As tonalidades escolhidas foram aplicadas em gradiente, com o objetivo de manter o foco no centro, destacar o *lettering* e representar a identidade visual da empresa. As cores selecionadas foram Azul Royal Escuro (HEX: #1A4D8F / CMYK: 96, 73, 10, 1), Azul Céu Intenso (HEX: #1368AD / CMYK: 88, 54, 2, 0) e Branco (HEX: #FFFFFF / CMYK: 0, 0, 0, 0).

Figura 10. Paleta de Cores



Fonte: De autoria própria

O grid utilizado foi o de centramento, por ser uma estrutura de organização visual aplicada no design gráfico, especialmente no design editorial e de cartazes. Ele tem como principal característica o alinhamento simétrico em relação ao centro da página ou superfície, ajudando a distribuir os elementos de forma equilibrada e harmoniosa. Além disso, o gradiente que segue das extremidades até o centro, ajuda validar ainda mais o *grid*. Por fim, a peça gráfica, foi impressa em tamanho tradicional de *banner* (90 cm x 200 cm), com ótima legibilidade e cores vibrantes.

Figura 11. *Grid* Café com Segurança



Por fim, a peça gráfica, foi impressa em tamanho tradicional de *banner* (90 cm x 200 cm), com ótima legibilidade e cores vibrantes

Arte Final

Figura 12. Aplicação *Banner*



Figura 13. Arte Café com Segurança



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

O projeto foi desenvolvido conforme a proposta, trazendo inovação e criatividade para o ambiente corporativo, atendendo bem às expectativas da cliente. No entanto, alguns pontos podem ser melhorados, como o *lettering*, que precisa de mais refinamento e alguns detalhes com espessura muito fina. Também seria interessante adicionar um elemento que represente melhor a segurança.

3.1.3. Descomplicando o Design - Ação social envolvendo o Design (2024.1)

Problematização

Este projeto refere-se à elaboração de um livreto que narra os resultados de um Projeto Social realizado no âmbito das disciplinas de Design, Sociedade e Cultura; Design Editorial; Fotografia Digital; e Materiais e Processos Gráficos, ministradas pelos(as) respectivos(as) professores(as) Raquel Rebouças, Anália Adriana, Ticiano Alves e Wilson Gomes, do curso superior de Design Gráfico - Campus Cabedelo / IFPB. Este trabalho foi desenvolvido pela equipe: Ingrid Fiúza, Gabriela Queiroz, Kaio Lucas e Vitória Avelino.

Em conjunto, discutimos qual projeto social iríamos desenvolver, considerando, entre as principais ideias: uma ação com a Instituição Guajiru (instruir a população sobre os cuidados e a preservação das tartarugas); um projeto com uma professora do curso de Biologia da UFPB (criação de peças gráficas para combater a desinformação sobre diferentes tipos de répteis); e uma atividade prática envolvendo o Design Gráfico para crianças e adolescentes.

Após analisar as opções, decidimos trabalhar com os jovens da Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Desembargador Boto Menezes, da turma do sexto ano B, com o objetivo de apresentar parte do nosso curso para um público completamente novo, de forma diferente e descontraída, visto que não seriam adultos com vivência e bagagem para compreender termos e temas complexos. Buscamos, então, explicar de maneira sucinta o que é o Design Gráfico, focado em mostrar que, por trás de cada projeto (seja físico ou digital), existe um designer que planejou aquela peça gráfica, e que esse trabalho está presente em tudo o que consumimos, muito além do que vemos nas redes sociais. Escolhemos, portanto, a área de maior afinidade do grupo para dar continuidade ao projeto: o Design de Embalagens, por ser algo que está presente em nosso dia a dia.

Além disso, houve também a parte gráfica deste projeto, que consistiu na elaboração de um livreto. Para isso, seguimos uma linha lúdica e divertida, utilizando muitas cores e um design relacionado ao tema do projeto, trazendo como elemento central a caixa de lápis de cor, essencial para a execução da atividade.

Metodologia

A partir dessa perspectiva, adotou-se a metodologia proposta por Maria Luísa Peón, estruturada nas etapas de problematização, concepção e apresentação de resultados. Conforme mencionado anteriormente, na etapa de problematização, o principal desafio consistiu em explicar aos adolescentes o conceito de Design Gráfico. Para tanto, foram pesquisadas estratégias que possibilitaram o desenvolvimento de

uma atividade prática e lúdica, com o intuito de apresentar a profissão e evidenciar uma área de atuação presente no cotidiano.

Na sequência, foi realizada a etapa de concepção, na qual se promoveu um *brainstorming* visando à elaboração da dinâmica aplicada aos alunos. Posteriormente, idealizou-se também a criação de um livreto, com a proposta de ser um material atrativo e diferenciado, cuja estrutura foi inspirada em uma caixa de lápis de cor e nomeado de “Descomplicando o Design”, por se tratar de uma forma fácil e prática de explicar o Design.

Figura 14. *Brainstorm*



Fonte: De autoria própria

Resultados

A fim de que o projeto atingisse o objetivo proposto, optou-se por ministrar uma breve aula introdutória sobre Design Gráfico, com o intuito de proporcionar contexto e

ampliar o conhecimento dos alunos. Para tanto, foram utilizados exemplos do cotidiano, como jogos, animações, aplicativos, entre outros, a fim de demonstrar as diversas áreas de atuação do design.

Nossa atividade consistiu na criação de uma embalagem de suco de um litro. Levamos as planificações para que os participantes pudessem criar a arte, além de uma caixa de suco como referência e lápis de cor para auxiliar na confecção. Como se tratava de uma dinâmica competitiva, decidimos premiar o grupo vencedor com uma sacolinha personalizada (uma para cada membro), contendo um copo *bucks*, um kit de canetas, um jogo Uno e um certificado de participação.

A atividade seguiu da seguinte maneira: a turma foi dividida em quatro grupos, com quatro membros cada. Cada equipe recebeu uma caixa de suco, uma planificação em tamanho A3 (297 mm x 420 mm), folhas para rascunho e lápis de cor.

O briefing proposto foi confeccionar uma embalagem inovadora, com temática livre, sendo obrigatório utilizar o sabor de suco escolhido por cada grupo. Cada equipe contou com o apoio de um membro da nossa equipe, disponível para esclarecer dúvidas e oferecer suporte sempre que necessário, sem interferir nas escolhas criativas dos participantes.

Figura 15. Aula introdutória sobre o Design Gráfico



Fonte: De autoria própria

Figura 16. Turma do sexto ano B



Figura 17. Orientação para a dinâmica



O Grupo 1 optou pela criação de um sabor inovador: morango com chocolate, e escolheu uma personagem baseada na Moranguinho, animação que marcou a infância de muitas pessoas. Esse grupo apostou na nostalgia para atrair o público.

O Grupo 2, por sua vez, seguiu com um sabor mais tradicional, uva, mas inovaram ao criar uma assinatura visual única e uma edição especial da animação japonesa Naruto. Nesse grupo, a organização foi fundamental, com a divisão das tarefas entre aqueles que gostavam de desenhar e os que preferiam colorir. Isso ajudou a otimizar o tempo e o processo criativo.

O Grupo 3 escolheu o sabor laranja. Cada membro esboçou uma ideia de modelo e sugeriu um nome fictício para a marca. No entanto, houve um pequeno erro de desorganização, já que esqueceram de colocar o nome autoral da marca, utilizando o nome da caixa de referência, o que gerou uma falha na identidade da marca.

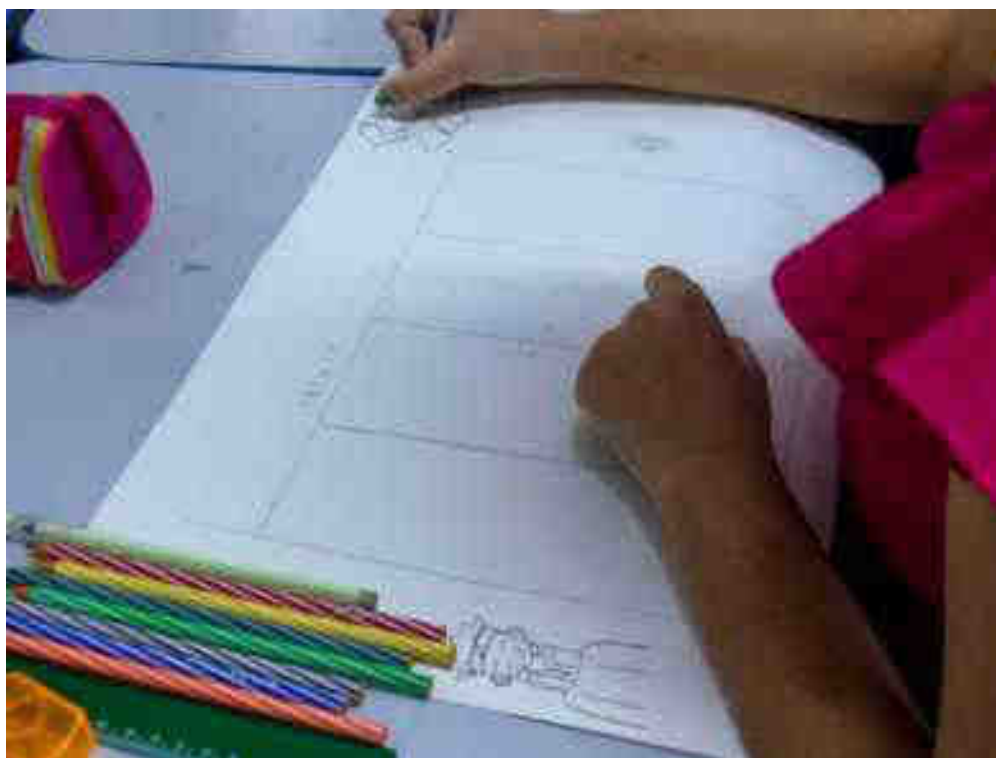
Por fim, o Grupo 4 estava bastante interessado em aprender como esboçar e trazer suas ideias para o papel. Após o processo criativo, decidiram que o sabor seria melancia com morango, pois as cores eram mais atrativas para o grupo. Enquanto alguns membros esboçaram, outros estavam adaptando a personagem Magali, da Turma da Mônica, para colocá-la na frente da embalagem.

Figura 18. Grupo 1



Fonte: De autoria própria

Figura 19. Grupo 2



Fonte: De autoria própria

Figura 20. Grupo 3



Fonte: De autoria própria

Figura 21. Grupo 4



Fonte: De autoria própria

Ao final, a decisão do grupo vencedor ficou a cargo do corpo de servidores da escola. Para garantir que a votação fosse imparcial, foram selecionados funcionários que não estavam presentes no momento da dinâmica, e eles votaram na embalagem que, potencialmente, escolheriam para comprar, explicando os motivos de sua escolha. Após a análise, a embalagem que obteve o melhor visual, pela coerência entre o sabor e o design, e por deixar evidente o sabor do suco, foi a da Equipe 4. As premiações foram distribuídas e finalizamos agradecendo a todos pela participação na dinâmica.

Figura 22. Embalagens prontas



Fonte: De autoria própria

Figura 23. Premiação



Fonte: De autoria própria

Figura 24. Votação



Figura 25. Votação



Fonte: De autoria própria

Figura 26. Equipe vencedora (Grupo 4)



Fonte: De autoria própria

Com o título Descomplicando o Design, o livreto foi criado para transmitir os objetivos do projeto em todos os aspectos, até mesmo na forma impressa. Sendo uma dinâmica que trabalhou com a criatividade das crianças por meio do desenho e da pintura, utilizamos o recurso editorial da Luva para envolver o livreto e torná-lo parecido com uma caixa de lápis de cor. Assim, a capa do livreto é composta por diversos lápis de cor alinhados, enquanto a luva segue o modelo das caixas de lápis mais comuns, incluindo a abertura frontal que permite visualizar o conteúdo. O livreto contém alguns elementos gráficos (formas geométricas arredondadas), com o uso de muitas cores vibrantes e variadas, de forma a complementar o conteúdo do projeto de maneira lúdica e diferente, baseados nos materiais utilizados no dia da execução.

A paleta de cores utilizadas foi Azul Horizonte (HEX: #4599D4 / CMYK: 71, 26, 0, 0), Dourado Solar (HEX: #F2B73F / CMYK: 5, 30, 82, 0), Laranja (HEX: #E73E20 / CMYK: 1, 87, 92, 0), Rosa Chiclete (HEX: #F05471 / CMYK: 0, 79, 34, 0), Lilás Lavanda (HEX: #7171B2 / CMYK: 64, 56, 0, 0), Roxo Elétrico (HEX: #852AA0 / CMYK: 63, 90, 0, 0), Coral Suave (HEX: #ED857B / CMYK: 3, 59, 42, 0), Vermelho Morango (HEX: #EB595B / CMYK: 1, 77, 55, 0) e Verde Maçã (HEX: #72B616 / CMYK: 60, 2, 100, 0).

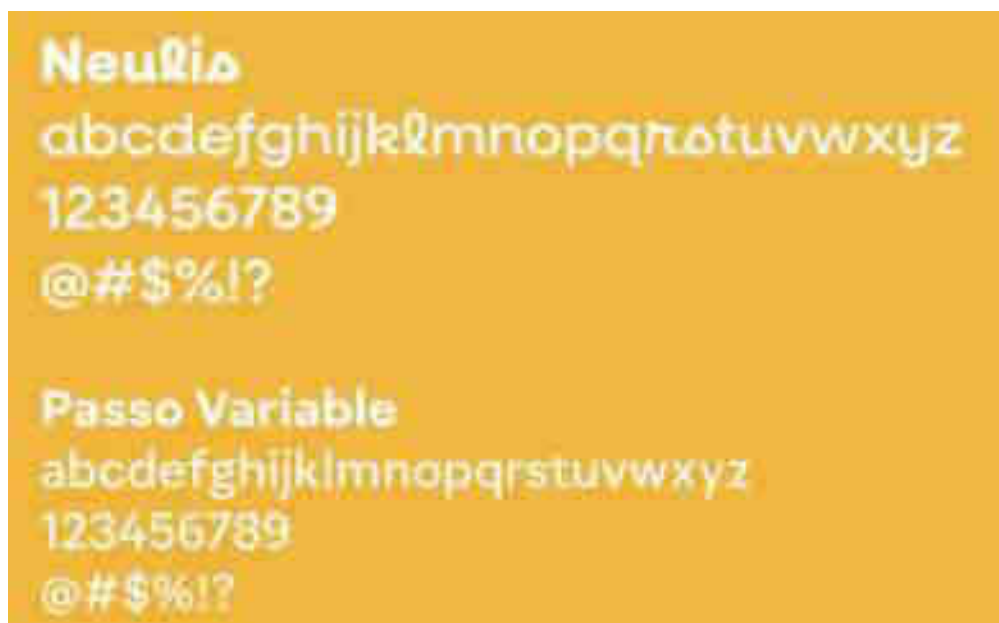
Figura 27. Paleta de Cores



Fonte: De autoria própria

As tipografias utilizadas na composição foram: *Neulis*, por possuir um design moderno, versátil e legível, que combina com a criatividade e contemporaneidade, por possuir formas geométricas e limpas, perfeita para projetos institucionais; e a *Passo Variable*, no corpo do texto, pois ela adapta facilmente a diferentes pesos e estilos em um único arquivo, oferecendo flexibilidade, leveza e consistência visual no design.

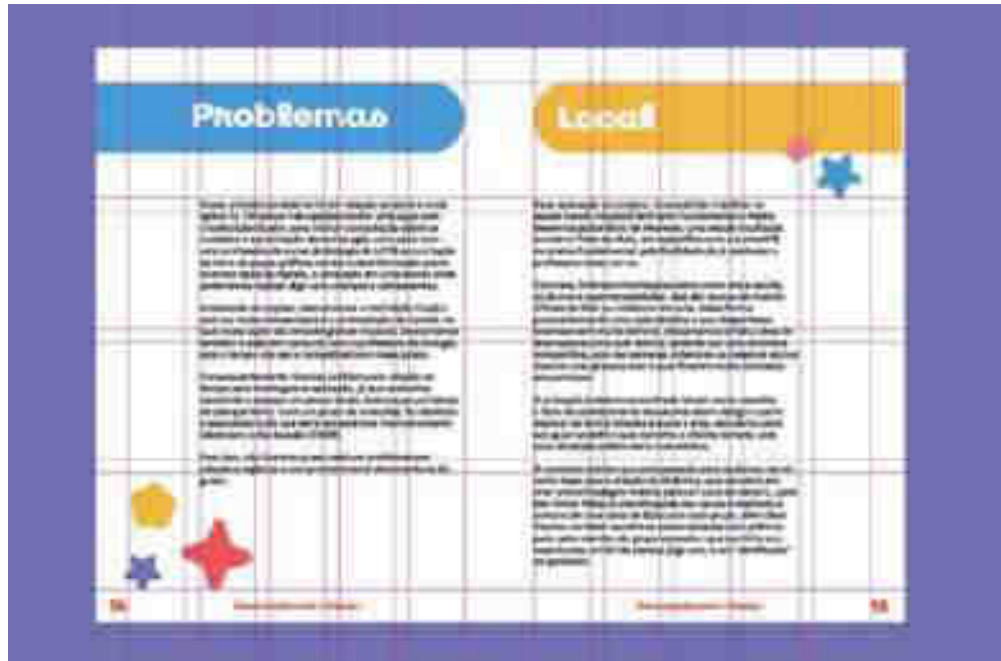
Figura 28. Tipografias



Fonte: De autoria própria

O grid modular foi utilizado na diagramação por oferecer uma organização visual clara e consistente. Ele facilita o alinhamento e o espaçamento entre os elementos, além de permitir mais flexibilidade sem comprometer a estrutura do *layout*.

Figura 29. *Grid* Descomplicando o Design



Fonte: De autoria própria

Arte Final

Figura 30. Aplicação da Luva



Fonte: De autoria própria

Figura 31. Aplicação do Livreto



Figura 32. Páginas do Livreto



Figura 33. Páginas do Livreto



Figura 34. Planificação



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

Este projeto foi desenvolvido de forma criativa e dinâmica, atingindo o objetivo proposto e contribuindo para a disseminação de conhecimento sobre essa profissão de grande relevância. Apesar de alguns contratemplos, especialmente pela escolha tardia do tema e do local de aplicação, que reduziram o tempo disponível para a execução, conseguimos cumprir com a proposta de maneira satisfatória.

3.2 Design de Embalagem

3.2.1 *Drip Coffee* - Projeto de Design de Embalagem (2023.1)

Problematização

Este projeto foi concebido no âmbito da disciplina de Design de Embalagem, sob a orientação da Professora Anália Adriana, no curso superior de Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) – Campus Cabedelo. Os desenvolvedores do projeto foram: João Batista e Vitória Avelino.

A proposta consistia em desenvolver uma embalagem para uma linha de *Drip Coffee* com sabor frutado, apresentando notas de frutas vermelhas, caramelo, mel e chocolate, para uma marca de café de nossa escolha. Além disso, era necessário criar uma peça gráfica para a divulgação do produto e levá-lo fisicamente.

O *Drip Coffee* é um café individual e portátil, geralmente embalado em sachês, que contém um filtro com café moído e alças que se encaixam em canecas ou xícaras.

Diante disso, nossa equipe optou por escolher a marca Melitta, por ser uma empresa que ainda não possui essa linha de produto e por não ser amplamente reconhecida nesse segmento.

Metodologia

A metodologia utilizada neste trabalho foi a do designer brasileiro Fábio Mestriner, atuante na área de Design de Embalagens. Ela consiste nas etapas de *briefing*, estudo de campo, estratégia de design, design consciente, apresentação do desenho e implantação e integração com a indústria.

A partir disso, realizamos uma pesquisa de mercado para identificar os concorrentes que possuíam essa linha de produto, com o objetivo de definir qual caminho seguir no desenvolvimento de um design diferenciado. Após essa análise, observou-se que, em sua maioria, os concorrentes utilizavam cores como vermelho, laranja, marrom, amarelo, verde e azul, além de adotarem embalagens no formato quadrado

Figura 35. Análise de concorrentes



Fonte: Compilação da autora

Figura 36. Alguns Concorrentes



Fonte: Compilação da autora

Com base no significado do *drip coffee*, definimos nossa estratégia de design. Optamos por manter a paleta de cores comumente utilizada por diversas marcas dessa linha, mas introduzimos variações na embalagem e decidimos mudar o formato para o retangular.

O conceito do nosso projeto foi: “Café para se sentir em casa, em qualquer lugar do mundo.” Ou seja, nossa proposta de *drip coffee* foi inspirada nos nômades: pessoas que não possuem residência fixa, seja por motivos profissionais, emocionais, geográficos ou outros.

Considerando essas características, escolhemos uma embalagem retangular um pouco mais fina, para que ocupasse menos espaço na mala e pudesse ser facilmente transportada para qualquer lugar.

Com o conceito já definido, criamos um *moodboard* para visualizar e organizar melhor as ideias que queríamos aplicar na embalagem.

Figura 37. Análise de referências



Fonte: Compilação da autora

A partir disso, iniciamos os esboços com a intenção de transmitir a ideia de nomadismo, conceito central do projeto. Para representar essa constante movimentação e o contato com diferentes culturas e territórios, exploramos elementos visuais como janelas e portas de estilos variados, que simbolizam diferentes lugares ao redor do mundo. Além disso, utilizamos uma diversidade de estampas e texturas inspiradas em padrões étnicos e artesanais, reforçando a pluralidade cultural e a riqueza visual que o estilo de vida nômade carrega. Esses elementos foram pensados para criar uma composição visual que dialogasse com o espírito livre e explorador do público-alvo da marca.

Figura 38. Rascunhos



Fonte: De autoria própria

Resultados

A paleta de cores utilizada foi Vermelho Coral (HEX: #ED5250 / CMYK: 0, 80, 61, 0), Verde Abissal (HEX: #1C8B7F / CMYK: 81, 22, 52, 6), Laranja Canelado (HEX: #F59954 / CMYK: 0, 48, 70, 0), Verde Persa (HEX: #22AA97 / CMYK: 75, 6, 47, 0), Preto (HEX: #1C1C1A / CMYK: 76, 68, 69, 81) e Branco (HEX: #FFFFFF / CMYK: 0, 0, 0, 0). Os tons quentes, como o Vermelho Coral e o Laranja Canelado, que remetem ao calor, à energia e ao movimento; já os tons mais frios e tranquilos, como o Verde Abissal e o Verde Persa, trazem uma sensação de frescor e pausa. A combinação cria uma identidade visual marcante e sensorial, conectando a ideia de viagem, natureza e ritual, tudo o que representa o estilo de vida nômade e a experiência de tomar um café especial no caminho.

Figura 39. Paleta de Cores

Vermelho Coral 0, 80, 61, 0 #ED5250	Verde Persa 75, 6, 47, 0 #22AA97
Laranja Canelado 0, 48, 70, 0 #F59954	Verde Abissal 81, 22, 52, 6 #1C8B7F
Preto 76, 68, 69, 81 #1C1C1A	Branco 0, 0, 0, 0 #FFFFFF

Fonte: De autoria própria

As fontes utilizadas na embalagem foram *Side Note Variable* (**bold**) e *Source Sans Variable*, pois equilibram expressão e funcionalidade. A *Side Note Variable* traz um tom mais humanizado, ideal para destacar frases ou criar conexão com o consumidor, enquanto a *Source Sans Variable* garante clareza em informações técnicas. Por serem variáveis, permitem ajustes finos sem perder consistência visual,

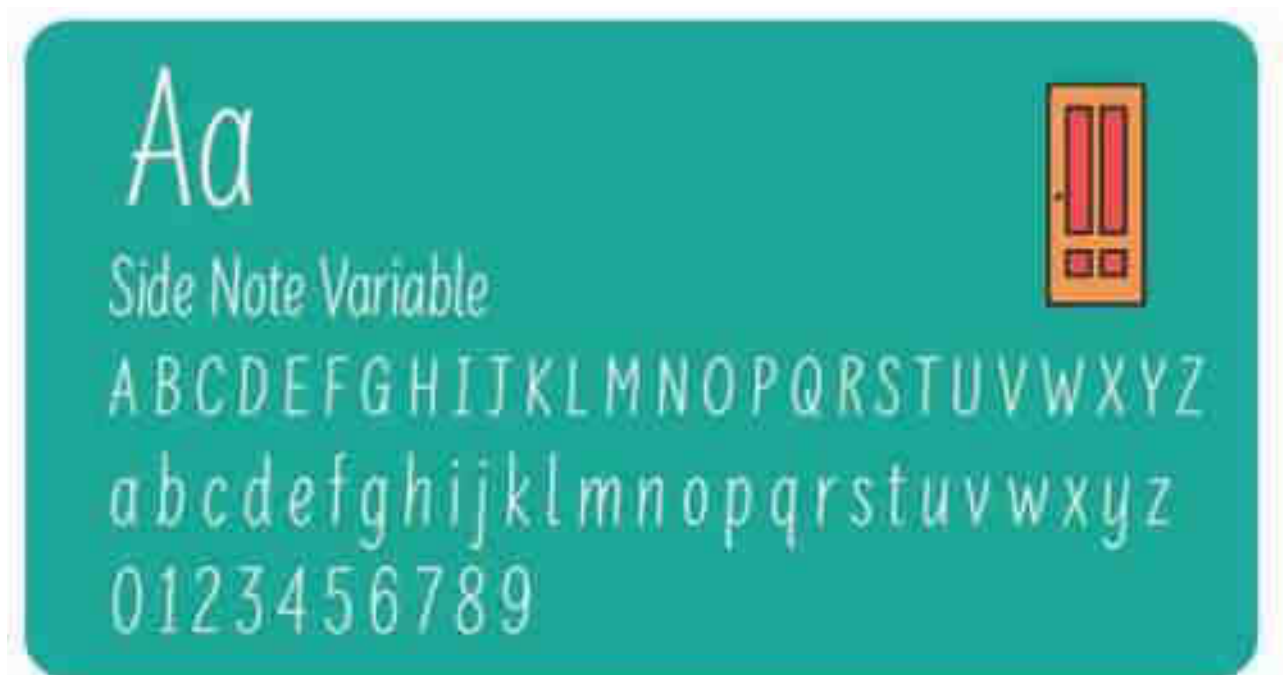
tornando o design mais versátil e eficiente. A embalagem foi impressa em papel couchê fosco, por ser um material mais resistente e adequado para a aplicação final.

Figura 40. Tipografia: *Source Sans Variable*



Fonte: De autoria própria

Figura 41. Tipografia: *Side Note Variable*



Fonte: De autoria própria

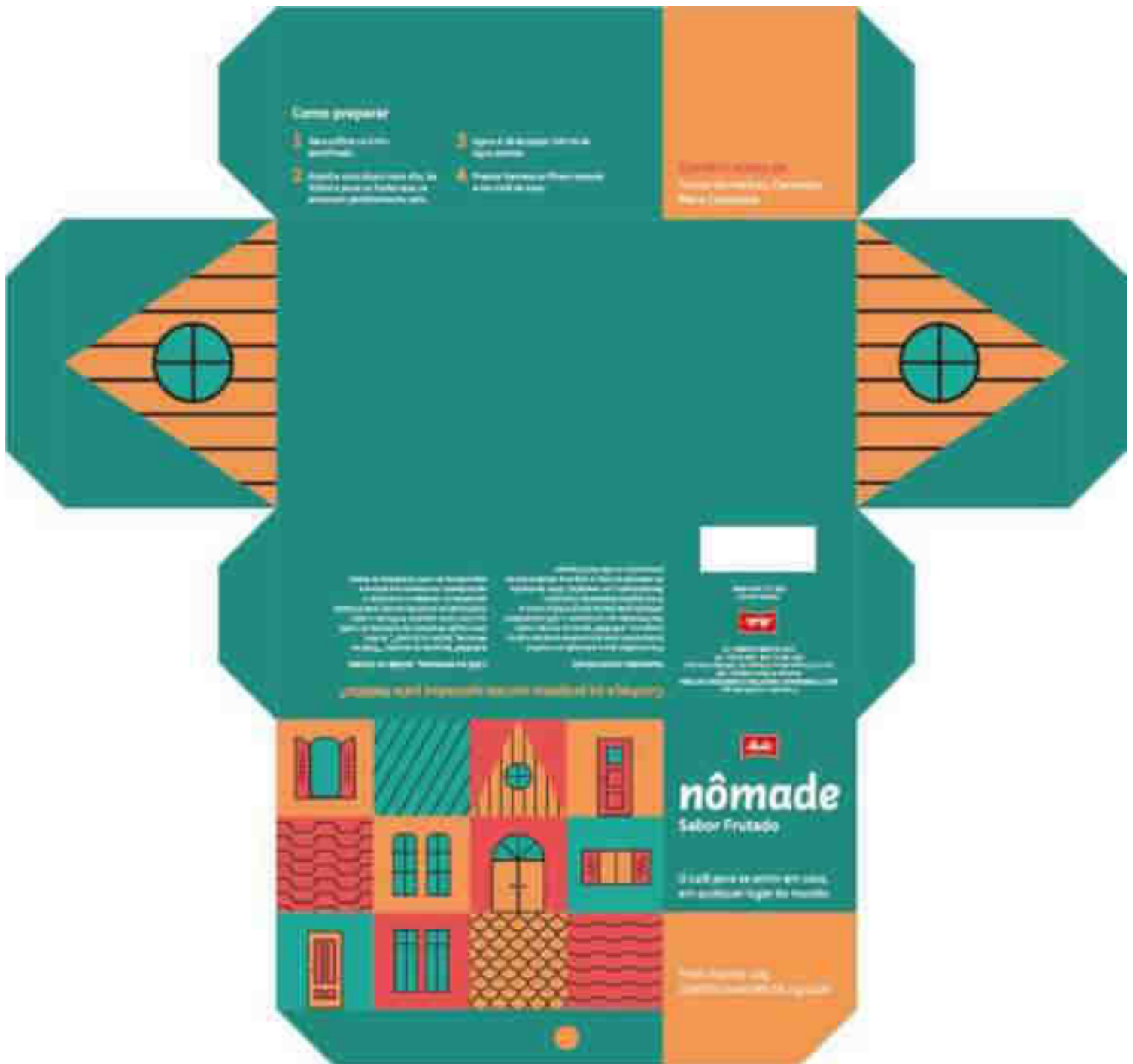
O *grid* utilizado na peça de divulgação foi o de centramento, por ser uma estrutura de organização visual aplicada no design gráfico, especialmente no design editorial e de cartazes. Ele tem como principal característica o alinhamento simétrico em relação ao centro da página ou superfície, ajudando a distribuir os elementos de forma equilibrada e harmoniosa. E a fonte utilizada foi *Side Note Variable*, por seu estilo expressivo e leve, ideal para destacar mensagens e criar conexão com o público. Além disso, o fundo utilizado foi o Vermelho Paixão (HEX: #C90000 / CMYK: 12, 100, 100, 5), para remeter à marca do produto e trazer destaque aos elementos da peça gráfica.

Figura 42. *Grid Drip Coffee* - Peça publicitária



Arte Final

Figura 43. Planificação



Fonte: De autoria própria

Figura 44. Embalagem física - tampa



Fonte: De autoria própria

Figura 45. Embalagem física - frontal



Fonte: De autoria própria

Figura 45. Embalagem física - posterior



Fonte: De autoria própria

Figura 46. Embalagem física - ambas as laterais



Fonte: De autoria própria

Figura 46. Aplicação para Instagram



Figura 47. Peça publicitária



Fonte: De autoria própria

Autoavaliação

O projeto seguiu todas as normas necessárias, resultando em um trabalho bem elaborado e alinhado às expectativas da equipe. Porém, as cores não saíram conforme estavam no arquivo e também tivemos certa dificuldade na montagem da embalagem devido a um erro de impressão que, apesar de presente, não comprometeu significativamente o resultado final.

3.3 Design de Superfície

3.3.1 Soninho Nordestino - Projeto de Design de Superfície (2024.2)

Problematização

Soninho Nordestino foi um projeto acadêmico desenvolvido na disciplina optativa Design de Superfície, do curso de Design Gráfico - Campus Cabedelo / IFPB, ministrada pela Professora Anália Adriana, pela equipe Livia Tavares, Mariah Victória, Vitória Avelino e Yohana Echila. A proposta deste trabalho era elaborar um projeto gráfico de estampa para alguma superfície e, a partir daí, criar uma coleção de tema livre. Além disso, o projeto deveria conter duas aplicações (estampa localizada e estampa contínua), material de divulgação, defesa do tema e dois produtos físicos com as respectivas aplicações para a apresentação.

Neste projeto desenvolvemos uma coleção para a hora de dormir, com foco no público infantil, crianças que estão na faixa etária dos 4 a 6 anos, pois estão em período de alfabetização, uma fase importante para implementação de novos conhecimentos.

Metodologia

Utilizamos a metodologia de Maria Luísa Peón, seguindo as etapas de diagnóstico, definição do problema, concepção de hipóteses, prototipagem e experimentação. Consecutivamente, realizamos uma pesquisa sobre o público-alvo, tipos de estampas, animais mais comuns em produtos infantis e análise de mercado, a fim de atender às necessidades da nossa coleção.

Com base nesta pesquisa, desenvolvemos uma coleção para a hora de dormir. Ela apresenta animais da fauna nordestina, não apenas valorizando as belezas naturais da região, mas também promovendo uma conexão afetiva e educativa com o meio ambiente, estimulando o conhecimento e a valorização da biodiversidade local desde a infância. Além disso, as peças são unissex, contribuindo para a igualdade, autoestima e socialização, quebrando estereótipos e oferecendo opções mais inclusivas, escolhidos por votação, e utiliza muitas cores em tons suaves, além de ilustrações com estética de design manual.

Durante a fase de prototipagem e experimentação, desenvolvemos os primeiros esboços das formas dos animais que fariam parte do projeto. A intenção era representar esses personagens de maneira lúdica e acolhedora, por isso, incorporamos elementos visuais que remetessem ao momento de dormir, como toucas, travesseiros, pijamas, pantufas e expressões serenas. Esses detalhes não apenas reforçaram a temática do descanso, como também contribuíram para a construção da personalidade de cada animal, tornando-os mais cativantes e identificáveis pelo público. Essa etapa foi essencial para testar diferentes proporções, estilos e combinações gráficas, buscando um equilíbrio entre funcionalidade, estética e narrativa visual.

Figura 50. Esboços dos animais



Fonte: De autoria própria

Resultados

Com isso, os animais foram vetorizados com traços suaves, sem contornos marcados, a fim de preservar a sutileza e delicadeza da proposta. Os traços possuem aspecto de pelos e foram preenchidos com suas respectivas cores. Assim, nossa coleção tomou forma e recebeu o nome Soninho Nordestino. Ela é composta pelos produtos mais utilizados no momento de dormir, sendo

eles: pijama de manga longa com calça, pijama de manga curta com short, almofadas, almofada de pescoço, meias, tapa-olho, colcha, jogo de cama e urso de pelúcia.

Figura 51. Nome da Coleção



Fonte: De autoria própria

Figura 52. Paca



Fonte: De autoria própria

Figura 53. Capivara



Fonte: De autoria própria

Figura 54. Tamanduá bandeira



Fonte: De autoria própria

Figura 55. Sagui-de-tufo-branco



Fonte: De autoria própria

Figura 56. Ararinha azul



Fonte: De autoria própria

A paleta de cores apresenta uma grande variação, com tons mais suaves e aconchegantes, adequados ao contexto da hora de dormir, já que o uso de cores muito saturadas fugiria do conceito proposto. As tonalidades selecionadas são: Vista Blue (HEX: #809BD0 / CMYK: 28, 25, 0, 18), Carolina Blue (HEX: #8EB6CC / CMYK: 30, 11, 0, 20), Uranian Blue (HEX: #ABDDF8 / CMYK: 31, 11, 0, 3), Emerald (HEX: #71BB80 / CMYK: 40, 0, 32, 27), African Violet (HEX: #A978B1 / CMYK: 5, 32, 0, 31), Tea Rose (Red) (HEX: #EFBABD / CMYK: 0, 22, 21, 6), Lemon Chiffon (HEX: #F3EFC9 / CMYK: 0, 2, 17, 5), Vanilla (HEX: #FBF2A2 / CMYK: 0, 4, 35, 2), Satin Sheen Gold (HEX: #C8A237 / CMYK: 0, 19, 73, 22), Brown Sugar (HEX: #C3764C / CMYK: 0, 39, 31, 24), Chamoisee (HEX: #A07B56 / CMYK: 0, 23, 46, 37), Walnut Brown (HEX: #544A44 / CMYK: 0, 12, 19, 67), Beaver (HEX: #AE988C / CMYK: 0, 13, 20, 32) e Dim Gray (HEX: #666361 / CMYK: 0, 3, 5, 60).

Figura 57. Paleta de Cores



Fonte: De autoria própria

As estampas da nossa coleção são classificadas como Contínua e Localizada. A Estampa Contínua é caracterizada por desenhos que, quando dispostos lado a lado, formam uma arte infinita, sem início ou fim perceptível. Já a Estampa Localizada consiste na aplicação de uma imagem ou desenho em um local específico da peça.

Para isso, elaboramos um padrão reunindo todos os animais escolhidos, formando a estampa contínua, e utilizamos apenas o tamanduá-bandeira, acompanhado de alguns elementos gráficos, para a criação da estampa localizada.

Fonte: De autoria própria



Tamandua

Bandeira

Fonte: De autoria própria

Para a divulgação dos produtos desenvolvidos, optou-se pela utilização de redes sociais como principal meio de comunicação, por meio da produção de conteúdos visuais criativos e atrativos, com o objetivo de fortalecer a imagem da coleção e ampliar seu alcance junto ao público-alvo.

Neste material, utilizou-se a tipografia Calibri, escolhida por sua excelente legibilidade e pela capacidade de proporcionar clareza na leitura. Também foi empregada a tipografia Protest Riot, uma fonte display decorativa, que confere impacto visual e agrega valores emocionais, como criatividade e contemporaneidade.

Figura 60. Aplicação para Instagram



Fonte: De autoria própria

Por fim, o método de impressão utilizado nos produtos físicos foi a sublimação, um processo no qual a imagem é transferida de um papel especial (papel sublimático) para o tecido por meio da aplicação de calor e pressão. Para que a impressão seja mais eficaz e apresente maior qualidade, é necessário que o tecido possua, preferencialmente, uma elevada porcentagem de poliéster em sua composição.

Arte Final

Figura 61. Aplicação Pijama manga longa e calça



Fonte: De autoria própria

Figura 62. Aplicação Pijama manga curta e short



Fonte: De autoria própria

Figura 63. Aplicação Meias



Fonte: De autoria própria

Figura 64. Aplicação Tapa olho



Fonte: De autoria própria

Figura 65. Aplicação Almofada de pescoço



Fonte: De autoria própria

Figura 66. Aplicação colcha



Fonte: De autoria própria

Figura 67. Aplicação Almofadas



Fonte: De autoria própria

Figura 68. Aplicação Travesseiro



Fonte: De autoria própria

Figura 69. Aplicação Cama



Figura 70. Aplicação Física (Ursinho, Travesseiro e Camisa)



Autoanálise

O projeto foi desenvolvido de maneira satisfatória, atendendo a todos os requisitos estabelecidos. Alcançamos o objetivo proposto de forma criativa e inovadora, apresentando um design diferenciado e atrativo. Identificou-se, contudo, um ponto de melhoria relacionado à coloração do sagui-de-tufo-branco, uma vez que a tonalidade dos tufo mostrou-se muito semelhante à do fundo, resultando em baixo contraste visual.

3.3.2 Encanto das Velas - Projeto de Design de Superfície (2024.2)

Problematização

Este projeto foi elaborado na disciplina Design de Superfície, ministrada pela professora Anália Adriana, com o objetivo de desenvolver um projeto gráfico com a temática Cultura e Costumes do Nordeste para aplicação em superfícies, a partir de elementos da cultura nordestina. A equipe responsável pelo projeto foi João Batista, Livia Tavares, Mariah Victória, Vitória Avelino e Yohana Echila.

A partir disso, nossa equipe entrou em consenso e desenvolveu um projeto relacionado à Cultura das Velas, da comunidade ribeirinha no Jardim Manguinhos, que mantém viva a cultura naval por meio da pesca artesanal, da restauração de embarcações e do uso de velas coloridas.

Figura 71. Comunidade Ribeirinha



Fonte: Ocione Fernandes

Figura 72. Comunidade Ribeirinha



Fonte: Ocione Fernandes

Como mencionado, a cultura ribeirinha de Cabedelo está ligada à pesca artesanal e a saberes transmitidos entre gerações. No entanto, essa herança cultural enfrenta desafios como a modernização e a degradação ambiental, que ameaçam essa tradição — especialmente com a substituição das velas por motores de rabeta. Preservar esse patrimônio é essencial para manter viva a identidade dos pescadores e sua conexão com o território.

Além disso, tivemos como objetivo valorizar a navegação à vela, por ser uma prática recreativa resgatada no evento denominado Corrida dos Caícos, que, ao longo do tempo, vem caindo em desuso. A inspiração veio de uma exposição virtual realizada pelo Museu Marítimo EXEA em parceria com o Instituto Federal da Paraíba, Campus Cabedelo (2022)¹.

¹ Link da exposição: <https://artsandculture.google.com/story/EgXBy96WV1P7Tw>

Figura 73. Exposição do Museu EXEA



Figura 74. Exposição Museu EXEA



Fonte: Ocione Fernandes

Metodologia

A metodologia utilizada neste projeto foi baseada na Designer Maria Luísa Peón, contemplando as etapas de problematização, concepção e resultados.

Com a problematização já definida e explicada anteriormente, seguimos para a etapa de concepção, na qual decidimos representar essa cultura por meio de uma mesa posta. Para isso, trouxemos como referência mesas de casas de praia, de modo a manter a proposta alinhada à temática escolhida.

A partir disso, nosso *brainstorm* teve como referências elementos utilizados na composição de uma mesa posta (como guardanapos, pratos, *sousplats*, passadeiras, entre outros) e ferramentas da pesca artesanal, como velas, redes, agulhas de confecção de rede, o mar, entre outros.

Após a análise das ideias propostas, definimos nosso *moodboard*, reunindo produtos, grafismos e elementos utilizados em nossa composição.

Figura 75. Análise de Referências



Fonte: Compilação da autora

Durante o processo de desenvolvimento da proposta, exploramos diversas ideias que buscavam agregar valor estético e conceitual à composição dos produtos. Entre elas, cogitamos a aplicação de frases nos pratos, o que traria um toque poético e comunicativo às peças. No entanto, após testes e reflexões sobre a coerência visual da coleção, optamos por manter a proposta mais sutil e harmônica, preservando apenas os guardanapos coloridos e os pratos com texturas. Essa escolha reforça a delicadeza da composição, valorizando a materialidade e a combinação cromática dos elementos sem sobrecarregar visualmente o conjunto.

Figura 78. Esboços



Fonte: De autoria própria

Resultados

Nosso conceito foi definido a partir da frase: “É um testemunho em preto e branco, com um toque de esperança colorida: as velas.” Nesse contexto, buscamos transmitir toda a essência dessa cultura, destacando as problemáticas que ela enfrenta. Por isso, a maioria dos produtos foi desenvolvida em tons de cinza, representando o preto e branco, enquanto a única parte colorida é justamente a vela (símbolo de esperança). Assim nasceu o nome da coleção: Encanto das Velas.

Figura 79. Cultura das velas em Cabedelo



A nossa paleta de cores foi definida a partir das imagens de referência desta cultura, no caso, escala de cinza e as cores utilizadas nas próprias velas. As cores foram azul San Marino (HEX: #4C6AAD / CMYK: 76, 106, 173), vermelho Cardinal (HEX: #D01C41 / CMYK: 0, 87, 69, 18), verde Jungle (HEX: #2FAF7E / CMYK: 47, 175, 126), amarelo Confetti (HEX: #EBD75A / CMYK: 0, 9, 62, 8) e escala tonal de cinza.

Figura 80. Paleta de Cores



Fonte: De autoria própria

Os utensílios utilizados em nosso projeto foram: prato raso, prato fundo, talheres (garfo, faca e colher), passadeira, sousplat e guardanapos. Cada item representa um objeto ou elemento natural comum na pesca artesanal, sendo eles:

Figura 81. Utensílios



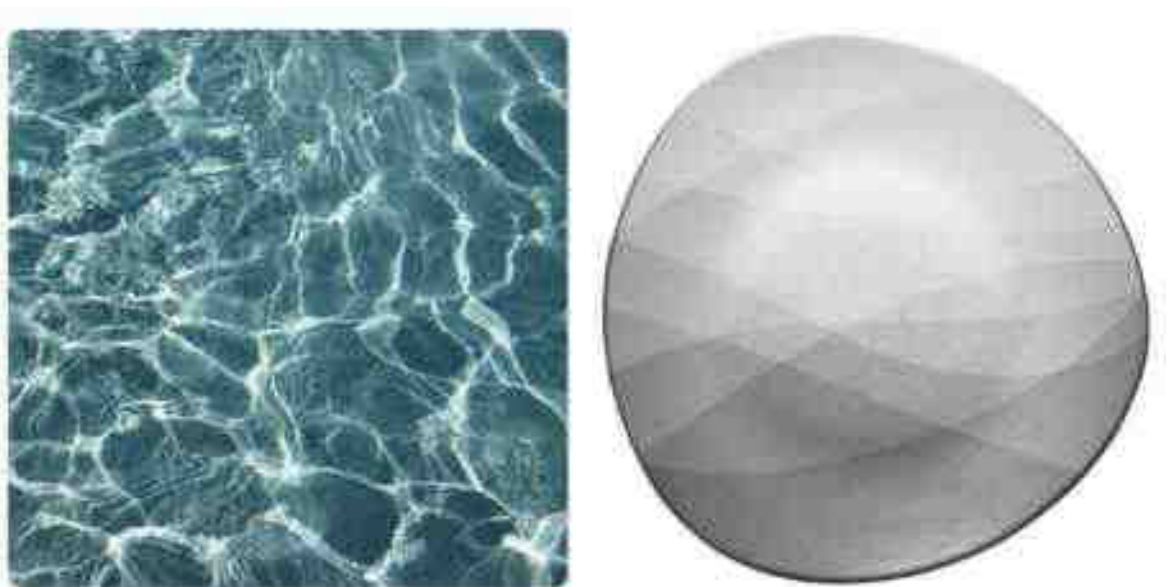
Fontes: De autoria própria

Figura 82. Areia - Prato Raso



Fonte: De autoria própria

Figura 83. Mar - Prato Fundo



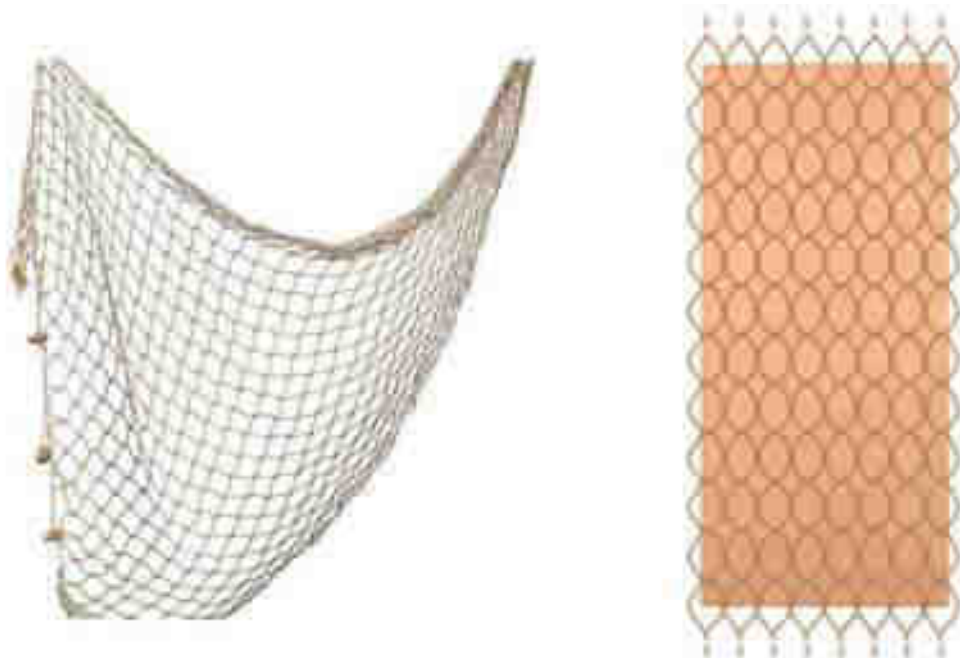
Fonte: De autoria própria

Figura 84. Corda de Sisal - *Sousplat*



Fonte: De autoria própria

Figura 85. Rede de Pesca - Passadeira



Fonte: De autoria própria

Figura 86. Agulha de confeccionar rede - Talheres



Fonte: De autoria própria

Figura 87. Vela - Guardanapo



Fonte: De autoria própria

Arte final

Figura 88. Aplicação



Fonte: De autoria própria

Figura 89. Aplicação Mesa Posta



Fonte: De autoria própria

Figura 90. Aplicação prato fundo e prato raso



Fonte: De autoria própria

Figura 91. Aplicação com alimento



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

Nosso projeto seguiu fielmente a temática proposta, sem fugir do contexto mencionado. A equipe ficou satisfeita com o resultado, pois conseguimos alcançar nosso objetivo e representar de forma significativa e afetiva, a Cultura das Velas. Um ponto de melhoria seria o prato raso: a representação da areia foi um desafio durante a elaboração e poderia ter sido mais bem desenvolvida.

3.4 Fotografia de Produto

3.4.1 Colorado Appia - Projeto de Fotografia Digital (2024.1)

Problematização

A fotografia de produto fez parte de um projeto acadêmico do curso de Design Gráfico - IFPB/Campus Cabedelo, desenvolvido na disciplina de Fotografia Digital, ministrada pelo Professor Ticiano Alves. Este trabalho foi realizado pelos alunos Airllainny Ventura, João Batista, Lara Mel e Vitória Avelino, tendo como objetivo fotografar uma bebida alcoólica engarrafada, produzindo uma imagem estática para website e seis imagens para a rede social Instagram.

Nosso trabalho tem como objetivo promover o produto por meio de composições criativas, a fim de comunicar os ideais da marca e atrair clientes por meio da divulgação nas mídias sociais e em seu site.

Metodologia

Neste projeto, foi utilizada a metodologia do *Weekend Creative*, de autoria da dupla de designers Arabela Espinoza e Elle Mitchell, especialistas em fotografia de produtos. Elas apresentam uma metodologia baseada na criatividade, com trabalhos marcantes que buscam transmitir a identidade da marca. Já Alves (2022) utiliza como referência o próprio estúdio (*Weekend Creative*), adaptando a metodologia com as etapas de seleção do produto, pesquisa do produto, *brainstorm*, *shootplan*, execução do *shootplan* (sessão fotográfica), tratamento das imagens e entrega, consecutivamente.

De acordo com nossos estudos e pesquisas de mercado, selecionamos a cerveja Colorado Appia, por ser uma bebida alcoólica com composição diferenciada e design atrativo. Assim, desenvolvemos a ideia de criar uma narrativa para o nosso produto, simulando uma disputa entre o urso e o consumidor da cerveja, na qual ambos competiram para ver quem conseguiria obtê-la primeiro, sendo o consumidor o vencedor. Além disso, buscamos destacar o principal elemento da composição da bebida, o mel, já que esta é a primeira cerveja a utilizá-lo em sua fórmula.

A princípio, de acordo com a metodologia do *Weekend Creative*, selecionamos o produto que iríamos fotografar. Em conjunto, foi decidida a cerveja Colorado Appia, por possuir uma rotulagem atraente e uma composição diferenciada. Realizamos a pesquisa sobre o produto, acessando o site oficial, que conta um pouco sobre a história da cerveja e seus componentes. Após a pesquisa do produto, partimos para o *brainstorm* (técnica de geração de ideias e soluções inovadoras, também conhecida como "tempestade de ideias"), com referências e ideias para a execução do *shootplan*.

Figura 92. Análise de referência



Fonte: Compilação da autora

O *Shootplan* é uma apresentação que mostra uma visão geral do que será realizado no projeto, incluindo prazos para entrega de cada etapa, paleta de cores, objetivos, estudo da marca e do produto, *moodboard*, plano geral, plano inteiro, planos fechado e detalhe.

Figura 93. *Shootplan*



Fonte: De autoria própria

As cores presentes no rótulo do produto são duas variações de verde (HEX: #4C9D21 / CMYK: 72, 14, 100, 1 e HEX: #02590F / CMYK: 87, 36, 100, 35), duas tonalidades de amarelo (HEX: #F2DFA7 / CMYK: 6, 10, 40, 0 e HEX: #F2A20C / CMYK: 3, 41, 97, 0), vermelho (HEX: #BF2604 / CMYK: 16, 96, 100, 7), marrom (HEX: #400601 / CMYK: 49, 96, 82, 75) e preto (HEX: #000000 / CMYK: 88, 76, 69, 96).

Na fotografia, esses conceitos de plano funcionam da seguinte maneira: o plano detalhe na fotografia destaca algo pequeno (como uma mão segurando uma flor ou um close em uma textura) para chamar atenção ao significado daquele elemento. O plano inteiro fotografa uma pessoa ou objeto completo dentro do quadro, mostrando o corpo inteiro ou o objeto no espaço, muito usado em retratos ambientais. O plano fechado é o famoso *close-up*, capturando só o objeto ou parte dele, para transmitir emoção intensa ou detalhes expressivos. O plano aéreo é tirado de cima, com drones ou de lugares altos, e serve para mostrar padrões, paisagens ou a relação do objeto com o espaço ao redor. Já o plano de contexto é quando o fotógrafo inclui o ambiente em volta do assunto principal, situando o espectador e dando mais informação sobre a história que a foto quer contar.

Resultados

A partir disto, o nosso conceito para o Plano Inteiro foi uma fotografia que mostra a Cerveja Appia sobre uma pedra, onde o fundo seria uma ambientação da caverna/floresta vista de dentro para fora. Foi uma contra luz (simulando a luz do sol) que criou uma silhueta no entorno do produto. A sombra gerada pela contraluz foi minimizada com o octabox (flash tocha) direcionado para a frente do produto. Esta imagem foi planejada para publicação em rede social (Instagram), na vertical (1080 x 1350 pixels).

Figura 94. Representação do Plano Inteiro

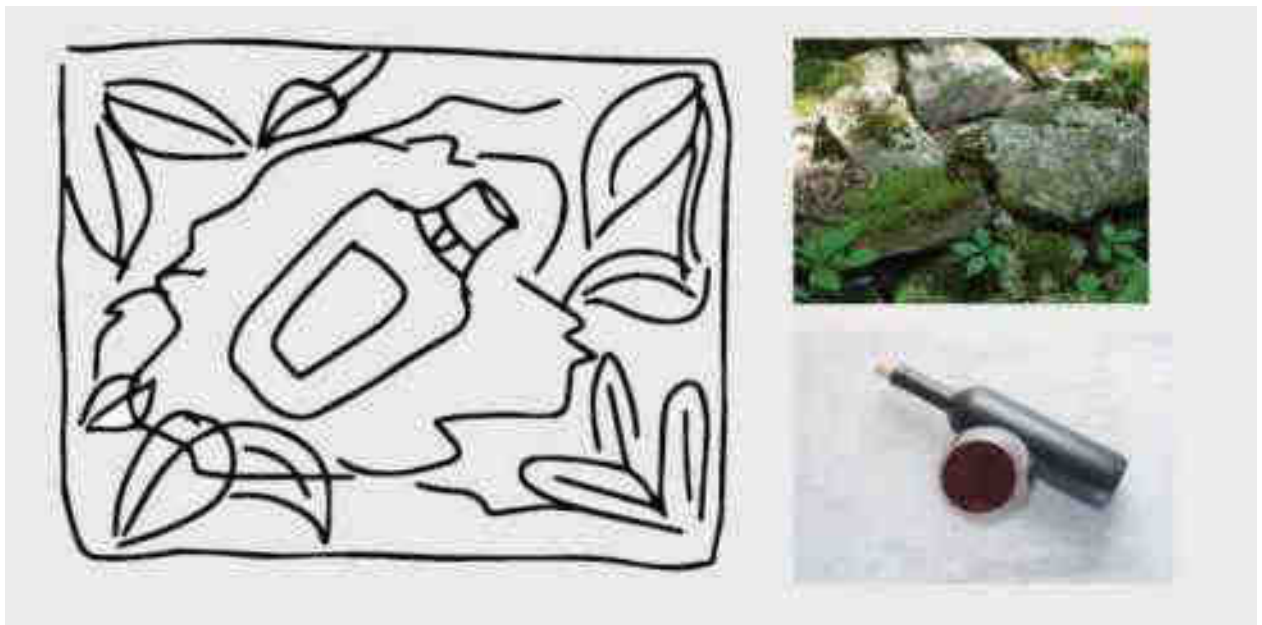


Fonte: De autoria própria

Já no Plano Aéreo, decidimos fazer duas imagens. Na primeira fotografia, enfatizando a garrafa deitada sobre uma superfície de pedras irregulares, acompanhada de folhas verdes e secas. A textura áspera das pedras e a vegetação ao redor contrastam com a superfície lisa e brilhante da garrafa, reforçando uma sensação de rusticidade e naturalidade.

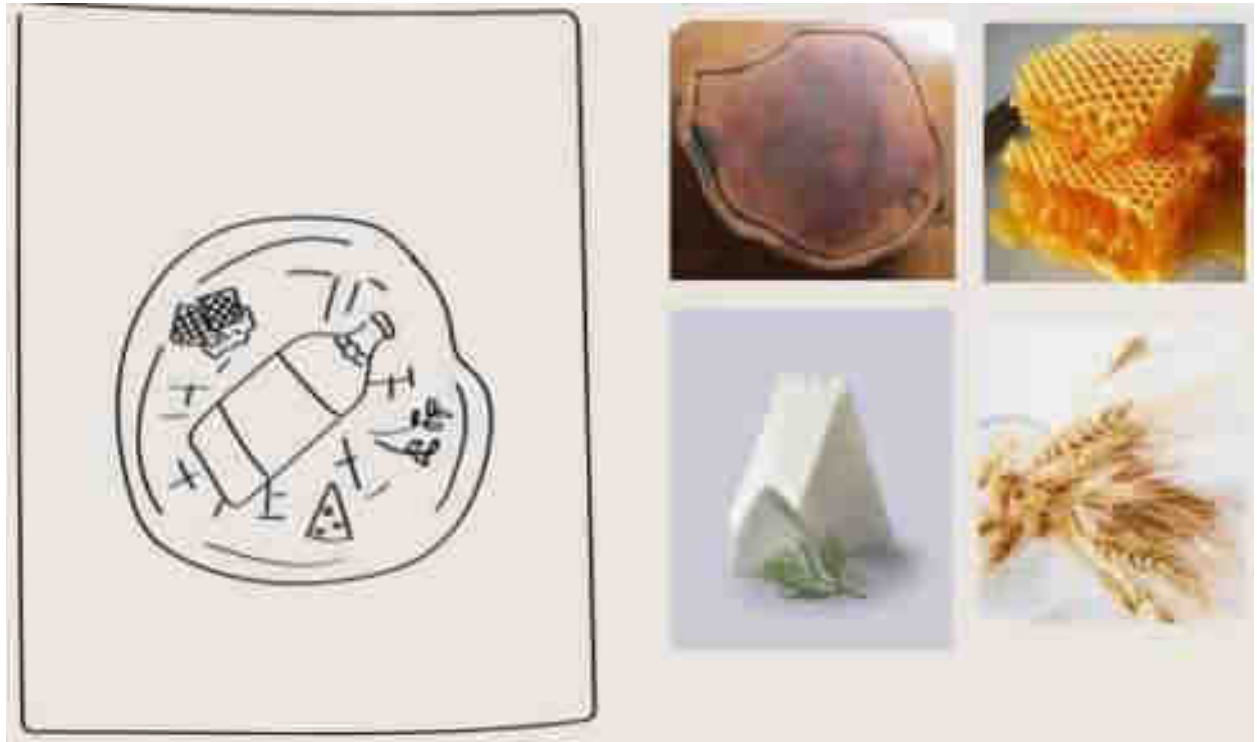
Na segunda fotografia, utilizamos Cerveja Appia sobre uma tábua de madeira rústica e no seu entorno, utilizamos o elemento principal de sua composição, o mel, e bem como o trigo para apresentar as massas que harmonizam com a bebida. Atribuímos a ela o mesmo conceito da primeira fotografia, trazendo destaque para o design e a rusticidade. É uma imagem para *post* de instagram no tamanho de 1080 x 1350 pixels.

Figura 95. Representação do Plano Aéreo (primeira fotografia)



Fonte: De autoria própria

Figura 96. Representação do Plano Aéreo (segunda fotografia)



Fonte: De autoria própria

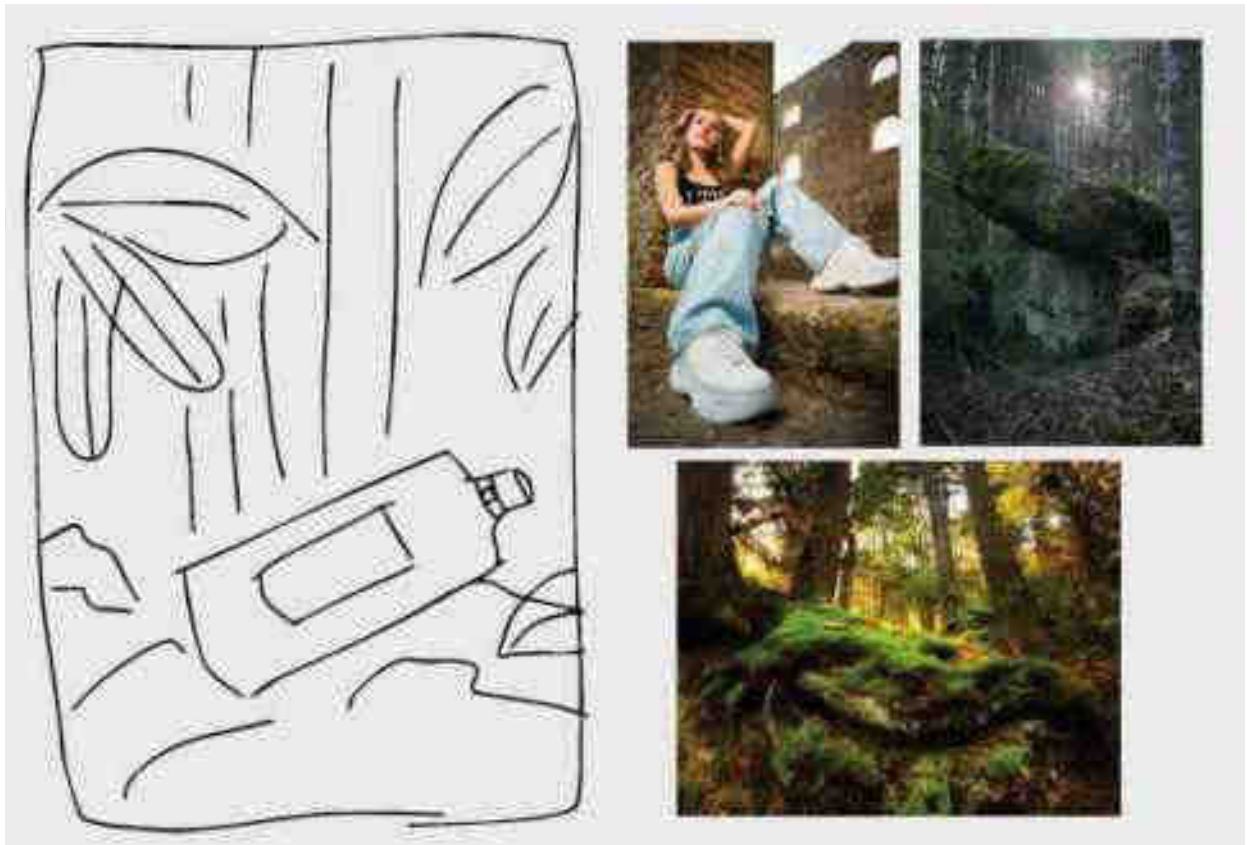
O Plano Detalhe foi desenvolvido em duas fotografias. A primeira consiste em uma imagem do copo em contra *plongée*, evidenciando também o gargalo da garrafa, com um destaque especial para o selo, enquanto o líquido é despejado no copo. A segunda imagem, semelhante à escolhida para o site, apresenta o produto sobre uma pedra, em contraluz, destacando o conteúdo dentro da garrafa e ressaltando o rótulo, com um fundo característico de vegetação e algumas folhagens secas. Assim como as demais imagens, ambas foram produzidas para publicação em redes sociais, no formato tradicional.

Figura 97. Representação do Plano Detalhe (primeira fotografia)



Fonte: De autoria própria

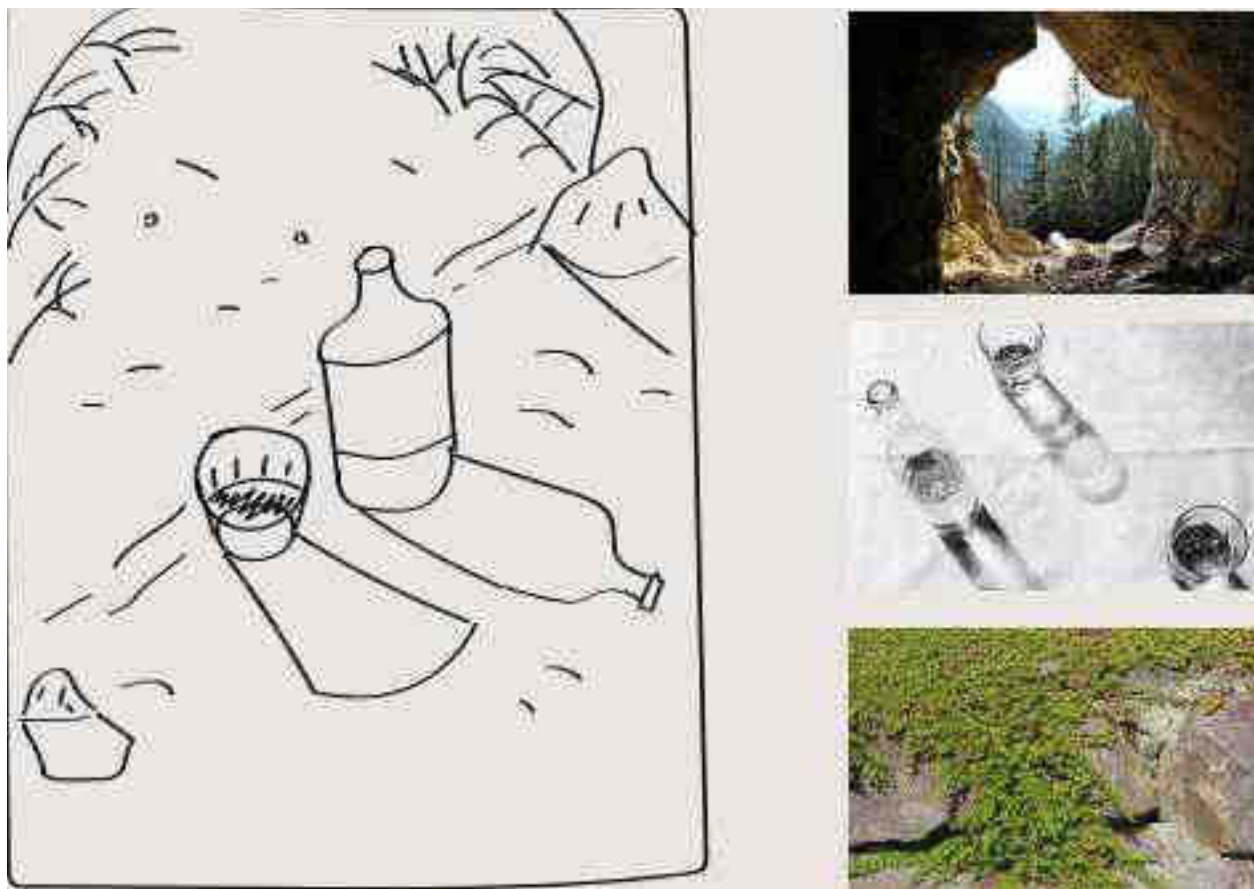
Figura 98. Representação do Plano Detalhe (segunda fotografia)



Fonte: De autoria própria

No mesmo conceito do Plano Aéreo (*Plongée*), decidimos fazer uma fotografia da cerveja posicionada sobre o chão da caverna, próximo à saída para a floresta. Utilizamos uma luz direcionada na diagonal do plano, com o objetivo de formar uma sombra suave da garrafa. A imagem foi projetada para postagem (assim como as anteriores), no formato 1080 x 1350 pixels. A escolha do *plongée* cria uma sensação de domínio visual sobre a cena e favorece a leitura do rótulo colorido, que se destaca em meio às cores terrosas e verdes do ambiente. Esta imagem foi criada para site no tamanho de 1920 x 1080 pixels.

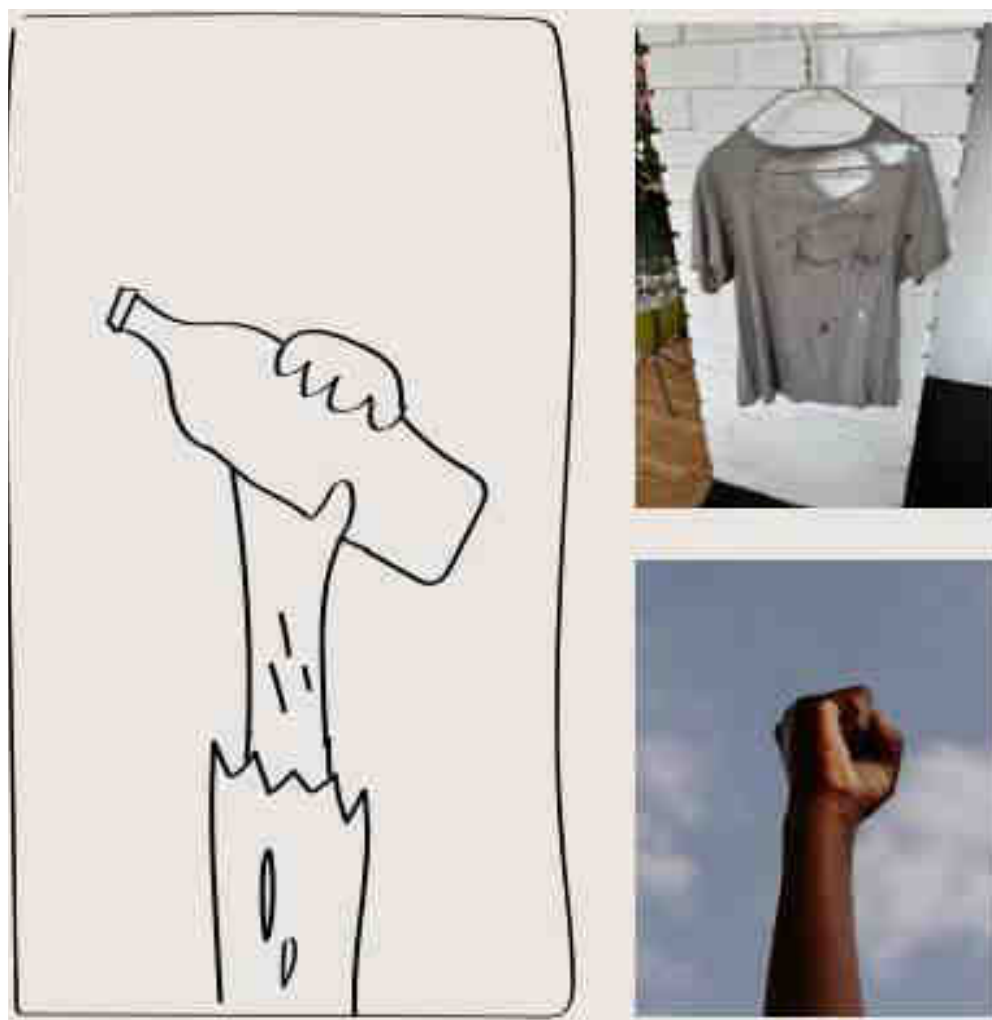
Figura 99. Representação do Plano Aéreo (*Plongée*)



Fonte: De autoria própria

Por fim, o Plano Contexto, nesta fotografia foi programada para ser uma mão erguida segurando a Cerveja Appia. O modelo veste uma manga de camisa rasgada e está com alguns arranhões superficiais no braço, simbolizando que houve uma luta contra o urso para conquistar a cerveja. Como já dito anteriormente, esta é uma das imagens criadas para postagem de instagram no formato 1080 x 1350 pixels.

Figura 100. Representação do Plano Contexto



Fonte: De autoria própria

Arte Final

Figura 101. Plano Inteiro



Fonte: De autoria própria

Figura 102. Plano Detalhe



Fonte: De autoria própria

Figura 103. Plano Detalhe



Fonte: De autoria própria

Figura 104. Plano Contexto



Fonte: De autoria própria

Figura 105. Plano Aéreo (*Plongée*)



Fonte: De autoria própria

Figura 106. Plano Aéreo



Fonte: De autoria própria

Figura 107. Plano Aéreo



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

Com isso, o projeto foi executado de acordo com a solicitação, de forma precisa e elaborada. O trabalho foi desenvolvido em 2024.1 e conseguimos atuar de maneira criativa, sem fugir do conceito. A imagem de Plano Detalhe, poderia ser melhorada, pois a garrafa é de tonalidade escura e ao utilizar o fundo preto não houve muito contraste com o gargalo. E na imagem de Plano Aéreo, onde estão presentes os elementos de composição e harmonização da bebida, o trigo está menos evidente, devido a sua espessura muito fina em um fundo escuro.

3.5 Identidade Visual

3.5.1 Forma de Tecer - Projeto de Identidade Visual (2023.2)

Problematização

Este projeto foi concebido no âmbito das disciplinas de Identidade Visual e Tipografia, sob a orientação dos professores Suellen Albuquerque e Daniel Lourenço, respectivamente, no curso superior de Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba (IFPB), Campus Cabedelo. Este trabalho foi realizado pelos alunos Alan Vasser, João Batista, Samuel Carvalho e Vitória Avelino.

A premissa deste trabalho consistia no desenvolvimento da identidade visual para um microempreendedor artesão paraibano. A seleção desse artesão poderia ocorrer durante o evento Pulse, promovido pelo próprio Campus, ou a partir do conhecimento prévio da equipe, desde que o critério de ser um microempreendedor local fosse atendido. Além disso, a identidade deveria contemplar uma tipografia autoral, desenvolvida pelos membros do projeto.

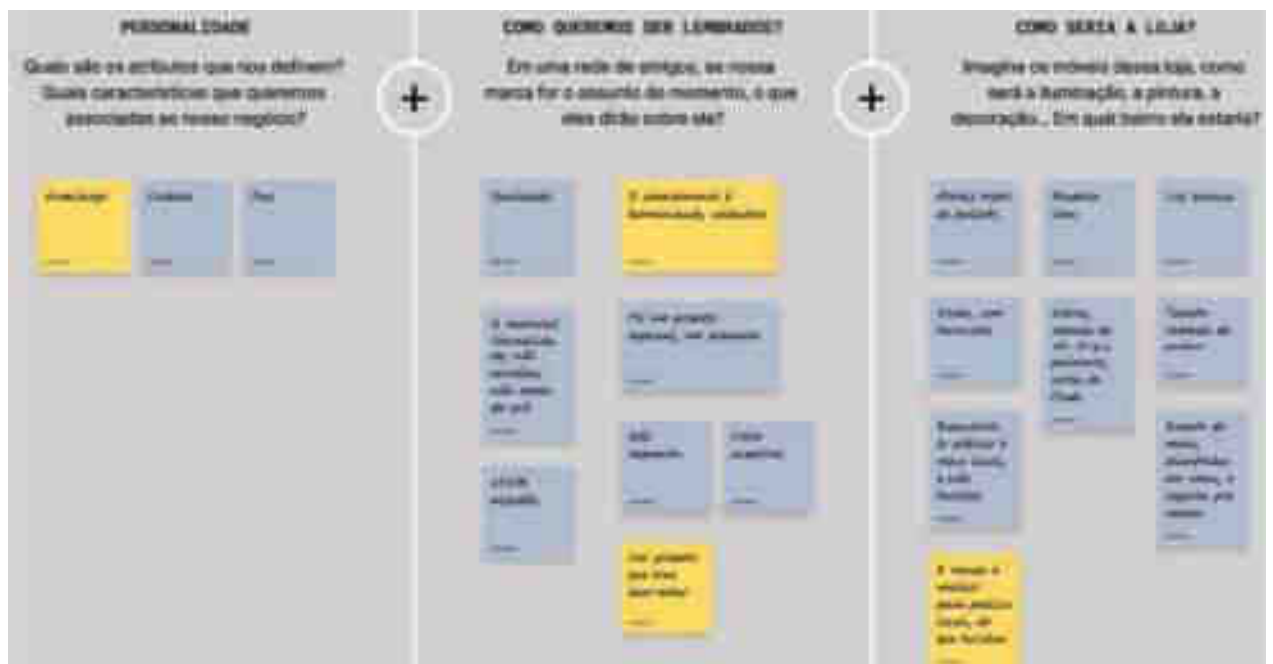
A marca em questão, Forma de Tecer, administrada pela empreendedora Ercília Rodrigues, é uma empresa paraibana que atua no varejo de produtos de tecelagem, como mantas, jogos americanos e passadeiras. Suas peças são integralmente produzidas em São Bento, Paraíba, utilizando 100% algodão. A marca experimentou um crescimento notável durante a pandemia de COVID-19 e, atualmente, estabelece uma base de clientes diversificada, com forte presença em feiras de artesanato de João Pessoa.

O principal desafio enfrentado neste projeto foi criar uma expressão visual coesa e consistente, capaz de agregar valor aos produtos — especialmente considerando que a empreendedora não fabrica suas próprias peças, mas atua como revendedora. Por esse motivo, ela não possuía uma conexão direta, como artesã, com os itens comercializados. Diante disso, buscou-se desenvolver um conceito singular que representasse a essência da marca.

Metodologia

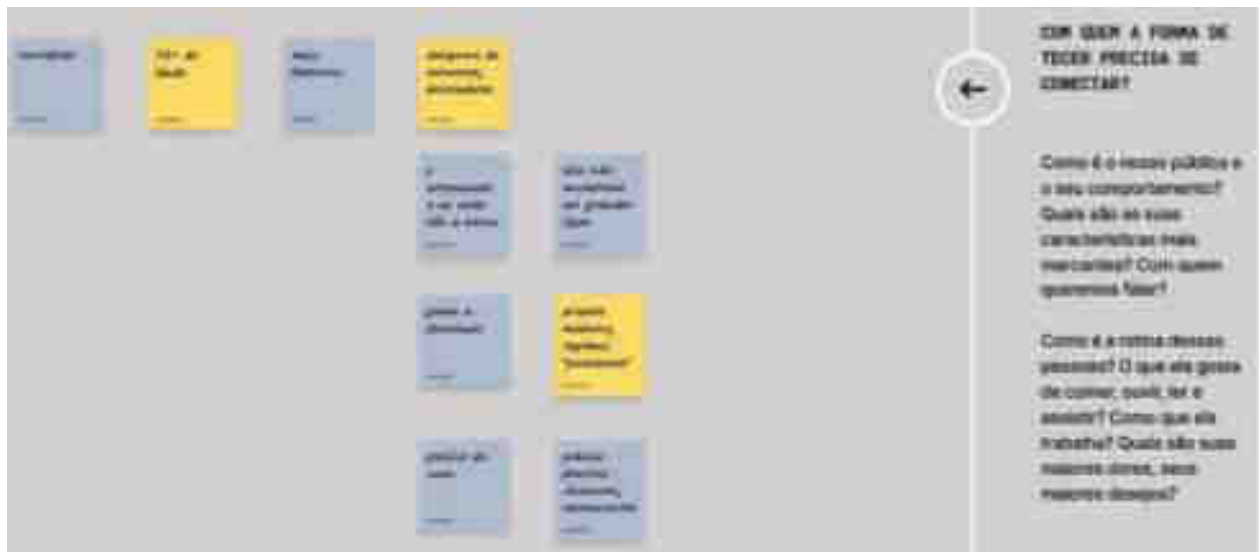
A metodologia empregada neste projeto foi uma adaptação do modelo de Alina Wheeler (2019), englobando as etapas de Condução de Pesquisa, Esclarecimento da Estratégia e Design de Identidade. Iniciamos com a fase de condução de pesquisa, que culminou no desenvolvimento do nosso *briefing*. Para isso, adotamos uma abordagem didática, conhecida como método da imersão, que se baseia na realização de perguntas estruturadas sobre a "História", o "Presente" e o "Futuro" da marca.

Figura 112. Imersão



Fonte: De autoria própria

Figura 113. Imersão



Fonte: De autoria própria

Na sequência, entramos na etapa de esclarecimento da estratégia e na geração de ideias para assinatura visual. Fizemos diversos rascunhos, buscando um símbolo que dialogasse com o conceito da identidade visual, culminando na proposta final.

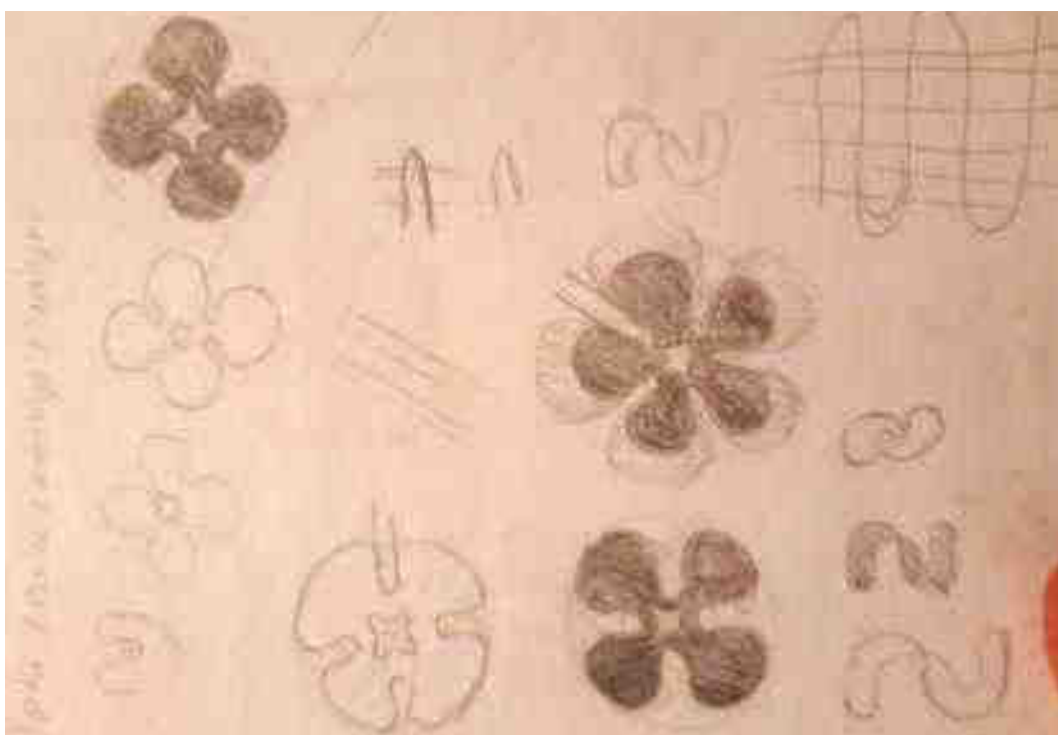
Adicionalmente, foram realizadas duas análises. A Análise Diacrônica, que investiga um fenômeno (como uma língua, instituição ou conceito) ao longo do tempo, observando suas mudanças e evolução histórica. Contudo, como a marca em questão não possuía um histórico abrangente de modificações, optou-se por analisar uma marca concorrente para suprir esse requisito, fundamental para a construção do projeto. Paralelamente, conduziu-se a Análise Sincrônica, focada no estudo de um fenômeno em um momento específico, como uma "fotografia" daquele instante. Nesta, foi realizada uma pesquisa aprofundada dos concorrentes da marca.

O conceito central do projeto baseou-se na palavra "aconchego". A partir desse pilar, foi definido o *slogan*: "Seu lar com xero e aconchego da nossa terra". O objetivo era destacar a manualidade, o cuidado, conforto da casa de uma avó e um abraço caloroso de uma mãe. Essa palavra, apesar de sua simplicidade, tornou-se o elemento norteador para toda a estratégia e para a expressão visual da identidade.

Figura 114. Esboços



Figura 115. Esboços



Com a assinatura visual já definida, realizamos testes de vetorização para garantir sua qualidade técnica e adaptabilidade. Em seguida, efetuamos os ajustes necessários para o refinamento da marca, assegurando sua aplicação consistente e eficiente nas próximas etapas do projeto, como materiais gráficos, impressos e digitais.

Figura 116. Primeiras versões



Fonte: De autoria própria

Prosseguindo, realizamos o processo de pesquisa para o desenvolvimento tipográfico. Com as orientações necessárias, iniciamos a criação dos primeiros rascunhos. A escolha recaiu sobre uma tipografia simples, com formas arredondadas, buscando a concepção de uma fonte humanista sem serifa. O objetivo era transmitir fluidez e a naturalidade das formas das letras, resultando em um design sutil e visualmente agradável. Esse processo resultou na criação da tipografia "Savija Sans", além da seleção da fonte de apoio.

Figura 117. Esboços da tipografia



Para a identidade visual da marca, desenvolvemos **grafismos que se inspiram diretamente nas estampas dos produtos**. Eles se apresentam em duas formas distintas: **localizados** e **contínuos**.

Figura 118. Esboços dos Grafismos

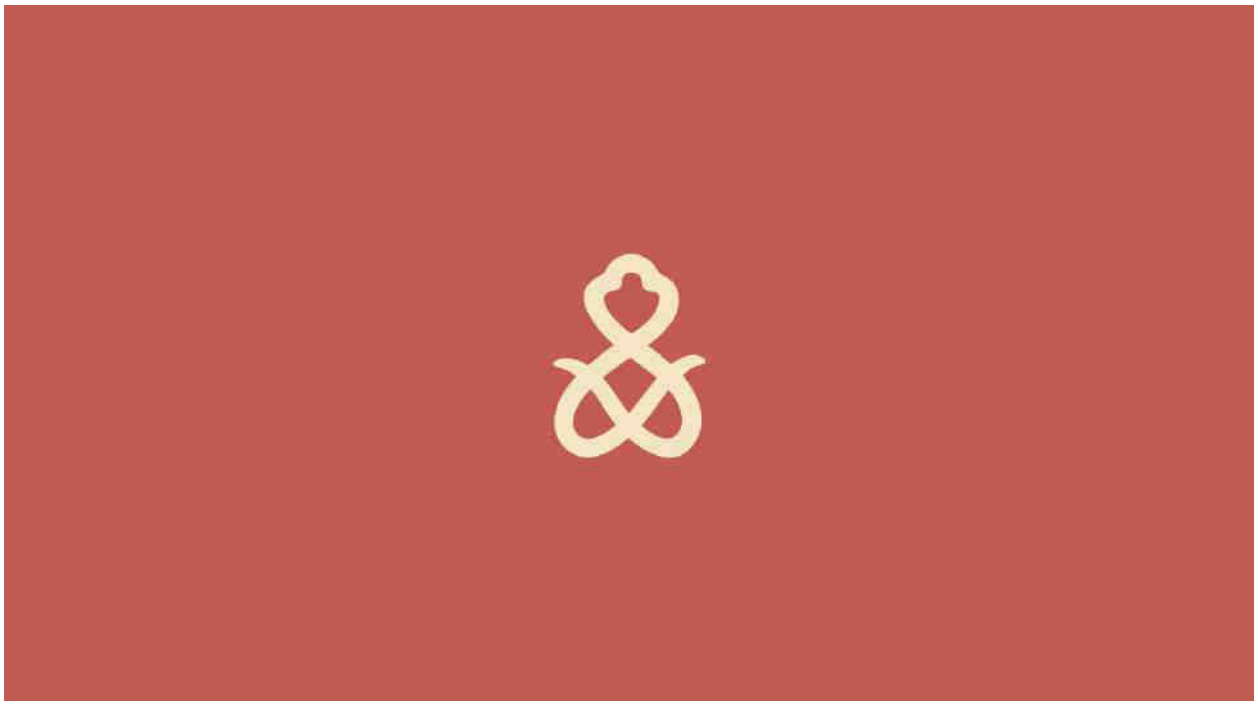


Fonte: De autoria própria

Resultados

Portanto, o símbolo representa a jornada que começa na terra, com o algodão, sendo transformado pelo desfiar e tecer em um tramado que, por fim, abraça e proporciona aconchego.

Figura 119. Versão Final



Fonte: De autoria própria

A paleta de cores, composta por Vermelho Terra (HEX: C15B53 / CMYK: 19, 73, 61, 8), Amarelo Algodão (HEX: F4E6C3 / CMYK: 5, 9, 29, 0) e Verde Aconchego (HEX: 2E6259 / CMYK: 80, 38, 59, 32) e variações das mesmas, Rosa Coral Suave (HEX: #D8807C/ CMYK: 13, 59, 43, 2), Branco Creme (HEX: #FFF7E9 / CMYK: 0, 3, 11, 0) e Verde Eucalipto (HEX: #548E83 / CMYK: 69, 26, 49, 9) simbolizam, respectivamente, a terra molhada, o algodão e o aconchego. Nosso objetivo foi usar tons sutis que representam o conforto para reforçar o conceito de aconchego.

Figura 120. Paleta de Cores



Fonte: De autoria própria

Além da nossa tipografia autoral, utilizamos a *Commissioner* como fonte de apoio, por ser uma fonte com boa adaptabilidade, legibilidade e estética agradável.

Figura 121. Tipografia Autoral



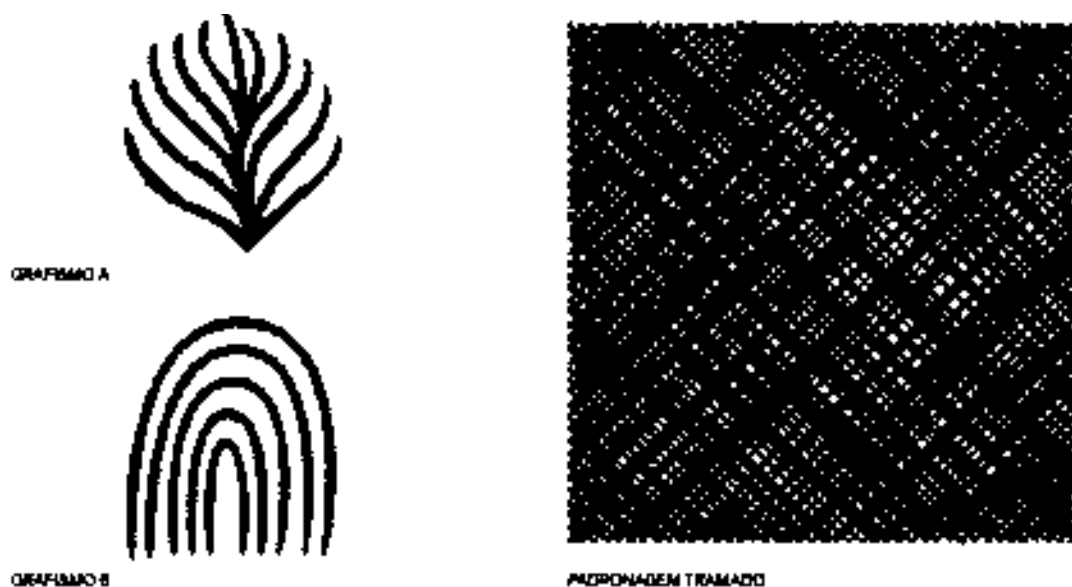
Fonte: De autoria própria

Figura 122. Tipografia de apoio: *Commissioner*

Fonte: De autoria própria

Seguindo a mesma estética dos grafismos, criamos ilustrações com os tramados dos produtos. São elas: um abraço na manta e um gato se espreguiçando, comunicando que acabou de ter uma soneca gostosa sob a manta. Em ambas, buscamos transmitir o aconchego e a leveza que os produtos promovem no lar. Além disso, a partir destas ilustrações elaboramos duas peças gráficas para divulgação nas redes sociais, em formato *story* para Instagram (1080 X 1920 *pixels*).

Figura 123. Grafismos



Fonte: De autoria própria

Figura 124. Ilustrações



Fonte: De autoria própria

Arte Final

Figura 125. Assinatura Visual



Fonte: De autoria própria

Figura 126. Aplicação da etiqueta



Fonte: De autoria própria

Figura 127. Aplicação Cartão de Visita



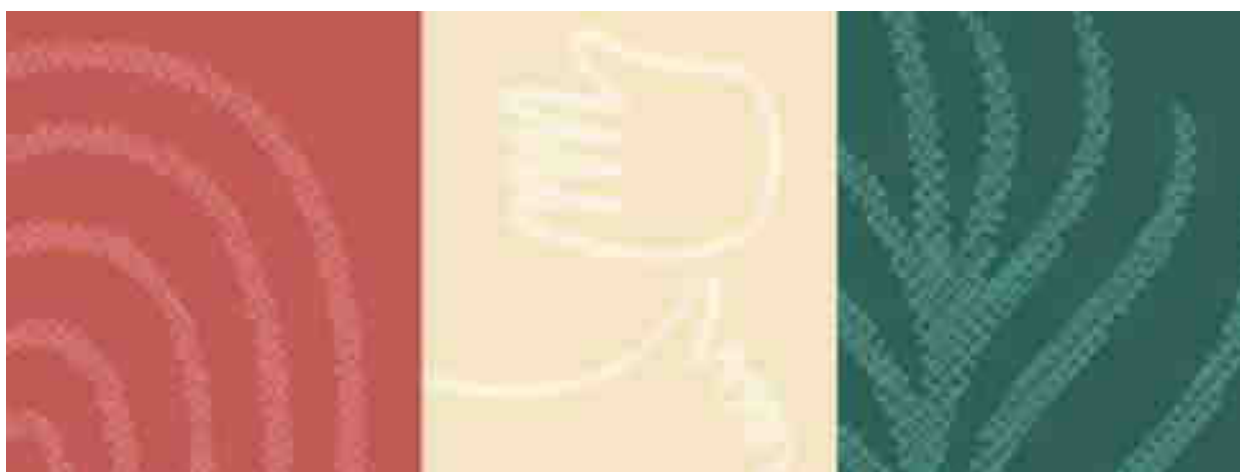
Fonte: De autoria própria

Figura 128. Aplicação Adesivo



Fonte: De autoria própria

Figura 129. Grafismos



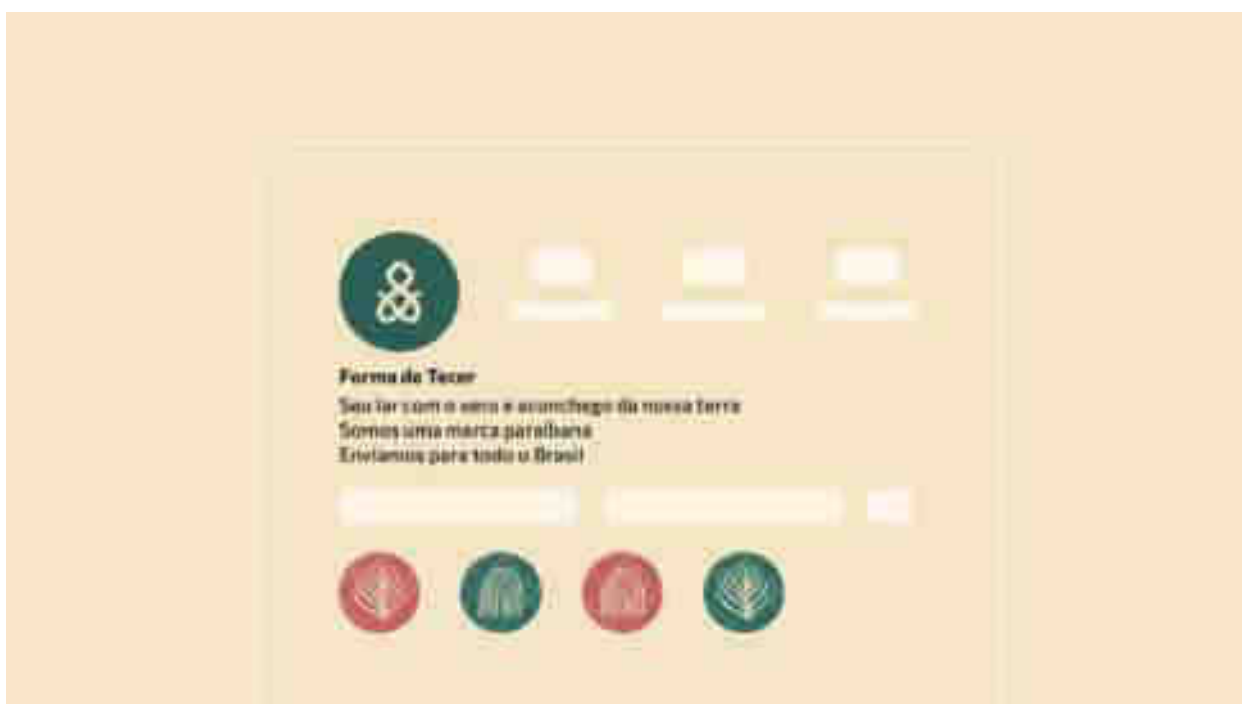
Fonte: De autoria própria

Figura 130. Aplicação em placa



Fonte: De autoria própria

Figura 131. Aplicação para Instagram



Fonte: De autoria própria

Figura 132. Aplicação para Instagram



Fonte; De autoria própria

Autoanálise

O projeto seguiu de forma criteriosa o conceito, alcançando o objetivo desejado e transmitindo tudo que foi proposto, trazendo o aconchego e conforto a marca. Mas por ser nossa primeira experiência na elaboração de uma tipografia, tivemos bastante dificuldade e algumas letras não saíram da forma como gostaríamos, como a letra “T” que ficou com sua estrutura alongada demais e a letra “g” que ficou um pouco “quadrada” demais. Além disso, tivemos dificuldade de criar um conceito, já que ela não produzia as peças, logo não tinha características artísticas.

3.5.2 AYU Academia e Espaço de Bem-estar - Projeto de Identidade

Visual (2025.1)

Problematização

Este projeto foi concebido no âmbito da disciplina de Marketing, sob a orientação do Professor Gustavo Olímpio, no curso superior de Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) / Campus Cabedelo. Os desenvolvedores do projeto foram João Batista, Livia Tavares, Mariah Victória, Vitória Avelino e Yohana Echila.

A proposta para este projeto era desenvolver uma peça publicitária que deveria conter o nome do produto/marca, uma mensagem publicitária e uma imagem/ilustração. Anteriormente desta demanda, o professor propôs dois trabalhos que colaboraram para a criação da peça publicitária.

O primeiro trabalho consistia em pesquisar uma tendência de mercado decorrente das mudanças no Macroambiente, vinculada a uma das seguintes variáveis: Ambiente Demográfico, Ambiente Tecnológico, Ambiente Econômico e Ambiente Político-Legal. Na etapa seguinte, foi preciso definir o nosso negócio, estabelecendo a Missão Corporativa, Visão de Futuro e os Valores que norteariam a organização e seus colaboradores.

A partir disso, nossa equipe se reuniu e decidiu focar no Ambiente Demográfico, com ênfase nos idosos. Essa escolha se deu porque, muitas vezes, nossa sociedade os inutiliza e os coloca em uma posição desfavorável, retirando seu direito de pertencimento e convívio social.

Com base nisso, decidimos criar uma academia para idosos com atendimento personalizado. Além de se exercitarem, os alunos teriam acesso a nutricionistas e médicos especializados para a formulação de suplementos que atendessem às necessidades individuais de cada um. Para complementar as nossas peças gráficas, também optamos por desenvolver uma Identidade Visual básica.

Metodologia

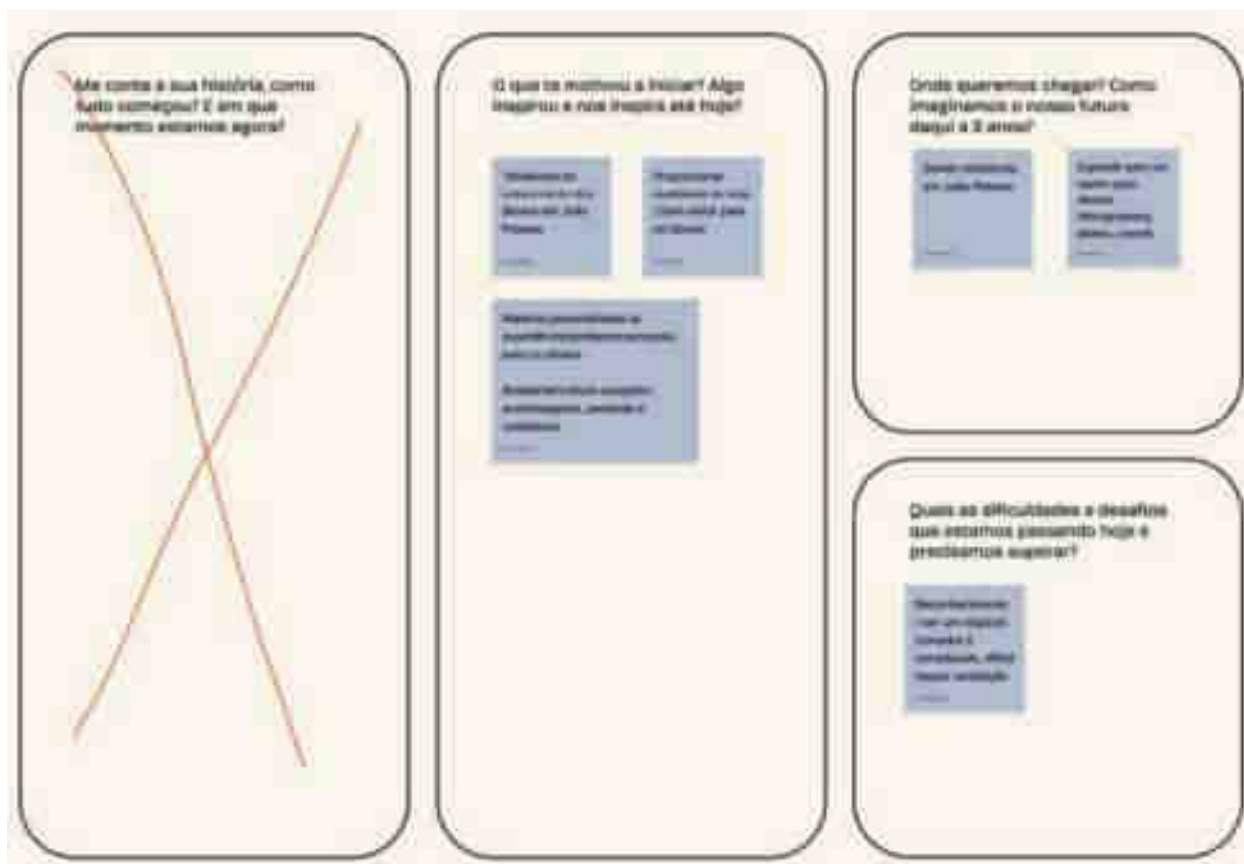
A metodologia empregada neste projeto foi uma adaptação do modelo de Alina Wheeler, englobando as etapas de Condução de Pesquisa, Esclarecimento da Estratégia e Design de Identidade.

Na etapa de condução de pesquisa, realizamos uma imersão aprofundada que nos permitiu compreender o público-alvo, definir o objetivo da nossa marca, pesquisar concorrentes e conduzir uma dinâmica para determinar a sua personalidade. Após esse processo, filtramos as informações que se alinhavam com o que desejávamos

para a nossa marca, resultando em palavras que expressam a sua essência. As palavras definidas foram:

- Empática: Empresa com atendimento atencioso e compreensivo com os clientes.
- Inovadora: O ramo é novo, o conceito é diferenciado e temos o objetivo de transformar vidas e elevar a autoestima.
- Acessível: Acolhemos pessoas com suas limitações e lidamos com as diversidades, abraçando histórias e vidas.

Figura 133. Imersão



Fonte: De autoria própria

Figura 135. Imersão

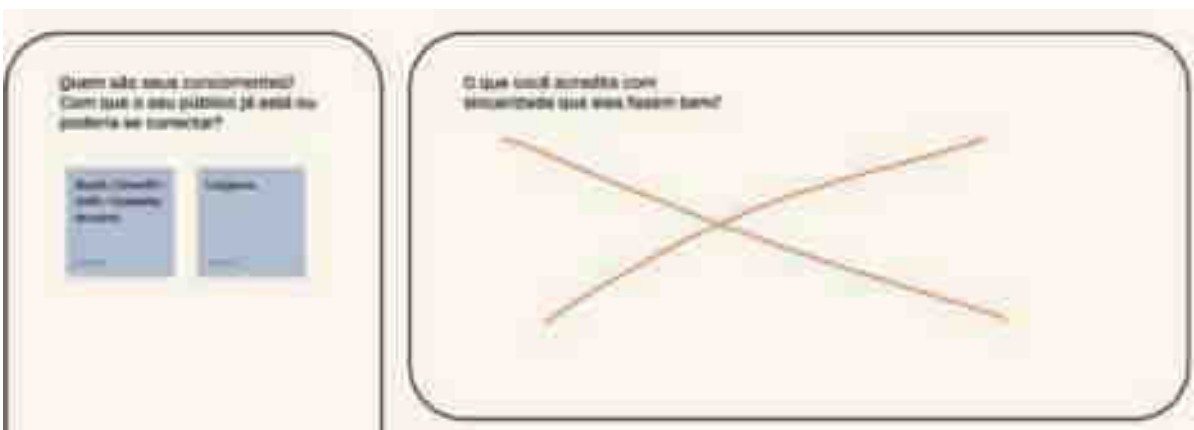


Figura 136. Imersão

Imersão

1. Quem não gosta de falar sobre identidade sexual? O que você acha sobre isso? E sobre a sua sexualidade e a sua identidade?

2. Como você se sente sobre a sua sexualidade? Qual é o seu sentimento sobre isso? Qual é o seu sentimento sobre a sua sexualidade?

3. Dentro das duas opções, qual você gosta e qual com frequência? Qual é o seu tipo de exemplo?

Fonte: De autoria própria

Para transmitir nossas ideias, elaboramos um *moodboard*. Essa ferramenta visual foi importante para alinhar a visão da equipe e comunicar a essência e o tom da marca, servindo como guia para o desenvolvimento da identidade visual.

Figura 139. Análise de referências



Inicialmente, o processo de criação envolveu a elaboração de diversos rascunhos e gerações de ideias para o nome da marca. Após essa fase exploratória, optamos por não desenvolver um símbolo específico. A decisão foi estratégica: por se tratar de um nome pequeno e conciso, consideramos mais eficaz criar apenas um logotipo, focando na tipografia para transmitir a identidade desejada.

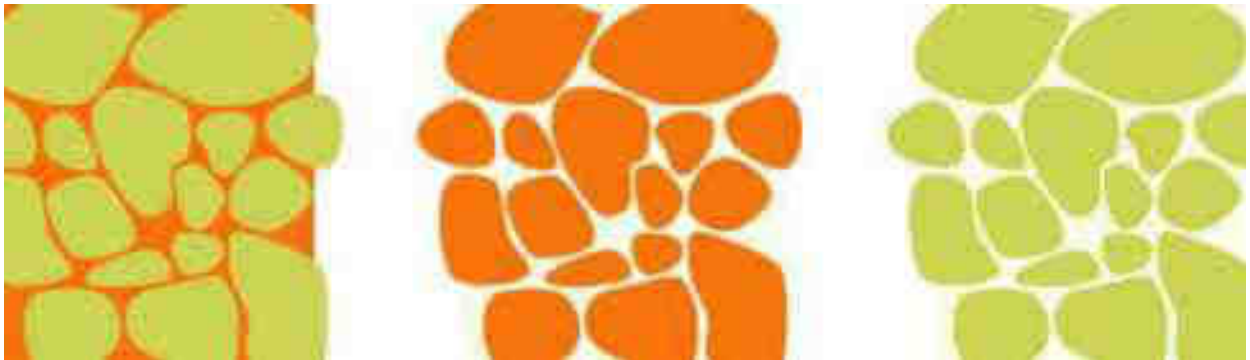
Assim, a construção da marca concentrou-se na escolha de uma tipografia que refletisse os valores de empatia, inovação e acessibilidade. Além da tipografia, foram definidos outros elementos gráficos essenciais, onde queríamos transmitir os músculos através dos grafismos. Isso inclui também, a seleção de uma paleta de cores vibrante e acolhedora, que complementa a proposta da academia e a definição de diretrizes visuais que garantem a consistência da marca em todas as aplicações, desde materiais de divulgação até o ambiente físico da academia.

Figura 140. Esboços



Fonte: De autoria própria

Figura 141. Esboços dos grafismos



Fonte: De autoria própria

Para as peças publicitárias, optamos por utilizar *outdoor* e panfleto. Escolhemos *outdoor* por sua alta visibilidade em locais de grande circulação, como avenidas, praças e centros urbanos. Já o panfleto permite a distribuição em pontos estratégicos frequentados pelo público-alvo. Ambos os meios oferecem uma comunicação direta e focada. Em resumo, a combinação de alcance estratégico, simplicidade, credibilidade e a ausência de barreiras tecnológicas torna *outdoor* e panfleto ferramentas valiosas para atingir e engajar a população idosa.

Especificamente, para a peça gráfica de *outdoor*, decidimos divulgar o nosso serviço principal: o Espaço Ayu. No panfleto, por sua vez, divulgamos nosso produto: o suplemento personalizado.

Figura 141. Análise de referências peças publicitárias



Fonte: Compilação da autora

Resultados

O conceito do nosso projeto consiste em: “Acolher, escutar e cuidar, fornecendo um espaço não para idosos, mas para protagonistas da vida”.

Figura 142. Assinatura Visual

ayu **Academia e Espaço
de Bem-estar**

A paleta foi pensada para equilibrar estímulo e acolhimento: o Laranja Energia (HEX: #FF750B / CMYK: 0, 54, 96, 0) transmite vitalidade e convida ao movimento, o Verde Vitalidade (HEX: #CDD354 / CMYK: 3, 0, 60, 17) reforça a ideia de saúde e equilíbrio, e o Bege Bem-estar (HEX: #FEFDE8 / CMYK: 0, 0, 9, 0) oferece conforto visual e neutralidade, criando um ambiente leve, seguro e convidativo para o público idoso.

Figura 143. Paleta de Cores



Fonte: De autoria própria

A tipografia *Asterisk Sans* foi selecionada para os títulos por ser uma fonte sem serifa, o que garante legibilidade e acessibilidade ao público idoso em materiais de divulgação, além de transmitir modernidade sem radicalismo e limpeza visual. Para o texto de apoio, optou-se pela *Mulish*, que segue o mesmo conceito de alta legibilidade e acessibilidade, características importantes para esse público. Ela também comunica modernidade e profissionalismo, mantendo a consistência visual da marca.

Figura 144. Tipografias: Asterisk Sans e Mulish



A primeira peça gráfica desenvolvida foi o *outdoor*, que apresenta o *slogan*: “Um espaço que protagoniza a longevidade”. Como mencionado anteriormente, essa peça foi pensada para locais de grande movimentação de pessoas, com foco em áreas frequentadas por idosos.

A segunda peça, um panfleto, que apresenta informações detalhadas sobre o suplemento personalizado e foi estrategicamente desenvolvida para distribuição em locais de fácil acesso à população idosa.

Arte Final

Figura 145. Assinatura Visual



Fonte: De autoria própria

Figura 146. Peça publicitária *Outdoor*

Fonte: De autoria própria

Figura 147. Aplicação peça publicitária *Outdoor*

Fonte: De autoria própria

Figura 148. Aplicação de divulgação para Instagram,



Fonte: De autoria própria

Figura 149. Peça publicitária Suplemento

Você já pensou em um suplemento feito só pra você?

Na AYU a suplementação é pensada para quem quer viver com mais presença,
saúde e autonomia.



- Fórmula adaptada ao que o seu corpo realmente precisa
- Reforço da imunidade com nutrientes essenciais
- Ingredientes de alta absorção, com eficácia real
- Defesas fortalecidas com ativos essenciais para sua idade

ayu. Um cuidado que entende você.

Fonte: De autoria própria

Figura 150. Aplicação Peça publicitária do suplemento



Fonte: De autoria própria

Figura 151. Aplicação do Suplemento



Autoanálise

Nosso projeto alcançou o objetivo proposto, apresentando uma ideia inclusiva e inovadora com o intuito de agregar autoestima à população idosa e valorizar os "protagonistas da vida". Apesar do resultado positivo, alguns pontos poderiam ser aprimorados, principalmente devido ao prazo limitado. O logotipo e os grafismos poderiam ter sido mais refinados e explorados, resultando em mais variações e soluções diferenciadas.

3.5.3. Pulse 2024 - Projeto de Identidade Visual (2024.2)

Problematização

Pulse 2024 foi um projeto acadêmico do curso de Design Gráfico do Campus Cabedelo do IFPB, desenvolvido para a Coordenação de Design Gráfico. O trabalho foi realizado pelos alunos João Batista, Lara Mel, Lívia Tavares e Vitória Avelino.

O Pulse é um encontro que celebra a criatividade e a troca de experiências entre artesãos e designers. Com uma programação que inclui palestras inspiradoras, oficinas práticas e exposições envolventes, o evento cria um espaço fértil para aprendizado, inovação e conexões genuínas. É a oportunidade perfeita para quem deseja renovar ideias, despertar a criatividade e fazer parte de uma comunidade apaixonada por arte e design.

Com o objetivo de desenvolver uma nova identidade visual para o evento, a equipe organizadora do Pulse, sob a direção da Professora Rafaela Santana, promoveu um concurso com o tema “Caminhos e descaminhos para o designer empreendedor”, que serviu como base para a expressão visual da proposta. O desafio foi ampliado pelas limitações do *briefing*, que continha poucas informações, e pelo curto prazo para elaboração do conceito do projeto, incluindo painel semântico, paleta de cores, combinações tipográficas e o esboço da marca.

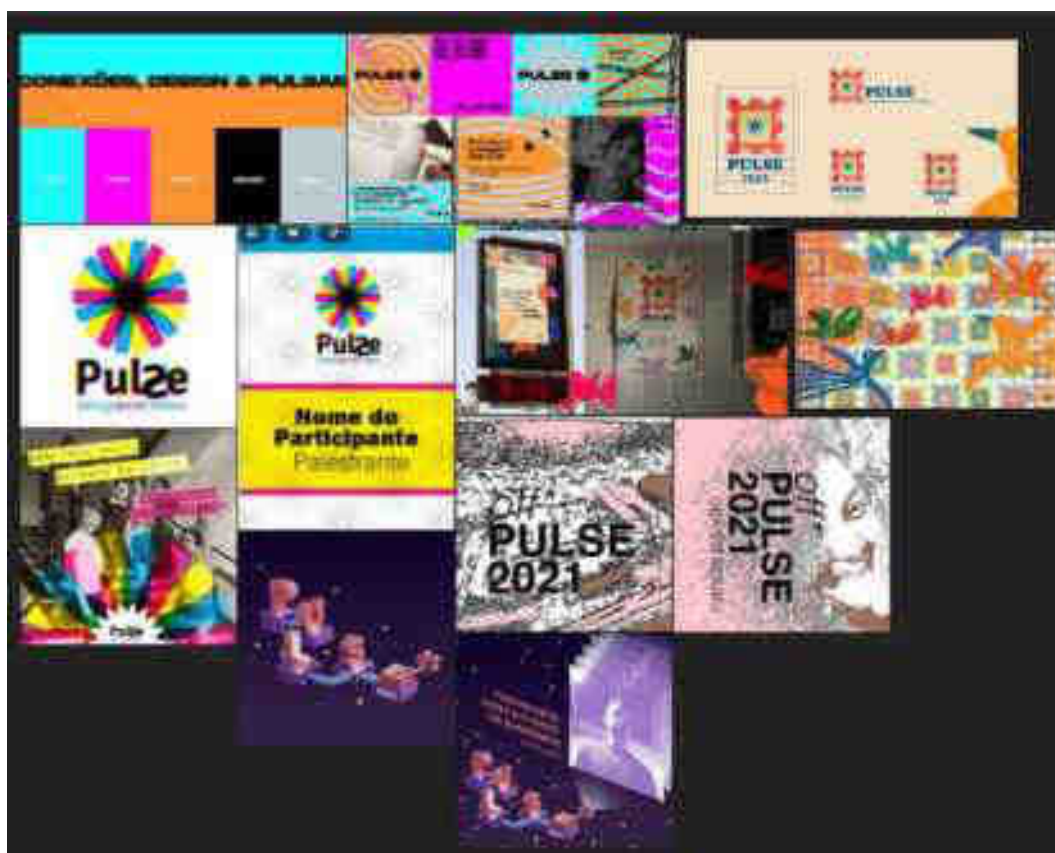
Metodologia

A metodologia empregada neste projeto foi uma adaptação do modelo de Alina Wheeler (2019), englobando as etapas de Condução de Pesquisa, Esclarecimento da Estratégia e Design de Identidade.

O *briefing* passado pela Coordenação consistia em desenvolver a assinatura visual do Pulse com base nos conceitos de caminhos e conexões com produção da identidade visual e de todo material gráfico do evento, impresso e digital.

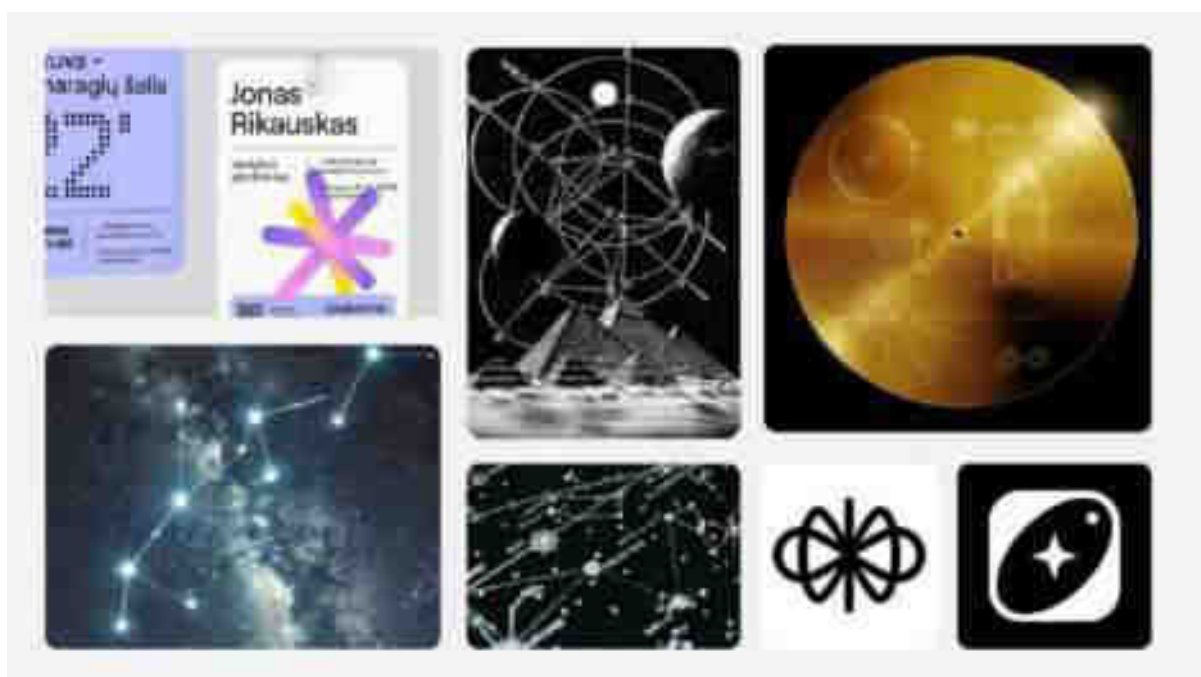
Com isso, fizemos uma pesquisa sobre as edições anteriores, assim foi descoberto o asterisco, como símbolo visual do evento. Desta maneira desenvolvemos um mapa mental para traduzir conceitualmente o tema do Pulse 2024 em aspectos visuais.

Figura 152. Edições anteriores do Pulse



Fonte: Compilação da autora

Figura 153. Análise de referências



Fonte: Compilação da autora

Resultados

Com isso, optamos por utilizar o sol como símbolo que representa o resultado de uma explosão de ideias e o calor humano que impulsiona o designer rumo a um caminho empreendedor. Colocamos o asterisco no centro para simbolizar a conexão dos caminhos.

Figura 156. Símbolo



Fonte: De autoria própria

Figura 157. Assinatura Visual



Fonte: De autoria própria

A paleta de cores utilizada foi: Roxo Universo (HEX: #230021 / CMYK: 0, 91, 0, 87), que remete à profundidade do universo e aos desafios da jornada; Amarelo Conexão (HEX: #F2A50C / CMYK: 0, 32, 95, 5) e Laranja Calor (HEX: #E6671C / CMYK: 0, 55, 88, 10), que representam, respectivamente, o calor humano gerado pela conexão; Verde Criatividade (HEX: #7DA032 / CMYK: 22, 0, 69, 37) e Azul Inspiração (HEX: #3AA3F9 / CMYK: 74, 22, 0, 0), que foram selecionados como cores complementares, simbolizando a criatividade no design e fornecendo suporte às aplicações e Bege Caminho (HEX: #F2E7DF / CMYK: 0, 5, 8, 5) para trazer a sensação emocional de suavidade, ligada à calma e propósito, remetendo a o início de uma jornada.

Figura 158. Paleta de Cores



Fonte: De autoria própria

Para a assinatura visual utilizamos a *Vinilla*, da Plau, e para o texto, a *Elza Text*, da Blackletra. Ambas foram escolhidas não apenas pela boa legibilidade, mas também por serem tipografias criadas por tipógrafos brasileiros, com o objetivo de valorizar o design nacional.

Figura 159. Tipografias: *Vinilla* e *Elza Text*

Fonte: De autoria própria

O símbolo (asterisco) também foi explorado como grafismo, com suas pontas estendidas para representar caminhos em expansão. Essa forma sugere conexões, encontros e trajetórias que se cruzam, reforçando a ideia de movimento e convergência presente na identidade visual.

Figura 160. Grafismos



Arte Final

Figura 161. Assinatura Visual

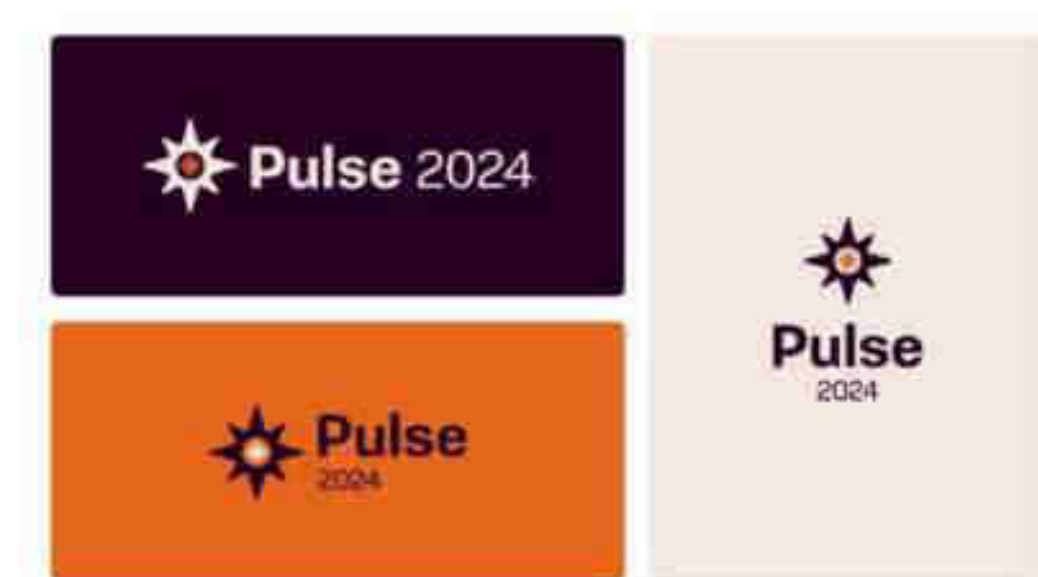


Figura 162. Arte dos crachás



Figura 163. Aplicação crachás



Fonte: De autoria própria

Figura 164. Aplicação Moleskine



Figura 165. Aplicação Ecobag



Autoanálise

O projeto foi executado de acordo com a proposta, apresentando um símbolo que mantém a identidade das edições anteriores e também transmite o conceito da nova edição de forma objetiva e simplificada. Porém, devido ao curto prazo para a entrega da identidade visual, houve uma limitação na linguagem visual, causada pela ausência de elementos gráficos e, possivelmente, ilustrações.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Além de um requisito acadêmico, este trabalho representou uma jornada de construção de identidade enquanto designer gráfica em formação. A elaboração deste portfólio, composto por dez projetos de naturezas e escopos variados, proporcionou uma oportunidade de revisitar aprendizados adquiridos ao longo do curso bem como refletir sobre minha evolução pessoal e profissional.

Cada projeto aqui apresentado foi cuidadosamente selecionado para demonstrar minha versatilidade e capacidade de atuação em diferentes áreas do Design Gráfico. Através da descrição das metodologias e das etapas de imersão, ideação, prototipação e aplicação, foi possível evidenciar o raciocínio por trás de cada escolha visual e conceitual, revelando o compromisso com soluções criativas, funcionais e estrategicamente fundamentadas.

A construção deste portfólio também reforça a importância do processo no design: pensar, testar, errar e refinar são partes fundamentais da prática profissional. Ele também se apresenta como uma ferramenta essencial para minha inserção no mercado, representando o encerramento de um ciclo acadêmico e o início de uma nova etapa, marcada pela autonomia, responsabilidade e pelo constante aprimoramento técnico e criativo.

Finalizo este trabalho ciente de que o conhecimento em design é um campo em permanente construção. Os projetos desenvolvidos até aqui formam a base sobre a qual seguirá expandindo minha atuação, com ética, sensibilidade estética e compromisso com a comunicação visual de qualidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Ticiano Vanderlei de Siqueira. Como Fotografar Produtos - Volume I. Cabedelo: edição do autor, 2022.

BARRETT, Helen C. *Balancing the two faces of ePortfolios*. Educação, Formação & Tecnologias, v. 3, n. 1, p. 6-14, 2010. Disponível em: <http://eft.educom.pt/index.php/eft/article/view/70>. Acesso em: 14 dez. 2024.

BROWN, Tim. *Design Thinking*: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MESTRINER, Fábio. Design de embalagem: Curso avançado. 2. ed. São Paulo: Pearson Makro Books, 2002.

PEÓN, Maria Luísa. Sistemas de identidade visual. 4. ed. Rio de Janeiro: 2AB Editora Ltda, 2009.

WHEELER, Alina. Design de identidade de marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas, 5ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2019.

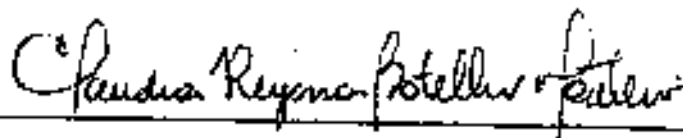
ANEXOS

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que o(a/s) profissional(is) **VITÓRIA DA SILVA AVELINO**, de CPF/CNPJ de nº 720.618.054 - 00 prestou serviço de **CRIAÇÃO DE ARTE PARA UM BANNER INSTITUCIONAL**, para o contratante(a) **CLAÚDIA REGINA BOTELHO MONTEIRO**, com CPF/CNPJ de nº 445.107.992 - 68, no período entre 20 DE OUTUBRO DE 2024 À 24 DE OUTUBRO DE 2024.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

Cabedelo, 25 de junho de 2025



ASSINATURA DO/A DECLARANTE

CLAÚDIA REGINA BOTELHO MONTEIRO

CPF: 445.107.992 - 68

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

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Juntada de Documentos / TCC Completo

Assunto:	Juntada de Documentos / TCC Completo
Assinado por:	Vitoria Avelino
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Vitoria da Silva Avelino, DISCENTE (202317010018) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDEL0, em 18/08/2025 18:21:03.

Este documento foi armazenado no SUAP em 18/08/2025. 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: 1577913
Código de Autenticação: c1f97b7985

