



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

O FLORESCER DA CRIATIVIDADE : Portfólio de Design Gráfico

JHENIFER STÉFANY MONTEIRO FIGUEIRÊDO

CABEDELO
2023

JHENIFER STÉFANY MONTEIRO FIGUEIRÊDO

O FLORESCER DA CRIATIVIDADE : Portfólio de Design Gráfico

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

Orientador: Prof ° Dr. Daniel Lourenço

CABEDELLO
2023



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS CABEDELO
COORDENAÇÃO DE BIBLIOTECA DO CAMPUS CABEDELO

FICHA 23/2024 - COB/DE/DG/CB/REITORIA/IFPB, 14 de março de 2024

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

F475f Figueirido, Jhenifer Stéfany Monteiro.
O Florescer da Criatividade: Portfólio de Design Gráfico / Jhenifer Stéfany Monteiro Figueirido – Cabedelo,
2023.
81 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em Design Gráfico) – Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB.
Orientador: Prof. Dr. Daniel Lourenço.

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

CDU 745

Documento arquivado eletronicamente por:

Angela Carolina Ferreira Silva, BIBLIOTECA DOCUMENTALISTA, em 14/03/2024 16:56:32

Este documento foi arquivado pelo DUAF em 14/03/2024. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://www.ifpb.edu.br/verificar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código: 54782
Verificador: 73046902
Código de Autenticação:





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

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

JHENIFER STÉFANY MONTEIRO FIGUEIRÊD

O FLORESCER DA CRIATIVIDADE: Portfólio de Design Gráfico

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

Aprovada em 06 de dezembro de 2023

Membros da Banca Examinadora:

Dr. Daniel Alvares Lourenço
IFPB Campus Cabedelo

Dr. Fabianne Azevedo dos Santo

IFPB Campus Cabedelo

Me. Vitor Feitosa Nicolau

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2023

Documento assinado eletronicamente por:

- Daniel Alves Lourenco, PROFESSOR ENS BASICO TECH TECNOLOGICO, em 19/02/2024 11:10:43.
- Fabiane Azevedo dos Santos, PROFESSOR ENS BASICO TECH TECNOLOGICO, em 19/02/2024 11:18:47.
- Vitor Feitosa Nicolau, PROFESSOR ENS BASICO TECH TECNOLOGICO, em 19/02/2024 15:52:41.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 19/01/2024. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código: 524065
Verificador: 18bc80f2a8
Código de Autenticação:



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

A flor que desabrocha na adversidade é a mais rara e mais bela de todas.
Mulan

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço às minhas avós, que sempre estiveram presentes desde a minha infância, apesar de tudo.

Para minha psicóloga Thayna, que me ouviu sempre sem julgamentos e manteve todas as minhas faculdades mentais no lugar na medida do possível.

Aos meus amigos da escola que construíram um pouco do que sou hoje, são eles Heitor, Luana e Alysson.

Aos laços que construí dentro do curso de design e que espero que perdurem e que consigamos nos encontrar para um café sempre que der, Adônia, Julia, Bárbara, Brenda, Malu, Dayvson e Samuel.

Aos professores por serem um espelho de inspiração, sem eles não teria feito os projetos que tenho orgulho. Em especial a Daniel que sempre foi minha referência.

Ao amor da minha vida Lucas que sempre esteve ao meu lado em todos os momentos e que acima de tudo tem sido meu parceiro em toda a caminhada.

RESUMO

O atual trabalho acadêmico tem a finalidade de analisar dez projetos da estudante de design gráfico de curso superior no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Campus Cabedelo, no período de três anos. Através da conjuntura de um portfólio online, cada projeto está ordenado por sessões de identidade visual, embalagem e ilustração, cada uma dessas sessões com suas respectivas metodologias utilizadas. Os trabalhos compreenderam a experiência dentro do *campus* com projetos construídos nas disciplinas e no mercado de trabalho, como trabalhos *freelancers*. Dessa forma refletindo não apenas a aplicação de conhecimentos técnicos, mas também a expressão da dedicação ao design gráfico, reforçando a compreensão de sua importância como agente transformador na sociedade.

Palavras chave: Design Gráfico, Identidade Visual, Portfólio, Embalagem, Ilustração.

ABSTRACT

The current academic work aims to analyze ten projects throughout the journey as a graphic design student in a higher education course at the Federal Institute of Education, Science, and Technology of Paraíba (IFPB), Campus Cabedelo, over a three-year period. Each project is categorized into sections of visual identity, packaging, and illustration, each with its designated methodologies. The projects encompass experiences both within the campus, developed as part of coursework, and beyond the campus as freelance projects. This dual perspective reflects not only the application of technical knowledge but also the expression of dedication to graphic design, reinforcing the understanding of its importance as a transformative agent in society.

Key Words: Graphic design, visual identity, portfolio, packaging, illustration.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fluxograma da metodologia de Péon Fonte: Da autora	15
Figura 2 - Moodboard utilizado no projeto Fonte: Da autora	16
Figura 3 - Painel de referências para o projeto Fonte: Da autora	16
Figura 4 - Rascunho da identidade visual Fonte: Da autora	17
Figura 5 - Vetorização da identidade visual Fonte: Da autora	18
Figura 6 - Tipografia para identidade visual Fonte: Da autora	18
Figura 7 - Paleta de cores Fonte: Da autora	19
Figura 8 - Embalagem nibs de cacau Fonte: Da autora	19
Figura 9 - Papel de Embalagem Fonte: Da autora	20
Figura 10 - Sacola para transporte de produto Fonte: Da autora	20
Figura 11 - Embalagens de barra de chocolate Fonte: Da autora	21
Figura 12 - Transporte de entrega de produtos Fonte: Da autora	21
Figura 13 - Metodologia de Péon Fonte: Da autora	22
Figura 14 - Moodboard utilizado no projeto Fonte: Da autora	23
Figura 15 - Rascunho para o projeto Fonte: Da autora	24
Figura 16 - Grid e Vetorização da identidade visual Fonte: Da autora	24
Figura 17 - Variações da identidade visual Fonte: Da autora	25
Figura 18 - Tipografia para identidade visual Fonte: Da autora	25
Figura 19 - Paleta de cores para a identidade visual Fonte: Da autora	26
Figura 20 - Fachada de escritório Fonte: Da autora	26
Figura 21 - Aplicação em impressão Fonte: Da autora	27
Figura 22 - Cartões de visita Fonte: Da autora	27
Figura 23 - Metodologia de Péon Fonte: Da autora	28
Figura 24 - Moodboard utilizado no projeto Fonte: Da autora	29
Figura 25 - Propostas criadas Fonte: Da autora	30
Figura 26 - Grid para criação técnica da identidade visual Fonte: Da autora	30
Figura 27 - Identidade visual final Fonte: Da autora	31
Figura 28 - Tipografia da identidade visual Fonte: Da autora	31
Figura 29 - Paleta de cores do projeto Fonte: Da autora	32
Figura 30 - Fachada de escritório Fonte: Da autora	32
Figura 31 - Cartão de visita Fonte: Da autora	33
Figura 32 - Envelope do documento Fonte: Da autora	33

Figura 33 - Bloco de notas Fonte: Da autora	34
Figura 34 - Metodologia de Péon Fonte: Da autora	35
Figura 35 - Moodboard utilizado no projeto Fonte: Da autora	36
Figura 36 - Painel de frases de chamada Fonte: Da autora	36
Figura 37 - Rascunhos para o projeto Fonte: Da autora	37
Figura 38 - Vetorização prévia Fonte: Da autora	38
Figura 39 - Vetorização final Fonte: Da autora	38
Figura 40 - Paleta de cores Fonte: Da autora	38
Figura 41 - Tipografia utilizada na identidade Fonte: Da autora	39
Figura 42 - Sinalização em vidro Fonte: Da autora	39
Figura 43 - Peça digital Fonte: Da autora	40
Figura 44 - Caneca decorativa Fonte: Da autora	40
Figura 45 - Cartão de visita e receituário Fonte: Da autora	41
Figura 46 - Metodologia de Péon Fonte: Da autora	42
Figura 47 - Painel de frases de chamada Fonte: Da autora	43
Figura 48 - Moodboard do projeto Fonte: Da autora	43
Figura 49 - Rascunhos de símbolos Fonte: Da autora	44
Figura 50 - Vetorização e ajustes Fonte: Da autora	45
Figura 51 - Tipografia utilizada Fonte: Da autora	45
Figura 52 - Paleta de cores Fonte: Da autora	46
Figura 53 - Cartão de visitas Fonte: Da autora	46
Figura 54 - Caderno de anotações Fonte: Da autora	47
Figura 55 - Papelaria de escritório Fonte: Da autora	47
Figura 56 - Proposta Digital para cliente Fonte: Da autora	48
Figura 57 - Metodologia de Mestriner Fonte: Da autora	49
Figura 58 - Moodboard utilizado no projeto Fonte: Da autora	50
Figura 59 - Painel de referências Fonte: Da autora	50
Figura 60 - Tipografia utilizada Fonte: Da autora	51
Figura 61 - Paleta de cores Fonte: Da autora	52
Figura 62 - Planificação do rótulo parte da frente Fonte: Da autora	52
Figura 63 - Planificação do rótulo parte de trás Fonte: Da autora	53
Figura 64 - Aplicação em embalagem Fonte: Da autora	53
Figura 65 - Aplicação em embalagem Fonte: Da autora	54
Figura 66 - Peça de divulgação Fonte: Da autora	54

Figura 67 - Metodologia de Mestriner Fonte: Da autora	55
Figura 68 - Painel de referências Fonte: Da autora	56
Figura 69 - Moodboard utilizado no projeto Fonte: Da autora	56
Figura 70 - Tipografias utilizadas Fonte: Da autora	57
Figura 71 - Paleta de cores Fonte: Da autora	58
Figura 72 - Planificação de embalagem Fonte: Da autora	58
Figura 73 - Aplicação em embalagem 3D Fonte: Da autora	59
Figura 74 - Aplicação em embalagem 3D Fonte: Da autora	59
Figura 75 - Metodologia de Schermach Fonte: Da autora	60
Figura 76 - Moodboard utilizado no projeto Fonte: Da autora	61
Figura 77 - Comunicação aplicada Fonte: Da autora	62
Figura 78 - Paleta de cores Fonte: Da autora	63
Figura 79 - Key visual de campanha Fonte: Da autora	64
Figura 80 - Ilustração Vetorizada Fonte: Da autora	64
Figura 81 - Ilustração Vetorizada Fonte: Da autora	65
Figura 82 - Ilustração Vetorizada Fonte: Da autora	65
Figura 83 - Ilustração Vetorizada Fonte: Da autora	66
Figura 84 - Ilustrações vistas no site Fonte: Da autora	66
Figura 85 - Propaganda original Fonte: Da autora	68
Figura 86 - Moodboard utilizado no projeto Fonte: Da autora	68
Figura 87 - Referências para nova propaganda Fonte: Da autora	69
Figura 88 - Ilustração finalizada Fonte: Da autora	70
Figura 89 - Ilustração finalizada em propaganda Fonte: Da autora	70
Figura 90 - Ilustração em panfleto Fonte: Da autora	71
Figura 91 - Ilustração em jornal Fonte: Da autora	71
Figura 92 - Ilustração em página de revista Fonte: Da autora	71
Figura 93 - Metodologia de Schermach Fonte: Da autora	72
Figura 94 - Moodboard utilizado no projeto Fonte: Da autora	73
Figura 95 - Rascunhos e estampas Fonte: Da autora	73
Figura 96 - Ilustração de personagens Fonte: Da autora	74
Figura 97 - Estampa primária Fonte: Da autora	74
Figura 98 - Estampa secundária Fonte: Da autora	75

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	12
PORTFÓLIO DE PROJETOS	14
Identidade Visual	15
Tupã - Projeto de Identidade Visual para marca de chocolate, 2021	15
Matheus Firmino - Projeto de Identidade Visual para fotógrafo, 2023	22
Lidera - Projeto de Identidade Visual para corretores, 2023	28
Luana Pires - Projeto de Identidade Visual para nutricionista, 2023	35
Jhenifer Figueirêdo - Projeto de Identidade Visual pessoal, 2022	42
Design de Embalagem	49
Hair I care - Projeto de Embalagem de creme de cabelo, 2022	49
Fresh Whey - Projeto de Design de Embalagem para bebida protéica, 2022	55
Ilustração	60
Payfy - Ilustrações de blogposts para site corporativo, 2023	60
Releitura de cartaz - Companhias marítimas do século XIX, 2022	67
Estamparia - Ilustrações para estampas Meu amigo Totoro, 2022	72
CONSIDERAÇÕES FINAIS	77

APRESENTAÇÃO

Este portfólio reúne os dez projetos mais importantes da estudante Jhenifer Figueirêdo¹ na esfera do design gráfico, desenvolvidos tanto no âmbito acadêmico, quanto de mercado, a partir de trabalhos requisitados por empresas ou pessoas.

Dessa forma, concluída a fase de desenvolvimento de aprendizagem e prática do design, é possível reforçar o percurso da estudante de design para que seja finalizado o curso de Design Gráfico. Com isso, foi necessário sintetizar os trabalhos que contassem a narrativa da evolução do designer em desenvolver a criatividade em diferentes campos do design gráfico, trabalhos estes que são as principais áreas de atuação da autora, tais como: identidade visual, embalagem e ilustração. Cada um dos projetos serão descritos com suas respectivas metodologias e particularidades.

Sendo assim, para atingir o objetivo geral do desenvolvimento de um portfólio e demonstrar o crescente aprendizado de um estudante, deve-se atender os propostos objetivos específicos:

- Cria um portfólio contendo dez projetos que se encaixem no aprendizado da autora;
- Entender a maneira que foram desenvolvidos os projetos;
- Evidenciar as soluções desenvolvidas com foco na construção de cada trabalho escolhido.

Em meio a ideia de se inserir no mercado de trabalho, além de demonstrar o potencial de um estudante e seu aprimoramento ao longo de sua graduação, a boa apresentação de currículo juntamente com portfólio é adequada para a facilitação desse processo.

¹ Jhenifer Stéfany Monteiro Figueirêdo, Portfólio disponível em (<https://www.behance.net/jenife>)

PORTFÓLIO DE PROJETOS

Identidade Visual

Tupã - Projeto de rebranding de identidade visual, 2021

Equipe: Júlia Davet e Jhenifer Figueirêdo

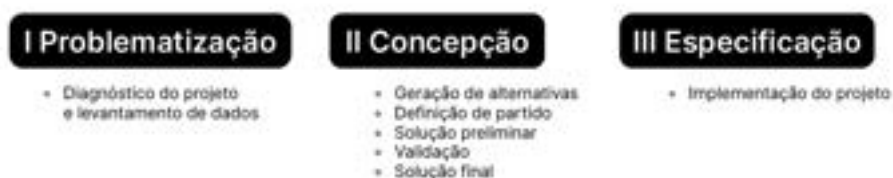
Problematização

Nas fases iniciais da prática em identidade visual, a disciplina de Planejamento Visual I ministrada pela professora Renata Cadena, mostrou-se como um guia fundamental, fornecendo uma base para a origem de muitos designers. O projeto atual concentra-se no *rebranding* da marca regional pessoense de chocolates artesanais Tupã. Fundamentada no princípio "do grão à barra", a empresa destaca a abordagem artesanal de sua produção, incorporando elementos e expressões regionais em seus produtos. O processo de redesign foi concebido para estabelecer uma linguagem mais acessível e alinhada à essência da marca, criando uma conexão com seu público-alvo e reforçando a autenticidade do seu conceito estabelecido.

Metodologia

Para dar início no processo criativo deste projeto, foi utilizado as etapas da metodologia de "Sistemas de Identidade Visual" de Maria Luísa Peón (2009).

Figura 01: Metodologia de Peón.

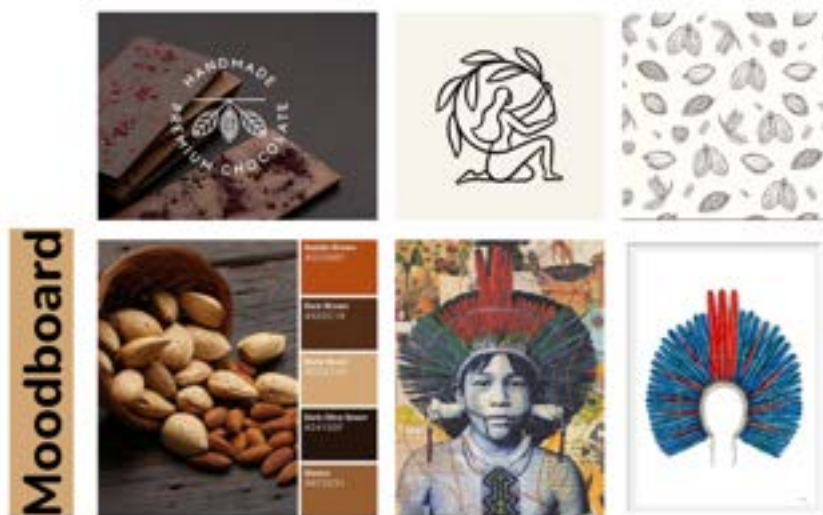


Fonte: Adaptado de Peón (2009).

Através da análise do *briefing* e dos requisitos estabelecidos pela professora orientadora, na fase da problematização, conseguimos extrair a essência da proprietária da marca Tupã, que é natural do Pará e incorpora elementos fundamentais da cultura indígena na produção da linguagem da marca. Para garantir

o sucesso no redesenho da marca, foi essencial construir um *moodboard* e um painel de referências, proporcionando uma base visual que capturasse a atmosfera desejada. Paralelamente a isso, conduzimos uma pesquisa de mercado abrangente sobre chocolates e produção artesanal "do grão à barra", com o objetivo de entender as tendências e construir uma estratégia de comunicação eficaz que transmitisse a autenticidade e valores da marca de maneira construtiva e única.

Figura 02: Moodboard para o projeto.



Fonte: Pesquisa de imagens pela autora.

Figura 03: Painel de referências para o projeto.



Fonte: Pesquisa de imagens pela autora.

Com os conceitos alinhados, iniciamos a criação de possibilidades de identidade visual antes da vetorização digital. Cada etapa desse processo foi acompanhada de perto pela professora, possibilitando ajustes e aprimoramentos contínuos. Em relação a isso, esse acompanhamento contribuiu para fortalecer os pontos positivos do trabalho, resultando em uma evolução consistente e alinhada com os objetivos do projeto.

Apresentação

Para incorporar o conceito artesanal, decidimos criar a identidade com esboços de traços digitais à mão, visando proporcionar uma estética mais orgânica que refletisse a produção artesanal da marca Tupã. A representação do indígena nas etapas do grão à barra, acompanhado do nascer do sol, não apenas destaca a regionalidade, mas também simboliza o nascimento de algo autêntico e significativo.

Figura 04: Rascunhos para o projeto.



Fonte: Da autora.

Seguindo o redesign e o pré requisito do objetivo do projeto da disciplina em criar uma marca pictórica, foi mantido o segmento de símbolo e tipografia. Nesse caso, o símbolo representa as raízes indígenas e a forma da criação do produto.

Figura 05: Vetorização da identidade visual.



Fonte: Da autora.

Na escolha tipográfica, optamos por uma fonte serifada com bordas arredondadas e formas orgânicas, visando estabelecer uma comunicação mais rústica e amigável com o público-alvo. Introduzimos também uma fonte de apoio, a Gotham Black sem serifa (figura 06), para equilibrar possíveis produtos secundários que envolvam texto corrido, mantendo uma harmonia visual quando a marca está presente em conjunto. Essa combinação tipográfica busca transmitir uma identidade coesa e versátil, adaptada às diversas aplicações da marca.

Figura 06: Tipografia para identidade visual.

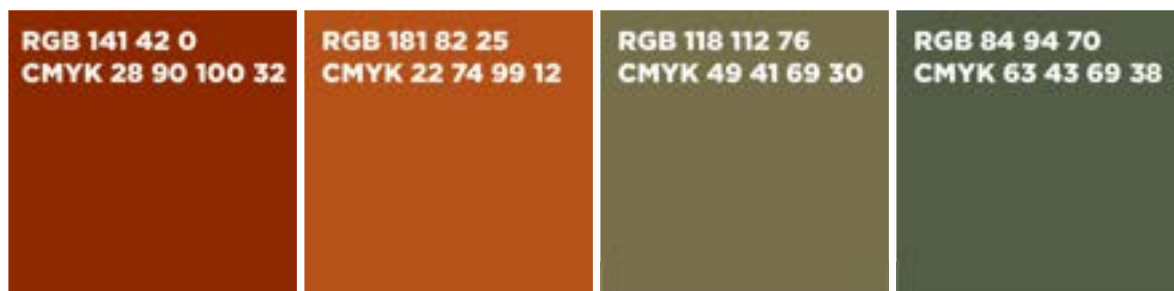


Fonte: Da autora.

Consistente com a concepção estabelecida, a paleta de cores foi selecionada incorporando tonalidades terrosas e verdes sóbrios. Essa escolha comunica

efetivamente a tonalidade que lembra a do chocolate, e os tons de verde expressam elementos da natureza, reforçando a autenticidade e a conexão com o processo artesanal do "do grão à barra".

Figura 07: Paleta de cores.



Fonte: Da autora.

Em conclusão, para trazer vida ao projeto, foi criado um *pattern*² para ser usado como estampa, como por exemplo, em papel manteiga para embrulhar as encomendas. Acerca disso, aplicamos a identidade e padrões em produtos no segmento de chocolates como embalagens, carro de entrega e caixa lata para armazenar doces artesanais.

Figura 08: Embalagem Nibs de Cacao.



Fonte: Da autora.

² Termo em inglês para estampa.

Figura 09: Papel de embalagem.



Fonte: Da autora.

Figura 10: Sacola para transporte do produto.



Fonte: Da autora.

Figura 11: Embalagens de barra de chocolate.



Fonte: Da autora.

Figura 12: Transporte de entrega de produtos.



Fonte: Da autora.

Matheus Firmino - Projeto de identidade visual para fotógrafo, 2023

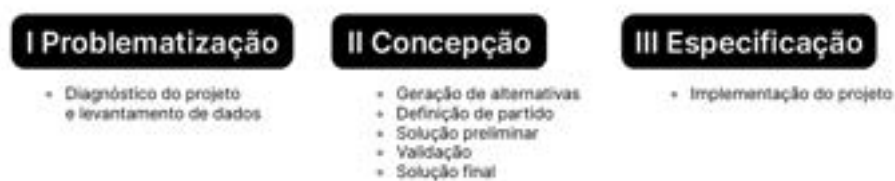
Problematização

Este foi um trabalho desenvolvido através do Alves Studio³, tendo como cliente o fotógrafo paraibano Matheus Firmino, que foi realizado com a supervisão do Professor Ticiano Alves. A identidade visual proposta deveria seguir os pré-requisitos do cliente em ser única, diferenciada e que seguisse a ideia de seus trabalhos como fotógrafo especializado em fotografia esportiva e criador de *fine art*, que trata-se da criação de fotografias mais conceituais e artísticas lembrando a ideia de pinturas, se concentra na estética visual e na transmissão de uma mensagem ou emoção, em oposição à simples documentação da realidade. Tendo em vista que é um fotógrafo conhecido na Paraíba e tem o objetivo de crescer no ramo e fidelizar a sua marca, era necessário a criação de uma narrativa que fosse possível ser descrita através do logo.

Metodologia

Com a finalidade de criar este projeto, foi utilizado as etapas da metodologia de “Sistemas de Identidade Visual” de Maria Luísa Peón (2009)

Figura 13: Metodologia de Peón.



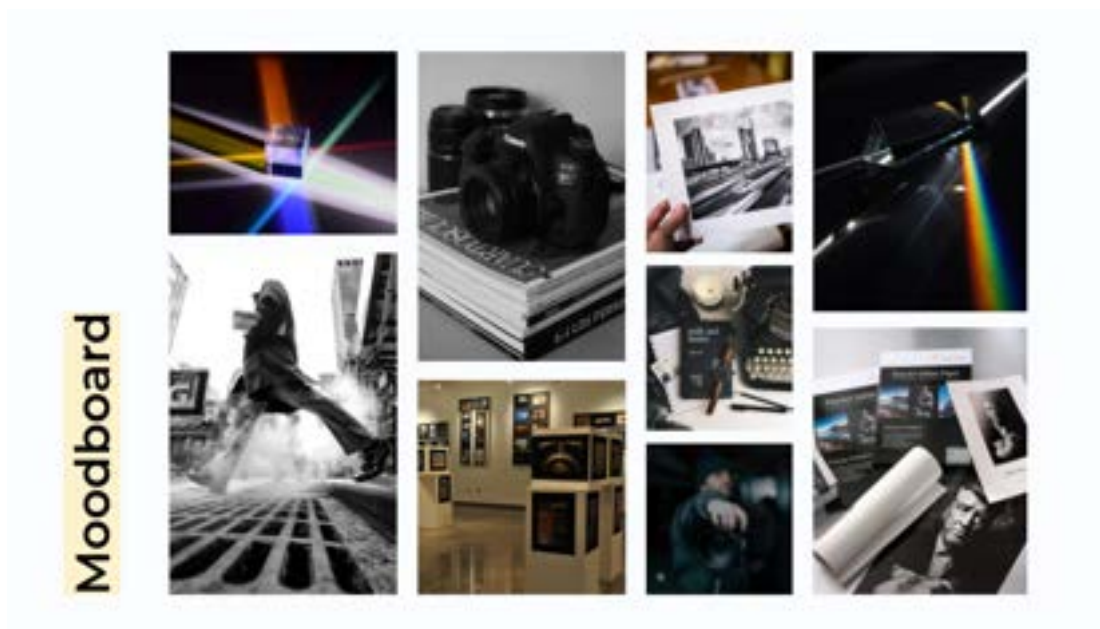
Fonte: Adaptado de Peón (2009).

Para conseguir informações adequadas, a problematização sendo uma das etapas, a construção de um *briefing* para colher os dados sobre Matheus Firmino, em paralelo que entendemos seu mercado qual está inserido no âmbito da fotografia e pesquisar sobre o produto de venda que será focado na *fine art*. Com isso também constatamos que seu estilo minimalista e desejo em ter algo marcante, seria um ponto chave para a construção da identidade visual. Após análise dos

³ Studio de design de João Pessoa criado por Raphaela Alves para desenvolver identidades visuais e trabalhos gráficos.

dados levantados, foi criado um *moodboard* com referências visuais que auxiliaria no processo de criação.

Figura 14: Moodboard para o projeto.



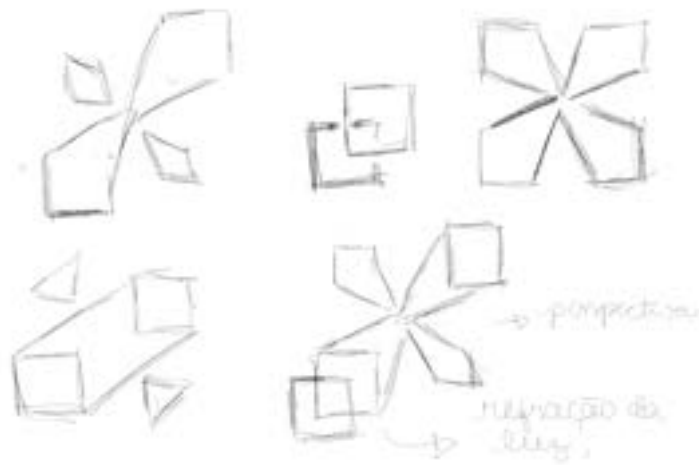
Fonte: Da autora.

Por consequência, seguindo o método, no estágio da concepção, foram criadas algumas alternativas por meio de rascunhos mediadas por conceitos criados através do briefing e do conhecimento adquirido através de pesquisas, em seguida a vetorização para ser aprovada pelo cliente e aplicada em ítems que possivelmente ele usaria em seu meio de trabalho.

Apresentação

O conceito criado, ainda na fase da concepção, para o desenvolvimento da identidade visual de Matheus Firmino foi embasado no flash de uma câmera, de forma que fugisse do usual visto nas referências de pesquisa na fase da problematização, porém sem deixar de passar o minimalismo e impacto visual, por ser diferenciada, que eram alguns dos pré-requisitos do cliente.

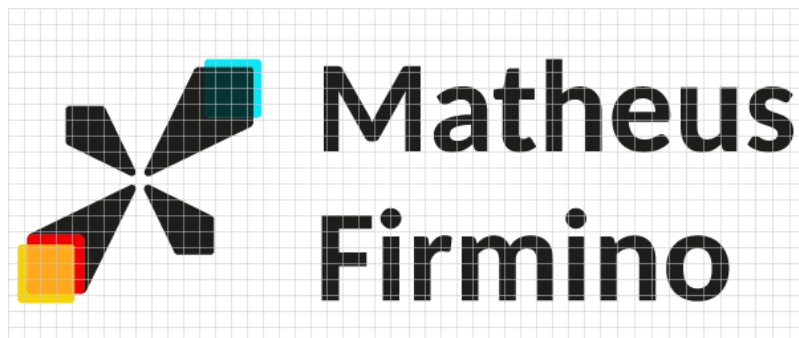
Figura 15: Rascunhos para o projeto.



Fonte: Da autora.

A ideia final proposta seria unificar a refração de cores do prisma, o obturador de uma câmera e a representação do flash em uma marca abstrata. Tendo em mente as acentuações que remetem ao profissionalismo, seriedade e formas artísticas.

Figura 16: Grid e vetorização da identidade visual.



Fonte: Da autora.

Foram criadas outras versões para que fosse possível ser replicado em diversos tipos de superfícies e *backgrounds*, sem que houvesse perda da visibilidade da identidade da marca.

Figura 17: Variações da identidade visual.



Fonte: Da autora.

Conectado com essa proposta, outro elemento que deveria ser aplicado seria o nome do cliente Matheus Firmino, dessa maneira, a tipografia (figura 18) foi algo importante para combinar com o símbolo criado. Definiu-se utilizar uma fonte sem serifa que tivesse uma fácil leitura e que coubesse ao conceito inicial.

Figura 18: Tipografia para a identidade visual.



Fonte: Da autora.

Para fechar todos os pontos criados, as cores escolhidas foram o cinza escuro, as cores primárias ajustadas a identidade e suas mesclagem para trazer o aspecto de luz citado anteriormente.

Figura 19: Paleta de cores para a identidade visual.



Fonte: Da autora.

Ademais, com a última etapa da especificação, para implementar a identidade visual final foi aplicada em possíveis objetos de uso de um fotógrafo no ramo da *fine art* para a melhor visualização e enriquecimento do trabalho, tais como papel timbrado, cartões de visitas, fachadas comerciais e adesivos.

Figura 20: Fachada de escritório.



Fonte: Da autora.

Figura 21: Aplicação em impressão.



Fonte: Da autora.

Figura 22: Cartões de visita.



Fonte: Da autora.

Lidera, soluções imobiliárias - Projeto de identidade visual para escritório de corretores, 2023

Equipe: Bárbara Brunet, Jhenifer Figueirêdo, Maria Luiza

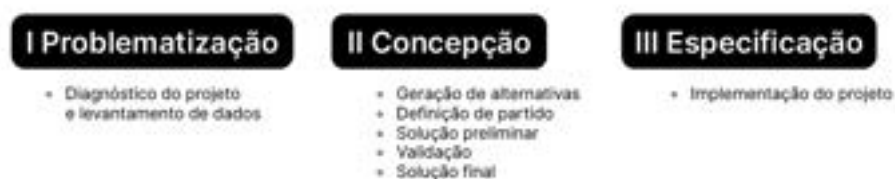
Problematização

O trabalho foi realizado através do Alves Studio, e como cliente temos o grupo Lidera formado por corretores que se uniram para abrir uma empresa de soluções imobiliárias, que se estenderia através da cidade de João Pessoa e Cabedelo que arcasse com o primeiro contato do cliente até o pós venda. A identidade visual procura ser inovadora, refinada e séria, seus idealizadores procuram ser referência na esfera em que estão inseridos. Dentre diversos concorrentes do mesmo ramo, o propósito em ser destaque no ramo imobiliário seria mais desafiador, tendo em vista as inúmeras empresas do mesmo segmento.

Metodologia

Neste projeto, foi utilizado as etapas da metodologia de “Sistemas de Identidade Visual” de Maria Luísa Peón (2009)

Figura 23: Metodologia de Peón.



Fonte: Adaptado de Peón (2009).

Neste projeto, no momento da problematização, a fase de *briefing* apresentou um nível de complexidade adicional, uma vez que não se limitava à simples coleta de dados de uma única pessoa, teria a tarefa de coletar informações de cinco indivíduos, cada um com ideias que ocasionalmente poderiam ser divergentes. Com isso, as três pessoas envolvidas no projeto fizeram uma reunião remota para guiar todos ao *briefing*, traduzindo as concepções de cada um dos clientes da empresa para chegar em um consenso. Fechando, dessa maneira, a etapa de coleta de

dados de uma forma mais fácil, que a informações não se perdessem e que ficassem claras para o nosso processo criativo na produção da identidade visual.

Como se tratava de um projeto com três designers, a ideia seria criar conceitos e *moodboards* diferentes, e o mais adequado no conceito dos clientes seria escolhido para a criação do logo. A futura empresa deveria ser séria, regional, tradicional, familiar, sofisticada, que remetesse ao ramo de casas de alto padrão.

Figura 24: Moodboard escolhido para o projeto.



Fonte: Da autora.

Seguindo as etapas de criação, cada uma das designers prosseguiu em criar rascunhos e vetorizações digitais para melhor visualização. Cada uma das identidades criadas tem uma definição diferente, sendo tradicional, regional e sofisticada, respectivamente.

Figura 25: Propostas criadas.



Fonte: Da autora.

A proposta que melhor se alinhou à persona do cliente foi aquela que abraçou o conceito de sofisticação, buscando unificar o símbolo com o nome da empresa, Lidera. Isso se traduz na ideia de prioridade, onde o negativo do numeral “um” é visível no símbolo, que representa tanto edifícios quanto união. O único ajuste seria nas cores, foi preferível trazer mais cor para a identidade visual, dessa forma foi também utilizada a paleta de cores do conceito de regionalidade.

Apresentação

Finalizado a proposta escolhida com os ajustes sugeridos, a idealização final constitui da sofisticação em traços e tipografia e da regionalidade na mescla de cores. Definindo a empresa Lidera de uma forma única e coerente.

Figura 26: Grid para criação técnica da identidade visual.



Fonte: Da autora.

O projeto final trouxe no símbolo a concepção de prédio e avenidas em formas abstratas, além disso, na parte em negativo, pode ser visualizado o número “um” que reforça a empresa quanto a seu conceito de se propor a ser líder no mercado imobiliário.

Figura 27: Identidade visual final.



Fonte: Da autora.

Considerando esses elementos, o nome da empresa foi elaborado com uma tipografia de fonte com serifa quadrada, transmitindo a sensação de sofisticação e estabilidade. Nesse contexto, é interessante notar como a letra "i" na tipografia lembra de forma sutil o numeral "um". Na descrição da empresa, optou-se por utilizar uma fonte mais simples, sem serifa, que mantivesse boa legibilidade mesmo em tamanhos reduzidos, garantindo a coesão com o conceito da fonte principal da identidade visual.

Figura 28: Tipografia para identidade visual final.

Abc 123 — Odor Mean Chey Regular
Abc 123 — Inter Regular

Fonte: Da autora.

Para concluir a unificação de todos os aspectos desenvolvidos, foram selecionadas as cores que abrangem o conceito de regionalidade, as cores azul, amarelo e branco fazem alusão às cores vivas do litoral da Paraíba tais como a do mar, sol e céu, mescladas de forma a criar a sensação de luminosidade.

Figura 29: Paleta de cores do projeto.



Fonte: Da autora.

Em conclusão, foram apresentados materiais visuais que representam os produtos a serem utilizados na promoção da marca do cliente, abrangendo elementos de papelaria, como cartões de visita, envelopes e bloco de notas, bem como aspectos visuais de superfícies externas, incluindo fachadas.

Figura 30: Fachada de escritório.



Fonte: Da autora.

Figura 31: Cartão de visita.



Fonte: Da autora.

Figura 32: Envelope de documento.



Fonte: Da autora.

Figura 33: Bloco de notas.



Fonte: Da autora.

Luana Pires - Projeto de identidade visual para nutricionista, 2023

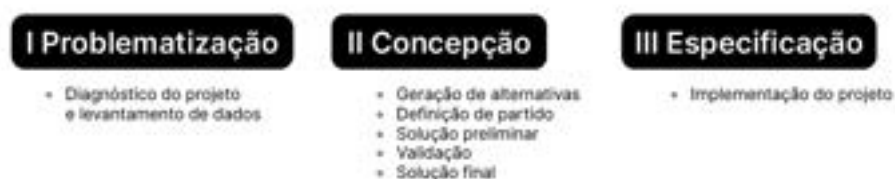
Problematização

Este projeto foi desenvolvido de maneira independente, de forma *freelancer*, para atender às necessidades da cliente Luana Pires, uma nutricionista independente que presta atendimento a pacientes com doenças crônicas em João Pessoa, Santa Rita e Bayeux, tanto presencialmente quanto de forma remota. A missão era criar uma identidade visual que transmitisse sensações de conforto, saúde, acolhimento e minimalismo. Desta forma, buscamos canalizar essa energia por meio de sua marca, visando uma integração eficaz no ambiente digital, que atualmente se configura como um dos principais meios de comunicação, atração de futuros clientes e entrega de conteúdo interativo.

Metodologia

No processo de produção, foi utilizado o método de “Sistemas de Identidade Visual” de Maria Luísa Peón (2009)

Figura 34: Metodologia de Peón.



Fonte: Adaptado de Peón (2009).

Para a elaboração da etapa de problematização, foram levantados dados através de *briefing*, foi agendada uma reunião presencial, que possibilitou a observação do ambiente de trabalho e uma compreensão mais aprofundada das ideias propostas. Durante a encontro também foram apresentados exemplos visuais relevantes para a cliente. Esse encontro permitiu coletar informações como a necessidade de destacar o nicho de possíveis clientes, definir a abordagem de comunicação da marca, que deveria ser objetiva porém descontraída, visando

humanizar a marca para facilitar a identificação por parte dos clientes. Nesse contexto, foram produzidos *moodboard* e um painel de frases-chave⁴, que serviram como recursos auxiliares na criação da identidade visual, para que ficasse o mais consistente possível.

Figura 35: Moodboard para criação do projeto.



Fonte: Da autora.

Figura 36: Painel de frases de chamada.



Fonte: Da autora.

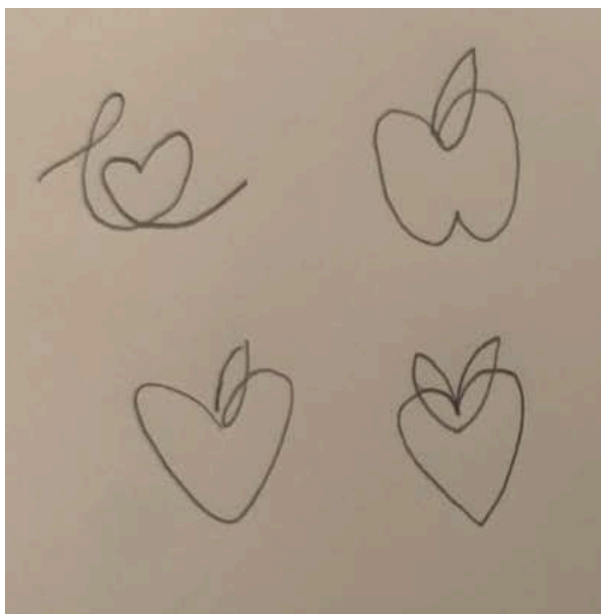
⁴ Recurso utilizado para desenvolver a criatividade, onde é escolhido quatro frases conceito que mais se encaixam no projeto.

Com as ideias alinhadas a partir do conceito criado, e a aprovação da cliente, foi possível criar rascunhos que estivessem de acordo com o painel, onde foi percebido uma abordagem mais afetiva. Dessa maneira seguir para a vetorização e projeção da identidade visual.

Apresentação

A idealização criada, na fase da concepção, foi a junção do conceito saúde e acolhimento trazido pelo formato do coração, fruta com folha como aspecto da nutrição saudável e encaixe entre peças como alusão à parceria do cliente e da nutricionista em busca de um estilo de vida mais benéfico. Dessa maneira, o símbolo comunica de forma clara o que a Luana Pires, como profissional em nutrição, irá alcançar com o cliente envolvido em seu trabalho.

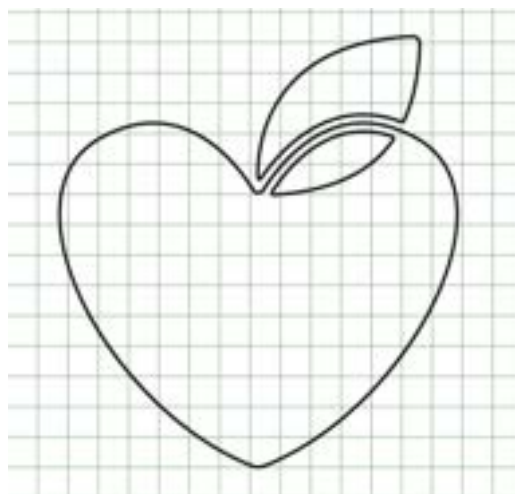
Figura 37: Rascunhos para o projeto.



Fonte: Da autora.

O símbolo escolhido e aprovado foi proposto para vetorização, aplicação de cores e ajustes ópticos.

Figura 38: Vetorização prévia.



Fonte: Da autora.

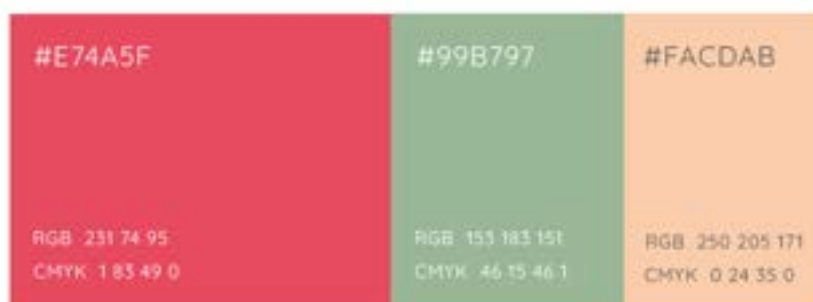
Figura 39: Vetorização final.



Fonte: Da autora.

A escolha das cores rosa, verde e amarelo para a identidade visual de um nutricionista é estratégica, representando frescor e saúde (verde), vitalidade e nutrientes (amarelo) e feminilidade associada a cuidado (rosa). Essa paleta equilibrada reflete a abordagem harmônica do nutricionista à dieta.

Figura 40: Paleta de cores.



Fonte: Da autora.

Na escolha da tipografia optou-se por utilizar uma fonte com serifa, o que conferiu um toque de sofisticação, ao mesmo tempo que garantia uma leitura rápida e acessível pelo público-alvo. Paralelamente, uma fonte secundária em caixa baixa, sem serifa, foi selecionada para transmitir a sensação de proximidade e maior intimidade com o cliente.

Figura 41: Tipografia utilizada na identidade.

Abc 123 _____ Alice Regular
Abc 123 _____ Quicksand

Fonte: Da autora.

Finalizadas todas essas etapas, temos a fase da especificação, onde foram apresentadas orientações sobre a aplicação adequada da identidade visual em diversas superfícies, incluindo cartões de visita, receituário, também em plataformas digitais, como nas redes sociais.

Figura 42: Sinalização em vidro.



Fonte: Da autora.

Figura 43: Peça Digital.



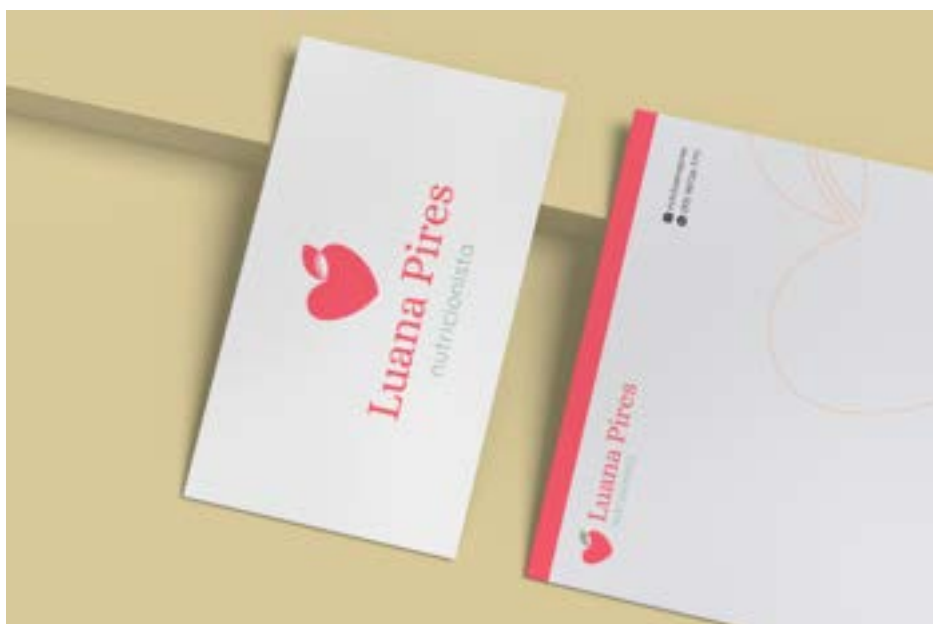
Fonte: Da autora.

Figura 44: Caneca decorativa.



Fonte: Da autora.

Figura 45: Cartão de visita e receituário.



Fonte: Da autora.

Jhenifer Figueirêdo - Projeto de identidade visual para marca pessoal, 2022

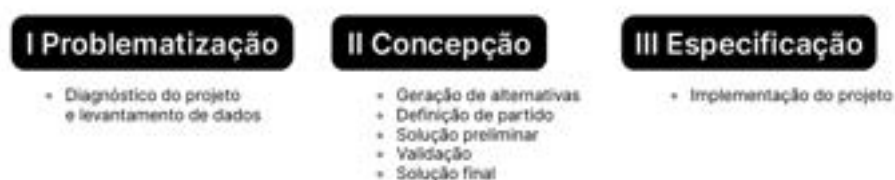
Problematização

O projeto em questão foi realizado na disciplina de gestão de projetos, sob a orientação do professor Daniel Lourenço. Nessa disciplina, os alunos tiveram a oportunidade de aprender a gerenciar seus próprios projetos, seja de maneira independente, colaborativa, ou mesmo dentro de organizações. A criação de uma marca pessoal foi o último desafio proposto no curso, exigindo que os alunos desenvolvessem seu próprio branding. Esse processo incluiu a criação de uma identidade visual alinhada com a personalidade de cada um e voltada para seu nicho de mercado específico. No meu caso, o "Jê" foi concebido para representar minha persona e atingir um amplo público em busca de serviços de design gráfico, que abrangem áreas como Identidade Visual, Ilustração e UI/UX Design.

Metodologia

No branding pessoal, foi utilizada as etapas da metodologia de "Sistemas de Identidade Visual" de Maria Luísa Peón (2009)

Figura 46: Metodologia de Peón.



Fonte: Adaptado de Peón (2009).

Na primeira etapa, problematização, foi iniciada com a coleta de informações pessoais da autora, a fim de compreender como direcionar a identidade visual e definir o conceito que melhor se adequaria a minha própria personalidade. Durante esse processo, foi construído um *moodboard* e destacadas frases-chave que serviram como guias inspiracionais para orientar o desenvolvimento criativo.

Figura 47: Painel de frases conceito.



Fonte: Da autora.

Figura 48: Moodboard para inspirações.



Fonte: Da autora.

Com uma base sólida sobre a criação da identidade visual, na segunda fase a concepção, procede-se à elaboração de esboços digitais para visualizar como a estratégia de *branding* tomaria forma. Apresentamos as etapas ao professor

responsável, que orientou e forneceu uma avaliação crítica da abordagem, permitindo ao aluno uma análise detalhada do projeto e validação.

Figura 49: Rascunhos.



Fonte: Da autora.

Apresentação

O projeto final foi predominantemente orientado pela premissa da frase-chave destacada anteriormente. A intenção era transmitir aos potenciais clientes a noção de estabilidade, enfatizando linhas retas, proporções equilibradas e pontas ligeiramente arredondadas, trazendo a ideia de um trabalho incisivo. Para complementar essa abordagem, optou-se por uma paleta de uma cor marcante e outra mais sóbria para dar contraste, e no desdobramento mantendo um estilo minimalista. Por fim, o elemento "Jê", foi escolhido com base na maneira como as pessoas próximas se referem à designer gráfica, com o "ê" fazendo referência ao sobrenome Figueirêdo.

A tipografia da identidade visual foi totalmente criada pela autora a partir da proporção áurea na ferramenta de criação de formas, com pequenos ajustes ópticos, proporcionando conforto visual maior e autenticidade.

Figura 50: Vetorizações e ajustes.



Fonte: Da autora.

Porém foi escolhida uma tipografia secundária para ser usada na descrição de trabalhos e possíveis peças gráficas destinadas para a designer.

Figura 51: Tipografia utilizada.

Abc 123 _____ Montserrat

Fonte: Da autora.

Por sua vez, o uso das cores na identidade visual, traz cores como o roxo e o amarelo por serem complementares e de preferência pessoal. Em relação a isso, usando duas cores com o intuito de trazer mais minimalismo.

Figura 52: Paleta de cores.



Fonte: Da autora.

Com essas etapas concluídas, a última etapa do projeto de especificação, a atividade e apresentação final requisitada pelo professor Daniel, seria de aplicar em materiais de papelaria e outras possíveis formas de uso dentro do âmbito da designer gráfica.

Figura 53: Cartão de visitas.



Fonte: Da autora.

Figura 54: Caderno de anotações.



Fonte: Da autora.

Figura 55: Papeleria de escritório.



Fonte: Da autora.

Figura 56: Proposta digital para cliente.



Fonte: Da autora.

Design de Embalagens

Hair i care - Projeto de design de embalagem para creme de cabelo, 2022

Problematização

O presente trabalho está relacionado a um dos projetos solicitados durante a disciplina de Planejamento Visual II, ministrada pela professora Raquel Rebouças, que compartilhou o conhecimento técnico em design de embalagens. Nessa tarefa, foi proposto desenvolver um produto da linha de higiene pessoal, o escolhido foi a criação de um creme especial de hidratação capilar. O desafio era conceber uma embalagem que pudesse incorporar um adjetivo que nortearia o conceito definido pelo aluno, ao mesmo tempo em que cumprisse as exigências técnicas obrigatórias, como informações sobre gramatura, descrição do produto, instruções de uso, ingredientes, data de fabricação, prazo de validade e informações de contato para o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). Optou-se por seguir o conceito de minimalismo e sustentabilidade, adequado para todos os tipos de cabelo que necessitam de hidratação. O público-alvo incluía jovens adultos com uma abordagem mais madura em relação aos cuidados com o corpo e com o meio ambiente.

Metodologia

A metodologia usada no projeto de embalagem foi a do Professor Fábio Mestriner (2004), que também foi indicada pela professora responsável pela disciplina.

Figura 57: Metodologia de Mestriner.



Fonte: Adaptado de Mestriner (2004)..

Primeiramente a etapa do *briefing* que, basicamente, seria os pré requisitos da atividade com a idealização do aluno. Posteriormente deveria ser entendido o público alvo e de que forma as marcas similares se comportam com tal produto. Dessa maneira, na estratégia do design, seria possível unir os dados coletados para montar o moodboard e painel de referências que serviram de referências para reprodução da ideia.

Figura 58: Moodboard/ Painel semântico.



Fonte: Da autora.

Figura 59: Painel de referências.



Fonte: Da autora.

Na penúltima fase da metodologia, o desenho surgiu com rascunhos, algumas vetorizações e ideias de *mockups*. Em sala de aula, a professora Raquel nos orientou acerca de melhorias, da mesma forma que os colegas em sala puderam dar opiniões, simulando um pouco o público em geral que poderia se deparar com o produto.

Apresentação

No projeto final, foi adotado um conceito minimalista e ecologicamente consciente para o creme de hidratação de cabelos feito de bambu, que é produzido com ingredientes naturais, visando o menor impacto no meio ambiente. A embalagem de vidro teve seu diferencial, pois pode ser reutilizada como um vaso de plantas, acompanhado de sementes incorporadas ao rótulo da embalagem, incentivando assim o autocuidado e a preservação ambiental. Para a identidade visual do creme, foi escolhido uma tipografia principal em estilo serifado, com curvas que lembram a fluidez do cabelo. Em fechamento, para as demais informações na embalagem, foi escolhido uma fonte sem serifa para destacar a marca principal e facilitar a leitura dos dados essenciais.

Figura 60: Tipografia utilizada.

Abc 123 _____ Cabrito Didone
Abc 123 _____ Louis George Cafe

Fonte: Da autora.

Na paleta de cores, seguindo o minimalismo, foi selecionada uma cor principal que seria o verde mais sóbrio e duas secundárias, amarelo claro e bege, apenas para alguns textos e detalhes na embalagem.

Figura 61: Paleta de cores.



Fonte: Da autora.

No design do rótulo, foi priorizada a disposição das informações mais importantes na parte da frente. Além disso, foram colocados selos que destacam o caráter natural do bambu e a política de que não é testado em animais. Além de ressaltar a ausência de sulfatos e parabenos.

Figura 62: Planificação do rótulo na parte da frente.



Fonte: Da autora.

Figura 63: Planificação do rótulo na parte de trás.



Fonte: Da autora.

Figura 64: Aplicação em embalagem.



Fonte: Da autora.

Figura 65: Aplicação em embalagem.



Fonte: Da autora.

Figura 66: Peça para divulgação.



Fonte: Da autora.

Fresh WHEY - Projeto de design de embalagem para bebida protéica, 2022

Problematização

Neste trabalho acadêmico, ainda na disciplina de Planejamento Visual II, aplicada pela professora Raquel Rebouças com os conhecimentos técnicos de embalagem ao longo da disciplina, os alunos deveriam aplicar a metodologia em uma embalagem de bebida. Nesse sentido, os alunos deveriam escolher a forma da embalagem em lata ou caixa, e, como aprendido, rótulo no âmbito alimentício deveria conter informações técnicas obrigatórias, como descrição do produto, tabela nutricional, ingredientes, conteúdo, lote, data de validade e contato para Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). O conceito da embalagem foi direcionado para atender o público-alvo composto por jovens e adultos que praticam atividades físicas e necessitam de uma bebida prática, rica nos ingredientes essenciais para uma nutrição adequada a um atleta.

Metodologia

A metodologia usada neste projeto de embalagem foi a do Professor Fábio Mestriner (2004), foi uma das mencionadas também pela professora responsável pelo projeto.

Figura 67: Metodologia de Mestriner.



Fonte: Adaptado de Mestriner (2004).

Inicialmente, a etapa do briefing consistia na definição dos requisitos fundamentais da tarefa, levando em consideração a visão inicial do aluno. Em seguida, era essencial compreender o público-alvo e analisar como outras marcas semelhantes se posicionavam em relação ao mesmo produto. A partir dessas informações, a estratégia de design permitia a consolidação dos dados coletados, resultando na criação de um *moodboard* e painel de referências que serviram como base para a materialização da ideia.

Figura 68: Painel de referências.

Referências



Fonte: Da autora.

Figura 69: Moodboard para o projeto.

Moodboard



Fonte: Da autora.

No estágio do desenho e testes de *layout*, surgiu uma ideia mais concreta sobre o projeto, que sofreu poucas alterações no momento da sua vetorização e testes em superfícies. Em sala, seguindo a didática da professora Raquel, foi apresentado a ideia para que fossem vistos pontos fortes e conselhos de melhorias antes do projeto final da embalagem do suco.

Apresentação

Com a conclusão das ideias, o projeto concebido teve uma ligeira irreverência em seu conceito, com formas mais diversas, cores mais notórias e identidade em tipografia bold (figura 70), dando a ideia mais de movimento e urgência para alcançar o público atleta. A embalagem escolhida foi em formato caixa, que é a mais comum no ramo de bebidas lácteas funcionais. Nesse sentido a tipografia do Fresh Whey em tipografia bold sem serifa dando mais ênfase ao nome do produto, criando uma certa chamada, e os demais texto também sem serifa porém em formas de texto light e medium.

Figura 70: Tipografias utilizadas.

Acherus Grotesque
a b c d e f g h i j k l m n o p q
r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

HYSTERIA ROLLERS
A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z

Fonte: Da autora.

A paleta de cores mais quentes produziu a sensação de vigor, para que o possível comprador do produto pudesse encontrar destaque e luz na embalagem em meio às demais.

Figura 71: Paleta de cores.



Fonte: Da autora.

No background da embalagem foi criado um padrão para conforto visual e degradê de cores quentes para dar ideia de mobilidade, representando o líquido que está dentro da embalagem e que vai ajudar na movimentação de exercícios físicos. Foi utilizado um termo regional “visse”, da paraíba para trazer mais personalidade.

Figura 72: Planificação da embalagem.



Fonte: Da autora.

Figura 73: Aplicação em embalagem 3D.



Fonte: Da autora.

Figura 74: Aplicação em embalagem 3D.



Fonte: Da autora.

Ilustração

Payfy - Ilustrações de blogspot para site corporativo, 2023

Problematização

No projeto a seguir, estamos lidando com uma startup especializada em gerenciamento de recibos. A empresa buscava aprimorar sua estratégia de comunicação e padronização em várias plataformas, incluindo o site, Instagram, LinkedIn e Facebook. Nesse contexto, parte das ilustrações para os *blogposts* foi requisitada por um designer autônomo, Lucas Xavier, como um serviço terceirizado. Com o *key visual* já definido pelo designer, que inclui uma campanha estabelecida com cores secundárias, tipografias auxiliares e elementos padrão, foi possível criar ilustrações que seguiam o mesmo estilo, garantindo uma comunicação coerente entre as diferentes redes sociais da empresa. Essa abordagem contribuiu para uma identidade visual unificada em todas as plataformas.

Metodologia

A metodologia usada no projeto atual de ilustração foi uma sintetização das metodologias de Munari (1998), Frascara (2000) e Baxter (2005) criada por Schermach (2015).

Figura 75: Metodologia de Schermach.

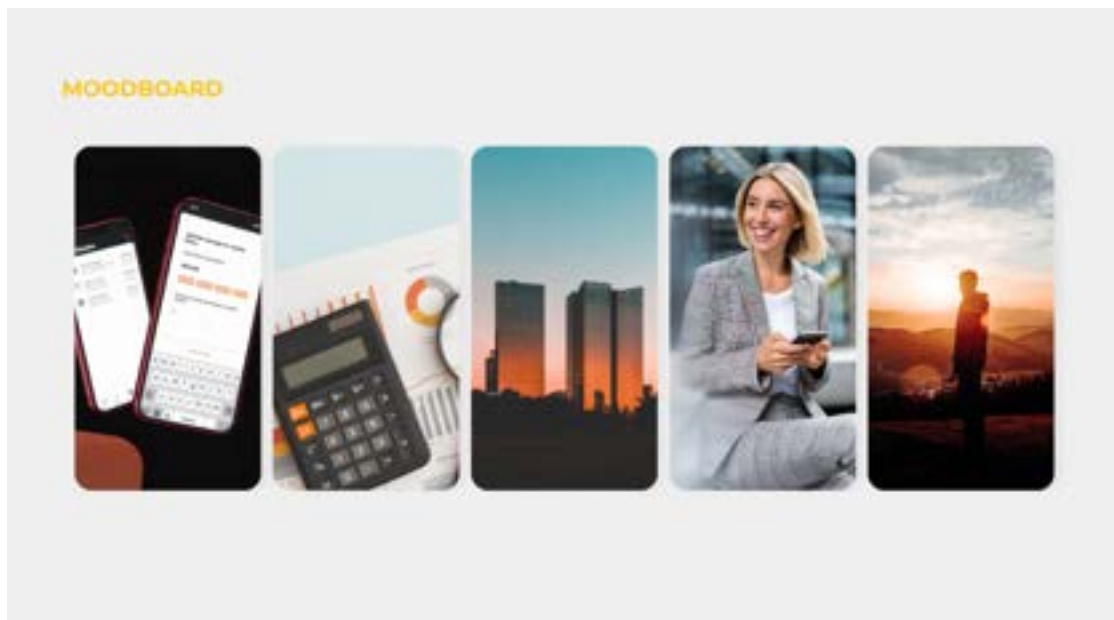


Fonte: Adaptado de Schermach (2015).

A princípio, a empresa enfrentava um desafio significativo de falta de padronização em suas plataformas de comunicação com clientes e potenciais clientes. Isso resultava na não transmissão da seriedade desejada e dificultava a eficácia na comunicação de informações. Nesse contexto, a criação do *key visual* pelo designer Lucas desempenhou um papel crucial para dar início a essa mudança. Através da elaboração de um moodboard, definição da paleta de cores, escolha de

tipografias e estilo, tornou-se possível criar ilustrações que se harmonizam de maneira coerente, consolidando assim uma identidade visual unificada e eficaz, comunicando bem com o público alvo, que são outras empresas.

Figura 76: Moodboard.



Fonte: Da autora.

Na busca por inspiração, foi necessário examinar a abordagem de comunicação adotada por empresas do mesmo setor em seus sites. Nessa análise, constatou-se que, predominantemente, essas empresas recorriam a ilustrações no estilo flat ou elementos 3D. Essa observação proporcionou um maior grau de liberdade na criação de conteúdo para os blogposts da Payfy, permitindo uma abordagem mais flexível e criativa.

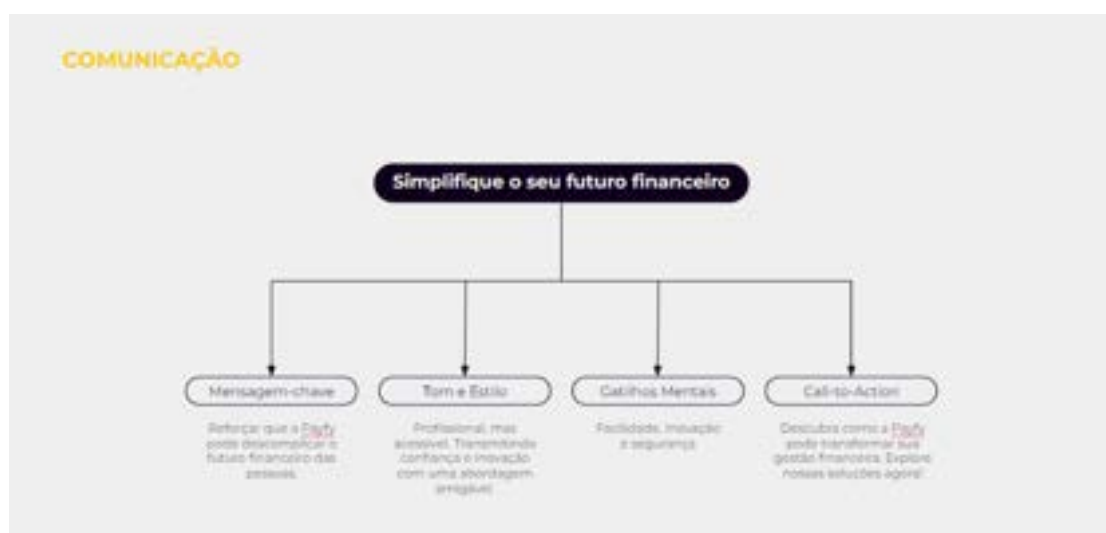
Apresentação

Ao refinar e aprimorar nossas concepções iniciais, foi possível desenvolver ilustrações no estilo flat que se relacionasse com o título de cada *blogpost*⁵ produzido pela empresa. Essa estratégia (figura 77) permitiu que as ilustrações refletissem o conteúdo descrito em cada publicação, agregando um valor significativo ao material. Além disso, houve uma consistente padronização entre

⁵ Um blogpost, abreviação de "blog post" em inglês, refere-se a um artigo ou entrada de conteúdo publicado em um blog.

todos os blogposts, contribuindo para uma identidade visual unificada e reconhecível em todas as peças de conteúdo. Dessa forma, as ilustrações não apenas complementam o texto, mas também reforçam a mensagem e a temática de cada publicação.

Figura 77: Comunicação aplicada.



Fonte: Da autora.

Além da nova maneira de comunicação que a empresa deveria adotar, foi selecionada uma cor adicional à paleta de cores já existente em sua marca, com intuito de trazer mais luminosidade ao visual comunicativo.

Figura 78: Paleta de cores.



Fonte: Da autora.

Através do conceito do key visual que buscava estreitar a relação entre a empresa e seus clientes, foi incorporado elementos de design mais arredondados, que transmitissem uma sensação amigável. Nesse mesmo sentido, na linha da campanha, foi abordado uma forma simplificada do conceito do *glassmorfismo*⁶ no plano de fundo, onde elementos orgânicos se sobrepõem, criando a impressão de vidro e transparência. Como resultado, os losangos introduzidos no design trazem uma sensação de brilho e luminosidade. Em resumo, esse conjunto de elementos contribuiu para estabelecer uma conexão mais próxima entre a empresa e seus clientes, promovendo uma imagem de abertura e modernidade.

Figura 79: Key Visual de campanha.



Fonte: Da autora.

Em continuidade do processo criativo, para concluir o trabalho oferecido, foram criadas ilustrações em *flat design* seguindo todo o conceito descrito anteriormente, fazendo com que a Payfy obtivesse êxito em sua estrutura comunicativa, tornando-se coerente e original.

⁶ O glassmorfismo é um estilo de design gráfico que se inspira na estética de vidro e transparência. Caracteriza-se por elementos visuais que simulam a aparência de superfícies de vidro, com destaque para transparência, reflexos e sombras.

Figura 80: Ilustração vetorizada.



Fonte: Da autora.

Figura 81: Ilustração vetorizada.



Fonte: Da autora.

Figura 82: Ilustração vetorizada.



Fonte: Da autora.

Figura 83: Ilustração vetorizada.

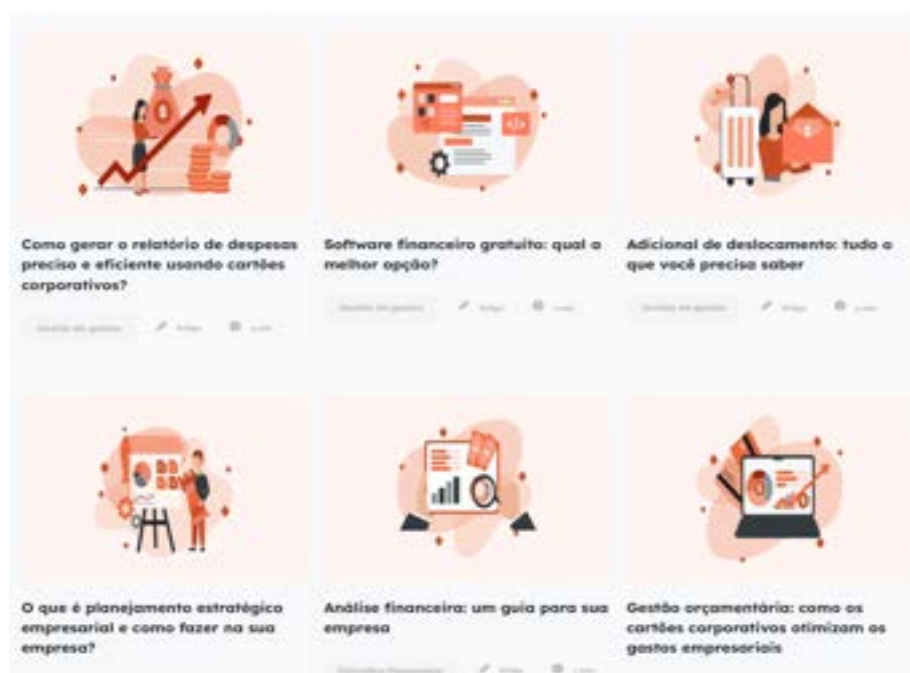


Fonte: Da autora.

No site da empresa ⁷, ficaram dispostos em ordem cronológica de postagem do administrador, aplicando de forma coerente as ilustrações às temáticas de cada blog do âmbito do mundo corporativo.

⁷ Disponível em (<https://payfy.io/blog/>)

Figura 84: Ilustrações vistas no site.



Fonte: Imagem do site Payfy.

Releitura de Cartaz - Companhias marítimas do século XIX, 2022

Na disciplina de Planejamento Visual 3, orientada pela professora Turla Alquete, cada aluno recebeu a tarefa de redesenhar um cartaz de uma companhia de viagem marítima do século XIX, transformando em uma peça publicitária e sendo adaptando para cinco diferentes contextos de diagramação: cartaz, panfleto, página de revista, página de livro e jornal. Durante esse projeto, obteve uma preocupação maior na pesquisa e desenvolvimento da ilustração, visando uma adaptação contemporânea sem perder a essência original da obra, conectando assim o passado histórico com as exigências visuais da atualidade.

Metodologia

A metodologia usada no projeto atual de ilustração foi uma sintetização das metodologias de Munari (1998), Frascara (2000) e Baxter (2005) criada por Schermach (2015).

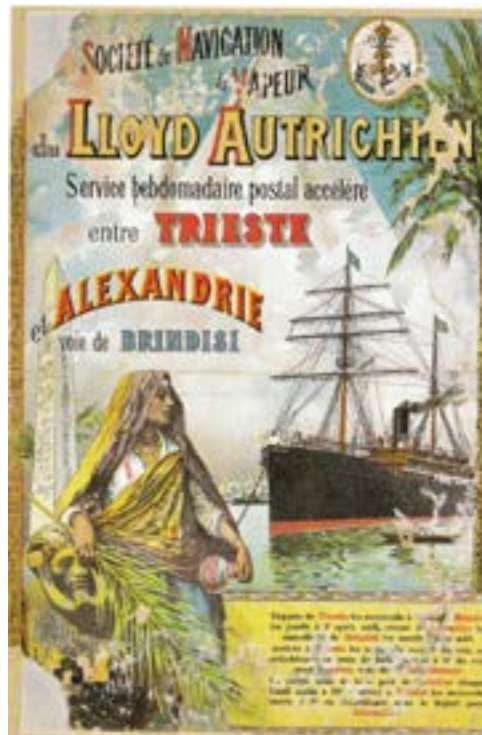
Figura 85: Metodologia de Schermach.



Fonte: Adaptado de Schermach (2015)

O desafio proposto na atividade consistia em modernizar a propaganda de viagens de navio, mantendo sua autenticidade. Para abordar essa questão, foi desenvolvido um painel de referências inspirado em ilustrações flat, incorporando detalhes que utilizam formas de mesclagem. Esse processo buscou garantir uma abordagem contemporânea sem perder a essência original da propaganda de viagens marítimas.

Figura 86: Propaganda original.



Fonte: Earl Of Cruise

Figura 87: Referências para nova propaganda.

Referências



Fonte: Da autora

Nesse cenário, foram explorados estudos de diagramação que estavam alinhados aos objetivos estabelecidos (criar um cartaz, um panfleto, uma página de jornal e uma página de revista) pela professora da disciplina. Esse enfoque permitiu uma análise detalhada da melhor abordagem para a ilustração, sendo ajustada de maneira a se adaptar a cada particularidade identificada. A integração dos estudos de diagramação não apenas fortaleceu a compreensão dos objetivos propostos, mas também orientou a criação de ilustrações de maneira mais eficaz e personalizada para atender às especificidades delineadas.

Apresentação

A junção das informações coletadas visou incorporar elementos e cores mais marcantes inspirados no cartaz original, ao mesmo tempo em que deslocava o foco central do navio. Essa abordagem (figura 88) foi adotada para proporcionar uma comunicação clara, simples e direta, utilizando cores primárias nos elementos centrais. O objetivo foi criar um design que preservasse a imponência do cartaz original. Não houve rascunhos previamente criados, toda a ilustração foi construída com base no conceito e nas referências visuais, diretamente com caneta de vetores no Adobe Illustrator⁸.

⁸ Software de criação de desenhos vetoriais.

Figura 88: Ilustração finalizada.



Fonte: Da autora.

Além de explorar referências visuais e considerar atentamente a imponência do cartaz original, também foi brevemente adotado estudos de diagramação, que era um dos pré requisitos da atividade. A escolha de elementos marcantes e cores primárias contribuiu para uma comunicação clara e direta, reforçando o apelo visual da propaganda. Este projeto exemplifica a capacidade de revitalizar conceitos clássicos, adaptando-os ao contexto atual e ressaltando a relevância da criatividade e estratégia no design de comunicação. Ressaltando também o estudo de diagramação que está disposto ao lado de cada ilustração (figuras 85, 86, 87 e 88). Concluindo todos os objetivos do trabalho acadêmico e obtendo êxito em estudo de ilustração e diagramação.

Figura 89: Ilustração em propaganda.



Fonte: Da autora.

Figura 90: Ilustração em panfleto.



Fonte: Da autora.

Figura 91: Ilustração em jornal.



Fonte: Da autora.

Figura 92: Ilustração em página de revista.



Fonte: Da autora.

Estamparia - Ilustrações para estampas Meu Amigo Totoro, 2022

Equipe: Júlia Davet, Jhenifer Figueirêdo, Dayvson Lima

Com a disciplina de Desenho III, conduzida pelo professor Daniel Lourenço, foi proposto um projeto de ilustração com foco em estamparia, explorando a temática do filme animado japonês 'Meu Amigo Totoro'. Com isso deveríamos apresentar as etapas ao professor responsável durante todo o processo criativo, mostrando rascunhos e ideias para as estampas. Para seguir os pré-requisitos do projeto, a apresentação das ilustrações em estamparia deveria estar em materiais que estivessem em sintonia com o universo do filme, garantindo coerência à proposta.

Metodologia

Como citado em outros trabalhos, a metodologia utilizada no projeto atual de ilustração foi uma sintetização das metodologias de Munari (1998), Frascara (2000) e Baxter (2005), criada por Schermach (2015).

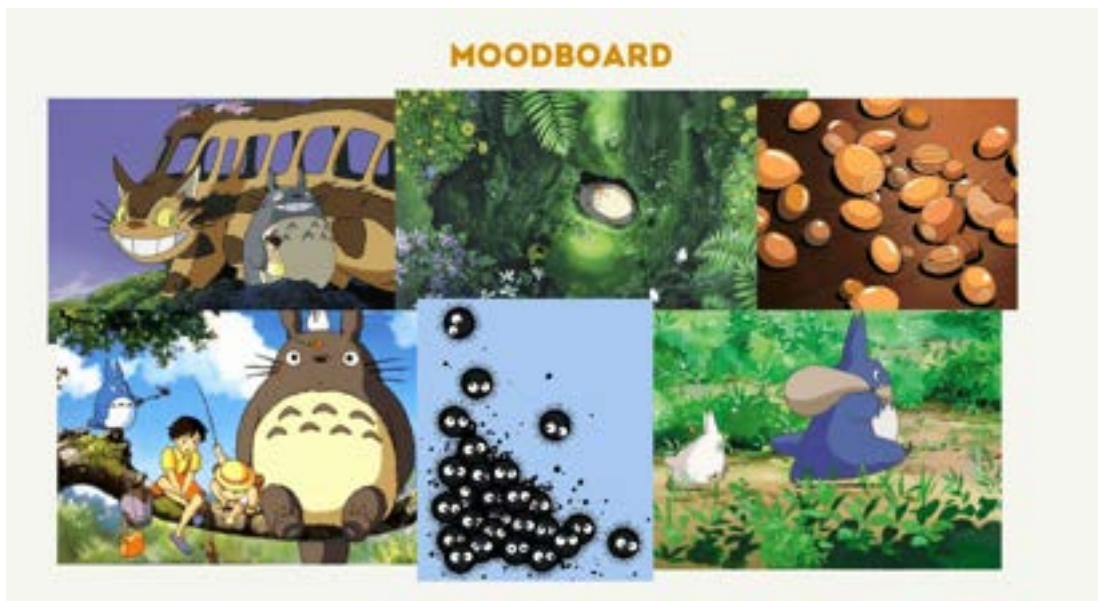
Figura 93: Metodologia de Schermach.



Fonte: Adaptado de Schermach (2015)

Com o intuito de alinhar as ideias entre os membros do grupo, optamos por construir moodboards e rascunhos, proporcionando uma base visual clara que serviria de referência para a criação das estampas. Cada membro apresentou seus protótipos ao professor durante sessões de orientação, buscando aprimorar e refinar ainda mais as concepções iniciais.

Figura 94: Moodboard para o projeto.



Fonte: Da autora

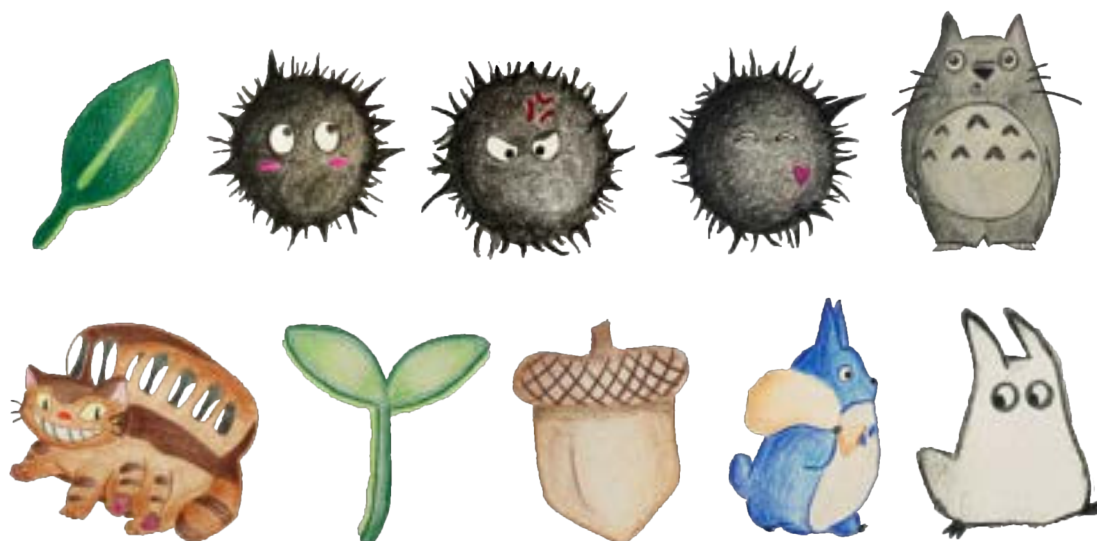
Figura 95: Rascunhos para estampas.



Fonte: Da autora

Avançando nesse contexto, conseguimos aplicar os conhecimentos de desenho e cor aprendidos na disciplina de Desenho III, materializando as estampas por meio de desenhos e colorações realizadas de acordo com os princípios estéticos e técnicas de pintura em papel explorados durante o curso. Nesse processo, desenvolvemos em estilo próprio os personagens do filme animado, incluindo o Cat Bus, Totoro, Fuligens, e complementamos as composições com elementos secundários, como folhas e nozes, criando uma síntese visual única e distintiva.

Figura 96: Ilustrações dos personagens.



Fonte: Da autora.

Apresentação

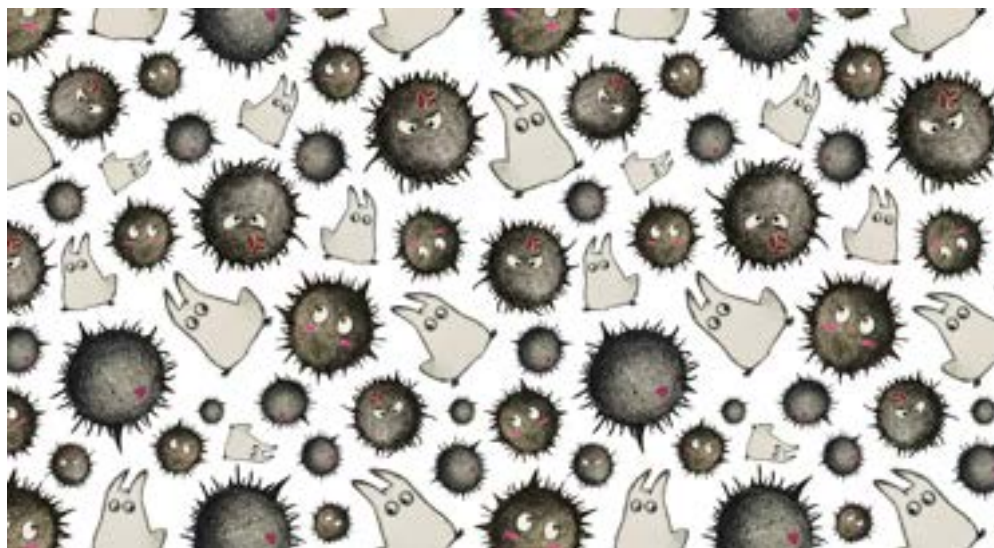
A fusão entre a estética do filme 'Meu Amigo Totoro' e a expressão criativa resultou em peças únicas e significativas, destacando a importância da integração entre a teoria e a prática no campo do design e da ilustração no segmento de estampas. Dessa forma, foram escolhidos os personagens de forma que eles ficassem harmônicos nas estampas, dando equilíbrio visual.

Figura 97: Estampa primária.



Fonte: Da autora.

Figura 98: Estampa secundária.



Fonte: Da autora.

Para que fosse possível as aplicações em produtos que remetesse ao filme, foram criados patterns através do photoshop, que posteriormente seriam aplicados em mockups de guarda-chuva, botas de chuva e capa de chuva, fazendo alusão a cena icônica dos personagens no ponto de ônibus em meio a chuva.

Figura 99: Aplicação de estampa em capa de chuva.



Fonte: Da autora.

Figura 100: Aplicação de estampa em bota de chuva.



Fonte: Da autora.

Figura 101: Aplicação de estampa em chapéu infantil.



Fonte: Da autora.

Figura 97: Aplicação de estampa em guarda-chuva.



Fonte: Da autora.

A jornada de criação e aplicação das estampas inspiradas no filme 'Meu Amigo Totoro' representou fusão bem-sucedida entre a estética cinematográfica e a expressão artística, também evidenciou a importância da integração entre teoria e prática no universo do design e da ilustração. Ao desenvolver padrões e aplicá-los em produtos, conseguimos transformar a inspiração artística em itens tangíveis, conectando de forma vívida o imaginário do filme à realidade funcional e estilizada.

Considerações finais

Ao longo deste projeto de portfólio e do curso de Design Gráfico em si, foram exploradas diversas faces e desafios inerentes à jornada de um designer. A análise aprofundada de projetos práticos e teóricos proporcionou uma compreensão abrangente das complexidades do design gráfico. Com isso, foram selecionados dez projetos de destaque da autora neste trabalho acadêmico, que conclui um portfólio e compreende sua importância para a jornada após a faculdade.

A importância do design como ferramenta de comunicação efetiva foi de extrema importância, destacando seu papel na transmissão de mensagens, na construção de identidades visuais como o projeto “Matheus Firmino” que trouxe desafio de fugir do óbvio e apresentar uma marca impactante e diferenciada, como também no projeto “Luana Pires” que carrega uma grande responsabilidade em se comunicar com pessoas que necessitam de ajuda profissional no âmbito da saúde.

O entendimento das nuances de elementos visuais, como tipografia, cor, e layout, foi fundamental para a criação de peças que não apenas atendem aos requisitos estéticos, mas também comunicam de maneira clara e memorável. A abordagem interdisciplinar, incorporando conhecimentos de áreas como psicologia visual, marketing e tecnologia, permitiu experiências únicas em cada um dos projetos.

A adaptação constante às tendências e a compreensão das demandas do público-alvo foram identificadas como aspectos cruciais para a relevância e êxito no cenário dinâmico do design gráfico. Foram enfrentados desafios que demandam criatividade, resiliência e habilidades técnicas. A revisão crítica de cada fase do processo, aliada ao feedback construtivo, contribuiu para um contínuo aprimoramento e refinamento das soluções propostas.

Além disso, a jornada da maioria dos projetos não foi feita sozinha, ser designer não é apenas entregar um bom projeto, contudo solucionar problemas de forma coesiva. Nesse mesmo caminho, pode-se dizer que ser designer é crescer em conjunto, aprendendo diariamente consigo mesmo e com os outros, sejam eles designers ou clientes. Ampliando-se e aprendendo de tal forma, é possível ver a evolução de uma flor em meio a adversidade que é se dedicar ao estudo, ser formado em design é desabrochar em meio a vida e conquistas.

REFERÊNCIAS

LANDA, Robin. **Graphic Design Solutions**. Edição 6 [S. l.]: Cengage Learning, 2018. 404 p.

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

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

SCHERMACH, A. . PROPOSTA DE APERFEIÇOAMENTO DE METODOLOGIA APLICADA AO DESIGN. **Unoesc & Ciência** - ACET , v. 1, p. 73-82, 2015.

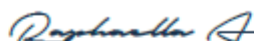
Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que a profissional JHENIFER STEFANY MONTEIRO FIGUEIREDO, inscrita no CPF sob o nº 127619104-95, prestou serviço como Designer, para o contratante ALVES DESIGN STUDIO, inscrito no CNPJ sob o nº 48070233/0001-97, no período de 18 de novembro de 2022 e 25 de agosto de 2023.

Sendo assim, esta declaração confirma que as informações prestadas são verdadeiras, tendo a designer JHENIFER FIGUEIREDO desenvolvido, entre outras, as seguintes identidades visuais:

- Fotógrafo Matheus Firmino
- Lidera – Soluções Imobiliárias

João Pessoa, 30 de novembro de 2023.



Sócia Administradora



Escaneie a imagem para verificar a autenticidade do documento
Hash SHA256 do PDF original #7141ea1acd510815af6f2929038850a4a4e03171d33e0ad41765c92b554f3cc5
<https://valida.ae/00768099d245bebf6d4d3a7b0bdda63cb7fad93e7c1b79826>






Página de assinaturas



Raphaella Alves
057.699.194-50
Signatário

HISTÓRICO

- 30 nov 2023 22:17:28  Alves Design Studio criou este documento. (E-mail: alvestudio.contato@gmail.com)
- 30 nov 2023 22:18:26  Raphaella Belmont de Siqueira Alves (E-mail: raphabelmont@gmail.com, CPF: 057.699.194-50) visualizou este documento por meio do IP 187.19.177.162 localizado em João Pessoa - Paraíba - Brazil
- 30 nov 2023 22:19:28  Raphaella Belmont de Siqueira Alves (E-mail: raphabelmont@gmail.com, CPF: 057.699.194-50) assinou este documento por meio do IP 187.19.177.162 localizado em João Pessoa - Paraíba - Brazil



Escaneie a imagem para verificar a autenticidade do documento
Hash SHA256 do PDF original #7141ea1acd510815ef6f2929038850a4a4e03171d33e0ad41765c92b554f3cc5
<https://valida.ee/00768099d245bebf6d4d3a7b0bdda63cb7fad93e7c1b79826>





DECLARAÇÃO DE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS

Para os devidos efeitos, a empresa XAVI CREATIVE, microempreendedor individual, com sede no Município de João Pessoa, Estado da Paraíba, na Rua Maria Nely Trajano de Souza, n. 136, Bairro José Américo de Almeida, CEP 58073-481, inscrita sob o CNPJ nº 35.323.694/0001-82, declara que o Sr. Jhenifer Stéfany Monteiro Figueiredo, inscrita no CPF 127.619.104-94, exerce a função de Designer Gráfico, desde 02 de agosto de 2023, sem interrupção.

Local: João Pessoa, Paraíba.
Data: 30 de novembro de 2023.

Lucas Xavier


Lucas Xavier da Silva
CPF: 448.969.588-88
Proprietário

Declaração de serviço de design gráfico

Declaro que a profissional Jhenifer Stéfany Monteiro Figueirêdo, de CPF 127.619.104-94, prestou serviço de Design de Identidade Visual para a contratante Luana Nascimento Pires, CPF 105.682.054-30, CRN 33273, no período de 14/07/2023 a 13/08/2023.

Essa declaração confirma que todas as informações são verdadeiras.

João Pessoa, 30 de novembro  Documento assinado digitalmente
LUANA NASCIMENTO PIRES
Data: 30/11/2023 17:32:17-0300
Verifique em <https://sistemas.jf.gov.br>

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

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Entrega de Trabalho de conclusão de curso - Jhenifer Figueirêdo

Assunto:	Entrega de Trabalho de conclusão de curso - Jhenifer Figueirêdo
Assinado por:	Jhenifer Figueirêdo
Tipo do Documento:	Tese
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Jhenifer Stéfany Monteiro Figueirêdo, ALUNO (202027010007) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 27/03/2024 14:46:44.

Este documento foi armazenado no SUAP em 27/03/2024. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1128284

Código de Autenticação: 3e351c6d2a

