



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

PORTFÓLIO:
Processos e práticas

LETÍCIA DA CONCEIÇÃO DOS SANTOS

CABEDELO
2025

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

S237p Santos, Letícia da Conceição dos.

Portfólio: Processos e práticas . /Letícia da Conceição dos Santos. -
Cabedelo, 2025.

79f. il.: Color.

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

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

1. Design gráfico. 2. Portfólio. 3. Desenvolvimento. 4. Metodologia.

I. Título.

CDU 741



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

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

Letícia da Conceição dos Santos

PORTFÓLIO: Processos e práticas

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

Aprovada em 17 de julho de 2025.

Membros da Banca Examinadora:

Prof. Dr. Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Dra. Turla Angela Alquete de Arreguy Baptista

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Esp. Suellen Silva de Albuquerque

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2025

Documento assinado eletronicamente por:

- **Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 21/07/2025 17:51:30.
- **Turla Angela Alquete de Arreguy Baptista, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 22/07/2025 11:53:45.
- **Suellen Silva de Albuquerque, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO**, em 22/07/2025 12:58:55.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 11/07/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 735457
Verificador: e24c7ec881
Código de Autenticação:



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

LETÍCIA DA CONCEIÇÃO DOS SANTOS

**PORTFÓLIO:
Processos e práticas**

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

Orientador(a): Professor Doutor Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves

FICHA CATALOGRÁFICA

AGRADECIMENTOS

Escrevo com imensa gratidão a Deus, que me permitiu sonhar e me concedeu forças para realizar. A Ele, toda honra e toda glória, pois sem Sua presença, nada teria sido possível.

Ter chegado até aqui também é fruto do trabalho dos meus pais, Ricardo e Josivânia, que me ensinaram o valor da educação e sempre me mostraram que era possível ir além. Foram meu porto seguro e abrigo, oferecendo-me a segurança necessária para sair do ninho e coragem para alçar voo. Por isso, e por tudo o que representam em minha vida, deixo aqui o meu sincero agradecimento.

Ao meu amado Michael, sou grata pelo apoio constante, pela paciência e por me incentivar com amor em todos os momentos desta trajetória.

Agradeço aos meus amigos, especialmente Jorge e Jonas, por cada ligação, conselho, madrugada de jogos e apoio contínuo ao longo dos anos. Estendo meu carinho à minha amiga de infância, Eduarda, por torcer por mim em todas as etapas deste percurso.

Às amizades construídas durante a graduação, Luanna, Catherine, Rebeca e Bárbara, registro meu apreço por tornarem a rotina universitária mais leve e divertida.

Sou igualmente grata aos amigos Raissa e Nicola, que me acolheram como família e estiveram presentes nos momentos em que mais precisei.

Não posso deixar de agradecer ao meu orientador, Ticiano, por me fazer acreditar que era possível chegar até aqui me guiando com paciência e carinho.

RESUMO

Este trabalho apresenta um portfólio composto por dez projetos desenvolvidos durante a graduação em Design Gráfico pelo Instituto Federal da Paraíba (IFPB), abrangendo as áreas de identidade visual, design de embalagem, criação de vídeo, design editorial e ilustração. Os projetos buscam evidenciar a versatilidade do trabalho da designer Letícia Santos e sua evolução ao longo do curso. Cada projeto foi descrito com base em sua problemática, metodologia e soluções desenvolvidas, adotando abordagens específicas conforme o tipo de demanda. Foram aplicadas metodologias reconhecidas na área, como a de Maria Luísa Peón para identidade visual, Fábio Mestriner para embalagem, Bruno Munari para editorial e ilustração, e Design Thinking para publicidade e produção audiovisual. As produções foram divididas entre trabalhos acadêmicos, elaborados no contexto das disciplinas do curso, e projetos profissionais, desenvolvidos para clientes reais. Este portfólio também se propõe como uma ferramenta estratégica de inserção no mercado de trabalho, apresentando as competências técnicas e criativas da autora. Todos os projetos estão disponíveis para visita no perfil da designer na plataforma Behance.

Palavras-Chave: *Design Gráfico, Desenvolvimento, Metodologia.*

ABSTRACT

This work presents a portfolio composed of ten projects developed during the undergraduate course in Graphic Design at the Federal Institute of Paraíba (IFPB), covering the areas of visual identity, packaging design, video creation, editorial design, and illustration. The projects aim to demonstrate the versatility of designer Leticia Santos's work and her evolution throughout the course. Each project is described based on its problem statement, methodology, and developed solutions, adopting specific approaches according to the type of demand. Recognized methodologies in the field were applied, such as those of Maria Luisa Peón for visual identity, Fábio Mestriner for packaging, Bruno Munari for editorial and illustration, and Design Thinking for advertising and audiovisual production. The productions were divided between academic works, developed within the context of the course disciplines, and professional projects, created for real clients. This portfolio also serves as a strategic tool for insertion into the job market, presenting the author's technical and creative skills. All projects are available for viewing on the designer's profile on the Behance.

Keywords: *Graphic Design, Development, Methodology.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Livro “O demonologista”.....	14
Figura 2. Painel de referências.....	15
Figura 3. Paleta de cores.....	16
Figura 4. Fonte definida para o projeto.....	16
Figura 5. Grid do Cartaz.....	17
Figura 6. Capa finalizada.....	18
Figura 7. Mockup 1 do Cartaz.....	19
Figura 8. Mockup 2 do Cartaz.....	19
Figura 9. Painel Semântico desenvolvido para a revista.....	20
Figura 10. Paleta de cores.....	21
Figura 11. Fonte utilizada para o título.....	21
Figura 12. Fonte utilizada para textos complementares.....	21
Figura 13. Grid.....	22
Figura 14. Capa finalizada.....	23
Figura 15. Primeiro mockup revista.....	24
Figura 16. Segundo mockup revista.....	24
Figura 17. Livro “O menino do dedo verde”.....	25
Figura 18. Painel de semântico.....	26
Figura 19. Processo de produção.....	27
Figura 20. Paleta de cores.....	28
Figura 21. Fonte Pelican.....	28
Figura 22. Mockup da capa finalizada.....	29
Figura 23. Mockup da contracapa.....	29
Figura 25. Ilustração página inteira.....	30
Figura 26. Primeiro elemento ilustrativo.....	31
Figura 27. Página inteira e elemento ilustrativo.....	31
Figura 28. Página inteira e elemento ilustrativo.....	32
Figura 29. Página inteira e elemento ilustrativo.....	32
Figura 30. Banda The Lourdes.....	33
Figura 31. Painel Semântico desenvolvido para a banda.....	34
Figura 32. Esboço 1.....	34
Figura 33. Esboço 2.....	34
Figura 34. Esboço 3.....	34
Figura 35. Esboço 4.....	34
Figura 36. Paleta de cores.....	35
Figura 37. Fonte Tan Type.....	35
Figura 38. Ilustração 1: Vocalista.....	36
Figura 39. Ilustração 2: Tecladista.....	36
Figura 40. Ilustração 3: Baixista.....	36
Figura 41. Ilustração 4: Baterista.....	36
Figura 42. Ilustração 5: Banda completa 1.....	36
Figura 43. Ilustração 6: Banda completa 2.....	36
Figura 44. Mockup: Ecobag 1.....	37
Figura 45. Mockup: Ecobag 2.....	37
Figura 46. Mockup: Ecobag 3.....	37

Figura 47. Mockup: Adesivos.....	38
Figura 48. Mockup: Bottons.....	38
Figura 49. Cantora Joyce Alane.....	39
Figura 50. Painel Semântico.....	40
Figura 51. Painel de Cores.....	41
Figura 52. Fonte Bebas Neue.....	42
Figura 53. Fonte Merienda.....	42
Figura 54. Capa finalizada.....	43
Figura 55. Mockup: Capa de disco e bolacha.....	43
Figura 56. Mockup: CD e Spotify.....	44
Figura 57. Mockup: Logo Bom ponto.....	45
Figura 58. Painel de referências.....	46
Figura 59. Anel mágico.....	47
Figura 60. Ponto médio alto.....	47
Figura 61. Ponto baixo.....	47
Figura 62. Paleta de cores.....	48
Figura 63. Logo aplicada com variações.....	49
Figura 64. Símbolos.....	49
Figura 65. Mockup 1: Estampa em tecido.....	49
Figura 66. Mockup 2: Caixa e fita para embalagem.....	50
Figura 67. Mockup 3: Adesivos.....	50
Figura 68. Logo Palove.....	51
Figura 69. Briefing desenvolvido.....	51
Figura 70. Mood board desenvolvido.....	52
Figura 71. Painel de referências desenvolvido.....	53
Figura 72. Ilustração 1: Morango.....	53
Figura 73. Ilustração 2: Goiaba aberta.....	53
Figura 74. Ilustração 3: Morango aberto.....	54
Figura 75. Ilustração 4: Morango fechado.....	54
Figura 76. Ilustração 5: Goiaba aberta.....	54
Figura 77. Ilustração 06: Goiaba fechada.....	54
Figura 78. Ilustração 5: Laranja aberta.....	54
Figura 79. Ilustração 6: Laranja fechada.....	54
Figura 80. Ilustração 7: Maracujá aberto.....	55
Figura 81. Ilustração 8: Maracujá fechado.....	55
Figura 82. Paleta de cores.....	55
Figura 83. Fonte Merienda.....	56
Figura 84. Tags para tampas.....	56
Figura 85. Rótulos.....	57
Figura 86. Teste de impressão: Tag.....	58
Figura 87. Teste de impressão: Rótulo 1.....	58
Figura 88. Teste de impressão: Rótulo 2.....	58
Figura 89. Teste de impressão: Rótulo 3.....	58
Figura 90. Mockup 1: Todos os rótulos.....	59
Figura 91. Mockup 2: Pote de geléia de morango.....	59
Figura 92. Mockup 3: Pote de geléia de goiaba.....	60
Figura 93. Mockup 4: Pote de geléia de laranja.....	60

Figura 94. Mockup 5: Pote de geléia de maracujá.....	61
Figura 95. Mockup 6: Rótulo.....	61
Figura 96. Mockup 7: Todas as tags.....	62
Figura 97. Assinatura visual antiga.....	63
Figura 98. Painel de referências.....	64
Figura 99. Caneta de pena.....	65
Figura 100. Traço.....	65
Figura 101. Traço.....	65
Figura 102. Fonte Mongolian Baiti.....	67
Figura 103. Recorte da fonte.....	67
Figura 104. Assinatura visual finalizada.....	67
Figura 105. Aplicações.....	68
Figura 106. Mockup 1: Notebook.....	68
Figura 107. Mockup 2: Placa de vidro.....	69
Figura 108. Mockup 3: Identificação de metal.....	69
Figura 109. Assinatura visual KOnjac Massa MF.....	70
Figura 110. Campanha da Sadia.....	71
Figura 111. Paleta de cores.....	71
Figura 112. Fonte Metronic Pro.....	72
Figura 113. Fonte Carouge Pro-Medium.....	72
Figura 114. Banner para site.....	72
Figura 115. Anúncio Google.....	73
Figura 116. Assinatura visual Konjac Massa MF.....	74
Figura 117. Frame retirado do vídeo (1).....	75
Figura 118. Frame retirado do vídeo (2).....	75
Figura 119. Frame retirado do vídeo (3).....	75
Figura 120. Frame retirado do vídeo (4).....	76
Figura 121. Frame retirado do vídeo (5).....	76
Figura 122. Frame retirado do vídeo (6).....	76
Figura 123. Paleta de cores.....	77
Figura 124. Fonte Anton.....	77
Figura 125. Frame retirado do vídeo (7).....	77
Figura 126. Banner principal atual.....	78

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	11
2. METODOLOGIA.....	12
3. PORTFÓLIO DE PROJETOS.....	14
3.1. O demonologista - Projeto editorial.....	14
3.2. Sparkle - Projeto editorial.....	20
3.3. O menino do dedo verde - Projeto de Ilustração.....	25
3.5. The Lourdes - Projeto de Ilustração.....	33
3.6. Joyce Alane - Projeto de editorial.....	39
3.7. Bom ponto - Projeto de identidade visual.....	45
3.8. Palove - Projeto de embalagem.....	51
3.8. Rav Gancz - Projeto de redesign.....	63
3.9. Konjac Massa - Publicidade.....	70
3.10. Konjac Massa - Produção de vídeo.....	74
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	79
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	80

1. APRESENTAÇÃO

Portfólio é uma coleção organizada de forma escrita e visual que demonstra o progresso e o desenvolvimento de um indivíduo em sua área de atuação. Conforme Harp e Huinsker (1997, p.224), portfólio é definido como “uma coleção de trabalhos que demonstra o crescimento, as crenças, as atitudes e os processos de aprendizagem de um aluno”, além de revelar formas de aprendizagem e desenvolvimento pessoal. Essa ferramenta permite uma autorreflexão sobre o próprio desenvolvimento, ajudando a identificar pontos fortes e áreas de melhoria e estabelecendo um caminho mais claro para o progresso profissional. Além disso, um portfólio bem elaborado pode servir como plataforma para o recebimento de feedbacks construtivos, além de atuar como prova concreta da experiência prática do designer, facilitando sua inserção no mercado de trabalho.

No design gráfico, o portfólio é uma ferramenta essencial para avaliar profissionais e suas habilidades na área, permitindo que designers apresentem uma variedade de trabalhos concluídos, demonstrando sua experiência, estilo e competências técnicas a potenciais empregadores ou clientes. Este portfólio reúne projetos acadêmicos e profissionais nas áreas de identidade visual, design de embalagem, criação de vídeo, editorial e ilustração. Para cada projeto, foram aplicadas metodologias reconhecidas na área, como Design Thinking para produção audiovisual, abordagens de Maria Luísa Peón para identidade visual, Fábio Mestriner para design de embalagem e Bruno Munari para editorial e ilustração.

Por esse motivo, optou-se pelo desenvolvimento deste portfólio para destacar os melhores trabalhos de Letícia Santos ao longo de sua graduação no curso de Tecnologia em Design Gráfico - Campus Cabedelo / IFPB, com o objetivo de auxiliar sua entrada no mercado de trabalho após a conclusão do curso. A apresentação dos projetos evidencia as habilidades e competências adquiridas durante a formação, fortalecendo sua posição profissional e ampliando suas oportunidades no campo do design.

Este trabalho apresenta uma coleção de dez projetos, cada um representando uma etapa distinta da trajetória da autora. Eles demonstram o domínio técnico frente aos desafios propostos. A estrutura do portfólio foi organizada para proporcionar uma leitura fluida, contextualizando cada produção e destacando a evolução da estudante como profissional em formação. Além do caráter avaliativo, o portfólio se configura como ferramenta de projeção

profissional, ampliando as possibilidades de inserção no mercado de trabalho ao oferecer uma visão clara das competências e do potencial criativo da autora

Os projetos do portfólio podem ser visitados no perfil da designer no Behance:
<https://www.behance.net/leticiasantos> .

2. METODOLOGIA

Ao longo do curso de Tecnologia em Design Gráfico pelo IFPB, foram desenvolvidos projetos em diversas áreas, tais como sistema de identidade visual, design de embalagem, design editorial, publicidade e criação de vídeo. Cada área adotou uma metodologia específica para alcançar soluções adequadas às demandas propostas. Para sistema de identidade visual, utilizou-se a metodologia de Maria Luísa Peón (2009); em design de embalagem, a abordagem de Fábio Mestriner (2004); no design editorial e em ilustração, aplicou-se a metodologia de Bruno Munari (1998); e, por fim, para os projetos de publicidade e criação de vídeo, foi empregada a metodologia do Design Thinking (IDEO, 2025).

Nos trabalhos de identidade visual, aplicou-se uma adaptação da metodologia de Maria Luísa Peón descrita na obra "Sistemas de Identidade Visual" (2009). Nela a autora destaca a importância da metodologia em projetos de design gráfico para estruturar o problema e facilitar sua resolução. Essa metodologia é composta por etapas sequenciais: diagnóstico da situação, solução preliminar, testes, solução definitiva, projeto das aplicações, elaboração do manual de identidade visual e implantação do sistema. Essas etapas estão divididas em três fases: Na Fase A, denominada Problematização, por meio de um briefing elaborado com o cliente, são identificados e definidos todos os dados e variáveis que serão desenvolvidos ao longo do projeto. Em seguida, na Fase B, chamada Concepção, a identidade visual é delineada em cinco passos: geração de alternativas, definição do partido, solução preliminar, validações e solução final. Por fim, na Fase C, denominada Especificação, o Sistema de Identidade Visual (SIV) é implantado na forma de um manual de aplicação do sistema.

Para os projetos de design de embalagem, utilizou-se a metodologia de Fábio Mestriner, descrita em "Design de Embalagem: Curso Básico" (2004), adaptada ao ambiente acadêmico. Mestriner apresenta uma metodologia para desenvolver embalagens, que foi inicialmente exposta em sala de aula pela professora da disciplina e posteriormente adaptada para este projeto. Essa metodologia possui cinco etapas sucessivas. A primeira etapa é a elaboração de um *briefing*, onde se obtêm informações cruciais sobre o produto, desde as características de produção até os objetivos de marketing do projeto. Na etapa seguinte, chamada Estudo de Campo, é realizada uma pesquisa de campo para entender quem são os principais concorrentes do produto em questão e visualizar como o consumidor enxerga. O resultado dessa pesquisa ajudará a criar uma estratégia de design e resultará em um *Mood Board*. A partir disso, é possível seguir para a etapa seguinte, a Estratégia de Design, que

indicará o caminho a ser seguido na próxima fase, com base em um painel de referências composto por elementos visuais relevantes para o produto. Logo após, temos a etapa de Desenho, onde são feitos os *layouts*, e, para finalizar, ocorre a simulação do projeto sendo aplicado nas embalagens e a apresentação do projeto.

Já nos trabalhos de design editorial e ilustração, foi aplicada a metodologia de Bruno Munari, conforme obra “Das Coisas Nascem Coisas” (1998), que é estruturada em 14 etapas, das quais 7 foram adaptadas para a execução do projeto. Primeiramente, o processo começa com a definição clara do problema, delimitando seus contornos e limitações essenciais como guia inicial. Em seguida, realiza-se uma pesquisa detalhada e abrangente, que inclui a busca ativa e a organização de referências visuais. Com essas informações, são construídos painéis semânticos que representam visualmente os dados coletados. Logo após, é realizada uma pesquisa sobre os materiais e tecnologias disponíveis para a elaboração do projeto. A partir dessas informações, são geradas alternativas na etapa de experimentações, seguida pela transformação do conceito em protótipos funcionais, finalizando assim o projeto

Por fim, nos projetos de publicidade e vídeo, aplicou-se a abordagem do Design Thinking, baseada no livro “Human Centered Design” (IDEO, 2025), dividida em três fases: Ouvir, Criar e Implementar. A primeira envolve a coleta de dados por meio de observações, entrevistas e pesquisas, buscando compreender o público e os objetivos. A fase de criação concentra-se na elaboração de conceitos e roteiros, enquanto a etapa de implementação se dedica à produção e refinamento dos materiais, como campanhas publicitárias e vídeos, garantindo soluções alinhadas às necessidades comunicacionais.

3. PORTFÓLIO DE PROJETOS

3.1. O demonologista - Projeto editorial

Categoria: Editorial

Ano: 2022

Disciplina: Planejamento Visual 3

Temática: Cartaz de filme

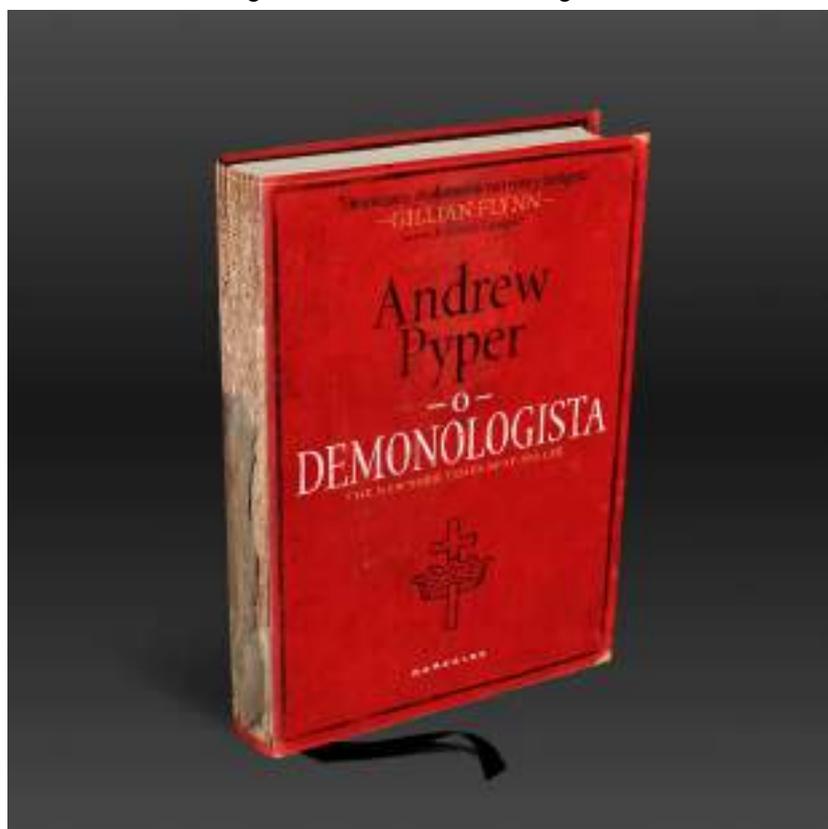
Equipe: Individual

Método: Bruno Munari (1981)

Problematização

Neste projeto editorial, proposto pela disciplina de planejamento visual 3, ministrada pela professora Turla Alquete, a tarefa era desenvolver um cartaz para um filme fictício com um tema à minha escolha. Optei por representar uma adaptação cinematográfica do livro *O Demonologista* (2013), de Andrew Pyper.

Figura 1. Livro “O demonologista”



Fonte: <https://www.darksidebooks.com.br/o-demonologista-andrew-piper/p>

Metodologia

Para esse projeto, utilizei a adaptação da metodologia de Bruno Munari, descrita no livro *Das Coisas Nascer Coisas* (2002). O processo teve início com a definição clara do problema, analisando como a estética do cartaz poderia representar a essência da história. Na etapa de coleta de dados, iniciou-se uma busca ativa por referências visuais alinhadas ao tema. As imagens selecionadas para compor o painel de referências tinham como foco o suspense, evidenciado por ambientes sombrios, urbanos e enevoados. Além disso, foram incluídas referências de cartazes que evocam mistério, contribuindo para a construção de uma atmosfera intrigante e compatível com a narrativa do livro.

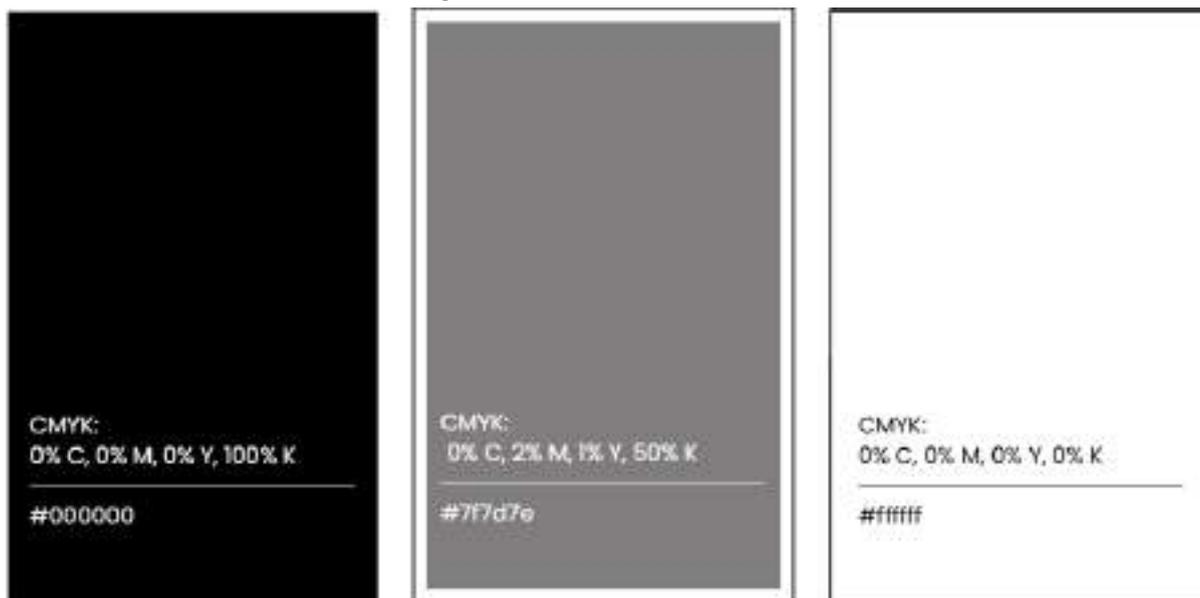
Figura 2. Painel de referências



Resultados

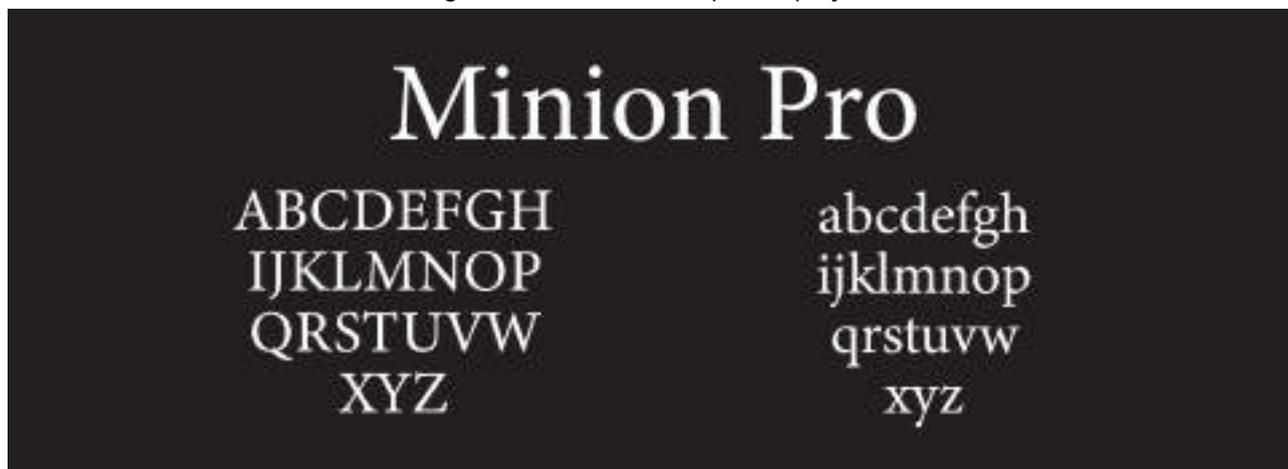
Na etapa de concepção, foram feitas escolhas projetuais fundamentadas nas análises anteriores. Na escolha da paleta de cores para o cartaz, foram consideradas as referências presentes no painel de inspiração. Por se tratar de uma obra voltada para o mistério, optou-se por uma estética em preto (#000000) e branco (#ffffff), com variações de cinza para reforçar a atmosfera sombria. O cinza (#7f7d7e), em especial, foi utilizado para representar a névoa e o caráter enigmático da trama, contribuindo para a sensação de suspense e ocultação presente na narrativa.

Figura 3. Paleta de cores



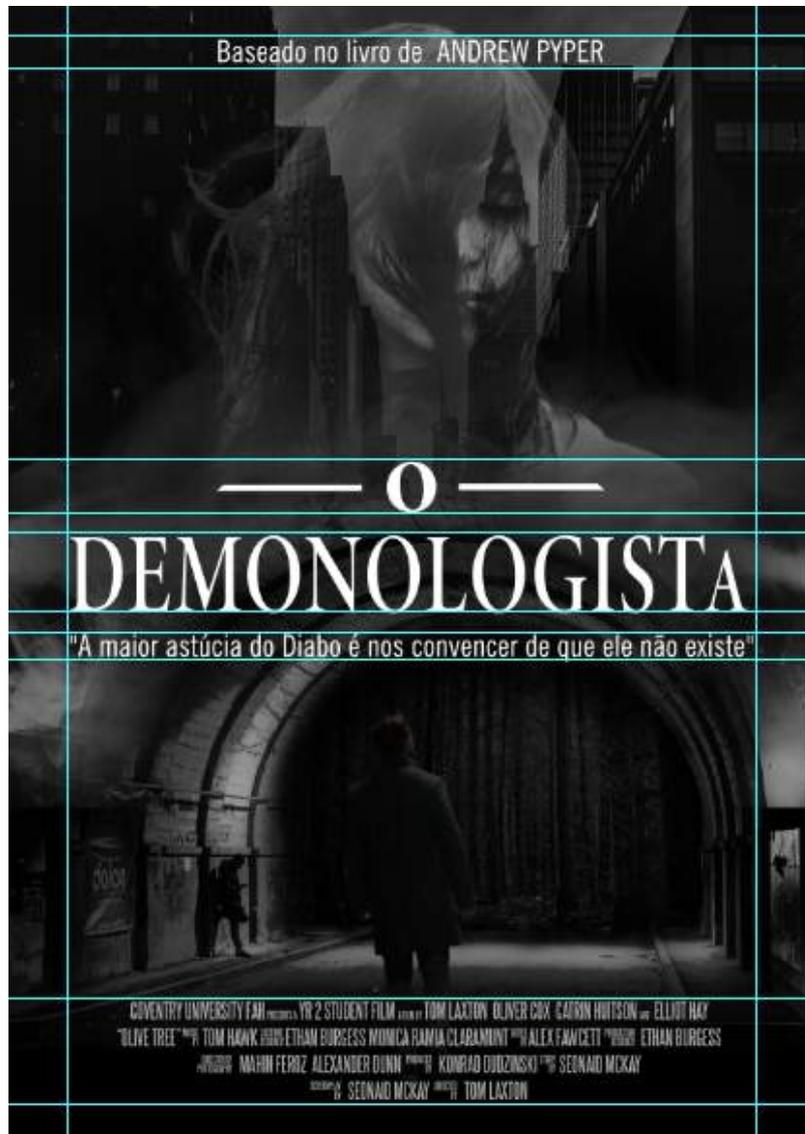
Ainda na etapa de concepção, a fonte escolhida para compor o cartaz foi a Minion Pro, não apenas por sua estética, mas também por sua legibilidade. Como o cartaz contém vários elementos visuais, era essencial que a tipografia permanecesse clara e destacada, mesmo em um fundo complexo. Sendo uma fonte serifada clássica, a Minion Pro transmite a seriedade e o tom literário presentes em *O Demonologista*. Além disso, sua estética remete a manuscritos antigos e publicações acadêmicas, o que dialoga diretamente com o perfil do protagonista, um professor e estudioso da literatura. Para vincular ainda mais o cartaz com a obra literária, a letra A foi colocada com o tamanho diferente das demais, assim como foi feito na capa do livro.

Figura 4. Fonte definida para o projeto



Na etapa de experimentação, foi utilizado o grid modular para garantir um design coeso, facilitando a leitura e a compreensão da mensagem transmitida. O uso dessa estrutura auxiliou no alinhamento dos elementos tipográficos e visuais, permitindo uma distribuição eficiente dos espaços, evitando sobrecarga visual e garantindo um impacto mais forte na comunicação da atmosfera do filme.

Figura 5. Grid do Cartaz



Na etapa de verificação e refinamento, a composição foi cuidadosamente ajustada. O título foi posicionado no centro do cartaz, não apenas para ser o destaque, mas também para dividir dois momentos da história. Na parte superior, observa-se a imagem de uma jovem com certa transparência e uma cidade ao fundo, representando a filha de David, que está desaparecida. Sua transparência reforça o suspense em torno de seu paradeiro.

Já na parte inferior, um homem aparece centralizado dentro de um túnel, caminhando em direção a uma floresta misteriosa. Esse elemento visual representa dois aspectos cruciais do livro: o trem como meio de transporte utilizado pelo protagonista em sua busca pela filha e, a floresta sombria, cenário de um dos encontros mais importantes com o sobrenatural ao longo da trama. Todos esses elementos foram posicionados de maneira estratégica para guiar o olhar do observador, levando-o a focar nos pontos centrais, seja a figura da garota ou do homem no túnel, criando uma narrativa visual envolvente e alinhada ao tom do filme.

Figura 6. Capa finalizada

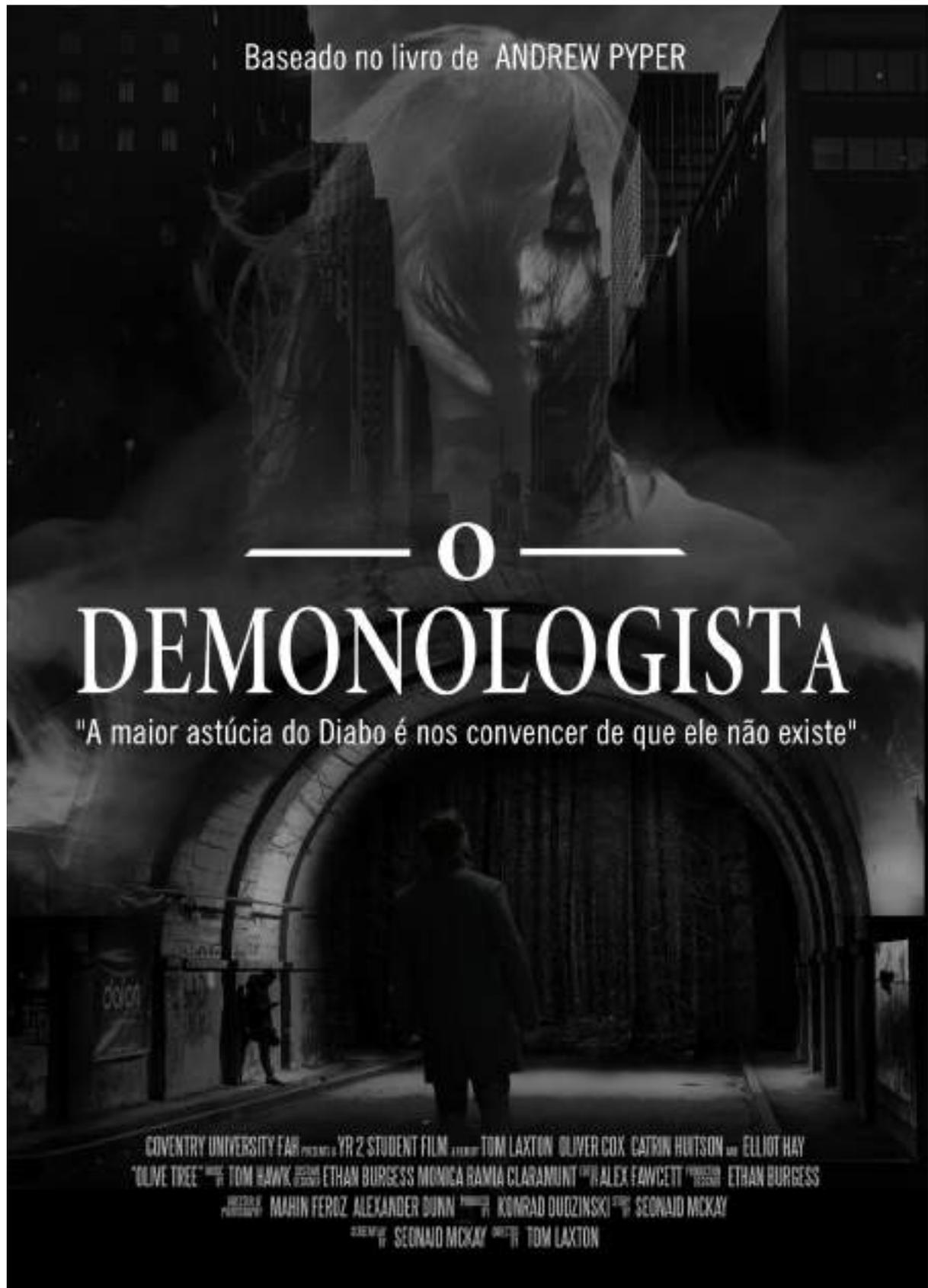


Figura 7. Mockup 1 do Cartaz.



Figura 8. Mockup 2 do Cartaz.



3.2. Sparkle - Projeto editorial

Categoria: Editorial

Ano: 2022

Disciplina: Planejamento visual

Temática: Revista de moda

Equipe: Individual

Método: Bruno Munari (1981)

Problematização

Neste projeto editorial, proposto pela disciplina de Planejamento Visual 3, a tarefa era desenvolver a capa de uma revista fictícia com tema à minha escolha. O objetivo deste projeto editorial foi criar uma capa de revista fictícia que fosse visualmente atraente, coerente com o tema escolhido e capaz de se destacar em um mercado editorial competitivo.

Metodologia

Para esse projeto, utilizei a adaptação da metodologia de Bruno Munari, descrita no livro *Das Coisas Nascem Coisas* (2002). O processo começou com a definição do problema, estabelecendo qual nicho seria explorado. Optou-se pela criação de uma revista de moda, tendo como inspiração a publicação fictícia apresentada no filme *De Repente 30* (2004). Na etapa de coleta de dados, iniciei a busca por referências que evocam a moda e a sofisticação. O resultado dessa pesquisa foi reunido em um painel de referências, composto por imagens de marcas icônicas como Prada, Dior, Cartier, Vogue e Chanel. A seleção dessas referências teve como objetivo capturar a essência do luxo e da elegância presentes nessas grandes casas de moda, servindo como base para a construção do conceito visual da revista.

Figura 9. Painel Semântico desenvolvido para a revista.



Resultados

Na fase de concepção, foram definidas as escolhas visuais e estilísticas com base no moodboard. A escolha da paleta de cores para a capa da revista Sparkle foi orientada pelas referências visuais, observando-se que marcas icônicas e revistas de moda, como Chanel e Vogue, utilizam predominantemente tons neutros, como preto, branco e cinza, para transmitir elegância e sofisticação.

Figura 10. Paleta de cores.



Ainda na concepção, foi escolhida a fonte Bodoni Moda, uma tipografia serifada clássica inspirada nos tipos de Giambattista Bodoni, tradicionalmente ligados ao luxo, à sofisticação e à tradição editorial. Seu uso no título da revista Sparkle e no nome da modelo Ayana Wilson transmite elegância atemporal e autoridade visual, remetendo diretamente ao estilo de publicações como a Vogue. Essa escolha reforça a proposta de evocar um universo de alta-costura e exclusividade, estabelecendo uma conexão imediata com o público que valoriza uma estética refinada.

Figura 11. Fonte utilizada para o título



A fonte Montserrat, uma sans-serif geométrica e moderna, foi utilizada nos textos complementares, como manchetes e subtítulos. Sua presença introduz clareza e contemporaneidade ao layout, favorecendo a legibilidade e a organização das informações. Em conjunto com a Bodoni Moda, cria-se um contraste visual sofisticado e funcional, que reforça a proposta do projeto: refletir o universo da moda com elegância clássica e um apelo moderno.

Figura 12. Fonte utilizada para textos complementares.



Durante a fase de experimentação, foram analisadas várias opções tipográficas, testando diferentes tamanhos e espaçamentos para identificar a combinação ideal. Esse processo culminou na etapa de refinamento visual, que integrou a tipografia aos demais elementos gráficos da capa da revista.

Figura 13.Grid.



Na etapa de verificação e ajustes, foi utilizado o grid modular para garantir equilíbrio à composição, estruturando e organizando os elementos de forma harmônica. Isso permitiu uma hierarquização eficiente das informações, posicionando o título no topo para garantir grande destaque sem comprometer a imagem principal. O subtítulo foi estrategicamente colocado logo abaixo, reforçando a identidade da capa.

O nome da modelo recebeu um posicionamento de destaque à esquerda, criando um ponto focal que equilibra a composição junto às chamadas das matérias, que foram alinhadas verticalmente e justificadas à direita. Essa organização contribuiu para a fluidez da leitura, além de criar contraste por meio do uso de diferentes pesos tipográficos. O grid também possibilitou espaços de respiro coesos, garantindo que a modelo permanecesse o elemento central da capa sem que os textos interferissem em sua presença visual.

Figura 14. Capa finalizada.



Figura 15. Primeiro mockup: revista.



Figura 16. Segundo mockup: revista aberta



3.3. O menino do dedo verde - Projeto de Ilustração

Categoria: Ilustração

Ano: 2023

Disciplina: Ilustração

Temática: Livro infantil

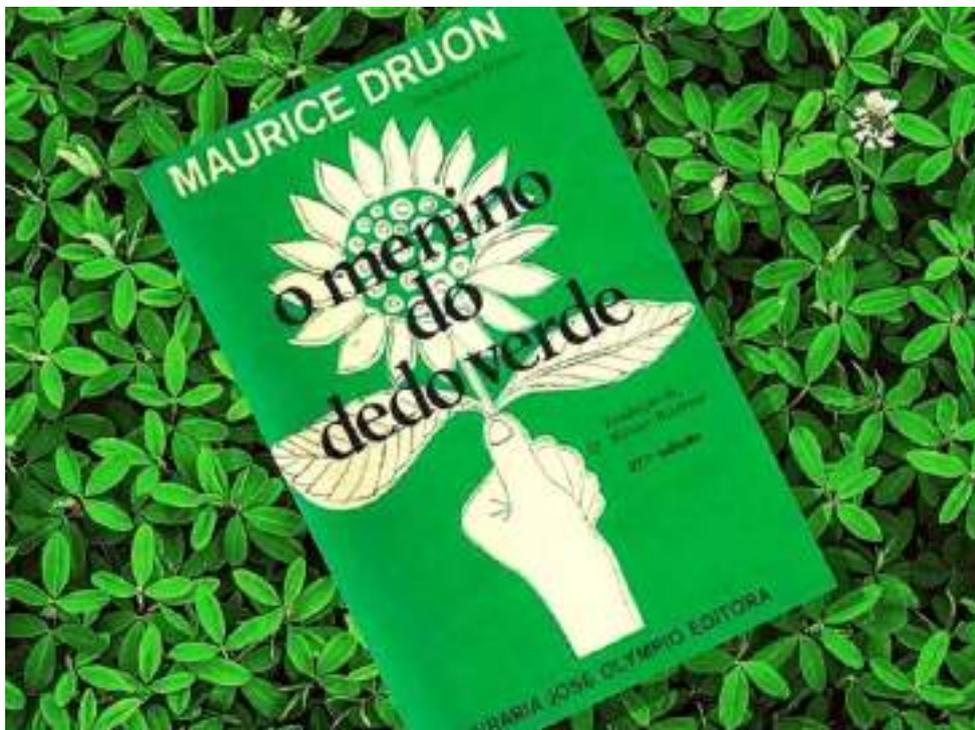
Equipe: Letícia, Megaron e Raissa

Método: Bruno Munari

Problematização

A proposta do projeto consistiu na criação de ilustrações baseadas nos capítulos do livro *O Menino do Dedo Verde*. Para atender aos requisitos da disciplina de Ilustração, ministrada pelo Professor Daniel Lourenço, os participantes deveriam desenvolver a ilustração da capa e da quarta capa do livro, além de criar uma ilustração em página dupla para um dos capítulos. Também foi necessário elaborar três ilustrações de página inteira simples e mais quatro elementos ilustrativos para compor o texto.

Figura 17. Livro “O menino do dedo verde”



Fonte: [/img.quizur.com/f/img5f0260ffbe83d5.50667019.jpg?lastEdited=1593991437&w=600&h=600&f=webp](http://img.quizur.com/f/img5f0260ffbe83d5.50667019.jpg?lastEdited=1593991437&w=600&h=600&f=webp)

Metodologia

Para realizar o projeto, utilizamos a metodologia de Bruno Munari, descrita no livro *Das Coisas Nascem Coisas* (2002). Na etapa de definição do problema, partimos da compreensão clara da demanda, considerando os requisitos da disciplina de Ilustração. Em seguida, na fase de coleta de dados e análise, fizemos reuniões para explorar a essência da obra e identificar elementos visuais que traduzissem sua narrativa. Com base nisso, criamos um painel semântico que serviu de guia visual para o projeto. O grupo optou por uma estética levemente aterrorizante, buscando um contraste com o caráter infantil do livro. Essa abordagem foi escolhida para atrair o público infantojuvenil, criando uma narrativa visual diferenciada.

Figura 18. Painel de semântico



Na etapa de pesquisa e experimentação, a equipe avançou para o levantamento de materiais e tecnologias disponíveis para a execução do projeto. Para definir o método de ilustração, foram consideradas as expertises de cada integrante, chegando-se ao consenso de que a técnica de lápis de cor permitiria um processo mais colaborativo, possibilitando a participação equitativa de todos no desenvolvimento das ilustrações.

Durante a fase de concepção, iniciaram-se os rascunhos, e ficou definido que apenas um integrante seria responsável pela criação dos personagens, garantindo a uniformidade do traço em todas as ilustrações. Enquanto isso, o restante da equipe dedicou-se à definição da paleta de cores que seria utilizada no projeto. Todo o processo foi realizado em papel A4 180g da Tracing Pad, assegurando a qualidade e a precisão necessárias para a execução do trabalho..

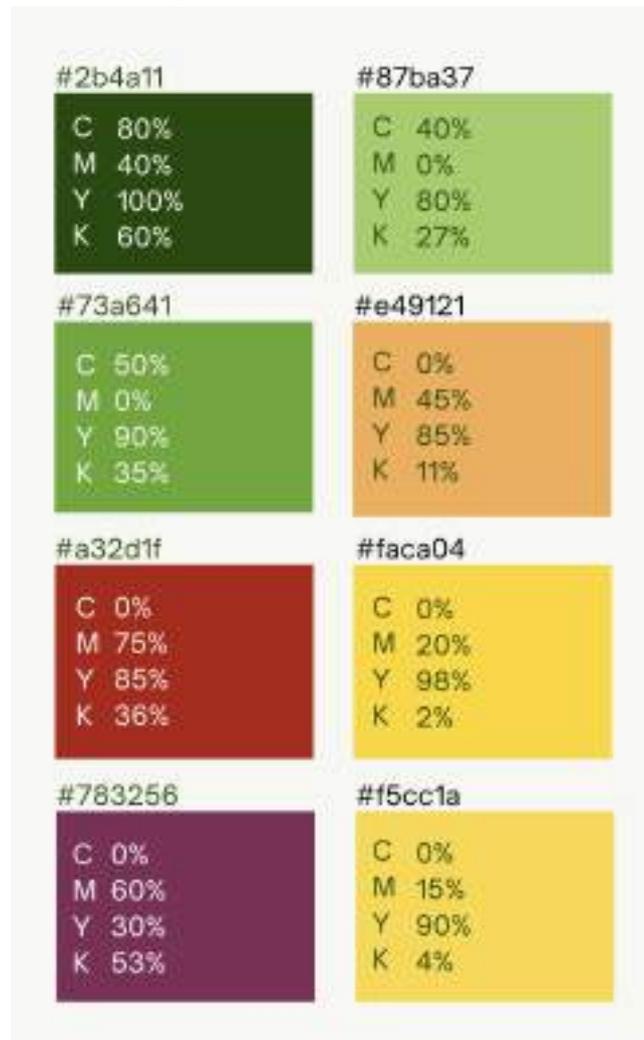
Figura 19. Processo de produção.



Resultados

Na etapa de verificação, após os testes, optamos por cores mais vibrantes e saturadas para criar um contraste marcante com a estética pontiaguda das ilustrações. No contexto da história, os adultos ao redor de Tistu são retratados como figuras rígidas e sérias, como seu pai, o professor e seu avô. Para representar essa diferença, escolhemos tons mais fechados e escuros para esses personagens, enquanto Tistu foi ilustrado com cores claras e alegres, destacando sua essência pura e inocente. No entanto, para simbolizar a influência da família sobre ele, incorporamos tons escuros em suas roupas, sugerindo que essa influência busca ocultar sua verdadeira natureza.

Figura 20. Paleta de cores



A fonte escolhida para o título do livro foi a Pelican, criada pelo designer Arthur Baker em 1989. Trata-se de uma fonte caligráfica com formas irregulares, que adiciona dinamismo e personalidade à composição. Devido a essas características, a equipe optou por utilizá-la, pois sua irregularidade remete ao aspecto lúdico, alinhando-se à estética definida para o projeto desde o início.

Figura 21. Fonte Pelican

Pelican Std Regular

Fonte: <https://www.myfonts.com/products/pelican-pelican-inactive-342922>

Como o livro não seria impresso, utilizamos mockups para representar sua versão física. Considerando que se trata de um livro infantil, escolhemos mockups que transmitisse a leveza e a delicadeza do universo infantil, reforçando a proposta visual e tornando a apresentação mais envolvente

Figura 22. Mockup da capa finalizada



Figura 23. Mockup da contracapa



Figura 24. Início do capítulo - página dupla

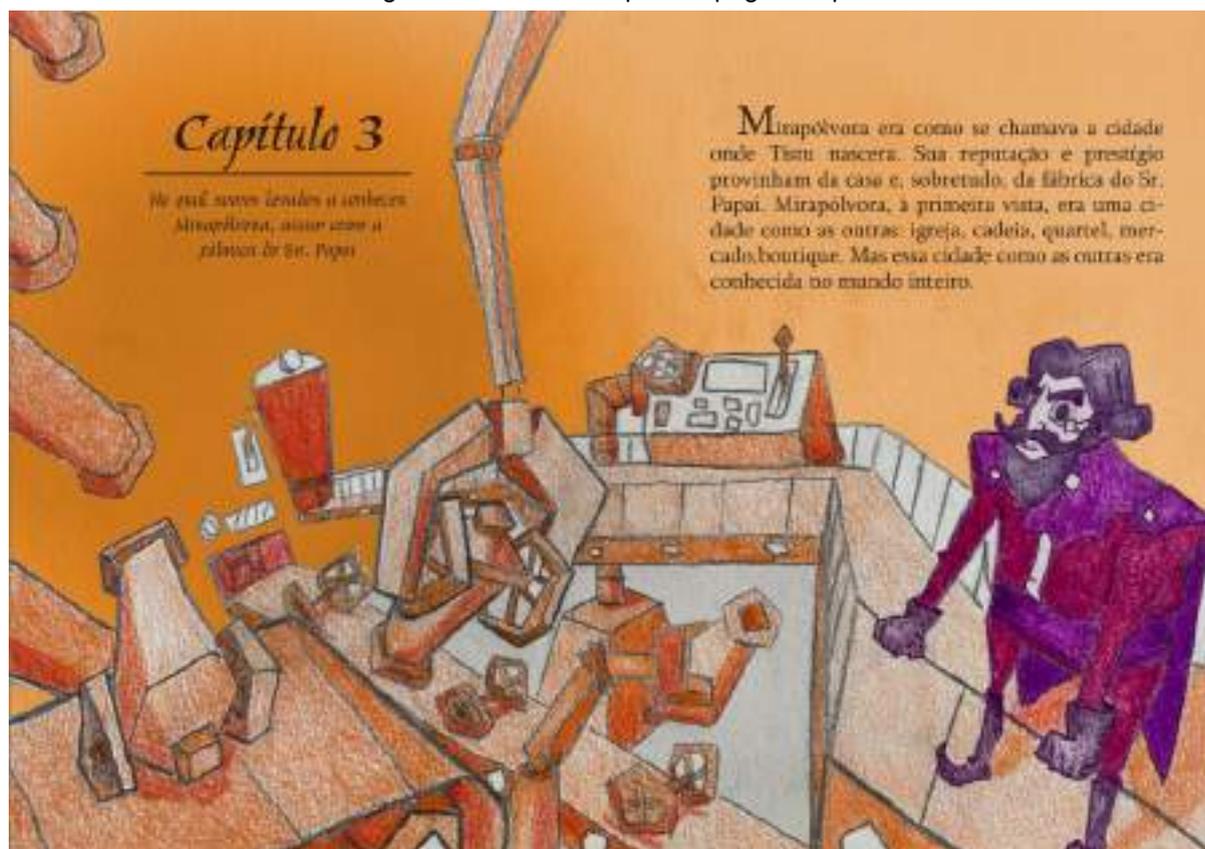


Figura 25. Ilustração página inteira

Porque era em Mirapólvora que o Sr. Papai fabricava canhões de todos os calibres, grandes ou pequenos, muito procurados. Canhões de bolso ou com rodas; para trens, aviões, tanques ou barcos; para atirar por cima das nuvens ou dentro d'água. Sem falar na variedade de ultraleves, para serem transportados a lombo de burro ou camelo nas regiões demasiado pedregosas, onde não se pode abrir estrada. Numa palavra, o Sr. Papai era negociante de canhões. Desde que se entendia por gente Tistu ouvia repetir:

— Tistu, meu filho, nosso negócio é excelente. Canhão não é como guarda-chuva, que ninguém quer comprar quando faz sol. Ou como chapéu de palha, que fica na vitrina quando chove. Canhão sempre se vende, seja qual for o tempo!

Quando Tistu estava sem apetite, Dona Mamãe o levava à janela e mostrava de longe, bem no fundo do jardim, para lá do quiosque onde ficava o pátio Ginástico, a monumental fábrica do Sr. Papai.

Dona Mamãe fazia Tistu contar as nove imensas chamirés que lançavam fogo ao mesmo tempo, em seguida, trazia-o de volta ao prato, dizendo:



Figura 26. Primeiro elemento ilustrativo

— Tome sua sopa, Tistu, porque você precisa crescer. Um dia você será o dono de Mirapólvora. Fabricar canhões é muito cansativo, e não há lugar para maricas em nossa família!

Ninguém tinha a menor dúvida: Tistu ficaria com o lugar do Sr. Papai na direção da fábrica, como este sucedera ao Sr. Vovô, de rosto emoldurado por uma barba brilhante e a mão sempre pousada numa carreta de canhão, suspenso à parede da sala num retrato a óleo.

E Tistu, que era um bom menino, se esforçava por engolir a sopa de tapioca.



Capítulo 4

No qual Tistu é convidado à escola, onde não fica.

Até os oito anos, Tistu não sabia o que era escola. Dona Mamãe, com efeito, tinha preferido começar em casa a instrução do filho, ensinando-lhe os rudimentos da leitura, da escrita e do cálculo. Os resultados, é preciso reconhecer, não eram maus. Graças a belas figuras compradas especialmente, a letra A se instalara na cabeça de Tistu sob a aparência de um Asno, depois de uma Andorinha, depois de uma Águia. A letra B, sob a forma de uma Bota, de uma Bola, de um Balão etc. Quanto às contas, serviam-se de andorinhas pousadas nos fios dos postes, Tistu aprendera não somente a somar e a subtrair, mas chegava mesmo a dividir, digamos, sete andorinhas por dois fios... o que dava três andorinhas e meia para cada fio. Como essa meia andorinha podia equilibrar-se

Figura 27. Página inteira e elemento ilustrativo



num fio, eis um outro problema que todos os cálculos do mundo jamais poderão explicar!

Compraram pois para Tistu um belo avental de xadrez, botinas novas que lhe machucavam os pés,



uma pasta, um tinteiro preto com figuras japonesas, um caderno de uma linha e outro de duas, e mandaram-no, acompanhado pelo criado Carolo, à escola de Mirapólvora, que gozava de excelente reputação.

Todo mundo esperava que um menino tão bem vestido, compás tão belos e ricos, e que sabia dividir e esquarterar andorinhas, realizasse prodígios nas aulas.

Quando começava o lento deslize das letras que caminham a passo pelo quadro-negro, quan-

Figura 28. Página inteira e elemento ilustrativo



do começava a se desenrolar a monótona corrente dos três-vezes-três, dos cinco-vezes-cinco, dos sete-vezes-sete, Tistu sentia umacoceira no olho esquerdo e logo caía no mais profundo sono.

Não é que ele fosse burro ou preguiçoso, nem que estivesse cansado. Estava cheio da maior boa vontade.

"Eu não quero dormir, eu não quero dormir", repetia Tistu consigo mesmo.

Pregava os olhos no quadro e colava os ouvidos à voz do professor. Mas sentia que acoceirinha estava chegando... Tentava, por todos os meios, lutar contra o sono. Cantava bem baixinho uma bela canção que inventara:

*Um quarto de andorinha...
Senô a sua pena
ou senô uma andorinha?
Se passe a sua empada,
eu avôta todôêêê!*



Figura 29. Página inteira e elemento ilustrativo

Não adiantava. A voz do professor ia se transformando numacancão de ninar; a noite descia sobre o quadro-negro; Tistu ouvira teto cochichar: "Por aqui, por aqui, belos sonhos!", e a aula se-transformava em aula de sonhar.

- Tistu! — gritava de repente o professor.
- Não foi de propósito, Professor — respondia Tistu, acordando num subressalto.
- Isso não interessa. Repita o que acabou de dizer.
- Seis empadas... divididas por duas andorinhas...
- Zero!

No primeiro dia de aula Tistu voltou para casa com o bolso repleto de zeros.

No segundo dia, ficou de castigo por mais duas horas, isto é, ficou mais duas horas a dormir na aula.

Na tarde do terceiro dia, o professor entregou a Tistu uma carta para seu pai.



3.5. The Lourdes - Projeto de Ilustração

Categoria: Ilustração

Ano: 2023

Cliente: The Lourdes

Temática: Banda de rock

Equipe: Individual

Método: Bruno Munari

Problematização

Neste projeto de ilustração, desenvolvi um trabalho para uma banda chamada *The Lourdes*, cujo estilo musical combina rock alternativo com indie rock. O objetivo do projeto foi representar a essência de cada integrante de forma a facilitar a identificação da banda no início de sua carreira, por meio da venda de acessórios que também tinham como finalidade ajudar a custear o novo álbum.

Figura 30. Banda The Lourdes



Metodologia

Para esse projeto, utilizei a adaptação da metodologia de Bruno Munari, descrita no livro *Das Coisas Nascerem Coisas* (2002). Na etapa de definição do problema, o processo começou com conversas com a banda, a fim de entender o objetivo que deveria ser alcançado. Em seguida, na fase de coleta de dados, iniciou-se a busca ativa e a organização de referências visuais. Com essas informações, foi construído um painel semântico que representa visualmente os dados coletados.

Figura 31. Painel Semântico desenvolvido para a banda



Na etapa de concepção, com as referências e fotos da banda em mente, utilizei a técnica de síntese para realizar o projeto. Iniciei com esboços manuais, utilizando lápis e papel, capturando de forma livre o que considerei mais representativo em cada integrante. Ao terminar os esboços, dei início à etapa de experimentação, digitalizando os desenhos e refinando os traços no Illustrator.

Figura 32. Esboço 1



Figura 33. Esboço 2



Figura 34. Esboço 3



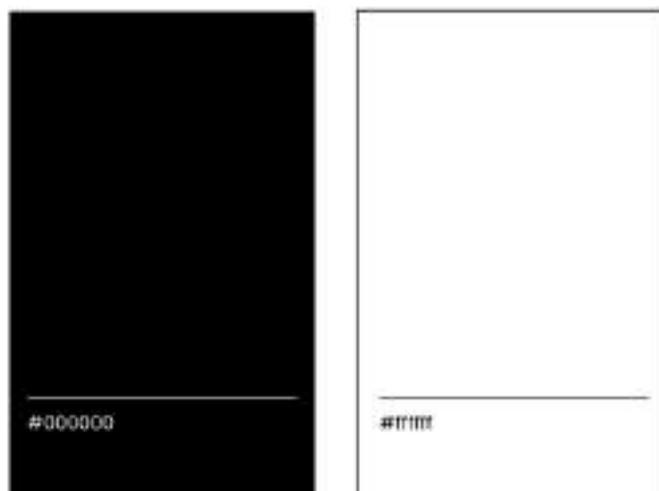
Figura 35. Esboço 4



Resultados

Na escolha da paleta de cores, etapa correspondente à definição dos componentes visuais, foram levadas em conta as referências presentes no painel semântico. Observou-se que as bandas que inspiram The Lourdes fazem uso predominante de preto e branco. Além disso, optou-se por reduzir ao máximo o número de cores para facilitar tanto a aplicação quanto possíveis adaptações futuras, permitindo que novas cores sejam inseridas facilmente conforme a necessidade.

Figura 36. Paleta de cores



A fonte utilizada no projeto foi a TAN HEADLINE, criada por um estúdio especializado em tipografia chamado *TanType*, conhecido por desenvolver fontes com design ousado e minimalista. Com seus traços elegantes e geométricos, essa tipografia é ideal para títulos e grandes displays, devido à sua excelente legibilidade em tamanhos maiores. A escolha da fonte foi feita previamente pela banda como parte de sua identidade visual, e foi fornecida pelo cliente para garantir a consistência visual da banda.

Figura 37. Fonte Tan Type



Em seguida, foi realizada uma pesquisa sobre a implementação do projeto e as possíveis aplicações dos elementos visuais, como parte da etapa de verificação e desenvolvimento. A partir dessas informações, foram geradas alternativas na experimentação, culminando no uso da técnica de síntese para a criação de acessórios como ecobags e adesivos. Por fim, na fase de prototipação, o conceito foi transformado em protótipos funcionais, finalizando assim o projeto.

Figura 38. Ilustração 1: Vocalista



Figura 39. Ilustração 2: Tecladista



Figura 40. Ilustração 3: Baixista



Figura 41. Ilustração 4: Baterista



Figura 42. Ilustração 5: Banda completa 1



Figura 43. Ilustração 6: Banda completa 2



Figura 44. Mockup: Ecobag 1



Figura 45. Mockup: Ecobag 2

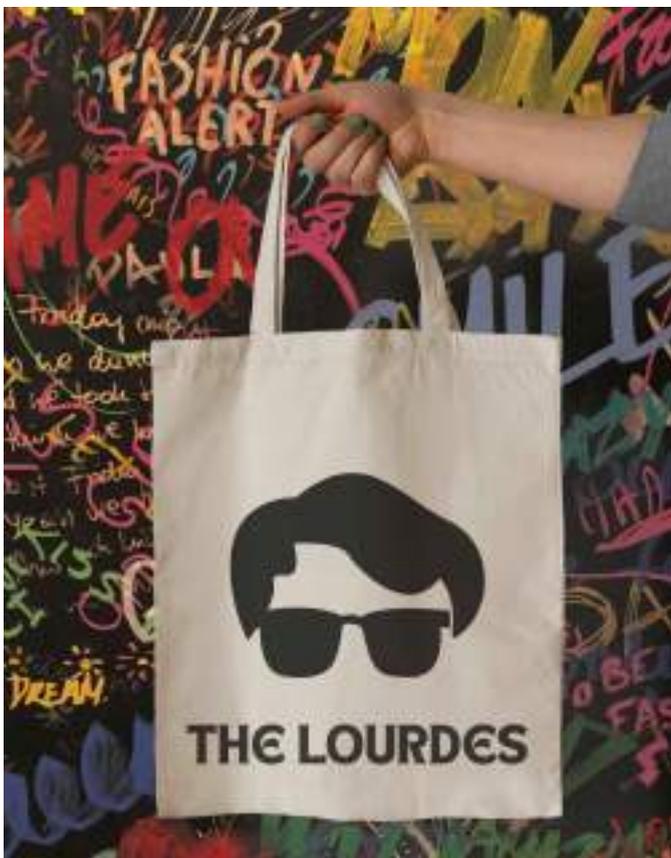


Figura 46. Mockup: Ecobag 3

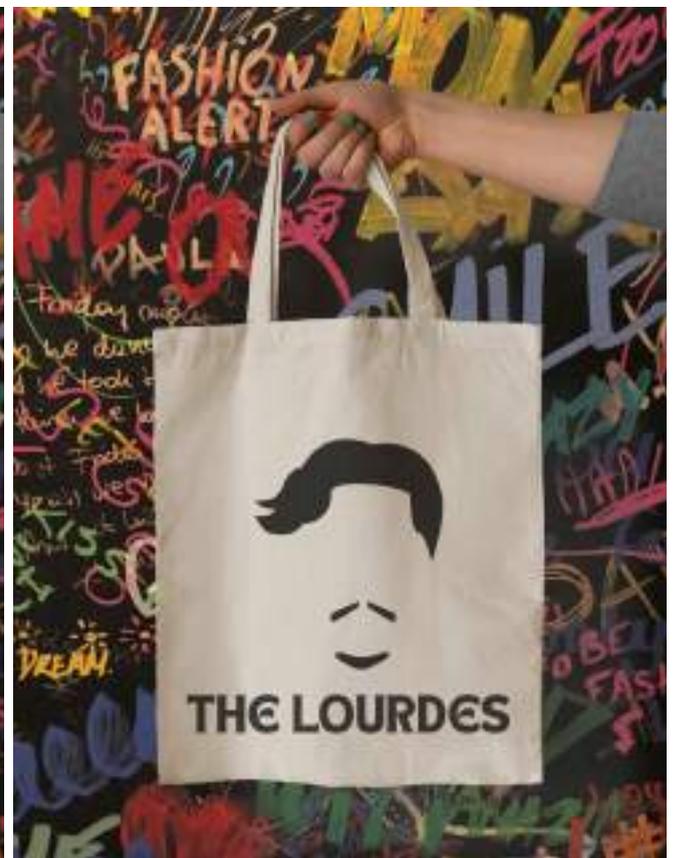


Figura 47. Mockup: Adesivos



Figura 48. Mockup: Bottons



3.6. Joyce Alane - Projeto de editorial

Categoria: Editorial

Ano: 2024

Disciplina: Planejamento visual

Temática: Álbum musical

Equipe: Individual

Método: Bruno Munari (1981)

Problematização

Neste projeto editorial, desenvolvido para a disciplina de Planejamento Visual 3, ministrada pela Professora Turla Alquete, a proposta foi criar a capa do álbum “Tudo é Minha Culpa”, da cantora Joyce Alane, com adaptações para CD, LP e Spotify.

Um dos requisitos da atividade era que o design não incluísse referências a outros álbuns da artista nem utilizasse fotos dela. A identidade visual deveria ser construída exclusivamente a partir da experiência sonora do álbum, traduzindo sua atmosfera e emoções por meio de elementos gráficos.

Figura 49. Cantora Joyce Alane



Fonte: <https://mapadosfestivais.com.br/wp-content/uploads/2024/03/joyce-alane-credito-divu.webp>

Metodologia

Para este projeto, utilizei uma adaptação da metodologia de Bruno Munari, descrita no livro *Das Coisas Nascem Coisas* (2002). O processo começou com a definição clara do problema, analisando o álbum por meio da escuta atenta das músicas, buscando compreender as sensações transmitidas e a mensagem das letras. Com base nessa imersão, iniciei a fase de coleta de dados, reunindo referências visuais para compor um painel semântico que traduzisse, de forma gráfica, as emoções e atmosferas evocadas pelo álbum.

Figura 50. Painei Semântico

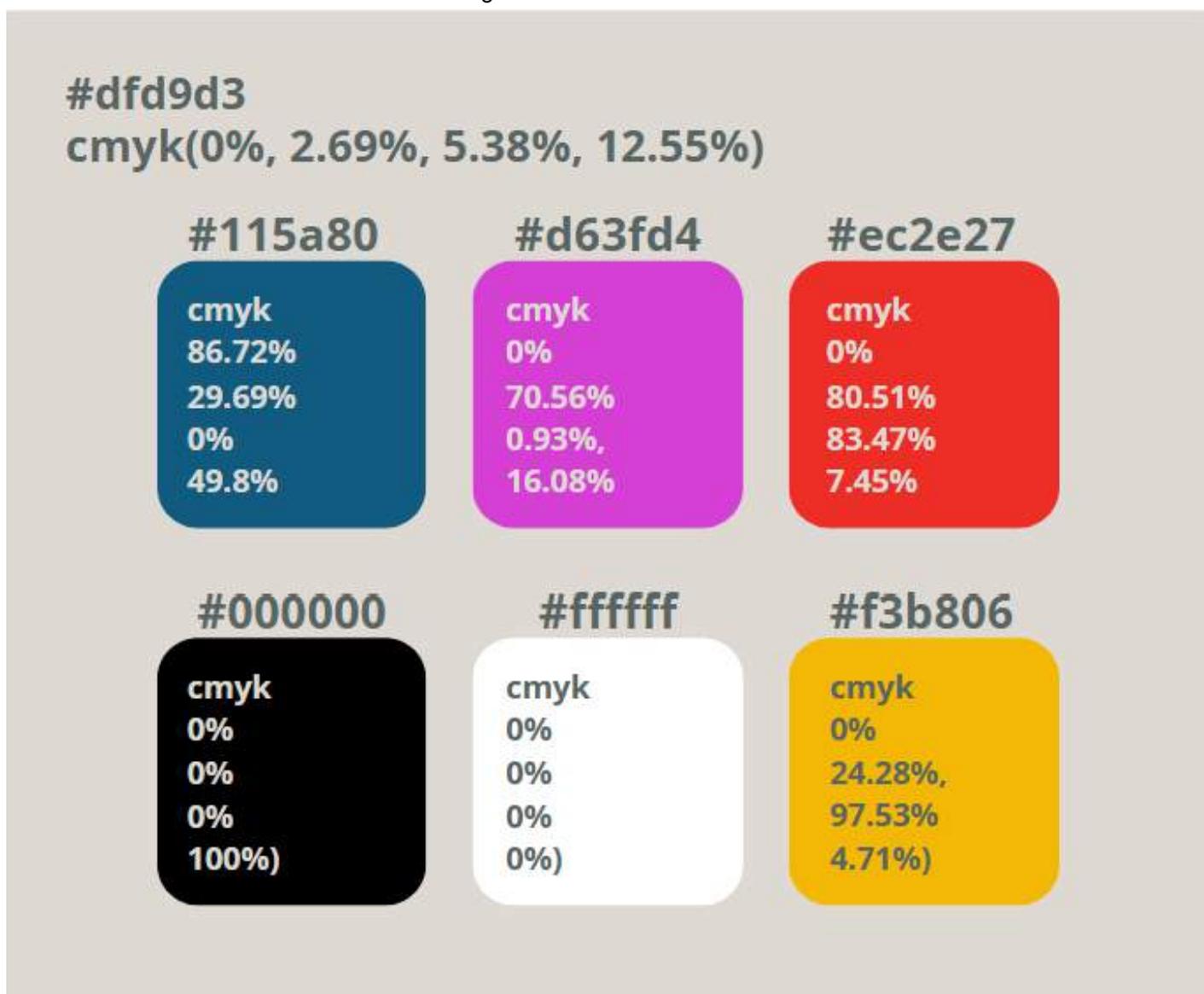


Na etapa de análise, para compor o painel, busquei imagens que transmitissem uma explosão de sentimentos . Visualmente vibrantes e belas, mas que também carregassem um tom de angústia e preocupação. A intenção foi captar a dualidade presente no álbum, equilibrando cores intensas com elementos que evocam inquietação e profundidade emocional.

Resultados

Em seguida, passei à etapa de definição dos componentes visuais, escolhendo a paleta de cores. Optei por tons que transmitissem tormento de forma sutil, equilibrando essa sensação com cores que representassem alegria e tristeza. Esses contrastes foram aplicados nos detalhes da composição, reforçando a dualidade emocional presente no álbum

Figura 51.Painel de Cores



Na fase de desenvolvimento, a fonte Bebas Neue foi escolhida por sua legibilidade e impacto visual. Sendo uma fonte sem serifa, com traços alongados e bem definidos, ela garante uma leitura clara e direta, transmitindo a intensidade do tema de forma equilibrada com a cor selecionada. De maneira clara e imponente, a tipografia assegura harmonia com a composição geral da capa, destacando o título e o nome da artista sem comprometer os demais elementos do design.

Figura 52.Fonte Bebas Neue



Ainda na fase de desenvolvimento, foi escolhida a fonte Merienda como um elemento gráfico complementar para representar os pensamentos repetitivos de alguém que se culpa por algo. Seu estilo manuscrito remete a anotações pessoais ou divagações mentais. Para reforçar essa ideia, a fonte foi aplicada de forma sutil e com transparência, criando a sensação de pensamentos surgindo e se sobrepondo, sem roubar a atenção dos elementos principais da composição

Figura 53.Fonte Merienda



Por fim, na etapa de síntese e apresentação da solução, a dualidade presente no álbum de letras com temas fortes contrastando com ritmos dançantes e alegres, foi traduzida visualmente na imagem de uma mulher chorando. Suas lágrimas coloridas representam os sentimentos sendo externalizados de forma vibrante, assim como a sonoridade das músicas. Essa mesma ideia guiou a escolha da cor do título, reforçando o equilíbrio entre melancolia e vivacidade, elementos centrais da identidade visual do álbum

Figura 54. Capa finalizada



Figura 55. Mockup: Capa de disco e bolacha.



Figura 56. Mockup: CD e Spotify.



3.7. Bom ponto - Projeto de identidade visual

Categoria: Identidade Visual **Ano:** 2023

Disciplina: Gestão de projetos

Temática: Loja de artesanato **Equipe:** Individual

Método: Maria Luísa Peón

Problematização

Na disciplina Gestão de Projetos, foi proposto o desenvolvimento de uma identidade visual para uma marca fictícia, com o único critério de que fosse uma loja. A escolhida foi a "Bom Ponto", um projeto pessoal voltado para a venda de produtos artesanais, com foco em peças de crochê. A identidade foi pensada para atrair um público jovem adulto, de 19 a 27 anos.

Figura 57. Mockup: Logo Bom ponto



Metodologia

Para desenvolver o projeto, utilizei a adaptação da metodologia de Maria Luísa Peón, descrita no livro Sistemas de Identidade Visual (2009). O processo teve início com a problematização, buscando identificar as principais características da marca e o que ela deveria representar. Para isso, realizei uma pesquisa de referências visuais relacionadas ao produto, traduzindo essas inspirações em um painel de referências que ajudou a definir a estética e o conceito visual da identidade.

O nome da marca foi criado a partir da observação dos tipos de artesanato que compõem o universo da loja. Técnicas como crochê, bordado, costura e até mesmo o desenho têm algo em comum: todas se iniciam a partir de um ponto. Com base nessa ideia, nasceu o nome "Bom Ponto", que representa de forma simples e direta o fazer artesanal. Além de carregar esse significado conceitual, o nome possui boa sonoridade, sendo fácil de lembrar e reforçando a proposta de uma marca acolhedora e criativa.

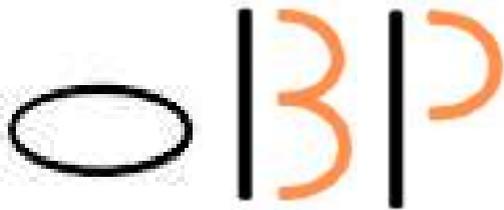
Figura 58. Painel de referências



Para compor o painel de referências, utilizei imagens relacionadas ao universo do artesanato, incluindo matérias-primas e técnicas utilizadas na produção das peças da marca.

Após a análise dessas referências, segui para a fase de Concepção, na qual defini que a assinatura visual da marca seria inspirada na representação dos pontos utilizados em receitas de crochê. A escolha desse elemento gráfico tem como objetivo reforçar a identidade artesanal da loja de forma sutil e simbólica. A proposta é desenvolver uma assinatura visual minimalista, que permita uma aplicação versátil, inclusive de forma manual, como em bordados, etiquetas feitas à mão ou carimbos, mantendo a coerência com o universo do artesanato.

Figura 59. Anel mágico



O anel mágico ou cordão, utilizado como ponto de partida em trabalhos circulares ou em áreas específicas no crochê, foi adaptado de forma criativa para compor visualmente as letras B e P da identidade da marca. Além disso, foi rotacionado para representar a letra O, criando assim uma conexão direta com o nome Bom Ponto.

Figura 60. Ponto médio alto



O ponto médio alto, comum em receitas de crochê, foi utilizado como base para compor a letra M da identidade visual.

Figura 61. Ponto baixo



O X, símbolo do ponto baixo — um dos mais utilizados no crochê — foi incorporado como elemento decorativo na identidade visual. Além de reforçar a estética artesanal, sua aplicação carrega um significado funcional: assim como nas receitas de crochê, o ponto baixo une duas carreiras, aqui atuando como um conector entre as linhas gráficas.

Resultados

Na etapa de especificação, defini a paleta de cores da marca. Comumente, o crochê e o artesanato são associados a pessoas da terceira idade, o que cria um certo distanciamento do público jovem. Para romper com esse estereótipo e aproximar a marca de um público mais jovem, as cores escolhidas foram pensadas estrategicamente para transmitir leveza, criatividade e modernidade, trazendo um ar mais contemporâneo e acessível à identidade visual da "Bom Ponto"

Figura 62. Paleta de cores

RGB #6432c6	CMYK 50% C, 75% M, 0% Y, 22% K
RGB #2668ed	CMYK 84% C, 56% M, 0% Y, 7% K
RGB #ff904e	CMYK 0% C, 44% M, 69% Y, 0% K
RGB #cef288	CMYK 15% C, 0% M, 44% Y, 5% K
RGB #fbf9fd	CMYK 1% C, 2% M, 0% Y, 1% K

A diversidade da paleta de cores foi cuidadosamente pensada para permitir que a assinatura visual da marca seja aplicada de diversas maneiras, ampliando sua versatilidade. Além disso, os elementos gráficos derivados das formas que compõem as letras da assinatura podem ser utilizados como padrões, ícones ou ilustrações complementares. Essa abordagem reforça a pluralidade do artesanato evidenciando a proposta jovem e criativa da marca.

Figura 63. Logo aplicada com variações



Figura 64. Símbolos



Figura 65. Mockup 1: Estampa em tecido

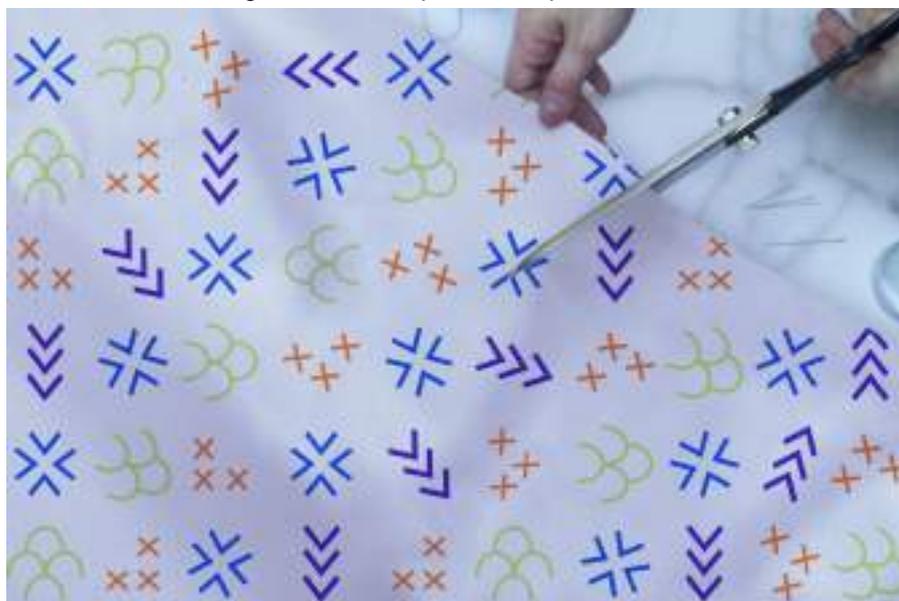


Figura 66. Mockup 2: Caixa e fita para embalagem



Figura 67. Mockup 3: Adesivos



3.8. Palove - Projeto de embalagem

Categoria: Design de embalagem

Ano: 2025

Cliente: Palove

Temática: Rótulo de geleia

Equipe: Individual

Método: Fábio Mestriner

Problematização

Neste projeto, foi solicitada a criação de um rótulo para a linha de geleias da Palove, uma marca especializada em doces e salgados artesanais. O desafio foi desenvolver um design que transmitisse personalidade e destacasse a identidade das geleias, ao mesmo tempo em que preservasse a coerência visual da marca, garantindo uma comunicação consistente e alinhada com sua estética já estabelecida.

Figura 68. Logo Palove



Metodologia

Para esse projeto utilizei a adaptação da metodologia de Fábio Mestriner, descrita no livro “Design de Embalagem: Curso Básico” (2004). O processo teve início com a definição das diretrizes do projeto por meio de conversas que possibilitaram a elaboração de um *briefing*. Esse alinhamento foi essencial para compreender as expectativas e determinar quais informações deveriam estar presentes no rótulo.

Figura 69. Briefing desenvolvido.



Em seguida, iniciou-se a etapa chamada Estudo de Campo, que consiste na busca ativa para entender o mercado de geleias e os concorrentes da marca. Com base nessas informações, foi construído um mood board que representa visualmente os dados coletados.

Figura 70. Mood board desenvolvido.



Na etapa de Estratégia de Design, foi desenvolvido um painel de referências (Figura 71) com elementos visuais relevantes para o produto, servindo como guia na fase de Desenho. As imagens foram selecionadas para transmitir a essência do produto—doce, leve e alegre, como um piquenique.

As frutas reforçam a naturalidade da geleia, destacando os ingredientes em sua composição. Considerando o tamanho do pote, um design mais minimalista, com poucos elementos e espaços de respiro, foi a escolha ideal. Por isso, utilizei referências de embalagens que destacam o sabor da geleia como elemento central do design. Os cartazes seguem uma estética artesanal e elegante, enquanto a maçã foi incorporada como um símbolo inspirado no nome da marca.

Após analisar as referências, optei por ilustrar as frutas dos respectivos sabores em formato de coração, fazendo alusão ao nome da marca. Essa escolha visa reforçar a identidade visual e agregar um elemento distintivo aos rótulos.

Figura 71. Painel de referências desenvolvido.



Figura 72. Ilustração 1: Morango



Figura 73. Ilustração 2: Goiaba aberta



Na etapa de Desenho utilizei a técnica de lápis de cor para preservar os traços da pintura, reforçando a sensação de autenticidade e destacando o caráter artesanal do produto. Optei por representar as frutas tanto abertas quanto fechadas para trazer variação à embalagem. Como o espaço disponível era limitado, a repetição de uma única ilustração poderia torná-la monótona. Para equilibrar o design, utilizei a fruta aberta nas tags da tampa e a repeti no rótulo, porém rotacionada, criando dinamismo e movimento na composição.

Figura 74. Ilustração 3: Morango aberto



Figura 75. Ilustração 4: Morango fechado



Figura 76. Ilustração 5: Goiaba aberta



Figura 77. Ilustração 06: Goiaba fechada



Figura 78. Ilustração 5: Laranja aberta



Figura 79. Ilustração 6: Laranja fechada



Figura 80. Ilustração 7: Maracujá aberto



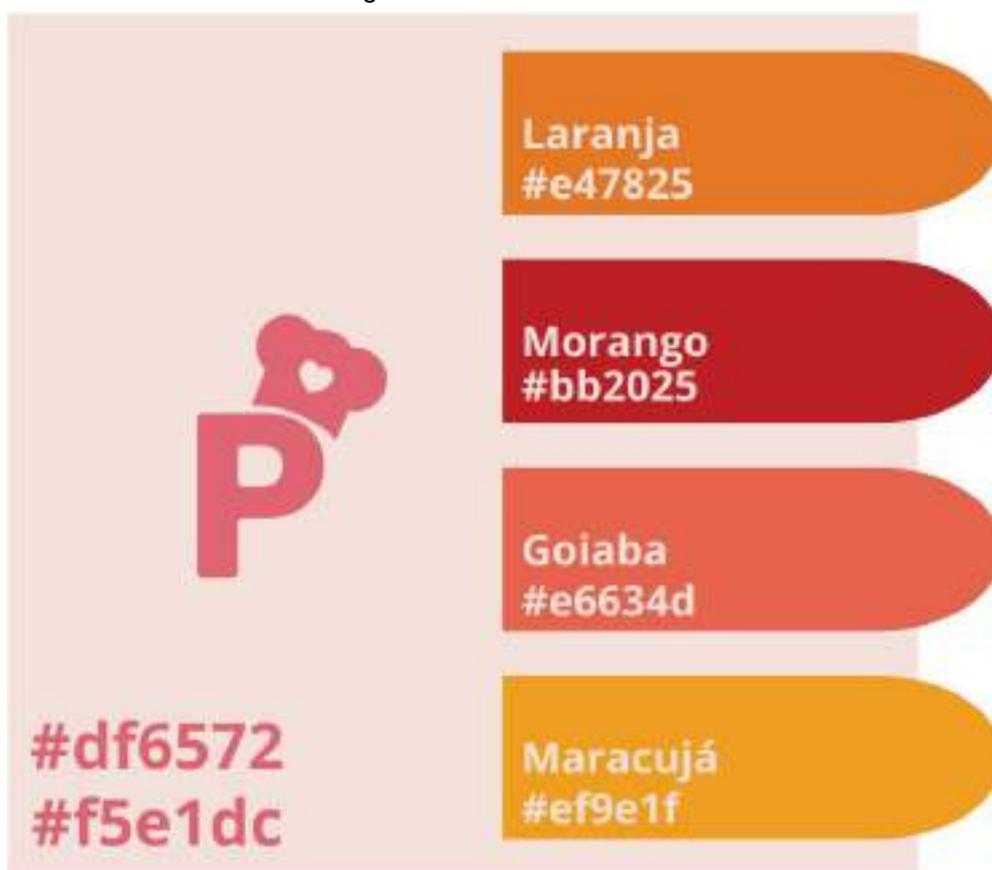
Figura 81. Ilustração 8: Maracujá fechado



Resultados

Na escolha das cores, considerei a paleta da marca como base, seguindo os atributos do manual de identidade visual para manter a coerência e não descaracterizar as embalagens. Para tornar os rótulos das geleias mais atrativos e de fácil identificação, atribuí uma cor específica a cada sabor, mantendo uma saturação uniforme para garantir a unidade visual da linha de produtos.

Figura 82. Paleta de cores



A fonte escolhida para o projeto foi a Merienda, criada pelo designer Eduardo Tunni, natural de Buenos Aires. O nome da fonte significa "lanche da tarde" e, com suas curvas suaves, foi projetada para transmitir a leveza e o dinamismo de um traço de pincel. Para melhor se adaptar à identidade da marca, ela foi ajustada com cantos arredondados, reforçando a harmonia visual com a marca Palove e, junto a seus atributos originais, destacando o caráter artesanal das geleias.

Figura 83.Fonte Merienda



Na etapa de prototipagem, com base nas medidas fornecidas, foram desenvolvidos os rótulos para potes sextavados, além de tags para as tampas, nos sabores morango, maracujá, goiaba e laranja.

Figura 84.Tags para tampas



Figura 85.Rótulos



Por fim, foi realizado um teste de impressão para garantir que o rótulo estava correto em termos de cores, proporções e legibilidade. Em seguida, os rótulos foram aplicados em *mockups* para apresentação, permitindo uma visualização do resultado final.

Teste de impressão

Por fim, na etapa de apresentação e testes, o pote fornecido pela cliente foi utilizado para a aplicação do adesivo impresso durante o teste de impressão e, em seguida, fotografado. As imagens capturadas passaram por tratamento no Photoshop para a criação dos mockups, garantindo uma representação mais fiel do produto final. Dessa forma, as imagens utilizadas na apresentação refletem com precisão a aparência real da embalagem.

Figura 86. Teste de impressão: Tag



Figura 87. Teste de impressão: Rótulo 1



Figura 88. Teste de impressão: Rótulo 2



Figura 89. Teste de impressão: Rótulo 3



Mockups

Figura 90.Mockup 1: Todos os rótulos



Figura 91.Mockup 2: Pote de geléia de morango



Figura 92. Mockup 3: Pote de geléia de goiaba



Figura 93. Mockup 4: Pote de geléia de laranja



Figura 94. Mockup 5: Pote de geléia de maracujá



Figura 95. Mockup 6: Rótulo



Figura 96.Mockup 7: Todas as tags



3.8. Rav Gancz - Projeto de redesign

Categoria: Redesign

Ano: 2025

Cliente: Ricardo Gancz

Temática: Assinatura visual

Equipe: Individual

Método: Maria Luísa Peón

Problematização

O Rav. Ricardo Gancz é um rabino e escritor de obras sobre judaísmo, que divulga seu trabalho por meio das redes sociais e do YouTube. Com o lançamento de seu novo site, surgiu a necessidade de um redesign da sua identidade visual, buscando tornar sua assinatura visual mais moderna e versátil.

Metodologia

Para desenvolver o projeto, utilizei a adaptação da metodologia de Maria Luísa Peón, descrita no livro *Sistemas de Identidade Visual* (2009). O processo teve início com a problematização, buscando identificar as necessidades e objetivos para que a nova assinatura visual atendesse aos requisitos do cliente, garantindo coerência com sua identidade e presença digital.

Figura 97. Assinatura visual antiga



Em seguida, realizei uma pesquisa sobre símbolos relevantes do judaísmo e literatura e seus significados, buscando referências que pudessem representar a essência do trabalho do Ricardo de maneira autêntica, sem cair em estereótipos. O resultado dessa pesquisa foi organizado visualmente em um painel de referências, servindo como base para o desenvolvimento da nova assinatura visual. Para compor o painel, selecionei imagens que representassem as palavras-chave do projeto: modernidade, escritor, literatura e religião.

Figura 98. Painel de referências



Após a análise das referências,Na fase de concepção segui para a fase da Concepção, na qual defini quais símbolos seriam utilizados e como seriam aplicados na assinatura visual, garantindo que a identidade visual refletisse os valores e a essência do trabalho do Ricardo de forma equilibrada e significativa.

Figura 99.Caneta de pena



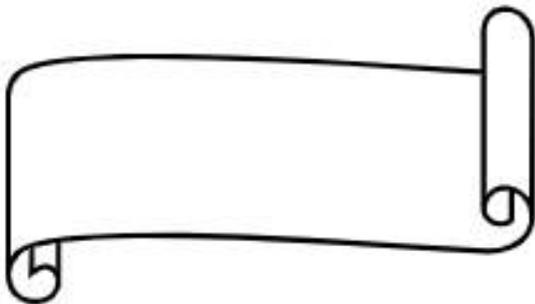
A caneta de pena está presente na logo para representar a prática da escrita, remetendo aos escribas que copiavam textos sagrados para preservar o conhecimento. Além disso, este elemento confere um toque de elegância e sofisticação, reforçando a ideia de reflexão e intelectualidade.

Figura 100.Traço



O traço foi incorporado como um elemento gráfico para simbolizar a continuidade do trabalho do escritor, adicionando dinamismo.

Figura 101.Traço



Já o pergaminho faz referência aos manuscritos antigos, estabelecendo uma conexão com a tradição judaica e a transmissão de ensinamentos, além de reforçar sua relação com a literatura.

Resultados

Na escolha das cores, optei por um marrom médio, remetendo novamente aos livros antigos e pergaminhos, reforçando a conexão com o conhecimento e a tradição. O azul foi fornecido pelo cliente, pois é a cor escolhida para seu site, garantindo harmonia com sua identidade digital. Além disso, foi solicitado que a assinatura digital tivesse variações em preto e branco, proporcionando versatilidade para diferentes aplicações.

Figura 101. Paleta de cores



A nova assinatura visual foi desenvolvida com a proposta de ser moderna e adequada para uso em sites e redes sociais, sem perder a elegância necessária para materiais impressos. Para isso, foi utilizada a fonte Mongolian Baiti, uma fonte serifada que atende a essas características, transmitindo sofisticação e tradição. Na composição, ela foi aplicada dentro de um pergaminho, que foi recortado no espaço negativo, garantindo que seu simbolismo estivesse presente sem comprometer a legibilidade e a aplicabilidade da assinatura visual.

Figura 102.Fonte Mongolian Baiti

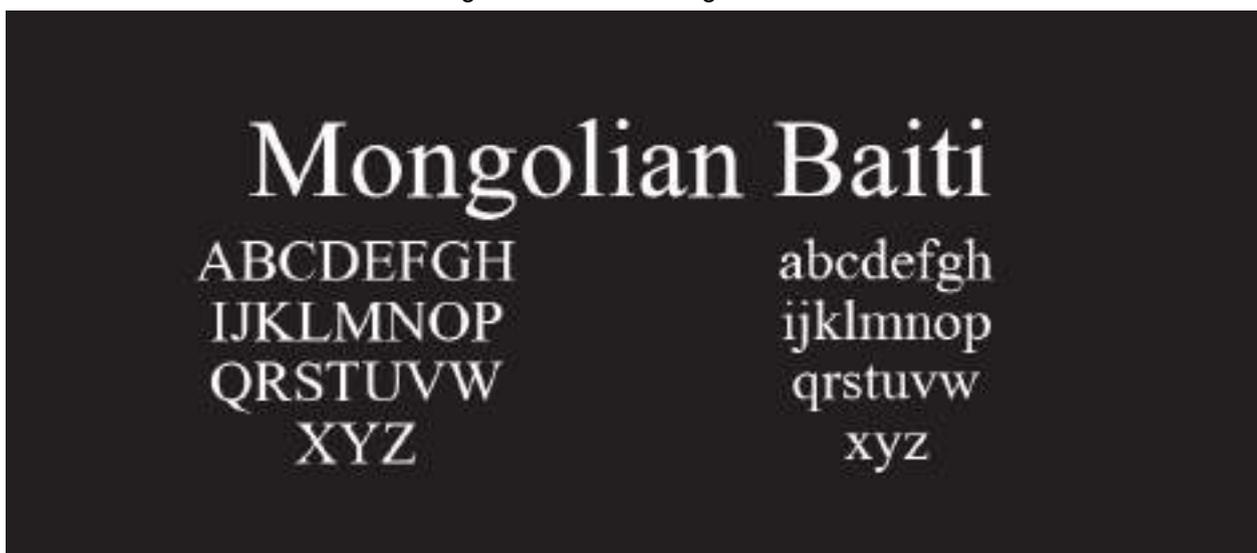


Figura 103.Recorte da fonte



De forma discreta e estilizada, a nova assinatura visual é reforçada pelo uso da síntese de uma pena, que, com poucos detalhes, agrega ao design sem tirar a atenção dos demais elementos. Por fim, um traço na base simboliza a escrita, unindo todos os elementos de maneira orgânica e harmoniosa, podendo ser usada em materiais impressos além do digital.

Figura 104.Assinatura visual finalizada



Figura 105. Aplicações



Figura 106. Mockup 1: Notebook



Figura 107. *Mockup 2*: Placa de vidro



Figura 108. *Mockup 3*: Identificação de metal



3.9. Konjac Massa - Publicidade

Categoria: Social Mídia

Ano: 2025

Cliente: Konjac Massa

Temática: Massa Fitness

Equipe: Individual

Método: Design Thinking

Problematização

A Konjac Massa MF, empresa especializada em massas *fitness* voltadas para dietas de baixa caloria, solicitou o desenvolvimento de peças promocionais para divulgar as novas embalagens de 1kg. As peças destacam as principais características do produto, com ênfase no novo tamanho e nas variações de corte de massa disponíveis (Cabelo de anjo, Linguine, Bucatini e Fettuccine), reforçando sua proposta prática.

Figura 109. Assinatura visual KOnjac Massa MF



Metodologia

Para desenvolver este projeto, utilizei a metodologia do Design Thinking, estruturando o processo nas etapas de ouvir, criar e implementar. Na etapa de ouvir, foi realizada a coleta do *briefing*, na qual identificou-se que as peças a serem criadas seriam um *banner* estático para o site e um material para anúncios no Google. Diferente das peças anteriores, que enfatizavam os benefícios da massa, estas deveriam destacar a nova quantidade do produto, mantendo a sensação de novidade e ressaltando a imagem do alimento pronto para consumo.

Resultados

Durante a fase de criação, busquei referências no ramo da alimentação para orientar meu processo criativo. As principais inspirações foram as campanhas da linha vegetal da Sadia, que se destacam pela boa distribuição das informações e pela forma eficaz com que apresentam as embalagens, transmitindo clareza e apelo visual ao público.

Figura 110. Campanha da Sadia



<https://marcasmais.com.br/wp-content/uploads/2020/10/sadia-vegtal-2.jpg>

Na escolha de cores, utilizei o roxo institucional da marca (#812879) como plano de fundo, aplicando uma textura sutil e um gradiente radial em branco para destacar as informações e guiar o olhar do leitor para o centro da composição. Como as embalagens já apresentam quatro cores distintas, optei por uma abordagem visual mais limpa, utilizando branco para o texto principal, amarelo para os destaques e o próprio roxo para criar contrastes pontuais.

Figura 111. Paleta de cores



Na escolha tipográfica para a confecção do *banner*, foram utilizadas as fontes Metronic Pro Bold e Carouge Pro Medium. A Metronic Pro Bold, com seu peso marcante e traços limpos, foi aplicada nos títulos e chamadas principais, garantindo alto impacto visual e excelente legibilidade — mesmo sobre fundos vibrantes, como o roxo texturizado das peças. Já a Carouge Pro Medium cumpre o papel de equilibrar o *layout*, sendo empregada nos textos explicativos. Com um traço mais leve e espaçamento generoso, proporciona conforto visual e favorece a leitura das informações secundárias sem competir com os elementos de destaque. Seu aspecto amigável contribui para reforçar a hierarquia visual e tornar a experiência de leitura mais fluida e agradável.

Figura 112. Fonte Metronic Pro

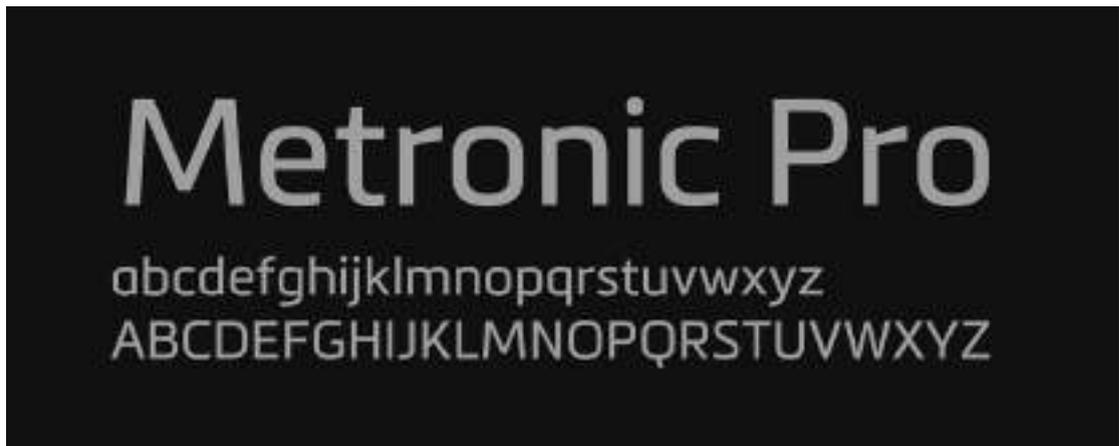


Figura 113. Fonte Carouge Pro-Medium

Carouge Pro Medium

ABCDEFGHIJKLM

A etapa de implementação teve início com a produção do *banner*, utilizando um *grid* dividido horizontalmente em três partes, organizando as informações de forma hierárquica para que o conteúdo central recebesse maior destaque. As embalagens foram posicionadas de maneira estratégica, visando evidenciá-las e facilitar a familiarização do público com o novo formato, despertando seu interesse. Todas as imagens utilizadas foram fornecidas pela Konjac Massa MF, incluindo as que mostram o produto pronto — um dos requisitos fundamentais para a confecção da peça. Essas imagens foram dispostas ao final do *banner*, alinhadas verticalmente e levemente rotacionadas, contribuindo para a composição sem comprometer o espaço útil e adicionando dinamismo ao visual como um todo.

Figura 114. *Banner* para site



A peça criada para o anúncio do Google foi uma adaptação do *banner* principal. Devido ao espaço reduzido, o *grid* foi dividido verticalmente ao meio, permitindo a organização clara e coesa das informações. A hierarquia visual foi construída a partir do tamanho dos textos, posicionando a informação principal e a chamada para ação na metade esquerda da peça.

Assim como no banner original, foram utilizados elementos gráficos que simulam riscos feitos à mão, remetendo a anotações de receitas e reforçando o apelo visual artesanal da marca.

Figura 115. Anúncio Google



O *banner* foi desenvolvido com as dimensões exigidas pelo site (1920 x 650 px), resolução de 92 DPI e peso final de 735 KB, garantindo total compatibilidade com a plataforma. O arquivo foi exportado em formato JPG.

Já a peça para o anúncio do Google foi produzida com tamanho de 870 x 638 px, resolução de 96 DPI e peso de 395 KB, também exportada em JPG. As especificações foram pensadas para manter a qualidade visual e garantir uma boa performance em plataformas digitais.

3.10. Konjac Massa - Produção de vídeo

Categoria: Produção de vídeo **Ano:** 2025

Cliente: Konjac Massa

Temática:

Equipe: Individual

Método: Maria Luísa Peón

Problematização

A Konjac Massa MF, empresa especializada em massas *fitness* voltadas para dietas de baixa caloria, solicitou o desenvolvimento de um *banner* para ser utilizado em seu site. O objetivo era divulgar, de forma dinâmica e informativa, as diversas embalagens disponíveis, destacando os diferenciais do produto e reforçando a identidade da marca.

Figura 116. Assinatura visual Konjac Massa MF



Metodologia

Para desenvolver esse projeto, utilizei a metodologia do *Design Thinking*. Na etapa de ouvir, foi realizada a coleta do *briefing*, onde identificou-se que o vídeo precisava ser curto e objetivo, apresentando de forma clara os principais benefícios do consumo do produto e a sensação de satisfação ao consumi-lo. A proposta era criar uma comunicação agradável e envolvente, capaz de prender a atenção do público até o fim da mensagem e, assim, incentivá-lo à compra do produto.

Resultados

Na etapa de criação, foi pensado um roteiro que organizasse o conteúdo do vídeo em três partes: Exposição, Degustação e Finalização. Na primeira, o foco é apresentar a variedade de cortes disponíveis (Linguine, fettuccine, bucatini, arroz, lasanha, noodles, espaguete, penne, pappardelle e cabelo de anjo), junto com os principais benefícios do produto. Para isso, foi utilizado um *grid* dividido em quatro partes iguais, permitindo a exibição simultânea das embalagens.

As mensagens foram inseridas verticalmente por meio de transições alternadas entre os quadrantes, garantindo que as informações aparecessem de forma dinâmica e fluida, sem a necessidade de retirar as embalagens da tela.

Figura 117.Frame retirado do vídeo (1)



Figura 118.Frame retirado do vídeo (2)



O primeiro momento do vídeo é finalizado com uma transição horizontal que apresenta todas as embalagens. Em seguida, tem início a segunda etapa, agora com a tela dividida em três partes iguais. Nessa fase, foram utilizados vídeos fornecidos pela empresa com modelos saboreando a massa, o que ajudou a transmitir sensações de leveza e satisfação. No centro, a massa sendo preparada tem como objetivo despertar o desejo do consumidor, reforçando o apelo visual e gastronômico do produto.

Figura 119.Frame retirado do vídeo (3)



A transição arrastada para a esquerda dá início ao momento final do vídeo, onde foi inserida uma mensagem de encerramento promocional da propaganda. Esse conjunto de fases e o uso de transições variadas garantem que, mesmo sendo um vídeo curto, ele mantenha o dinamismo necessário para prender a atenção do usuário. A sensação de que algo novo e interessante surgirá na próxima cena contribui para que o espectador permaneça engajado até o final, sem que o conteúdo se torne repetitivo ou entediante.

Figura 120.Frame retirado do vídeo (4)



Na etapa de implementação, foram definidas as diretrizes visuais Para manter a identidade visual da marca, a paleta de cores foi baseada nas próprias embalagens dos produtos, resultando em um visual alegre e dinâmico.

Figura 121.Frame retirado do vídeo (5)



Figura 122.Frame retirado do vídeo (6)



Figura 123. Paleta de cores



A tipografia escolhida foi a Anton, selecionada por sua boa legibilidade e por apresentar um peso visual que a destaca do plano de fundo. Com traços espessos e estrutura robusta, Anton contribui para uma comunicação clara e impactante, reforçando a mensagem com presença e clareza.

Figura 124. Fonte Anton



Figura 125. Frame retirado do vídeo (7)



O vídeo foi desenvolvido com as dimensões exigidas pelo site (1880x720) e resolução de 72 DPI, garantindo compatibilidade com a plataforma. Ele segue uma proporção panorâmica ideal para *banners* horizontais e foi exportado em formato MP4 (codec H.264), otimizando o carregamento sem perda de qualidade. Toda a produção foi realizada no *Create Studio*, software fornecido pela própria empresa.

O material final foi inserido no *banner* principal do site oficial da marca, disponível em: <https://konjacmassamf.com.br>, podendo ser visualizado diretamente por meio do link <https://youtu.be/GtUz6TOHYPc>.

Figura 126. Banner principal atual



<https://konjacmassamf.com.br>

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho acadêmico consiste em um portfólio abrangente, apresentando dez projetos de design gráfico selecionados e desenvolvidos por mim ao longo do curso de Tecnologia em Design Gráfico no Instituto Federal da Paraíba (IFPB), Campus Cabedelo. Os projetos são diversificados, cobrindo diversas categorias essenciais no campo do design, incluindo identidade visual, design de embalagem, design editorial (com foco em diagramação e editoração de publicações), criação de conteúdo audiovisual (vídeos) e campanhas publicitárias.

É importante ressaltar que desenvolvi os projetos em dois ambientes distintos, sendo metade deles concebida e executada no contexto estritamente acadêmico, como parte integrante de disciplinas e desafios propostos pelo curso. Já a outra metade, por sua vez, foi desenvolvida em ambiente profissional, o que demonstra a capacidade de aplicar o conhecimento adquirido em situações reais de mercado, seja atuando em uma empresa estabelecida ou como profissional freelancer independente.

Para cada projeto detalhado neste portfólio, empreguei uma metodologia de trabalho adaptada especificamente às necessidades e requisitos da disciplina em questão ou às expectativas do cliente envolvido. As descrições individuais de cada projeto são minuciosas, abordando o problema visual específico que se buscava solucionar, as ferramentas de software utilizadas, as técnicas e métodos criativos aplicados na construção das soluções de design e os resultados tangíveis e eficazes alcançados.

Acredito firmemente que este documento é uma ferramenta estratégica e valiosa para a minha inserção e consolidação no dinâmico mercado de trabalho de design gráfico. Ele serve como uma demonstração clara e concisa das minhas áreas de especialização, das minhas competências técnicas e criativas, e do meu potencial para agregar valor a futuros empregadores ou clientes. Além disso, a sua estrutura e o detalhamento dos projetos o tornam uma referência inspiradora e didática para futuros estudantes de design que buscam compreender a aplicação prática dos conceitos aprendidos em sala de aula.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRUNO, Maria Cristina Oliveira. Definição de Curadoria: os caminhos do enquadramento, tratamento e extroversão da herança patrimonial. In: CADERNO de diretrizes museológicas 2. Belo Horizonte: Secretaria de Estado da Cultura; Superintendência de Museus, 2008.

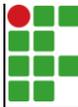
HARP, K. S.; HUINSKER, D. M. Implementing the assessment standards for school mathematics. *Teaching Children Mathematics*, v. 3, n. 5, p. 224–228, Jan. 1997.

IDEO. Human Centered Design Toolkit. 2. ed. Palo Alto: IDEO, [2011]. Disponível em: <https://www.ideo.com/post/design-kit>. Acesso em: 12 jun. 2025.

MESTRINER, Fabio. Design de embalagem: curso básico. 2. ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002.

MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

PEÓN, Maria Luisa. Sistemas de identidade visual. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

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

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC completo

Assunto:	TCC completo
Assinado por:	Leticia Santos
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Letícia da Conceição dos Santos, DISCENTE (202117010027) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 13/08/2025 11:12:42.

Este documento foi armazenado no SUAP em 13/08/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1573501

Código de Autenticação: 4f75914a06

