



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

PORTFÓLIO DE DESIGN GRÁFICO

EUDES RUFINO DA SILVA FILHO

**CABEDELLO-PB
2025**

PORTFÓLIO DE DESIGN GRÁFICO

EUDES RUFINO DA SILVA FILHO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, para a obtenção do título de tecnólogo no Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico.

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

**CABEDELLO-PB
2025**

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

S586p Silva Filho, Eudes Rufino da.

Portfólio de design gráfico. /Eudes Rufino da Silva Filho. - Cabedelo, 2025.
128f. il.: Color.

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

Orientadora: Profa. Ma. Luciana Mendonça Dinoá Pereira.

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

CDU 744.8



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

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

Eudes Rufino da Silva Filho

Portfólio de Design Gráfico

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

Aprovado em 05 de fevereiro de 2025

Membros da Banca Examinadora:

Profa. Me. Luciana Mendonca Dinoa Pereira

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Dr. Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Esp. Antunes Vila Nova Neto

Cabedelo-PB/2025

Documento assinado eletronicamente por:

- **Luciana Mendonca Dinoa Pereira**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/04/2025 14:39:31.
- **Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/04/2025 15:56:08.
- **Antunes Vila Nova Neto**, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO, em 11/04/2025 20:06:50.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 09/04/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 698636
Verificador: f6ef83bc38
Código de Autenticação:



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

SUMÁRIO

1. Resumo:	4
2. Abstract:	5
3. Introdução:	6
4. Metodologia:	8
5. Portfólio de projetos:	10
5.1. Coleção de livros distópicos:	11
5.2. Pulse:	27
5.3. Animação escolar:	40
5.4. Projeto quadrinhos:	53
5.5. Napne:	63
5.6. Home Snack:	71
5.7. Brasuco:	80
5.8. Chocolates tupã:	89
5.9. Parque natural municipal de Cabedelo:	102
5.10. Excentrize:	115
6. Considerações finais:	125
7. Referências:	126

1. RESUMO

O seguinte portfólio acadêmico seleciona dez projetos de design desenvolvidos durante o período de graduação em design gráfico no IFPB, relacionados às áreas de ilustração digital e identidade visual. O mesmo tem por objetivo contemplar os resultados dos projetos concluídos, expor a importância do trabalho com ilustrações e o uso de metodologias, processos e pensamentos criativos presentes nos projetos. A metodologia aplicada nos projetos de ilustração se deu pela escolha de Gavin (2011), enquanto aos de identidade visual, a metodologia de Peón (2009). O portfólio, portanto, ressalta a relevância da presença da técnica de ilustrações em projetos, como também o uso de metodologias nas identidades visuais e ilustrações nos projetos de design.

Palavras-chave: Portfólio, design gráfico, identidade visual e ilustração.

2. ABSTRACT

The following academic portfolio selects ten design projects developed during the graphic design undergraduate period at IFPB, related to the areas of digital illustration and visual identity. Its objective is to contemplate the results of completed projects, to expose the importance of working with illustrations and the use of methodologies, processes and creative thoughts present in the projects. The methodology applied in the illustration projects was chosen by Gavin (2011), while in the visual identity projects, the methodology of Peón (2009). The portfolio, therefore, highlights the relevance of the presence of the illustration technique in projects, as well as the use of methodologies in visual identities and illustrations in design projects.

Keywords: Portfolio, graphic design, visual identity and illustration.

3. INTRODUÇÃO

Segundo Brito (2009), um portfólio acadêmico pode ser definido como uma amostra de trabalhos que revela o seu progresso, esforço e realizações, assim como evidencia o processo de aprendizagem, crescimento e desenvolvimento, ou seja, um portfólio se refere a uma seleção de projetos que demonstram as capacidades do design em formação, principalmente para aqueles que almejam entrar no mercado de trabalho.

Através deste portfólio na área de design gráfico, referente ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), serão apresentados dez projetos destinados especificamente ao desenvolvimento de identidades visuais¹ e ilustrações² em trabalhos acadêmicos e profissionais, contribuindo para visualizar as técnicas e habilidades adquiridas durante todo o curso e criar oportunidades para o mercado de trabalho.

Tendo em vista a forte presença e apelo visual que temos vivenciado nos últimos anos, somos atingidos de informações visuais diariamente por meio dos diversos tipos de mensagem e transmissão nos meios digitais e físicos como propagandas, anúncios e exposição de marcas. Segundo Neves (2011), o profissional em design gráfico entra como responsável pelas criações e condução dessas mensagens visuais, encontrando soluções e alternativas mais assertivas, consciente da sua responsabilidade social. Ou seja, hoje ainda mais do que nunca há de haver cada vez mais a participação de designers no mercado para contribuição e construção de projetos visuais coerentes e responsáveis, utilizando-se de seus conhecimentos em metodologias e técnicas adquiridas em sala de aula.

¹ Identidade visual: "Define-se "identidade visual" como o conjunto de vários elementos gráficos e visuais que comunicam alguma mensagem". (NATHALIA GASPAR, 2021).

² Ilustração: "Define-se "ilustração" por uma imagem que passa uma mensagem, que pretende informar, explicar ou auxiliar no entendimento de algo". (SIGNIFICADOS, 2024).

Segundo Alina Wheeler (2008, p. 12) “a marca é a promessa, a grande ideia e as expectativas que residem na mente de cada consumidor a respeito de um produto, de um serviço ou de uma empresa. As pessoas se apaixonam pelas marcas, confiam nelas.”, a marca, portanto, é a chave da comunicação entre as empresas e seus públicos, sendo peça chave na construção. A identidade visual é a forma como serão aplicados os valores e personalidade de qualquer organização, através principalmente de sua marca, paleta de cores, tipografia e materiais gráficos. O designer por sua vez tem o papel de transformar esses valores em aspectos visuais, desenvolvendo os materiais gráficos capazes de proporcionar diferenciação em relação às outras marcas e aproximação com seu público-alvo.

O designer além de trabalhar com metodologias e pensamentos estratégicos para criação de seus projetos também pode contar com a ilustração para enriquecimento e abertura de novas possibilidades para desenvolvimento de soluções visuais. A presença de ilustrações contribui para trazer novos sentidos e complementar informações que apenas o uso de textos não seriam capazes.

Uma imagem vista sozinha, sem nenhuma palavra, fica aberta a interpretações. Adicionando-se texto a ela, altera-se o sentido. A linguagem escrita torna-se um delimitador para a imagem, delimitando a compreensão do observador, tanto por meio do conteúdo das palavras como pelo estilo e pela localização da tipografia. Do mesmo modo, as imagens podem mudar o sentido do texto. (Lupton & Phillips, 2008, p. 108)

Seguindo as metodologias do design thinking de Gavin (2011) para os projetos de ilustração e para os de identidade visual a metodologia de Peón (2001), neste trabalho acadêmico serão apresentados 10 projetos em ordem por cada área, sendo detalhados para exposição dos obstáculos superados, metodologias e técnicas escolhidas dentro de cada uma das problematizações, encontrando as soluções mais adequadas para cada um deles. O objetivo é a apresentação dos projetos de identidade visual e ilustração desenvolvidos e ressaltar para o leitor, por meio desses mesmos projetos, a importância da construção das identidades visuais e ilustrações dentro de cada projeto.

4. METODOLOGIA

As metodologias utilizadas para embasamento na solução dos problemas dos projetos, seja de clientes ou nas disciplinas do curso, bem como seus respectivos autores estão descritas abaixo:

4.1 Gavin Ambrose (Design thinking) (2011)

A metodologia desenvolvida por Gavin (2011) baseada na ideia do *design thinking* se divide em sete etapas: definição, pesquisa, geração de ideias, teste de protótipos, seleção, implementação e aprendizado.



Figura 1 – Etapas metodologia para ilustração

Fonte: Imagem do autor

1. **Definição:** Uma compreensão dos problemas, público-alvo e definição do escopo do projeto.
2. **Pesquisa:** Análise das informações disponíveis para inserção no processo criativo, podendo ser quantitativa ou qualitativa.
3. **Geração de ideias:** Onde as necessidades do consumidor final e suas motivações são identificadas e as ideias são geradas através de diversos meios.
4. **Teste de protótipos:** Avalia a resolução ou o desenvolvimento das ideias, para assim serem apresentadas para análise por um pequeno grupo de usuário e depois apresentado ao cliente.
5. **Seleção:** Apresentação e avaliação das escolhas propostas em relação ao objetivo do projeto.

6. **Implementação:** Trata do desenvolvimento final e entrega para o cliente.
7. **Aprendizado:** *Feedback* do cliente e do público-alvo que o designer deve buscar para constatação de resultados e melhorias.

4.2 Maria Luísa Peón (2001)

A metodologia de Peón (2001) para projetos de identidade visual consiste na divisão de três principais fases de projeção: problematização, concepção e implementação.



Figura 2 – Etapas metodologia para identidade visual

Fonte: Imagem do autor

1. **Problematização:** Diagnóstico de todos os dados e informações relevantes para imersão no problema.
2. **Concepção:** Etapa delimitada em 5 etapas para construção do projeto: geração de alternativas, definição de partido, solução preliminar, validação e solução.
3. **Implementação:** Definição das especificações com o cliente para implementação do projeto.

5. PORTFÓLIO DE PROJETOS

O meio de explicação para o processo de construção de cada projeto foi desenvolvido para demonstrar a trajetória e problemas encontrados no caminho, sendo dividido nos seguintes tópicos: sobre, contextualização do projeto em si; metodologia, o processo de criação do projeto aplicando as etapas da respectiva metodologia e por fim o tópico de conclusão, análise dos resultados obtidos.

Os projetos citados neste trabalho de conclusão de curso também estão disponíveis para visualização neste link do site do behance <https://www.behance.net/eudesrufino>.

5.1. Coleção de livros distópicos (2022) - Ilustração

5.1.1 Sobre

Esse trabalho foi proposto pela disciplina de metodologia de projeto, ministrada pelo Professor Rafael Leite Efrem de Lima. Consistia em um trabalho realizado em grupo com cinco integrantes que tinha como objetivo a execução de redesign³ de capas de livros já existentes independentemente do seu gênero literário, projetando três diferentes coleções de livros com três títulos cada, podendo estar interligadas ou não na mesma franquia. Por fim, selecionar dentre as três coleções, qual seria a mais adequada após todo o processo metodológico. O autor ficou responsável pela elaboração de um desses três modelos de coleções, enquanto o restante do grupo, Bruna dos Santos, Lucas Alves, Maria Clara Diniz e Yasmim Peyroton ficaram responsáveis pela elaboração dos demais e das suas respectivas etapas criativas.

5.1.2 Metodologia

Como projeto voltado à ilustração, seguiu as etapas da metodologia de Gavin (2011) devido a flexibilidade e geração de alternativas, sendo o projeto dividido em sete etapas: definição, pesquisa, geração de ideias, teste de protótipos, seleção, implementação e aprendizado.

5.1.3. Definição

Pela liberdade de escolha dos mais diversos temas e sem nenhuma

³ Redesign: “Processo de voltar a desenhar um produto, fazendo-lhe alterações e melhoramentos nos seus aspetos técnicos e funcionais, de modo a otimizá-lo e a conseguir maior competitividade comercial”. (INFOPÉDIA, 2024).

restrição considerável, à escolha do grupo se deu a partir do tema distopia como ponto de partida para seleção das obras. Distopia define-se por “Lugar hipotético onde se vive sob sistemas opressores, autoritários, de privação, perda ou desespero; anti utopia” (DISTOPIA, 2024). Devido à temática que trata de temas mais delicados e polêmicos, houve grande interesse dos envolvidos no desafio de representação do mesmo, já que garante margem para maior liberdade naquilo que serão visualmente as representações das obras. Após pesquisa do grupo, ficaram definidas como obras selecionadas: “1984” e “A revolução dos bichos” de George Orwell e “Admirável mundo novo” de Aldous Huxley, que compartilham, sobretudo, temas semelhantes, e também são consideradas as obras mais relevantes e conhecidas das distopias clássicas.

5.1.4. Pesquisa

Tendo em vista a particularidade deste tema em relação aos outros no campo literário, houve dificuldade de encontrar um estilo visual capaz de representar e ao mesmo tempo criar algo novo e único, baseados nas tramas já estabelecidas de George Orwell e Aldous Huxley. Estas, trazem mensagens e dilemas bastantes complexos sobre felicidade, privacidade, liberdade de direito e de expressão, críticas aos movimentos sociais, dentre outros para seus leitores e a sociedade como um todo, tornando-se um verdadeiro desafio para qualquer designer captar essas mensagens e aplicá-las visualmente.

Por mais que já houvessem indícios referentes às tramas de cada obra em suas sinopses, apenas na conclusão de sua leitura pôde-se extrair toda atmosfera e imersão naqueles universos distópicos, sendo fundamental para que houvesse um direcionamento no processo do que designers gráficos podem fazer para representar esse legado. Graças a isso, ficou decidido que não haveria capas que retratassem cenas específicas retiradas dos textos, mas sim uma ilustração com bastante impacto, criada do zero, que referencia grande parte das mensagens obtidas e contexto da narrativa que será lida.

1984: Grande imagem central do tema distopia no campo literário, 1984 segue a história de Winston Smith, que vive em um país fictício com regime totalitário chamado Oceânia. Através do controle total de seus cidadãos, o grande irmão, figura que representa todo o poder do estado, vigia todos a partir do uso de câmeras e televisores para observar se os comportamentos estão de acordo com o que pode e o que não pode e evitar o surgimento de opositores ao seu regime.

Sobretudo nessa narrativa, a presença das câmeras e vigilância constante das pessoas, vivendo em total ignorância pela manipulação da verdade realizada pelo governo, traduz muito bem a imagem e dilemas centrais da trama para que seja representada na ilustração da capa.

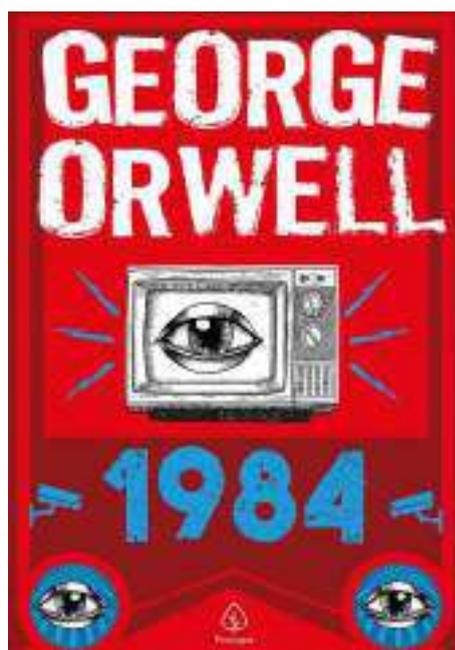


Figura 3 – Capa já existente do livro “1984”. Fonte: Amazon URL: <https://www.amazon.com.br/1984-George-Orwell/dp/6555522267>

Admirável mundo novo: Por se tratar de uma narrativa distópica que retrata uma sociedade com regime totalitário, a primeira vista deve-se pensar que será regida através do medo, da punição e da violência. Entretanto, como seu maior diferencial em relação às outras obras com mesma temática, aqui todos

nessa sociedade vivem pacificamente e bem de acordo com o que é considerado certo por essa sociedade futurista, restringindo as emoções e comportamentos desde o nascimento, além de lhes trazer uma felicidade artificial e falta de pensamento crítico através de uma substância em pílulas conhecida como “soma”.

Tendo em vista esses elementos que marcam a história como um todo, procuramos centralizar a imagem da obra a partir das pílulas, usando um dos catalisadores dos problemas da narrativa como referencial visual para fácil identificação por parte dos seus leitores.

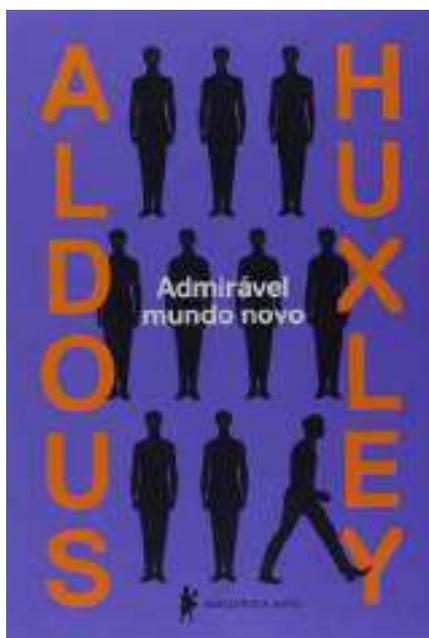


Figura 4 – Capa já existente do livro “Admirável mundo novo”. Fonte: Amazon URL: <https://www.amazon.com.br/Admir%C3%A1vel-mundo-Aldous-Leonard-Huxley/dp/8525056006>

Revolução dos bichos: Ao não suportarem mais a vida complicada causada pelos maus tratos causados por seu dono, animais de uma granja liderados pelos porcos discutem e decidem ir contra os humanos para criação de uma sociedade ideal para eles viverem uma vida melhor, mas que ao decorrer desse ideal, novas ideologias e métodos vão sendo praticados e aos poucos os animais vão se aproximando do que eles mais odiavam. Graças a humanização

dos animais, a revolução dos bichos trata de temas como revolução, manipulação, totalitarismo de uma forma satirizada, expondo-os num contexto simples, mas de fácil compreensão ao público.

No decorrer da narrativa percebemos a maior relevância e importância dos porcos em relação aos outros animais, assim como a transformação gradual da sua figura, indo originalmente de um ideal líder, até um tirano. Portanto, a importância dos porcos deveria ser retratada em relação aos outros animais e o ambiente em questão.

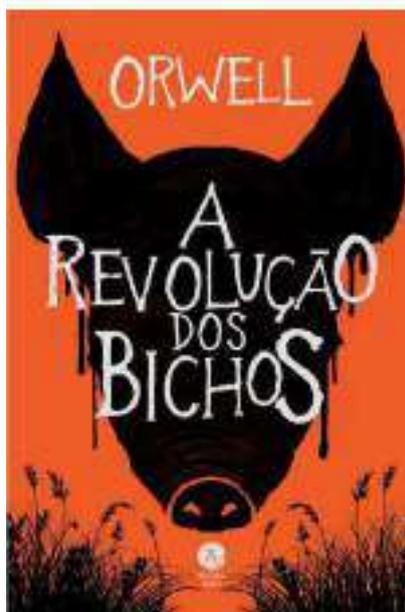


Figura 5 – Capa já existente do livro “A revolução dos bichos”. Fonte: Vide editorial URL: <https://videeditorial.com.br/a-revolucao-dos-bichos>

5.1.5. Geração de ideias

Após a leitura e aprofundamento dos elementos que seriam representados nas ilustrações para capa, foi realizada uma busca por referenciais dentro do que havíamos visualizado a partir do teor mais maduro das obras, com elementos de mistério. Apesar do apelo por um tom mais sério, a escolha por uma ilustração digital se deu por uma caracterização menos realista e densa de informações e que fosse mais atrativa aos diferentes públicos, principalmente aqueles ainda não

muito familiarizados com esse tipo de história.



Figura 6 – Referências para as ilustrações de capa

Fonte: Imagem do autor

5.1.6. Teste de protótipos

Apesar de já compartilharem entre si o tema e dilemas semelhantes, faltava algum teor visual capaz de interligá-los entre si para incorporar melhor a ideia de fazerem parte de uma coleção de livros. Portanto, houve a ideia de que cada ilustração seria estruturada num espaço restrito a fim de transmitir a sensação de mistério e criar mais perguntas do que respostas a respeito do que essas ilustrações representam para a obra, rascunhos referentes a figura 3 logo abaixo. Com os rascunhos bastante sintetizados para trazer à tona apenas os elementos presentes e seus posicionamentos dentro do enquadramento utilizando silhuetas bem definidas, foi passado os rascunhos ao meio digital.



Figura 7 – Rascunho referente ao livro “1984”

Fonte: Imagem do autor



Figura 8 – Rascunho referente ao livro “Admirável mundo novo”

Fonte: Imagem do autor



Figura 9 – Rascunho referente ao livro “A revolução dos bichos”

Fonte: Imagem do autor

Através do software de design, Adobe Illustrator, foi realizado o processo de vetorizar⁴ os rascunhos a fim de produzir melhor qualidade de resolução para a ilustração. Após isso, foram coloridos com uso de tons escuros em contraste com uma cor predominante, referente ao teor narrativo da obra, alinhando-se às teorias de psicologia das cores e suas atribuições a diferentes emoções e sensações, como será explicado mais adiante.

⁴ Vetorizar: “É uma forma de transformar os pixels de uma imagem em curvas, linhas e pontos, com a possibilidade de modificar seus elementos separadamente”. (RENATO RIBEIRO, 2018).

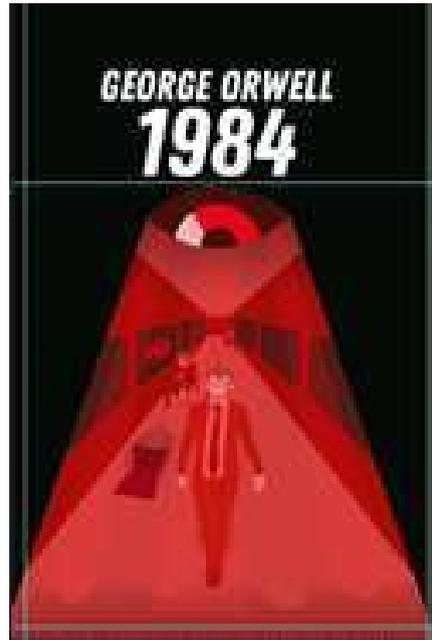


Figura 10 – Primeira versão digital da capa de “1984”

Fonte: Imagem do autor

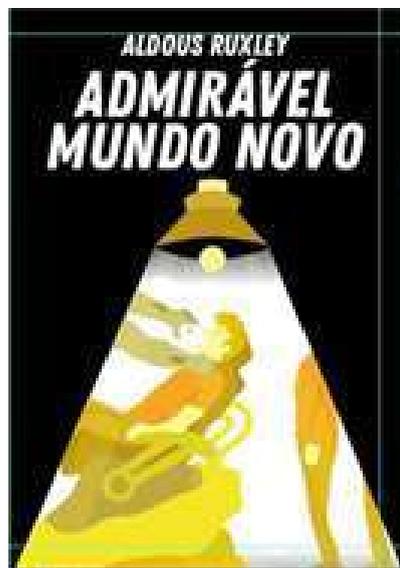


Figura 11 – Primeira versão digital da capa de “Admirável mundo novo”

Fonte: Imagem do autor

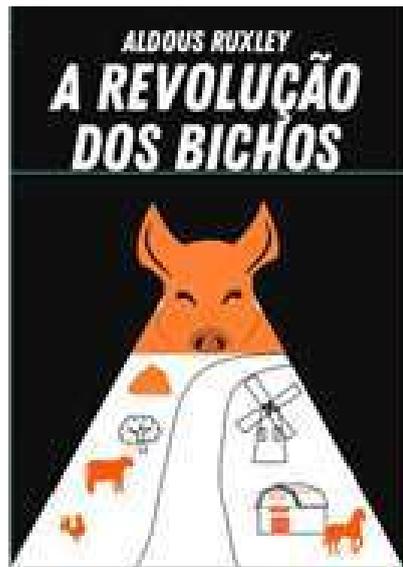


Figura 12 – Primeira versão digital da capa de “A revolução dos bichos”

Fonte: Imagem do autor

C: 00 R: 28 M: 00 G: 28 Y: 00 B: 28 K: 89 #1C1C1C	1984 C: 00 R: 165 M: 88 G: 20 Y: 90 B: 17 K: 35 #A51411	C: 00 R: 229 M: 82 G: 42 Y: 77 B: 53 K: 10 #E52A35
A revolução dos bichos C: 00 R: 28 M: 00 G: 28 Y: 00 B: 28 K: 89 #1C1C1C	C: 00 R: 118 M: 77 G: 27 Y: 72 B: 33 K: 54 #761B21	C: 00 R: 206 M: 80 G: 42 Y: 73 B: 56 K: 19 #E52A35
Admirável mundo novo C: 00 R: 28 M: 00 G: 28 Y: 00 B: 28 K: 89 #1C1C1C	C: 00 R: 183 M: 18 G: 150 Y: 74 B: 48 K: 28 #B79630	C: 00 R: 225 M: 2 G: 220 Y: 41 B: 133 K: 12 #E1DC85

Figura 13 – Paleta de cores principais referente a cada livro

Fonte: Imagem do autor

5.1.7. Seleção

A escolha tipográfica se deu pela busca de fontes que fossem chamativas e dentro do arquétipo visual que já havia sido esquematizado anteriormente: formas e silhuetas bem definidas. Portanto, para o título e outros textos de relevância para a capa, a família da fonte "code next" foi utilizada, possuindo bastante peso nas formas de cada letra. E para a 4° capa, destinada para informações sobre a obra, a família da fonte "lato" se encaixou por se assemelhar a fonte "code next" e possuir uma maior versatilidade e legibilidade. Além disso, a diagramação da capa foi novamente feita no Illustrator para construção de um grid que permitisse coerência entre as 3 obras e suas diferentes ilustrações.



Figura 14 – Tipografias utilizadas durante o desenvolvimento

Fonte: Imagem do autor

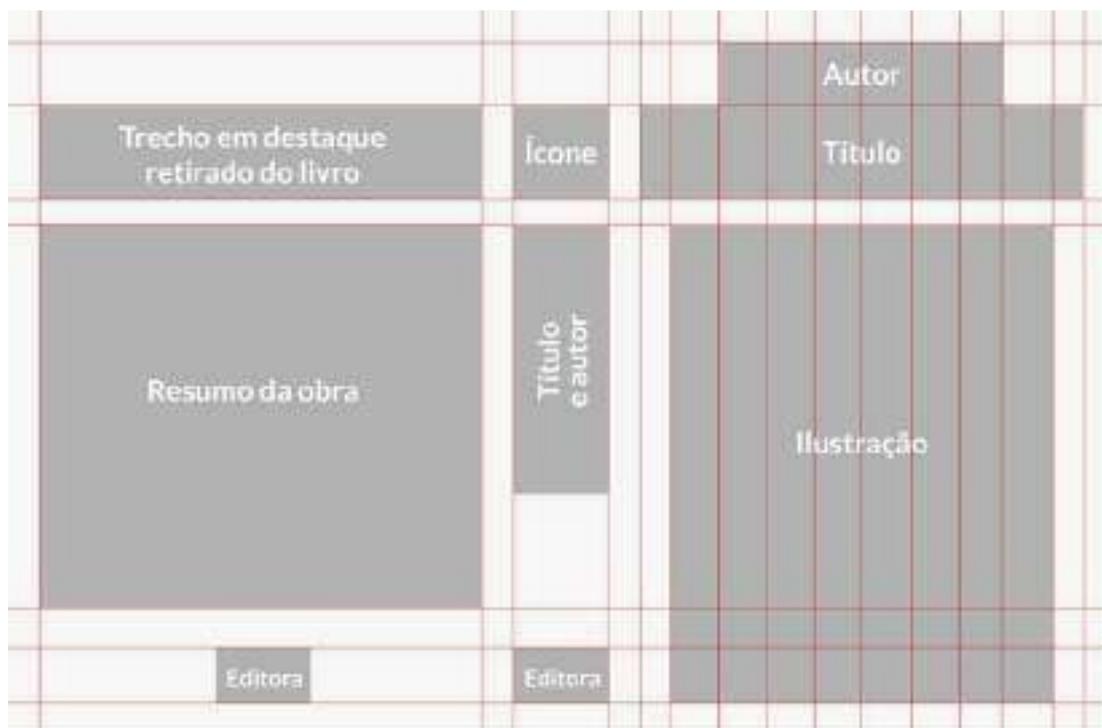


Figura 15 – Grid construído para definição do layout padrão a ser seguido

Fonte: Imagem do autor

Na capa, o nome do autor e o título da obra antecedem a ilustração, a fim de criar uma chamada para a obra e complementar o total protagonismo das ilustrações. Enquanto na lombada, o título se repete e algum elemento marcante referente a cada uma das histórias é posicionado para referenciar a determinada história, sem a necessidade de visualização da capa. Por fim, a 4ª capa contém um texto retirado diretamente do livro como frase de impacto que antecede uma sinopse sobre a obra.

5.1.8. Implementação

1984: Como toda a trama se trata de uma revolta e questionamentos contra o sistema político totalitário, o uso predominante da cor vermelha se deu pelo fato da mesma, de acordo com a psicologia das cores, ser uma cor que referencia e

desperta sentimentos e sensação de potências muito fortes como o amor. Na ilustração, enquanto outros personagens estão sentados e entregues ao sistema num espaço fechado e contínuo, apenas um personagem com cores distintas se revolta e acaba direcionando todos os olhares dos olhos, elementos estes que são a marca da obra e que são retratados como a representação do grande irmão, persona que exerce toda dominação presente na história.



Figura 16 – Capa e ilustração definitiva referente à obra “1984”

Fonte: Imagem do autor

Admirável mundo novo: Num ambiente mais futurista em que as pessoas vivem vidas idealizadas e pacíficas, a felicidade é algo que é apenas obtido artificialmente através de pílulas. Com uso de cores predominantemente amareladas, referenciando a cor da alegria, a ilustração demonstra elementos futuristas, através da cadeira, e pessoas em fila em busca da tão cobiçada pílula, pílula esta entregue por braços fortes que ao mesmo tempo que dão, estrangulam as pessoas, referenciando o governo que rege.



Figura 17 – Capa e ilustração definitiva referente à obra “admirável mundo novo”

Fonte: Imagem do autor

A revolução dos bichos: Inicialmente havia-se os rascunhos que indicavam a perspectiva da ilustração através do olhar do porco, todavia, após alguns testes e tentativas, foi perceptível a falta de clareza e elementos que referenciam mais a mensagem da obra. Após novos rascunhos e ideias, a nova versão conta agora com um protagonismo ainda maior do porco, tratando ele como um ser superior em relação a toda fazenda e animais em sua volta, apelando por aspectos estéticos que reafirmam sua superioridade, como seu tamanho exagerado, vestimentas semelhantes aos humanos e tons de cores avermelhados para transmitir a sensação de impiedade.



Figura 18 – Capa e ilustração definitiva referente à obra “A revolução dos bichos”

Fonte: Imagem do autor

5.1.9. Aprendizado

A seleção destas capas em relação às outras 2 propostas do grupo se deu pela maior compatibilidade das ilustrações em relação ao tom das histórias, captando elementos que referenciam acontecimentos e transmitem algumas das mensagens que serão debatidas dentro do texto. Toda a construção do projeto se deu pelo desafio de representação de temas tão complexos através da ilustração vetorial, feitas pensando num público que ainda não havia consumido nenhuma dessas obras conhecidas do meio, trazendo uma roupagem menos densa e mais atrativa aos diferentes públicos.

5.1.10. Conclusão

O projeto como um todo foi um desafio por conta dos prazos e inexperiência por parte dos integrantes do grupo. O desafio de ilustrar com base em metodologias e estudos trouxe uma experiência incrível, capaz de mudar a perspectiva que se tinha até então ao desenvolver projetos de design gráfico, criando oportunidades de utilizar a técnica da ilustração em muitos projetos seguintes e aperfeiçoá-la ainda mais.

5.2 Pulse: Ilustração (2023)

5.2.1 Sobre

Projeto desenvolvido em grupo durante a disciplina de planejamento visual I, pela professora Renata Amorim. O projeto consistia no desenvolvimento de uma nova identidade visual para o evento anual de design do IFPB campus Cabedelo, o pulse, em que alinhado com outras matérias do mesmo período foram requisitados materiais entregues específicos como na de fotografia II, mockups de objetos e materiais comuns que são distribuídos em eventos, enquanto na disciplina de desenho III, um mapa ilustrado da Paraíba que tivesse ligação com o tema do pulse daquele ano: o design como agente transformador do artesanato paraibano. O autor ficou responsável diretamente pela ilustração completa do mapa, enquanto os outros integrantes do grupo, Bruna dos Santos, Maria Clara Diniz e Yasmim Peyroton se dividiram na identidade visual e nas fotografias.

5.7.2 Metodologia

Como projeto voltado à ilustração, seguiu as etapas da metodologia de Gavin (2011) devido a flexibilidade e geração de alternativas, sendo o projeto dividido em sete etapas: definição, pesquisa, geração de ideias, teste de protótipos, seleção, implementação e aprendizado.

5.2.3. Definição

O evento Pulse trata-se de um evento criado por designers para designers, porém sendo aberto ao público para participação e imersão no universo do designer gráfico e de suas particularidades. Entretanto, o Pulse de 2023 seria um pouco diferente, com um escopo maior e trazendo consigo os profissionais do artesanato paraibano, sendo uma forma de alinhar essas duas áreas com contribuições dos processos e metodologias por parte dos designers gráficos e da manualidade e individualidade das artes criadas pelos artistas artesanais da

Paraíba. Com essa abordagem em destaque, o projeto como um todo, identidade visual, ilustrações e fotografias, foi desenvolvido buscando trazer conexão entre técnicas manuais e artesanais com os meios digitais e metodologias do profissional do designer. Para o mapa ilustrado da Paraíba, o que foi requisitado seriam ilustrações feitas à mão que tivessem o uso do nanquim de alguma forma, sendo também necessário à presença das cidades e pontos que demarcam todos os campus do IFPB, além de que as ilustrações trouxessem aspectos característicos da cultura paraibana.

5.2.4. Pesquisa

Após uma visita realizada ao museu do artesanato paraibano com o objetivo de inspirar e fazer os grupos conhecerem a cultura do artesanato paraibano para enriquecer o projeto de identidade visual do pulse, foi possível observar como a arte da Paraíba é riquíssima e bastante diversa, com obras dos mais diversos materiais e técnicas. O que mais chama atenção é o uso de cores de forma explosiva e obras com bastante movimento e fluidez, bem distinto dos estereótipos já pré visualizados por todos sobre a caracterização da arte da Paraíba, com ausência de cores e aspectos somente do povo sertanejo. A principal inspiração que contribuiu para o direcionamento da identidade visual foram as obras do Guariguazi de Lima, obras essas que além de uma paleta de cores variada e bastante rica, usa e abusa do movimento e exagero em suas obras, trazendo uma sensação única e diferenciação das demais. O desenvolvimento da identidade visual se traduz diretamente no aprendizado obtido durante a visita, buscou-se trazer aspectos manuais representados pela fluidez nas curvas, variação dos traços e presença de “errinhos” nas fontes e formas.



Figura 19 – Museu do artesanato paraibano. Fonte: Site do governo da Paraíba URL: <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/museu-do-artesanato-paraibano-ganha-tour-virtual-e-segundo-sera-divulgado-para-o-mundo>



Figura 20 – Fotografia de obra do artista Guariguazi

Fonte: Imagem do autor



Figura 21 – Comparativo entre o logo antigo e a proposta do grupo

Fonte: Imagem do autor

Formas abstratas baseadas em construções e fauna marinha e terrestre da Paraíba, criadas por Bruna dos Santos, Maria Clara Diniz e Yasmim Peyroton foram a inspiração por trás do estilo de arte das ilustrações que virão a ser desenvolvidas durante as etapas seguintes, trazendo uniformidade e expressividade nas formas dos desenhos. Já para o mapa, foi criado um *moodboard*⁵ com algumas referências para layout, distribuição e hierarquização das ilustrações pelo mapa e principalmente como é feita a simplificação das dimensões e margens dos respectivos mapas.

⁵ Moodboard: “É uma espécie de mural que pode ser composto por imagens, vídeos e elementos visuais que representam a essência de um projeto”. (ANA JÚLIA, 2019).



Figura 22 – Grafismos desenvolvidos para a proposta do Pulse

Fonte: Imagem do autor



Figura 23 – Moodboard para referência de mapas ilustrados

Fonte: Imagem do autor

5.2.5. Geração de ideias

Após a definição do direcionamento visual das ilustrações com base na identidade visual em desenvolvimento pelo grupo, seguiu para escolha dos itens representados no mapa. Após debates entre os integrantes do grupo, ficou definido o que iria estar presente no mapa. A partir de uma lista de coisas características e emblemáticas da Paraíba, indo de pessoas, animais, plantas até comidas típicas e estruturas paraibanas que seriam representadas, com pessoas realizando atividades artesanais como a técnica da xilogravura, animais e plantas característicos de determinadas regiões paraibanas espalhadas pelo mapa e construções icônicas. Tudo isso como uma forma de apresentar para todas as pessoas um pouco a mais do que a Paraíba como um todo pode oferecer longe dos já conhecidos estereótipos.

5.2.6. Teste de protótipos

Pela obrigatoriedade da presença do nanquim nas ilustrações, houve inicialmente um certo bloqueio ao tentar utilizar a técnica nos primeiros desenhos, não sabendo exatamente a melhor forma de aplicar sem prejudicá-los ou se distanciar demais da identidade visual em desenvolvimento. Nos primeiros rascunhos com traços mais pesados, houve a tentativa do uso de hachuras em algumas partes específicas a fim de gerar mais contraste e dar mais personalidade, entretanto, por conta do tempo gasto para gerar esses traços aliado a falta de tempo para desenvolver tantos desenhos dentro do prazo de entrega, fez com que a ideia fosse deixada de lado rapidamente. Depois de algumas tentativas, houve um novo rascunho com traços com nanquim mais leves e sem a presença de hachuras.



Figura 24 – Primeiros rascunhos desenvolvidos

Fonte: Imagem do autor

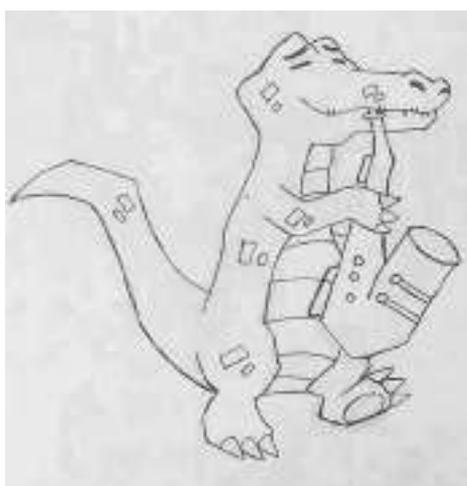


Figura 25 – Segunda versão dos rascunhos

Fonte: Imagem do autor

5.2.7. Seleção

Por ser mais prático e integrar melhor na identidade visual do grupo, a segunda versão dos rascunhos foi selecionada, seguindo para o desenvolvimento do restante dos itens, esses que totalizaram 72 desenhos de todo tipo de coisa, sejam construções, animais, comidas, técnicas artesanais ou instrumentos musicais característicos de cada uma das quatro regiões da Paraíba: Litoral,

agreste, borborema e sertão. Na caracterização desses desenhos, além das formas irregulares e exageradas, há simplificação em suas representações, deixando de lado o realismo e focando num tom cômico, principalmente nos animais, caracterizados com ações ou vestimentas humanas e diversas caras e bocas divertidas.



Figura 26 – Diversos rascunhos de animais, plantas, construções e etc

Fonte: Imagem do autor

Para o mapa gerar um contraste maior com as ilustrações e facilitar e destacar as mesmas, ele foi vetorizado simplificando os formatos dos limites do Estado, além de está dividido nas 4 regiões gerando mais dinamismo nas formas.

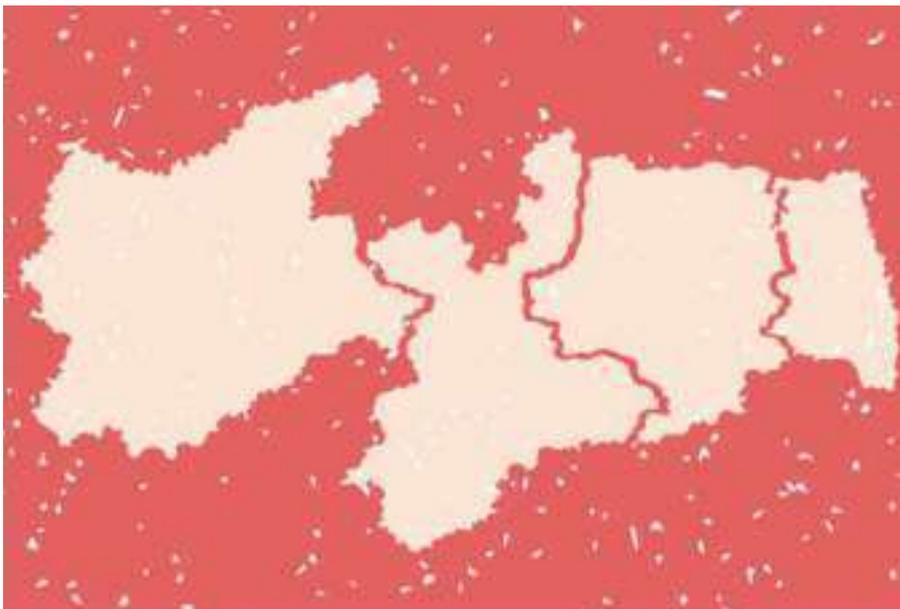


Figura 27 – Versão ilustrada do mapa da Paraíba

Fonte: Imagem do autor

5.2.8. Implementação

Seguindo a essência da paleta de cores definida pela identidade visual, com diversas cores variadas entre tons mais intensos e leves, os desenhos em nanquim foram digitalizados e coloridos digitalmente através do software Adobe Photoshop, seguindo um estilo de pintura uniforme em cada parte dos desenhos, sem uso de variação do mesmo tom, degradês ou outras técnicas a fim de facilitar o processo. Há liberdade criativa na pintura de muitos dos desenhos para abranger mais cores, optando por utilizar cores mais chamativas ou totalmente diferente do que as respectivas coisas que inspiraram os desenhos deveriam ter na realidade.



Figura 28 – Paleta de cor selecionada para o pulse

Fonte: Imagem do autor

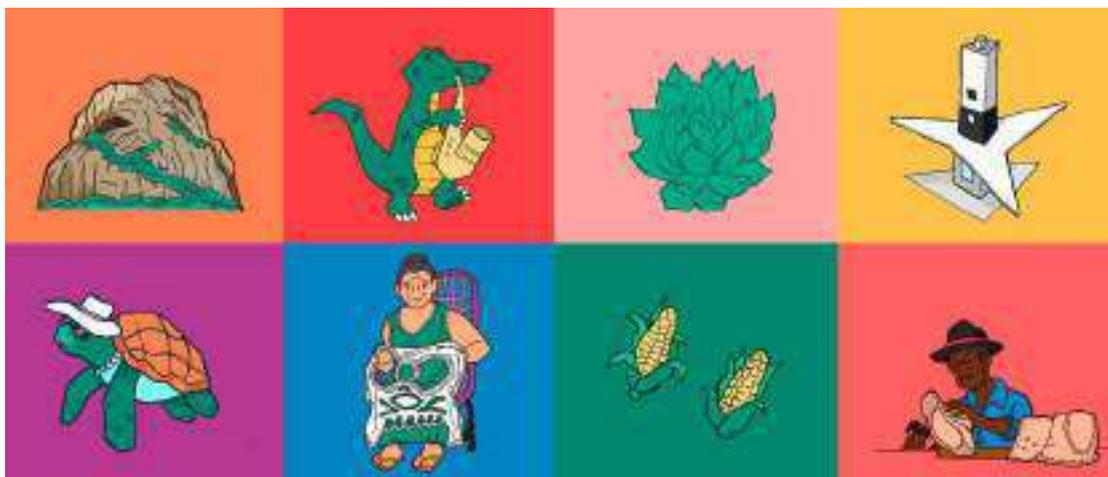


Figura 29 – Algumas amostras dos desenhos finais presentes no mapa

Fonte: Imagem do autor

Por fim, houve a inclusão de todos os desenhos no mapa, denominado de mapa arrochado, posicionando cada desenho em locais coerentes de sua localidade de origem ou de maior abrangência. Os 21 campus do IFPB foram representados como alfinetes de cor azul posicionados mais ou menos nas suas respectivas cidades, havendo uma numeração para cada e no próprio mapa o nome correspondente a cada um deles.



Figura 30 – Mapa ilustrado da Paraíba

Fonte: Imagem do autor



Figura 31 – Aplicação em mockup do mapa ilustrado

Fonte: Imagem do autor

5.2.9. Aprendizado

O uso da metodologia fornece um melhor controle de prazo, nas etapas iniciais foi possível identificar mais rapidamente os conceitos e direcionamento do projeto e selecionar a opção mais coerente, assim possibilitando mais dedicação à execução dos rascunhos e desenhos finais. Mesclar o manual do nanquim com o digital do processo de pintura nas ilustrações, foi responsável por mostrar com clareza e de forma prática como o designer pode absorver muito das técnicas do artesanato e imbuir mais de processos manuais nos seus projetos, não se limitando apenas ao uso dos meios digitais presentes nas tecnologias dos dias atuais.

5.2.10. Conclusão:

O mapa da Paraíba por si só foi bem recebido por todos, principalmente pela quantidade e variedade de desenhos por todo o mapa, além do carisma e

detalhes presente em cada um deles que representam muito bem um pouco da cultura paraibana. O projeto foi muito aclamado por parte da banca avaliadora dos professores, principalmente pelo projeto estar alinhado com o briefing proposto e pela recorrência do uso de diversas técnicas manuais presentes na identidade visual.

5.3 Animação escolar (2023) - Ilustração

5.3.1 Sobre

Projeto realizado em dupla, com Bruna dos Santos, desenvolvido durante a disciplina de design, sociedade e cultura, ministrada pela professora Raquel Rebouças Nicolau. O objetivo deste projeto, denominado “projeto design social”, se concentra no desenvolvimento de uma atividade realizada por designers gráficos que pudesse contribuir de alguma forma com a comunidade local, atuando com suas capacidades de comunicação visual para proporcionar melhorias de acessibilidade, conteúdo educacional, auxílio em projetos sociais, entre outros.

5.3.2 Metodologia

Como projeto bastante diverso e com muitos processos para se concluir, todas as seguintes etapas seguiram a metodologia de Gavin (2011) devido a flexibilidade e geração de alternativas, sendo o projeto dividido em sete etapas: definição, pesquisa, geração de ideias, teste de protótipos, seleção, implementação e aprendizado.

5.3.3. Definição

Como designer gráfico, quase sempre há o objetivo central de solucionar um problema a partir da prestação de um serviço visual, mas a proposta dessa atividade trouxe uma forma diferente de enxergar a profissão: a de buscar e se inserir em problemas reais que muitas vezes negligenciamos ou sentimos que não podemos contribuir de alguma forma. A partir deste pensamento, o autor e sua dupla, Bruna dos Santos Rodrigues, decidiram propor uma atividade educacional no seu bairro, na escola onde estudaram durante o ensino fundamental, a Escola Municipal Professora Elizabeth Ferreira da Silva, em Cabedelo. A prática escolhida seria algum tipo de atividade educacional em sala de aula, optando por alunos de

faixa etária menores, entre 6 e 8 anos, para menor exigência das qualidades técnicas e das mensagens a serem passadas.



Figura 32 – Fotografia da escola municipal professora Elizabeth Ferreira da Silva

Fonte: Imagem do autor

5.3.4. Pesquisa

Após a definição do local e do objetivo central da atividade, houve uma pesquisa através de métodos como *brainstorming*⁶ e *briefing*⁷ para encontrar e mergulhar mais na realidade escolar e em algumas tendências que poderiam funcionar para fazer algo diferente do convencional. Posteriormente, ao afunilar as ideias, vimos uma oportunidade de trazer elementos de design de jogos e transformar atividades que geralmente não tem ligação direta com jogos, a gamificação (DETERDING, 2011) para desenvolvimento de uma atividade atrativa e estimulante que pudesse unir a capacidade do designer de construir uma

⁶ Brainstorming: “É uma técnica de pensamento criativo para gerar novas ideias e soluções de problemas”. (MIRO, 2024).

⁷ Briefing: “Documento que servirá como um guia para a execução de um projeto”. (MINDIMINERS, 2024).

mensagem visual bem transmitida, com o lado educacional infantil, trazendo ensinamentos e ideias que pudessem contribuir e persistir nas memórias de cada um presente.

Na busca por temas que pudessem ser tratados nessa atividade, muitas ideias surgiram durante o processo, seja sobre cuidado com o meio ambiente, mais atenção e disciplina na escola ou contar alguma fábula conhecida. Foi combinado um dia para entrar em contato diretamente com os superiores da escola na qual seria realizada, onde houve muito ânimo por parte dos mesmo e após alguns debates e trocas de opiniões, houve a sugestão por parte de uma das professoras de trabalhar em sala problemas muito frequentes entre as crianças, o bullying, a falta de respeito e brigas entre os colegas de sala. A visita na escola trouxe um esclarecimento e entendimento nítido da realidade atual dos alunos e de suas necessidades. Como ponto de partida, optou-se pela utilização do método de animação, por ser uma forma de mídia que chama bastante atenção do público infantil e ser possível trabalhar uma didática diferente e temas mais delicados de maneira mais leve para a criançada. A animação foi pensada para ser construída totalmente no meio digital, a partir do uso do *software* de edição de áudio e vídeo, o *Adobe After Effects*.



Figura 33 – Brainstorming referente às diferentes formas de realizar a atividade em sala

Fonte: Imagem do autor



Figura 34 – Briefing definindo os principais tópicos da atividade

Fonte: Imagem do autor

5.3.5. Geração de ideias

Tendo já um tema bem definido, a forma de aplicação e o método no qual a mensagem seria passada, foi realizada a etapa de construção dos aspectos narrativos que a animação teria que conter, pensando na história, personagens, roteiro, cenas, mensagens, diálogos, áudios, entre outros.

Inicialmente foi bastante complexo imergir em todas as etapas para desenvolvimento de uma animação, não houve um processo linear dedicado às questões narrativas da história que seria contada. No roteiro, o ambiente se passa numa escola fictícia, enquanto os personagens são compostos por estudantes e uma professora que, de forma episódica, trazem situações problemáticas convencionais do dia a dia de crianças de idade semelhante às do aluno do 1º ano:

discussões por coisas levianas, bullying com os colegas, desrespeito e falta de educação. Com essas problemáticas apresentadas, a premissa dessa história se baseia na interatividade com o público, mostrando a professora dessa história interagindo com as situações a partir de um monitor e trazendo dentro de cada uma dessas situações uma alternativa correta para ser selecionada ao final de cada uma delas, que ao serem respondidas corretamente, demonstram a forma correta de agir perante essas situações problemáticas, com respeito, amizade e empatia. Para facilitar o processo de animação, a pesquisa para o design dos personagens foi feita com base em formatos simplificados e bastantes expressivos, além de traços característicos de outras animações infantis bastante conhecidas.



Figura 35 – Princípios para definição dos aspectos da história com base no público

Fonte: Imagem do autor



Figura 36 – Compilação de referências visuais de outras animações com design simplificados

Fonte: Imagem do autor

5.3.6. Teste de protótipos

São 6 personagens no total com etnias, tamanhos e personalidades bastante distintas para gerar ainda mais identificação com a criançada. Enquanto no cenário, também ilustrados, pátio de escola e salas de aula coloridas adequadas ao restante da estética. Abaixo estão os rascunhos dos cenários e dos personagens.



Figura 37 – Rascunhos e esboços referentes ao design dos personagens e dos ambientes

Fonte: Imagem do autor

Havendo a conclusão do desenvolvimento do roteiro e rascunhos dos personagens e cenários, definiu-se que na animação deveria haver, além de efeitos sonoros e músicas, dublagem para os personagens a fim de evitar o uso de legendas que dificultaria o entendimento das mensagens que queríamos passar para as crianças, estas em fase de aperfeiçoar o ler e o escrever. Para isso, foi utilizada uma sala especializada em áudio e vídeo disponibilizada pelo professor Diego Brandão que também nos introduziu ao uso de cada equipamento da sala e sua forma de funcionamento. A partir da ajuda de outros colegas do mesmo período: Lucas Alves, Maria Clara Diniz, Will Robson e Yasmim Peyroton, foi possível realizar a captação das vozes para cada personagem da história, sendo uma experiência completamente nova para todos os presentes.



Figura 38 – Registro do processo de dublagem entre o autor e colegas convidados

Fonte: Imagem do autor

5.3.7. Seleção

Com rascunhos em mãos e história, roteiro e dublagem já concluídos, passou-se para etapa de vetorização dos personagens a partir do software Adobe Illustrator. Trazendo cores bastante vivas e destacando cada membro do corpo do personagem para facilitar a movimentação de cada parte no momento de animar. Em seguida, para visualização de cada cena presente no roteiro foi desenvolvido, com a contribuição de Will Robson, um breve *animatic*⁸ a fim de tomar mais liberdade para testes e evitar erros desnecessários durante o desenvolvimento final da animação já dentro do *software*, além de antecipar a duração final.

⁸ Animatic: “É uma representação visual de uma história através de uma sequência de imagens, colocada em formato de edição e envolvendo frequentemente movimento”. (DIANE CHOI, 2024)



Figura 39 – Todos os personagens vetorizados digitalmente

Fonte: Imagem do autor



Figura 40 – Cenários vetorizados utilizados durante a história

Fonte: Imagem do autor

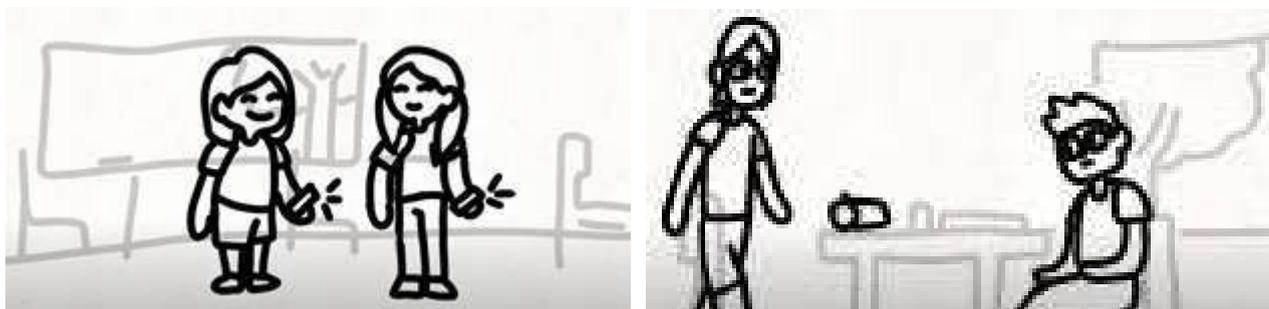


Figura 41 – Animatic referentes a algumas cenas

Fonte: Imagem do autor

Por fim, seguindo as cenas desenhadas no *animatic*, foi possível iniciar o processo de animação dentro do *Adobe After Effects*, trabalhando com as ferramentas disponíveis para modificação dos membros de cada personagem para gerar expressividade em cada segundo, além de trabalhar com sincronia labial na dublagem e expressões faciais condizentes com as emoções em cada cena. Obteve-se a duração desejada, cerca de 6 minutos para não se tornar muito maçante e ser possível realizar as pausas para responder as questões presentes durante a animação.

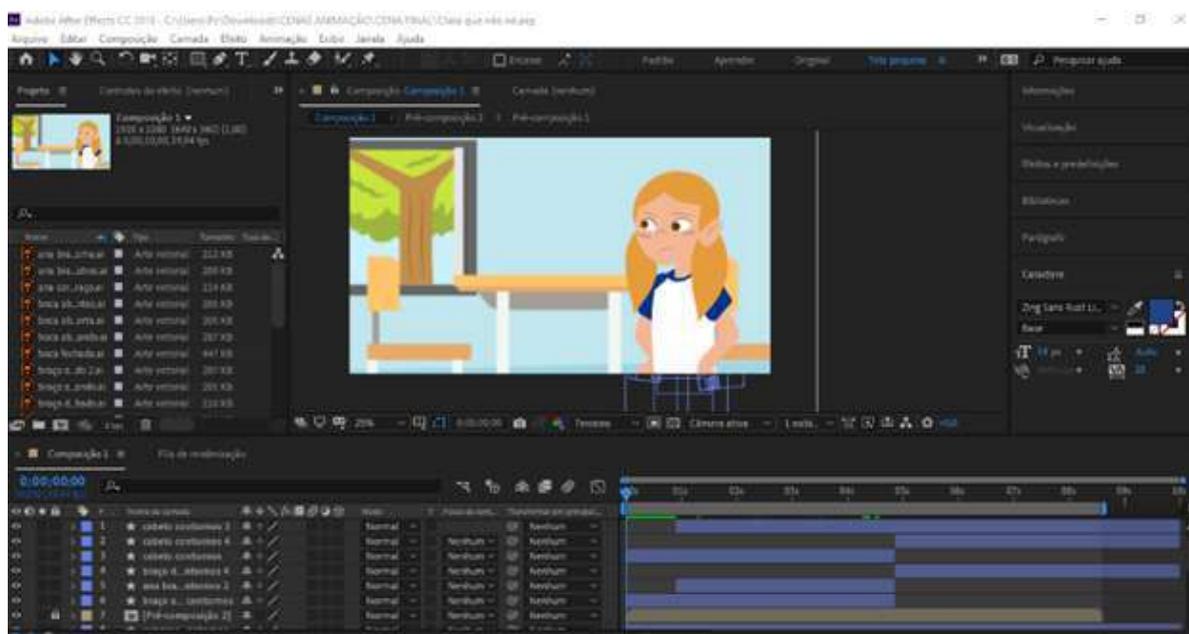


Figura 42 – Processo de animação a partir do software adobe after effects

Fonte: Imagem do autor

5.3.8. Implementação

Após a conclusão da animação, houve a definição do dia para realização da atividade em sala de aula. No dia marcado, houve a visita pela manhã no horário normal das aulas, sendo executada a animação através da exposição em um projetor disponibilizado pela própria escola. Como a turma do 1º ano era dividida em 2 salas, 1º A e 1º ano B houve a execução da atividade primeiramente com a turma A e depois a B devido a limitação de espaço da sala. Foram divididos os alunos em pequenos grupos e definimos uma pequena recompensa pela participação a fim de deixá-los ainda mais estimulados a participar da atividade de uma forma que não parecesse monótona. Com os grupos definidos foi possível incentivar ainda mais as mensagens de companheirismo e amizade que queríamos passar para as crianças, sendo nítido a atenção e concentração dos pequenos nos momentos decisivos de resposta em ambas as turmas. Por fim, após o término da atividade, foi possível notar a grande aprovação por parte dos mesmos que se divertiram muito no decorrer da atividade, se mantendo atenciosos até o fim da animação.



Figura 43 – Registro do momento de total atenção dos alunos

Fonte: Imagem do autor



Figura 44 – Registro final após execução da atividade

Fonte: Imagem do autor

5.3.9. Aprendizado

O desafio de enfrentar todas as experiências novas de lidar com animação, roteiro, dublagem e atuar em sala de aula, constantemente errando e aprendendo em cada etapa do projeto foi de grande importância para engrandecimento pessoal. Houve a oportunidade de demonstrar as capacidades adquiridas durante o curso, contribuindo diretamente com a vida de outras pessoas, sendo estas, crianças em desenvolvimento pessoal, estudantes de uma escola na qual também já fui aluno, evidenciando o poder da educação na trajetória de cada um. A atuação do designer gráfico vai muito além do que simples serviços prestados para clientes de pequenos e grandes negócios, podendo também ser um agente transformador da nossa sociedade.

5.3.10. Conclusão:

Comprova-se a grande aprovação por parte de métodos de ensino através de outras formas fora do convencional, como animações, jogos e brincadeiras, que podem ajudar os professores com seus alunos para aprender a lidar com temas mais sensíveis ou complicados de se trabalhar em sala normalmente.

5.4 Projeto quadrinhos (2024) - Ilustração

5.4.1 Sobre

Projeto desenvolvido individualmente durante a matéria de quadrinhos, games e animação, ministrada pelo professor Antunes Vila Nova. A atividade consiste em duas partes: a primeira delas, desenvolver uma história em quadrinhos curta a partir de um personagem criado durante a disciplina, enquanto a segunda parte é inserir esse personagem em pequenas animações rápidas utilizando um software de animação específico. A descrição deste projeto abrange somente a primeira etapa da atividade.

5.4.2 Metodologia

Como projeto voltado à ilustração, seguiu as etapas da metodologia de Gavin (2011) devido a flexibilidade e geração de alternativas, sendo o projeto dividido em 7 etapas: definição, pesquisa, geração de ideias, teste de protótipos, seleção, implementação e aprendizado. Dentre as etapas iniciais, foram inseridos alguns processos metodológicos sugeridos pelo professor, a fim de facilitar o processo de criação do personagem.

5.4.3. Definição

Como dito anteriormente, a atividade consiste no desenvolvimento de um personagem para inserção em uma história em quadrinhos. Assim há a prática dos conceitos de criação de personagem e o papel dele inserido numa narrativa contada através do método de quadrinização. O conceito para o personagem criado é dado a partir de características da própria pessoa responsável pelo trabalho, refletindo suas particularidades pessoais tanto na aparência quanto em sua personalidade. O estilo de arte para a ilustração é livre, após feita a ilustração, segue-se para a criação de uma história que deverá ser desenvolvida através de

quadrinhos ilustrados com no mínimo 4 quadros.

5.4.4. Pesquisa

Seguindo as instruções do professor para construção visual do personagem, para facilitar o entendimento das particularidades de si mesmo, o primeiro passo foi a construção de um mapa mental contendo palavras que representassem traços de sua aparência, qualidades ou defeitos, realizando a seleção das duas palavras definidas como mais marcantes para si, no caso do autor sendo: excêntrico e dorminhoco. Selecionada as duas palavras e as usando como ponto de partida, segue-se para etapa da caixa morfológica, criando categorias de animais, objetos, lugares e etc com a finalidade de ser preenchida com respostas que representam visualmente as palavras excêntrico e dorminhoco, selecionando uma resposta referente a cada categoria para montagem das características finais do personagem.



Figura 45 – Mapa mental baseado em si mesmo

Fonte: Imagem do autor



Figura 46 – Caixa morfológica referente às palavras: Excêntrico e dorminhoco

Fonte: Imagem do autor

A próxima etapa parte para criação de um *moodboard* composto por imagens referentes às palavras selecionadas e um outro *moodboard*, mas esse referente ao estilo artístico a ser seguido durante o processo de ilustração, optando por ilustrações simplificadas e com traçado bem delimitado. Ambos com a funcionalidade de inspirar e trazer um rumo para a etapa de esboço do personagem para o quadrinho.

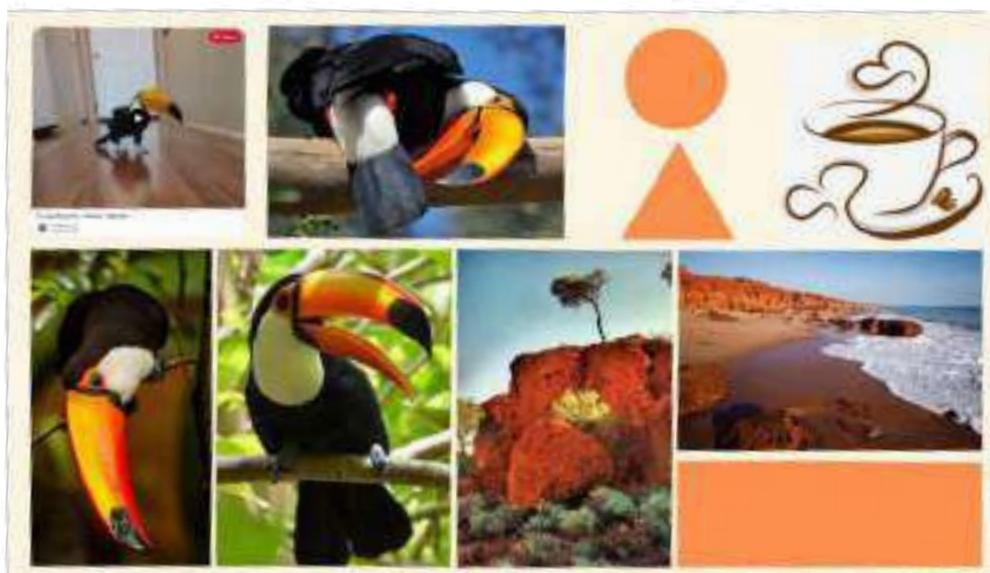


Figura 47 – Moodboard referente a pesquisa visual das palavras

Fonte: Imagem do autor



Figura 48 – Moodboard referente ao estilo visual objetivado

Fonte: Imagem do autor

5.4.5. Geração de ideias

Por já ter se delimitado muito bem a ideia geral deste projeto e sua execução na etapa anterior, já houve a geração da ideia definitiva a ser seguida: Um tucano de cor laranja bem humorado com traço de personalidade divertido e sorridente. Já em sua história em quadrinhos, pelo personagem se caracterizar por sua personalidade divertida e tom humorístico, a forma de contar a história foi inspirada em tirinhas em quadrinhos como os do Garfield, estes que contam rapidamente uma história com a finalidade de trazer humor para a tirinha a partir de piadas bem humoradas baseadas normalmente no uso de ironia.

Nas primeiras alternativas de rascunhos, houve a presença dos aspectos visuais presentes no painel de referências, como o uso de linhas externamente e internas ao personagem e simplificação do animal ao qual o personagem foi baseado. A sua caracterização é bastante semelhante ao animal tucano, porém com expressões baseadas em emoções e expressões humanas, a fim de trazer mais personalidade ao personagem e facilitar o modo de contar a história.



Figura 49 – Primeira alternativa de rascunhos para o personagem

Fonte: Imagem do autor

5.4.6. Teste de protótipos

Enquanto a primeira versão visualmente se assemelhava mais ao animal de inspiração, como forma de ser ainda mais carismático e divergir ainda mais da versão anterior, houve a escolha por tornar o personagem ainda mais humanizado, com postura, gestos e o próprio formato corporal baseado em pessoas reais. Além disso, agora ele possui roupas, um *short* para ser mais específico.



Figura 50 – Segunda alternativa de rascunhos para o personagem

Fonte: Imagem do autor

5.4.7. Seleção

Por se integrar melhor na proposta narrativa da história em quadrinhos graças a sua maior expressividade e carisma, a segunda versão dos rascunhos foi selecionada, buscando a partir deste ponto, gerar uma curta narrativa bem humorada para o personagem. A história, contada em 8 quadros, se passa na casa

do tucano, este que está vivendo tranquilo em sua residência, até que do mais absoluto nada surge outro pássaro querendo perturbar o sossego do protagonista, destruindo sua janela no processo. Após demorar um pouco para entender o que tinha acontecido, o tucano tem uma ideia do que fazer com o pássaro encrenqueiro para puni-lo: vesti-lo de empregado doméstico e fazer com que tenha que arrumar toda bagunça provocada. Enquanto isso ocorre, simultaneamente o protagonista está caçoando da situação, sendo esta a situação que gera o humor da tirinha ao seu término.



Figura 52 – Rascunhos referentes a história em quadrinhos

Fonte: Imagem do autor

5.4.8. Implementação

Para finalização do modelo do personagem e sua coloração, foi realizado o processo de vetorização do mesmo a partir do software adobe illustrator, assim sendo possível desenvolver melhor a distribuição de cores do personagem e o traçado em volta do personagem. Como já havia-se decidido a predominância da cor laranja durante o processo da caixa morfológica, para gerar contraste e harmonia visual, houve o uso da cor azul na roupa do personagem. Alguns pequenos ajustes em sua proporção corporal foram realizados, tornando-o mais proporcional entre sua parte superior e inferior, além do aumento do tamanho dos

olhos e do bico para gerar maior expressividade.



Figura 53 – Versão vetorizada do personagem

Fonte: Imagem do autor

Por fim, houve a finalização da história em quadrinhos utilizando o mesmo método de vetorização aplicado ao personagem, inserindo os personagens da trama nos cenários. Optou-se por cenários simples e com poucos detalhes para deixar em evidência apenas os acontecimentos principais da narrativa, contada apenas pela expressividade dos acontecimentos e das reações dos personagens, além de onomatopeias bastante características desse tipo de história bem humorada e exagerada. Como complemento da experiência de ler essa tirinha, também foi desenvolvido pelo autor, uma versão animada contendo pequenas animações de transições e movimento, além de músicas e sons para evocar ainda mais diversão e alegria para todos.



Figura 54 – Versão vetorizada dos quadrinhos desenvolvidos

Fonte: Imagem do autor

5.4.9. Aprendizado

Foi um processo muito dinâmico para desenvolver um personagem que possuísse características de si mesmo. Unindo os conceitos já aprendidos durante o curso nas disciplinas dedicadas ao processo de desenhar e os processos metodológicos passados pelo professor, foi retirada grande parte da dificuldade causada pelo bloqueio criativo, alinhando muito bem os conceitos pensados nas etapas iniciais em características refletidas na aparência e personalidade do personagem desenvolvido.

5.4.10. Conclusão

Obteve-se bastante êxito na execução do projeto, atingindo o resultado desejado, exaltando a ótima capacidade de criar ilustrações bastante carismáticas e cheias de vida.

5.5 NAPNE (2023) - Identidade visual

5.5.1 Sobre

Projeto desenvolvido em dupla durante a disciplina de planejamento visual I, pela professora Renata Amorim. Como base da disciplina o trabalho com o aprendizado no campo das identidade visuais, principalmente em criação de logos, o requisito deste trabalho foi de criar uma marca do tipo abstrata para o núcleo de atendimento às pessoas com necessidades educacionais especiais (NAPNE). O autor contou com o auxílio de sua dupla, Lucas Alves, durante todo o processo e desenvolvimento deste projeto.

5.5.2 Metodologia

Apesar de proposto apenas o desenvolvimento de uma assinatura visual, por sua praticidade e também englobar o desenvolvimento de logo dentro da identidade visual, foi utilizada a metodologia de Peón (2001), dividida nas etapas de problematização, concepção e implementação, descritas a seguir.

7.5.3 Problematização

O NAPNE é um órgão que atua na política de acessibilidade e inclusão no IFPB Campus Cabedelo, auxiliando na inclusão dos estudantes com deficiência, reafirmando suas condições como pessoas de direitos, deveres e desejos. Em resumo, o NAPNE cumpre o papel de mediação entre a própria instituição, os estudantes e setores externos, com o objetivo de assegurar o desenvolvimento acadêmico e psicossocial de estudantes com deficiência, contribuindo diretamente ao acesso, permanência e conclusão das atividades estudantis. Portanto, o público desta instituição é bastante notório, atingindo direta e indiretamente muitas pessoas

de diversas classes sociais e faixa etárias, havendo então a necessidade de construir uma identidade visual reconhecível e atraente para todos, além de se alinhar visualmente de alguma forma com o próprio IFPB.

5.5.4 Concepção

Como desafio proposto construir a assinatura visual de forma abstrata, a tarefa de iniciar o processo de pesquisa não foi nada fácil, a forma até então conhecida com formas e referências visuais baseada em outros projetos semelhantes não seria o suficiente para contribuir com o desenvolvimento de conceitos abstratos de acordo com a NAPNE. Como ponto de partida e solução deste dilema, foi feita a construção de um breve *briefing* baseado principalmente nos trabalhos realizados pelo órgão, buscando encontrar termos que pudessem visualmente representá-lo, chegando em uma palavra-chave, que para a dupla deste projeto, carrega e define muito bem as ações contributivas da NAPNE e a importância de sua existência na vida dos estudantes que possam usufruir de suas ações: acolhimento. Trazendo essa palavra à tona e consciente de muitos dos seus significados, foi construído todo um *moodboard* com imagens que traduzem bem a ideia da palavra e de outros termos como: carinho, cuidado e independência, esta última fruto dos próprios esforços da pessoa necessitada junto ao órgão, auxiliando em seus desafios acadêmicos e no seu desenvolvimento pessoal para toda vida.



Figura 55 – Moodboard construído a partir de palavras-chaves

Fonte: Imagem do autor

Toda a identidade visual estava sendo desenvolvida buscando corresponder às palavras escolhidas que representam a NAPNE. Para tipografia e paleta de cores optou por um caminho que contribuísse com a ideia geral de conexões e acolhimento, mas que até então não havia encontrado cores que se conectam bem, optando por manter o uso apenas do preto e do branco e uma tipografia tanto funcional para leitura quanto para se conectar com os rascunhos seguintes do logo. Em sequência, já delimitando os principais conceitos que seriam caracterizados no logo a ser desenvolvido, os rascunhos foram baseados nos termos adotados anteriormente: acolhimento, carinho, conexão, ajuda e cuidado. Graças a isso, o que antes era complexo de se imaginar visualmente apenas com palavras, foi sendo aprimorado constantemente, partindo para formas mais abstratas de 2 pessoas se conectando (o órgão e o público que recebe os serviços) de forma na qual uma estivesse impulsionando e acolhendo a outra através da conexão dos traçados para depois de alguns outros rascunhos, se assemelhar mais a um abraço carinhoso e acolhedor entre as duas partes.



Figura 56 – Rascunhos para o logo baseados nas palavras conceitos

Fonte: Imagem do autor

5.5.5 Implementação:

Para tipografia da identidade visual, optou-se pela escolha de uma fonte que, nos formatos de cada letra, houvesse características que se assemelhasse à ideia de acolhimento e carinho construída no decorrer deste projeto. A fonte fredoka é uma fonte sem serifa e com cantos arredondados em cada letra, trazendo consigo características mais amigáveis em relação às outras tipografias sem serifas comuns, sendo este o principal motivo por sua escolha.

Fredoka
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Figura 57 – Rascunhos para o logo baseados nas palavras conceitos

Fonte: Imagem do autor

Outro ponto de difícil definição foram as cores para compor a identidade visual deste projeto, inicialmente planejado para ser preto e branco. Seguindo a teoria das cores e o consenso dos tons mais frios sugerir e transmitir a sensação de mais calma, serenidade, paciência, responsabilidade, entre outros, foram selecionados os tons de azul e de roxo. Por serem cores análogas entre si geram uma variação de tons agradáveis e podem ser incluídas em locais com ambientes mais responsáveis, como é o caso das atividades da NAPNE. Para não tornar tão sério e permitir maior conexão entre ambas as cores, houve o uso de degradê tanto no azul quanto no roxo, variando levemente de um tom mais claro para mais escuro.

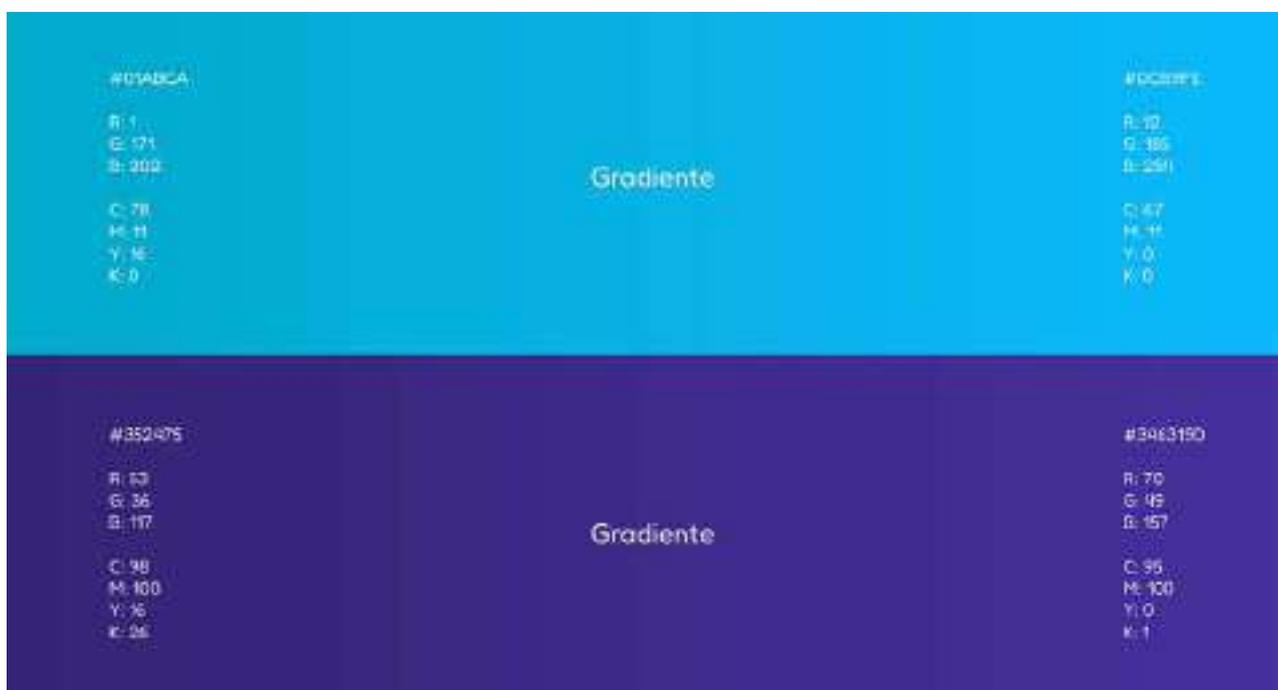


Figura 58 – Paleta de cores em 2 degradês para NAPNE

Fonte: Imagem do autor

O logo possui a dualidade da paleta de cores em degradê com 2 círculos de frente um com o outro e faixas com formas arredondadas em suas pontas representado dedos de uma mão se conectando, significando o abraço entre duas pessoas, formato que levemente representa formato de coração. O conceito

demonstra a doação de cuidado que acontece entre a NAPNE e aqueles que precisam de seu serviço disponibilizado. A tipografia em caixa baixa deixa ainda mais convidativo o logo, demonstrando aspectos de delicadeza e acolhimento ressaltados pelo ícone do logo.



Figura 59 – Versão definitiva do logo

Fonte: Imagem do autor



Figura 60– Logo aplicado em diferentes formas e variações

Fonte: Imagem do autor



Figura 61 – Aplicação da identidade visual em objetos institucionais

Fonte: Imagem do autor



Figura 62 – Logo aplicado em vidro temperado

Fonte: Imagem do autor

5.5.6. Conclusão:

Os resultados finais foram bastante positivos, destaque da professora para a proposta bem alinhada à imagem da NAPNE, além do símbolo abstrato está conceitualmente bem construído, aplicando os conceitos em cada detalhe. A atividade proposta de desenvolver um logo abstrato como parte da disciplina, abriu margens para aplicação desta experiência em futuros projetos externos à instituição, possibilitando abstrair um conceito e desenvolver uma solução resultante deste processo.

5.6 Home Snack (2023) - Identidade visual

5.6.1 Sobre

Projeto desenvolvido de forma autônoma para uma lanchonete nomeada *home snack* do dono Bruno Matheus, com o objetivo de realizar o *redesign* da até então identidade visual da empresa. Para atender ao pedido, foi essencial desenvolver uma nova identidade visual que fosse menos genérica e se alinhasse mais ao público-alvo e a própria identidade da empresa, profissionalizando-a para aplicações em diversos materiais, como camisetas, adesivos e cardápios, para tornar a marca e a lanchonete mais coesa entre si.

5.6.2 Metodologia:

Para a construção dessa nova identidade visual foi utilizada a metodologia de Peón (2001), dividida nas etapas de problematização, concepção e implementação, descritas a seguir.

5.6.3 Problematização:

A Home Snack é uma empresa de pequeno porte que produz lanches para venda durante a parte da noite, tendo um cardápio bastante variado: hambúrgueres, pastéis, pizzas, coxinhas, batata frita e açaí. O principal problema por trás da antiga assinatura visual do tipo logotipo era sua simplicidade e ausência de uma identidade visual para a mesma, não sendo muito impactante quando aplicada em materiais de

divulgação ou nas redes sociais em postagens. Outro ponto é que o antigo logotipo não refletia e exaltava as características da lanchonete, a tornando apenas só mais uma no meio da concorrência. Faltava um apelo visual que transmitisse a qualidade do sabor acima das outras lanchonetes da região, preços com grande custo benefício através de combos e promoções, além da comunicação bastante irreverente e próxima dos seus clientes através das redes sociais para divulgação.



Figura 63 – Versão anterior do logotipo

Fonte: Imagem do autor

5.6.4 Concepção:

O primeiro passo foi realizar uma pesquisa visual objetivando analisar e identificar logotipos de outras lanchonetes para absorver elementos e características visuais. O nome da empresa se manteve o mesmo e optou-se apenas por referências de outros logotipos a fim de não ser tão divergente do logotipo anterior, evitando assim que os antigos clientes não sintam tanto impacto com a mudança visual. O *moodboard* final é composto por referências de outras lanchonetes com identidades visuais mais únicas e com paletas de cores mais chamativas.



Figura 64 – Moodboard baseado em logotipos dinâmicos

Fonte: Imagem do autor

Toda a etapa de prototipagem foi realizada através do software Adobe Illustrator, nele foram desenvolvidas as primeiras versões buscando trazer mais destaque para o logotipo utilizando uma fonte bem delimitada e impactante. As cores vermelho e amarelo são utilizadas por serem comumente associadas a empresas do ramo alimentício, principalmente de lanches, além de serem tons que se complementam e destacam-se bem sobrepostas na outra, já que o tom de vermelho se direciona mais ao tom vinho e o amarelo mais vívido em destaque. Mesmo sendo bastante chamativa, foi possível notar a falta de resolução desta proposta para todos os problemas encontrados no logotipo antigo da empresa, já que essa proposta transmite uma imagem de rebeldia, distanciando um pouco da ideia inicial de proximidade com o público.



Figura 65 – Versões protótipo do logotipo

Fonte: Imagem do autor

Uma outra proposta então surgiu, mantendo as cores como base, mas alterando a estrutura do logotipo. O nome da lanchonete agora é escrito apenas com as iniciais em maiúsculo, tornando-a mais agradável e menos agressiva. A fonte selecionada possui formas mais uniformes e arredondadas, gerando ainda mais a sensação de conforto. Para não tornar o logotipo muito distante das características divertidas da empresa, a tipografia foi modificada na forma de suas letras, alterando o tamanho de algumas delas e seus formatos como as letras “H” e “N”, alterando a hierarquia do texto e tornando-a muito mais dinâmica. A proposta, mais tarde aprimorada e finalizada, foi aprovada pelo cliente.



Figura 66 – Segunda versão protótipo

Fonte: Imagem do autor

Como complemento à identidade visual para contribuir ainda mais com a comunicação da lanchonete com seus clientes, houve a ideia de criar mascotes baseados nos principais lanches vendidos da empresa. Baseando-se no que já havia sido desenvolvido até então na proposta de logotipo, uma linguagem divertida e acolhedora, a pesquisa visual de referência buscou por personagens com características bem expressivas, mas com formas e aparências simples e fofas, criando o seguinte *moodboard*.



Figura 67 – Moodboard de referência visual para o design dos mascotes

Fonte: Imagem do autor

A partir das referências, os primeiros rascunhos foram desenvolvidos, sendo 3 mascotes criados baseados em hambúrgueres, pizzas e coxinhas. Seu design simplista foi planejado para ser capaz de aplicar os personagens nas divulgações digitais e nos mais diversos materiais gráficos da empresa, evitando que o mesmo torne-se muito detalhado e por consequência chame muita atenção e até difícil de aplicar em tamanhos menores. Outro ponto positivo do seu design mais simplista é a expressividade e exagero em suas poses, proporcionadas pela facilidade em desenvolvê-las.



Figura 68 – Rascunhos iniciais para o design final dos mascotes

Fonte: Imagem do autor

5.6.5 Implementação:

A fonte escolhida como base para as modificações presentes no logotipo foi a cocogoose, uma fonte sem serifa bastante agradável e com formas em suas letras que abrem margem para mudanças.

Cocogoose

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Figura 69 – Tipografia utilizada como base para construção do logotipo final

Fonte: Imagem do autor

Otimizando ainda mais o logotipo e gerando ainda mais destaque em suas formas, criou-se 2 contornos em volta da tipografia, um preenchido alterando o tom de amarelo e o outro com uso do branco para complemento. Com essa mudança, a aplicação do logo é ainda mais fácil por possuir uma área de proteção gerada pelos contornos, por consequência melhorando a legibilidade. Essa última alteração ainda gera mais individualidade ao logo e contribui para torná-lo a solução visual perfeita para os problemas apontados anteriormente, tornando-a mais divertida.



Figura 70 – Logotipo final

Fonte: Imagem do autor

Os mascotes foram vetorizados através do software Adobe Illustrator, possuindo contornos em suas formas assemelhando-se com o logotipo. São designers simples, mas bastante expressivos com suas feições e posições bem exageradas, possuem cores bastante atrativas e coloridas, gerando mais impacto visual. O melhor de tudo é a facilidade de aplicação dos mesmo, por conta do contorno em torno dos personagens, são semelhantes a adesivos que podem ser alocados em quaisquer lugares.



Figura 71 – Versão vetorizada e definitiva dos 3 mascotes

Fonte: Imagem do autor



Figura 72 – Aplicação da identidade visual no cardápio

Fonte: Imagem do autor



Figura 73 – Aplicação da identidade visual no panfleto

Fonte: Imagem do autor

5.6.6. Conclusão:

Foi o primeiro projeto fora dos projetos acadêmicos a ser realizado pelo autor, sendo uma grata experiência poder contribuir diretamente com o cliente Bruno Matheus no processo de aprimorar a identidade visual da sua lanchonete, transformando em grande parte a forma na qual a empresa era até então vista por seus clientes, atribuindo significados que representam a essência da lanchonete imbuída tanto no logotipo quanto nos mascotes. O poder de transformação que uma boa identidade visual pode proporcionar se traduz firmemente na percepção dos clientes em relação à marca. De acordo com o dono, após a mudança visual que a nova identidade visual proporcionou, muitos clientes de outros bairros ficaram cada vez mais interessados nos produtos, além da própria clientela ter se apegado aos mascotes e aprovado as mudanças, representando um aumento gigantesco de valor agregado para imagem da lanchonete e na percepção de produtos de qualidade e de ambiente agradável.

5.7 Brasuco (2023) - Identidade visual

5.7.1 Sobre

Projeto desenvolvido em dupla durante a disciplina de planejamento visual II, ministrada pela professora Raquel Rebouças Nicolau. O assunto refere-se ao design de embalagens, e a atividade foi o desenvolvimento de uma embalagem de suco fictício para inserir no mercado, sendo responsabilidade da dupla definir todos os aspectos dessa marca fictícia com sua identidade visual e público-alvo, mas com a restrição de possibilidade de escolha entre apenas dois materiais para embalagem, de caixa ou em lata. O autor ficou responsável pela criação da identidade visual da marca fictícia, enquanto sua dupla, Bruna dos Santos, desenvolveu o *layout* e o design final da embalagem e suas aplicações.

5.7.2 Metodologia

Para a construção dessa nova identidade visual foi utilizada a metodologia de Peón (2001), dividida nas etapas de problematização, concepção e implementação, descritas a seguir.

5.7.3 Problematização

Ao se desenvolver uma marca do zero, sem restrições ou direcionamentos previamente acordados, o principal problema é o de planejar os seus conceitos e seu público-alvo de uma forma coerente e viável que trouxesse resultados comerciais, caso realmente fosse um produto lançado ao mercado. A mentalidade de fazer algo inovador ou diferente dos demais já estabelecidos foi o que guiou os rumos desse projeto, buscando uma ideia como ponto de partida que fosse uma necessidade ou problemas que algum público de pessoas desejasse uma opção para isso.

5.7.4 Concepção

Utilizando o método de *brainstorming* para definição dos primeiros conceitos

e ideias a serem trabalhadas, foram discutidas algumas palavras-chaves entre o autor e sua dupla, definindo os primeiros conceitos básicos da marca que viria a ser desenvolvida, almejando algum tema que fosse realmente marcante e que pudesse dar característica e individualidade para o suco. Dessas palavras surgiu o termo “brasilidade”, este que se define como “um tema complexo e multifacetado que abrange diversos aspectos da cultura e da identidade brasileira” (NOVA BRASIL, 2023), sendo a base para tudo que viria a ser desenvolvido daqui para frente, inclusive o nome da marca, misturando a palavra “Brasil” e “Suco” para criar um trocadilho entre o jogo de palavras, surgindo então o nome “Brasuco”. Um novo *brainstorming* foi feito já com a ideia de suco que seria almejada, dessa vez gerando alternativas coerentes sobre a essência, público-alvo e aspectos visuais que essa nova marca possuiria, chegando a conclusão do suco acessível como uma alternativa diferente para pessoas consumirem em festas ou momentos de lazer e felicidade, trazendo aspectos de diversão, cores vibrantes e representatividade da cultura brasileira em sua identidade visual. Além disso, houve a definição da abrangência do público-alvo e seu perfil como consumidor. Para facilitar a visualização desse público-alvo que foi buscado, foi desenvolvido uma persona⁹ como um cliente real da marca brasuco.

⁹ Persona: “É a representação fictícia do seu cliente ideal. Ela é baseada em dados reais sobre comportamento e características demográficas dos seus clientes”. (ANDRÉ SIQUEIRA, 2024).



Figura 74 – *Brainstorming* para definição dos conceitos da marca

Fonte: Imagem do autor



Figura 75 – Persona desenvolvida para marca

Fonte: Imagem do autor

Em seguida veio o processo de pesquisa visual para buscar referências de acordo com o que já havia sido definido sobre o suco. Para isso, foi montado um *moodboard*, este composto por imagens e ilustrações com bastante cores, vivacidade e festas. Para representar a cultura festiva brasileira da melhor forma, alguma das diversas comemorações, danças ou coisas icônicas do Brasil foram selecionadas como o frevo, festa junina, o axé, o carnaval, entre outros.



Figura 76 – Moodboard desenvolvido para o projeto

Fonte: Imagem do autor

Tendo as referências visuais já definidas, os primeiros rascunhos do logo seguiram uma estética baseada em linhas curvas e uma tipografia vernacular para criar um aspecto mais manual e humanizado, trazendo um alongamento na letra “R” para dar mais destaque remetendo a características do próprio formato de escrita bastante semelhante ao que se vê em comércios pequenos como barbearias, feiras, mercadinhos e etc. Pensando em elementos de apoio e formas de

complementar a identidade visual em desenvolvimento, pela afinidade do autor com a área, a técnica da ilustração foi escolhida e os primeiros rascunhos foram concebidos. Enfatizando o sorriso de felicidade nas pessoas e uso de formas simples e de poucos detalhes para não entrar em choque com as informações da embalagem do suco, as ilustrações trazem danças típicas, animais carismáticos populares do Brasil, além de alguns objetos e formas abstratas como forma de apoio para o logo e as composições para embalagem.



Figura 77 – Rascunhos do logo

Fonte: Imagem do autor



Figura 78 – Rascunhos dos elementos visuais e personagens

Fonte: Imagem do autor

5.7.5 Implementação:

Finalizado os rascunhos e definido os aspectos identitários do brasuco, foi realizado o processo de vetorização do logo e das ilustrações para aplicação na embalagem de suco, os colorindo com cores vívidas e alegres. O logo passou por algumas modificações para complementar seu visual, possuindo leves traços em branco para destacar ainda mais o nome.

Por fim, com a conclusão da identidade visual da marca, houve o desenvolvimento do layout da embalagem do suco por parte de Bruna dos Santos, escolhendo o sabor uva por ser uma fruta bastante popular e pelo uso da cor roxa predominante que contrasta bem com o logo. As tipografias são compostas de fontes com aspectos manuais e formas irregulares, com a finalidade de trazer a essência alegre e espontânea do povo brasileiro.

1 RIAL OFERTA DO DIA

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
1234567890

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
1234567890

Figura 81 – Tipografias para embalagem

Fonte: Imagem do autor



Figura 82 – Aplicação da identidade visual na embalagem final

Fonte: Imagem do autor



Figura 83 – Aplicação da identidade visual em contexto

Fonte: Imagem do autor

5.7.6 Conclusão:

Foi um projeto em que não houve grandes problemas durante o processo criativo, havendo uma condução bem executada e os prazos cumpridos corretamente graças a prática constante em outros projetos de identidade visual anteriores. Por fim, no momento de apresentação do projeto em sala, houve grande aprovação, sendo os principais pontos elogiados pela professora e colegas de sala, a grande expressividade e individualidade do suco em relação aos demais, além de estar bem alinhado a ideia do suco ao seu público-alvo, atendendo as expectativas.

5.8 Chocolates Tupã (2023) - Identidade visual

5.8.1 Sobre

Projeto desenvolvido em grupo durante a disciplina de planejamento visual II, ministrada pela professora Raquel Rebouças Nicolau. A atividade consistia em um projeto que englobava grande parte das matérias do período em andamento, sendo o desenvolvimento de uma identidade visual para empresa e novas embalagens para uma cliente real da região, vendedora de chocolates em barra, estas embalagens deveriam ser entregues de forma digital e física. O autor ficou responsável principalmente pelo desenvolvimento da identidade visual e participação no design das embalagens, enquanto os outros 3 integrantes do grupo, Bruna dos Santos, Lucas Alves e Will Robson, também contribuíram com a identidade visual e embalagem.

5.8.2 Metodologia

Para a construção dessa nova identidade visual foi utilizada a metodologia de Peón (2001), dividida nas etapas de problematização, concepção e implementação, descritas a seguir.

5.8.3 Problematização:

Uma das primeiras etapas desta atividade foi a visita da turma realizada ao ambiente de trabalho da dona da empresa, dona Graça. Nessa visita foi possível observar os processos por trás da forma de produção dos chocolates através do método *bean to bar*, método esse que consiste na criação do chocolate feito a partir da amêndoa integral do cacau até a barra de chocolate, sem que haja acréscimo de aditivos artificiais ou outros. Após acompanhar de perto os processos, equipamentos utilizados e ingredientes, houve um momento de entrevista à dona Graça, onde foi possível fazer questionamentos e entender melhor sobre a empresa

e seu posicionamento no mercado, além de compreender melhor as restrições e possibilidades para o desenvolvimento da identidade visual e das novas embalagens. O nome da empresa se manteria o mesmo, Tupã, porém com uma imagem que não remetesse mais ao aspecto mitológico da palavra associada ao Deus da mitologia indígena. Já as embalagens, para comportar barras de 18g e de 78g em alguns sabores selecionados, o formato preferencial seria no formato de caixinhas retangulares, assim como já estava sendo vendido principalmente no tamanho 18g, mas a restrição de construção e *layout* da caixa seria livre para os grupos do projeto se aprofundarem nas possibilidades. Os sabores e tipos selecionados para atividade foram os seguintes: Chocolate 55%, chocolate 55% c/pimenta, chocolate 71%, chocolate 71% sem açúcar, chocolate 71% c/flor de sal, chocolate 71% c/laranja, chocolate 71% c/menta e chocolate 100% cacau.



Figura 84 – Caixa 18g da identidade visual anterior frente e verso

Fonte: Imagem do autor

5.8.4 Concepção

Durante a entrevista com dona Graça algumas anotações e ponderações foram feitas para visualização em tópicos, até desenvolvendo uma persona com base nisso, a fim de auxiliar no desenvolvimento do *briefing* inicial como ponto de partida para as etapas subsequentes.



Figura 85 – Anotações das informações obtidas durante a entrevista

Fonte: Imagem do autor

Seguindo principalmente os conceitos de processo manual, proximidade e cuidado com o cliente e a tradição, os rascunhos do logo foram desenvolvidos por Bruna dos Santos, feitos à mão através de lápis de tinta. No logo escolhido buscou-se por uma escrita em caixa baixa e formas arredondadas, além de leves curvas e diferenças de tamanhos para gerar maior dinamicidade no logo, para remeter ao cuidado e proximidade com o cliente, já que é uma empresa familiar que possui um contato mais próximo com seu público.



Figura 86 – Anotações das informações obtidas durante a entrevista

Fonte: Imagem do autor

Em seguida, como primeira proposta e solução preliminar do projeto, criou-se um *moodboard* com a presença de referências visuais e de design de embalagens que se assemelhasse a pesquisa das informações fornecidas na entrevista realizada anteriormente e com o logo criado. Nessas embalagens há a forte presença de ilustrações vetoriais simplificadas de elementos e cacaos, com grafismos naturais e cores saturadas.



Figura 87 – Moodboard inicial da primeira versão da identidade visual

Fonte: Imagem do autor

Com as referências já definidas, foram desenvolvidos rascunhos do layout da embalagem sabor chocolate com laranja e dos elementos compositivos da mesma, possuindo cores e ilustrações que remetesse ao sabor específico. O molde da caixa escolhido, em formato retangular e com abas internas, além do próprio formato bastante chamativa, cria uma experiência ao abrir o produto diferente das embalagens convencionais, não havendo impedimento de utilizá-la já que possui dimensões semelhantes às que já haviam sido produzidas pela empresa até então. Além disso, em cada embalagem seu verso haveria uma ilustração que contasse um do processo único de criação do chocolate que a empresa de Graça seguia. Para tipografia, a gabarito foi selecionada. Uma fonte sem serifa com formas arredondadas e formatos que trazem uma sensação de conforto e proximidade, além da sua variedade de peso para aplicações por toda embalagem em diferentes tamanhos, facilitando a hierarquização entre informações mais importantes e as de menor relevância. Em sequência foi realizada a vetorização desse rascunho, acrescentando nas abas internas, uma mensagem de apreciação do produto aos consumidores e no restante da embalagem às informações obrigatórias de toda embalagem e os elementos textuais informativos.



Figura 88 – Rascunhos das ilustrações de cacaus e outros elementos compositivos

Fonte: Imagem do autor

Gabarito
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Figura 89 – Tipografia selecionada

Fonte: Imagem do autor



Figura 90 – Versão provisória da vista aberta da caixa sabor chocolate 71% com laranja

Fonte: Imagem do autor

Entretanto, mesmo o projeto se encaminhando de forma gradativa, por pouca aprovação dos rumos que a identidade visual por parte dos professores e dos próprios integrantes do grupo, houveram mudanças drásticas em como seria o projeto a partir de então, mas mantendo os pontos que deram certo como o logo, a tipografia, o layout da embalagem e a distribuição de informações. A partir de um novo *moodboard* construído principalmente por ideias de Lucas Alves, a estética mais manual foi resgatada, trazendo referências de ilustrações e pinturas em padronagens feitas à mão, com cores menos saturadas e com a presença de textura, alinhando-se ainda mais com o briefing e retrabalhando como um todo a identidade visual da empresa.



Figura 92 – Elementos compositivos finais para padronagem e identidade visual

Fonte: Imagem do autor



Figura 93 – Paleta de cores definitiva

Fonte: Imagem do autor

A partir deste novo direcionamento para a identidade visual da empresa e da embalagem, foram realizadas alterações, porém mantendo os principais pontos da antiga proposta de embalagem: a distribuição do logo e de grande parte das informações obrigatórias. A padronagem das ilustrações estão localizadas na parte frontal, a fim de indicar o sabor do produto e ser mais notória em relação aos outros produtos do mesmo ramo. Para abrigar os elementos textuais principais e o próprio logo na embalagem mantendo a estética manual e em sintonia com as ilustrações, houve o uso de selos para enfatizar ainda mais os elementos de destaque como o logo e a mensagem nas abas internas ao abrir a embalagem, possuindo no selo principal, detalhes em adorno referentes às construções do centro histórico de João Pessoa. No verso da embalagem foi removida a parte explicativa referente aos processos para dar espaço total às informações nutricionais e do produto obrigatórias devido às normas da Anvisa. Em relação às cores, com sabores exclusivamente de chocolate, a cor predominante é a marrom, com variações no peso da tonalidade a depender da porcentagem de cacau presente e ilustrações somente do cacau, enquanto nos sabores com outro ingrediente fora o chocolate, há o uso do bege e da cor que remeta ao produto secundário, com ilustrações tanto do cacau quanto do ingrediente secundário.



Figura 94 – Vista aberta da embalagem sabor chocolate 71% com laranja versão finalizada

Fonte: Imagem do autor



Figura 95 – Embalagem sabor chocolate 55% versão finalizada

Fonte: Imagem do autor

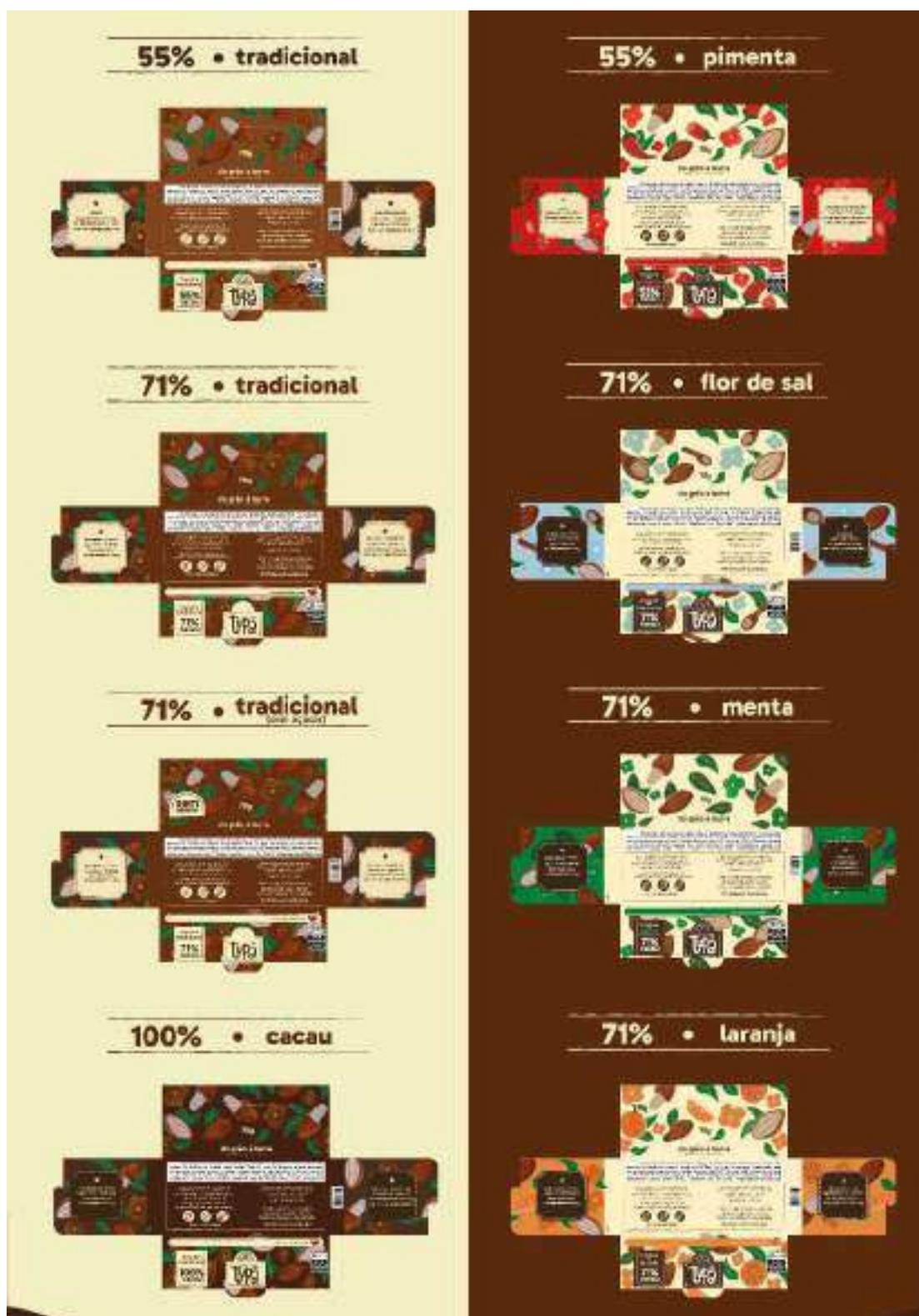


Figura 96 – Vista aberta de todas as embalagens desenvolvidas

Fonte: Imagem do autor



Figura 97 – Embalagens impressas de sabores diversos

Fonte: Imagem do autor

5.8.6 Conclusão:

Apesar da grande mudança de rumo durante o desenvolvimento do projeto, essa mudança contribuiu e muito com o andamento e finalização do mesmo, atendendo ainda mais as expectativas da cliente e sendo muito elogiado por parte dos professores. Mesmo não sendo o projeto final escolhido pela empresa, para todos os integrantes do grupo foi fundamental o aprendizado de constantemente lapidar um projeto o máximo possível dentro do prazo estipulado e saber quando é necessário uma grande mudança. Mesmo que haja mais trabalho no processo de alterações, até que o projeto realmente atenda e cumpra com as necessidades do cliente, sempre há margem para melhorias.

5.9 Parque natural municipal de Cabedelo (2023) - Identidade visual

5.9.1 Sobre:

Projeto desenvolvido em grupo durante a disciplina de sinalização, ministrada pela professora Luciana Mendonça. Consiste na construção de um projeto de sinalização inédito para o parque natural municipal de Cabedelo, criando placas para o local de preservação da mata atlântica. Como ainda não há a presença de uma identidade visual para o parque, ficou a cargo de cada grupo decidir ou não desenvolver uma do zero para o projeto. O autor do projeto juntamente com as integrantes Bruna dos Santos e Maria Clara Diniz, ficaram em grande parte responsáveis pelo desenvolvimento da identidade visual inédita.

5.9.2 Metodologia:

Mesmo grande parte do projeto seguindo uma metodologia específica para sinalização, para a construção dessa nova identidade visual foi utilizada a metodologia de Peón (2001), dividida nas etapas de problematização, concepção e implementação, descritas a seguir.

5.9.3 Problematização:

O Parque Natural Municipal de Cabedelo é uma área de preservação da Mata Atlântica do Estado como dito anteriormente, dedicada à conservação do ambiente e das espécies ali residentes, além de ser um importante local para pesquisas científicas e educação ambiental. Após uma visita técnica realizada no local, foi possível observar alguns pontos de análise sobre o projeto em questão. O parque não se encontra aberto ao público, podendo ser visitado apenas em agendamentos para visitas em grupos junto à Secretaria Municipal de Meio Ambiente para pesquisa ou educação ambiental, sendo que em grande parte do ano áreas do parque sofrem alagamento, impedindo o acesso ao espaço em sua

totalidade. Além disso, o local está totalmente vulnerável a todo tipo de invasão ou atos ilegais contra a fauna e a flora por não haver a presença de medidas protetivas ou sinalizações adequadas sobre o espaço de preservação.

O projeto de transformar um parque num parque para visitação para entrar em contato com a natureza e realizar trilhas ainda está na fase embrionária, não havendo quaisquer indicativos do início das obras nem um direcionamento de como exatamente irá funcionar. Portanto, desenvolver um projeto de identidade visual e de sinalização para uma área bastante extensa sem conhecer as suas limitações e possibilidades, acesso ao seu mapeamento e sem grande parte de suas rotas e trilhas tornou-se um desafio e tanto.



Figura 98 – Vista via satélite de toda extensão do parque

Fonte: Plano de manejo fornecido pelo SEMAPA

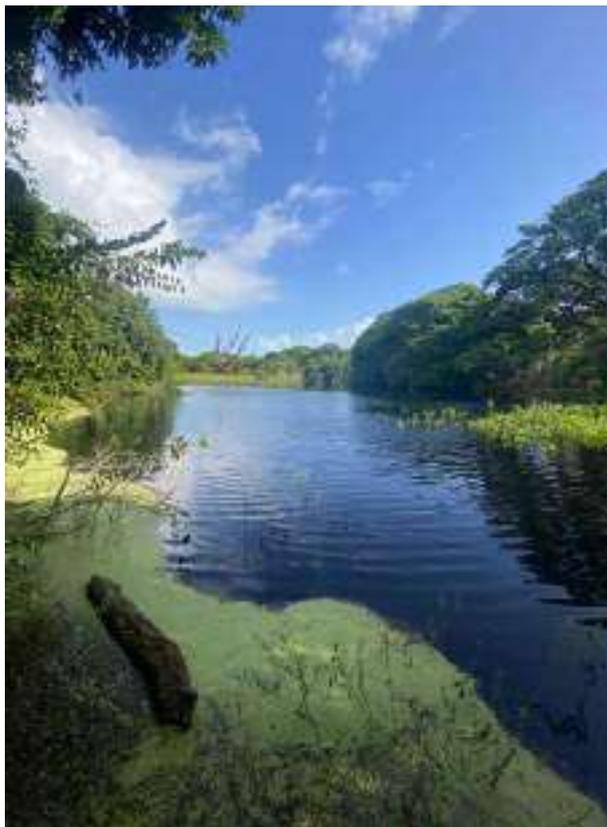


Figura 99 – Área do parque afetada pelo alagamento

Fonte: Imagem do autor

5.9.4 Concepção:

Tendo como ponto de partida criar o logo, inicialmente o primeiro obstáculo foi solucionar o problema em como traduzir a extensão do nome do local: parque natural municipal de Cabedelo em um logo que tivesse personalidade e transmitisse características do local sem parecer institucional demasiadamente. Buscando uma identidade visual que fosse atrativa para o público e pudesse valorizar a fauna e flora do local, o *moodboard* criado buscou principalmente referência, mesmo que não sejam exatamente da mesma função, projetos de zoológicos, dentre eles, aqueles que tivessem o maior uso de cores, ícones ou encaixes textuais diferentes.



Figura 100 – Moodboard composto por referência de zoológicos

Fonte: Imagem do autor

Com as referências bem definidas, alguns rascunhos foram desenvolvidos buscando selecionar a melhor forma de hierarquização de cada palavra que compunha o título do parque e adaptar a ideia de compactação através de um ícone bastante forte como base para o restante das informações. Não optando pelo uso de figura no logo, seguiu pela escolha de utilizar as iniciais de cada palavra, P, N, M e C, e criar o logo em cima disso.

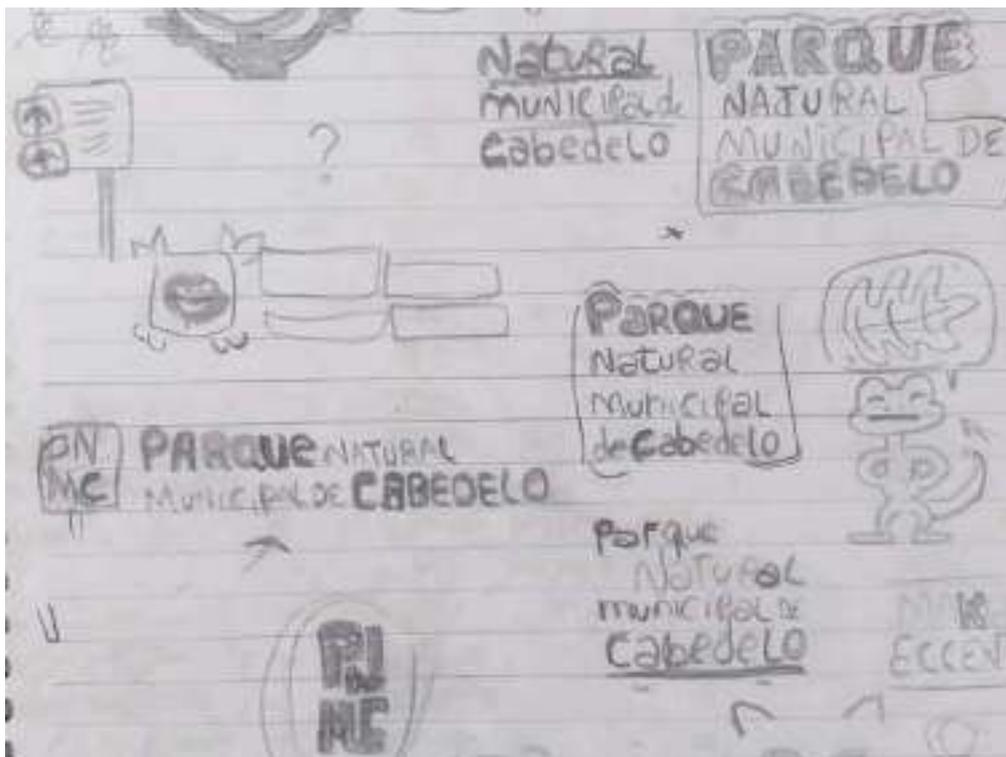


Figura 101 – Rascunhos iniciais para o logo

Fonte: Imagem do autor

Por ter se optado pela ausência de um ícone na assinatura visual, o grupo como um todo sentiu falta de um apelo visual capaz de chamar mais atenção para o parque de forma a atrair o público e se comunicar de uma forma mais amigável, a fim de torná-lo mais notório para a comunidade local, já que o objetivo final da prefeitura é transformar o parque num ponto de visitação e uso para trilhas. Com essa ideia em mente, a solução foi a criação de um mascote baseado em algum animal carismático característico do local. Após algumas pesquisas nos materiais disponibilizados pela professora com o objetivo de procurar um animal, principalmente os mais chamativos como mamíferos ou aves, percebeu-se que a área por sofrer forte pressão antrópica devido à urbanização e à especulação imobiliária, muitas espécies nativas da mata atlântica não conseguem se propagar no local, principalmente os mamíferos, sendo assim o animal escolhido foi o calango-bico-doce (ameiva-ameiva), um pequeno réptil relativamente comum que possui cores bastante chamativas com potencial para trazer características mais humanizadas e divertidas a tona ao animal.



Figura 102– Rascunhos iniciais para o mascote

Fonte: Imagem do autor

5.9.5 Implementação:

Graças a visita realizada, foi possível observar de perto muitas características do ambiente e enxergar formas de aplicar diretamente na identidade visual, dentre elas, a paleta de cores foi escolhida para remeter aos aspectos da flora e da fauna do parque, além da própria cidade de Cabedelo. Os tons principais, verde e bege, foram selecionados por, além de ter um bom contraste entre si para as aplicações principais, o tom de verde mais intenso traz a ambientação bastante arborizada do parque, enquanto o bege tons de alguns répteis, classe de grande presença no local. Já as cores secundárias, marrom alaranjado e ciano, são cores complementares para colorir a paleta de cores com aspectos característicos da região, como o grande azul do mar no litoral e o marrom da terra e também da fauna.



Figura 103 – Paleta de cores baseada em aspectos naturais

Fonte: Imagem do autor

Para construção final do logo com tipos, a tipografia selecionada como base e para o restante das aplicações na identidade visual, foi a fonte sem serifa inter, na qual tem inúmeras variações em seu peso, formas bastante agradáveis e boa legibilidade para aplicações em sinalização. Com a fonte selecionada, utilizando o software vetorial, adobe illustrator, foi modificado os formatos das iniciais de modo a trazer aspectos mais orgânicos com formas curvas e irregulares, mas mantendo um fechamento em formato retângular a fim de compactar o tamanho do logo e se manter coerente as referências buscadas no moodboard. Para maior variedade nos usos e aplicações, também foram criadas variações de posição e quantidade de elementos no logo, também podendo ser executada na horizontal, somente com as iniciais, além do uso de cores podendo ser ou monocromático ou preenchido de mais cores a partir da paleta de cores.



Figura 104 – Tipografia e logo em suas variações

Fonte: Imagem do autor

Com o visual inspirado em personagens de desenhos animados e nomeado pelo grupo como Manoel, o mascote calango ganhou vida através da sua vetorização novamente pelo software adobe illustrator, trazendo carisma em suas poses animadas e cores chamativas, além de está caracterizado como vestimentas de trilha, com uma jaqueta e chapéu protetor de sol. Como dito anteriormente, o principal objetivo do mascote é ter um apelo visual chamativo e carismático como meio de comunicação ao público do parque, participando nas placas, em possíveis posts em redes sociais e em outros métodos de comunicação: animações, vídeos e etc.



Figura 105 – Versão final do mascote calango Manoel

Fonte: Imagem do autor

Seguindo para a construção dos elementos de sinalização, pictogramas foram desenvolvidos para aplicação por todo o parque, seguindo aspectos da identidade visual. Dentre eles, grande parte serve para indicar locais e sintetizar a imagem de cada item, auxiliando os visitantes a identificarem e entenderem rapidamente o significado de cada pictograma. Em suas formas, todos são arredondados em suas arestas, preenchidos, sintetizados, sem contornos e sua construção é feita a partir do contraste entre áreas preenchidas e vazias.



Figura 106 – Pictogramas desenvolvidos para aplicação

Fonte: Imagem do autor

Por fim, após a conclusão da montagem da identidade visual, foi realizado uma breve pesquisa em materiais e medidas para cada tipo de placa requisitado pela atividade: identificativa (determina e define nomes de locais), orientadoras (sinalizam algo, um ponto de interesse), direcionais (direcionam as pessoas à algum ponto), interpretativa (passam uma mensagem de contextualização e explicação) e regulamentadoras (trazem uma mensagem regulamentar alguma ação). Nessas placas ocorre a predominância da cor verde e bege da paleta, além de formas arredondadas e levemente curvas como forma de se inserir na identidade visual construída para o parque.

Placas

Identificativa (entrada)

Unidade de medida: cm

Materiais: ACM (composto de alumínio), com tinta à base PVDF, aplicação de verniz.

Formas de fixação: Parafusado no chão.



Figura 107 – Placas identificativas para entradas

Fonte: Imagem do autor

Identificativa (locais)

Unidade de medida: cm

Materiais: Linhas de madeira de ipê, massaranduba e jatobá madia; parafusos, porcas, arruela, placas de ACM, com tinta à base PVDF, aplicação de verniz.

Formas de fixação: Com concreto ou parafusado no chão.



Figura 108 – Placas identificativas para os locais

Fonte: Imagem do autor



Figura 109 – Placas orientadoras para o mapa do parque e suas trilhas

Fonte: Imagem do autor



Figura 110 – Placas direcionais todas agrupadas num grande conjunto

Fonte: Imagem do autor



Figura 111 – Placas interpretativas sobre a fauna e flora do local

Fonte: Imagem do autor



Figura 112 – Placas regulamentadoras que indicam instruções e precauções

Fonte: Imagem do autor



Figura 113 – Possível aplicação fictícia das placas no local indicando escala e posicionamento através do uso de IA.

Fonte: Imagem do autor

5.9.6 Conclusão:

O resultado obtido foi muito satisfatório, foi possível conceber uma proposta de identidade visual viável e atrativa com bastante personalidade aplicada no logo e principalmente nas placas desenvolvidas. Ainda não há uma data ou informações suficientes que indiquem quando o projeto de sinalização do parque será iniciado.

5.10 Excentrize (2024) - Identidade visual

5.10.1 Sobre:

Projeto individual ou em dupla desenvolvido durante a disciplina de gestão de projetos, ministrada pela professora Suellen Silva. A disciplina tem como fundamento capacitar o estudante a elaborar projetos da maneira mais eficiente nos contextos profissionais exigidos pelo mercado de trabalho, sendo necessário para a última atividade, o desenvolvimento de projeto de negócio da área de design gráfico para uma empresa fictícia ou já estabelecida. O autor optou por realizá-la de forma individual, e os materiais entregues consistem em documentos importantíssimos para qualquer empresa que busca ter um bom direcionamento no mercado e entender seus próprios objetivos, limitações e capacidade, entre eles o modelo de proposta de trabalho, modelo de recibo, portfólio, identidade visual da empresa fictícia, entre outros.

5.10.2 Metodologia:

Para a construção dessa nova identidade visual foi utilizada a metodologia de Peón (2001), dividida nas etapas de problematização, concepção e implementação, descritas a seguir.

5.10.3 Problematização:

Por se tratar de uma atividade que busca antecipar o estudante a sua futura inserção no mercado, o principal questionamento que sobrevoou inicialmente foi: com que atividades e qual público esta empresa fictícia irá atender? Capaz de atender os requisitos da atividade e também surgir como uma alternativa de trabalho

futura, tendo em vista a grande afinidade do autor com a área da ilustração, principalmente voltada à criação de personagens fictícios e mascotes durante grande parte dos projetos durante o período acadêmico, surgiu então uma solução: desenvolver os conceitos e os serviços da empresa a partir deste principal ponto forte.

5.10.4 Concepção:

A ideia desta empresa é o trabalho voltado para a criação de novos mascotes e *redesign* de mascotes já existentes para atender tanto pessoas físicas quanto para outras empresas dos mais diversos ramos, desenvolvendo personagens que transmitem as características das determinadas empresas no design e personalidade dos personagens. Partindo do princípio destes serviços e também refletindo um pouco do estilo e personalidade carismática e divertida empregados nos projetos do autor, foi criado um painel de referências com marcas que possuíssem características semelhantes.



Figura 114 – Painel de referências para construção do logo

Fonte: Imagem do autor

Seguiu-se então para geração de ideias e alternativas para o logo, buscando criar um símbolo que traduzisse a imagem da empresa e seus serviços, ou seja, um logo que transmita o trabalho de criação de mascotes carismáticos. Portanto, os rascunhos possuem um grande sorriso divertido como elemento central, pois representa muito bem o aspecto de carisma e encanto, além de ser algo muito característico do autor, sempre sorridente com seus amigos. Tanto para complementar o sorriso quanto para indicar o trabalho exclusivo com mascotes, uma versão simplificada do que mais tarde seria o próprio mascote da empresa fictícia também foi rascunhado em conjunto com o logo. Após algumas alternativas para nomear a empresa, o termo então criado transmite bem a missão que a empresa almeja: atender clientes que buscam individualidade e diferenciação no mercado. O termo foi criado a partir da palavra excêntrico, “excentrize”, pois a palavra excêntrico significa algo diferente, que chama atenção, combinando perfeitamente.



Figura 115 – Rascunhos para o logo excentrize

Fonte: Imagem do autor

A ideia de criar um mascote para a excentrize veio graças aos resultados obtidos pelos rascunhos do logo. Sendo baseado em mamíferos como cães e gatos, o animal humanoide (sem nome) tem como objetivos ser o rosto da empresa e introduzir aos clientes interessados nos serviços de criação de mascote, o impacto que um personagem pode proporcionar na comunicação da empresa com seus clientes, além de ser uma vitrine para a qualidade empregada nos serviços que a excentrize disponibiliza.



Figura 116 – Rascunhos referentes ao mascote

Fonte: Imagem do autor

5.10.5 Implementação:

A fonte escolhida para identidade visual foi a tipografia sem serifa, Jost. Os formatos mais agudos e com grande dinamismo geram, em conjunto com o ícone do logo, um ótimo complemento para transmitir a mensagem da empresa inovadora que traz soluções criativas.

Jost Black
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890

Figura 117 – Tipografia selecionada para identidade visual

Fonte: Imagem do autor

A paleta de cores desenvolvida é composta por cores mais vibrantes, alegres e chamativas, predominantemente com o uso do laranja. O azul e o amarelo são tons complementares para gerar contraste, enquanto o tom bege é utilizado como cor de fundo ou cor da tipografia como alternativa ao preto.

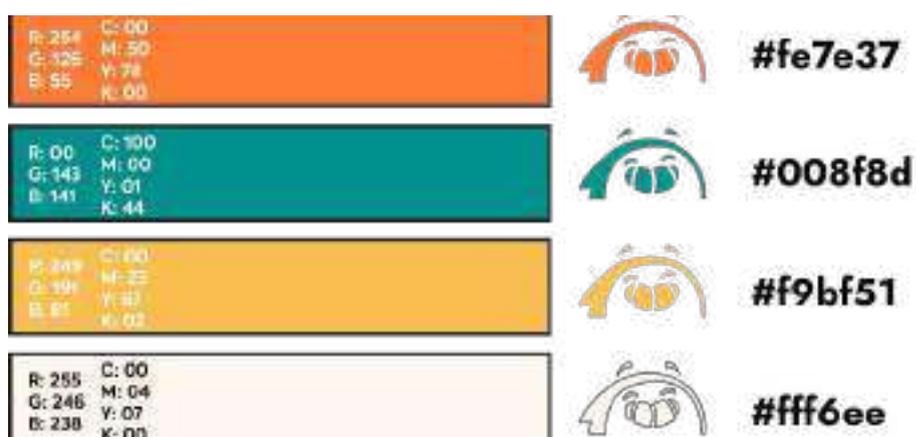


Figura 118 – Paleta de cores para identidade visual

Fonte: Imagem do autor

O logo final sintetiza toda a proposta da marca excentrize, trazendo um ícone do mascote sorrindo como elemento principal, indicando qual área de serviço atua e da forma leve e divertida que são desenvolvidos. Além disso, o nome da empresa está apenas com a inicial em caixa alta e levemente inclinada, a fim de gerar maior conforto visual.



Figura 119 – Versão principal do logo aplicada ao fundo bege

Fonte: Imagem do autor



Figura 120 – Versões alternativas em aplicações com cores e fundos diferentes

Fonte: Imagem do autor

Por fim, o personagem mascote foi vetorizado através do software adobe illustrator, possuindo a cor laranja em sua totalidade, com um sorriso bem contundente em poses dinâmicas para criar a sensação de movimento, representando visualmente grande parte dos valores da empresa.



Figura 121 – Versões vetorizada do mascote

Fonte: Imagem do autor



Figura 122 – Aplicação da identidade visual em adesivos personalizados

Fonte: Imagem do autor



Figura 123 – Aplicação da identidade visual em camisa personalizada

Fonte: Imagem do autor



Figura 124 – Aplicação da identidade visual em canecas personalizadas

Fonte: Imagem do autor

5.10.6. Conclusão:

A disciplina de gestão em projeto foi uma oportunidade para todos de germinar sementes para os futuros profissionais em designer gráficos, se enxergando dentro do mercado, introduzindo métodos e os processos de proposta de trabalho e de recebimento da forma apropriada a valorizar os serviços prestados. Nesta última atividade foi possível conceber uma ideia empreendedora que, a partir dos próprios conhecimentos e aprimoramentos obtidos durante toda a trajetória acadêmica, gera desenvolvimento profissional para o autor com uma oportunidade bem definida para atuar no mercado com as suas áreas de maior afinidade, a ilustração digital.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A imersão nos fundamentos dos processos e metodologias obtidos graças ao aprendizado nas diversas disciplinas ao decorrer do curso, agregaram significativamente no entendimento e aprofundamento dos conceitos da área do design gráfico, alterando por completo a forma na qual estava-se habituado enxergar os mais diversos projetos visuais do dia-a-dia: os logos, tipografias, embalagens, ilustrações, entre outros.

Ao finalizar este trabalho foi possível enxergar com clareza o desenvolvimento como profissional que houve no decorrer de cada projeto durante a formação acadêmica. Com o constante processo de produção de projetos nas diversas disciplinas referente às diversas áreas de atuação que o campo do design gráfico compreende, foi possível identificar e aprimorar as áreas de maior afinidade do autor, sendo os dez projetos destacados a consolidação e reflexo do amadurecimento obtido em sua jornada.

O portfólio serve como uma coleção de seus melhores projetos e vitrine para o mercado. Devido à oportunidade oferecida em cada projeto acadêmico, com acompanhamento qualificado pelos professores e tempo de produção para soluções visuais criativas, foi possível gerar projetos que expõe as habilidades únicas e o estilo pessoal adotado pelo autor. Este primeiro portfólio é apenas a porta de entrada, com o decorrer do tempo e experiência obtida no mercado, novos projetos surgirão para serem inseridos, expandindo ainda mais o conhecimento e desenvolvimento do autor nas áreas de identidade visual e ilustração.

7. REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul; BELLOLI, Mariana (Tradutor). **Design thinking: s.m. ação ou prática de pensar o design**. BELLOLI, Mariana (Tradutor). Porto Alegre: Bookman, 2011.

Brasilidade: entenda o conceito do termo. **Nova Brasil**, 2023. Disponível em: <https://novabrasilfm.com.br/notas-musicais/brasilidade-entenda-o-termo>. Acesso em: 02 Jan. 2025.

BRITO, C. **Estudo do portfólio às competências**. Dissertação (Mestrado em Estudos Culturais, Didáticos, Linguísticos e Literários) - Universidade da Beira Interior, Covilhã, Castelo Branco. Portugal, p. 188, 2009

CHOI, Diane. A arte da animação: Uma introdução aos storyboards em movimento. **Animated storyboards**, 2024. Disponível em: <https://animatedstoryboards.com/pt/the-art-of-animatics/#:~:text=Na%20sua%20ess%C3%Aancia%2C%20um%20animatic,edi%C3%A7%C3%A3o%20e%20envolvend o%20frequentemente%20movimento>. Acesso em: 31 Out. 2024.

GASPHAR, Nathalia. Identidade visual: entenda o conceito e como desenvolvê-lo! Hubspot, 2021. Disponível em: <https://br.hubspot.com/blog/marketing/identidade-visual#:~:text=Identidade%20visual%20%C3%A9%20o%20conjunto,personalidade%20e%20nicho%20de%20atua%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 15 Set. 2024.

Ilustração: o que é. **Significados**, 2024. Disponível em: <https://www.significados.com.br/ilustracao/#:~:text=Uma%20ilustra%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9%20uma%20imagem,cumprem%20a%20fun%C3%A7%C3%A3o%20de%20comunicar>. Acesso em: 15 Set. 2024.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. BORGES, Cristian (Tradutor). São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MATHIAS, Lucas. O que é Briefing? Definição, importância e como fazer em 8 passos. **Mindminers**, 2022. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/o-que-e-briefing/#:~:text=Indo%20direto%20ao%20pont>

o%2C%20o,seus%20objetivos%20com%20o%20projeto. Acesso em: 28 Out. 2024.

NEVES, Flávia de Barros. *Contestação gráfica: engajamento político-social por meio do design gráfico*. In: BRAGA, M. C. (Org.). **O papel social do design gráfico**. História, conceitos & atuação profissional. São Paulo: Senac. 2011.

O que é brainstorming. **Miro**, 2024. Disponível em: <https://miro.com/pt/brainstorming/o-que-e-brainstorming/#o-que-%C3%A9-brainstorming>. Acesso em: 28 Out. 2024.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de identidade visual**. 2ª ed. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2001.

Porto Editora – *redesign* no Dicionário infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora. Disponível em <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/redesign>. Acesso em: 13 Out. 2024.

RAMOS, Ana. O que é moodboard, como criar e usar o painel semântico. **Rockcontent**, 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/moodboard/>. Acesso em: 30 de Out. 2024

RIBEIRO, Renato. O que são vetores e como vetorizar uma imagem? Aprenda! **Talent Network**, 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/como-vetorizar-uma-imagem/>. Acesso em: 30 Out. 2024.

SIQUEIRA, André. Persona: o que é, como definir e por que criar uma para sua empresa [+ exemplos práticos e um gerador]. **RD Station**, 2024. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/persona-o-que-e/>. Acesso em: 4 Nov. 2024.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca: um guia completo para criação, construção e manutenção de marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que o profissional **Eudes Rufino da Silva Filho**, de **CPF/CNPJ de nº067.945.114-52**, prestou o serviço de desenvolvimento de identidade visual voltada para lanchonete do cliente **Bruno Matheus Anselmo da Silva**, contratado por **Home Snack delivery**, com CPF/CNPJ de nº **42.861.959/0001-61**, no período entre 21/03/2023 e 30/03/2023.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

João Pessoa, 27/01/2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bruno', is written over a horizontal line.

(assinatura do contratante)

	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)

Projeto de TCC do aluno Eudes Filho

Assunto:	Projeto de TCC do aluno Eudes Filho
Assinado por:	Eudes Filho
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

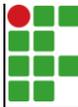
- **Eudes Rufino da Silva Filho, DISCENTE (202217010013) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 07/03/2025 16:22:03.

Este documento foi armazenado no SUAP em 07/03/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1411598

Código de Autenticação: e14dff5985



	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)

Envio da versão ajustada

Assunto:	Envio da versão ajustada
Assinado por:	Eudes Filho
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Eudes Rufino da Silva Filho, DISCENTE (202217010013) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 15/04/2025 11:57:30.

Este documento foi armazenado no SUAP em 15/04/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1462187

Código de Autenticação: 22264c369f

