



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

PORTFÓLIO DE DESIGN GRÁFICO:
Diálogos entre a Prática Acadêmica e o Mercado de Trabalho.

DRIELY RAIANY ARAÚJO FÉLIX

CABEDELO

2026

DRIELY RAIANY ARAÚJO FÉLIX

PORTFÓLIO DE DESIGN GRÁFICO:

Diálogos entre a Prática Acadêmica e o Mercado de Trabalho.

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): Turla Alquete

CABEDELLO

2026

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

F316p. Félix, Driely Raiany Araújo.

Portfólio de Design Gráfico: Diálogos entre a prática acadêmica e o mercado de trabalho / Driely Raiany Araújo Félix – Cabedelo, 2026.

171 f.: il.

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

Orientadora: Profa. Dra. Turla Angela Alquete de Arreguy Baptista.

! . Portfólio. 4+Design Gráfico. 3. Identidade visual. I. Título.

CDU 6<!=55 +>">



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

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

Driely Raiany Araujo Felix

PORTFÓLIO DE DESIGN GRÁFICO: Diálogos entre a Prática Acadêmica e o Mercado de Trabalho

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 30 de junho de 2026.

Membros da Banca Examinadora:

Profa. Dra. Turla Angela Alquete de Arreguy Baptista

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Dr. Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Me. Wilson Gomes de Medeiros

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2026

Documento assinado eletronicamente por:

- **Turla Angela Alquete de Arreguy Baptista**, DIRETOR(A) GERAL - CD2 - DG-CB, em 07/08/2026 09:29:00.
- **Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 07/08/2026 09:30:14.
- **Wilson Gomes de Medeiros**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 07/08/2026 09:31:26.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 19/06/2026. 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 895011
Verificador: 0683874067
Código de Autenticação:



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

AGRADECIMENTOS

À **Debora**, por ser o meu maior incentivo e o meu porto seguro. Obrigada por acreditar em mim nos momentos de dúvida, por segurar a minha mão e por abrir meus olhos para as novas e bonitas possibilidades que esta conclusão traria para a minha vida. Sua presença foi o norte necessário para que eu chegasse até aqui.

À **Lorenzo**, o meu amor mais lindo. Obrigada por me ensinar a ver o mundo todos os dias com um olhar curioso, com pureza e com uma perspectiva inteiramente fora da caixinha. Sua existência enche minha vida de cor, e sua alegria foi combustível sutil e precioso para que eu persistisse nesta jornada.

Aos meus pais, **Leonia e Demir**, pelo apoio incondicional e por nunca medirem esforços para que eu alcançasse minha formação. Mesmo quando a vida seguiu outros rumos e o sonho pareceu pausado num intervalo demorado, eles nunca deixaram de se orgulhar de mim ou de manifestar fé no meu potencial. Este título é, acima de tudo, um reflexo do amor e da confiança que vocês depositaram em minha trajetória.

Aos meus amigos de São Bento — em especial **Lucila, Rafael, Jobson e Vicente** —, que se tornaram minha família por escolha. Obrigada por serem fontes constantes de inspiração, afeto e pelo incentivo generoso que me deram durante todos esses anos de caminhada.

Aos companheiros que a graduação me deu, **Felipe, Tamires e Laise**, por terem sido essenciais para o meu desenvolvimento no curso e para o meu amadurecimento como ser humano. Um agradecimento profundamente especial à **Williana**, a amiga que me abriu as portas do universo do design, impulsionou meu ingresso nesta jornada e sempre esteve presente, dividindo desafios, angústias e conquistas profissionais.

À minha orientadora, **Turla**, pela acolhida generosa, pela paciência estendida e por me receber de braços abertos, sem julgamentos, em cada tentativa de finalizar este ciclo. Sua condução sensível e o seu olhar atento foram fundamentais para que eu encontrasse o meu melhor caminho técnico e criativo.

Aos demais **professores do IFPB**, o meu profundo respeito e admiração. Vocês ensinaram-me muito além de grids, fontes e metodologias; ensinaram-me a ler o mundo com empatia e a ser uma profissional mais humana. Ao **Instituto Federal da Paraíba (IFPB) — Campus Cabedelo**, pela transformação profunda, bonita e inimaginável que operou na minha vida.

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresenta um portfólio documental construído a partir de projetos que reúnem minha trajetória acadêmica na Graduação do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico, no Instituto Federal da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, e também como profissional no mercado de trabalho. O objetivo principal é abordar o aperfeiçoamento das competências técnicas e criativas, e ressaltar a capacidade de transformar conhecimentos teóricos em soluções práticas para o mercado. A estrutura consiste na seleção e análise de 10 projetos, sendo cinco desenvolvidos durante a graduação e cinco aplicados ao mercado de trabalho para clientes reais. A metodologia de apresentação baseia-se na documentação do processo criativo, desde o briefing e fundamentação teórica até a aplicação final em *mockups*, expondo etapas de *brainstorming*, *moodboard*, metodologias de design e resultados finais. O trabalho reafirma que a sistematização do portfólio demonstra não apenas um registro de competências, mas também a importância da narrativa visual como ferramenta de posicionamento profissional e defesa técnica do design como solução estratégica.

Palavras-chave: Design Gráfico. Portfólio. Identidade Visual. Processo Criativo. Mercado de Trabalho.

ABSTRACT

This Undergraduate Thesis (TCC) presents a documentary portfolio built from projects that encompass my academic journey in the Technology Degree in Graphic Design at the Federal Institute of Paraíba (IFPB) - Cabedelo Campus, as well as my experience as a market professional. The main objective is to address the refinement of technical and creative skills, emphasizing the ability to convert theoretical knowledge into practical market solutions. The structure consists of the selection and analysis of 10 projects, five of which were developed during undergraduate studies and five applied to the job market for real clients. The presentation methodology is based on documenting the creative process, from the initial briefing and theoretical framework to the final mockup application, showcasing stages of brainstorming, moodboards, design methodologies, and final results. This work reaffirms that the systematization of the portfolio serves not only as a record of skills but also highlights the importance of visual narrative as a tool for professional positioning and technical defense of design as a strategic solution.

Keywords: Graphic Design. Portfolio. Visual Identity. Creative Process. Job Market.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Sequência de etapas do método adaptado de Bruno Munari e Ellen Lupton para o projeto de redesign do livro de Rupī Kaur.....	13
Figura 2 - Sequência de etapas do método adaptado de Karen Cheng e Ellen Lupton para o desenvolvimento da tipografia "Hygge".....	15
Figura 3 - Sequência de etapas do método adaptado de Ellen Lupton e Wucius Wong para o desenvolvimento da coleção "Sítio do Picapau Amarelo".Fonte: Autoria própria.....	17
Figura 4 - Sequência de etapas do método adaptado de Josef Müller-Brockmann e Donis A. Dondis para a campanha sobre Assédio Sexual no Ambiente Acadêmico.....	18
Metodologia Aplicada.....	19
Figura 5 – Sequência de etapas do método adaptado de Donis A. Dondis, Ellen Lupton e Jan V. White para o redesign do encarte do álbum "Duas Cidades".....	20
Metodologia Aplicada.....	21
Figura 6 – Sequência de etapas do método adaptado de Alina Wheeler e Joan Costa para o redesign de identidade visual da marca BellaModa.....	22
Metodologia Aplicada.....	22
Figura 7 – Sequência de etapas do método adaptado de Alina Wheeler e Chris Calori para o projeto de redesign de identidade visual e sinalização ambiental da marca JH Veículos.....	24
Metodologia Aplicada.....	25
Figura 8 – Sequência de etapas do método adaptado de Alina Wheeler e Martha Gabriel para o projeto de planejamento estratégico visual e mídias digitais da marca Bruna Alves - Fonoaudióloga.....	26
Metodologia Aplicada.....	27
Figura 9 – Sequência de etapas do método adaptado de Alina Wheeler e Martha Gabriel para a extensão do sistema visual e planejamento estratégico de mídias digitais da Clínica Integrar.....	28
Metodologia Aplicada.....	29
Figura 10 – Sequência de etapas do método adaptado de Alina Wheeler para o redesign de identidade visual e desdobramento para sinalização de ambiente da academia RCL Trainer. Fonte: Autoria própria.....	30
Figura 11 - Moodboard para o redesign da obra "O que o sol faz com as flores".....	32
Figura 12 - Rascunhos e estudos digitais de ilustrações.....	34
Figura 13 - Planejamento de malha modular (grids), proporções de margens e estruturação da hierarquia tipográfica.....	35
Figura 14 - Protótipo físico (boneco editorial).....	37
Figura 15 - Mockup editorial aplicada na capa e páginas internas para o redesign.....	39
Figura 16 - Solução conceitual e visual finalizada.....	41
Figura 17 - Conceito para a estrutura da fonte Hygge.....	43
Figura 18 - Esboços manuais da fonte Hygge.....	44
Figura 19 - Rascunhos unidade visual da fonte Hygge.....	45
Figura 20 - Vetorização da fonte Hygge.....	46
Figura 21 - Codificação do arquivo da fonte no illustrator.....	47
Figura 22 - Geração do arquivo Calligraphr.....	47
Figura 23 - Materialização da fonte digital.....	49

Figura 24 - Mockups da fonte.....	49
Figura 25 - Moodboard para estampa do Sítio do Picapau Amarelo.....	52
Figura 26 - Sketches do projeto de estampa.....	53
Figura 27 - Ilustrações vetorizadas do grupo Narizinho.....	55
Figura 28 - Ilustrações vetorizadas do grupo Príncipe Escamado.....	55
Figura 29 - Report de estampas: Narizinho e Príncipe Escamado.....	56
Figura 30 - Mockup 1 camiseta Narizinho.....	57
Figura 31 - Mockup 2 camiseta Narizinho.....	58
Figura 32 - Mockup 1 camiseta Príncipe Escamado.....	58
Figura 33 - Mockup 2 camiseta Príncipe Escamado.....	59
Figura 34 - Grid panfleto.....	61
Figura 34 - Grid cartaz.....	62
Figura 35 - Grid página de revista.....	62
Figura 36 - Grid página do livro.....	63
Figura 37 - Grid página do jornal.....	63
Figura 38 - Mockup do panfleto.....	65
Figura 39 - Mockup do cartaz.....	65
Fonte: Autoria própria.....	65
Figura 40 - Mockup da página da revista.....	66
Fonte: Autoria própria.....	66
Figura 41 - Mockup da página do livro.....	66
Fonte: Autoria própria.....	66
Figura 42 - Mockup da página do jornal.....	67
Fonte: Autoria própria.....	67
Figura 43 - Planificação do encarte.....	70
Figura 47 - Briefing projeto BellaModa.....	74
Figura 48 - Moodboard para o redesign da identidade visual BellaModa.....	75
Figura 49 - Estudo tipográfico.....	76
Figura 50 - Alternativa 1 BellaModa.....	77
Figura 51 - Alternativa 2 BellaModa.....	77
Figura 52 - Paleta de cores BellaModa.....	78
Figura 53 - Aplicação da paleta na primeira proposta BellaModa.....	79
Figura 54 - Aplicação da paleta na segunda proposta BellaModa.....	79
Figura 55 - Mockup das sacolas.....	81
Figura 56 - Mockup da papelaria.....	82
Figura 57 - Mockup de posters.....	82
Figura 60 - Mockup de ecobags.....	83
Figura 61 - Mockup Fachada.....	84
Figura 62 - Mockup cartão de presente.....	84
Figura 63 - Aplicações em redes sociais.....	85
Figura 64 - Aplicação fachada.....	85
Figura 65 - Aplicação sacola promocional dia das mães.....	86

Figura 66 - Aplicação letreiro interior da loja.....	86
Figura 67 - Aplicação de padrão no interior da loja.....	87
Figura 68 - Aplicação cartão de presente.....	87
Figura 69 - Briefing projeto JH Veículos.....	89
Figura 70 - Moodboard para o redesign da identidade visual JH Veículos.....	90
Figura 71 - Estudo tipográfico e do ícone.....	91
Figura 72 - Alternativa 1 JH Veículos.....	92
Figura 73 - Alternativa 2 JH Veículos.....	92
Figura 74 - Aplicação da paleta na primeira proposta JH Veículos.....	94
Figura 75 - Aplicação da paleta na segunda proposta JH Veículos.....	95
Figura 76 - Desdobramento da sinalização da JH Veículos.....	96
Figura 77 - Aplicação no projeto de interiores da JH Veículos.....	97
Figura 78 - Mockup de aplicação do padrão na parede.....	97
Figura 79 - Mockup de aplicação de placas institucionais.....	98
Figura 80 - Mockup de aplicação da logo.....	100
Figura 81 - Mockup de aplicação em bonés e adesivos.....	100
Figura 82 - Mockup de aplicação em bonés e adesivos.....	101
Fonte: Autoria própria.....	101
Figura 83 - Mockup de aplicação cartão de visitas.....	101
Fonte: Autoria própria.....	101
Figura 84 - Mockup de aplicação de carteira de documentos.....	102
Fonte: Autoria própria.....	102
Figura 85 - Aplicação Redes Sociais.....	102
Figura 86 - Aplicação fachada JH Veículos.....	103
Figura 87 - Aplicação totem JH Veículos.....	103
Figura 88 - Aplicação do padrão na parede da JH Veículos.....	104
Figura 89 - Aplicação da sinalização de interiores da JH Veículos 1.....	104
Figura 90 - Aplicação da sinalização de interiores da JH Veículos 2.....	105
Figura 91 - Aplicação da sinalização de interiores da JH Veículos 3.....	105
Figura 92 - Aplicação da sinalização de interiores da JH Veículos 4.....	106
Figura 93 - Aplicação da logo em placa modelo.....	106
Figura 94 - Aplicação da logo no escritorio.....	107
Figura 95 - Aplicação cartão de visitas JH Veículos.....	107
Figura 96 - Aplicação Agenda e caneta JH Veículos.....	108
Figura 97 - Aplicação brinde copo térmico JH Veículos.....	108
Figura 98 - Aplicação bonés JH Veículos.....	109
Figura 99 - Aplicação Adesivo, chaveiro e carteiras de documentos JH Veículos.....	109
Figura 100 - Aplicação em caminhão da JH Veículos.....	110
Figura 101 - Logo Bruna Alves - Fonoaudióloga.....	112
Figura 102 - Benchmarking fonoaudiologia infantil.....	114
Figura 103 - Moodboard para fonoaudiologia infantil.....	115
Figura 104 - Sistema visual Bruna Alves.....	117

Figura 105 - Diagramação de grid para posts.....	117
Figura 106 - Carrossel com grid.....	119
Figura 107 - Peça gráfica com grid 1.....	119
Figura 108 - Peça gráfica com grid 2.....	120
Figura 109 - Mockup de carrossel.....	121
Figura 110 - Aplicações em redes sociais.....	121
Figura 111 - Logo vertical e horizontal Clínica Integrar.....	123
Figura 112 - Elemento Clínica Integrar.....	123
Figura 113 - Paleta de cores Clínica Integrar.....	124
Figura 114 - Benchmarking Clínica Integrar.....	125
Figura 115 - Moodboard Clínica Integrar.....	126
Figura 116 - Diagramação de grid para posts versão do feed.....	127
Figura 117 - Diagramação de grid para posts versão do storie.....	127
Figura 118 - Destaques para Instagram Clínica Integrar.....	129
Figura 119 - Carrossel com grid Clínica Integrar.....	130
Figura 120 - Especialistas Stories Clínica Integrar.....	130
Figura 121 - Agenda do dia storie Clínica Integrar.....	131
Figura 122 - Mockup de carrossel Clínica Integrar.....	132
Figura 123 - Aplicações em redes sociais Clínica Integrar.....	133
Figura 124 - Benchmarking RCL.....	135
Figura 125 - Moodboard RCL.....	136
Figura 126 - Logo antiga RCL.....	137
Figura 127 - Alternativa 1 RCL.....	138
Figura 128 - Paleta de cores 1 RCL.....	138
Figura 129 - Padrão 1 RCL.....	139
Figura 130 - Alternativa 2 RCL.....	140
Figura 131 - Paleta de cores 2 RCL.....	140
Figura 132 - Padrão 2 RCL.....	141
Figura 133 - Aplicação de sinalização da fachada RCL.....	143
Figura 134 - Aplicação sinalização interna 1 RCL.....	143
Figura 135 - Aplicação de sinalização lojinha RCL.....	144
Figura 136 - Aplicação de sinalização área kids e dança RCL.....	144
Figura 137 - Aplicação de sinalização área cross RCL.....	145
Figura 138 - Aplicação de sinalização área cross RCL.....	145
Figura 139 - Mockup de aplicação em garrafas RCL.....	147
Figura 140 - Mockup de aplicação bandeira RCL.....	147
Figura 141 - Mockup de aplicação da sinalização aérea cross RCL.....	148
Figura 142 - Mockup de aplicação dos uniformes RCL.....	148
Figura 143 - Aplicação Redes Sociais RCL.....	149
Figura 144 - Aplicação bandeira RCL.....	149

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
2. METODOLOGIA.....	12
2.1 Redesign editorial.....	12
2.2 Design de Tipos.....	14
2.3 Projeto de Ilustração:.....	15
2.4 Projeto de Planejamento Visual III - Grids e Colunas.....	17
2.5 Projeto de Planejamento Visual III - Redesign Experimental.....	19
2.6 Projeto de Identidade Visual Corporativa.....	20
2.7 Projeto de Identidade Visual e Sinalização Ambiental.....	22
2.8 Mídias Digitais e Design de Interface.....	24
2.9 Mídias Digitais e Design de Interface.....	26
2.10 Projeto de Identidade Visual e Sinalização Ambiental.....	28
3. PORTFÓLIO DE PROJETOS.....	31
3.1. Redesign editorial.....	31
3.2. Tipografia.....	42
3.3. Estamparia Têxtil.....	51
3.4. Planejamento Visual / Design Editorial.....	60
3.5. Planejamento Visual / Design Editorial.....	68
3.6. Identidade Visual Corporativa.....	73
3.7. Identidade Visual e Sinalização Ambiental.....	88
3.8. Mídias Digitais e Design de Interface.....	111
3.9. Mídias Digitais e Design de Interface.....	122
3.10. Identidade Visual Corporativa.....	134
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	150
REFERÊNCIAS.....	152

1. INTRODUÇÃO

Para a conclusão da trajetória acadêmica no curso de Tecnologia em Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, optei por apresentar este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) no formato de portfólio documental, conforme previsto entre as possibilidades institucionais. Essa escolha fundamenta-se nos benefícios acadêmicos e mercadológicos que o modelo proporciona, permitindo uma avaliação qualitativa da jornada formativa e evidenciando a evolução das habilidades técnicas, criativas e estratégicas ao longo da graduação.

Na curadoria dos projetos acadêmicos, priorizei peças que evidenciam o domínio em áreas fundamentais, como o design editorial — englobando o redesign de livro e o estudo de usabilidade de grids e colunas em campanhas —, além de projetos de tipografia, estampa infantil com foco em ilustração e redesign de projeto fonográfico (CD). Complementando essa base, os projetos de mercado focam em soluções estratégicas de identidade visual e redesign de marcas, criação de conteúdo para redes sociais e aplicações de sinalização como suporte da identidade visual desenvolvida. Esta estrutura foi planejada para demonstrar a versatilidade na resolução de problemas gráficos, permitindo ao leitor uma visão clara da integração entre a fundamentação teórica e a prática profissional.

Barrett (2007, p. 2) define:

Um portfólio educacional contém trabalhos que um aluno coletou, refletiu, selecionou e apresentou para mostrar crescimento e mudança ao longo do tempo, trabalho que representa o capital humano de um indivíduo ou de uma organização. Um componente crítico de um portfólio educacional é a reflexão do aluno sobre as peças individuais de trabalho (muitas vezes chamadas de artefatos), bem como uma reflexão geral sobre a história que o portfólio conta sobre o aluno.

Nesse sentido, este documento não se limita a um repositório de peças visuais, mas atua como uma ferramenta de síntese metodológica. A documentação e análise de cada caso guiam-se por estruturas projetuais lógicas, apoiadas no rigor anatômico e sistêmico de **Karen Cheng (2005)**, na arquitetura da informação e hierarquia visual de **Ellen Lupton (2015)**, e nos princípios estruturais e de repetição de **Wucius Wong (1995)**. Cada projeto exposto é acompanhado de uma reflexão sobre os processos criativos, as estratégias empregadas e os

resultados obtidos, reforçando a importância da narrativa visual como ferramenta de posicionamento. Ao harmonizar a teoria acadêmica com a experiência prática, este portfólio reafirma a prontidão para os desafios e as exigências do mercado de trabalho contemporâneo.

2. METODOLOGIA

A execução dos projetos apresentados neste portfólio fundamentou-se em metodologias de design selecionadas de acordo com a natureza e as especificidades de cada demanda, sejam elas de caráter acadêmico ou voltadas ao mercado de trabalho. A escolha dessas abordagens buscou assegurar a coerência entre os objetivos propostos, o rigor técnico dos processos de desenvolvimento e as soluções visuais finais.

Dessa forma, cada estudo de caso a seguir detalha o percurso metodológico adotado — com base em autores como **Munari (2008)**, **Peón (2003)**, **Wheeler (2012)** e **Lupton (2020)** —, permitindo adaptações pontuais conforme as exigências de cada área de atuação, como o design editorial, a tipografia, a estampa e a construção de identidades visuais estratégicas.

2.1 Redesign editorial

a) Projeto: Livro: O que o sol faz com as flores (Rupi Kaur)

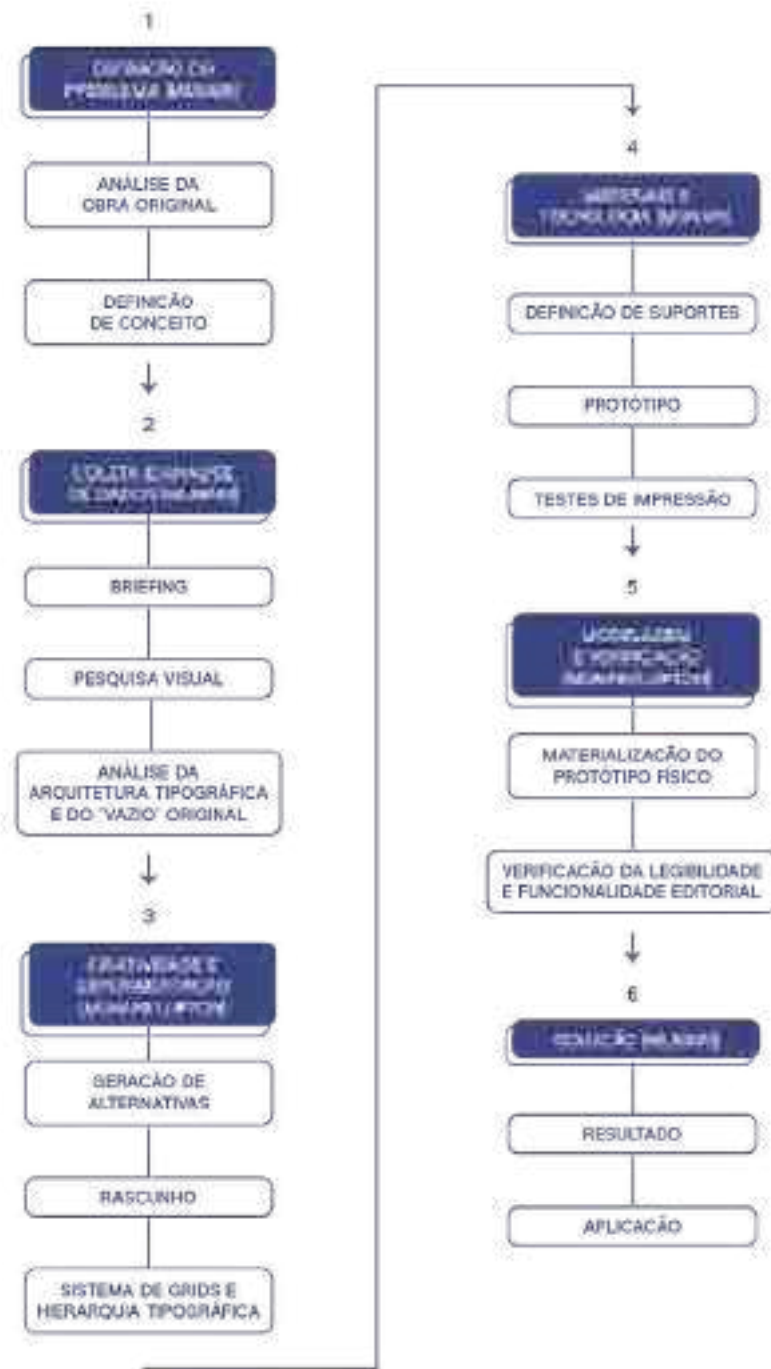
Briefing e contexto: Este projeto foi desenvolvido na disciplina de Design Editorial do curso de Tecnologia em Design Gráfico (IFPB). O objetivo central foi realizar o redesign visual e estrutural da obra "O que o sol faz com as flores", da escritora feminista contemporânea Rupí Kaur. O desafio consistiu em preservar a carga emocional e a força da poesia da autora, enquanto se propunha uma nova mancha gráfica e uma organização visual que acompanhasse as cinco partes do livro, focadas nos ciclos de murchar, cair, criar raiz, crescer e florescer.

Metodologia aplicada

Para este estudo de caso, a estrutura projetual seguiu o método de **Bruno Munari (2008)**, que decompõe o problema em etapas lógicas para alcançar uma solução fundamentada. Essa trajetória foi integrada aos conceitos de **Ellen Lupton (2020)**, especificamente no que tange à arquitetura tipográfica e ao uso estratégico de *grids*. O processo dividiu-se nas seguintes fases:

- **Definição do problema (Munari):** O desafio de redesenhar uma obra de sucesso mundial, mantendo sua essência minimalista, mas inserindo uma nova camada de sensibilidade tátil e visual.
- **Coleta e análise de dados (Munari):** Estudo da edição original (P&B) e das temáticas da autora (cura, feminismo e ciclos). Aqui, aplicou-se a visão de **Lupton** sobre o "texto como imagem", analisando como o vazio da página original influenciava a leitura.
- **Criatividade e experimentação (Munari/Lupton):** Fase de seleção da paleta cromática e teste de fontes. Sob a ótica de Lupton, buscou-se uma **hierarquia tipográfica** clara, testando o contraste entre a serifa da **Lora** (corpo) e a geometria da **Quicksand** (títulos) para criar uma "voz" acolhedora para o texto.
- **Materiais e tecnologia (Munari):** Definição técnica dos suportes (Papel 180g e 240g) e sistemas de impressão (Jato e Laser) para garantir que a materialidade do livro respondesse ao conceito de "cura" definido no briefing.
- **Modelagem e verificação (Munari/Lupton):** Construção da mancha gráfica utilizando o **Cânone de Van de Graaf** e o **Grid Modular**. A verificação consistiu em garantir que a estrutura proposta por Lupton permitisse o "respiro" necessário para os versos de Rupi Kaur.
- **Solução (Munari):** A materialização do protótipo físico (boneco), unindo a lógica de resolução de problemas de Munari com a excelência técnica tipográfica de Lupton.

Figura 1 - Sequência de etapas do método adaptado de Bruno Munari e Ellen Lupton para o projeto de redesign do livro de Rupi Kaur.



Fonte: Autoria própria.

2.2 Design de Tipos

b) Projeto: Tipografia Hygge

Briefing e contexto: Este projeto foi desenvolvido na disciplina de Tipografia II do curso de Tecnologia em Design Gráfico (IFPB). O objetivo central foi a criação de uma tipografia autoral do tipo *display*, denominada Hygge, projetada especificamente para uso em títulos e peças de destaque visual. O desafio consistiu em transpor a expressividade orgânica e a carga visual das fontes tradicionalmente utilizadas em tatuagens para um sistema digital funcional, buscando um equilíbrio entre a robustez desse estilo e o conceito de acolhimento e bem-estar que o nome sugere. O processo abrangeu desde a experimentação caligráfica manual até a geração técnica do arquivo digital (.ttf), resultando em uma ferramenta versátil para o design contemporâneo.

Metodologia Aplicada

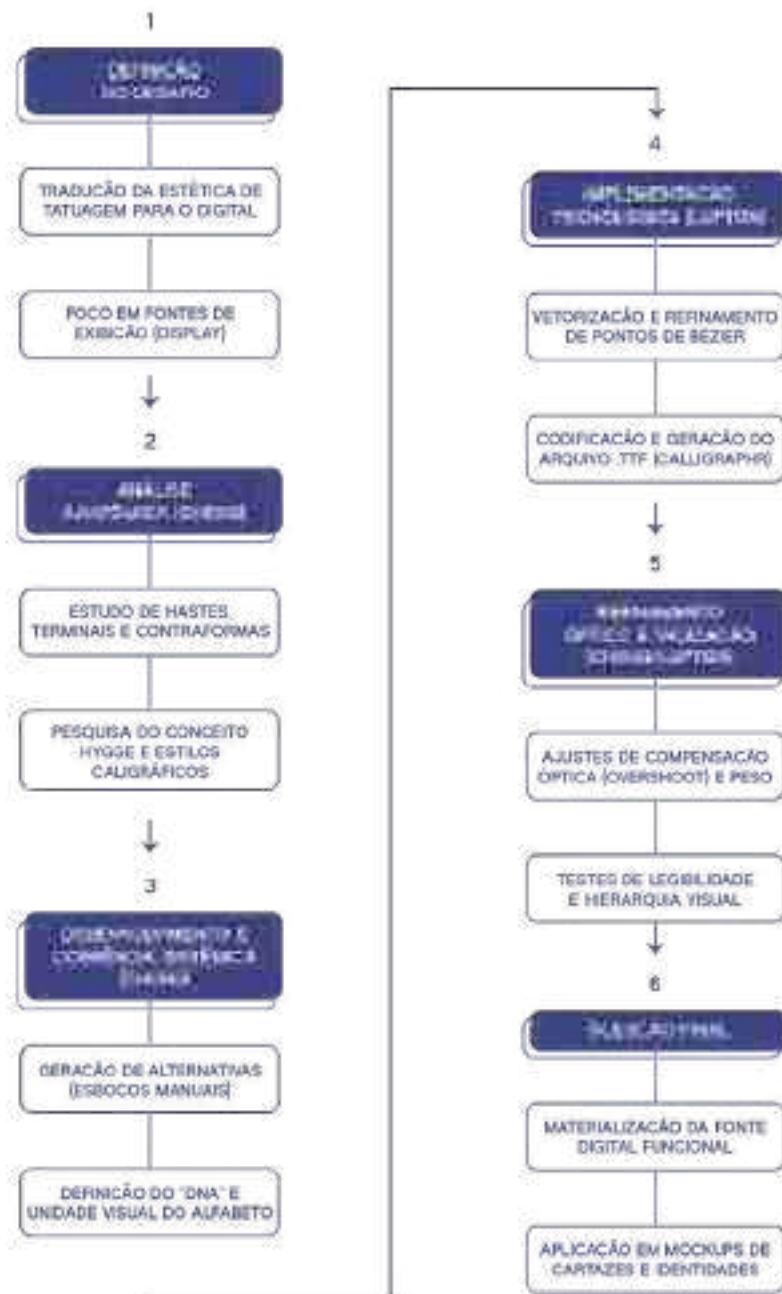
Para este estudo de caso, a estrutura projetual fundamentou-se no rigor anatômico de **Karen Cheng** (2005) e nos conceitos de arquitetura e expressividade tipográfica de **Ellen Lupton** (2020). O processo dividiu-se nas seguintes etapas:

- **Definição do Desafio:** O objetivo central foi transpor a estética orgânica e visceral das fontes de tatuagem para um sistema tipográfico digital funcional, criando uma fonte *display* que equilibrasse o impacto visual com a sensação de acolhimento do conceito *Hygge*.
- **Análise Anatômica (Cheng):** Pesquisa sobre estilos caligráficos de tatuagem e o conceito escandinavo de bem-estar. Nesta fase, utilizou-se a visão de Cheng para decompor a anatomia das letras (hastes, terminais e contraformas), identificando os traços essenciais que seriam preservados na transição para o ambiente digital.
- **Desenvolvimento e Coerência Sistêmica (Cheng):** Fase de geração de alternativas através de esboços manuais. Sob a ótica de Cheng, definiu-se o "DNA" da fonte, estabelecendo a coerência entre os glifos e garantindo que as características anatômicas se repetissem de forma estrutural em todo o alfabeto (A-Z).
- **Implementação Tecnológica (Lupton):** Transposição do desenho analógico para o digital. Focando na funcionalidade da fonte como um sistema de comunicação defendido por Lupton, utilizou-se a vetorização para o refinamento de traços e a

plataforma Calligraphr como ferramenta para a codificação e geração do arquivo final em formato TrueType (.ttf).

- **Refinamento Óptico e Validação (Cheng/Lupton):** Fase de ajustes técnicos finais. A verificação baseou-se nos preceitos de Cheng para correções de peso e *overshoot* (compensação visual), e nas diretrizes de Lupton para garantir que a hierarquia e a legibilidade da fonte fossem eficazes em aplicações de títulos e peças de *display*.
- **Solução Final:** A materialização da fonte digital funcional e sua aplicação em mockups estratégicos, unindo a precisão técnica de Cheng à visão sistêmica de Lupton para comprovar a versatilidade e a identidade visual da Hygge.

Figura 2 - Sequência de etapas do método adaptado de Karen Cheng e Ellen Lupton para o desenvolvimento da tipografia "Hygge".



Fonte: Autoria própria.

2.3 Projeto de Ilustração:

c) Projeto: Estamparia Infantil - Sítio do Picapau Amarelo

Briefing e contexto: Este projeto foi desenvolvido na disciplina de Ilustração do curso de Tecnologia em Design Gráfico (IFPB). O objetivo central foi a criação de uma coleção de estampas infantis inspirada no universo lúdico da obra "Sítio do Picapau Amarelo", de Monteiro Lobato. O desafio consistiu em traduzir a essência dos personagens e cenários através de uma técnica mista, unindo o caráter artesanal e delicado do **lápiz aquarelado** à versatilidade do design de superfície digital. O processo resultou em padrões modulares aplicáveis a produtos têxteis, preservando a identidade visual clássica da obra sob uma perspectiva contemporânea e autoral.

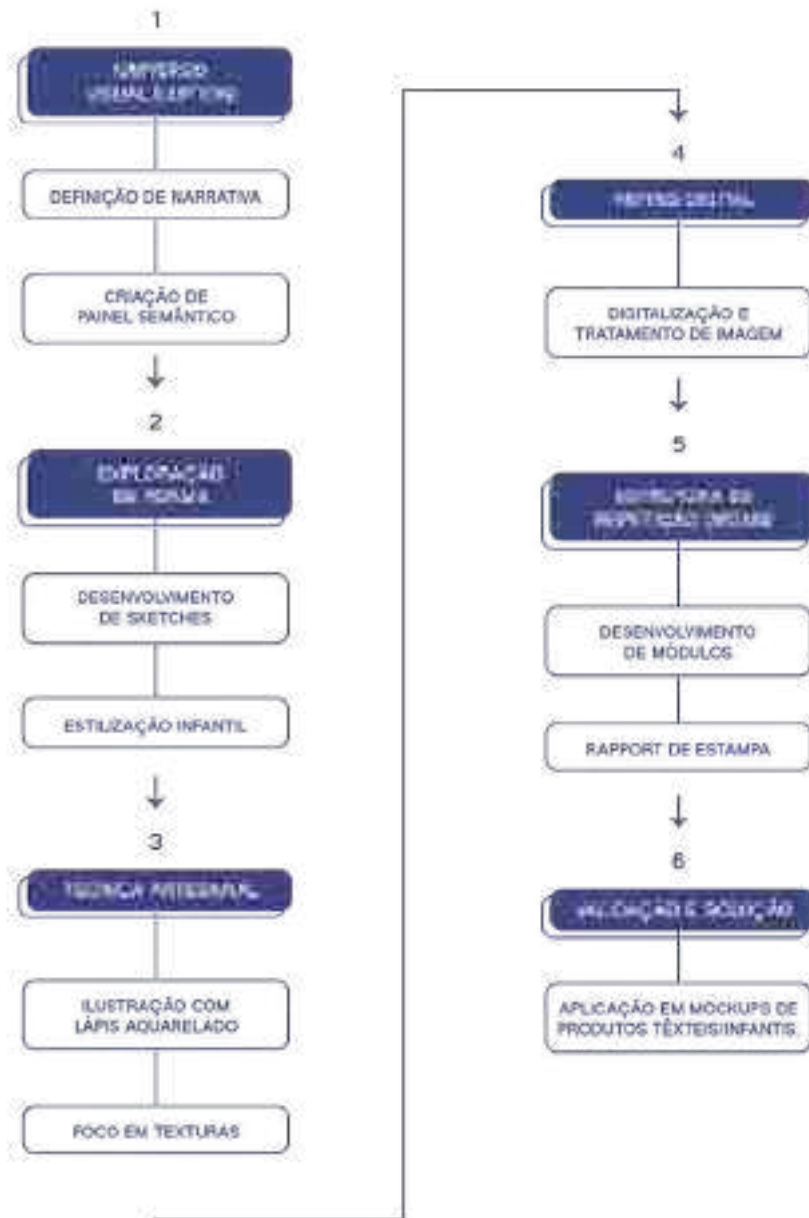
Metodologia Aplicada

Para este estudo de caso, a estrutura projetual fundamentou-se na narrativa visual de **Ellen Lupton (2015)** e nos princípios de forma e repetição de **Wucius Wong (1995)**. O processo dividiu-se nas seguintes etapas:

- **Universo Visual e Painel Semântico (Lupton):** Imersão na obra de Monteiro Lobato para identificar os elementos-chave (Emília, Visconde, o Sítio). Sob a ótica de **Lupton (2015)**, construiu-se um painel semântico para definir a atmosfera, a paleta de cores e o "tom de voz" visual, garantindo que a coleção contasse uma história coesa antes mesmo do primeiro traço.
- **Exploração de Forma e Sketches (Lupton):** Desenvolvimento dos primeiros esboços manuais. Seguindo a ideia de **Lupton** sobre a simplicidade das formas na comunicação visual, os personagens foram estilizados para o público infantil, estabelecendo a hierarquia dos elementos que comporiam a estampa.
- **Materialidade e Técnica (Lápis Aquarelável):** Execução das ilustrações finais utilizando a técnica de lápis aquarelado. Esta fase focou na textura e na transparência das cores, conferindo um aspecto artesanal e exclusivo aos desenhos, valorizando o gesto manual como diferencial estético do projeto.
- **Digitalização e Refino:** Transposição das ilustrações para o ambiente digital através da digitalização. Nesta etapa, realizou-se o tratamento das imagens para preservar as nuances da pintura, ajustando contrastes e preparando os elementos para a construção sistêmica.

- **Desenvolvimento do Módulo e Padrão (Wong):** Aplicação dos conceitos de **Wucius Wong (1995)** sobre repetição e estrutura. Aqui, as ilustrações foram organizadas em módulos (*rapports*), criando sistemas de repetição que garantem a continuidade visual da estampa sem emendas aparentes, transformando a ilustração em um padrão de superfície funcional.
- **Solução e Aplicação em Mockups:** Validação do projeto através da aplicação das estampas em simuladores de produtos reais (vestuário). Esta fase comprova a funcionalidade da estampa e sua viabilidade comercial no mercado infantil.

Figura 3 - Sequência de etapas do método adaptado de Ellen Lupton e Wucius Wong para o desenvolvimento da coleção "Sítio do Picapau Amarelo".



Fonte: Autoria própria.

2.4 Projeto de Planejamento Visual III - Grids e Colunas

d) Projeto: Campanha Contra o Assédio Sexual no Ambiente Acadêmico

Briefing e contexto: Este projeto foi desenvolvido na disciplina de Ilustração do curso de Tecnologia em Design Gráfico (IFPB). O objetivo central foi a criação de uma coleção de estampas infantis inspirada no universo lúdico da obra "Sítio do Picapau Amarelo", de Monteiro Lobato. O desafio consistiu em traduzir a essência dos personagens e cenários através de uma técnica mista, unindo o caráter artesanal e delicado do **lápis aquarelado** à versatilidade do design de superfície digital. O processo resultou em padrões modulares aplicáveis a produtos têxteis, preservando a identidade visual clássica da obra sob uma perspectiva contemporânea e autoral.

Metodologia Aplicada

Para este estudo de caso, a estrutura projetual fundamentou-se no sistema de grelhas de **Josef Müller-Brockmann (2012)** e na sintaxe da linguagem visual de **Donis A. Dondis (2015)**. O processo dividiu-se nas seguintes etapas:

- **Universo Visual e Identidade (Dondis):** Definição da atmosfera dramática da campanha através de uma paleta restrita (preto, branco e vermelho). Sob a ótica de Dondis (2015), utilizou-se o contraste e a tensão visual para comunicar a urgência do tema, estabelecendo um "tom de voz" visual impactante e sério.
- **Estudo de Grids e Estrutura (Müller-Brockmann):** Organização racional do espaço para cada suporte. Seguindo a ideia de Müller-Brockmann (2012) sobre a clareza informativa, foram definidos grids modulares e de colunas (3x5, 6x8 e 6x6) que garantem a unidade visual entre peças distintas como o cartaz e o jornal.
- **Hierarquia Tipográfica e Legibilidade:** Seleção criteriosa de fontes para otimizar a comunicação. Utilizou-se **tipografias sem serifa para os títulos**, conferindo um aspecto moderno e direto. Para peças com grandes volumes de texto, como a **página do livro e a do jornal**, optou-se por **tipografias serifadas** nas caixas de texto. Essa escolha técnica baseia-se na capacidade das serifas de guiarem o olhar, facilitando a leitura em textos corridos e garantindo a legibilidade necessária para informações densas.
- **Tratamento de Imagem e Narrativa:** Edição das fotografias com filtros avermelhados e composições dramáticas. Esta fase focou na representação da mulher

de forma expressiva, valorizando a carga emocional das imagens como diferencial comunicativo para sensibilizar o público acadêmico.

- **Desenvolvimento de Peças e Unidade Sistêmica:** Aplicação dos conceitos de repetição e proporção para garantir a coesão da campanha. Aqui, os elementos foram distribuídos nos diferentes formatos (panfleto, revista, livro), criando um sistema visual onde a identidade se mantém íntegra independentemente da complexidade do grid utilizado.
- **Solução e Aplicação em Mockups:** Validação do projeto através da aplicação das peças em simuladores de contextos reais (como o cartaz exposto em ambiente urbano). Esta fase comprova a funcionalidade do planejamento visual e sua eficácia na comunicação de uma pauta social urgente.

Figura 4 - Sequência de etapas do método adaptado de Josef Müller-Brockmann e Donis A. Dondis para a campanha sobre Assédio Sexual no Ambiente Acadêmico.



Fonte: Autoria própria.

2.5 Projeto de Planejamento Visual III - Redesign Experimental

e) Projeto: Redesign do Álbum "Duas Cidades" (BaianaSystem)

Briefing e contexto: Este projeto foi desenvolvido na disciplina de Planejamento Visual III do curso de Tecnologia em Design Gráfico (IFPB). O objetivo central foi o redesign do encarte do álbum "Duas Cidades", da banda BaianaSystem, explorando a dualidade urbana e social de Salvador. O desafio consistiu em traduzir visualmente o conceito contido na letra da música homônima, que divide a cidade entre "Alta" e "Baixa". O processo resultou em um projeto de encarte planejado para impressão, que une a experimentação da colagem digital à organização sistêmica do design editorial, preservando a energia vibrante da banda sob uma estética contemporânea e autoral.

Metodologia Aplicada

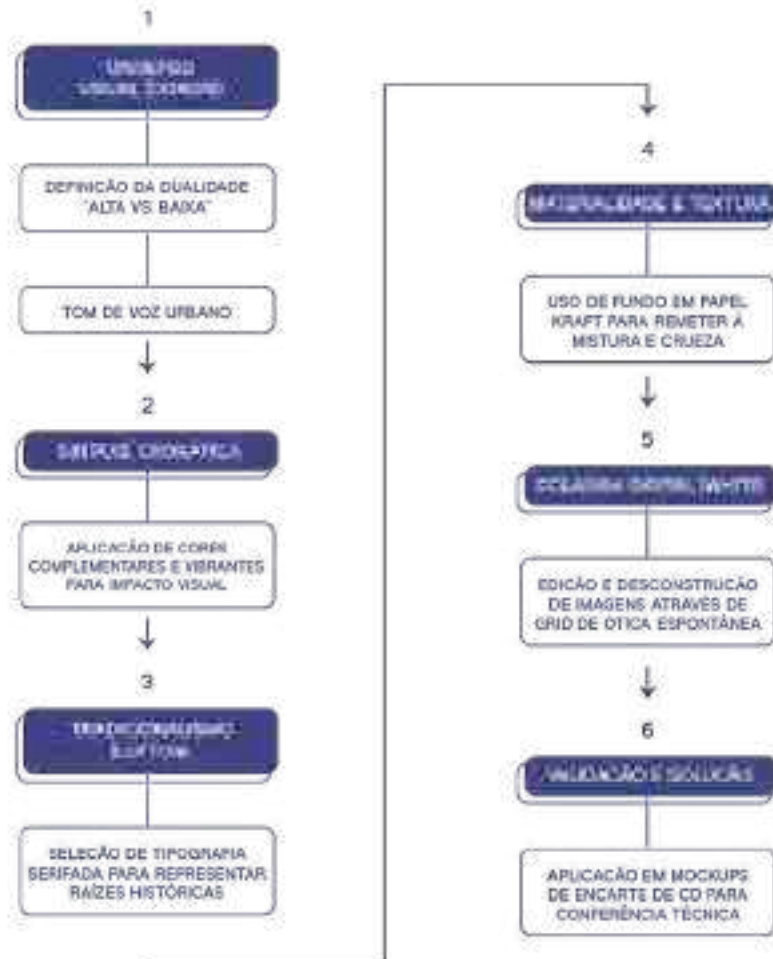
Para este estudo de caso, a estrutura projetual fundamentou-se na sintaxe da linguagem visual de **Donis A. Dondis (2015)** e nas teorias de flexibilidade de grid e materialidade de **Ellen Lupton (2015)**. O processo dividiu-se nas seguintes etapas:

- **Imersão Conceitual e Narrativa (Dondis):** Definição do eixo central baseado na segregação e conexão espacial de Salvador. Sob a ótica de Dondis (2015), utilizou-se o conceito de aguçamento e contraste para traduzir a dualidade das "duas cidades", estabelecendo um tom de voz visual que oscila entre o caos urbano e a organização cultural.
- **Sintaxe Cromática e Contraste:** Aplicação de paletas de cores complementares (Verde/Rosa e Azul/Laranja) com alta saturação para diferenciar os territórios da Cidade Alta e Cidade Baixa. Esta escolha técnica buscou ecoar a sonoridade híbrida da banda (Dub/Pagodão), utilizando a vibração das cores para gerar impacto e tensão visual em todo o encarte.
- **Seleção Tipográfica e Tradicionalismo:** Estruturação da hierarquia textual através do uso de **tipografias serifadas**. A escolha baseou-se na intenção de representar o tradicionalismo, a arquitetura secular e as raízes históricas de Salvador, criando um contraponto visual proposital com a agressividade das cores e a modernidade da estética de colagem.
- **Materialidade e Fundo (Lupton):** Desenvolvimento de um background que remete ao papel Kraft, valorizando as texturas das fibras de celulose. Seguindo os conceitos

de Lupton (2015) sobre a materialidade, essa base rústica foi utilizada para trazer o conceito de mistura e crueza, servindo como o elemento unificador para as imagens desconstruídas.

- **Grid de Ótica Espontânea e Colagem Digital:** Organização dos elementos gráficos através de um grid intuitivo e experimental, fugindo da rigidez matemática. Nesta etapa, foram realizadas **edições e composições digitais** para criar a estética da colagem com imagens de pontos turísticos desconstruídos. Esse processo de manipulação digital permitiu sobrepor camadas e fragmentar as formas, propondo uma narrativa visual que reflete a complexidade das metrópoles e a desconstrução da paisagem urbana.
- **Solução e Aplicação em Mockups:** Validação do projeto através da aplicação do encarte planejado em simuladores do produto físico (CD). Esta fase comprovou a funcionalidade do planejamento visual e a viabilidade da peça para o mercado fonográfico, garantindo que a experimentação estética não comprometesse a leitura técnica das informações do produto.

Figura 5 – Sequência de etapas do método adaptado de Donis A. Dondis, Ellen Lupton e Jan V. White para o redesign do encarte do álbum "Duas Cidades".



Fonte: Autoria própria.

2.6 Projeto de Identidade Visual Corporativa

f) Projeto: Redesign de Identidade Visual para BellaModa

Briefing e contexto: Este projeto consistiu no redesign completo da identidade visual da loja de vestuário BellaModa, desenvolvido no âmbito da atuação profissional de mercado, com início em março de 2024. O objetivo central foi a revitalização da marca, que contava apenas com um logotipo antigo desatualizado e desalinhado com o seu público-alvo. O desafio comercial consistiu em traduzir os novos objetivos dos proprietários em um ecossistema gráfico maduro, unindo a essência da loja a uma presença visual contemporânea. O processo envolveu uma abordagem consultiva desde o briefing presencial até o desenvolvimento do sistema visual, resultando em uma identidade sofisticada e pronta para a implementação prática e reprodução gráfica.

Metodologia Aplicada

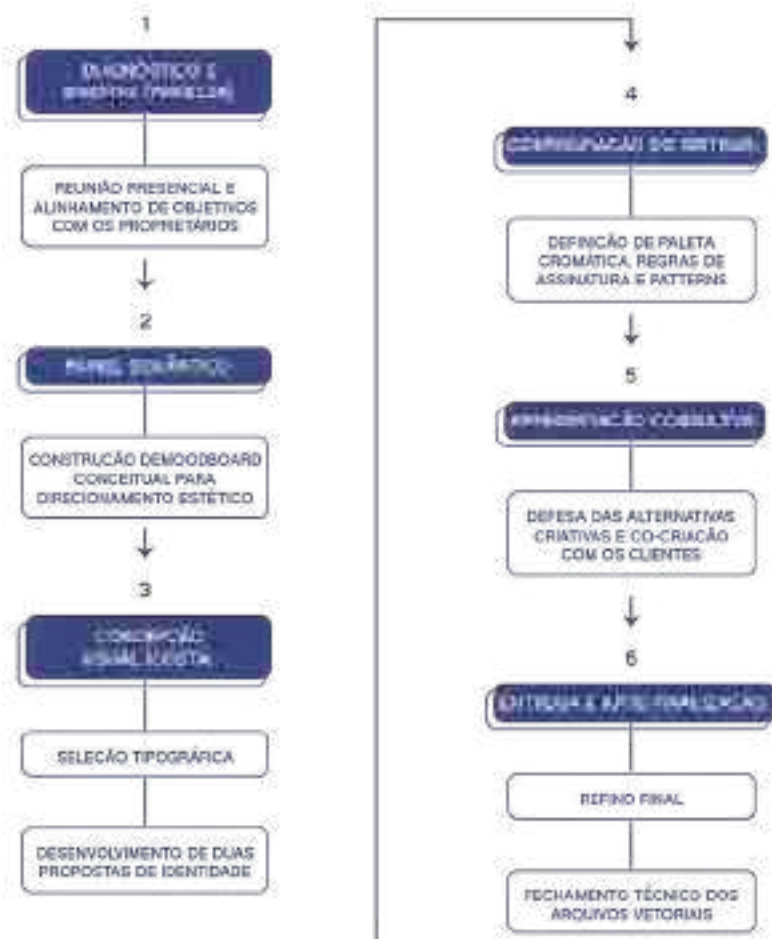
Para este estudo de caso profissional, a estrutura projetual fundamentou-se na metodologia de gestão de marcas de **Alina Wheeler (2019)** e nas teorias de imagem corporativa de **Joan Costa (2004)**. O processo dividiu-se nas seguintes etapas:

- **Pesquisa de Campo e Briefing Construtivo (Wheeler):** Realização de reunião presencial e aplicação de formulário estruturado com os proprietários da marca. Esta etapa visou diagnosticar os pontos fracos da assinatura antiga e mapear os novos objetivos comerciais e o público-alvo do estabelecimento.
- **Alinhamento Estratégico e Moodboard:** Desenvolvimento de um painel semântico (moodboard) baseado nas informações coletadas. O painel serviu como guia visual, reunindo referências de texturas, conceitos e atmosferas estéticas para alinhar as expectativas criativas antes do início da vetorização.
- **Concepção Tipográfica e Geração de Alternativas (Costa):** Exploração e seleção de famílias tipográficas que traduzissem o novo posicionamento da marca. Sob a ótica de Joan Costa (2004) sobre a legibilidade institucional, foram desenvolvidas duas propostas conceituais distintas e completas, oferecendo caminhos estéticos maduros para os clientes.
- **Estruturação do Sistema Visual e Materialidade:** Configuração das propostas através da definição da paleta de cores, regras de assinatura, desenvolvimento de padrões (patterns) de marca e aplicação em mockups realistas. O uso de simuladores

tridimensionais buscou antecipar a experiência física da marca nas embalagens e na papelaria da loja.

- **Apresentação Consultiva e Co-criação:** Condução de reunião de defesa do projeto junto aos proprietários, promovendo uma troca de percepções técnica e comercial. Esta fase permitiu validar os conceitos diretamente com os tomadores de decisão, acolhendo observações finais para o refino da proposta escolhida.
- **Fechamento e Arte-Finalização Técnica:** Processamento dos arquivos finais após a aprovação da identidade. Esta última etapa compreendeu a exportação do logotipo em extensões vetoriais e matriciais e a preparação dos arquivos para a produção gráfica, garantindo a integridade do sistema visual na implementação prática.

Figura 6 – Sequência de etapas do método adaptado de Alina Wheeler e Joan Costa para o redesign de identidade visual da marca BellaModa.



Fonte: Autoria própria.

2.7 Projeto de Identidade Visual e Sinalização Ambiental

g) Projeto: Redesign de Identidade Visual e Sinalização Ambiental para JH Veículos

Briefing e contexto: Este projeto consistiu no desenvolvimento da nova identidade visual e do plano de sinalização ambiental para a JH Veículos, empresa automotiva especializada na venda, troca e financiamento de veículos novos e usados, com início em maio de 2022. O objetivo central foi capitanear visualmente a transição de gestão familiar do estabelecimento, cuja nomenclatura une as iniciais de José (pai e fundador) e Hugo Raniery (filho e atual gestor), coincidindo com a mudança para um espaço físico planejado, amplo e moderno. O desafio projetual consistiu em traduzir essa nova era administrativa em um ecossistema gráfico sólido, estendendo a presença da marca do ambiente digital — principal canal de vendas via Instagram — para o espaço arquitetônico. O processo resultou em uma assinatura institucional imponente e em um projeto de sinalização ambiental que concilia a tradição e a segurança do negócio à funcionalidade e modernidade da nova loja.

Metodologia Aplicada

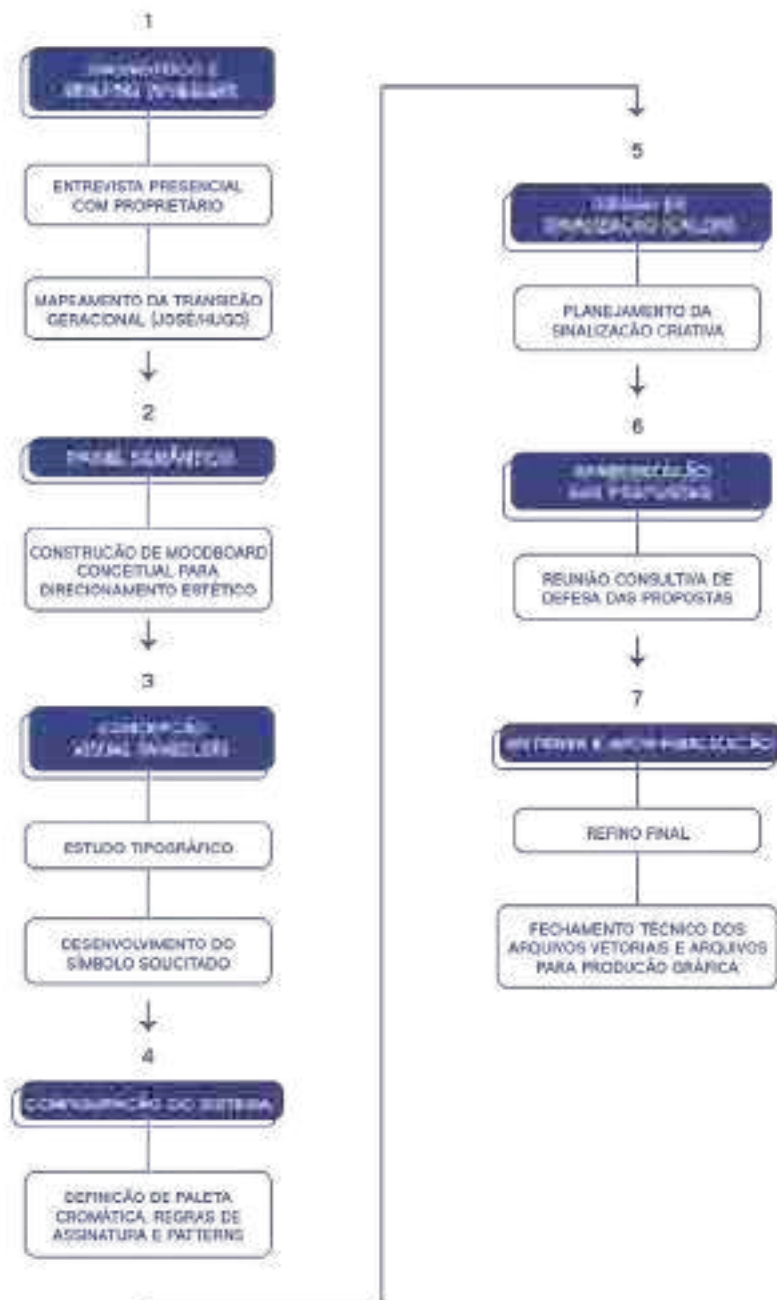
A estrutura projetual deste estudo de caso profissional fundamentou-se na metodologia de gestão de marcas de **Alina Wheeler (2019)** combinada aos princípios de design de sinalização de **Chris Calori (2015)**. O processo metodológico dividiu-se nas seguintes etapas estratégicas:

- **Diagnóstico de Transição e Briefing (Wheeler):** Realização de entrevista consultiva presencial e aplicação de formulário estruturado com o gestor. Esta etapa visou compreender o cenário de transição geracional (passagem da liderança de pai para filho), diagnosticar as limitações do logotipo antigo e delimitar o perfil do público-alvo, que abrange clientes locais e de frentes diversificadas de mercado.
- **Alinhamento Semântico e Atmosfera Estética:** Desenvolvimento de um painel semântico (*moodboard*) baseado nos cinco pilares de personalidade eleitos pelo cliente: líder, profissional, confiável, séria e conservadora. As referências visuais buscaram equilibrar a sobriedade e a solidez exigidas pelo segmento automotivo com a modernidade do novo espaço físico projetado.
- **Concepção Tipográfica e Criação de Símbolo (Wheeler):** Exploração de famílias tipográficas e elementos geométricos para dar forma ao símbolo solicitado no *briefing*. O foco criativo concentrou-se em transmitir segurança, solidez e dinamismo comercial

para os serviços de vendas e financiamentos, resultando na construção de duas propostas conceituais completas.

- **Configuração do Sistema e Design de Sinalização (Calori):** Estruturação normativa da identidade visual através da definição das regras de assinatura e da paleta cromática institucional, fundamentada na preferência explícita pelo uso da cor preta e na restrição da cor azul. Nesta fase, os elementos visuais foram desdobrados em padrões e estendidos para o design de sinalização criativa do ambiente da loja (fachada, tótems e vidraças).
- **Apresentação Consultiva:** Condução de reunião presencial com o proprietário para a defesa das duas alternativas geradas, exibindo o conceito, posicionamento de mercado e aplicações em mockups tridimensionais do espaço físico, permitindo uma troca colaborativa e ajustes finais até a aprovação do caminho visual.
- **Fechamento e Arte-Finalização Técnica:** Processamento dos arquivos finais aprovados. Esta etapa compreendeu a conversão dos elementos em curvas e a exportação do ecossistema gráfico em formatos vetoriais escaláveis para as postagens digitais (Instagram) e a preparação técnica rigorosa dos arquivos de engenharia gráfica para a produção física e instalação da sinalização ambiental em grande formato.

Figura 7 – Sequência de etapas do método adaptado de Alina Wheeler e Chris Calori para o projeto de redesign de identidade visual e sinalização ambiental da marca JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

2.8 Mídias Digitais e Design de Interface

h) Projeto: Planejamento Estratégico Visual para Mídias Digitais: Bruna Alves Fonoaudiologia

Briefing e contexto: Este projeto consistiu no desenvolvimento do planejamento estratégico visual e na estruturação de conteúdo para o perfil de Instagram de Bruna Alves, fonoaudióloga com atuação voltada para a área infantil e de pesquisa acadêmica, iniciado em Janeiro de 2026. O objetivo central do projeto surgiu da necessidade da profissional de consolidar sua presença nas mídias digitais e fortalecer seu posicionamento como autoridade em saúde e educação. Um fator limitante e desafiador residia no fato de a cliente não possuir uma identidade visual preestabelecida e não planejar o desenvolvimento de um logotipo complexo a curto prazo, dispondo apenas de um arquivo em formato *.png* de uma assinatura gráfica preexistente. Diante disso, o escopo de atuação focou em conceber um ecossistema visual de apoio — paleta de cores, elementos gráficos complementares e estética compositiva para os *posts* — sem alterar a marca gráfica fornecida. Alinhado a isso, o objetivo comercial da cliente não consistia na captação direta de vendas, visto que sua agenda de atendimentos já se encontrava preenchida, mas sim na propagação didática de informações de cunho científico e pedagógico. O processo resultou na implementação de uma identidade visual adaptada aos meios digitais, garantindo coesão estética, clareza comunicativa na organização de conteúdos e estrita aderência aos valores éticos da profissional.

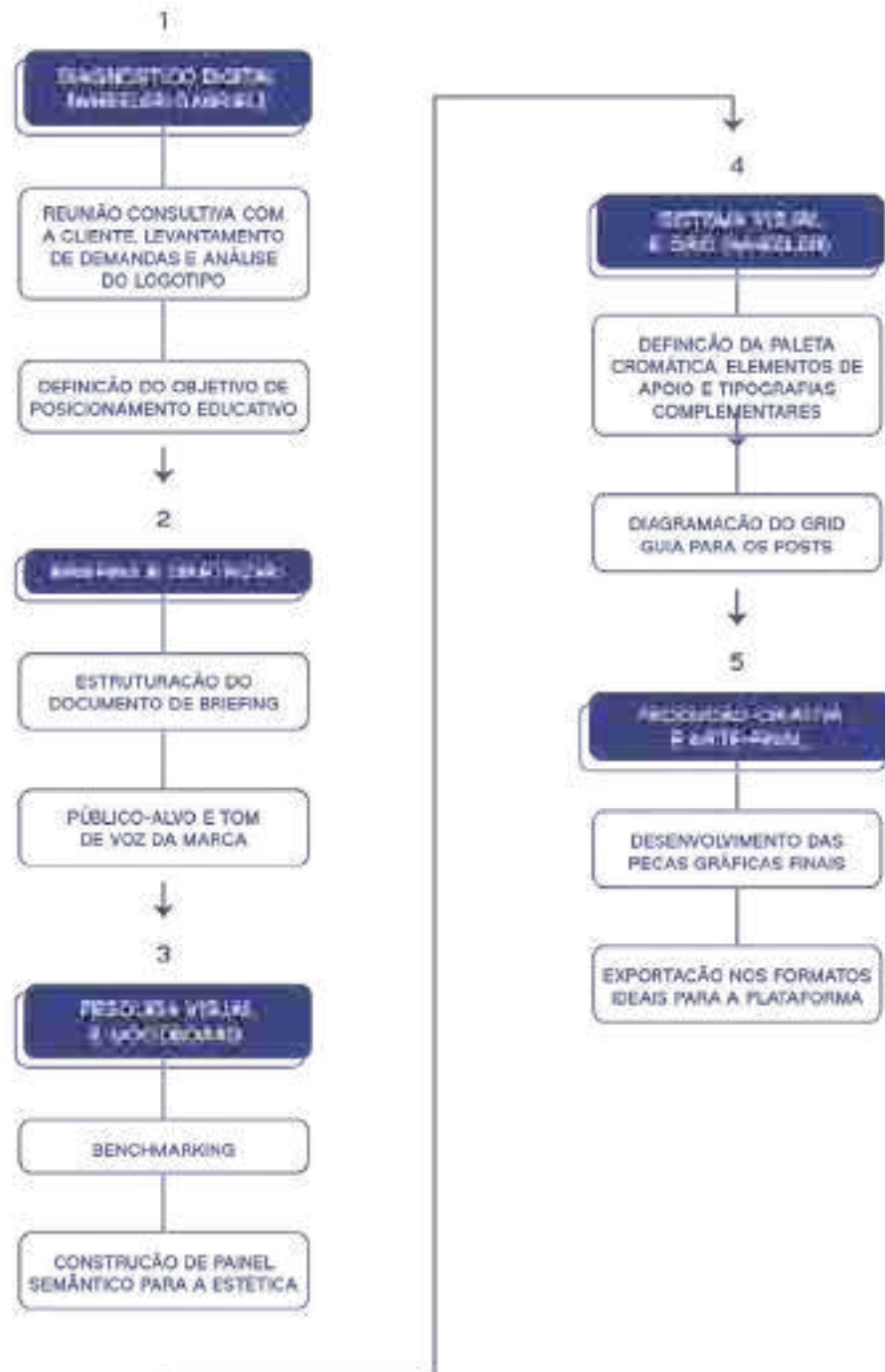
Metodologia Aplicada

A estrutura projetual deste estudo de caso profissional fundamentou-se na metodologia de gestão e pontos de contato de marcas de **Alina Wheeler (2019)**, combinada aos preceitos de estratégias e arquitetura de conteúdo digital descritos por **Martha Gabriel (2018)**. O processo metodológico organizou-se através das seguintes etapas estratégicas:

- **Diagnóstico Digital e Briefing (Wheeler / Gabriel):** Realização de reunião consultiva com a profissional para o levantamento de demandas e análise técnica da assinatura gráfica em formato *.png*. Esta etapa inicial visou diagnosticar os objetivos de posicionamento da cliente, mapear os principais temas clínicos a serem abordados no perfil e delimitar o público-alvo (composto predominantemente por pais, cuidadores e educadores que buscam orientação sobre desenvolvimento infantil).

- **Alinhamento Semântico e Pesquisa Visual:** Desenvolvimento de um Painel Semântico (*moodboard*) alimentado por um processo de *benchmarking* nas redes sociais. O objetivo concentrou-se em realizar uma varredura visual em perfis de profissionais de referência na área de fonoaudiologia infantil, identificando padrões gráficos recorrentes, paletas de cores mais eficazes e abordagens de design de informação que facilitavam o engajamento e a retenção do público na plataforma.
- **Concepção do Sistema Visual e Grid Compositivo (Wheeler):** Definição da paleta cromática institucional de apoio, seleção de tipografias auxiliares legíveis para telas e criação de elementos gráficos texturizados ou ilustrativos que pudessem acolher os temas pedagógicos. Nesta fase, estruturou-se o *grid* guia e a modulação das peças, determinando padrões estéticos para postagens estáticas e carrosséis normatizados, assegurando que o perfil mantivesse uma unidade cromática e formal harmônica quando visualizado em conjunto.
- **Produção Criativa e Design de Informação (Gabriel):** Implementação prática do ecossistema visual na criação dos *posts* educativos. O foco criativo esteve centrado no design de informação de alta clareza comunicativa, hierarquizando textos em blocos de leitura dinâmicos e visualmente atraentes para o Instagram, transformando o conhecimento científico da pesquisadora em pílulas de conteúdo acessíveis ao público leigo.
- **Resultados e Entrega Técnica dos Ativos:** Validação e fechamento do projeto através da exportação e propagação das peças gráficas finais. Os arquivos foram processados nas dimensões e perfis de cor (*RGB*) nativos da plataforma, sendo entregues organizados em um cronograma visual de postagens para a cliente, o que resultou na consolidação de uma grade de conteúdos coesa que comunica profissionalismo, acolhimento e autoridade científica.

Figura 8 – Sequência de etapas do método adaptado de Alina Wheeler e Martha Gabriel para o projeto de planejamento estratégico visual e mídias digitais da marca Bruna Alves - Fonoaudióloga.



Fonte: Autoria própria.

2.9 Mídias Digitais e Design de Interface

i) Projeto: Planejamento Estratégico Visual para Mídias Digitais: Clínica Integrar

Briefing e contexto: Este projeto consistiu no desenvolvimento do planejamento estratégico visual e na estruturação de conteúdo para o perfil institucional de Instagram da Clínica Integrar, estabelecimento especializado em serviços de saúde integrativa, com início em Janeiro de 2026. O objetivo central do projeto partiu da necessidade da proprietária de consolidar e retomar a presença digital da empresa, que embora dispusesse de uma identidade visual madura e sólida, apresentava inatividade crônica em suas plataformas sociais, com o último registro de publicação datado de agosto de 2025. Diante desse diagnóstico de ponto de contato desatualizado, o escopo de atuação concentrou-se na transposição e desdobramento dos ativos de marca existentes para o ambiente digital, organizando a informação gráfica de maneira a atender a duas metas mercadológicas distintas. A primeira frente estratégica visou o fortalecimento do posicionamento institucional focado nas especialistas atuantes, estruturando um fluxo dinâmico de postagens educativas voltadas à captação de novos pacientes. A segunda frente, de caráter corporativo (B2B), direcionou o design para a atração e prospecção de novos profissionais de saúde interessados na locação das salas de atendimento da clínica. O processo projetual resultou na implementação de uma grade de conteúdos normatizada, na reestruturação dos destaques concebidos como interfaces informativas de navegação (localização, agenda, profissionais e contatos) e no planejamento diário de ferramentas de interação em tempo real (*stories*), assegurando coesão estética e clareza comunicativa.

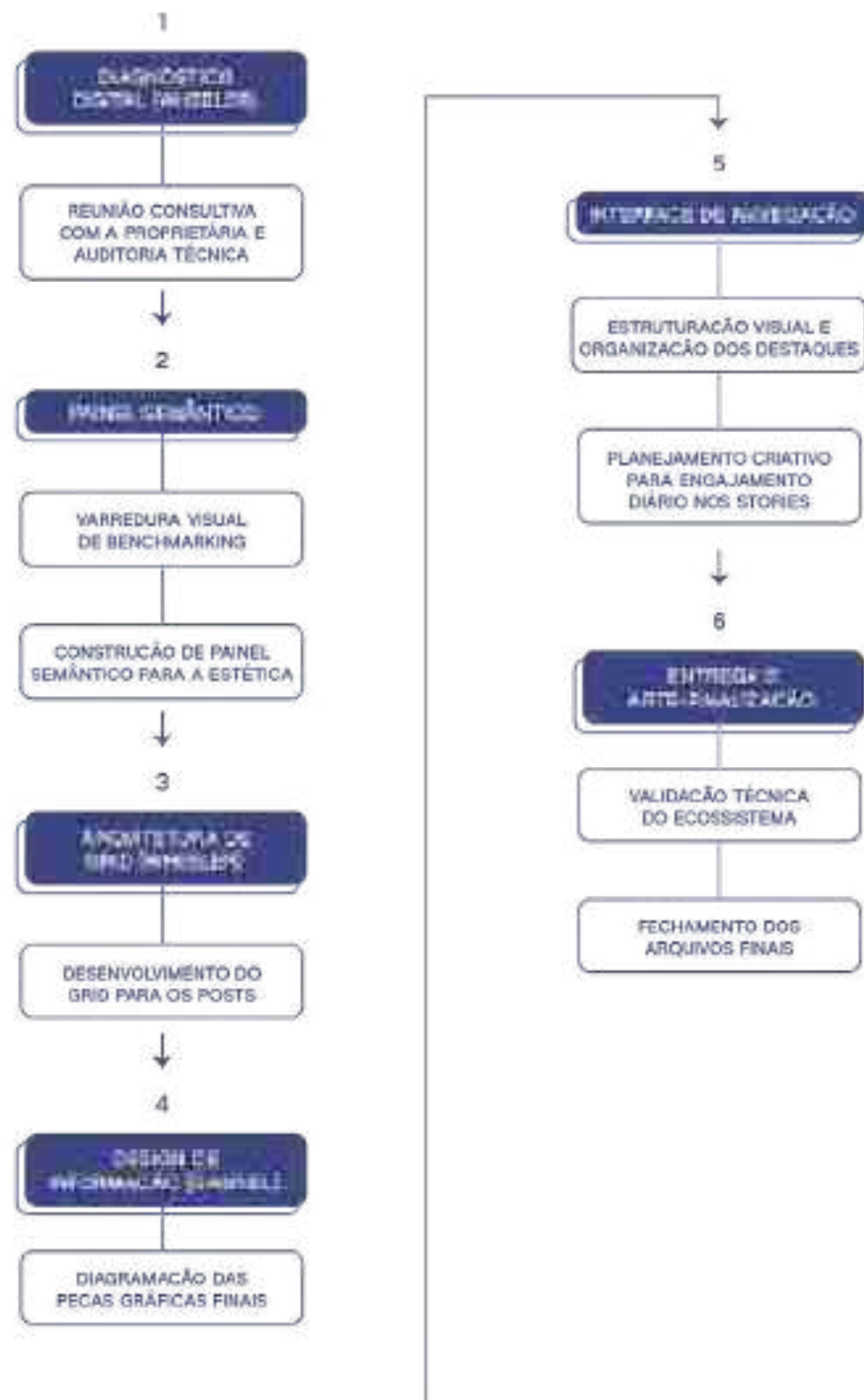
Metodologia Aplicada

A estrutura projetual deste estudo de caso profissional fundamentou-se na metodologia de pontos de contato e gestão de marcas de **Alina Wheeler (2019)**, combinada aos preceitos de marketing na era digital de **Martha Gabriel (2018)**. O percurso configurou-se através das seguintes etapas integradas:

- **Diagnóstico Digital e Briefing (Wheeler / Gabriel):** Condução de reunião consultiva com a proprietária para o levantamento de dores mercadológicas e auditoria técnica do manual de identidade visual preexistente. Esta etapa visou compreender as metas de expansão física do espaço, mapear o perfil demográfico dos pacientes ideais e estruturar o documento de *briefing* que norteou as diretrizes de escopo e conversão.

- **Benchmarking Regional e Pesquisa Visual:** Realização de uma varredura visual e pesquisa competitiva nas redes sociais com foco em estabelecimentos clínicos locais. O objetivo concentrou-se em mapear padrões gráficos recorrentes do segmento de saúde, identificar lacunas estéticas e funcionais nas marcas concorrentes da cidade e estruturar um Painel Semântico (*moodboard*) como guia de atmosfera estética para o projeto.
- **Arquitetura de Grid e Modulação de Canais (Wheeler):** Desenvolvimento da mancha gráfica e normatização do espaço visual do *feed*, adaptando os elementos gráficos e a paleta cromática original da clínica a uma malha modular (*grid guia*). Nesta fase, os quadrantes foram planejados de forma sistemática para acolher fotografias autorais das especialistas em harmonia com blocos tipográficos dinâmicos e áreas de respiro, blindando a coesão do perfil.
- **Design de Informação e Produção Criativa (Gabriel):** Implementação prática e diagramação das peças gráficas finais, englobando formatos estáticos e carrosséis estruturados para fácil leitura em telas de smartphones. O foco criativo centrou-se no design de informação para segmentar dados densos de saúde em pílulas informativas atraentes, aplicando também uma interface diagramada para os recursos de *stories* diários e padronização dos tótons de destaques.
- **Entrega Técnica e Fechamento dos Ativos:** Validação do ecossistema e fechamento dos arquivos finais nos perfis nativos de exibição em telas digitais (*RGB*). Os ativos foram exportados e ordenados em um cronograma estratégico de publicação para a cliente, consolidando um reposicionamento digital que transmite profissionalismo, credibilidade e acolhimento humano.

Figura 9 – Sequência de etapas do método adaptado de Alina Wheeler e Martha Gabriel para a extensão do sistema visual e planejamento estratégico de mídias digitais da Clínica Integrar.



Fonte: Autoria própria.

2.10 Projeto de Identidade Visual e Sinalização Ambiental

j) Projeto: Redesign de Identidade Visual e Sinalização de Ambiente: RCL Trainer

Briefing e contexto: Este projeto consistiu no desenvolvimento do redesign de identidade visual e no planejamento da sinalização criativa para a academia RCL Trainer, localizada no município de São Bento, com execução iniciada em janeiro de 2023. O problema central do projeto surgiu a partir de uma expansão física e comercial da empresa: a mudança para um prédio totalmente planejado, amplo e moderno. Até então, o estabelecimento operava em um espaço limitado, oferecendo exclusivamente treinos de funcional e cross. Com a transição para a nova estrutura, a marca expandiu sua cartela de serviços para incluir modalidades de musculação, cross, funcional e dança, demandando um posicionamento visual que refletisse essa nova escala de mercado. O processo de cocriação iniciou-se por meio de uma reunião de alinhamento presencial com o proprietário. O principal desafio projetual residia na resistência inicial do cliente, que desejava manter o símbolo do logotipo antigo, alterando apenas a tipografia corporativa. Através de uma defesa técnica consultiva, demonstrei a necessidade de uma evolução completa, conquistando a abertura para a apresentação de uma proposta autoral e inédita. O conceito desenvolvido preservou a essência histórica do negócio ao fazer alusão à icônica estrutura de uma "caixa" (*box*) no ícone, mas sob uma roupagem minimalista, sofisticada e contemporânea. O escopo final englobou a entrega da identidade visual expandida, defesa da paleta cromática, tipografias institucionais, aplicação em *mockups* e o planejamento básico de sinalização de ambiente integrado à arquitetura do novo prédio.

Metodologia Aplicada

O percurso projetual deste estudo de caso fundamentou-se na metodologia de gestão de marcas de **Alina Wheeler (2019)**, organizando-se de forma sequencial através de seis fases estratégicas adaptadas ao ambiente comercial e arquitetônico:

- **Diagnóstico de Transição e Alinhamento (Wheeler):** Condução de reunião presencial com o proprietário para o levantamento de demandas e dores mercadológicas relacionadas à mudança de prédio. Esta etapa inicial visou diagnosticar os novos objetivos comerciais da marca, mapear as novas modalidades esportivas inseridas e negociar o nível de alteração do logotipo antigo em relação à proposta de evolução visual completa.

- **Pesquisa Competitiva Local e Pannel Semântico:** Realização de uma varredura visual e análise de *benchmarking* nas redes sociais e fachadas das academias concorrentes atuantes no município de São Bento. O estudo direcionou a identificação de clichês do segmento fitness local para guiar as decisões de paleta cromática, peso tipográfico e desenho do ícone, consolidando os insumos conceituais em um painel semântico (*moodboard*) de atmosfera estética.
- **Concepção Visual e Estruturação Sistêmica (Wheeler):** Desenvolvimento prático das alternativas visuais da marca. Nesta etapa, explorou-se a geometria do ícone para estilizar o conceito de "caixa" em harmonia com um estudo tipográfico moderno. Foram fechadas duas propostas conceituais completas, englobando a normatização de grids, paleta de cores institucional e regras de assinatura da marca para o ambiente físico e digital.
- **Apresentação, Co-criação e Troca:** Sessão consultiva de defesa técnica das propostas com o cliente, utilizando apresentações estruturadas contendo o conceito da marca, padrões visuais e simulações em *mockups* realistas (como vestuário, fachada e brinde). A etapa promoveu uma troca colaborativa e refinamento final, resultando na aprovação unânime da proposta que rompia com os padrões antigos.
- **Design de Sinalização e Ambientação:** Planejamento e desdobramento da identidade visual aplicada ao espaço arquitetônico do novo prédio. Utilizando os ativos de marca aprovados, mapeou-se a sinalização interna de forma criativa e integrada ao ambiente espaçoso da academia, organizando a comunicação visual dos setores de musculação, cross, funcional e dança.
- **Entrega Técnica e Arte-Finalização:** Fechamento e arte-finalização rigorosa de todos os arquivos vetoriais da nova identidade visual. O pacote técnico foi segmentado e exportado nos perfis de cor adequados para a sua propagação digital e para a produção gráfica e serralheria da sinalização física da nova sede da RCL Trainer.

Figura 10 – Sequência de etapas do método adaptado de Alina Wheeler para o redesign de identidade visual e desdobramento para sinalização de ambiente da academia RCL Trainer.



Fonte: Autoria própria.

3. PORTFÓLIO DE PROJETOS

3.1. Redesign editorial

3.1.1. Livro - O que o sol faz com as flores, Rupi Kaur

Categoria: Redesign - Editorial. **Ano:** 2018. **Disciplina:** Planejamento Visual III.

Temática: Projeto de redesign de Livro. **Equipe:** Driely Araújo e Felipe Isidoro.

Método adaptado: Bruno Munari, Ellen Lupton.

Este projeto aplica a metodologia clássica de desenvolvimento projetual de Bruno Munari (2008), focando de forma estrita nas etapas de definição do problema, coleta de dados, experimentação criativa, análise de materiais/tecnologia e modelagem, integrando-as de modo interdisciplinar à arquitetura tipográfica e sistemas de malhas construtivas de Ellen Lupton (2020). Inicialmente, a decomposição dos elementos da obra original de Rupi Kaur sob a lógica de Munari permitiu identificar que o seu minimalismo radical, fundamentado no alto contraste entre o preto e o branco e em ilustrações de traço cru, estabelece uma atmosfera de crueza que por vezes acentua o peso dos temas de trauma e perda. A partir dessa análise de dados, definiu-se o problema e a oportunidade projetual de evoluir o minimalismo estéril da edição padrão para um conceito de "Delicadeza Resiliente", assumindo o desafio de manter a essência da autora ao mesmo tempo em que se introduzem camadas de acolhimento visual — por meio da experimentação da cor e do refinamento da hierarquia tipográfica sob a ótica de Lupton — para guiar o leitor pelo processo de cura e florescimento da narrativa. O processo prosseguiu com a definição técnica de materiais e tecnologias de impressão adequados para o suporte tátil, culminando na modelagem e verificação estrutural da mancha gráfica via Cãnone de Van de Graaf e Grid Modular, garantindo que o respiro visual e a excelência técnica tipográfica materializassem a solução ideal para o design editorial da obra.

Fase 1: Definição do problema (Munari)

Análise da obra original

A obra original de Rupi Kaur é reconhecida por um minimalismo radical, fundamentado no alto contraste entre o preto e o branco e em ilustrações de traço cru e direto. Ao decompor esses elementos sob a lógica de **Munari**, percebe-se que essa estética, embora icônica,

estabelece uma atmosfera de crueza que por vezes acentua o peso dos temas abordados (trauma e perda). A análise identificou uma oportunidade projetual: evoluir o minimalismo estéril da edição padrão para uma "**Delicadeza Resiliente**". O desafio, portanto, consistiu em manter a essência da autora, mas introduzir camadas de acolhimento visual — através da cor e da tipografia — que guiem o leitor não apenas pela dor, mas pelo processo de cura e florescimento que a narrativa propõe.

Definição de conceito

Com base na narrativa da obra, estabeleceu-se o conceito "Delicadeza Resiliente". Este conceito atua como o eixo central do projeto, buscando equilibrar a força das mensagens de Rupī Kaur com uma linguagem visual que sugira acolhimento e reconstrução. A ideia é representar a "cura" não como a ausência de marcas, mas como um processo de crescimento contínuo, traduzido graficamente pela harmonia entre o vazio planejado, a suavidade cromática e a precisão das linhas finas.

Fase 2: Coleta e análise de dados (Munari)

Briefing

1. **Objetivo do projeto:** Criar um redesign que traduza a jornada de autodescoberta e empoderamento feminino, proporcionando uma experiência de leitura sensível e tátil.
2. **Público-Alvo:** Jovens e adultos (majoritariamente mulheres) que consomem poesia contemporânea e valorizam livros com apelo estético diferenciado.
3. **Conceito e mensagem:** "Delicadeza Resiliente". O visual minimalista abre espaço para o respiro e para a cura, focando no fortalecimento e renascimento.
4. **Tom de voz:** Intimista, reflexivo e resiliente.
5. **Elementos obrigatórios:** Nome da autora e título; divisão em cinco capítulos; preservação das ilustrações autorais e ficha técnica.

Pesquisa visual

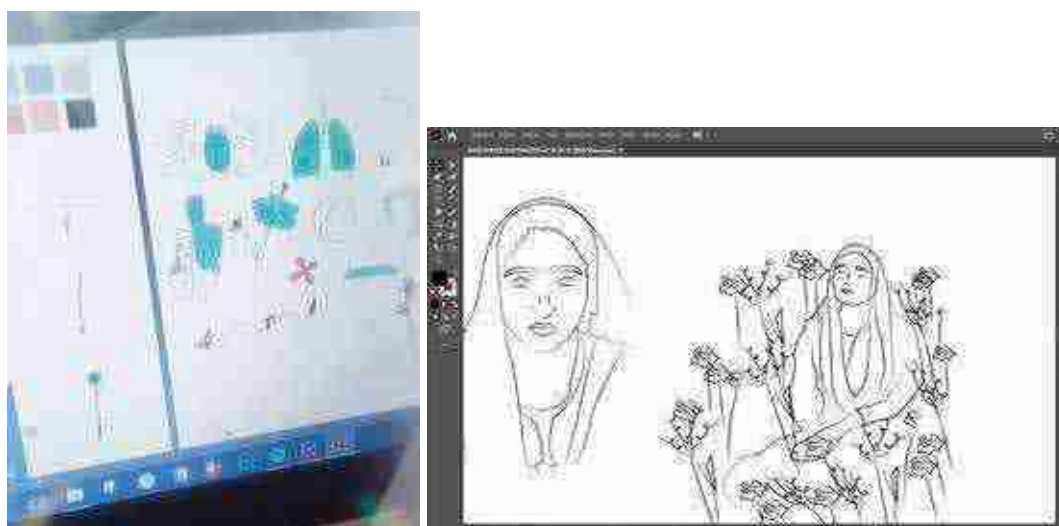
Nesta etapa, analisou-se a edição original da obra (caracterizada pelo alto contraste P&B) e coletou-se referências de design editorial minimalista contemporâneo, focando na aplicação de cores suaves e traços finos para aliviar a densidade dos temas abordados.

Nesta etapa, o conceito "Delicadeza Resiliente" começou a ganhar forma através de experimentações gráficas e esboços (*sketches*). Seguindo o princípio de **Munari** sobre a exploração de múltiplas soluções, foram realizados testes de *layout* para definir a melhor integração entre os versos poéticos e as ilustrações em *fine lines*. O processo focou na busca por um **ritmo visual** dinâmico, experimentando variações de escala e peso entre as tipografias **Lora** e **Quicksand**. Essa fase de experimentação foi fundamental para validar a hierarquia da mancha gráfica e garantir que a aplicação da paleta de cores pastéis ocorresse de forma equilibrada, respeitando os respiros planejados para a estrutura editorial.

Rascunhos

Através de esboços digitais, explorou-se a relação entre o peso visual das ilustrações, garantindo que o "vazio poético" fosse respeitado em cada composição. Essa fase de prototipagem inicial, permitiu ajustes de escala e proporção antes do refino final no grid, assegurando que a harmonia visual estivesse alinhada ao conceito de cura e ao rigor técnico exigido pelo projeto editorial.

Figura 12 - Rascunhos e estudos digitais de ilustrações.

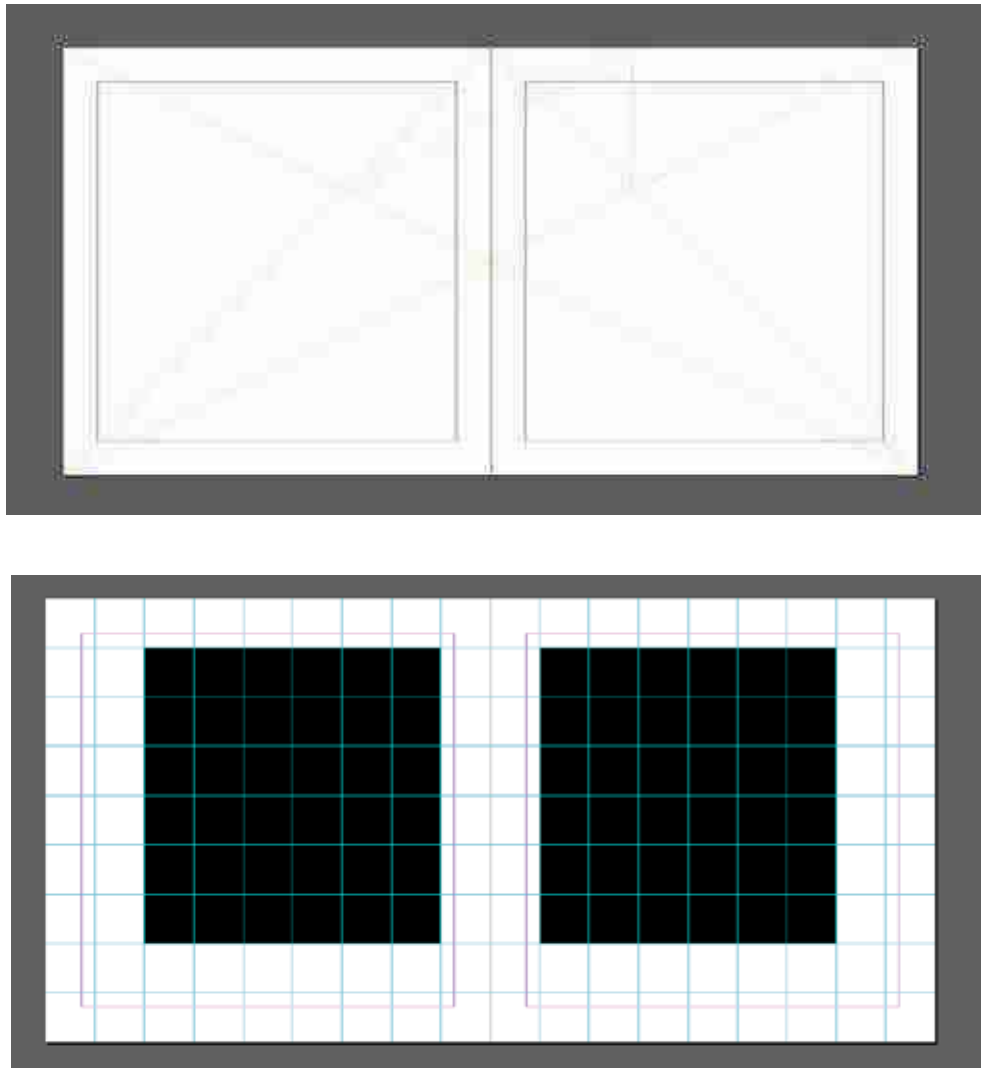


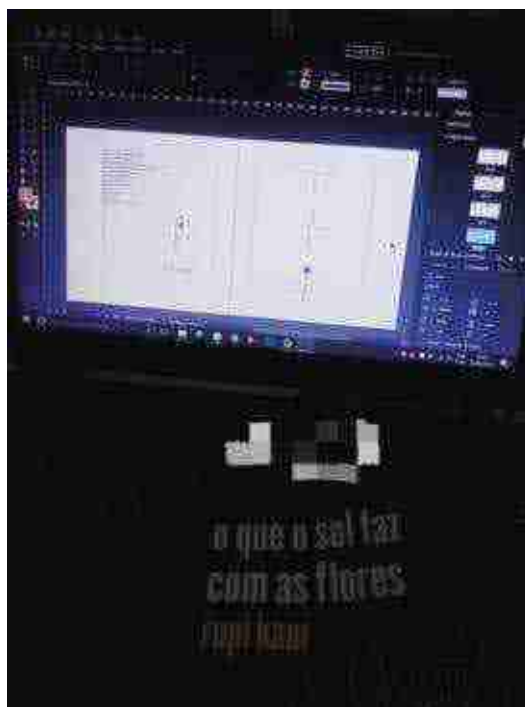
Fonte: Autoria própria.

Sistemas de grids e hierarquia tipográfica

A organização visual foi fundamentada na arquitetura da informação defendida por **Lupton (2020)**, onde o grid atua como um sistema de relações espaciais. Para a definição das margens e da mancha gráfica, aplicou-se o **Cânone de Van de Graaf**, assegurando proporções áureas e os "vazios poéticos" necessários à obra. Complementarmente, estruturou-se um **grid modular de 9x9** para a distribuição dinâmica de versos e ilustrações. A **hierarquia tipográfica** foi estabelecida pelo contraste estratégico entre a fonte serifada **Lora** (corpo de texto), que garante legibilidade e fluidez, e a sem serifa **Quicksand** (títulos), cujas formas arredondadas reforçam o tom moderno e acolhedor do redesign.

Figura 13 - Planejamento de malha modular (*grids*), proporções de margens e estruturação da hierarquia tipográfica.





Fonte: Autoria própria.

Fase 4: Materiais e Tecnologias (Munari)

Definição de suportes

A escolha dos materiais foi guiada pela necessidade de conferir ao livro uma corporeidade que reforçasse o conceito de "Delicadeza Resiliente". Para o miolo, selecionou-se o papel **Sulfite (Offset) 180g/m²**, cuja alta gramatura garante uma opacidade superior, impedindo a transparência dos versos e das ilustrações em *fine lines* entre as páginas. Para a capa, utilizou-se o mesmo suporte em gramatura de **240g/m²**, assegurando a rigidez necessária para a proteção da obra e uma textura tátil fosca e sofisticada. Essa seleção técnica visa transformar o ato de ler em uma experiência sensorial robusta, onde o peso e a textura do papel comunicam a solidez do processo de cura proposto pela obra.

Protótipos

A construção do protótipo físico foi a etapa crucial de **verificação** do método de **Munari**, permitindo testar a ergonomia e o manuseio do livro. O "boneco" serviu para validar a relação entre o peso do papel (180g) e a flexibilidade da lombada, além de assegurar que as margens definidas pelo **Cânone de Van de Graaf** funcionassem corretamente após o refilamento. Essa fase permitiu ajustes finos na mancha gráfica e na intensidade das cores pastéis, garantindo

que o produto final não fosse apenas um arquivo visual, mas um objeto tátil funcional e coerente com o conceito de cura proposto.

Figura 14 - Protótipo físico (*boneco editorial*).



Fonte: Autoria própria.

Testes de impressão

A etapa de **testes de impressão** representou a verificação técnica da tecnologia escolhida frente aos suportes definidos. Foram realizados testes cromáticos para assegurar a fidelidade dos **tons pastéis** no papel sulfite (offset), monitorando a absorção da tinta para evitar distorções de saturação comuns em papéis sem revestimento. A impressão em **jato de tinta** para o miolo foi testada especificamente para validar a nitidez das *fine lines*, garantindo que os traços finos não "estourassem" ou perdessem definição. Simultaneamente, a impressão a **laser** para a capa foi verificada quanto à sua vivacidade tonal e resistência ao manuseio. Essa fase de experimentação, defendida por **Munari**, garantiu que a materialidade do livro respondesse com precisão à sensibilidade visual planejada na fase criativa.

Fase 5: Modelagem e verificação (Munari/Lupton)

Materialização do Protótipo Físico

A materialização do protótipo físico, tecnicamente denominado "boneco", representou o estágio final de verificação sob a ótica de **Munari**, onde o projeto deixou o ambiente virtual para se tornar um objeto tangível. Este processo permitiu validar a eficácia do **Cânone de Van de Graaf** e do **grid modular** na escala real, assegurando que as proporções e respiros definidos pela arquitetura de **Lupton** mantivessem sua harmonia após a encadernação e o refilamento. O resultado materializado comprovou a viabilidade técnica das gramaturas escolhidas (180g e 240g) e a precisão da impressão, consolidando o redesign como uma solução editorial pronta para o manuseio, garantindo que a experiência sensorial do leitor estivesse plenamente alinhada ao conceito de cura proposto.

Verificação de Legibilidade e Funcionalidade Editorial

Esta etapa final foca na eficácia comunicativa do objeto, assegurando que as escolhas estéticas não comprometam a clareza da informação. Sob a perspectiva de **Lupton (2020)**, a verificação de legibilidade consiste em avaliar se a hierarquia tipográfica — o contraste entre as fontes escolhidas e seus respectivos tamanhos de corpo — cumpre o papel de guiar o olhar do leitor de forma fluida e sem fadiga.

Simultaneamente, a funcionalidade editorial é validada através do "ritmo" do projeto, um conceito essencial na verificação de **Munari (2008)**: avalia-se se as margens e o sistema de grids modular permitem o respiro necessário para o conteúdo e se a mancha gráfica se mantém equilibrada durante o manuseio físico. Essa fase de testes garante que o redesign resulte em um artefato que não apenas possui apelo visual, mas que atua como um facilitador eficiente da mensagem, proporcionando conforto e precisão na experiência de leitura.

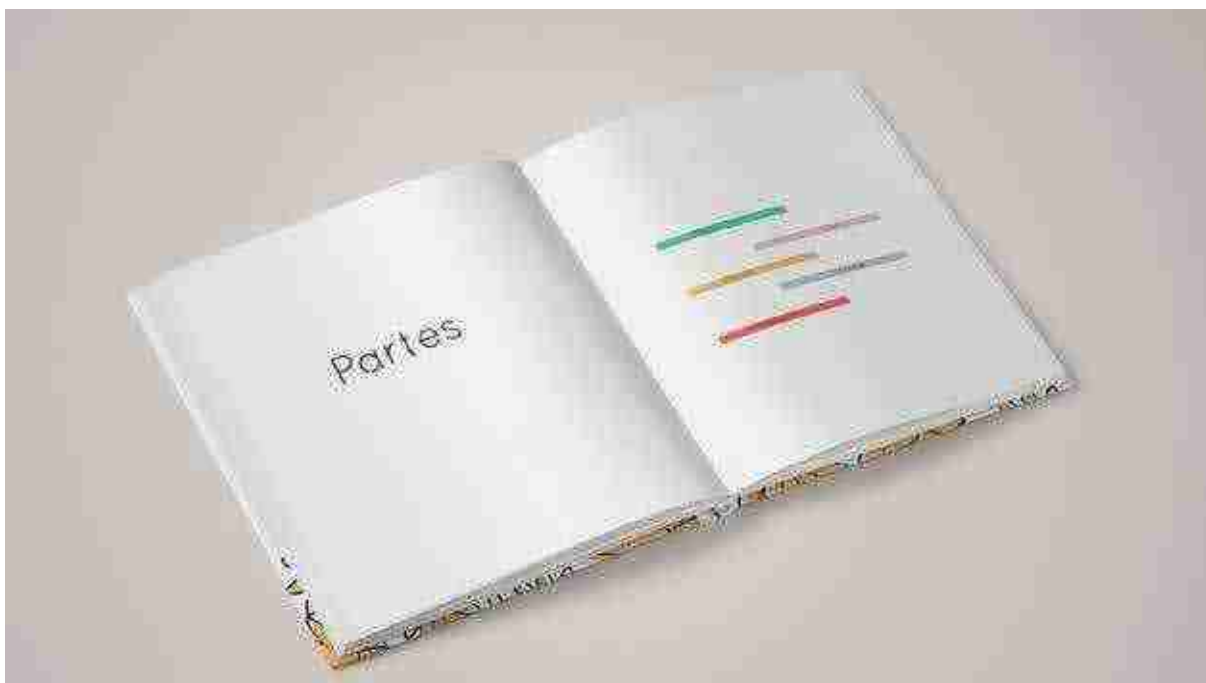
Fase 6: Solução (Munari)

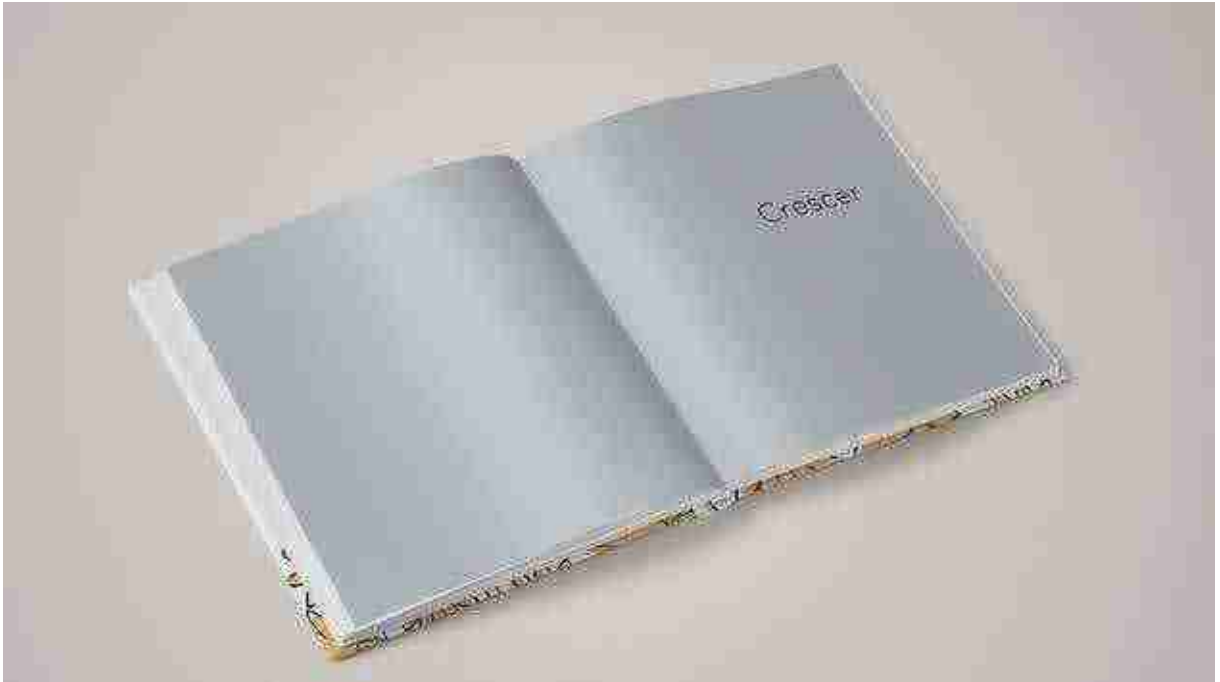
Resultado

O Resultado final deste projeto configura-se na materialização de uma obra editorial que atua como a síntese de todas as etapas metodológicas de Munari. O redesign de *O que o sol faz com as flores* consolidou-se em um exemplar que equilibra o rigor técnico com a sensibilidade do conceito "Delicadeza Resiliente". Através da convergência entre a arquitetura de Lupton (grid e tipografia) e as escolhas de produção gráfica (papel de 180g e impressão híbrida), o produto final transcende a mera função de leitura para se tornar um objeto tátil e contemplativo. O resultado, validado por mockups e pelo boneco físico, prova a eficácia de

uma solução que preserve a essência poética da autora, enquanto oferece uma nova e sofisticada experiência visual e emocional ao público-alvo.

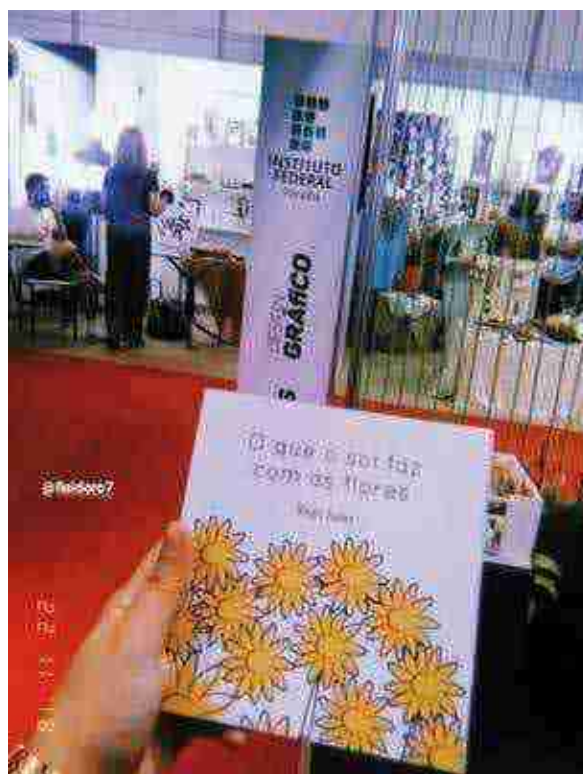
Figura 15 - *Mockup* editorial aplicada na capa e páginas internas para o redesign.





Fonte: Autoria própria.

Figura 16 - Solução conceitual e visual finalizada.



Fonte: Autoria própria.

3.2. Tipografia

3.2.1. Fonte Hygge

Categoria: Tipografia / Design de Tipos. **Ano:** 2018. **Disciplina:** Tipografia

Temática: Desenvolvimento de fonte *display* inspirada em estética de tatuagens.

Método adaptado: Karen Cheng e Ellen Lupton

Este projeto aplica a metodologia clássica de design tipográfico de Karen Cheng (2005), focando de forma estrita nas etapas de análise anatômica, desenvolvimento de coerência sistêmica e refinamento óptico, integrando-as de modo interdisciplinar aos conceitos de arquitetura e expressividade tipográfica em sistemas digitais de Ellen Lupton (2020). Inicialmente, a definição do desafio metodológico consistiu em transpor a expressividade orgânica e a carga visual das fontes tradicionalmente utilizadas em tatuagens para um sistema digital funcional. A partir desse escopo, a análise anatômica sob a lógica de Cheng permitiu decompor os elementos fundamentais das letras — tais como hastes, terminais e contraformas —, identificando os traços essenciais a serem preservados no ambiente digital, avançando para o desenvolvimento de coerência sistêmica em esboços manuais para consolidar o "DNA" do alfabeto e a repetição estrutural das características entre os glifos. O processo prosseguiu com a fase de implementação tecnológica sob a ótica de Lupton, transpondo o desenho analógico para o meio digital por meio da vetorização fina e da codificação via plataforma Calligraphr para a geração do arquivo TrueType (.ttf), culminando no refinamento óptico focado em correções de peso e compensações visuais (*overshoot*) baseadas em Cheng e na validação da hierarquia e legibilidade em peças de *display* recomendadas por Lupton, materializando a solução em uma ferramenta contemporânea funcional.

Fase 1: Definição do Desafio

Tradução da estética de tatuagem para o digital

A transposição da estética de tatuagem para o ambiente digital exigiu uma análise profunda sobre como converter traços tipicamente manuais, viscerais e orgânicos em um sistema de glifos funcionais. O desafio central foi preservar a "alma" da caligrafia de agulha — marcada

por contrastes acentuados e terminais expressivos — enquanto se aplicava o rigor sistêmico necessário para um arquivo digital. Sob a ótica de **Cheng**, essa tradução não buscou apenas a cópia do traço, mas a reconstrução da sua anatomia para que cada letra da fonte **Hygge** funcionasse de forma harmônica em um teclado, mantendo a autenticidade visual do desenho original no suporte digital.

Foco em fontes de exibição (Display)

A decisão de projetar a **Hygge** como uma fonte de exibição (*display*) fundamentou-se na busca por alto impacto visual e personalidade marcante em escalas ampliadas. Ao contrário das fontes voltadas para o corpo de texto, que exigem neutralidade para facilitar a leitura prolongada, as fontes *display* permitem uma exploração mais livre da forma. Sob a perspectiva de **Lupton**, a **Hygge** foi estruturada para ocupar o topo da hierarquia visual, utilizando sua anatomia expressiva e contrastes inspirados em tatuagens para capturar a atenção do observador. Esse foco permitiu que o design priorizasse a estética e a presença gráfica, tornando-a ideal para títulos, cartazes e identidades visuais onde a tipografia atua como protagonista da composição.

Fase 2: Análise anatômica (Cheng)

Estudo de hastes, terminais e contraformas

Com base nos preceitos de **Cheng (2005)**, realizou-se a decomposição anatômica dos glifos para estabelecer as regras estruturais da **Hygge**. O estudo das **hastes** definiu a distribuição de peso e o alto contraste característico das *tattoo fonts*, garantindo uma base sólida para cada caractere. Os **terminais** foram desenhados para refletir a expressividade e a terminação de traços caligráficos, conferindo a personalidade visceral do projeto. Simultaneamente, a análise das **contraformas** (espaços internos negativos) foi crucial para assegurar que, apesar da robustez dos traços, a fonte mantivesse a "luz" interna necessária para a legibilidade em grandes escalas. Essa dissecação técnica permitiu que a anatomia da fonte fosse construída como um sistema coeso, onde cada parte contribui para a unidade visual do alfabeto.

Pesquisa do conceito Hygge e estilos caligráficos

Nesta etapa, a transição da referência visual para o papel focou em capturar a gestualidade do traço manual observado nas tatuagens. Através de esboços rápidos, explorou-se a

verticalidade das letras (característica marcante da tipografia *display*) e a irregularidade controlada das bordas. Seguindo a lógica de **Cheng**, essa fase não buscou a perfeição geométrica imediata, mas sim a variedade de formas que pudessem transmitir a essência do conceito *Hygge* sem perder a raiz visceral da caligrafia de agulha. Esses rascunhos serviram como a fundação para selecionar os caminhos visuais mais promissores antes do refino técnico.

Figura 17 - Conceito para a estrutura da fonte Hygge.



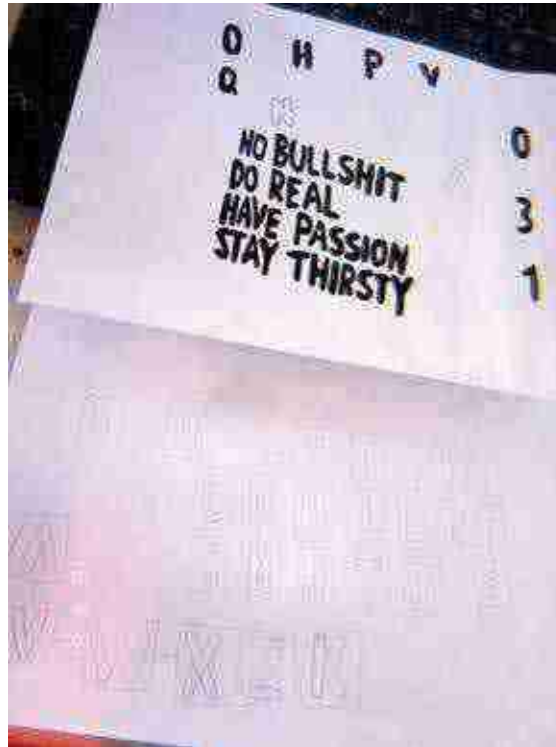
Fonte: Autoria própria.

Fase 3: Desenvolvimento e coerência sistêmica (Cheng)

Geração de alternativas (esboços manuais)

A exploração criativa iniciou-se através de desenhos à mão livre, buscando capturar a gestualidade e a verticalidade marcante observada nas referências de tatuagem. Sob a perspectiva de **Cheng (2005)**, esta fase permitiu testar diversas proporções para as hastes e variações para os terminais, focando na construção do esqueleto básico dos glifos antes de qualquer refino digital. O objetivo foi explorar múltiplas soluções formais que mimetizassem a fluidez e a leve irregularidade do traço manual, garantindo que o peso visual fosse distribuído de forma a criar um ritmo harmonioso. Esses rascunhos foram essenciais para validar quais características estéticas melhor traduziam o conceito **Hygge**, preparando o terreno para a definição da unidade sistêmica do alfabeto.

Figura 18 - Esboços manuais da fonte Hygge.

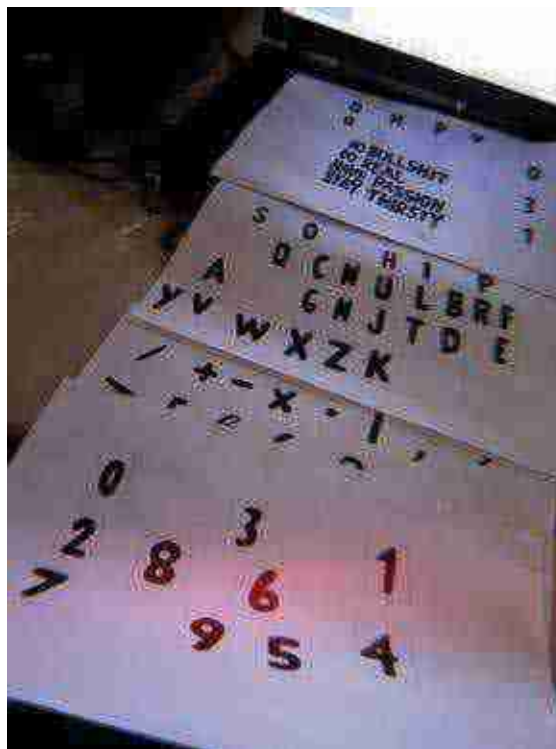


Fonte: Autoria própria.

Definição do "DNA" e unidade visual do alfabeto

Com base nos rascunhos selecionados, estabeleceu-se o "DNA" da **Hygge**: um conjunto de regras anatômicas que garantem a unidade entre todos os glifos. Sob a ótica de **Cheng**, definiu-se que a consistência da fonte residiria na repetição das hastes longas e na leve curvatura dos terminais, mimetizando a forma como a tinta se expande sutilmente na pele. Essa padronização estrutural permitiu que letras tão distintas quanto o "H" e o "G" compartilhassem o mesmo peso visual e ritmo, transformando desenhos isolados em um sistema tipográfico coeso e reconhecível.

Figura 19 - Rascunhos unidade visual da fonte Hygge.



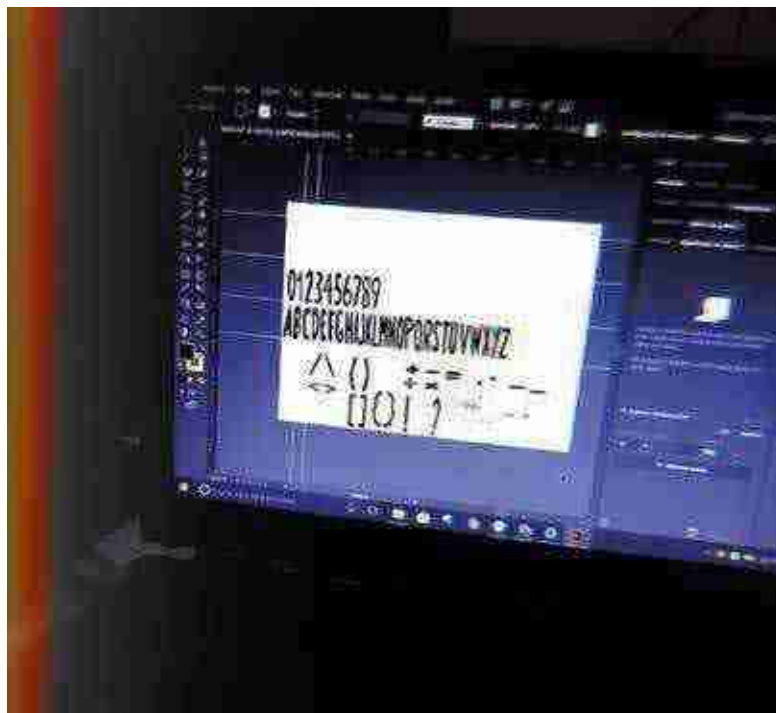
Fonte: Autoria própria.

Fase 4: Implementação tecnológica (Lupton)

Vetorização e refinamento de pontos de Bézier

A transição dos esboços analógicos para o ambiente digital marcou o início da construção sistêmica da fonte. Através da vetorização, os traços inspirados na estética de tatuagem foram traduzidos em curvas matemáticas precisas, utilizando **pontos de Bézier** para garantir a limpeza e a integridade dos glifos. O refinamento técnico focou na redução de pontos desnecessários e no ajuste estratégico das tangentes, assegurando que a fluidez do desenho manual fosse preservada com a precisão exigida pelo design digital. Esse rigor na manipulação vetorial foi fundamental para permitir que a tipografia fosse aplicada em grandes formatos de exibição (*display*) sem perder a definição de seus contornos e terminais expressivos.

Figura 20 - Vetorização da fonte Hygge.



Fonte: Autoria própria.

Codificação e geração do arquivo .TTF (calligraphr)

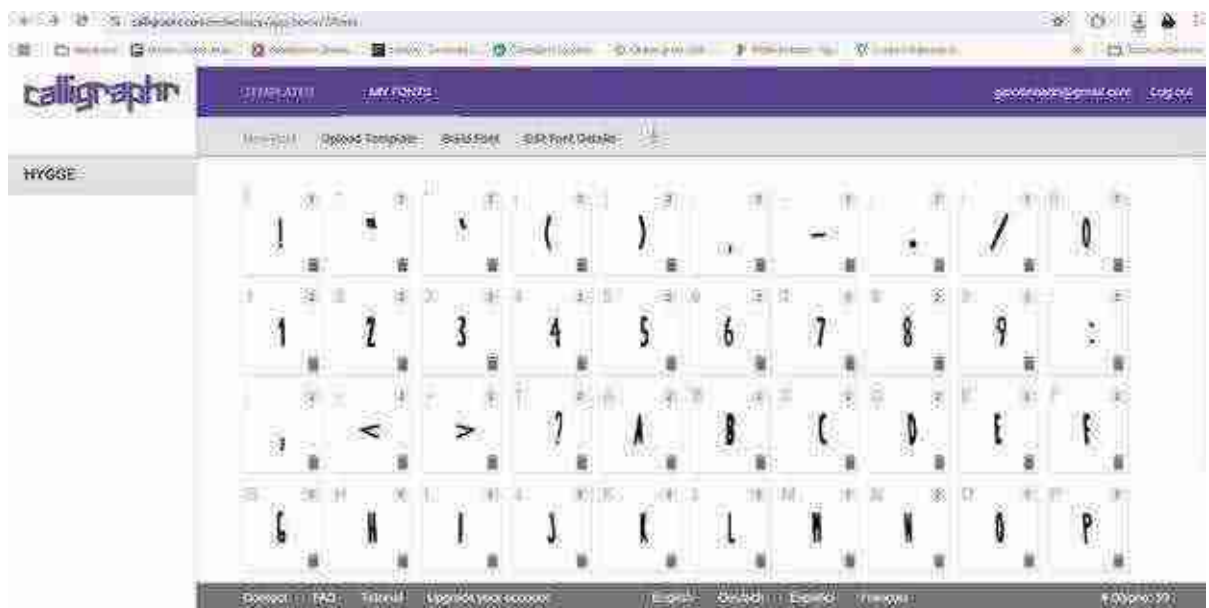
A etapa final da implementação tecnológica utilizou a plataforma **Calligraphr** para a codificação e geração da fonte digital. Através do mapeamento sistemático dos glifos e sua correta atribuição ao mapa de caracteres, foi possível consolidar a **Hygge** em um arquivo de formato **TrueType (.tff)**. Segundo a visão de **Lupton**, esta fase é essencial para que a tipografia cumpra seu papel de sistema de comunicação, permitindo que a personalidade visceral do traço manual seja replicada com precisão em qualquer software de edição. A geração do arquivo técnico garantiu a plena funcionalidade da fonte, tornando-a apta para ser instalada e utilizada em diversas escalas e suportes gráficos.

Figura 21 - Codificação do arquivo da fonte no illustrator.



Fonte: Autoria própria.

Figura 22 - Geração do arquivo *Calligraphr*.



Fonte: Autoria própria.

Fase 5: Refinamento óptico e validação (Cheng/Lupton)

Ajustes de compensação óptica (overshoot) e peso

Fundamentada no rigor de **Cheng (2005)**, esta fase consistiu em ajustar as distorções visuais inerentes às formas geométricas. Aplicou-se o conceito de *overshoot*, fazendo com que glifos curvos ou pontiagudos (como 'O', 'G' e 'A') ultrapassassem levemente as linhas de base e altura-x, evitando que parecessem menores do que as letras de topo plano. Simultaneamente, realizou-se o refinamento do **peso** das hastes e terminais; seguindo os preceitos de **Lupton (2020)** sobre equilíbrio visual, as espessuras foram calibradas para que o conjunto mantivesse uma mancha gráfica constante. Esses ajustes garantiram que a **Hygge** preservasse sua força como fonte *display*, apresentando um ritmo visual sólido e profissional em qualquer composição de destaque.

Testes de legibilidade e hierarquia visual

Sob a perspectiva de **Lupton (2020)**, os testes de **hierarquia visual** confirmaram a eficácia da tipografia como elemento protagonista em títulos e peças de destaque, assegurando que seu peso e estilo orientassem o olhar do observador de forma imediata. Paralelamente, aplicaram-se os critérios de **Cheng (2005)** para avaliar a **legibilidade**, testando o reconhecimento dos glifos em escalas variadas através de pangramas e palavras-teste. Essa validação permitiu ajustes finos no *Kerning* (espaçamento entre pares), eliminando "buracos" visuais e garantindo que o ritmo da fonte fosse preservado. O resultado confirmou que a **Hygge** cumpre seu propósito como fonte *display*, unindo a estética visceral das tatuagens a uma clareza visual profissional e equilibrada.

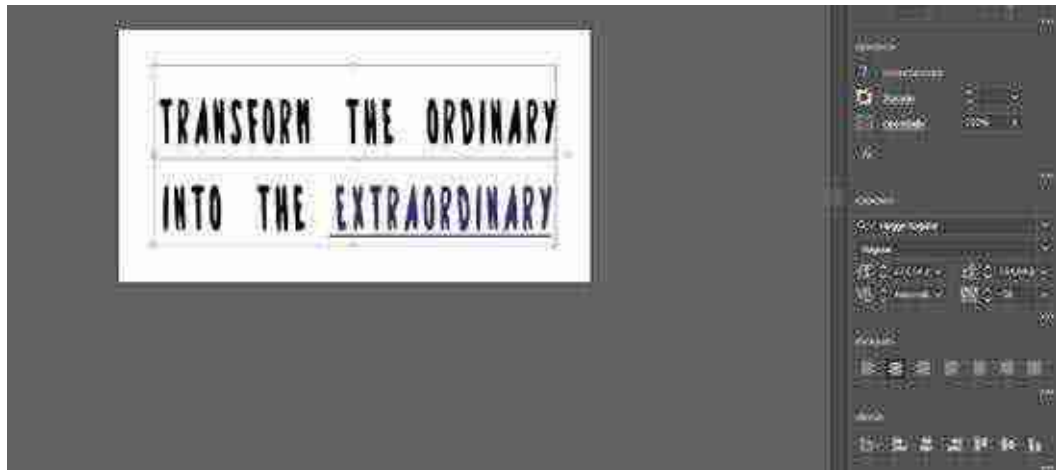
Fase 6: Solução final

Materialização da fonte digital funcional

A materialização da **Hygge** representa o ápice do processo projetual, onde a identidade visual e o rigor anatômico são consolidados em um artefato tecnológico pronto para o uso. A geração do arquivo em formato **TrueType (.ttf)** transformou o conjunto de glifos em uma ferramenta de design sistêmica e funcional. Sob a ótica de **Lupton (2020)**, a fonte deixa de ser um desenho estático para se tornar um sistema de comunicação versátil, capaz de ser operado em diversos softwares e plataformas. O resultado final é uma solução tipográfica que

preserva a essência tátil e visceral da sua inspiração caligráfica, mas que entrega a precisão técnica exigida pelo mercado editorial e de *branding* contemporâneo.

Figura 23 - Materialização da fonte digital.



Fonte: Autoria própria.

Figura 24 - Mockups da fonte.





Fonte: Autoria própria.

3.3. Estamparia Têxtil

3.3.1. Projeto Sítio do Picapau Amarelo

Categoria: Ilustração / Design de Superfície **Ano:** 2017. **Disciplina:** Ilustração

Temática: Desenvolvimento de estamparia infantil baseada no universo do Sítio do Picapau Amarelo.

Método adaptado: Ellen Lupton e Wucius Wong

Este projeto aplica a metodologia clássica de design de superfície de Wucius Wong (1995), focando de forma estrita nas etapas de exploração da forma, definição de estrutura modular e sistemas de repetição por simetria, integrando-as de modo interdisciplinar aos conceitos de narrativa e atmosfera visual de Ellen Lupton (2015). Inicialmente, o mapeamento do universo visual amparado em Lupton permitiu a imersão na obra literária do Sítio do Picapau Amarelo para a estruturação de um painel semântico definidor da paleta cromática e do tom de voz visual da coleção, avançando para a fase de exploração de formas e esboços manuais estilizados para o público infantil. O processo seguiu com a determinação da materialidade do projeto por meio da execução de ilustrações analógicas em lápis aquarelado, cuja textura e transparência artesanais foram tratadas em processo de digitalização e refino gráfico. Na sequência, a transposição conceitual para a lógica sistêmica de Wong orientou o desenvolvimento do módulo e do padrão geométrico (*rapport*), organizando as ilustrações sob malhas de repetição contínua e sem emendas aparentes para a consolidação de uma estrutura de superfície funcional, cuja validação final ocorreu por meio da aplicação simulada em mockups têxteis de vestuário, demonstrando a viabilidade técnica e comercial da solução proposta.

Fase 1: Universo Visual

Definição de Narrativa

Nesta etapa, o design foi guiado pelo arco histórico do encontro entre **Narizinho** e o **Príncipe Escamado** no **Reino das Águas Claras**. A narrativa se desdobra através de elementos simbólicos que conectam os protagonistas: o intercâmbio de presentes, como a concha-carta e a rosquinha que se torna coroa, além da experiência sensorial das jabuticabas (Tloc! Pluf!).

diferentes gestuais e composições. Esses desenhos serviram como a fundação estrutural do projeto, permitindo visualizar como cada ícone ocuparia o espaço visual antes da transição para o meio digital.

Figura 26 - Sketches do projeto de estamparia.



Fonte: Autoria própria.

Estilização infantil

A partir dos sketches, aplicou-se uma estética voltada ao design emocional, utilizando contornos simplificados e geometrias circulares. A escolha por formas arredondadas visa transmitir segurança e amabilidade, características essenciais para o público infantil. Essa estilização transformou os elementos complexos da história em figuras carismáticas e de rápida identificação, garantindo que a linguagem visual do projeto fosse coerente com a ludicidade e a leveza do tema.

Fase 3: Materialidade e técnica (lápis aquarelável)

Ilustração com Lápis Aquarelável

A escolha do lápis aquarelável como técnica principal justifica-se pela sua capacidade superior de fusão de pigmentos. Diferente do lápis de cor convencional, este material permite uma união das cores mais fluida, facilitando a construção de degradês suaves e transições cromáticas ricas sem a necessidade de solventes externos. Essa técnica permitiu que as cores vibrantes de Narizinho e do Príncipe Escamado ganhassem uma vivacidade orgânica, garantindo uma cobertura densa e homogênea que preserva o aspecto artístico do traço manual.

Foco em Texturas e Acabamento

A aplicação explorou as texturas únicas proporcionadas pelo grão do pigmento aquarelável em contato com o suporte. O foco recaiu sobre a sobreposição de camadas para gerar profundidade visual, criando superfícies que simulam a organicidade dos elementos do Reino das Águas Claras, como o brilho das bolhas e a textura das jabuticabas. Esse controle sobre a mistura das cores resultou em um acabamento tátil-visual que enriquece a estampa, conferindo uma complexidade de tons que seria dificilmente alcançada com técnicas de preenchimento plano.

Fase 4: Digitalização e Tratamento de Imagem

Ilustração com Lápis Aquarelável

Após a finalização manual, as ilustrações foram digitalizadas em alta resolução para garantir a captura fiel de cada detalhe e nuance do lápis aquarelável. O processo de tratamento de imagem focou na preservação da vivacidade das cores originais, realizando ajustes de níveis e contraste para compensar perdas sensoriais da digitalização. O objetivo foi assegurar que o aspecto orgânico e as misturas cromáticas desenvolvidas no papel fossem transpostos para o meio digital com integridade, preparando os elementos para a etapa de composição final da estampa.

Figura 27 - Ilustrações vetorizadas do grupo Narizinho.



Fonte: Autoria própria.

Figura 28 - Ilustrações vetorizadas do grupo Príncipe Escamado.



Fonte: Autoria própria.

Fase 5: Estrutura de repetição (Wong)

Desenvolvimento de módulos

Com base na teoria de Wucius Wong, os personagens e elementos de apoio foram organizados como **módulos individuais**. Cada conjunto narrativo (Narizinho e Príncipe) foi estruturado para funcionar como uma unidade visual independente, onde a posição dos elementos — como a Emília ao lado das jabuticabas ou o Príncipe próximo ao seu guarda-chuva — foi calculada para criar um equilíbrio de pesos e direções. Essa organização modular permitiu que cada ícone mantivesse sua identidade dentro de um esquema visual maior.

Rapport de Estampa

A etapa final consistiu na criação do **rapport**, utilizando sistemas de repetição para transformar os módulos em um padrão infinito e contínuo. Aplicando os princípios de estrutura de Wong, os elementos foram distribuídos de forma a ocultar as emendas do encaixe, garantindo fluidez visual. O resultado são duas estampas distintas que, através da repetição rítmica, preenchem a superfície têxtil de maneira harmônica, permitindo que a história do Reino das Águas Claras se estenda por todo o comprimento do suporte.

Figura 29 - Repport de estampas: Narizinho e Príncipe Escamado.



Fonte: Autoria própria.

Fase 6: Validação e solução

Aplicação em Mockups de Produtos Têxteis

A fase de validação consistiu na simulação das estampas finalizadas em **mockups de produtos do segmento têxtil infantil**. Esta etapa permitiu visualizar o comportamento das ilustrações e dos *rappports* em superfícies tridimensionais, como vestuário. A aplicação foi fundamental para confirmar se a escala das figuras, a vibração das cores e a legibilidade dos elementos narrativos mantinham-se eficazes e atraentes, garantindo que a solução de design atendesse tanto aos requisitos técnicos de produção quanto ao apelo lúdico do mercado infantil.

Figura 30 - Mockup 1 camiseta Narizinho.



Fonte: Autoria própria.

Figura 31 - Mockup 2 camiseta Narizinho.



Fonte: Autoria própria.

Figura 32 - Mockup 1 camiseta Príncipe Escamado.



Fonte: Autoria própria.

Figura 33 - Mockup 2 camiseta Príncipe Escamado.



Fonte: Autoria própria.

3.4. Planejamento Visual / Design Editorial

3.4.1. Campanha Contra o Assédio Sexual no Ambiente Acadêmico

Categoria: Planejamento Visual / Design Editorial. **Ano:** 2018. **Disciplina:** Planejamento Visual III.

Temática: Conscientização e denúncia de assédio sexual em universidades.

Método adaptado: Müller-Brockmann, Donis A. Dondis

Este projeto aplica a metodologia clássica de design editorial e sistemas visuais de Josef Müller-Brockmann (2012), focando de forma estrita nas etapas de estudo de grids estruturais, organização espacial rigorosa e unidade sistêmica, integrando-as de modo interdisciplinar aos princípios de contraste, tensão e sintaxe da linguagem visual de Donis A. Dondis (2015). Inicialmente, a imersão na temática e a definição da atmosfera visual amparada em Dondis permitiram estruturar o universo gráfico da campanha a partir de uma paleta cromática restrita e de contrastes de alta tensão para estabelecer um tom de voz impactante e urgente contra o assédio sexual. Na sequência, a transposição para a lógica projetual de Müller-Brockmann orientou a fase de estudo de grids e estrutura, definindo malhas modulares e de colunas específicas para cada suporte a fim de garantir clareza informativa e perfeita hierarquia tipográfica e legibilidade através da combinação estratégica de fontes sem serifa para títulos e serifadas para corpos de texto densos. O processo prosseguiu com o tratamento de imagens e narrativa visual, aplicando filtros cromáticos e composições dramáticas nas fotografias para potencializar a carga emocional das peças, culminando no desenvolvimento de peças em múltiplos formatos onde os conceitos de repetição e proporção de Müller-Brockmann asseguraram a coesão do sistema visual, cuja validação final foi materializada por meio da aplicação simulada em mockups ambientais e urbanos para comprovar a eficácia prática da comunicação.

Fase 1: Universo visual

Definição da Atmosfera Dramática

A atmosfera visual foi concebida através do conceito de aguçamento e contraste, conforme a sintaxe de Dondis. A escolha de uma paleta restrita e o tratamento das imagens com filtros em vermelho fechado criam uma estética de urgência que rompe a neutralidade do espaço

acadêmico. Essa dramaticidade visual busca sensibilizar o espectador, transformando o desconforto da temática em um elemento de atenção que impede a indiferença diante do assédio.

Tom de Voz da Campanha

O tom de voz da campanha é assertivo, sério e mobilizador. A linguagem visual não busca apenas informar, mas provocar uma reação ética e imediata. Ao equilibrar a crueza das fotografias dramáticas com a organização sistemática dos grids, estabelece-se um diálogo que é, ao mesmo tempo, empático com as vítimas e rigoroso na denúncia, utilizando a tensão visual para ecoar a gravidade da pauta social abordada.

Fase 2: Sintaxe e cor

Aplicação da paleta restrita

A utilização exclusiva do branco, preto e vermelho fechado atua como um mecanismo de simplificação e impacto visual, eliminando distrações cromáticas irrelevantes. Essa escolha cromática restrita estabelece uma hierarquia clara, onde o vermelho é utilizado estrategicamente para destacar informações cruciais e símbolos de alerta, reforçando a seriedade da denúncia no ambiente universitário.

Filtros para gerar tensão visual

A aplicação de filtros avermelhados sobre as fotografias de mulheres cria uma camada de tensão visual que simboliza a opressão e o perigo inerentes ao assédio. Esse tratamento tonal unifica a identidade visual das peças e confere às imagens uma carga dramática, garantindo que a mensagem da campanha não seja apenas lida, mas sentida emocionalmente pelo espectador através do "aguçamento" visual proposto.

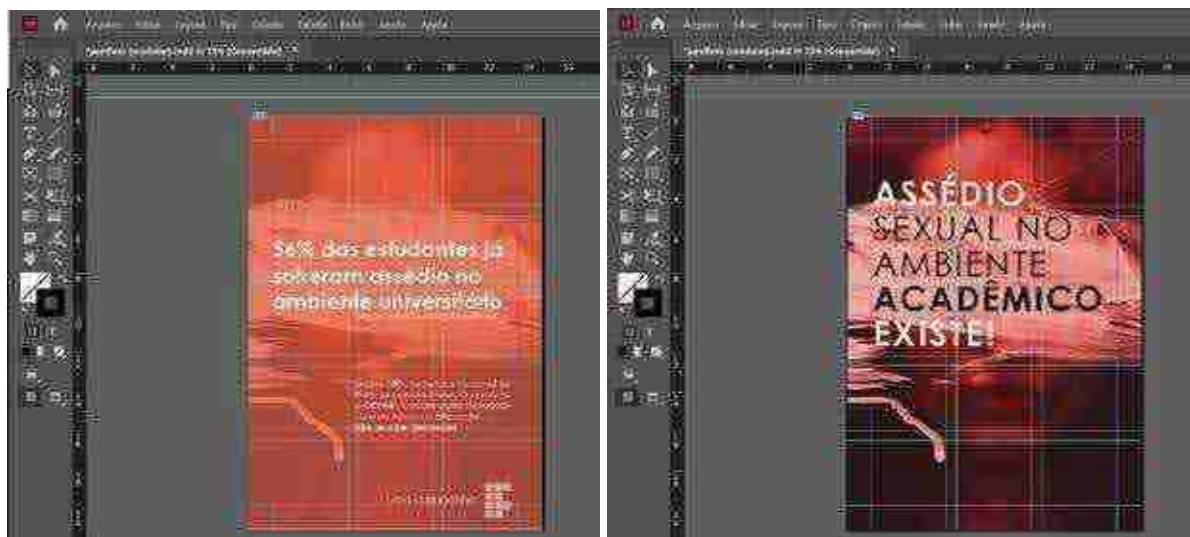
Fase 3: Estudo de grids (Müller-Brockmann)

Organização racional do espaço em módulos e colunas

A estruturação das peças gráficas seguiu o princípio da ordem lógica de Müller-Brockmann, utilizando grids modulares de 3x5, 6x8 e 6x6 para organizar informações de forma sistemática e clara. Essa fragmentação racional do espaço permite uma distribuição equilibrada entre as imagens de alto impacto e os dados informativos, garantindo que a hierarquia visual guie o

leitor com objetividade através da denúncia. Nas peças de maior fôlego textual, como a página do livro e a do jornal, o uso de colunas assegura a estabilidade visual e a funcionalidade necessária para a leitura acadêmica.

Figura 34 - Grid panfleto.



Fonte: Autoria própria.

Figura 34 - Grid cartaz.



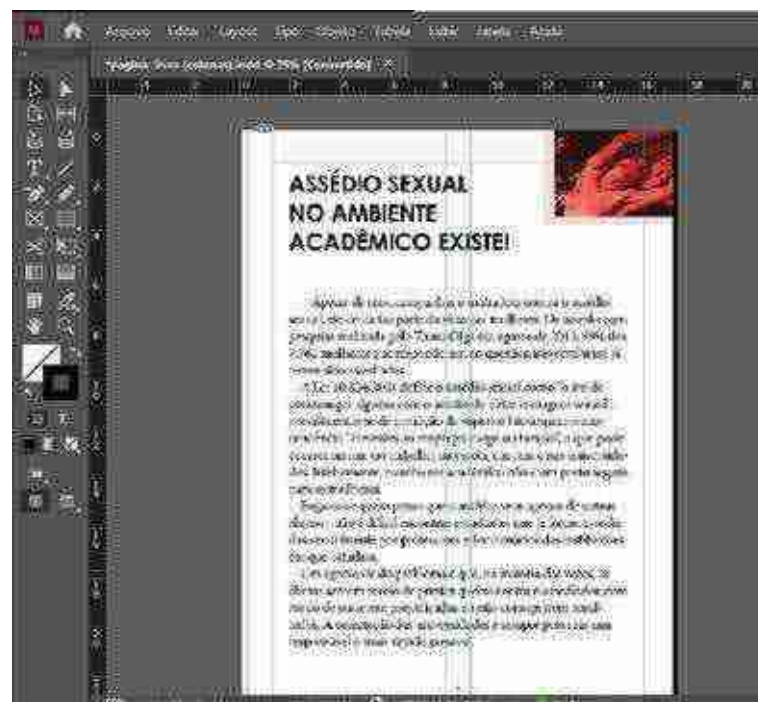
Fonte: Autoria própria.

Figura 35 - Grid página de revista.



Fonte: Autoria própria.

Figura 36 - Grid página do livro.



Fonte: Autoria própria.

Figura 37 - Grid página do jornal.



Fonte: Autoria própria.

Fase 4: Hierarquia tipográfica

Seleção de fontes por legibilidade e impacto (com e sem serifa)

A estratégia tipográfica foi dividida para atender a dois objetivos distintos: o impacto imediato e a fluidez de leitura. Foram selecionadas **fontes sem serifa para os títulos**, garantindo uma comunicação direta, moderna e de alta visibilidade, ideal para o tom de alerta da campanha. Em contrapartida, para as peças com maior densidade textual, como as páginas de livro e jornal, utilizou-se uma **família serifada**. Essa escolha técnica visa aumentar a legibilidade nas caixas de texto e nos textos corridos, onde as serifas auxiliam no reconhecimento das letras e reduzem o cansaço visual, assegurando que as informações de apoio e denúncia sejam absorvidas com clareza pelo leitor.

Fase 5: Unidade sistêmica

Adaptação da identidade visual para diferentes suportes editoriais

A unidade sistêmica foi consolidada através da transposição rigorosa dos elementos de identidade para suportes com características distintas, como o panfleto, o cartaz, o jornal, a

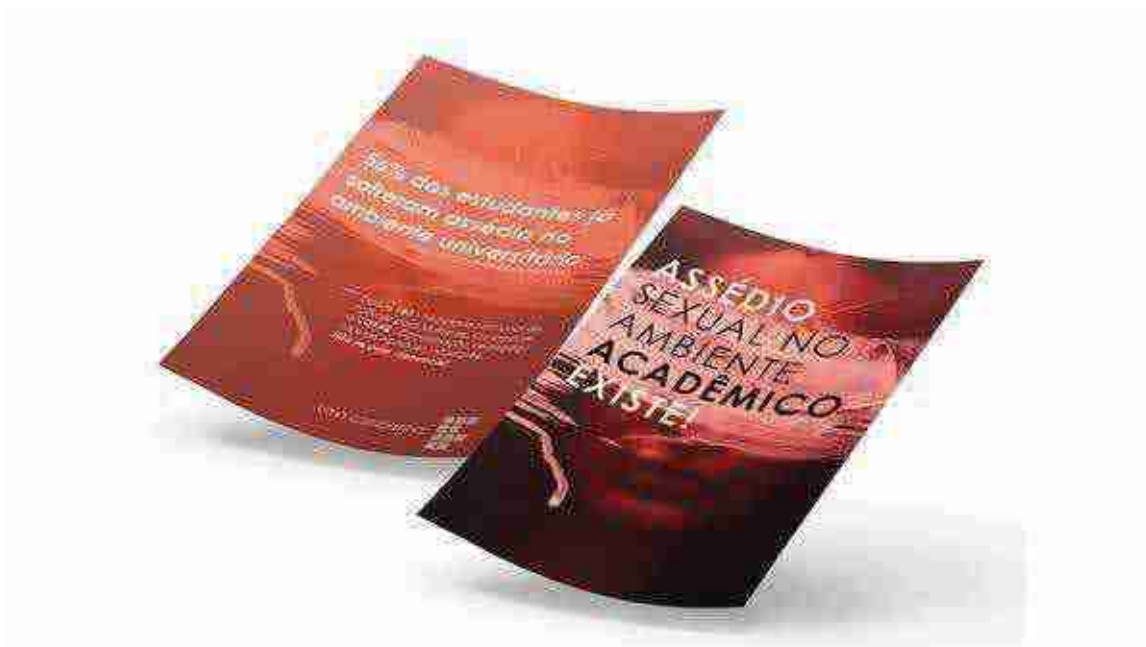
revista e o livro. Apesar das variações de escala e complexidade de cada grid, a manutenção da paleta cromática, o estilo de tratamento das imagens e a padronização das famílias tipográficas garantiram o reconhecimento imediato da campanha. Essa flexibilidade demonstra a eficácia de um sistema visual bem planejado, que preserva sua integridade e força comunicativa tanto em peças de impacto rápido quanto em publicações de leitura densa.

Fase 6: Validação e solução

Aplicação em mockups para verificação da eficácia comunicativa

A etapa final consistiu na transposição das peças gráficas para mockups realistas, simulando sua inserção no ambiente universitário e urbano. Essa simulação permitiu validar a funcionalidade do sistema visual em diferentes contextos de uso, como cartazes em áreas de circulação e informativos editoriais em suportes impressos. A visualização em ambiente real confirmou a eficácia comunicativa do projeto, garantindo que o contraste cromático e o rigor dos grids planejado sob as metodologias de Müller-Brockmann e Dondis cumprissem seu papel de atrair a atenção e transmitir a urgência da campanha contra o assédio sexual.

Figura 38 - Mockup do panfleto.



Fonte: Autoria própria.

Figura 39 - Mockup do cartaz.



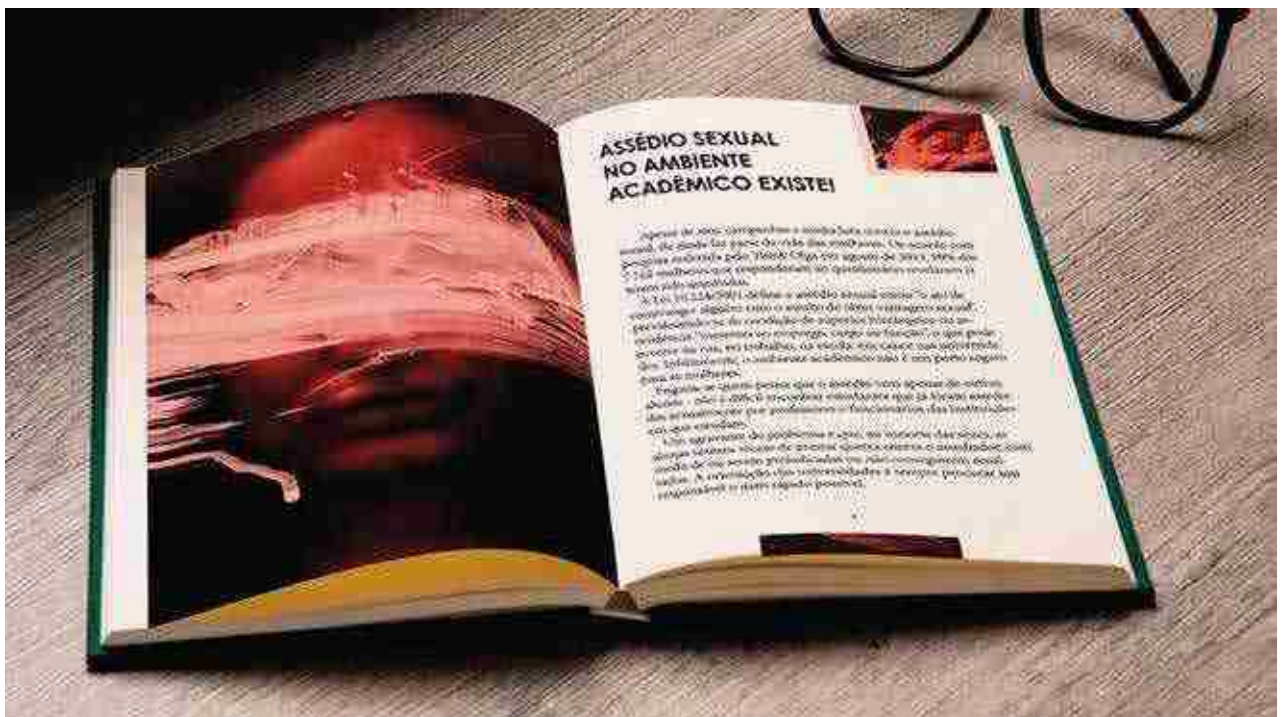
Fonte: Autoria própria.

Figura 40 - Mockup da página da revista.



Fonte: Autoria própria.

Figura 41 - Mockup da página do livro.



Fonte: Autoria própria.

Figura 42 - Mockup da página do jornal.



Fonte: Autoria própria.

3.5. Planejamento Visual / Design Editorial

3.5.1. Redesign do Álbum "Duas Cidades" (BaianaSystem)

Categoria: Planejamento Visual / Design Editorial. **Ano:** 2018. **Disciplina:** Planejamento Visual III.

Temática: Dualidade urbana e social de Salvador sob a ótica da música "Duas Cidades".

Método adaptado: Donis A. Dondis e Ellen Lupton.

Este projeto aplica a metodologia clássica de design editorial e planejamento visual de Ellen Lupton (2015), focando de forma estrita nas etapas de flexibilidade de grid, materialidade dos suportes e estruturação de backgrounds táteis, integrando-as de modo interdisciplinar aos princípios de contraste, aguçamento e sintaxe da linguagem visual de Donis A. Dondis (2015). Inicialmente, a imersão conceitual amparada em Dondis permitiu traduzir a dualidade urbana entre a Cidade Alta e a Cidade Baixa por meio de aguçamentos e contrastes visuais expressivos, estabelecendo uma atmosfera de caos e organização cultural que se desdobrou em uma sintaxe cromática de alta saturação com paletas complementares e em uma seleção tipográfica de fontes serifadas para evocar o tradicionalismo histórico de Salvador. Na sequência, a transposição para a lógica projetual de Lupton orientou a definição da materialidade da peça através da estruturação de um background rústico simulando papel Kraft, servindo como elemento unificador para o desenvolvimento de um grid de ótica espontânea e experimental, distanciado da rigidez matemática convencional para abrigar composições desconstruídas de colagem digital com pontos turísticos fragmentados. O processo culminou na modelagem e validação da solução por meio da aplicação das lâminas planificadas em mockups tridimensionais do produto fonográfico físico (CD), comprovando o perfeito equilíbrio entre o impacto da experimentação estética e a legibilidade das informações técnicas exigidas pelo mercado mercadológico.

Fase 1: Universo visual (Dondis)

Definição da dualidade "Alta vs. Baixa"

A estrutura conceitual baseia-se na segregação socioespacial de Salvador, utilizando a música como guia para a narrativa visual. Sob a ótica de Dondis (2015), essa dualidade é explorada através do contraste entre o tradicional e o periférico, onde o Elevador Lacerda atua como o

eixo de transição. A composição busca materializar a divisão geográfica e social, transformando o conceito lírico em uma experiência visual que evidencia as diferentes camadas da cidade.

Tom de Voz Urbano

O tom de voz da identidade visual é vibrante, rústico e pulsante, refletindo a estética das ruas e a sonoridade do Pagodão e do Dub. A linguagem gráfica abandona a neutralidade para adotar uma postura assertiva e culturalmente densa, onde a crueza do background e o impacto das cores transmitem a urgência e a energia do movimento urbano baiano, estabelecendo um diálogo direto com a essência da banda.

Fase 2: Sintaxe cromática

Aplicação de cores complementares e vibrantes para impacto visual.

A estratégia cromática baseia-se no uso de pares complementares de alta saturação — Verde/Rosa e Azul/Laranja — para delimitar visualmente os dois universos da narrativa. Essa escolha técnica utiliza o contraste máximo para gerar uma vibração que ecoa a sonoridade híbrida do disco, criando um forte impacto visual que diferencia as "cidades" enquanto mantém uma unidade energética em todo o projeto gráfico.

Fase 3: Tradicionalismo (Lupton)

Seleção de tipografia serifada para representar raízes históricas.

A escolha de uma família tipográfica serifada foi fundamentada na necessidade de evocar o peso histórico e arquitetônico de Salvador. Segundo a perspectiva de Lupton (2015) sobre a carga cultural dos tipos, as serifas funcionam como um elo com o tradicionalismo e as raízes coloniais da capital baiana. Esse uso estratégico cria um contraste intencional: enquanto a colagem e as cores representam a modernidade e o caos urbano, a tipografia ancora o projeto na ancestralidade e na história secular que fundamenta a identidade da Cidade Alta.

Fase 4: Materialidade e textura

Uso de fundo em papel Kraft para remeter à mistura e crueza.

A definição do background em textura de papel Kraft fundamenta-se na materialidade como ferramenta narrativa. Segundo as teorias de materialidade de Lupton (2015), as fibras de celulose visíveis evocam uma estética tátil e rústica, simulando a crueza do ambiente urbano. Essa escolha neutraliza as cores vibrantes e serve como uma base unificadora para o conceito de "mistura" social e sonora, conferindo ao encarte um aspecto orgânico que remete à arte das ruas e à produção cultural independente.

Fase 5: Colagem digital (White)

Edição e desconstrução de imagens através de grid de ótica espontânea.

A composição visual foi estruturada a partir da manipulação e edição digital de fotografias de pontos turísticos de Salvador, submetendo-as a um processo de desconstrução. Utilizando o conceito de edição pelo design de Jan V. White (2006), as imagens foram fragmentadas e sobrepostas em um grid de ótica espontânea. Essa organização intuitiva e não-linear permitiu que os elementos gráficos flutuassem no espaço de forma dinâmica, criando uma estética de colagem que reflete a fragmentação da narrativa urbana e a complexidade das interações sociais e geográficas propostas pelo álbum.

Fase 6: Validação e solução

Aplicação em mockups de encarte de CD para conferência técnica.

A etapa final de validação consistiu na transposição do projeto gráfico para mockups digitais que simulam a materialidade do encarte de CD planejado. Essa simulação foi essencial para verificar a eficácia comunicativa do sistema visual em seu suporte real, garantindo que o equilíbrio entre a colagem experimental e a legibilidade tipográfica se mantivesse funcional. A aplicação permitiu conferir o impacto das cores complementares e a integração das texturas de papel kraft no produto físico, confirmando que a solução estética atende tanto aos requisitos conceituais da disciplina quanto às necessidades técnicas de um produto editorial impresso.

Figura 43 - Planificação do encarte.



Fonte: Autoria própria.

Figura 44 - Mockup 1 do encarte.



Fonte: Autoria própria.

Figura 45 - Mockup 2 do encarte.



Fonte: Autoria própria.

Figura 46 - Mockup 3 do encarte.



Fonte: Autoria própria.

3.6. Identidade Visual Corporativa

3.6.1. Redesign de Identidade Visual para BellaModa

Categoria: Identidade Visual Corporativa. **Ano:** 2024. **Atuação:** Profissional / Mercado.

Temática: Revitalização de marca e reposicionamento de identidade para o varejo de vestuário.

Método adaptado: Alina Wheeler e Joan Costa.

Este projeto aplica a metodologia clássica de gestão e posicionamento de marcas de Alina Wheeler (2019), focando de forma estrita nas etapas de pesquisa de campo, alinhamento estratégico, estruturação do sistema visual e fechamento de arte-final técnica, integrando-as de modo interdisciplinar às teorias de identidade, imagem corporativa e legibilidade institucional de Joan Costa (2004). Inicialmente, a realização de uma pesquisa de campo associada a um briefing construtivo amparado em Wheeler permitiu diagnosticar os pontos fracos da assinatura antiga da loja de vestuário e mapear os novos objetivos comerciais, avançando para a consolidação de um painel semântico definidor da atmosfera estética da marca. Na sequência, a transposição para a lógica projetual de Costa orientou a fase de concepção tipográfica e geração de alternativas, desenvolvendo propostas conceituais completas baseadas em rigorosos critérios de legibilidade institucional para oferecer caminhos estéticos maduros que sanassem as limitações do logotipo desatualizado. O processo prosseguiu com a estruturação do sistema visual e materialidade sob a ótica de Wheeler, configurando a paleta de cores, regras de assinatura, padrões modulares e simulações tridimensionais em mockups realistas de embalagens e papelaria, avançando para uma etapa de apresentação consultiva e co-criação com os tomadores de decisão até culminar no fechamento técnico e na arte-finalização, preparando e exportando os arquivos em extensões vetoriais e matriciais adequadas para garantir a integridade e fidelidade de reprodução gráfica da nova marca na sua implementação prática no mercado.

Fase 1: Diagnóstico e Briefing (Wheeler)

Reunião presencial e alinhamento com os proprietários

O ponto de partida para o redesign da BellaModa consistiu na realização de uma reunião presencial consultiva com os dois proprietários da marca, combinada com o preenchimento de

"elegante". A paleta cromática foi consolidada através de tons terrosos, verdes musgos e variações de bege e *off-white*, eliminando a rigidez do preto para reforçar o atributo de marca "acessível". Essa curadoria de imagens, tipografias e padrões geométricos serviu como bússola criativa, garantindo que a atmosfera estética da BellaModa mantivesse a coerência com o posicionamento moderno e profissional desejado pelos proprietários.

Figura 48 - Moodboard para o redesign da identidade visual BellaModa e logo antiga.



Fonte: Autoria própria.

Fase 3: Concepção visual (Costa)

Seleção e refinamento tipográfico

O estudo tipográfico foi norteado pela necessidade de traduzir visualmente os traços de elegância, profissionalismo e modernidade destacados no *briefing*, sem anular a carga de confiança e delicadeza já consolidadas pela trajetória da BellaModa. Fundamentando-se nas teorias de Joan Costa (2004) sobre a anatomia dos tipos e sua percepção institucional, buscou-se uma tipografia de traços minimalistas e proporções equilibradas. O refinamento dos caracteres e o desenho dos espaçamentos foram planejados para transmitir a sensação de conforto, bem-estar e atendimento personalizado, elevando a assinatura verbal da loja a um padrão corporativo sofisticado e altamente legível em diferentes escalas.

Figura 49 - Estudo tipográfico.



Fonte: Autoria própria.

Geração de alternativas: desenvolvimento das duas propostas conceituais

A partir da base tipográfica e das diretrizes do painel semântico, procedeu-se ao desenvolvimento de duas propostas de identidade visual distintas e completas. Essa etapa consistiu em materializar o minimalismo adotado como partido estético em soluções gráficas

maduras, que preservassem os valores tradicionais da empresa enquanto atualizavam seu apelo de mercado. Cada proposta explorou caminhos visuais únicos de composição, oferecendo aos proprietários interpretações complementares sobre como a nova marca poderia se posicionar frente ao público-alvo, garantindo que ambas mantivessem o rigor técnico necessário para uma comunicação visual eficiente.

Figura 50 - Alternativa 1 BellaModa.



Fonte: Autoria própria.

Figura 51 - Alternativa 2 BellaModa.



Fonte: Autoria própria.

Fase 4: Configuração do sistema

Definição de paleta cromática, regras de assinatura e patterns.

A estruturação do sistema de identidade visual seguiu as diretrizes metodológicas de Wheeler (2019) para garantir a consistência da marca em todos os seus pontos de contato. A paleta cromática foi formalizada a partir das restrições e preferências validadas no *briefing*, estabelecendo um sistema de cores sintonizado com o posicionamento mercadológico da loja. Consolidou-se o uso das cores *Terra Cotta* (#8C4303) para evocar o espírito "aventureiro", *Caramel* (#BFAF92) para manifestar "aconchego e empatia", *Olive* (#333E30) e *Army* (#697345) associados à "modernidade", e o *Off White* (#F2EFE9) para amarrar a "elegância" visual. A exclusão intencional do preto eliminou a rigidez cromática tradicional, garantindo leveza e acessibilidade ao ecossistema gráfico.

Para expandir a identidade para além do logotipo, foi desenvolvido um padrão de marca (*pattern*) exclusivo baseado em malha modular geométrica. Esse padrão integrou de forma harmônica formas orgânicas de semicírculos a elementos tipográficos que formam o nome

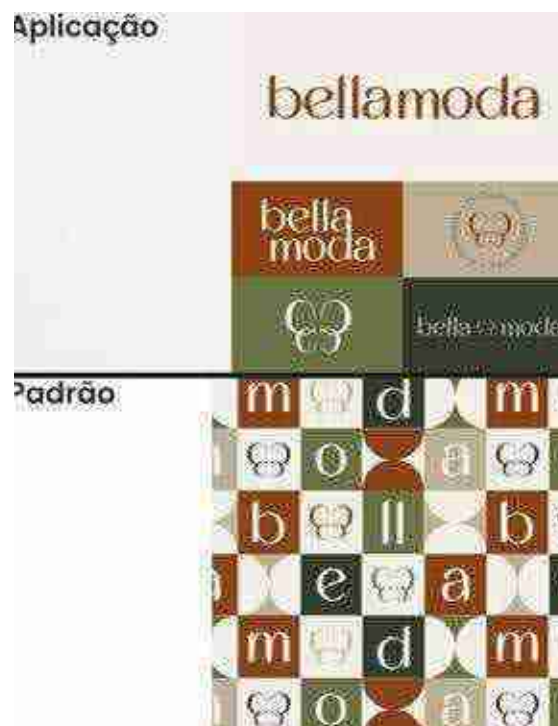
"BELLA MODA", alternando-se sistematicamente sobre os blocos coloridos da paleta institucional. Sob a ótica de Wheeler (2019) para pontos de contato tridimensionais, essa padronização conferiu alto valor percebido e ritmo visual à marca, sendo projetada especificamente para aplicação em superfícies editoriais e de embalagens, como sacolas, papéis de seda, fitas e etiquetas da loja física.

Figura 52 - Paleta de cores BellaModa.



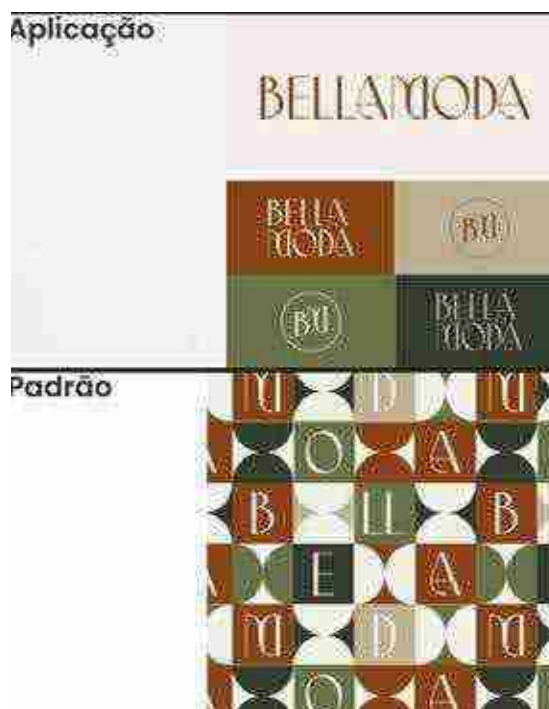
Fonte: Autoria própria.

Figura 53 - Aplicação da paleta na primeira proposta BellaModa.



Fonte: Autoria própria.

Figura 54 - Aplicação da paleta na segunda proposta BellaModa.



Fonte: Autoria própria.

Fase 5: Apresentação Consultiva

Defesa das alternativas criativas e co-criação com os clientes.

A etapa de validação consistiu na condução de uma reunião de defesa técnica e comercial junto aos dois proprietários da BellaModa. Sob o enfoque de Wheeler (2019) a respeito da importância da co-criação e do alinhamento com os *stakeholders*, foram apresentadas as duas propostas de identidade visual com suas respectivas justificativas conceituais, posicionamentos e simulações em mockups.

O processo de troca consultiva resultou na seleção da primeira alternativa criativa, com os clientes optando pela configuração da marca gráfica inteiramente em caixa-baixa. Essa escolha estabeleceu um elo evolutivo e de reconhecimento com a assinatura que já utilizavam anteriormente no mercado, a qual também adotava letras minúsculas.

Como parte do refinamento colaborativo e do amadurecimento estratégico da identidade, o termo "Store" foi suprimido do logotipo, visando uma assinatura mais limpa e minimalista.

Adicionalmente, de forma unânime, optou-se pela remoção do ícone de borboleta — elemento histórico que remetia à primeiríssima versão da empresa há muitos anos e que havia sido resgatado como hipótese no *briefing* presencial. Os proprietários preferiram não mantê-lo, consolidando uma estética totalmente contemporânea e voltada para o futuro da marca.

Fase 6: Entrega e arte-finalização

Refino final do sistema de identidade visual

Após a validação da proposta em caixa-baixa e a definição dos ajustes colaborativos com os proprietários, o projeto entrou na etapa de refino estético e óptico. Sob as diretrizes de Wheeler (2019) para a precisão na assinatura de marca, foi realizada a revisão milimétrica de todas as curvas, vértices e pontos de ancoragem da tipografia da BellaModa. Esse processo incluiu o ajuste fino do *kerning* (espaçamento entre caracteres) e do *tracking* (espaçamento entre blocos de texto) para assegurar uma leitura fluida e equilibrada. As cores da paleta institucional (*Terra Cotta*, *Caramel*, *Olive*, *Army* e *Off White*) foram revisadas e calibradas, garantindo que o contraste visual e a leveza pretendidos com a ausência do preto funcionassem perfeitamente na assinatura e no padrão modular (*pattern*) em diferentes escalas.

Fechamento técnico: preparação e exportação de arquivos vetoriais

A subfase final compreendeu a preparação e o fechamento técnico do ecossistema gráfico para garantir a integridade da marca em sua implementação prática. Fundamentando-se na metodologia de Wheeler (2019) para a entrega de ativos de marca, todos os elementos estruturais do logotipo foram convertidos em curvas e limpos de quaisquer vetores sobressalentes.

Os arquivos foram organizados e exportados em formatos vetoriais nativos e escaláveis (como EPS, SVG e PDF/X-1a), configurados no sistema de cor CMYK para assegurar a fidelidade cromática na produção gráfica de tags, sacolas e embalagens físicas. Paralelamente, gerou-se o pacote de arquivos matriciais em alta resolução (PNG e JPEG) configurados em RGB para a aplicação nos pontos de contato digitais e redes sociais da loja, consolidando uma entrega profissional, funcional e pronta para o mercado.

Figura 55 - Mockup das sacolas.



Fonte: Autoria própria.

Figura 56 - Mockup da papelaria.



Fonte: Autoria própria.

Figura 57 - Mockup de posters.



Fonte: Autoria própria.

Figura 58 - Mockup de Outdoor.



Fonte: Autoria própria.

Figura 60 - Mockup de ecobags.



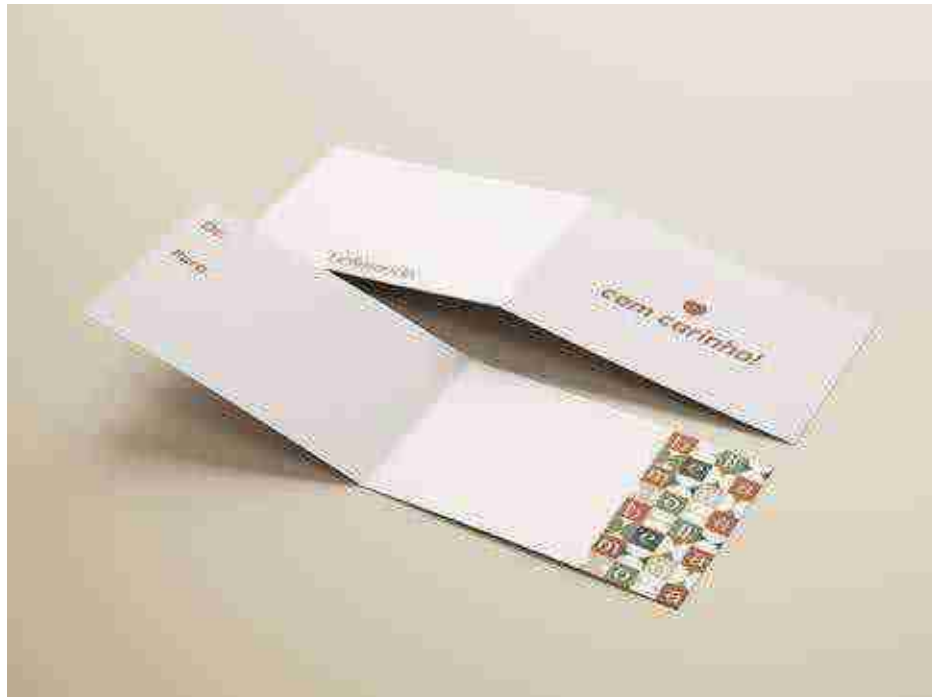
Fonte: Autoria própria.

Figura 61 - Mockup Fachada.



Fonte: Autoria própria.

Figura 62 - Mockup cartão de presente.



Fonte: Autoria própria.

Figura 63 - Aplicações em redes sociais.



Fonte: Autoria própria.

Figura 64 - Aplicação fachada.



Fonte: Autoria própria.

Figura 65 - Aplicação sacola promocional dia das mães.



Fonte: Autoria própria.

Figura 66 - Aplicação letreiro interior da loja.



Fonte: Autoria própria.

Figura 67 - Aplicação de padrão no interior da loja.



Fonte: Autoria própria.

Figura 68 - Aplicação cartão de presente.



Fonte: Autoria própria.

3.7. Identidade Visual e Sinalização Ambiental

3.7.1. Redesign de Identidade Visual e Sinalização Ambiental para JH Veículos

Categoria: Identidade Visual e Sinalização Ambiental. **Ano:** 2022. **Atuação:** Profissional / Mercado.

Temática: Reposicionamento de marca em transição de gestão familiar e design ambiental para o varejo automotivo.

Método adaptado: Alina Wheeler e Chris Calori.

Este projeto aplica a metodologia clássica de gestão e posicionamento de marcas de Alina Wheeler (2019), focando de forma estrita nas etapas de diagnóstico de transição, alinhamento estratégico, concepção tipográfica e fechamento de arte-final técnica, integrando-as de modo interdisciplinar aos conceitos de design ambiental, orientação espacial e planejamento de sinalização técnica de Chris Calori (2015). Inicialmente, a realização de um diagnóstico associado a um briefing construtivo amparado em Wheeler permitiu mapear os desafios da transição de gestão familiar da empresa automotiva, avançando para a consolidação de um painel semântico que equilibrou os pilares de personalidade institucional de solidez e confiança com a modernidade do novo espaço físico arquitetônico. Na sequência, a transposição para a lógica projetual geométrica de Wheeler orientou a fase de concepção tipográfica e geração de alternativas para o símbolo institucional, resultando em propostas maduras voltadas ao dinamismo comercial do setor e à legibilidade necessária para a futura reprodução digital em redes sociais como o Instagram. O processo prosseguiu com a etapa de configuração do sistema visual e design de sinalização sob a ótica de Calori, estruturando a padronização normativa de uso de cores institucionais restritas e desdobrando o ecossistema gráfico para elementos ambientais como fachadas, tótems informativos e vidraças, culminando em uma etapa de apresentação consultiva com o tomador de decisão até o fechamento técnico rigoroso, responsável por converter os elementos em curvas e preparar as pranchas de engenharia gráfica essenciais para garantir a integridade da instalação física da sinalização em grande formato.

Fase 1: Diagnóstico e Briefing (Wheeler)

Diagnóstico de transição: Reunião presencial com o proprietário

O processo de imersão para o redesign da JH Veículos iniciou-se por meio de uma reunião consultiva presencial com o gestor, integrada ao preenchimento de um formulário estruturado de *briefing*. À luz da metodologia de Alina Wheeler (2019) sobre a inteligência e o diagnóstico de marca, essa etapa inicial foi indispensável para mapear as metas comerciais da empresa, delimitar o perfil geográfico e demográfico de seu público-alvo e identificar os canais primários de conversão, com destaque para a atuação digital no Instagram. O alinhamento consultivo permitiu extrair as percepções de valor do proprietário, gerando o direcionamento estratégico necessário para que a nova identidade visual respondesse com precisão às demandas de um mercado automobilístico competitivo em vendas e financiamentos.

Mapeamento da transição geracional e legado familiar

Com base no diagnóstico de marca, identificou-se que a essência do projeto residia no momento histórico de transição geracional da liderança, em que a gestão da loja de veículos era transferida de pai para filho. O próprio nome da marca carrega esse legado, sendo constituído pelas iniciais "J" (referente a José, o fundador) e "H" (referente a Hugo, o sucessor administrativo). Sob a ótica de Wheeler (2019) a respeito da autenticidade e do histórico de marcas corporativas, o mapeamento desse cenário foi fundamental para assegurar que a modernização visual e a mudança para o novo espaço arquitetônico planejado e amplo não apagassem a tradição consolidada da empresa. Esse entendimento garantiu que o projeto preservasse o patrimônio emocional da marca, mantendo a solidez e a credibilidade adquiridas ao longo dos anos de atuação familiar.

Figura 69 - Briefing projeto JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

Fase 2: Pannel semântico

Alinhamento semântico: Construção de moodboard para atmosfera estética

A partir dos dados consolidados no *briefing*, procedeu-se à estruturação do painel semântico (*moodboard*) como ferramenta estratégica de tradução conceitual. Sob as diretrizes de Alina Wheeler (2019) a respeito do alinhamento semântico, essa etapa permitiu converter as cinco palavras-chave definidas pelo gestor — líder, profissional, confiável, séria e conservadora — em estímulos visuais concretos. O painel reuniu referências do design automobilístico de alto padrão, texturas industriais sóbrias e linhas arquitetônicas retas, espelhando a amplitude e a modernidade do novo espaço físico da loja. Essa curadoria visual estabeleceu os parâmetros estéticos para a criação do símbolo e definiu o clima conceitual do projeto, garantindo que o tradicionalismo e a imponência da JH Veículos fossem preservados sob uma roupagem sofisticada e atual.

Figura 70 - Moodboard para o redesign da identidade visual JH Veículos.



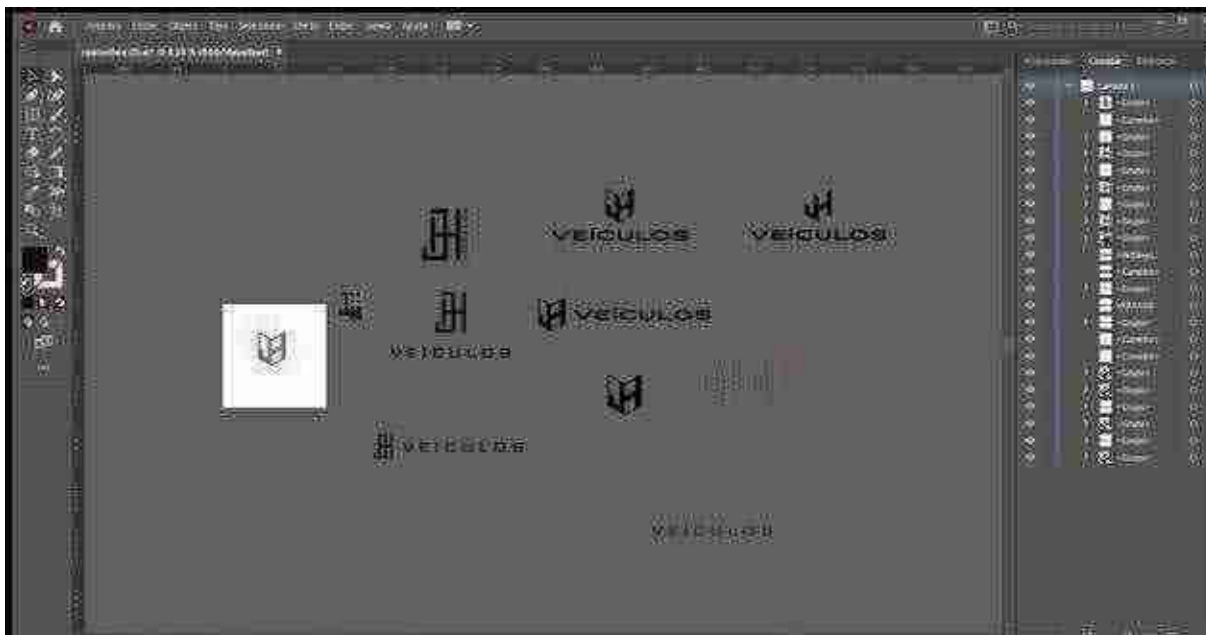
Fonte: Autoria própria.

Fase 3: Concepção visual (Wheeler)

Estudo e refinamento tipográfico

O desenvolvimento tipográfico foi projetado para harmonizar com a imponência do setor automotivo e responder às exigências de seriedade e liderança expressas no *briefing*. Sob a perspectiva de Alina Wheeler (2019) a respeito da sinergia entre o símbolo e a assinatura verbal, buscou-se famílias tipográficas contemporâneas e de desenho limpo (*clean*), desprovidas de serifas, mas que carregassem uma estrutura de peso visual marcante. Esse desenho robusto foi calibrado para transmitir estabilidade e profissionalismo, compensando a sobriedade das formas com uma leitura fluida e sofisticada, capaz de unificar a herança de credibilidade da loja à sua nova fase de mercado.

Figura 71 - Estudo tipográfico e do ícone.



Fonte: Autoria própria.

Geração de alternativas: Desenvolvimento dos símbolos e propostas conceituais

Orientando-se pela solicitação obrigatória de um elemento icônico, foram geradas duas alternativas de marcas gráficas baseadas no acrônimo "JH", explorando caminhos conceituais distintos:

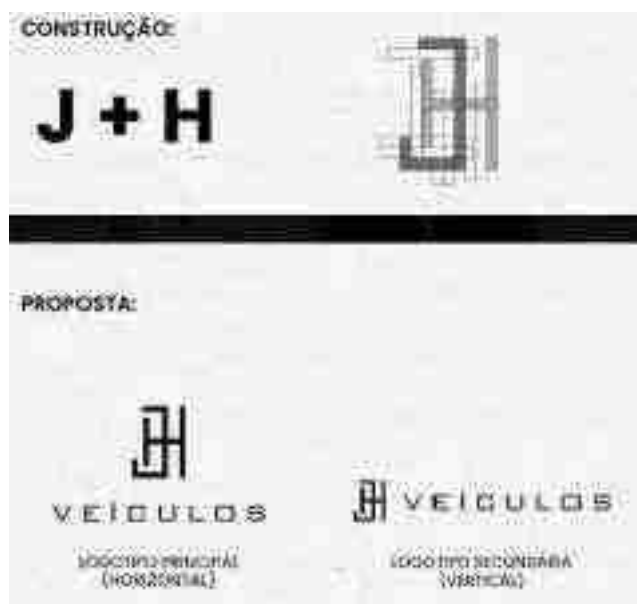
- **Proposta 1 (Conceito do Brasão):** Utilizou o acrônimo integrado à heráldica de um brasão minimalista. Amparado na metodologia de Wheeler (2019) para marcas institucionais, o brasão foi adotado para simbolizar a tradição e o legado da família fundadora. A estilização geométrica e simplificada do escudo promoveu a fusão exata entre o tradicionalismo estabelecido pelo pai (José) e a inovação administrativa conduzida pelo filho (Hugo).
- **Proposta 2 (Conceito da Malha Geométrica):** Concentrou a construção do monograma "JH" a partir de uma matriz modular rígida. Toda a composição gráfica utilizou como unidade base uma única medida retangular repetida sistematicamente. Essa abordagem geométrica buscou projetar de forma matemática os valores de segurança, solidez e estabilidade transacional, alinhando a marca a uma estética purista e corporativa.

Figura 72 - Alternativa 1 JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 73 - Alternativa 2 JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

Fase 4: Configuração do sistema

Paleta cromática, normatização e padrões de marca

A estruturação normativa do sistema de identidade visual seguiu as diretrizes de Alina Wheeler (2019) e Chris Calori (2015) para assegurar a consistência da marca e sua futura transposição para suportes físicos, editoriais e ambientais. No mapeamento cromático, atendeu-se à preferência do cliente pelo uso da cor preta como base principal, combinada ao branco e a variações de cinza técnico. Essa tríade cromática minimalista eliminou ruídos visuais e garantiu o aspecto sóbrio, sério e de liderança corporativa exigido pelo segmento de alta confiança automotiva. Foram delimitadas as regras de assinatura para ambas as alternativas, especificando as variações institucionais horizontais e verticais, além do comportamento de contraste do logotipo sobre fundos claros e escuros.

Adicionalmente, desenvolveram-se soluções distintas de padrões de marca (*patterns*) para estender a atmosfera visual da JH Veículos a elementos corporativos como papelaria e sacolas de entrega de documentos:

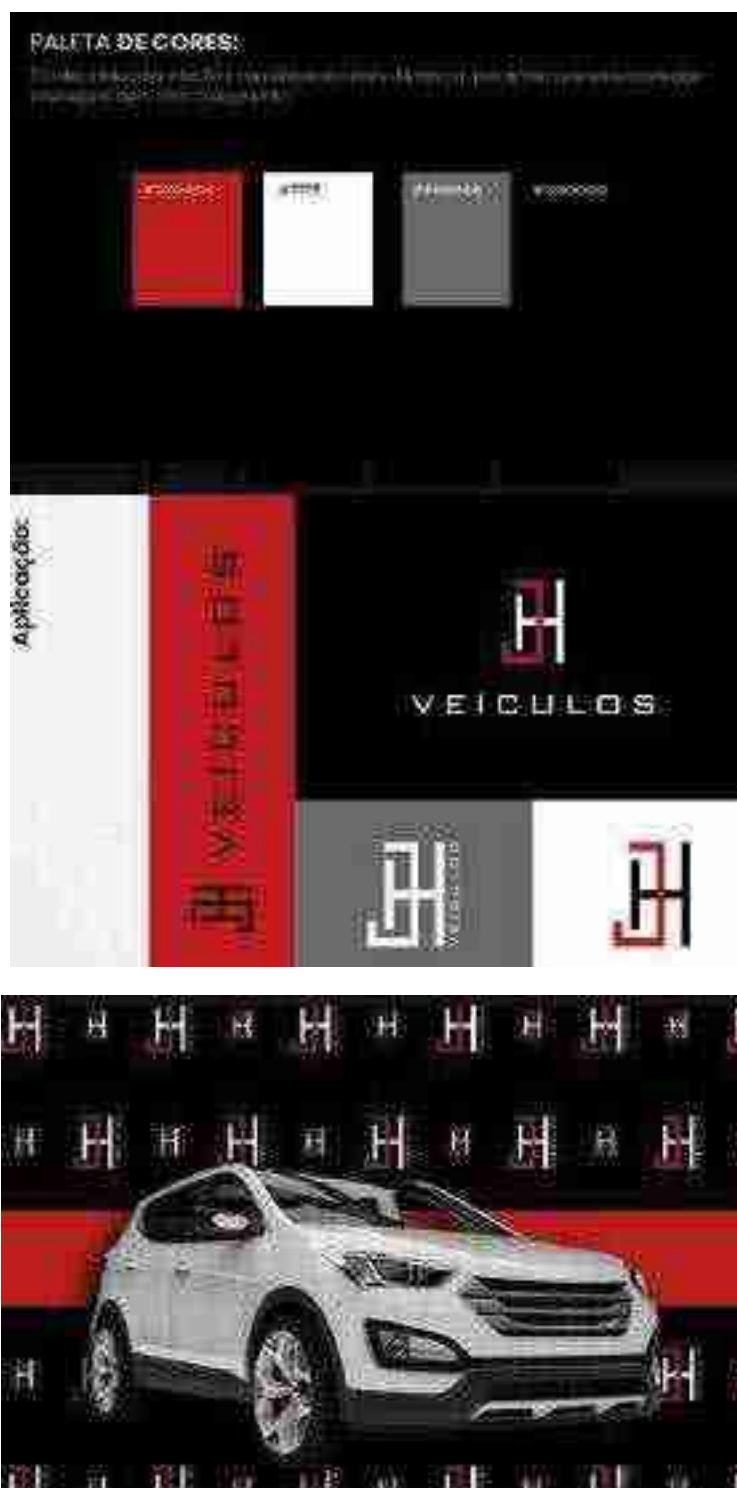
- **No sistema da Proposta 1 (Brasão):** O padrão foi concebido a partir da desconstrução geométrica e fragmentação das formas tipográficas que compõem o acrônimo da marca. As linhas angulares geradas criaram um grafismo abstrato, dinâmico e de alta sofisticação visual para aplicações de fundo.
- **No sistema da Proposta 2 (Malha Geométrica):** Optou-se por um caminho purista e de alta estabilidade visual, utilizando a replicação sistemática e modular de uma das versões secundárias do logotipo (o símbolo isolado em moldura quadrada). Esse grid repetitivo reforçou os conceitos originais de simetria, segurança e solidez matemática do negócio.

Figura 74 - Aplicação da paleta na primeira proposta JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 75 - Aplicação da paleta na segunda proposta JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

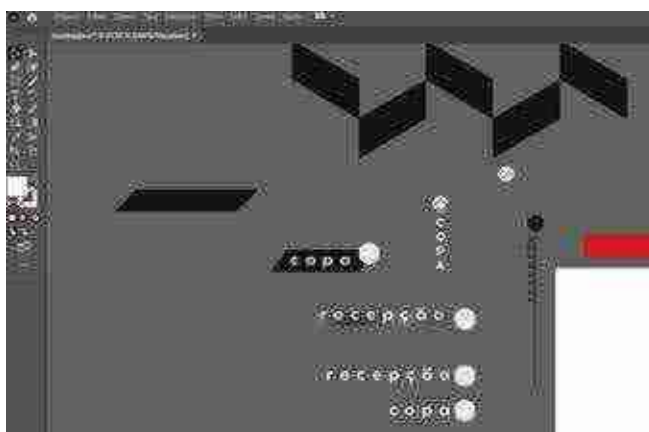
Fase 5: Design de Sinalização (Calori):

Design de sinalização: Planejamento ambiental e integração arquitetônica

O planejamento da sinalização ambiental foi desenvolvido em estreita consonância com o projeto luminotécnico e de layout fornecido pelo arquiteto responsável pela nova sede da JH Veículos. Sob as premissas de Chris Calori (2015) para o *Environmental Graphic Design*, o principal desafio projetual consistiu em conceber um sistema de orientação espacial (*wayfinding*) funcional para classificar e delimitar os setores internos (como vendas, gerência e área de financiamentos). Devido à forte proximidade física entre essas zonas no plano de piso, foi necessária uma setorização tipográfica otimizada e minimalista para evitar a poluição visual e garantir uma navegação fluida, sem gerar confusão para o cliente.

Para o desenvolvimento das peças e tótems sinalizadores, atendeu-se à exigência do proprietário quanto ao uso exclusivo de materiais com acabamento cromado metálico, o que reforçou a atmosfera moderna e o alto valor percebido dos veículos expostos. Aprovada a primeira alternativa de identidade visual (a proposta baseada no conceito do brasão), a marca gráfica oficial foi integrada às placas direcionais. Adicionalmente, o projeto contemplou uma intervenção gráfica em uma parede monumental interna de destaque. Essa parede recebeu uma aplicação em grande escala do padrão geométrico (*pattern*) derivado da desconstrução do acrônimo aprovado, criando um ponto focal cenográfico que preencheu o vazio construtivo, harmonizou com as linhas da arquitetura e consolidou o ecossistema de identidade visual dentro do espaço físico.

Figura 76 - Desdobramento da sinalização da JH Veículos.



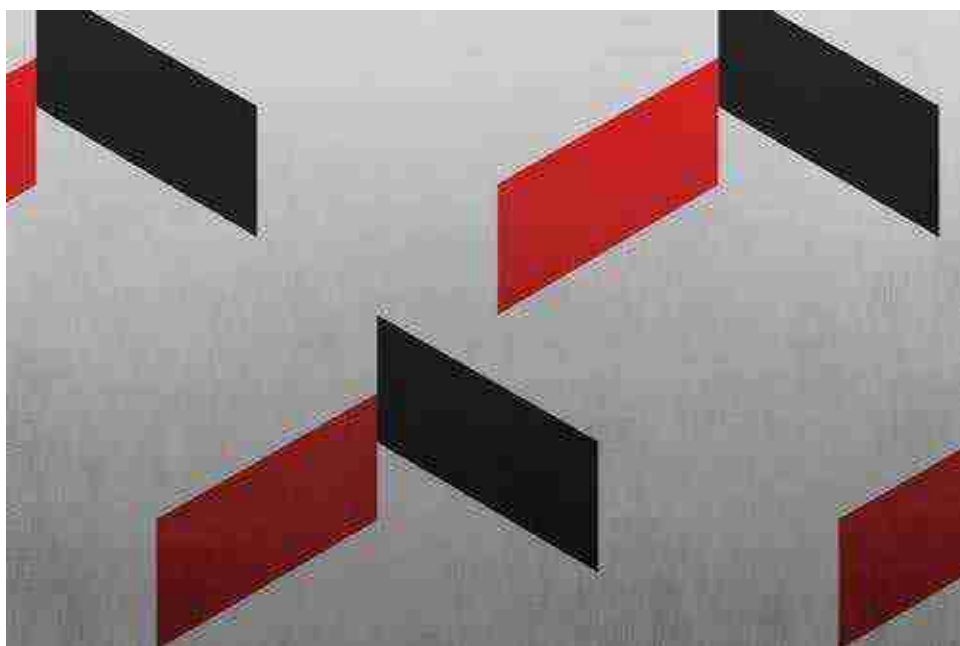
Fonte: Autoria própria.

Figura 77 - Aplicação no projeto de interiores da JH Veículos.



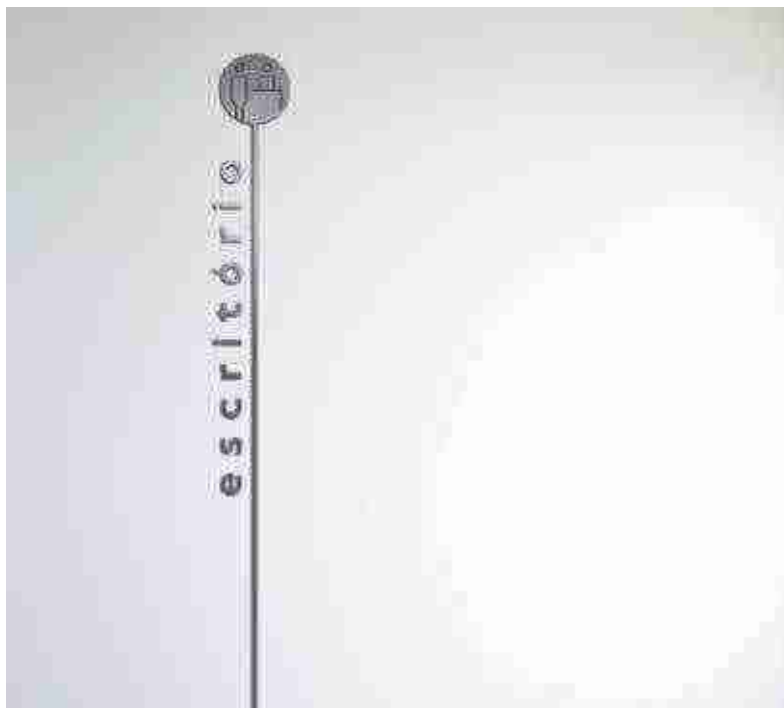
Fonte: Autoria própria.

Figura 78 - Mockup de aplicação do padrão na parede.



Fonte: Autoria própria.

Figura 79 - Mockup de aplicação de placas institucionais.



Fonte: Autoria própria.

Fase 6: Apresentação Consultiva

Apresentação consultiva: Defesa de propostas e validação emocional

A fase de validação consistiu na condução de uma reunião presencial estratégica com o proprietário para a defesa técnica das duas alternativas geradas. Fundamentando-se nos princípios de Alina Wheeler (2019) para a apresentação de ativos de marca, os conceitos, malhas construtivas e paletas cromáticas foram exibidos de forma contextualizada através de simulações em mockups tridimensionais, projetando o comportamento do logotipo nos canais digitais e nas futuras estruturas físicas cromadas da nova loja.

Durante a dinâmica consultiva, a Proposta 1 — que trazia o acrônimo unificado à heráldica de um brasão geométrico minimalista — foi a alternativa selecionada pelo gestor. A defesa desse caminho gerou forte conexão e validação emocional, uma vez que o cliente reconheceu de imediato a homenagem ao legado familiar e à transição geracional entre ele e seu pai (José). O alinhamento colaborativo confirmou a eficácia do design em materializar não apenas um

reposicionamento comercial e estético moderno, mas também em salvaguardar o patrimônio afetivo e os valores de solidez e credibilidade construídos pela empresa.

Fase 7: Entrega e arte-finalização

Refino visual: Ajustes estéticos e compensação óptica

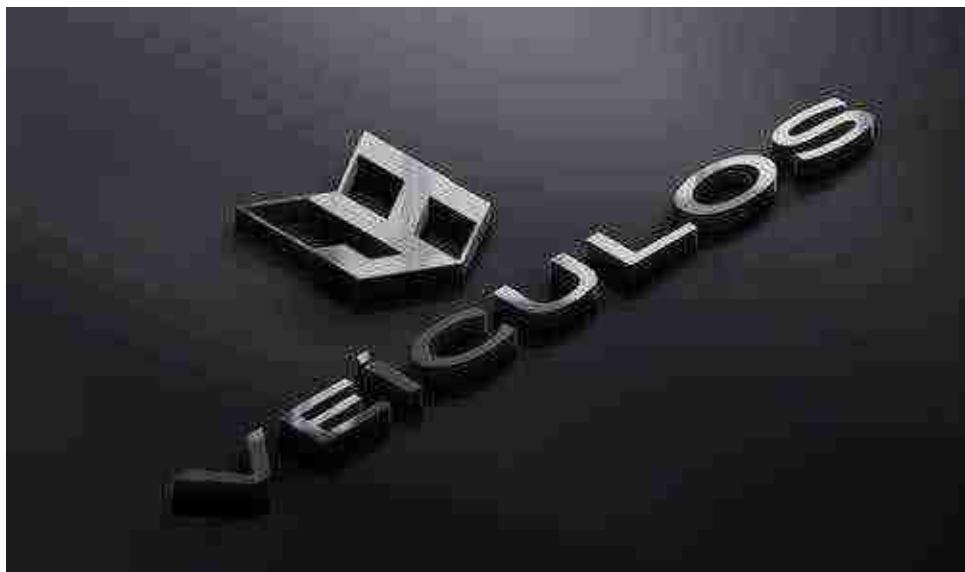
Após a validação da primeira proposta conceitual pelo proprietário, o projeto avançou para a sub etapa de refinamento formal da marca gráfica eleita. Embora o desenho estrutural do brasão geométrico e da assinatura tipográfica já respondesse com precisão aos objetivos do *briefing*, sem a necessidade de alterações estruturais por parte do cliente, realizou-se uma revisão detalhada voltada à excelência estética e à compensação óptica. Sob as diretrizes de Alina Wheeler (2019) a respeito do rigor técnico do design de marcas, procedeu-se à verificação milimétrica de todas as curvas, vértices e pontos de ancoragem vetoriais. Essa calibração minuciosa eliminou distorções invisíveis a olho nu, assegurando harmonia proporcional, legibilidade impecável em reduções extremas e equilíbrio de peso visual nos eixos de simetria do logotipo.

Fechamento técnico e especificação para produção gráfica e ambiental

A conclusão do projeto compreendeu a etapa de engenharia gráfica dos entregáveis institucionais e ambientais da empresa. Alinhando-se aos critérios de gerenciamento de ativos de Wheeler (2019), todo o ecossistema de identidade visual foi convertido em curvas e exportado em formatos vetoriais escaláveis e matrizes digitais calibradas para o perfil corporativo no Instagram.

Em paralelo, amparando-se nos parâmetros estruturais de Chris Calori (2015), foi conduzido o fechamento técnico rigoroso dos arquivos direcionados à sinalização ambiental. Esta fase envolveu a conferência minuciosa de escalas métricas reais e a separação de camadas (*layers*) técnicas configuradas com linhas de contorno específicas para sistemas de corte computadorizado (fresa/laser). Esse detalhamento forneceu as especificações industriais exatas e os gabaritos necessários para a manufatura, dobra e perfeita instalação das peças tridimensionais em relevo metálico cromado na fachada e nos ambientes internos da nova sede da JH Veículos.

Figura 80 - Mockup de aplicação da logo.



Fonte: Autoria própria.

Figura 81 - Mockup de aplicação em bonés e adesivos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 82 - Mockup de aplicação em bonés e adesivos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 83 - Mockup de aplicação cartão de visitas.



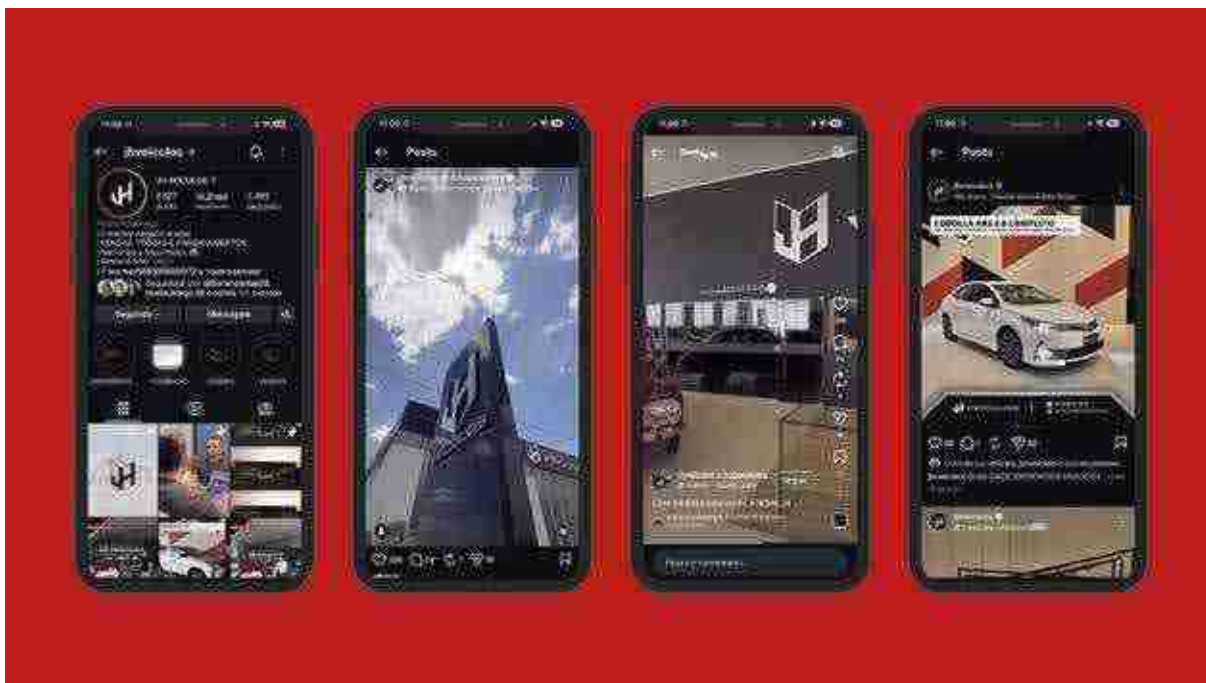
Fonte: Autoria própria.

Figura 84 - Mockup de aplicação de carteira de documentos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 85 - Aplicação Redes Sociais.



Fonte: Autoria própria.

Figura 86 - Aplicação fachada JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 87 - Aplicação totem JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 88 - Aplicação do padrão na parede da JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 89 - Aplicação da sinalização de interiores da JH Veículos 1.



Fonte: Autoria própria.

Figura 90 - Aplicação da sinalização de interiores da JH Veículos 2.



Fonte: Autoria própria.

Figura 91 - Aplicação da sinalização de interiores da JH Veículos 3.



Fonte: Autoria própria.

Figura 92 - Aplicação da sinalização de interiores da JH Veículos 4.



Fonte: Autoria própria.

Figura 93 - Aplicação da logo em placa modelo.



Fonte: Autoria própria.

Figura 94 - Aplicação da logo no escritório.



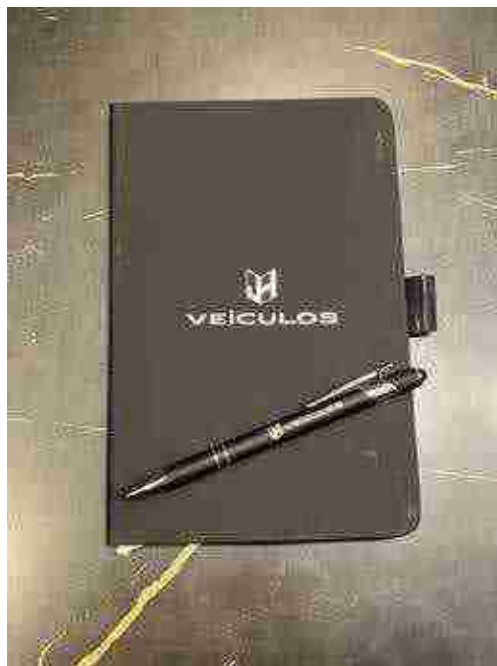
Fonte: Autoria própria.

Figura 95 - Aplicação cartão de visitas JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 96 - Aplicação Agenda e caneta JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 97 - Aplicação brinde copo térmico JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 98 - Aplicação bonés JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 99 - Aplicação Adesivo, chaveiro e carteiras de documentos JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

Figura 100 - Aplicação em caminhão da JH Veículos.



Fonte: Autoria própria.

3.8. Mídias Digitais e Design de Interface

3.8.1. Planejamento Estratégico Visual para Mídias Digitais: Bruna Alves Fonoaudiologia

Categoria: Mídias Digitais e Design de Interface. **Ano:** 2026. **Atuação:** Profissional / Mercado.

Temática: Consolidação de presença digital e design de informação para posicionamento e conteúdos educativos em fonoaudiologia infantil.

Método adaptado: Alina Wheeler e Martha Gabriel.

Este projeto aplica a metodologia clássica de gestão de marcas e pontos de contato de Alina Wheeler (2019), focando de forma estrita nas etapas de diagnóstico de marca, alinhamento semântico de referências visuais e concepção estrutural de sistemas visuais de apoio, integrando-as de modo interdisciplinar às estratégias de engajamento, arquitetura e design de informação no ecossistema das redes sociais descritas por Martha Gabriel (2018). Inicialmente, a realização de um diagnóstico digital associada a um briefing estruturado com a fonoaudióloga permitiu mapear as limitações técnicas decorrentes da ausência de uma identidade pré-estabelecida e da dependência de uma assinatura em formato matricial (.png), definindo o problema projetual de criar um ecossistema gráfico de suporte sem alterar a marca preexistente, direcionado à propagação pedagógica para pais e educadores. Na sequência, a transposição para a lógica de mercado orientou o processo de pesquisa visual e alinhamento semântico por meio de um processo de *benchmarking* focado em perfis de referência da saúde infantil, avançando para a etapa de concepção do sistema visual e grid compositivo sob as diretrizes de Wheeler, onde se definiram a paleta cromática de apoio, famílias tipográficas otimizadas para telas e modulações normatizadas para publicações estáticas e carrosséis. O processo prosseguiu com a fase de produção criativa amparada em Gabriel, desdobrando o conhecimento clínico da pesquisadora em blocos de leitura dinâmicos de alta clareza comunicativa adaptados ao Instagram, culminando na entrega técnica dos ativos e na validação dos resultados mediante a exportação dos arquivos finais no perfil de cor nativo das plataformas (RGB) e sua organização em um cronograma visual estratégico para consolidar o posicionamento institucional da profissional.

Fase 1: Diagnóstico Digital (Wheeler/Gabriel)

Reunião Consultiva e Análise Técnica do Logotipo Existente

A etapa inicial do projeto fundamentou-se no diagnóstico dos ativos marcários pré-existentes, conforme preconizado por Wheeler (2019) no processo de auditoria de pontos de contato de marca. Em reunião consultiva com a fonoaudióloga, mapeou-se a necessidade de estruturar uma presença digital consistente, partindo de uma limitação técnica central: a ausência de um manual de identidade visual e a posse exclusiva de uma assinatura gráfica fornecida em formato raster (.png), sem arquivos vetoriais originais.

A análise técnica do logotipo revelou uma composição de caráter lúdico-clínico, estruturada por molduras circulares orgânicas, ilustração estilizada que funde os conceitos de audição e fonação infantil, e tipografia com terminação arredondada e gestual. Sob a ótica do design digital, o artefato apresenta sérias restrições de legibilidade e reproduzibilidade nas mídias sociais:

- **Cromatismo de Baixo Contraste:** O uso de gradientes suaves em tons pastéis (verde-limão, ciano e rosa-claro) reduz o contraste essencial para telas de smartphones, comprometendo o reconhecimento rápido em pequenas dimensões (como a imagem de perfil do Instagram).
- **Complexidade Estrutural:** A sobreposição de linhas finas (*fine lines*) no símbolo e nos círculos concêntricos de moldura gera ruído visual e perda de definição quando escalado para resoluções reduzidas.
- **Solução Projetual:** Diante da impossibilidade de redesenhar a marca gráfica a curto prazo, o escopo delimitou-se à criação de um **ecossistema visual de apoio** robusto. Este sistema secundário — composto por uma paleta de cores complementar de alto contraste, tipografias auxiliares de alta legibilidade e *grids* geométricos limpos — foi projetado para emoldurar o logotipo original que passou a ser usado de forma monocromática, neutralizando suas limitações de legibilidade sem descaracterizar a assinatura gráfica preexistente.

Figura 101 - Logo Bruna Alves - Fonoaudióloga.



Fonte: Enviado pelo cliente.

Definição do objetivo de posicionamento educativo

A partir dos dados coletados no diagnóstico, estruturou-se o objetivo central de posicionamento de marca da cliente. Alinhando as diretrizes de marcas voltadas para o conhecimento de Wheeler (2012) às dinâmicas de marketing digital de Martha Gabriel, definiu-se que a nova presença digital da profissional deveria ser orientada para um **posicionamento educativo**. O foco estratégico consiste em transformar o perfil da fonoaudióloga em uma autoridade de conteúdo, onde a identidade visual atua como suporte para simplificar informações clínicas complexas, gerando valor, acessibilidade e conexão real com pacientes e seguidores.

Fase 2: Briefing e diretrizes

Estruturação do documento de briefing e delimitação do escopo

A consolidação do escopo projetual deu-se através da estruturação de um documento de *briefing* direcionado, cujo objetivo principal foi alinhar as expectativas da profissional às restrições técnicas existentes. Com a agenda clínica em capacidade máxima, o escopo

delimitou a atuação para o desenvolvimento de um ecossistema visual de apoio no Instagram, sem prever a criação de uma marca gráfica complexa a curto prazo.

O mapeamento do público-alvo identificou uma audiência composta predominantemente por **pais, cuidadores e educadores** que buscam orientações práticas e acolhedoras sobre o desenvolvimento infantil. Sob a perspectiva de Gabriel (2018), a estruturação deste documento foi indispensável para transformar o conhecimento científico denso da pesquisadora em demandas de conteúdo visualmente acessíveis e didáticas para o público leigo.

Diretrizes de tom de voz da marca

O tom de voz da marca foi projetado de forma estratégica para equilibrar as duas principais facetas da atuação da profissional: a prática clínica acolhedora e a autoridade científica da pesquisa acadêmica. As diretrizes de comunicação verbal e visual foram normatizadas para refletir:

- **Autoridade Científica e Ética:** Transmitir credibilidade e aderência estrita aos valores éticos da fonoaudiologia, pautando o conteúdo em evidências científicas de cunho pedagógico.
- **Acolhimento e Didática:** Adotar uma linguagem acessível, humanizada e empática, despida de jargões técnicos excessivos, assegurando clareza comunicativa na organização de conteúdos densos para os pais e educadores.

Fase 3: Pesquisa visual e moodboard:

Benchmarking no Instagram para identificar padrões gráficos na fonoaudiologia infantil

A pesquisa visual iniciou-se com um processo de *benchmarking* estratégico na plataforma Instagram, mapeando perfis de marcas concorrentes e profissionais de referência na fonoaudiologia infantil. A análise de dados identificou uma saturação de padrões gráficos infantis clichês, caracterizados pelo uso excessivo de elementos puramente lúdicos, tipografias infantis de baixa legibilidade e paletas saturadas baseadas em cores primárias puras.

Sob a ótica do design de informação, essa abordagem convencional comprometia a retenção de conteúdos clínicos densos. Conforme documentado no arquivo abaixo, identificou-se a

oportunidade de diferenciação mercadológica: criar um sistema visual que conversasse com o público infantil por meio do acolhimento, mas que mantivesse o rigor técnico e a autoridade científica exigidos pela pesquisadora acadêmica.

Figura 102 - Benchmarking fonoaudiologia infantil.



Fonte: Autoria própria.

Construção de painel semântico para a atmosfera estética.

Para tangibilizar a nova direção criativa e alinhar as expectativas estéticas com a cliente, foi desenvolvido um Painel Semântico (*moodboard*), conforme detalhado no arquivo **Moodboard.jpg**. Este artefato metodológico funcionou como uma ferramenta de alinhamento semântico, reunindo referências de texturas suaves, composições de *grids* geométricos limpos, tipografias auxiliares de alta legibilidade para telas e fotografias com iluminação natural e humanizada.

A construção do painel definiu a atmosfera estética do ecossistema visual de apoio: um território que equilibra a sensibilidade e o afeto necessários ao universo infantil com o minimalismo estrutural contemporâneo. O painel semântico validou a transição conceitual da

marca, servindo como guia visual abstrato para a posterior especificação da paleta cromática institucional e dos elementos gráficos que emolduram a assinatura gráfica preexistente.

Figura 103 - Moodboard para fonoaudiologia infantil.



Fonte: Autoria própria.

Fase 4: Sistema visual e grid (Wheeler):

Definição da paleta cromática, elementos de apoio, tipografias complementares

A partir do diagnóstico das limitações de contraste e reprodutibilidade do logotipo preexistente em formato *raster*, a definição do ecossistema visual de apoio fundamentou-se na metodologia de gestão de marcas de Wheeler (2019) para garantir consistência em todos os pontos de contato digitais.

- **Paleta Cromática:** Estruturou-se um sistema cromático institucional focado no equilíbrio entre o acolhimento clínico e a autoridade pedagógica, detalhado no arquivo abaixo. Para mitigar o baixo contraste da marca original, a principal solução projetual residuiu na configuração de uma paleta de cores de apoio orientada pelo princípio do alto contraste, operando em oposição direta à suavidade cromática do logotipo.

Enquanto a assinatura gráfica da cliente se apoia em valores luminosos e dessaturados, o sistema secundário introduz superfícies cromáticas profundas. Essa disparidade tonal e de saturação foi planejada de forma intencional para servir como moldura e plano de fundo nos blocos de conteúdo e nos *grids* geométricos dos carrosséis, criando um contraste de complementaridade que projeta a marca original para o primeiro plano e garante a legibilidade absoluta dos textos na tela.

- **Elementos de Apoio (Iconografia, ilustrações e imagens):** Como a cliente não possuía uma identidade visual expandida, o projeto incorporou um ecossistema iconográfico e ilustrativo híbrido. Além dos grafismos de apoio normatizados no manual, optou-se pela curadoria e utilização estratégica de ilustrações vetoriais, elementos tridimensionais (3D) e imagens de crianças — gerados por Inteligência Artificial ou selecionados em bancos de imagens licenciados. Essas peças figurativas foram aplicadas para tangibilizar conceitos complexos de fonoaudiologia infantil e pesquisa de forma lúdica e didática nos *posts*.
- **Tipografias Complementares:** Visando a alta legibilidade em telas de *smartphones*, estabeleceu-se um sistema tipográfico auxiliar dual. Para títulos e chamadas de alto impacto, adotou-se uma tipografia sem serifa de proporções geométricas contemporâneas, assegurando leitura rápida no *feed*. Para os blocos de texto denso e legendas internas dos carrosséis, selecionou-se uma tipografia auxiliar focada no design de informação claro, garantindo o fluxo contínuo de leitura do conteúdo científico.

Figura 104 - Sistema visual Bruna Alves.

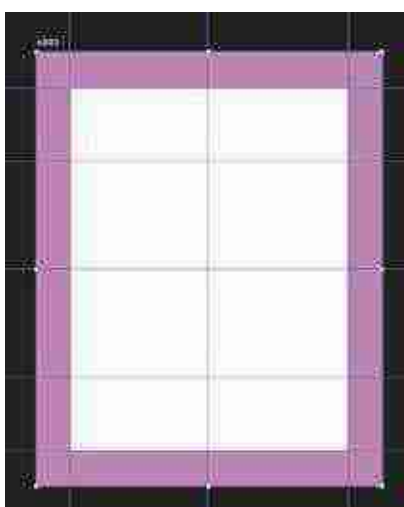


Fonte: Autoria própria.

Diagramação do grid guia para os posts

A estruturação do espaço geométrico para o perfil de Instagram seguiu os preceitos de modulação e normatização de Wheeler (2019), com o objetivo de garantir unidade formal harmônica tanto na visualização individual das peças quanto no conjunto da grade (*feed*). O planejamento estrutural está documentado tecnicamente no arquivo anexado abaixo.

Figura 105 - Diagramação de grid para posts.



Fonte: Autoria própria.

O sistema foi edificado sobre uma malha modular rígida adaptada às proporções nativas da plataforma (proporção 1:1 para *posts* quadrados e 4:5 para formatos verticais/carrosséis). Estabeleceu-se um grid de margens de segurança generosas para evitar o corte de informações essenciais na visualização do *feed* em grade de três colunas.

A modulação determinou quadrantes fixos para a assinatura gráfica em *.png* (posicionada de forma fixa e discreta como elemento de chancela institucional), áreas exclusivas para a inserção das pílulas de texto hierarquizadas e eixos livres para a disposição dos elementos de apoio ilustrativos ou 3D. Essa rigidez matemática do grid guia permitiu à profissional flexibilidade para publicar conteúdos sem quebrar a coesão estética e o ritmo visual da página.

Fase 5: Produção criativa e arte-final

Desenvolvimento das peças gráficas finais

A materialização do ecossistema visual de apoio consistiu na produção prática dos ativos digitais para o Instagram, divididos estrategicamente entre posts estáticos e carrosséis. Com o objetivo de mitigar as limitações de legibilidade do logotipo em PNG pré-existente, a estruturação das peças gráficas finais orientou-se rigorosamente pelos preceitos do design de informação, priorizando a clareza comunicativa na decodificação de conteúdos científicos e clínicos densos para um público leigo.

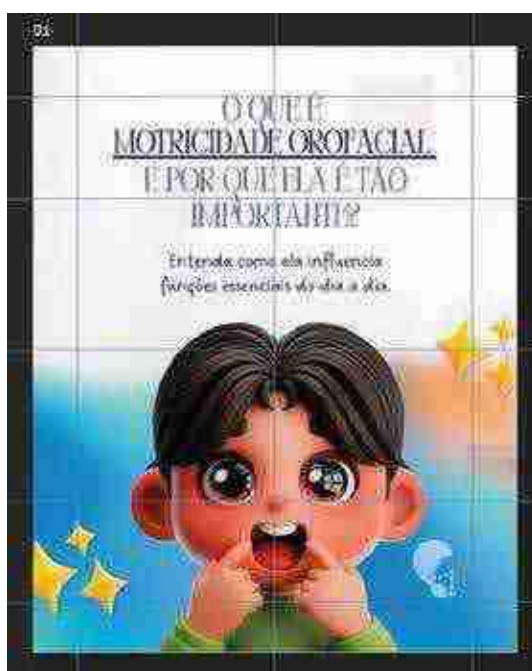
- **Posts Estáticos:** Concebidos a partir de grids geométricos limpos, foram estruturados para apresentar conceitos de forma direta, utilizando blocos de texto concisos, tipografia auxiliar de alta leitura e contrastes cromáticos acentuados com a paleta de apoio. Essa configuração garantiu que os avisos institucionais e pílulas de informação mantivessem uma mancha gráfica equilibrada e de rápido reconhecimento no *feed*.
- **Carrosséis:** Foram planejados como narrativas didáticas contínuas. A distribuição dos textos longos sobre desenvolvimento infantil seguiu uma hierarquia visual rígida, dividindo o conhecimento pedagógico em lâminas sequenciais integradas. O uso de elementos gráficos texturizados e ilustrativos atuou como fio condutor entre as telas, estimulando o gesto de deslizar (*arrastar para o lado*) e promovendo a retenção do usuário através de um fluxo de leitura dinâmico, acolhedor e visualmente atraente.

Figura 106 - Carrossel com grid.



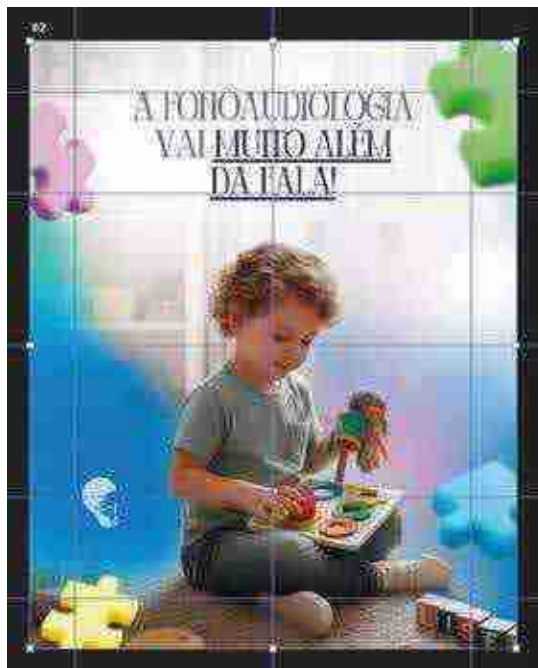
Fonte: Autoria própria.

Figura 107 - Peça gráfica com grid 1.



Fonte: Autoria própria.

Figura 108 - Peça gráfica com grid 2.



Fonte: Autoria própria.

Exportação nos formatos ideais para a plataforma

A etapa de fechamento técnico e arte-finalização dos arquivos foi conduzida para assegurar a máxima integridade visual e a perfeita reprodutibilidade das peças nas telas de *smartphones*. Respeitando os padrões nativos de compressão e exibição do Instagram, todas as peças gráficas finais foram processadas e exportadas sob as seguintes especificações técnicas:

- **Dimensões e Proporções:** Os posts estáticos e as lâminas dos carrosséis foram fechados no formato vertical/retrato, na proporção **4:5** (resolução de **1080 x 1350 pixels**). Essa escolha estritamente técnica maximiza a ocupação da mancha gráfica na tela do usuário durante a rolagem do *feed*, otimizando o impacto visual em comparação ao formato quadrado tradicional (1080 x 1080 pixels).
- **Perfil de Cor:** Para neutralizar as distorções cromáticas e garantir que os tons pastéis da marca e os contrastes da paleta de apoio mantivessem a fidelidade original, o perfil de cor adotado para a exportação foi o **sRGB** (sistema nativo para mídias digitais e displays eletrônicos).
- **Formatos de Arquivo:** As peças foram salvas em formato **.PNG** (com compressão otimizada) para assegurar a nitidez das linhas finas (*fine lines*) e a legibilidade dos

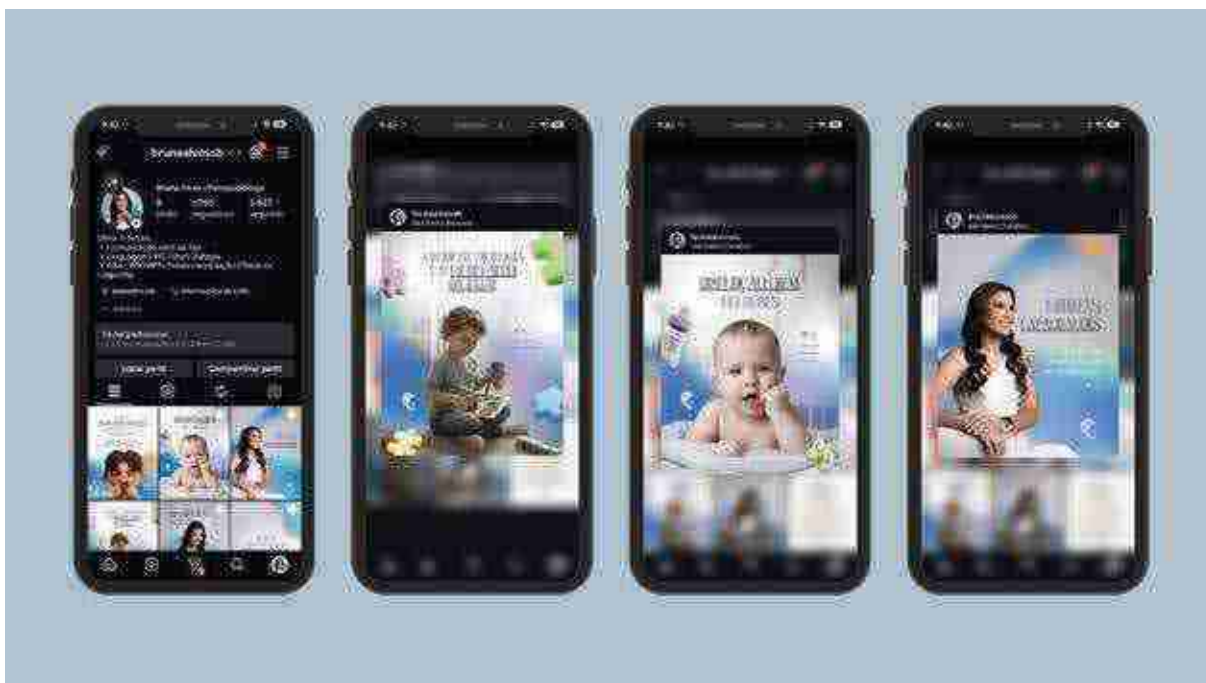
blocos de texto. Os arquivos finais foram organizados de forma cronológica e entregues em um cronograma visual de postagens pronto para a propagação na rede social da cliente.

Figura 109 - Mockup de carrossel.



Fonte: Autoria própria.

Figura 110 - Aplicações em redes sociais.



Fonte: Autoria própria.

3.9. Mídias Digitais e Design de Interface

3.9.1. Planejamento Estratégico Visual para Mídias Digitais: Clínica Integrar

Categoria: Mídias Digitais e Design de Interface. **Ano:** 2026. **Atuação:** Profissional / Mercado.

Temática: Extensão de ecossistema visual de marca, arquitetura de canais digitais e design de informação para conversão e atração de especialistas.

Método adaptado: Alina Wheeler e Martha Gabriel.

Este projeto aplica a metodologia clássica de gestão de marcas e pontos de contato de Alina Wheeler (2019), focando de forma estrita nas etapas de auditoria de ativos preexistentes, alinhamento semântico competitiva e arquitetura de grids modulares para canais digitais, integrando-as de modo interdisciplinar às estratégias de marketing na era digital, comportamento de consumo e design de informação em redes sociais de Martha Gabriel (2018). Inicialmente, a condução de um diagnóstico digital associado a um briefing construtivo amparado em Wheeler permitiu diagnosticar a inatividade crônica do perfil institucional e auditar o manual de identidade visual preexistente da clínica de saúde integrativa, mapeando as metas de captação de pacientes e prospecção corporativa (B2B) para locação de salas. Na sequência, a transposição para a lógica mercadológica orientou a fase de *benchmarking* regional e pesquisa visual de concorrência local, mapeando os padrões gráficos e lacunas do segmento de saúde para a consolidação de um painel semântico orientador, avançando para a etapa de arquitetura de grid e modulação de canais sob as premissas de Wheeler, onde a paleta cromática e os ativos originais foram normatizados em uma malha modular sistemática para assegurar o equilíbrio entre fotografias autorais, blocos tipográficos e áreas de respiro visual. O processo prosseguiu com o design de informação e produção criativa amparado em Gabriel, traduzindo dados densos de saúde em pílulas informativas de alta clareza comunicativa em formatos de posts estáticos e carrosséis, estendendo-se à diagramação de interfaces de navegação para os tótems de destaques e planejamento diário de ferramentas de interação nos *stories*, culminando na entrega técnica e no fechamento dos ativos em perfil de cor RGB nativo para telas digitais, ordenados em um cronograma estratégico capaz de consolidar a credibilidade e o posicionamento institucional do estabelecimento.

Fase 1: Diagnóstico Digital (Wheeler/Gabriel)

Reunião consultiva com a proprietária e auditoria técnica da identidade visual existente para reversão da inatividade desde agosto de 2025

A fase de imersão iniciou-se por uma reunião consultiva com a proprietária e uma auditoria técnica da identidade visual existente, visando reverter a inatividade do perfil no Instagram, estagnado desde agosto de 2025. À luz da metodologia de Alina Wheeler (2019), essa etapa foi essencial para diagnosticar que, apesar de a clínica possuir uma marca consolidada com uma paleta estável de tons azuis e verdes, faltava o desdobramento desses ativos para a linguagem das mídias digitais.

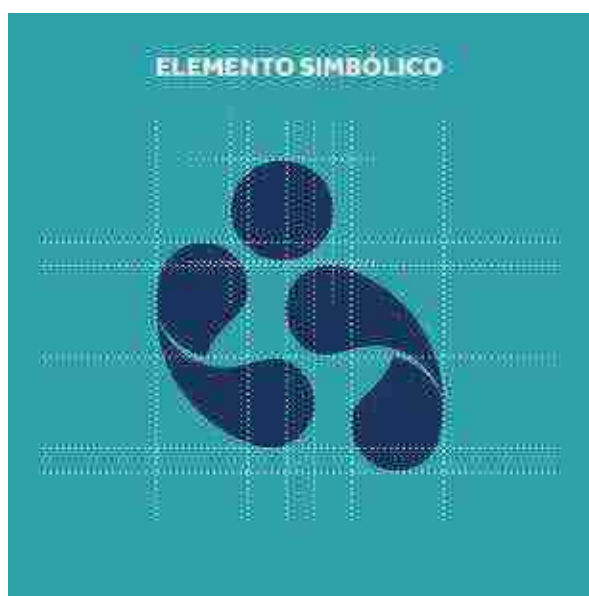
Durante o alinhamento, a cliente apontou a necessidade de repaginar o perfil, reestruturar os destaques e organizar três frentes principais de conteúdo no *feed*: a apresentação do corpo de especialistas (fonoaudiologia, neuropsicopedagogia, psicopedagogia e psicologia); a prospecção corporativa focada no aluguel de salas para novos profissionais; e postagens institucionais de avisos e recessos. Adicionalmente, definiu-se a criação de um fluxo diário nos *stories* focado na divulgação da escala de atendimento das especialistas. Esse diagnóstico transformou as diretrizes estáticas do manual da clínica em metas claras de design de informação orientadas à conversão e à presença digital.

Figura 111 - Logo vertical e horizontal Clínica Integrar.



Fonte: Enviado pelo cliente.

Figura 112 - Elemento Clínica Integrar.



Fonte: Enviado pelo cliente.

Figura 113 - Paleta de cores Clínica Integrar.



Fonte: Enviado pelo cliente.

Fase 2: Painei Semântico

Varredura visual de benchmarking

A pesquisa analítica iniciou-se com uma varredura visual de *benchmarking* direcionada às mídias sociais dos estabelecimentos concorrentes situados no município de São Bento. O mapeamento concentrou-se em perfis digitais de clínicas locais que ofereciam uma grade multidisciplinar de especialistas similar ou correlata à da Clínica Integrar (abrangendo psicologia, fonoaudiologia e psicopedagogia). O diagnóstico competitivo revelou uma saturação e homogeneidade visual crônica na região: a quase totalidade das marcas concorrentes baseia sua comunicação em composições repetitivas fundamentadas estritamente em tons terrosos e beges. Sob a ótica do design estratégico, essa padronização gera indiferenciação de mercado, fazendo com que os perfis de saúde integrativa locais dividam a mesma atmosfera estética e percam o potencial de fixação de marca na mente do público.

Figura 114 - Benchmarking Clínica Integrar.



Fonte: Autoria própria.

Definição da atmosfera estética baseada no segmento de saúde integrativa local

Identificada a saturação cromática da concorrência local, procedeu-se à construção de um painel semântico (*moodboard*) estruturado para guiar a nova estética de postagens, distanciando-se intencionalmente do padrão geográfico observado. Para romper com o uso massivo de tons terrosos e beges presentes no segmento regional, o direcionamento visual apropriou-se estrategicamente dos ativos estáveis do manual de identidade da Clínica Integrar. O painel consolidou referências digitais e layouts pautados na combinação harmônica e fria de azuis e verdes institucionais. Essa curadoria foi essencial para edificar uma atmosfera que evoca o rigor técnico da área da saúde sem perder o acolhimento integrativo, garantindo que o perfil da clínica se destaque como uma alternativa autêntica, moderna e de alto valor percebido na plataforma digital.

Figura 115 - Moodboard Clínica Integrar.



Fonte: Autoria própria.

Fase 3: Arquitetura de Grid (Wheeler):

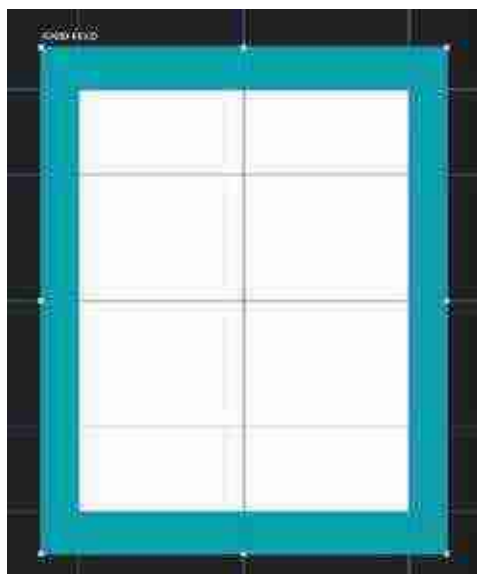
Desenvolvimento de malha geométrica normatizada para acomodar fotografias e blocos de conteúdo no feed

Para organizar o universo digital da marca e assegurar o ritmo visual defendido por Wheeler (2019), desenvolveu-se uma malha geométrica normatizada para o *feed* em três colunas, documentada no arquivo abaixo. Essa matriz modular foi planejada para intercalar harmonicamente fotografias das especialistas com blocos de texto e comunicados de locação de salas. A rigidez do *grid* estabeleceu margens de segurança e zonas de respiro fixas, para evitar a poluição e garantir o equilíbrio por meio da alternância de contraste.

Complementarmente, estendeu-se o planejamento para a interface dos *stories*, estruturando um *grid* modular vertical na proporção 16:9 (1080 x 1920 pixels) amparado no conceito de consistência de pontos de contato de Wheeler (2019). A função primordial desta malha foi

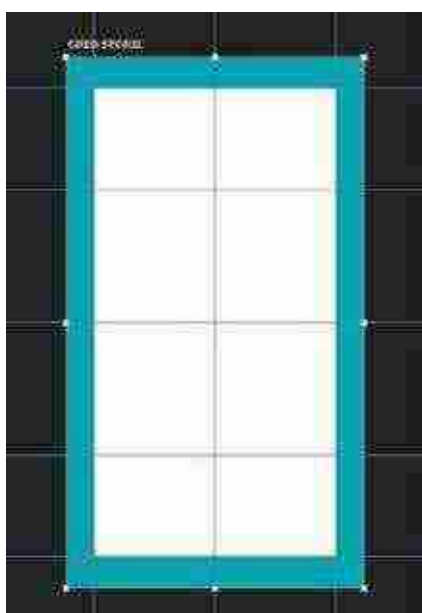
delimitar zonas de corte para os elementos nativos do aplicativo e gerenciar a exibição em tempo real da escala diária e semanal de profissionais. A divisão matemática em quadrantes eliminou o risco de sobreposições, oferecendo um layout de navegação limpo, previsível e de rápida decodificação para o usuário.

Figura 116 - Diagramação de grid para posts versão do feed.



Fonte: Autoria própria.

Figura 117 - Diagramação de grid para posts versão do storie.



Fonte: Autoria própria.

Fase 4: Design de Informação (Gabriel):

Diagramação das peças gráficas finais (carrosséis e posts estáticos) focadas em clareza comunicativa para atração de pacientes e especialistas

A implementação prática do ecossistema visual da Clínica Integrar concentrou-se no design de informação voltado para a clareza comunicativa, convertendo dados clínicos densos de saúde em pílulas informativas esteticamente atraentes e de fácil leitura para telas de *smartphones*. Orientando-se pelas diretrizes de marketing digital e arquitetura de canais de Gabriel (2018), o desdobramento do projeto cobriu formatos estratégicos específicos no *feed*: os carrosséis foram diagramados de maneira contínua, utilizando o *grid* guia de margens amplas para sequenciar conteúdos sobre psicologia e desenvolvimento infantil, estimulando a interatividade e a retenção do usuário, conforme registrado no arquivo abaixo.

Paralelamente, os *posts* estáticos receberam estruturas limpas de alto contraste para comunicados institucionais, avisos de recessos e captação de novas especialistas para a locação de salas. O projeto gráfico estendeu-se à padronização estrutural dos tótons de destaques, como botões de interface de navegação simplificada em tons institucionais (organizando dados de localização, contatos e profissionais). Por fim, os arquivos diagramados para a rotina diária nos *stories*, estruturando molduras fixas para a escala semanal das profissionais atuantes (fonoaudiologia, neuropsicopedagogia, psicopedagogia e psicologia). Esse conjunto articulado de peças gerou consistência e legibilidade para o público B2C (pacientes) e B2B (parceiros), consolidando a autoridade digital da clínica.

Fase 5: Interface de Navegação:

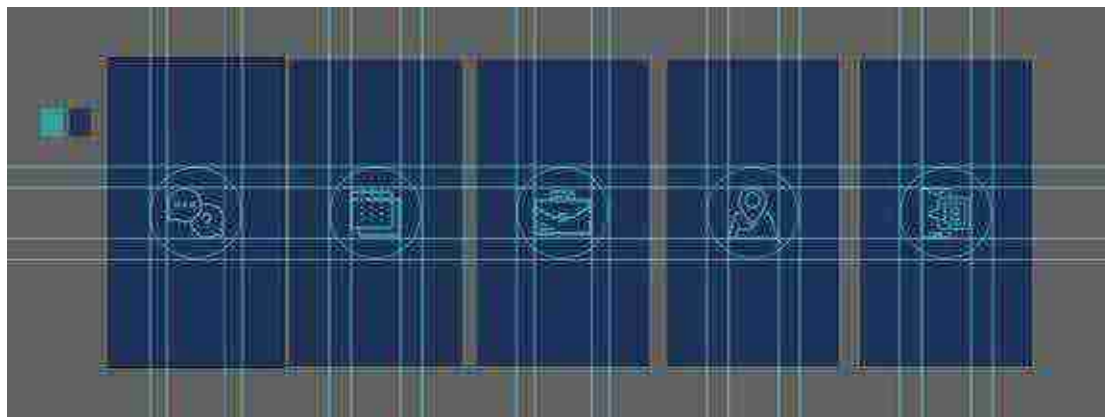
Estruturação visual e organização dos destaques institucionais

A organização do ecossistema digital da Clínica Integrar estendeu-se para a reformulação das interfaces secundárias do perfil, atuando diretamente na arquitetura da informação para guiar a experiência do usuário. Pautando-se nas diretrizes de pontos de contato digitais de Martha Gabriel (2018), estruturou-se uma linha de tótons de destaques institucionais padronizados.

A solução de design consistiu em normatizar as capas dos destaques através de uma iconografia vetorial limpa em tons institucionais de azul e verde, transformando-as em botões de navegação simplificados para o público B2C e B2B. A ordenação lógica segmentou as

informações mais latentes coletadas no diagnóstico: um tótem exclusivo para sanar dúvidas frequentes (Informativos), um para a escala fixa de atendimento (Agenda da Semana), um dedicado à infraestrutura para atração de novas profissionais (Salas/Localização) e um canal direto de conversão (Contatos), eliminando o ruído de navegação e retendo o usuário na plataforma.

Figura 118 - Destaques para Instagram Clínica Integrar.



Fonte: Autoria própria.

Planejamento criativo para engajamento diário nos stories

Para reverter o quadro de inatividade da clínica e estabelecer uma comunicação síncrona com a audiência, estruturou-se um planejamento criativo voltado à constância e ao engajamento diário nas ferramentas interativas da plataforma. O fluxo estratégico de conteúdo foi fragmentado em duas vertentes complementares:

- **Grade do Feed:** Delimitou-se a publicação de conteúdos científicos e institucionais com a frequência de, no mínimo, uma vez por semana. Esses posts operam de forma estática ou em carrossel para consolidar a autoridade conceitual e visual da marca.
- **Roteirização dos Stories:** Configurou-se um fluxo de postagens diárias e dinâmicas utilizando as diretrizes de matriz do *grid vertical*. A programação diária ativa exibe a agenda matutina e vespertina das especialistas integradas (fonoaudiologia, neuropsicopedagogia, psicopedagogia e psicologia), destacando suas competências clínicas e facilitando o agendamento de consultas. Adicionalmente, inseriu-se uma dinâmica de prova social por meio do repost de conteúdos gerados pelas próprias profissionais durante os atendimentos, humanizando o ponto de contato digital.

Para potencializar o alcance orgânico do perfil, o projeto englobou a produção audiovisual voltada para a ferramenta *reels*. Foram desenvolvidos vídeos dinâmicos registrando a rotina de atendimentos práticos na clínica, sob estrita autorização legal dos pais. Com o intuito de preservar o sigilo terapêutico e a ética clínica, os materiais foram editados sem o áudio original das consultas, recebendo uma trilha sonora animada de fundo, o que resultou em pílulas de entretenimento informativo de alto valor estético, acolhedor e comercial.

Figura 119 - Carrossel com grid Clínica Integrar.



Fonte: Autoria própria.

Figura 120 - Especialistas Stories Clínica Integrar.



Fonte: Autoria própria.

Figura 121 - Agenda do dia storie Clínica Integrar.



Fonte: Autoria própria.

Fase 6: Entrega e Arte-finalização:

Validação técnica do ecossistema

A etapa conclusiva do projeto consistiu na validação técnica de todo o ecossistema digital desenvolvido para a Clínica Integrar. Pautando-se nos princípios de controle de qualidade e gestão de pontos de contato de Wheeler (2019), essa fase submeteu os leiautes a simulações de usabilidade e responsividade diretamente nas interfaces do aplicativo Instagram.

O processo avaliou o comportamento da mancha gráfica, o contraste dos textos e a visualização dos botões de interface nos tótems de destaques em telas de smartphones de variadas dimensões. A verificação sistêmica garantiu que o fluxo diário planejado para os *stories* e a frequência semanal do *feed* atuassem em perfeita consonância com as restrições ergonômicas de leitura rápida da plataforma, validando a eficácia do reposicionamento comercial e institucional perante a cliente.

Fechamento dos arquivos finais nos formatos nativos da plataforma (RGB)

Após a aprovação formal do ecossistema, procedeu-se ao fechamento técnico e arte-finalização das peças gráficas. Todos os elementos criados foram convertidos em curvas para blindar sua integridade geométrica contra distorções de exibição.

Os ativos finais foram renderizados no sistema de cor **RGB** e exportados em resoluções nativas otimizadas. A entrega técnica foi consolidada por meio de um pacote de arquivos organizados de forma cronológica, acompanhados de um cronograma estratégico de publicação. Essa entrega estruturada munuiu a proprietária com ferramentas autossuficientes para reativar o canal institucional com coesão, clareza e autoridade estética.

Figura 122 - Mockup de carrossel Clínica Integrar.



Fonte: Autoria própria.

Figura 123 - Aplicações em redes sociais Clínica Integrar.



Fonte: Autoria própria.

3.10. Identidade Visual Corporativa

3.10.1. Redesign de Identidade Visual e Sinalização de Ambiente: RCL Trainer

Categoria: Identidade Visual e Design Ambiental. **Ano:** 2023 **Atuação:** Profissional / Mercado.

Temática: Redesign de marca corporativa, gestão de transição de espaço físico e desdobramento de identidade para sinalização arquitetônica.

Método adaptado: Alina Wheeler.

Este projeto aplica a metodologia clássica de gestão e posicionamento de marcas de Alina Wheeler (2019), focando de forma estrita nas etapas de diagnóstico de transição, alinhamento estratégico, concepção e estruturação sistêmica de marcas e fechamento de arte-final técnica, integrando-as de modo interdisciplinar aos princípios de sinalização criativa aplicada ao espaço arquitetônico e ambiental. Inicialmente, a condução de um diagnóstico de transição associado a uma reunião de alinhamento presencial amparada em Wheeler permitiu mapear as dores mercadológicas da expansão da academia fitness e conduzir uma defesa consultiva para contornar a resistência do cliente em relação ao logotipo antigo, demonstrando a necessidade técnica de uma evolução visual completa alinhada à nova sede. Na sequência, a transposição para a lógica projetual orientou a fase de pesquisa competitiva local e varredura visual de concorrência no município para a consolidação de um painel semântico definidor da atmosfera estética, avançando para a etapa de concepção visual e estruturação sistêmica sob as diretrizes de Wheeler, onde a geometria tridimensional do conceito de "caixa" (*box*) foi estilizada em harmonia com malhas construtivas, grids tipográficos modernos e regras normatizadas de assinatura da marca. O processo prosseguiu com a sessão consultiva de apresentação e co-criação para a validação das alternativas via mockups realistas de vestuário e brindes, expandindo-se para a fase de design de sinalização e ambientação do espaço para setorizar de forma integrada as modalidades esportivas da nova sede arquitetônica, culminando na entrega técnica e na arte-finalização rigorosa com a exportação de todos os arquivos vetoriais nos perfis cromáticos adequados para a reprodução digital e para a produção em serralheria e engenharia gráfica física da RCL Trainer.

Fase 1: Diagnóstico de Transição (Wheeler)

Entrevista presencial com proprietário para alinhamento

A etapa inicial fundamentou-se no diagnóstico de transição de ativos marcários, sob as diretrizes metodológicas de Alina Wheeler (2019) para a gestão de pontos de contato em períodos de expansão corporativa. Conduzi uma reunião presencial consultiva com o proprietário da academia RCL Trainer com o objetivo de alinhar o reposicionamento da marca à mudança para a nova sede planejada e ampla, agendada para janeiro de 2023. Durante a sessão, mapeei a evolução do modelo de negócios da empresa, que deixaria um espaço limitado voltado apenas a funcional e cross para oferecer uma infraestrutura completa com musculação e dança, exigindo uma nova escala de posicionamento visual mercado.

Diante do crescimento comercial, identifiquei uma resistência inicial do cliente, que solicitava apenas a modernização tipográfica do logotipo antigo, mantendo o símbolo original. Por meio de uma defesa técnica fundamentada no valor e na reprodutibilidade da marca, demonstrei que a nova estrutura física e a diversificação de modalidades exigiam um redesign completo da identidade. Consegui convencê-lo e conquistar a abertura para desenvolver uma proposta inédita e autoral; o conceito desenvolvido preservou a essência histórica do negócio ao fazer alusão à clássica estrutura de uma "caixa" (*box*) no ícone, mas sob uma roupagem minimalista e sofisticada, orientada pelos pilares de liderança, ousadia e modernidade identificados no briefing.

Fase 2: Benchmarking Local e Moodboard:

Varredura visual nas redes sociais e análise dos concorrentes em São Bento

Dando continuidade ao processo projetual e com o intuito de fundamentar as minhas decisões de redesign, realizei uma varredura visual de *benchmarking* focada no cenário concorrencial das academias atuantes no município de São Bento. Através do mapeamento e da análise técnica das mídias sociais de marcas locais — como FJ Personal, Quality Fit, Studio Diego Diniz e FitCorpus Academia —, diagnostiquei uma forte saturação e homogeneidade estética no segmento *fitness* regional. A investigação revelou clichês estéticos crônicos na cidade: a quase totalidade das concorrentes baseia sua comunicação em layouts genéricos pesados, composições escuras com alto contraste fotográfico e tipografias de bloco sem personalidade e repetitivas.

A identificação dessa padronização de mercado foi o fator decisivo para guiar o meu direcionamento criativo na contramão dos clichês de São Bento. Essa pesquisa me orientou a trabalhar no desenvolvimento de um ícone autoral e de uma tipografia exclusiva que gerassem diferenciação competitiva, quebrando o padrão visual agressivo ou comum adotado pelas outras academias locais para garantir um alto potencial de destaque comercial para a nova infraestrutura e posicionamento da RCL Trainer.

Figura 124 - Benchmarking RCL.



Fonte: Autoria própria.

Definição da atmosfera estética e alinhamento conceitual

A consolidação dos insumos coletados na pesquisa de *benchmarking* local impulsionou a estruturação de um painel semântico (*moodboard*). O objetivo dessa etapa foi estabelecer a atmosfera estética para guiar o redesign da RCL Trainer, estabelecendo uma ruptura intencional com os padrões formais e as composições saturadas observadas na concorrência de São Bento. Busquei edificar uma identidade visual que traduzisse os atributos de liderança e ousadia, mas sob uma abordagem contemporânea, descontraída e divertida, coerente com a nova fase de expansão da marca para as novas modalidades.

O painel semântico organizou referências visuais que mimetizam o dinamismo e a energia do ambiente de treino através de composições de alto impacto. A atmosfera estética apropriou-se do contraste entre fotografias com a vibração do laranja institucional em degradê, integrando

estabelecendo um contraste harmônico capaz de transmitir sensações de equilíbrio, profissionalismo e confiança. Para complementar o sistema visual desta alternativa, associei as cores preto, cinza, branco e o laranja em degradê a subpaletas cromáticas de apoio, planejando desdobramentos específicos da assinatura para cada uma das áreas físicas da nova sede (musculação, cross, funcional, dança..). O padrão de suporte para essa identidade foi estruturado a partir da repetição modular e preenchida do próprio ícone ajustado.

Figura 126 - Logo antiga RCL.



Fonte: Enviado pelo cliente.

Figura 127 - Alternativa 1 RCL.



Fonte: Autoria própria.

Figura 128 - Paleta de cores 1 RCL.



Fonte: Autoria própria.

Figura 129 - Padrão 1 RCL.



Fonte: Autoria própria.

Por outro lado, a segunda proposta — documentada abaixo — foi direcionada de forma livre ao meu estilo pessoal de criação, focando em inovação de mercado. Mantive o conceito clássico de "caixa" ou *box* da marca original, mas desconstruí sua forma para projetar um cubo puramente geométrico, minimalista e alinhado às tendências visuais contemporâneas mais aceitas no design corporativo atual. Para a tipografia, decidi manter a mesma família tipográfica leve escolhida para a primeira alternativa, porém diagramada de maneira totalmente diferente em relação ao símbolo, preservando o posicionamento focado em equilíbrio, confiança e profissionalismo. Embora tenha preservado a mesma paleta de cores institucional, alterei drasticamente a lógica do padrão visual de apoio: em vez de repetições preenchidas, desenvolvi uma padronização linear baseada no ícone estilizado de forma vazada e apenas com contornos, agregando uma atmosfera estética leve, ousada e descontraída ao projeto de identidade da RCL Trainer.

Figura 130 - Alternativa 2 RCL.



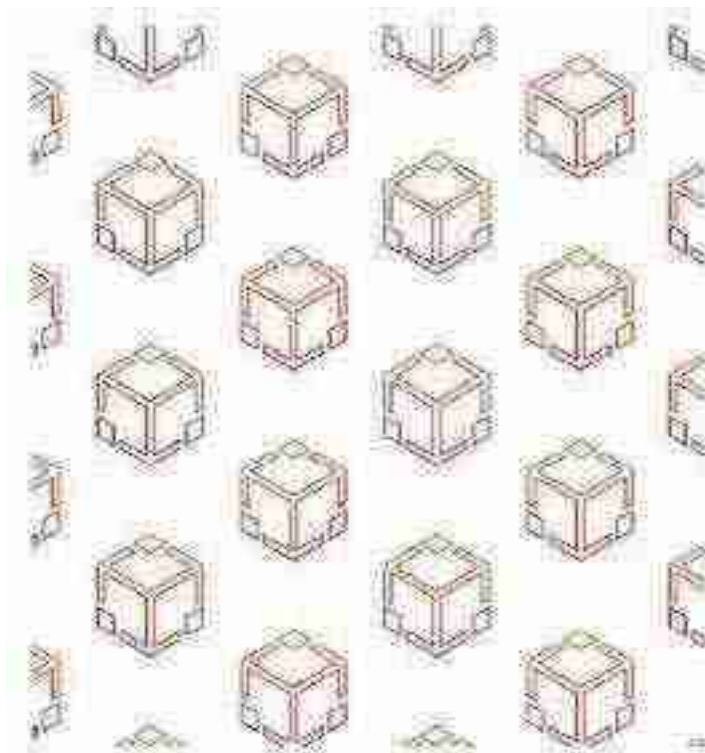
Fonte: Autoria própria.

Figura 131 - Paleta de cores 2 RCL.



Fonte: Autoria própria.

Figura 132 - Padrão 2 RCL.



Fonte: Autoria própria.

Fase 4: Apresentação, Co-criação e Troca:

Reunião para defesa técnica das propostas, troca colaborativa e refinamento final

Finalizada a concepção das alternativas, conduzi uma reunião estratégica com o proprietário para a defesa técnica das duas propostas desenvolvidas, amparando-me na fase de apresentação e decisão de Alina Wheeler (2019). Durante a sessão, utilizei simulações realistas e defesas conceituais para demonstrar o valor de marca de cada caminho. Diante da exposição, o cliente abriu mão de manter o ícone antigo e aceitou a modernização completa do símbolo, optando pela aprovação da segunda proposta conceitual.

A partir dessa escolha, iniciamos uma troca colaborativa para definir os refinamentos finais do projeto. O primeiro ajuste concentrou-se na paleta de cores institucional: o proprietário optou por preservar a essência cromática histórica da marca — composta por preto, cinza, branco e laranja —, mas solicitou a adição de um degradê dinâmico e vibrante ao tom de laranja para conferir maior modernidade. O segundo refinamento abrangeu a arquitetura de marca e seus desdobramentos de sinalização para o novo espaço físico. Ficou decidido que a

assinatura corporativa principal manteria o nome RCL Trainer na fachada e nas identificações institucionais do prédio. A partir dela, estruturei as submarcas e extensões nominais para segmentar as áreas e modalidades internas da academia, delimitando os setores de Musculação RCL, Cross RCL, Funcional RCL, Dança RCL, Hiit RCL e Funcional Kids RCL. Esse processo consultivo refinou a identidade de maneira precisa, unindo o direcionamento de mercado às necessidades espaciais da expansão.

Fase 5: Design de Sinalização e Ambientação:

Desdobramento da marca para a sinalização criativa

Com a aprovação do sistema de identidade visual, dediquei-me ao planejamento tridimensional e ao desdobramento da marca para a sinalização criativa, integrando os ativos gráficos diretamente ao espaço arquitetônico da nova sede da academia. Amparando-me nos conceitos de design ambiental de David Calori (2015), com o intuito de estruturar uma comunicação visual limpa, intuitiva e harmônica, capaz de setorizar o ambiente espaçoso de forma estratégica. A assinatura corporativa principal foi projetada em escala monumental para conferir alto impacto e autoridade na identificação externa do edifício.

A partir do acesso principal, utilizei as submarcas aprovadas para segmentar as zonas de atendimento e as práticas esportivas da RCL Trainer. Desenvolvi soluções tipográficas junto com aplicações do padrão nas paredes para organizar visualmente a transição entre os ambientes internos, dialogando com a natureza rítmica de cada modalidade, orientando de forma clara o usuário final ao transitar entre os setores. Essa engenharia visual aplicada ao espaço físico não apenas facilitou o *wayfinding* no interior da academia, mas consolidou a atmosfera moderna e ousada definida no briefing como um diferencial competitivo tangível no ambiente construído.

Figura 133 - Aplicação de sinalização da fachada RCL.



Fonte: Enviado pelo cliente.

Figura 134 - Aplicação sinalização interna 1 RCL.



Fonte: Enviado pelo cliente.

Figura 135 - Aplicação de sinalização lojinha RCL.



Fonte: Enviado pelo cliente.

Figura 136 - Aplicação de sinalização área kids e dança RCL.



Fonte: Enviado pelo cliente.

Figura 137 - Aplicação de sinalização área cross RCL.



Fonte: Enviado pelo cliente.

Figura 138 - Aplicação de sinalização área cross RCL.



Fonte: Enviado pelo cliente.

Fase 6: Entrega e Arte-finalização:

Refino final

Com a definição da proposta definitiva e dos desdobramentos nominais decididos em conjunto com o proprietário, realizei o refino final de todo o ecossistema identitário para assegurar sua máxima precisão formal. Orientando-me pelas diretrizes de consistência marcária de Alina Wheeler (2019), revisei minuciosamente o desenho do novo cubo geométrico, calibrando as espessuras das linhas de contorno em sua versão linear vazada e ajustando os pontos de ancoragem das curvas.

Nessa etapa, apliquei o degradê de laranja solicitado no símbolo principal e fixei o alinhamento da tipografia institucional para as extensões de marca corporativas (Musculação RCL, Cross RCL, Funcional RCL, Dança RCL, Hiit RCL e Funcional Kids RCL). Esse minucioso controle de qualidade garantiu simetria, equilíbrio estético e perfeita harmonia visual em todas as variações assinadas, blindando a integridade da marca antes de sua transição para as mídias físicas e digitais da academia.

Fechamento técnico dos arquivos vetoriais e arquivos para produção gráfica

A etapa de encerramento do projeto consistiu no fechamento técnico rigoroso de todos os ativos visuais criados, preparando-os para a implementação prática e reprodução sem distorções. Converti todas as fontes institucionais e elementos estruturais em curvas nos softwares vetoriais nativos, impedindo qualquer alteração tipográfica acidental durante a manipulação por terceiros.

Organizei e segmentei o pacote de entrega técnica em duas frentes cromáticas distintas: gerei os arquivos em perfil de cor **RGB** e formato *.png* transparente para suprir a presença e propagação digital da empresa; paralelamente, fechei as matrizes em vetor escalável no sistema **CMYK**, incluindo especificações técnicas de aplicação de cor para guiar os fornecedores de comunicação visual. Essa padronização detalhada munuiu o proprietário com arquivos em alta resolução prontos para a produção e instalação física da identidade visual na fachada e nos adesivos ambientais internos, consolidando de forma profissional a expansão de mercado da RCL Trainer.

Figura 139 - Mockup de aplicação em garrafas RCL.



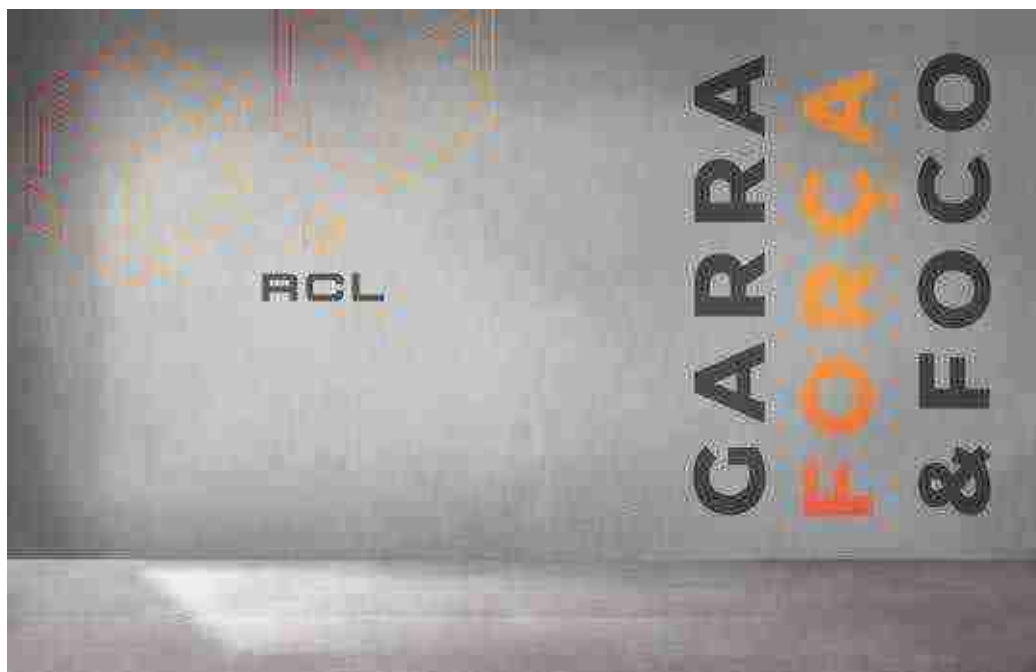
Fonte: Autoria própria.

Figura 140 - Mockup de aplicação bandeira RCL.



Fonte: Autoria própria.

Figura 141 - Mockup de aplicação da sinalização aérea cross RCL.



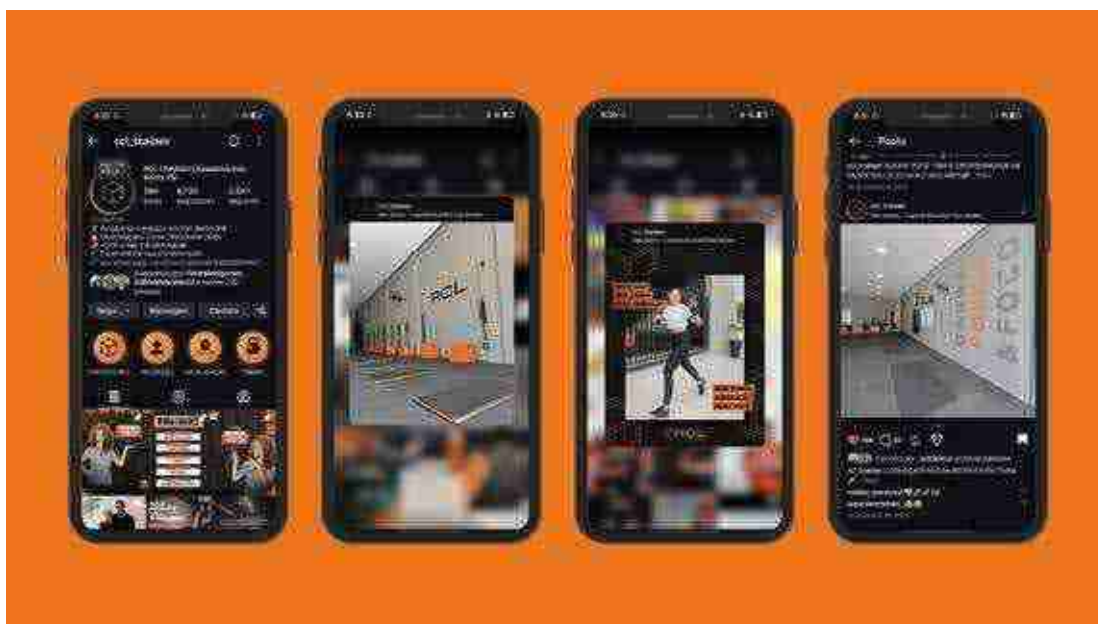
Fonte: Autoria própria.

Figura 142 - Mockup de aplicação dos uniformes RCL.



Fonte: Autoria própria.

Figura 143 - Aplicação Redes Sociais RCL.



Fonte: Autoria própria.

Figura 144 - Aplicação bandeira RCL.



Fonte: Autoria própria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) cumpriu o objetivo acadêmico de demonstrar a inseparabilidade entre teoria e prática por meio da sistematização de um portfólio documental. Mais do que um registro de produções, este trabalho evidencia o impacto direto da formação oferecida pelo curso de Tecnologia em Design Gráfico do IFPB na estruturação do pensamento projetual e na autonomia científica, refletindo o amadurecimento técnico obtido ao longo da graduação.

A importância das metodologias empregadas cumpre papel central nessa validação. A associação entre a prática empírica e a estrutura teórica de referências fundamentais da área — aplicados ao design editorial, à tipografia digital e ao design de superfície — permitiu consolidar a compreensão de que o design se estrutura como uma ciência voltada à resolução de problemas. A aplicação rigorosa desses métodos foi o elemento determinante para transformar intuição criativa em soluções gráficas mensuráveis, capacitando a defesa técnica de cada artefato com base em critérios de funcionalidade, ergonomia visual e viabilidade de mercado.

Sob essa perspectiva, a transição entre os projetos desenvolvidos em ambiente acadêmico e aqueles aplicados diretamente ao mercado real de trabalho evidencia a eficácia do instrumental metodológico assimilado. A capacidade de responder às necessidades de clientes reais, lidando com prazos, orçamentos e limitações técnicas sem abdicar do rigor conceitual de autores como Lupton, Cheng e Wong, comprova que a formação universitária não se limitou à teoria abstrata. Pelo contrário, favoreceu a prática profissional de uma base estratégica que diferencia a atuação do designer gráfico no mercado, elevando o nível de entrega através de soluções justificáveis e validadas.

A curadoria e a análise reflexiva dos projetos selecionados confirmam, portanto, de que modo a matriz curricular da graduação preparou essa transição profissional. A fundamentação adquirida nas disciplinas forneceu o instrumental analítico necessário para conduzir discussões técnicas com autoridade e embasamento crítico. Sendo assim, a conclusão deste portfólio consolida uma ferramenta estratégica de comunicação que atesta a versatilidade acadêmica desenvolvida no IFPB, reiterando a prontidão técnica obtida para responder com rigor científico às complexas demandas do mercado de design gráfico.

Link do Portfólio: <https://xn--portfolio-driely-arajo-joc.my.canva.site/portfolio-driely>

REFERÊNCIAS

BARRETT, Helen C. **White Paper: Researching Electronic Portfolios and Learner Engagement**. Washington: Society for Information Technology and Teacher Education (SITE), 2007.

CALORI, Chris; VANDEN-EYNDEN, David. **Signage and Wayfinding Design: a complete guide to creating environmental graphic design systems**. 2. ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2015.

CHENG, Karen. **Designing Type**. New Haven: Yale University Press, 2005.

COSTA, Joan. **A Imagem de Marca: estruturas e funções**. São Paulo: Edições Rosari, 2004.

DONDIS, Donis A. **A Sintaxe da Linguagem Visual**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital: conceitos, plataformas e estratégias**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

KAUR, Rup. **O que o sol faz com as flores**. Tradução de Ana Guadalupe. 1. ed. São Paulo: Planeta, 2017.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes**. 2. ed. rev. e amp. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

MÜLLER-BROCKMANN, Josef. **Sistemas de grelhas: um guia prático para designers gráficos**. 2. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2012.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. Tradução de José Manuel de Vasconcelos. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

PEÓN, Maria Luisa. **Sistemas de identidade visual**. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

WHEELER, Alina. **Design de Identidade de Marca: um guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas**. Tradução: Inova Tradutores. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

WHITE, Jan V. **Edição pelo Design**. São Paulo: Rosari, 2006.

WONG, Wucius. **Princípios de forma e desenho**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

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

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC DRIELY ARAÚJO COM FICHA E FOLHA DE APROVAÇÃO

Assunto:	TCC DRIELY ARAÚJO COM FICHA E FOLHA DE APROVAÇÃO
Assinado por:	Driely Felix
Tipo do Documento:	Projeto
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Driely Raiany Araujo Felix, ALUNO (20161701008) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDEL0, em 13/08/2026 11:09:13.

Este documento foi armazenado no SUAP em 13/08/2026. 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: 1949354
Código de Autenticação: 932fae2d50

