



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

**CAMINHOS CRIATIVOS:
Um portfólio de aprendizado**

YOHANA ECHILA NASCIMENTO DOS SANTOS

CABEDELO
2025

YOHANA ECHILA NASCIMENTO DOS SANTOS

**CAMINHOS CRIATIVOS:
Um portfólio de aprendizado**

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

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

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

S237c Santos, Yohana Echila Nascimento dos.
Caminhos criativos: um portfólio de aprendizado. /Yohana Echila
Nascimento dos Santos. – Cabedelo, 2025.
147f. il.: Color.

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

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

1. Identidade visual. 2. Fotografia de produtos. 3. Design de embalagem.
4. Marketing. I. Título.

CDU 003.65



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

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

Yohana Echila Nascimento dos Santos

CAMINHOS CRIATIVOS: Um portfólio de aprendizado

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

Prof. Me. Vítor Feitosa Nicolau

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Me. Luciana M. Dinoá Pereira

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2025

Documento assinado eletronicamente por:

- **Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 17/07/2025 19:10:15.
- **Vitor Feitosa Nicolau, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 18/07/2025 21:20:21.
- **Luciana Mendonca Dinoa Pereira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 19/07/2025 11:40:10.

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 735453

Verificador: ca65574a80

Código de Autenticação:



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

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por ter me sustentado durante toda essa jornada. Só Ele sabe cada obstáculo e momento de dúvida que enfrentei, e foi com sua força que encontrei coragem para superar cada desafio e seguir firme até aqui.

Expresso minha gratidão aos professores que contribuíram para a minha formação, compartilhando conhecimento e incentivando o meu crescimento acadêmico e pessoal. Em especial, agradeço ao meu orientador, que com muita paciência, organização e atenção me acompanhou de perto durante todo o processo. Ele foi além das suas funções, me apoiando e ensinando sempre que precisei, o que foi essencial para a conclusão deste trabalho.

À minha família, meu muito obrigado pelo amor e apoio que nunca faltaram. E um agradecimento especial ao meu namorado Jonas, que esteve sempre do meu lado e que me aguentou falando mil vezes sobre esse projeto, escutou minhas dúvidas, minhas preocupações e também minhas conquistas. Sem ele, com certeza teria sido muito mais difícil essa trajetória.

Ao meu grupinho de amigos, composto por Mariah, Júlia, Vitória, Livia, Gabi, Ingrid, Kaio, João Batista, Lara Mel e Sofia, juntos formamos a famosa “Turma do Caju”. Eles tornaram essa caminhada mais leve e divertida, fico feliz pela amizade linda que formamos. Também quero agradecer de forma especial, minha amiga Mariah, a irmã que o curso me deu e que quero levar pra vida, a minha parceira e “duplinha de portfólio”. Nossa troca foi tão essencial em todas as etapas, compartilhamos praticamente tudo juntas, crescemos, aprendemos e realizamos trabalhos incríveis dos quais nos orgulhamos muito. Sua presença fez toda a diferença, nem imagino o quão difícil seria sem ela .

E a todos que, de alguma forma, caminharam comigo até aqui, meu muito obrigada.

RESUMO

Um portfólio é uma coleção de trabalhos, projetos ou amostras que demonstram as habilidades, experiências e competências de uma pessoa ou organização. Neste trabalho, foram apresentados dez projetos, todos de cunho acadêmico, provenientes de diversas áreas do curso de tecnólogo em Design Gráfico, desenvolvidos por Yohana Echila N. dos Santos. A seleção foi feita com base em critérios como: natureza acadêmica, satisfação com o resultado, diversidade de áreas e afinidade pessoal da designer durante o processo de curadoria. Os projetos estão organizados cronologicamente, a fim de facilitar a compreensão do percurso formativo e destacar o processo de amadurecimento profissional. No portfólio, foram descritas as metodologias utilizadas em cada projeto, algumas delas adaptadas conforme a necessidade, além da apresentação dos trabalhos finalizados, abordando as problematizações, soluções, aplicações e uma autoanálise. Concluiu-se que a importância de desenvolver um portfólio está em sua capacidade de auxiliar na organização e seleção de projetos, demonstrando com clareza a evolução da designer e as habilidades adquiridas ao longo do curso.

Palavras-Chave: identidade visual; fotografia de produtos; design social; design de embalagem; marketing; tipografia.

ABSTRACT

A portfolio is a collection of works, projects, or samples that showcase an individual's or organization's skills, experiences, and competencies. This particular portfolio presents ten academic projects from various areas of the Graphic Design Technology program, all developed by Yohana Echila N. dos Santos. The selection was based on criteria such as academic nature, satisfaction with the outcome, diversity of areas, and the designer's personal affinity during the curation process. The projects are organized chronologically to facilitate understanding of the educational journey and highlight the process of professional maturation. The portfolio describes the methodologies used in each project, some of which were adapted as needed. It also presents the finalized works, addressing the problems encountered, solutions, applications, and a self-analysis for each. It was concluded that the importance of developing a portfolio lies in its ability to assist in organizing and selecting projects, clearly demonstrating the designer's evolution and the skills acquired throughout the course.

Keywords: *Visual identity; product photography; social design; packaging design; marketing; typography.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Fluxograma Ticiano Alves.....	10
Figura 2. Fluxograma Maria Luísa Peón.....	11
Figura 3. Fluxograma Fábio Mestriner.....	11
Figura 4. Fluxograma Design Thinking.....	12
Figura 5. Fluxograma Joan Costa.....	12
Figura 6 - Brainstorm 3 corações.....	14
Figura 7 - Análise dos concorrentes.....	15
Figura 8- Moodboard geral do projeto.....	16
Figura 9 - Moodboard do produto.....	16
Figura 10 - Esboços da embalagem.....	17
Figura 11 - Paleta de cores.....	18
Figura 12 - Tipografia.....	18
Figura 13 - Planificação da embalagem.....	19
Figura 14 - Aplicação 1.....	19
Figura 15 - Aplicação 2.....	20
Figura 16 - Aplicação 3.....	20
Figura 17 - Aplicação 4.....	21
Figura 18 - Brainstorm Zeca Pagodinho.....	23
Figura 19 - Moodboard.....	24
Figura 20 - Esboços dos cartazes.....	25
Figura 21 - Paleta de cores.....	26
Figura 22 - Tipografia.....	26
Figura 23 - Grid dos cartazes.....	27
Figura 24 - Cartaz do cantor e da música.....	28
Figura 25 - Mockup cartaz cantor.....	28
Figura 26 - Mockup cartaz cantor 2.....	29
Figura 27 - Mockup cartaz da música.....	29
Figura 28 - Moodboard.....	32
Figura 29 - Geração de alternativas.....	33
Figura 30- Teste dos cartazes.....	33
Figura 31 - Desenhos impressos (materiais).....	34
Figura 32 - Assinatura fundo branco e preto.....	35
Figura 33 - Assinatura visual com fundo nas cores da paleta.....	35
Figura 34 - Paleta de cores.....	36
Figura 35 - Tipografia.....	37
Figura 36 - Elementos desenvolvidos.....	37
Figura 37 - Aplicação 1.....	38
Figura 38 - Aplicação 2.....	38
Figura 39 - Aplicação 3.....	39
Figura 40 - Aplicação 4.....	39
Figura 41 - Aplicação 5.....	40
Figura 42 - Aplicação 6.....	40

Figura 43 - Aplicação cartazes.....	41
Figura 44 - Aplicação em formato de postagens.....	42
Figura 45 - Fotografia da Oficina de aquarela.....	42
Figura 46 - Fotografia dos participantes da oficina 1.....	43
Figura 47 - Fotografia dos participantes da oficina 2.....	43
Figura 48 - Fotografia dos participantes da oficina 3.....	44
Figura 49 - Fotografia dos participantes da oficina 4.....	44
Figura 50- Entrevista.....	47
Figura 51 - Resultado da pesquisa.....	47
Figura 52 - Espelho do projeto.....	48
Figura 53 - Moodboard personagens.....	49
Figura 54 - Moodboard ilustração.....	50
Figura 55 - Esboços dos personagens e das cenas.....	50
Figura 56 - Vetorizações do celular.....	51
Figura 57 - Grid de 3 colunas do Guia.....	52
Figura 58 - Layout das páginas do Guia.....	52
Figura 59 - Testes de impressão.....	53
Figura 60 - Capa e contra capa do guia.....	53
Figura 61 - Apresentação dos personagens.....	54
Figura 62 - paleta de cores geral.....	54
Figura 63 - Paleta de cores das ilustrações.....	55
Figura 64 - Tipografia.....	55
Figura 65 - Guia em formato impresso 1.....	56
Figura 66 - Guia em formato impresso 2.....	56
Figura 67 - Compilação conteúdo do guia.....	57
Figura 68 - Capa e contra capa do guia impresso.....	57
Figura 69 - Imagem do produto escolhido.....	59
Figura 70 - Brainstorm 1.....	60
Figura 71 - Brainstorm 2.....	60
Figura 72 - Brainstorm 3.....	61
Figura 73 - Brainstorm digital.....	61
Figura 74 - Moodboard.....	62
Figura 75 - Capa shoot plan.....	62
Figura 76 - Marca - Shoot Plan.....	63
Figura 77 - Overview - Shoot Plan.....	63
Figura 78 - Estudo da marca - Shoot Plan.....	64
Figura 79 - Moodboard - Shoot Plan.....	64
Figura 80 - Plano conjunto 1 - Shoot Plan.....	65
Figura 81 - Plano conjunto 2 - Shoot Plan.....	65
Figura 82 - Plano conjunto 3 - Shoot Plan.....	66
Figura 83- Plano inteiro - Shoot Plan.....	66
Figura 84 - Plano geral- Shoot Plan.....	67
Figura 85 - Plano conjunto 4 - Shoot Plan.....	67
Figura 86 - Plano fechado e conjunto - Shoot Plan.....	68

Figura 87 - Imagens sem edição.....	68
Figura 88 - fotografia para site 1.....	69
Figura 89 - Fotografia para site 2.....	70
Figura 90 - Fotografia para post.....	70
Figura 91- Fotografia para story.....	71
Figura 92 - Fotografia para site 3.....	71
Figura 93- Fotografia para site 4.....	72
Figura 94 - Fotografia para site 5.....	72
Figura 95 - Escolha dos animais.....	75
Figura 96 - Pannel semântico geral.....	75
Figura 97 - Pannel semântico das ilustrações.....	76
Figura 98 -Esboços dos animais.....	76
Figura 99 - Ilustração tamanduá bandeira.....	77
Figura 100 - Ilustração Ararinha azul.....	77
Figura 101 - Ilustração Sagui-de-tufo-branco.....	78
Figura 102 - Ilustração Capivara.....	78
Figura 103 - Ilustração Paca.....	78
Figura 104 - Capa nome da coleção.....	79
Figura 105 - Paleta de cores.....	79
Figura 106 - Estampa localizada.....	80
Figura 107 - Estampa contínua.....	80
Figura 108 - Peças de divulgação.....	81
Figura 109 - Produtos produzidos.....	82
Figura 110- Aplicação pijama manga longa.....	82
Figura 111 - Aplicação colcha.....	83
Figura 112 - Aplicação jogo de cama.....	83
Figura 113 - Aplicação pijama manga curta.....	84
Figura 114 - Aplicação almofada de pescoço.....	84
Figura 115 - Aplicação almofadas diversas.....	85
Figura 116 - Colcha e almofadinha.....	85
Figura 117 - Aplicação Tapa-olho.....	86
Figura 118 - Aplicação meias.....	86
Figura 119 - Brainstorm.....	88
Figura 120 - Brainstorm de delimitação do tema.....	89
Figura 121 - Pannel semântico do conceito.....	90
Figura 122 - Pannel semântico da construção do logo.....	90
Figura 123 - Primeiros esboços da assinatura visual.....	91
Figura 124 - Esboços da assinatura visual digitalizada.....	91
Figura 125 - Pannel semântico do personagem.....	91
Figura 126 - Esboços do personagem.....	92
Figura 127 - Assinatura principal e tamanho mínimo de aplicação.....	92
Figura 128 - Área de proteção e grid de construção.....	93
Figura 129 - Padronagem do Pulse.....	93
Figura 130 - Versões do personagem.....	94

Figura 131 - Paleta de cores.....	94
Figura 132 - Variações da assinatura.....	94
Figura 133 - Tipografia.....	95
Figura 134 - Aplicação cartazes.....	95
Figura 135 - Aplicação ecobag.....	96
Figura 136 - Aplicação Instagram.....	96
Figura 137 - Aplicação camisa.....	97
Figura 138 - Aplicação certificado.....	97
Figura 139 - Página inicial Museu Marítimo EXEA.....	100
Figura 140 - Comunidade pesqueira e suas canoas.....	100
Figura 141 - Mesas postas.....	101
Figura 142 - Brainstorm.....	101
Figura 143 - Moodboard.....	102
Figura 144 - Esboços.....	102
Figura 145 - Fotografias de Caícos a vela.....	103
Figura 146 - Paleta de cores.....	104
Figura 147 - Imagem dos itens com fundo.....	104
Figura 148 - Imagem dos itens.....	105
Figura 149 - Prato fundo.....	105
Figura 150 - Prato raso.....	106
Figura 151 - Sousplat.....	106
Figura 152 - Talheres.....	107
Figura 153 - Passadeira.....	107
Figura 154 - Guardanapo.....	108
Figura 155 - Aplicação pratos.....	108
Figura 156 - Aplicação do conjunto.....	109
Figura 157 - Aplicação pratos com frase.....	109
Figura 158 - Aplicação mesa posta.....	110
Figura 159 - Usina Cultural Energisa.....	112
Figura 160 - Assinatura visual da energisa.....	112
Figura 161 - Coleta de informação 1.....	113
Figura 162 - Coleta de informação 2.....	113
Figura 163 - Análise de fluxo.....	114
Figura 164 - Mapeamento dos sinais 1.....	114
Figura 165 - Mapeamento dos sinais 2.....	115
Figura 166 - Moodboard.....	116
Figura 167 - Tabela de códigos.....	117
Figura 168 - Tipografia.....	118
Figura 169 - Pictogramas.....	119
Figura 170 - Paleta de cores.....	119
Figura 171 - Modelos e proporções 1.....	120
Figura 172 - Modelos e proporções 2.....	120
Figura 173 - Modelos e proporções 3.....	121
Figura 174 - Especificações técnicas 1.....	122

Figura 175 - Especificações técnicas 2.....	122
Figura 176 - Especificações técnicas 3.....	123
Figura 177 - Especificações técnicas 4.....	123
Figura 178 - Especificações técnicas 5.....	124
Figura 179 - Especificações técnicas 6.....	124
Figura 180 - Especificações técnicas 7.....	125
Figura 181 - Especificações técnicas 8.....	125
Figura 182 - Especificações técnicas 9.....	126
Figura 183 - Especificações técnicas 10.....	126
Figura 184 - Especificações técnicas 11.....	127
Figura 185 - Especificações técnicas 12.....	127
Figura 186 - Especificações técnicas 13.....	128
Figura 187 - Aplicação no espaço 1.....	128
Figura 188 - Aplicação no espaço 2.....	129
Figura 189 - Aplicação no espaço 3.....	129
Figura 190 - Aplicação no espaço 4.....	130
Figura 191 - Aplicação no espaço 5.....	130
Figura 192 - Aplicação no espaço 6.....	131
Figura 193 - Aplicação no espaço 7.....	131
Figura 194 - Aplicação no espaço 8.....	132
Figura 195 - Processo de imersão.....	134
Figura 196 - Pesquisa de mercado.....	134
Figura 197 - Escolha do nome.....	135
Figura 198 - Moodboard.....	136
Figura 199 - Geração de alternativas.....	136
Figura 200 - Moodboard peças publicitárias.....	137
Figura 201 - Assinatura visual sem e com tagline.....	138
Figura 202 - Assinatura visual 1.....	138
Figura 203 - Assinatura visual 2.....	139
Figura 204 - Paleta de cores.....	139
Figura 205 - Tipografia.....	140
Figura 206 - Detalhe tipografia.....	140
Figura 207 - Peça publicitária Outdoor.....	141
Figura 208 - Aplicação em Outdoor.....	141
Figura 209 - Peça publicitária panfleto.....	142
Figura 210 - Aplicação em panfleto.....	142
Figura 211 - Detalhes panfleto.....	143
Figura 212 - Aplicação postagem e story.....	143

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	8
2. METODOLOGIA.....	10
3. PORTFÓLIO DE PROJETOS.....	13
3.1. Design de Embalagem.....	13
3.1.1. Drip Coffee.....	13
3.2. Cartaz Tipográfico.....	22
3.2.1. Cartazes Zeca Pagodinho.....	22
3.3. Projeto Social.....	31
3.3.1. Artes Visuais e Inclusão.....	31
3.4. Projeto Social e Editorial.....	46
3.4.1. Guia de sobrevivência ao celular.....	46
3.5. Fotografia de produtos.....	58
3.5.1. Corona Extra.....	58
3.6. Design de estampas.....	74
3.6.1. Soninho nordestino.....	74
3.7. Identidade Visual.....	88
3.7.1. Redesign de marca do Pulse 2024.....	88
3.8. Design de estampas.....	99
3.8.1. Encanto das Velas.....	99
3.9. Sinalização.....	111
3.9.1. Usina Energisa.....	111
3.10. Branding e Peças publicitárias.....	133
3.10.1. AYU - Academia e Espaço de Bem-estar.....	133
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	145
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	147

1. APRESENTAÇÃO

O portfólio constitui um dos componentes essenciais do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da graduação em Tecnologia em Design Gráfico, oferecida pelo Instituto Federal da Paraíba (IFPB), Campus Cabedelo, sendo requisito fundamental para a obtenção do grau acadêmico. O portfólio é fundamental para um designer gráfico, pois funciona como uma vitrine que expõe suas habilidades, competências e experiências. Ele organiza os projetos de forma clara, destacando a diversidade dos trabalhos realizados e refletindo a identidade única da profissional. Além de ser uma ferramenta que evidencia a qualidade do trabalho para atrair clientes e facilitar a entrada no mercado, permite ao designer acompanhar sua evolução e o desenvolvimento de sua carreira ao longo do tempo. Assim, o portfólio se configura como uma ferramenta multifuncional, essencial tanto para o crescimento profissional quanto para a inserção e o sucesso no meio de trabalho.

Compreendendo que o portfólio é uma compilação que evidencia as habilidades e competências do profissional, a escolha dos trabalhos que o compõem passou por um processo de curadoria, que consiste na busca, seleção, filtragem e classificação de conteúdos relevantes. Conforme Bruno (2011, p. 1), “a curadoria pressupõe enunciar as qualidades essenciais de algo que o singularize, mas também limitar, demarcar, procurar razões e raízes, buscar explicações e referendar constatações”. Sendo assim, para a construção do portfólio de Yohana Echila, foram selecionados dez projetos de diversas áreas do design, como identidade visual, fotografia de produto, tipografia, design social, marketing, design de embalagem, design editorial, design de superfícies e sinalização. Os critérios específicos adotados na curadoria foram: natureza acadêmica dos projetos, satisfação com os resultados, diversidade de áreas e afinidade pessoal da designer.

Diante do exposto, este portfólio tem como objetivo geral criar uma coletânea composta por dez projetos acadêmicos desenvolvidos por Yohana Echila N. dos Santos, avaliando seu aprendizado, criatividade e capacidade de solução de problemas ao longo do curso de Tecnologia em Design Gráfico no Instituto Federal da Paraíba (IFPB).

Para abordar cada área de forma adequada, foram utilizadas metodologias específicas: *Weekend Creative* para fotografia de produtos, Fábio Mestriner para design de embalagem, Joan Costa para sinalização, *Design Thinking* para tipografia e Maria Luísa Peón para identidade

visual, esta última também adaptada para outras áreas, como design de superfícies, marketing, design social e editorial. A compilação detalha o processo de cada trabalho, desde a identificação dos problemas e aplicação das metodologias até às alternativas criadas, o processo criativo, a solução escolhida e os resultados obtidos, oferecendo uma visão completa da evolução e do impacto de cada projeto.

Todos eles foram disponibilizados digitalmente na plataforma Behance (<https://www.behance.net/echila8>), servindo como evidência do desenvolvimento e da evolução de Yohana Echila enquanto designer gráfica.

2. METODOLOGIA

As áreas do Design Gráfico exploradas pela designer Yohana Echila incluem identidade visual, fotografia de produto, tipografia, design social, design de superfícies, sinalização, design de embalagem e design editorial. Para cada uma dessas áreas, foram aplicadas metodologias específicas ou adaptadas, que serviram como guia nas etapas de desenvolvimento dos projetos e na construção das soluções propostas.

As designers Arabela e Elle, conhecidas por seu trabalho inovador e por serem proprietárias da empresa *Weekend Creative Studio*, sugerem uma metodologia mais extensa, entretanto, utilizando técnicas que são empregadas em distintos trabalhos de um designer gráfico. Alves (2022) adaptou essa metodologia para ajudar seus alunos de design gráfico e a nomeou como método *Weekend Creative*, onde suas etapas são sequenciadas como: seleção do produto, pesquisa do produto, *brainstorm*, *shootplan*, execução do *shootplan*, pós-produção e entrega das imagens.

Figura 1. Fluxograma Ticiano Alves.



Já Maria Luísa Peón (2009), é uma designer brasileira conhecida por seu trabalho em design gráfico e por ser referência em identidade visual. Desenvolveu uma metodologia otimizada, de fácil compreensão e de aplicação intuitiva, possuindo etapas objetivas e pouco numerosas, que garante procedimentos de diagnósticos, avaliação e planejamento essenciais para o desenvolvimento racional e produtivo de um projeto de identidade visual. Seu método consiste em três grandes etapas, que inclui: problematização, concepção e especificação. Este método também foi utilizado em projetos nas áreas de tipografia, design social e editorial, entretanto sendo adaptado para as mesmas.

Figura 2. Fluxograma Maria Luísa Peón.

Sistemas de Identidade Visual - Maria Luísa Peón, 2009/2000 2AB Editora Ltda



Fábio Mestriner (2004), é um designer e educador brasileiro, especialista em design de embalagem, conhecido por sua atuação na área de design gráfico e por sua contribuição ao ensino do design. A metodologia desenvolvida prioriza a organização, considerando os aspectos essenciais do projeto e respondendo de forma coerente e positiva aos objetivos estabelecidos para o produto. O objetivo é criar uma embalagem criativa e eficaz, que atenda às necessidades do produto e do consumidor. Essa metodologia se concentra em: briefing, estudo de campo, estratégia de design, desenho e a implantação do projeto.

Figura 3. Fluxograma Fábio Mestriner.

Design de embalagem - curso básico, Pearson Makron Books - Fábio Mestriner 2002/2004



O *Design Thinking* é uma metodologia centrada no ser humano, que propõe resolver problemas de forma criativa, empática e colaborativa. Estruturada em cinco etapas; imersão, definição, ideação, prototipagem e teste, ela busca compreender profundamente as necessidades do usuário, gerar ideias inovadoras e validar soluções por meio da experimentação. Essa abordagem favorece projetos mais eficazes, adaptáveis e alinhados com os contextos reais.

Figura 4. Fluxograma Design Thinking



A abordagem de Joan Costa no design de sinalização valoriza a clareza, a funcionalidade e a comunicação visual eficiente. Sua metodologia parte da análise do espaço, do comportamento do usuário e das necessidades informacionais do ambiente. Defende que a sinalização deve ser intuitiva, universal e integrada ao contexto arquitetônico, priorizando a legibilidade, a hierarquia visual e o uso racional de cores, formas e símbolos para orientar e informar com precisão.

Figura 5. Fluxograma Joan Costa



3. PORTFÓLIO DE PROJETOS

3.1. Design de Embalagem

3.1.1. Drip Coffee

Equipe: Yohana Echila	Semestre: 2023.1
Disciplina: Design de embalagens	Metodologia: Fábio Mestriner

Problematização

A disciplina de Design de Embalagens, ministrada pela Professora Anália Adriana, estuda soluções visuais e funcionais para proteger, comunicar e valorizar produtos. Une estética e praticidade, promovendo a experiência do consumidor e fortalecendo a identidade da marca. Recebemos a proposta de criar um projeto gráfico, desenvolvendo uma embalagem para uma linha de *Drip Coffee*, que nada mais é do que um método prático de preparo de café filtrado, feito com um sachê individual que se encaixa na xícara. Basta abrir, colocar água quente e o café é coado na hora, como um café passado. Porém, este *Drip Coffee* precisaria conter um sabor frutado com notas de Frutas vermelhas, Caramelo, Mel e Chocolate. Para este projeto a metodologia utilizada foi a de Fábio Mestriner (2004).

Briefing

Para o desenvolvimento deste projeto, a marca escolhida foi a Três Corações, fundada no sul de Minas Gerais na década de 1970 e reconhecida por seu slogan "do coração de Minas para o coração de todos os brasileiros". A marca é uma das mais tradicionais do país e possui um portfólio diversificado, que inclui diferentes *blends* de grãos torrados e moídos, cafés solúveis, cappuccinos em pó, expressos, café com leite e filtros de papel.

Após a pesquisa para conhecer melhor a marca foi realizado um *brainstorm* onde nele reunia referências e ideias alinhadas à identidade da marca. Nessa etapa, foram definidas palavras-chave, elementos gráficos, cores, texturas e tipografias que representassem a proposta do produto, seu perfil sensorial e a essência da Três Corações.

Figura 6 - Brainstorm 3 corações



Fonte: Autoria própria

Estudo de campo

Nesta etapa da metodologia, analisamos o ambiente em que o produto está inserido e seus concorrentes. Com isso, foi realizada uma análise do mercado de café com foco no segmento de *drip coffee*. Identificamos que este produto tem se destacado pela praticidade e pela busca dos consumidores por opções de alta qualidade e conveniência. O aumento do interesse por cafés especiais e métodos de preparo rápidos tem impulsionado esse segmento. Além disso, também foi feita uma análise dos concorrentes diretos, como Baggio, Coffee++ e Orfeu, que já atuam no mercado de *drip coffee*, e concorrentes indiretos, como marcas de cápsulas e cafés solúveis *premium*. Essa pesquisa nos permitiu compreender melhor o mercado e analisar a linguagem gráfica das embalagens observadas.

Figura 7 - Análise dos concorrentes



Fonte: Compilação própria

Estratégia de design

Com a pesquisa da marca e dos concorrentes realizada e a partir do *brainstorm* feito, conseguimos definir um direcionamento para colocar em prática. A ideia pensada para a criação da embalagem foi utilizar o sabor como principal elemento, aplicando as cores e ilustrações dos ingredientes que compõem as notas do café, com um aspecto visualmente doce e amigável, evidenciando ainda mais o fato de se tratar de um café com sabor frutado.

A partir deste momento, desenvolvemos dois *moodboards* para ajudar no desenvolvimento do projeto. O primeiro foi voltado para referências visuais gerais, com imagens de outras embalagens, cores e estilos gráficos. O segundo foi mais específico, reunindo elementos que gostaríamos de aplicar na nossa própria embalagem, como ilustrações, paleta de cores e composições visuais.

Desenho

Nesta etapa, foram realizados esboços e testes de *layout* para explorar ideias e composições visuais. Essa fase é importante para avaliar o que funciona na prática, ajustando aspectos como legibilidade, equilíbrio e posicionamento dos elementos. Os esboços se concentraram mais na estrutura do *layout* do que nas ilustrações dos sabores, já que a principal preocupação era encontrar a melhor forma de organizar visualmente as informações. Como representar as notas de sabor (frutas vermelhas, caramelo, mel e chocolate) de forma organizada exigiria mais testes, essa etapa foi essencial para dar início a esse processo.

Figura 10 - Esboços da embalagem



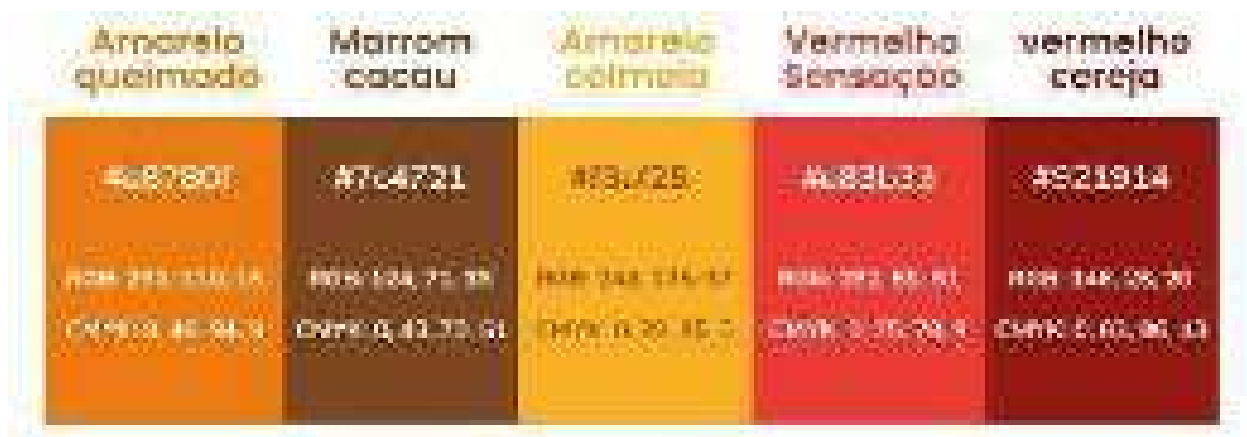
Fonte: Autoria própria

implementação do projeto

A etapa de implementação, que normalmente envolve o lançamento do produto no mercado, foi adaptada devido ao caráter acadêmico do projeto. Em vez da aplicação comercial, foi desenvolvido um protótipo físico da embalagem, conforme solicitado pela professora, com o objetivo de simular como o produto poderia se apresentar no ponto de venda. Essa simulação permitiu visualizar o resultado final do projeto de forma concreta e avaliar sua viabilidade estética e funcional.

As cores escolhidas para compor a paleta foram inspiradas nas notas sensoriais do café: o vermelho cereja (#921914) e o vermelho sensação (#e83b33), remetendo às frutas vermelhas; o marrom cacau (#7c4721), ao chocolate; o amarelo colmeia (#f8af25), ao mel; e o amarelo queimado (#e8780f), ao caramelo. Como a intenção era transmitir um visual adocicado, essas tonalidades foram destacadas de forma clara sobre um fundo branco, que domina toda a embalagem e reforça a leveza da proposta.

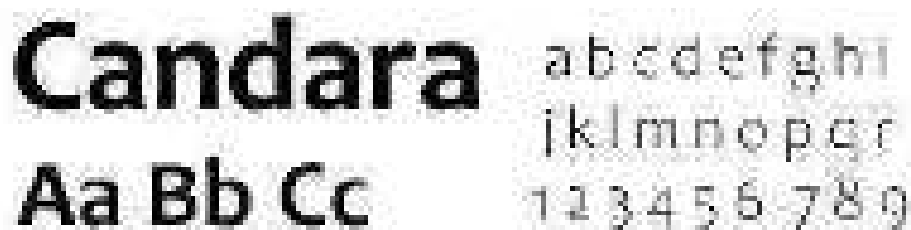
Figura 11 - Paleta de cores



Fonte: Autoria própria

Foi escolhida a tipografia Candara para este projeto. Esta fonte possui muitas variações de pesos, dessa forma, ela é bastante versátil, funciona bem tanto em títulos quanto em blocos de texto, adaptando-se a diferentes formatos. Possui curvas suaves e estilo moderno.

Figura 12 - Tipografia



Fonte: Autoria própria

O *layout* frontal da embalagem é composto, basicamente, pela assinatura visual da marca posicionada na parte superior, seguido pelo nome do produto em destaque, acompanhado de uma breve descrição. A parte frontal também apresenta ilustrações dos sabores, facilitando a compreensão imediata por parte do público.

Nas laterais da embalagem, estão dispostas as informações obrigatórias, como o código de barras, a tabela nutricional organizada e os dados do fabricante. Além disso, a embalagem inclui um tutorial simplificado de como utilizar o produto, pensado para orientar o consumidor de forma rápida e prática. Também estão presentes os canais de contato da marca, incluindo redes sociais e e-mail, facilitando a comunicação e promovendo a conexão com o público.

Figura 13 - Planificação da embalagem



Fonte: Autoria própria

Figura 14 - Aplicação 1



Fonte: Autoria própria

Figura 15 - Aplicação 2



Fonte: Autoria própria

Figura 16 - Aplicação 3



Fonte: Autoria própria

Figura 17 - Aplicação 4



Fonte: Autoria própria

Autoanálise

O resultado final do projeto foi satisfatório e conseguiu transmitir com clareza o visual adocicado e acolhedor que buscávamos desde o início. A combinação entre a paleta de cores inspirada nas notas do café, o *layout* limpo com fundo branco e a organização das informações, fizeram uma ótima composição. No entanto, foi observada uma oportunidade de melhoria: as ilustrações utilizadas na embalagem. Embora cumpram sua função de representar os sabores, elas não apresentam um estilo e traço uniformes entre si, o que compromete a harmonia visual do conjunto.

3.2. Cartaz Tipográfico

3.2.1. Cartazes Zeca Pagodinho

Equipe: Yohana Echila	Semestre: 2023.2
Disciplina: Tipografia	Metodologia: <i>Design Thinking</i>

Problematização

A disciplina de Tipografia, ministrada pelo Professor Daniel Lourenço, aborda o uso das letras como elementos visuais no design, com foco em composição, hierarquia, legibilidade e ritmo. Seu estudo é essencial para organizar e comunicar informações de forma clara, funcional e estética. A proposta consistia na criação de dois cartazes relacionados a um cantor, cantora ou banda, onde os mesmos seriam distribuídos a cada grupo através de um sorteio feito em sala. O primeiro cartaz deveria representar visualmente o artista, podendo conter elementos como fotografias, ilustrações ou texturas. Já o segundo cartaz deveria ser baseado em uma música de sucesso do mesmo artista, utilizando exclusivamente composição tipográfica, sem o uso de imagens. A escolha do conteúdo dos cartazes foi livre, permitindo que cada grupo explorasse de forma ainda mais criativa. Adequação da tipografia com a temática, o uso de cores, escolha e combinação de fontes tipográficas harmônicas eram critérios importantes para desenvolver os cartazes.

Imersão

Os artistas foram definidos por meio de um sorteio realizado em sala pelo professor, e o cantor que recebemos foi o Zeca Pagodinho com o estilo musical Samba. Primeiramente, precisávamos conhecer melhor o cantor. Para isso acontecer, realizamos uma pesquisa para conhecer melhor a história, músicas, gostos e como ele era representado nas referências. Isso nos permitiu encontrar outros cartazes relacionados a ele e assim anotamos todas as informações que achamos relevantes em um *Brainstorm*. Ao mesmo tempo também pesquisamos algumas tipografias para já ir reunindo possibilidades.

Figura 18 - *Brainstorm* Zeca Pagodinho

Fonte: Compilação própria

Definição

As primeiras ideias surgiram com a visualização do *Brainstorm*. Observamos que o cantor na maioria dos cartazes é representado com um estilo simples de vida, geralmente estando em um bar com uma cerveja na mão, o que é um elemento bastante recorrente nas referências. O Zeca Pagodinho também aparece em memes e cartazes que mostram memórias que representam o estilo do brasileiro, surgindo assim a ideia de criar o design dos cartazes inspirados em “brasilidades”.

Com isso, montamos um *moodboard*. Nele reunimos referências que ajudaram a definir a linguagem visual dos cartazes, incluindo ilustrações, paletas de cores, composições gráficas, estilos tipográficos e elementos que transmitisse a brasilidade e a energia do artista. Esse material serviu como guia visual para manter a coerência estética ao longo do desenvolvimento do projeto.

Figura 19 - Moodboard



Fonte: Compilação própria

Ideação

Nesta etapa da metodologia é onde é gerado o máximo de ideias possíveis, explorando soluções criativas e inovadoras. Como dito anteriormente, o conceito do cartaz foi inspirado na ideia de brasilidade, entendida como a identidade única do povo brasileiro, formada pela memória coletiva e valorização cultural. Essa brasilidade, refletida em elementos como calor humano, pluralidade e irreverência, guiou nossas decisões estéticas nos dois cartazes, principalmente no cartaz do cantor. Com base no *Brainstorm* e no *Moodboard* definimos a ideia específica para cada um. Para o cartaz do cantor pensamos em ter bastante cores e ilustrações de possíveis elementos relacionados ao cantor e ao brasileiro, como por exemplo; praia, cerveja, verão, música, etc. Na questão de ilustrações tínhamos muitas possibilidades a serem exploradas, a ideia era que o cartaz do cantor fosse maximalista e por esse motivo teria que ser melhor organizado.

Para o cartaz da música, escolhemos a canção “Deixa a vida me levar”, lançada em 2012. A escolha se deu por ser uma música bastante conhecida e, principalmente, pela forma como é cantada. No trecho “Deixa a vida me levar, vida leva eu”, a palavra “leva” é prolongada pelo cantor, o que se mostrou uma oportunidade interessante para explorar soluções tipográficas. A partir disso, os primeiros rascunhos do cartaz foram desenvolvidos.

Figura 20 - Esboços dos cartazes



Fonte: Autoria própria

Prototipagem

As cores escolhidas para os cartazes foram baseadas no conceito de brasilidade, utilizando tons presentes na bandeira do Brasil, que remetem à identidade nacional e fortalecem o tema proposto. Foram definidos o Amarelo Verão, Verde Bandeira, Azul Céu e para criar contraste e dar mais destaque visual à composição, adicionamos o Vermelho Samba, Cor que remete a energia e rompe com a harmonia previsível, destacando a expressividade presente na cultura brasileira.

Figura 21 - Paleta de cores



Fonte: Autoria própria

Para a composição tipográfica, escolhemos duas fontes que dialogam com o conceito do projeto. A fonte “Oferta do Dia”, usada em cartazes de supermercados e feiras, traz um apelo popular e visualmente marcante, conectando-se ao conceito de brasilidade do projeto. Já a “TheBoldFont-Bold” foi escolhida por seu traço mais equilibrado e limpo, ajudando a organizar a informação e dar clareza à composição.

Figura 22 - Tipografia

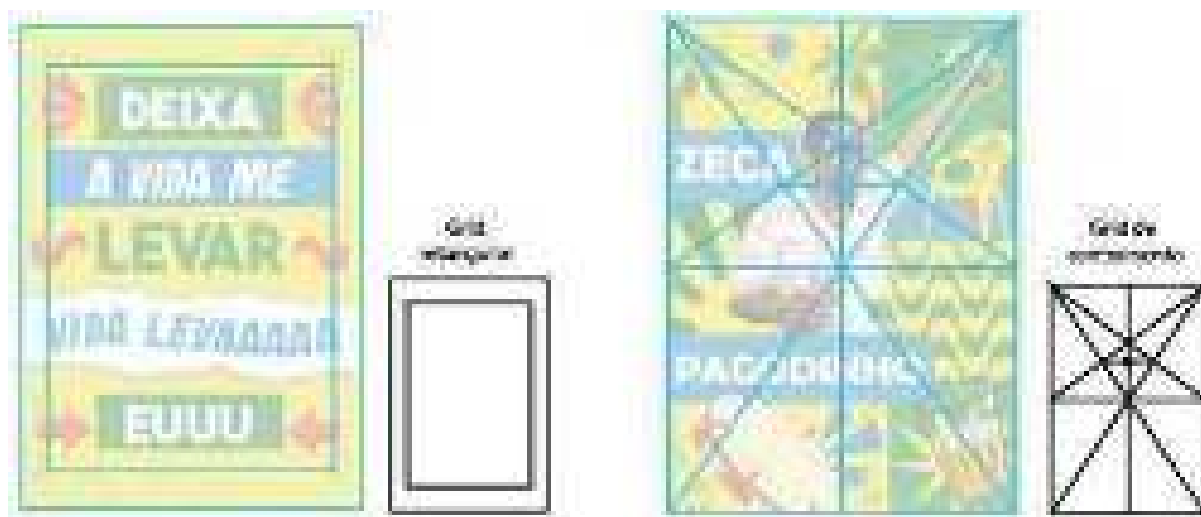


Fonte: Autoria própria

Com os elementos definidos, iniciamos a organização visual utilizando dois tipos de *grids*, um para cada cartaz. Para o cartaz tipográfico da música, utilizamos o *grid* retangular, pois sua estrutura regular, formada por linhas horizontais e verticais, oferece maior controle sobre o alinhamento e a hierarquia tipográfica. Já para o cartaz do cantor, optamos pelo *grid* de centramento, que organiza os

elementos a partir de um ponto central, neste caso, a imagem de Zeca Pagodinho, fazendo dele o foco da composição e distribuindo os demais elementos de forma harmônica ao redor.

Figura 23 - Grid dos cartazes



Fonte: Autoria própria

Teste

A etapa de Teste aborda a experimentação de protótipos com usuários para coletar feedback e realizar ajustes. Embora essa fase possa gerar novas ideias e iterações, o foco para este projeto é utilizar os testes visuais para avaliar a legibilidade, o contraste de cores, o equilíbrio da composição e o impacto visual das tipografias escolhidas, além de realizar correções. Através destes testes, será possível determinar se a hierarquia das informações está clara e se os elementos comunicam-se com o público de maneira eficaz.

O cartaz do cantor é composto por elementos que, de alguma forma, representam seu estilo de vida, alinhados à estética do conceito. Estão presentes um pandeiro, simbolizando seu estilo musical; um copo de cerveja e uma cadeira de bar, que remetem ao seu gosto por rodas de amigos regadas a boa música; e, por fim, o sol e a praia, que evocam o verão e o calor tão apreciados pelo brasileiro. O cartaz tipográfico mantém a estética do projeto, utilizando cores vibrantes e adornos ao redor para reforçar a composição.

Figura 24 - Cartaz do cantor e da música



Fonte: Autoria própria

Figura 25 -Mockup cartaz cantor



Fonte: Autoria própria

Figura 26 - Mockup cartaz cantor 2



Fonte: Autoria própria

Figura 27 - Mockup cartaz da música



Fonte: Autoria própria

Autoanálise

Este projeto conseguiu traduzir bem o conceito proposto, explorando elementos de brasilidade, alegria, cores vibrantes e um maximalismo equilibrado. No entanto, algumas melhorias poderiam aprimorar ainda mais a harmonia visual entre os cartazes. No cartaz do cantor, observamos que as ilustrações apresentam estilos diferentes, algumas com contorno, outras sem, o que compromete a unidade estética da composição. Já no cartaz tipográfico da música, sentimos que a proposta inicial de interação entre as fontes poderia ter sido mais explorada. Comparado ao cartaz do cantor, ele acaba transmitindo menos impacto visual e presença.

3.3. Projeto Social

3.3.1. Artes Visuais e Inclusão

Equipe: Mariah Victória, Yohana Echila, Lívia Tavares, Sofia César e Breno Miranda.	Semestre: 2024.1
Disciplina: Design, Sociedade e Cultura	Metodologia: Maria Luísa Peón (2009)

Problematização

A disciplina 'Design, Sociedade e Cultura', sob orientação da Professora Raquel Rebouças, propõe uma reflexão sobre o papel do design na sociedade. Ao longo das aulas, são abordadas as conexões entre o design e seus contextos sociais, culturais e históricos, incentivando os alunos a compreenderem seu impacto e responsabilidades enquanto futuros profissionais. Nos foi proposto, desenvolver e aplicar um projeto de design social em que o design seja agente de melhoria do contexto selecionado, ou seja, criar e colocar em prática um projeto de design que ajude a melhorar uma situação real de um grupo, comunidade ou contexto social.

Inicialmente, formamos um grupo composto por cinco pessoas e tivemos uma breve conversa para definir o caminho que seguiríamos. Durante a discussão, uma das integrantes mencionou um trabalho de Sociologia/Filosofia que havia realizado no terceiro ano do seu ensino médio, que consistia no planejamento de um projeto social, tal qual uma ONG de qualquer natureza destinada à sociedade. Nesse trabalho, ela havia desenvolvido uma proposta teórica de aulas arte-terapêuticas de pintura/desenho, teatro e escrita, destinadas ao público idoso. Todos no grupo concordaram em utilizar esse projeto como inspiração, e assim definimos nosso ponto de partida.

Realizamos algumas pesquisas e tomamos conhecimento de alguns grupos. Embora a Paraíba conte com diversas organizações sociais voltadas a grupos vulneráveis, muitas delas gratuitas e receptivas, o conhecimento sobre a existência desses projetos ainda é restrito a uma parcela muito pequena da população, devido à falta de divulgação. Tornar essas iniciativas visíveis é fundamental para ampliar seu alcance e fortalecer seu financiamento, já que, em geral, esses grupos são mantidos por recursos de terceiros, como financiamento público, agências e trabalho voluntário. Nesse contexto, nosso projeto teve como objetivo a criação de uma identidade visual e a realização de uma oficina de aquarela em parceria com o grupo "Artes Visuais e Inclusão" (AVI), que oferece ensino gratuito de artes para idosos, jovens com síndrome de Down e crianças superdotadas. Esse coletivo integra o Grupo de Pesquisa em Artes, Museus e Inclusão (GPAMI), da UFPB, criado em 2004 e liderado pelo Prof. Dr. Robson Xavier.

Inicialmente, o grupo planejava trabalhar com o público idoso, seguindo a proposta do projeto que tomamos como inspiração. No entanto, ao entrar em contato com o professor Robson, embora ele tenha prontamente aceitado colaborar, foi informado que a inscrição do instituto de idosos não aconteceria a tempo. Por isso, o público-alvo foi alterado para os jovens assistidos pela instituição Ame Down.

Concepção

Entrando no processo de criação da identidade visual, desenvolvemos um *moodboard* reunindo referências que expressam o que gostaríamos de transmitir no projeto. Buscamos inspirações com cores chamativas e alegres, além de composições com forte presença de formas geométricas. Essas referências serviram como base para nortear o desenvolvimento da identidade visual que queríamos trabalhar para o grupo.

Figura 28 - Moodboard



Fonte: Compilação própria

Com o *moodboard* em mãos, iniciamos o processo de criação. Nos esboços iniciais, buscamos criar um ícone que representasse o AVI de forma geral. No entanto, optamos por utilizar as iniciais do nome e explorar formas de organizar a escrita completa, "Artes Visuais & Inclusão", para garantir maior objetividade e precisão na marca. Optamos por não utilizar um símbolo para evitar possíveis interpretações limitadas ou desvios do conceito principal do projeto, explorando e testando diferentes alternativas.

Figura 29 - Geração de alternativas



Decidimos também, produzir um cartaz para divulgação, inicialmente queríamos ele tanto para as redes sociais quanto para imprimir e colar nos corredores da UFPB e no IFPB, onde nele constaria com um *QR code* que daria acesso ao Instagram do Artes Visuais e Inclusão, do AMI e das instituições contempladas. Desde o início, tínhamos claro que queríamos um cartaz informativo, simples e inclusivo, que dialogasse com toda a proposta do projeto. O processo de criação começou com a realização de diversos testes dos elementos gráficos, experimentando composições de texto e ajustando o posicionamento dos componentes visuais.

Figura 30- Teste dos cartazes



Fonte: Autoria própria

Com base nas definições iniciais, demos início aos preparativos para a realização da oficina. Primeiramente, foram definidos os materiais que seriam utilizados, como tintas aquarela infantis, pinceis, godês e recipientes para água, panos ou tecidos, papel de gramatura 180g, papel carbono, câmera com tripé/suporte e o termo de autorização. Em seguida, o grupo iniciou a aquisição dos materiais. A maioria dos itens foi obtida por meio de empréstimos, cedidos pelos próprios integrantes ou por contatos próximos, enquanto apenas as paletas de aquarela em pastilha e folhas A4 de alta gramatura foram compradas especificamente para a atividade.

Também realizamos uma pesquisa de desenhos simples para colorir, escolhendo opções que fossem acessíveis, considerando que para muitos jovens poderia ser o primeiro contato com a técnica de aquarela. Também foram impressas referências visuais para estimular e inspirar os participantes. Por fim, elaboramos um plano de aula escrito, que previa uma breve apresentação da oficina e dos integrantes do projeto, seguida de uma conversa com os jovens relativa à sua participação e seus conhecimentos prévios sobre pintura e aquarela.

Figura 31 - Desenhos impressos (materiais)



Fonte: Autoria própria

Especificações

O conceito da identidade visual do projeto foi desenvolvido a partir da necessidade de criar uma comunicação acessível, inclusiva e objetiva, atendendo a um público diverso. Buscamos um resultado que fosse simples e de fácil compreensão, permitindo também futuras aplicações da marca em diferentes contextos e materiais. A estética foi pensada para ser leve, orgânica e divertida, transmitindo acolhimento e entusiasmo, sem perder a clareza e a funcionalidade essenciais para a identidade de um projeto social voltado para a inclusão.

Figura 32 - Assinatura fundo branco e preto



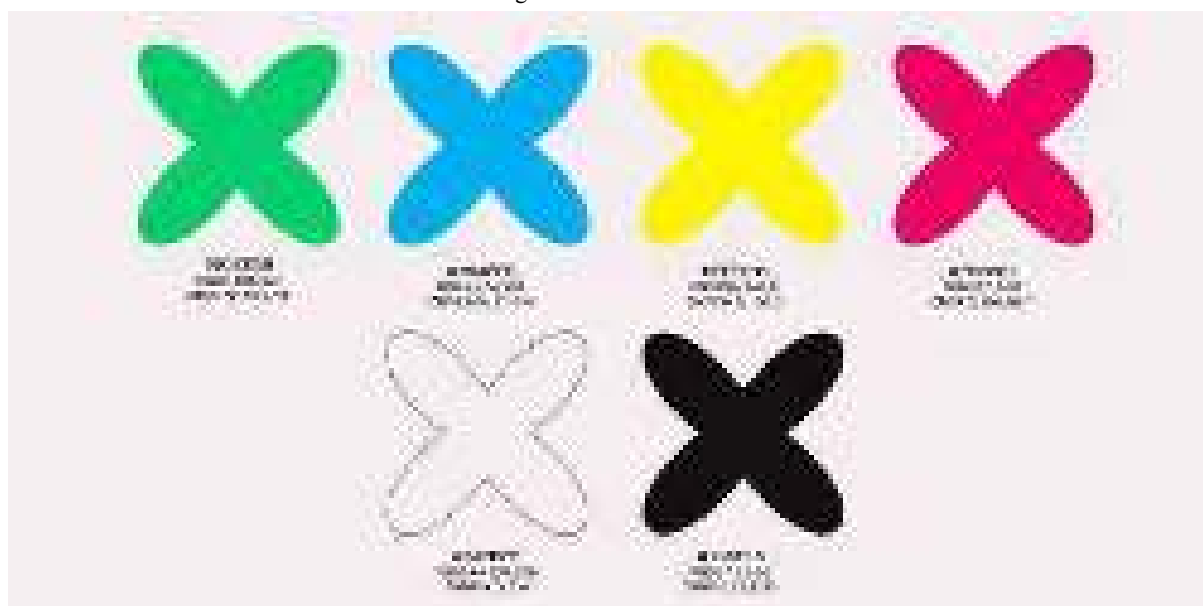
Figura 33 - Assinatura visual com fundo nas cores da paleta



A paleta de cores, composta por verde *Emerald* (#00CE6B), azul *Picton Blue* (#00AEEF), amarelo *Broom* (#FFF200), rosa *Razzmatazz* (#ED0061) e os clássicos preto *Woodsmoke* (#110F10) e branco *Soft Peach* (#F4EDEF), foi pensada para transmitir leveza, alegria e energia, ao mesmo tempo em que o contraste reforça a acessibilidade e a clareza das informações. Pré-definimos combinações entre elas para que pudessem ser atreladas aos grupos destinados: Instituto dos cegos (Instituto destinados a pessoas que tenham deficiência visual), escolhemos o rosa, branco e o preto, para o Ame Down (Instituto destinados a pessoas que tenham Síndrome de Down) utilizamos o azul, amarelo e o preto e ao Nieti (Instituto destinado a pessoas idosas e maduras) o verde, branco e o preto.

Sobre a tipografia, durante os testes a fonte escolhida foi a Switzer, por sua excelente legibilidade, simplicidade e versatilidade. Seu desenho limpo e contemporâneo reforça a proposta acessível, inclusiva e objetiva do projeto. Entretanto, alteramos um pouco, arredondando algumas extremidades para trazer ainda mais a ideia de acolhimento e suavidade, alinhando-se ao tom amigável que queríamos passar com a identidade visual.

Figura 34 - Paleta de cores



Fonte: Autoria própria

Figura 35 - Tipografia



Fonte: Autoria própria

De início, pensamos em criar elementos mais orgânicos, porém, durante os testes, observamos que não funcionavam tão bem, pois acabavam poluindo visualmente a composição e comprometendo a legibilidade e a harmonia do conjunto. Por este motivo, investimos em elementos geométricos, optando por formas com cantos arredondados para suavizar a rigidez e transmitir uma sensação mais amigável. A partir desses elementos, desenvolvemos diversas variações e aplicações em diferentes superfícies, pois, soubemos que o grupo produz e vende produtos estampados com as artes dos próprios participantes para arrecadar recursos e manter suas próprias atividades.

Figura 36 - Elementos desenvolvidos



Fonte: Autoria própria

Figura 37 - Aplicação 1



Fonte: Autoria própria

Figura 38 - Aplicação 2



Fonte: Autoria própria

Figura 39 - Aplicação 3



Fonte: Autoria própria

Figura 40 - Aplicação 4



Fonte: Autoria própria

Figura 41 - Aplicação 5



Fonte: Autoria própria

Figura 42 - Aplicação 6



Fonte: Autoria própria

Apesar de atenderem à proposta inicial em termos de identidade visual, os primeiros esboços do cartaz compostos principalmente pelas formas orgânicas, citadas anteriormente, apresentavam problemas de acessibilidade e excesso de elementos visuais, o que comprometia a leitura e a clareza da mensagem. Os elementos visuais acabam sobrecarregando a composição e desviando a atenção do conteúdo informativo, que tinha o papel super importante na peça.

Por este motivo, nas versões seguintes, buscamos soluções mais equilibradas, refinando a disposição dos elementos e reduzindo a poluição visual. Para melhorar a acessibilidade, adotamos o uso de fundo branco com tipografia preta, aplicando o princípio de contraste máximo para garantir uma leitura mais confortável para todos os públicos, inclusive pessoas com baixa visão. Além disso, trouxemos as formas geométricas com cantos arredondados, que transmitiam uma sensação mais acolhedora da identidade visual sem comprometer a clareza.

Figura 43 - Aplicação cartazes



Fonte: Autoria própria

A oficina foi realizada no laboratório de pintura do CCTA-UFPB, sob supervisão do Professor Robson, com o apoio de monitores. Além dos jovens participantes, seus pais e responsáveis também estiveram presentes, acompanhando tudo de perto. A atividade foi bem recebida pelos participantes, que se mostraram envolvidos, curiosos e abertos à proposta, contribuindo para um ambiente bastante participativo.

Além do impacto pessoal e emocional proporcionado pela experiência, a oficina também gerou desdobramentos importantes para o projeto, como o registro de diversos momentos em fotos e vídeos ao longo de sua realização. Esse material seria utilizado na produção de conteúdos digitais, incluindo postagens para redes sociais e peças gráficas. É importante ressaltar que levamos um termo de autorização, que foi devidamente assinado pelos responsáveis, permitindo o uso das imagens dos jovens para fins relacionados ao projeto.

Figura 44 - Aplicação em formato de postagens



Fonte: Autoria própria

Figura 45 - Fotografia da Oficina de aquarela



Fonte: Autoria própria

Figura 46 - Fotografia dos participantes da oficina 1



Fonte: Autoria própria

Figura 47 - Fotografia dos participantes da oficina 2



Fonte: Autoria própria

Figura 48 - Fotografia dos participantes da oficina 3



Fonte: Autoria própria

Figura 49 - Fotografia dos participantes da oficina 4



Fonte: Autoria própria

Autoanálise

A oficina foi uma vivência importante para o grupo. Nos permitiu um contato mais próximo com os jovens da Ame Down e alcançar um resultado positivo do trabalho do AVI. E como proposta de melhoria, identificamos a necessidade de deixar mais claro, nas peças gráficas, quem é o público-alvo do projeto e que as atividades são gratuitas para esse público. Incluir essa informação já no cartaz, por exemplo, poderia facilitar o entendimento e a adesão de novos participantes.

3.4. Projeto Social e Editorial

3.4.1. Guia de sobrevivência ao celular

Equipe: Mariah Victória, João Batista, Sofia Calzavara, Lívia Tavares, Yohana Echila e Deivid dos Santos	Semestre: 2024.1
Disciplina: Design, sociedade e cultura; Design editorial; Materiais e processos gráficos e Fotografia digital	Metodologia: Maria Luísa Peón (2009)

Problematização

O projeto interdisciplinar foi realizado pelas disciplinas Design, Sociedade e Cultura; Design Editorial; Materiais e Processos Gráficos; e Fotografia Digital. A disciplina “Design, Sociedade e Cultura”, ministrada pela professora Raquel Rebouças, foi responsável por coordenar as ações do “projeto”. Nela, os alunos aprendem as relações do design e a sociedade, considerando os aspectos sociais, culturais e históricos do design.

A atividade consistiu em desenvolver um projeto gráfico com a proposta de solucionar questões sociais. Após uma breve pesquisa, decidimos trabalhar no âmbito da inclusão digital de pessoas idosas. Descobrimos nesta pesquisa que a exclusão digital afeta especialmente os idosos, limitando suas interações e levando ao isolamento social. Com isso, a fim de encontrar uma solução para o nosso problema, decidimos elaborar um guia que seria projetado para facilitar o entendimento e a adaptação a novas tecnologias.

Para isto acontecer, começamos pela etapa “diagnóstico da situação do projeto”, onde percebemos que precisávamos realizar uma pesquisa que seria ponto de partida para colocar o projeto em prática. Desta maneira foi realizada uma reunião com os integrantes do grupo onde passamos para etapa de levantamento de informações para estudar sobre o público-alvo e, assim, desenvolver as perguntas que seriam norteadoras para a pesquisa. Aplicamos a entrevista presencialmente à pessoas com a idade mais avançada que passavam no Parque Solon de Lucena, em João Pessoa, na Paraíba.

Figura 50- Entrevista



Fonte: Autoria própria

Para analisar todas as informações coletadas na pesquisa, fizemos mais uma nova reunião em grupo, determinando o que seria relevante ou não, nos permitindo, assim, decidir os tópicos que seriam abordados no guia. Levando em consideração o curto prazo que tínhamos, priorizamos os principais pontos de cada aplicativo.

Figura 51 - Resultado da pesquisa



Fonte: Autoria própria

Concepção

Entrando na fase de concepção, pensamos cuidadosamente no espelho do projeto, elaborado para nos auxiliar na visualização de todas as páginas e onde seria localizado o conteúdo. Optamos por um conteúdo estruturado em tópicos, começando com o básico e evoluindo gradualmente para temas mais complexos. Desse modo, também começamos a desenvolver os textos que entraram em cada tópico do guia, sempre tendo em mente que eles precisavam ter uma linguagem simples, com frases curtas e explicações claras.

Figura 52 - Espelho do projeto



Fonte: Autoria própria

Após algumas discussões, decidimos incluir personagens de apoio para transformar o guia em uma ferramenta lúdica. Cada capítulo do guia teria uma cena com esses personagens interagindo de maneira engraçada, com o objetivo de descontrair o leitor. Isso se deve ao fato do guia abordar temas que muitas pessoas idosas ainda têm dificuldades e resistências em lidar. A ideia era que, ao se identificarem com os personagens, o processo de adaptação fosse mais leve e agradável.

Com isso em mente, pesquisamos e estudamos um pouco mais sobre ilustrações destinadas a pessoas idosas. Entendemos que as ilustrações precisavam ser cuidadosamente pensadas, pois elas deveriam ser claras, com formas simples e fáceis de entender, evitando detalhes excessivos que possam causar confusão.

Realizamos a construção de *moodboards*, nos quais reunimos imagens que representavam o nosso pensamento, tanto para a ilustração dos personagens quanto para as etapas do passo a passo. A partir disso, definimos algumas diretrizes para as ilustrações: contornos mais grossos, bom contraste, formas simplificadas e cores menos saturadas e discretas. A partir daí, iniciamos a produção de esboços dos personagens e das cenas que estariam na capa de cada tópico do guia, explorando

diferentes expressões e composições para garantir que o resultado final transmitisse a linguagem visual que havíamos definido.

Criamos a personagem Dona Idonete, uma senhorinha que também está aprendendo a usar os aplicativos do celular, com o objetivo de aumentar a identificação com o público. Inicialmente, pensamos em criar uma netinha para a Dona Idonete, que a ajudaria a resolver seus problemas, mas, devido a questões de humor nas cenas, optamos por substituir a netinha por uma gatinha chamada Mel. Assim, definimos características específicas para cada uma, de forma que a interação entre elas trouxesse leveza e humor aos tópicos abordados.

Figura 53 - *Moodboard* personagens



Fonte: Compilação própria

Figura 54 - Moodboard ilustração



Fonte: Compilação própria

Figura 55 - Esboços dos personagens e das cenas



Fonte: Compilação própria

Assim como as ilustrações mencionadas anteriormente, as vetorizações que acompanhariam o passo a passo de cada tópico e subtópico do guia também precisavam ser cuidadosamente planejadas, pois a sequência dos passos deveria ser clara. Cada ilustração precisava ser organizada de maneira sequencial e visualmente acessível, com uma conexão direta entre uma etapa e a próxima. Para facilitar o entendimento do leitor, pensamos em utilizar setas ou números como elementos de orientação.

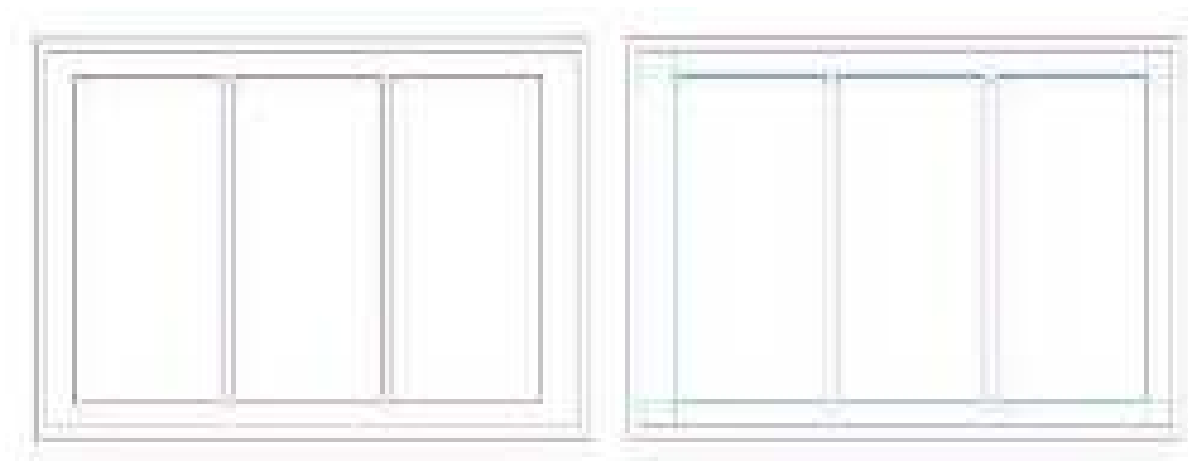
Figura 56 - Vetorizações do celular



Fonte: Autoria própria

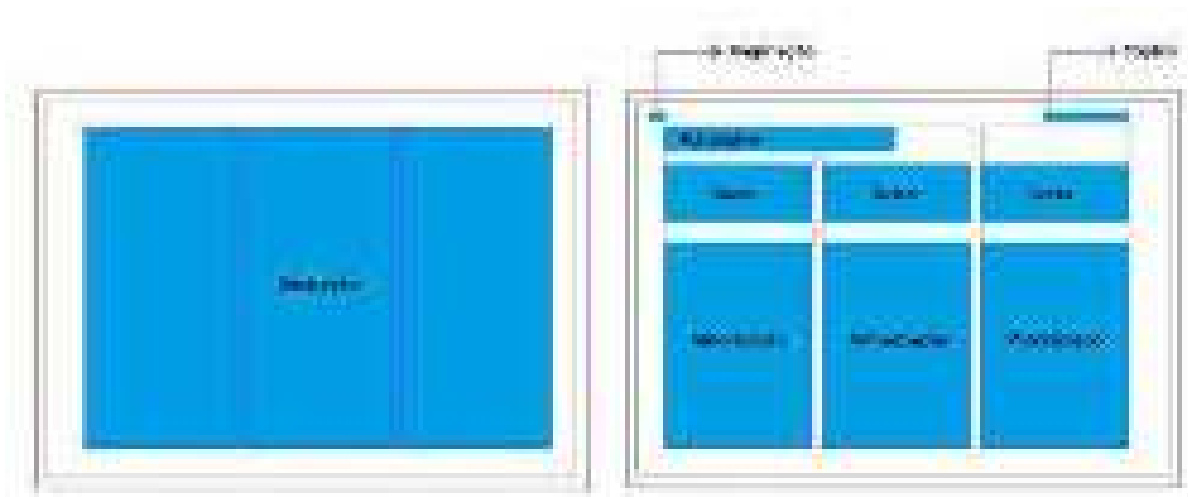
No projeto editorial, para a diagramação, decidimos por unanimidade adotar um grid de três colunas para estruturar o guia. Sabíamos que esse *layout* é versátil, permitindo a combinação de diferentes tipos de conteúdo. Como nossa necessidade era organizar vários textos e imagens de forma sequencial, esse formato facilitaria a disposição visual, garantindo clareza e equilíbrio no conteúdo. O arquivo para impressão foi formatado no tamanho A5 horizontal, com as seguintes especificações de margens: margem superior, inferior e interna de 1,0 cm; margem externa de 1,5 cm; sangria de 0,5 cm; e medianiz de 0,42 cm.

Figura 57 - Grid de 3 colunas do Guia



Fonte: Autoria própria

Figura 58 - Layout das páginas do Guia



Fonte: Autoria própria

Por fim, iniciamos a fase de correções, revisando e lendo todas as páginas do guia. Fizemos ajustes nos textos, corrigindo aspectos como gramática, ortografia e fluidez e simplificando a linguagem quando necessário. Também ajustamos os espaçamentos e a posição dos elementos. Durante essa fase, realizamos diversos testes de impressão para verificar como o guia ficaria no formato físico e garantir que todo o conteúdo estivesse corretamente posicionado e na ordem certa.

Figura 59 - Testes de impressão



Fonte: Autoria própria

Especificações

Na capa do “Guia de sobrevivência ao celular: aprenda o básico” estão presentes o título em destaque, a ilustração e o nome da editora fictícia que criamos especificamente para este projeto. A capa do guia foi desenvolvida para ilustrar de forma divertida a relação que muitos idosos têm com a tecnologia. Sabemos que muitos veem o celular como algo complicado ou até um “inimigo”, então optamos por ilustrar uma idosa correndo atrás de um celular com uma vassoura, como se fosse “bater” nele. A ideia foi transmitir, de forma leve e bem-humorada, as dificuldades que algumas pessoas enfrentam, ao mesmo tempo que o título deixa claro que o guia tem o objetivo de ajudar a superar essas barreiras.

Figura 60 - Capa e contra capa do guia



Fonte: Autoria própria

Figura 61 - Apresentação dos personagens

Apresentação dos personagens

Dona Isabela

- Gosta de cozinhar
- Usadora
- Muito curiosa
- Porta a simpática

Mari

- Osmada
- Usadora
- Bem humorada
- Artista



Fonte: Autoria própria

Para a paleta de cores das ilustrações escolhemos utilizar tons pasteis, com pouca saturação. Essas cores são mais suaves e agradáveis aos olhos, evitando o uso de tons muito vibrantes ou fortes, que poderiam ser desconfortáveis para a leitura. Além disso, tons pasteis ajudam a criar uma atmosfera mais tranquila, facilitando a compreensão do conteúdo sem sobrecarregar visualmente.

Figura 62 - paleta de cores geral



Fonte: Autoria própria

Figura 63 - Paleta de cores das ilustrações



Fonte: Autoria própria

Escolhemos trabalhar com a combinação de três tipografias: A Commuters para título/subtítulo; A Venn para textos longo e a Puffin Display para capa do guia. Estas fontes proporcionam uma leitura mais confortável, especialmente para pessoas com baixa visão, já que possuem uma boa legibilidade e um bom espaçamento entre as letras, o que facilita a leitura e evita que as palavras se confundam.

Figura 64 - Tipografia



Fonte: Autoria própria

Figura 65 - Guia em formato impresso 1



Fonte: Autoria própria

Figura 66 - Guia em formato impresso 2



Fonte: Autoria própria

Figura 67 - Compilação conteúdo do guia



Figura 68 - Capa e contra capa do guia impresso



Fonte: Autoria própria

Autoanálise

O resultado deste projeto foi muito satisfatório. A linguagem adotada ficou exatamente como planejado e idealizado, acredito que conseguimos gerenciar os processos com eficiência, no entanto, algumas melhorias podem ser feitas para torná-lo ainda mais eficaz.

Aumentar o contraste dos tons de cinza nas vetorizações. Identificamos na pós-impressão que os tons de cinza ficaram muito claros o que dificulta a diferenciação de alguns elementos. Por este motivo aumentar o contraste pode ajudar na visualização, especialmente para idosos com dificuldades de visão.

Também seria importante realizar uma revisão gramatical ainda mais rigorosa, garantindo clareza e precisão nas instruções. Além disso, gostaríamos de realizar a adição de mais conteúdos, o que enriqueceria o guia, abrangendo algumas outras funcionalidades do celular, tornando-o mais completo e útil.

3.5. Fotografia de produtos

3.5.1. Corona Extra

Equipe: Mariah Victória, Yohana Echila e Livia Tavares	Semestre: 2024.1
Disciplina: Fotografia Digital	Metodologia: <i>Weekend Creative</i>

Seleção do produto

O projeto fotográfico foi realizado na disciplina de “Fotografia digital”, ministrada pelo Professor Ticiano Alves no 3º período do curso, onde os alunos aprendem os princípios técnicos e estéticos da fotografia, desde o uso e manuseio da câmera até edição de imagens, preparando os alunos para aplicarem a fotografia como ferramenta visual nos projetos de design gráfico. Este projeto consistia em produzir sete imagens estáticas de uma bebida alcoólica de garrafa de vidro escolhida pelo grupo, sendo cinco construídas para website e duas imagens estáticas para a rede social Instagram. Tínhamos que planejar cada detalhe com intenção e propósito e organizar as imagens de forma harmoniosa e sequencial.

A bebida escolhida pelo grupo foi a cerveja Corona Extra, uma marca de reconhecimento global, conhecida tanto por sua popularidade quanto por seu pioneirismo ao estampar o rótulo diretamente na garrafa. Além de sua presença marcante no mercado, a Corona se conecta de forma autêntica com o público jovem, transmitindo uma imagem leve, refrescante e ligada a um estilo de vida descontraído. Inspirado por essa identidade, o grupo buscou esta marca para destacar em suas imagens seus principais valores.

Pesquisa sobre o produto

Após a escolha do produto passamos para a fase de pesquisa sobre a marca, coletando o máximo de informações possíveis para entender melhor sua linguagem e a forma como ela se comunica com o público. Essa fase é essencial, pois garante que as imagens transmitam com fidelidade a identidade da marca.

Como dito anteriormente, tínhamos que coletar o máximo de informações possíveis sobre a marca, então não só a sua história ou comunicação seriam relevantes para nossa pesquisa, mas também dados que poderiam fazer toda diferença no resultado final, tais como: objetivo, sensações, qualidades, cores, diferencial, voz da marca e etc. A história da corona começa no México, em 1925, quando foi lançada pela cervejaria Grupo Modelo, na Cidade do México. Ela rapidamente ganhou espaço no mercado mexicano e, com o tempo, se tornou um símbolo de lazer e descontração.

Analisamos que a marca possui um padrão visual nas redes sociais em que os produtos são, na maioria das vezes, apresentados em fotos ambientadas em cenários praianos e aventureiros. Essas imagens geralmente retratam momentos de pessoas reunidas, sempre destacando a paleta de cores da marca. No site, a divulgação também possui fotos da cerveja em contexto. Um detalhe importante sobre a marca, é que, seu grande diferencial para a Corona foi sua proposta de consumo: gelada, em garrafa

transparente, (o que era incomum na época de seu lançamento), e com uma fatia de limão na boca da garrafa — um hábito que virou marca registrada da bebida. Esse detalhe não só ajudou a destacar o sabor, mas também contribuiu para a identidade visual e cultural da marca.

Figura 69 - Imagem do produto escolhido

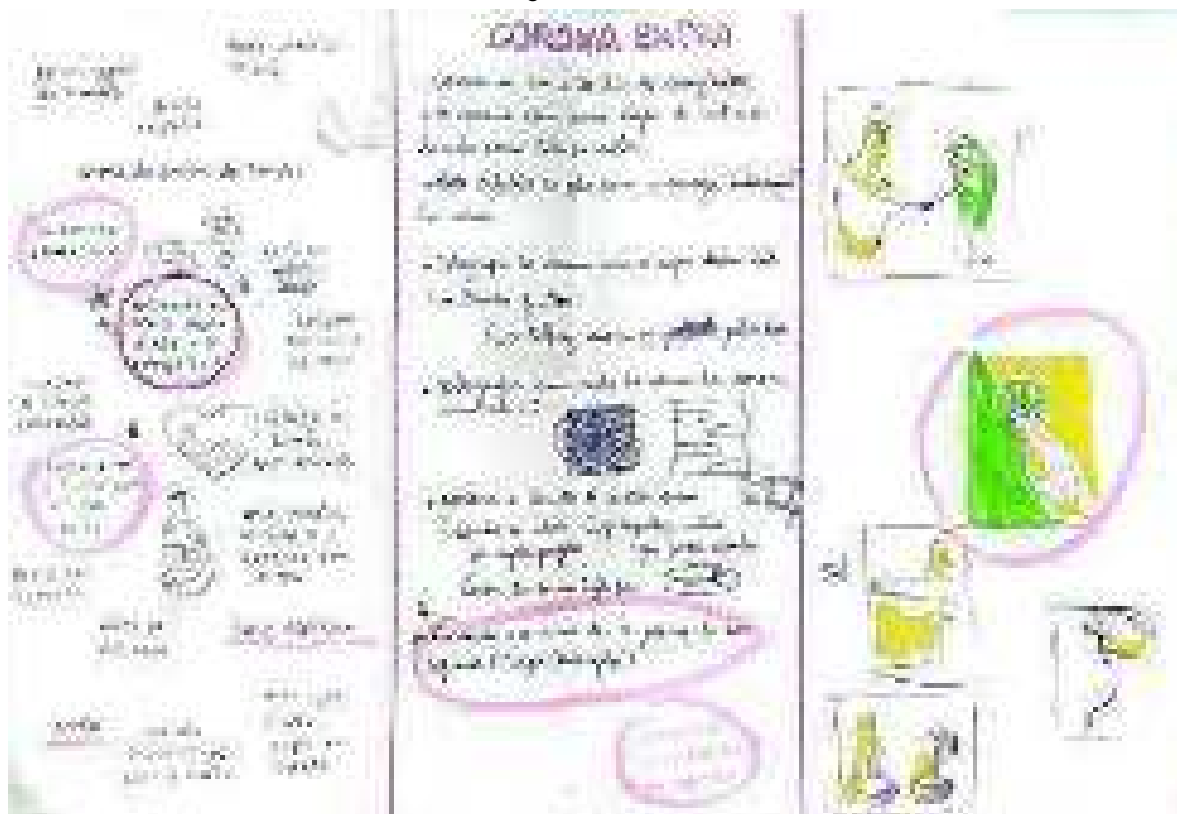


Fonte: *Pinterest*

Brainstorm

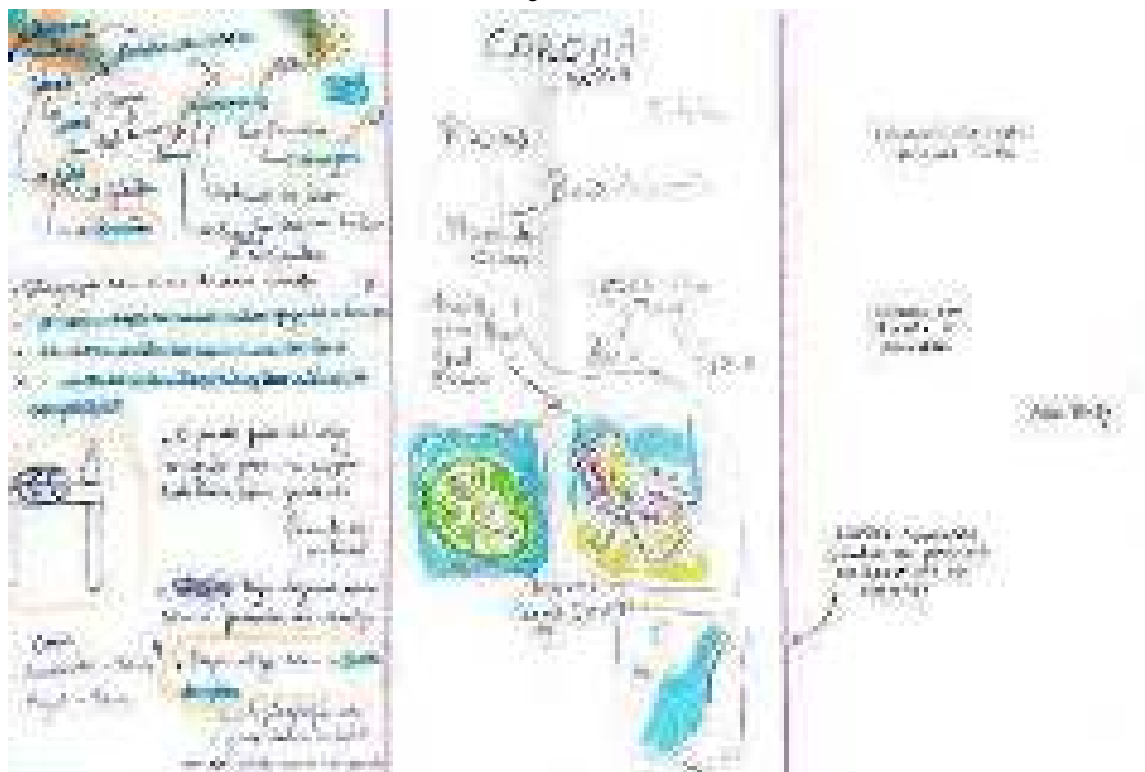
Realizamos nosso primeiro *brainstorm* presencialmente, em sala de aula, onde reunimos nossas ideias iniciais — palavras, desenhos, cores e composições que achávamos que combinavam com o produto. Em seguida, fizemos uma seleção e desenvolvemos uma versão digital, organizando os conceitos e transformando as melhores ideias do papel para o digital.

Figura 70 - Brainstorm 1



Fonte: Autoria própria

Figura 71 - Brainstorm 2



Fonte: Autoria própria

Figura 73 - Brainstorm digital



Fonte: Autoria própria

A partir das ideias desenvolvidas durante o *brainstorm*, criamos um *moodboard* simples que reúne algumas referências alinhadas tanto com a linguagem atual da marca quanto com a identidade que desejamos construir para este projeto.

Figura 74 - Moodboard



Shootplan

Entramos na etapa de desenvolvimento do *Shoot Plan*. Este documento, serve como um roteiro, ele organiza toda a produção da sessão de fotos do produto. Ele nos ajuda a definir quais referências visuais serão usadas, estilos de enquadramento, equipamentos, direção de arte e outros detalhes importantes. Nesta etapa também produzimos esboços do resultado que queríamos alcançar, sendo basicamente uma prévia, que pode ser de baixa fidelidade. O *Shoot Plan* visa facilitar o alinhamento da equipe e ajuda a traduzir a identidade da marca de forma visual, otimizando tempo e recursos durante o ensaio.

Figura 75 - Capa shoot plan

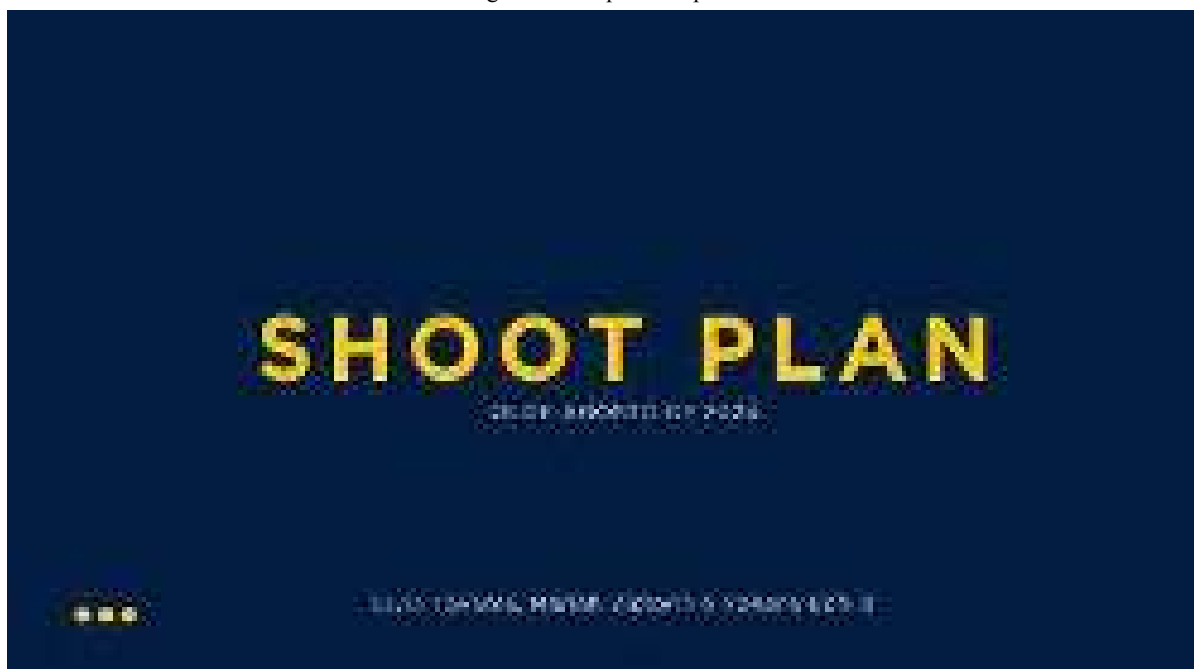


Figura 76 - Marca - Shoot Plan



Fonte: Autoria própria

Figura 77 - Overview - Shoot Plan



Fonte: Autoria própria

Figura 82 - Plano conjunto 3 - Shoot Plan



Fonte: Autoria própria

Figura 83- Plano inteiro - Shoot Plan



Fonte: Autoria própria

Figura 86 - Plano fechado e conjunto - Shoot Plan

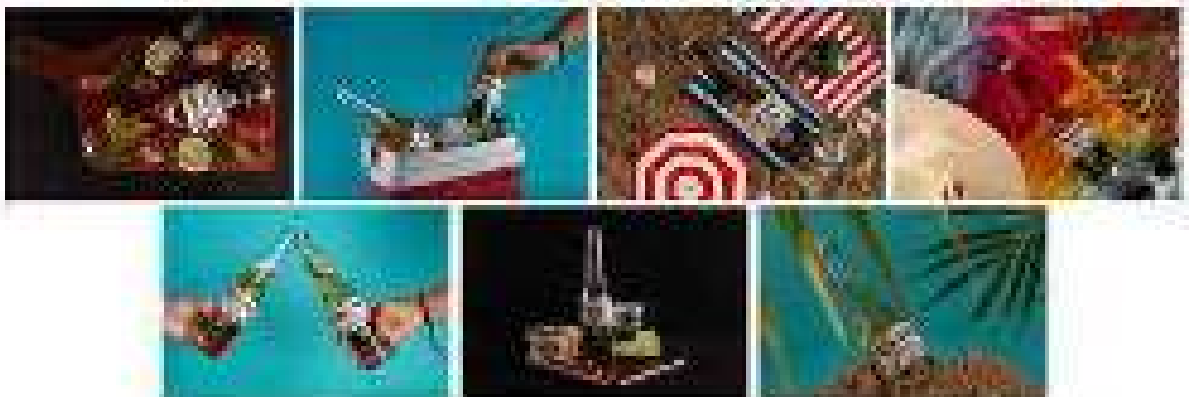


Fonte: Autoria própria

Execução do *Shoot Plan*

O dia da execução do *shoot plan* aconteceu durante o ensaio fotográfico do produto. Como o tempo disponível era curto, seguimos fielmente o roteiro pré-definido com base nos esboços e referências, o que facilitou muito o processo otimizando tempo. No dia a equipe levou todos os itens planejados para as composições visuais, como por exemplo, um saco de areia, limões, gelo, cooler, entre outros. Organizamos o laboratório de fotografia conforme o estilo dos enquadramentos definidos, isso garantiu que as fotos fossem feitas de forma eficiente e alinhadas com o nosso planejamento.

Figura 87 - Imagens sem edição



Fonte: Autoria própria

Pós-produção e entrega das imagens

Após a sessão fotográfica, passamos para a etapa de pós-produção, onde tratamos as imagens ajustando cores, brilho, temperatura, saturação e dimensões. Algumas imagens foram complementadas com o uso de inteligência artificial, para ajustes e deixar o contexto mais realista, mantendo a coerência visual. Trabalhamos com duas propostas visuais: uma mais leve e descontraída, com a *vibe* praiana, parecida com a linguagem que a marca apresenta, voltada para redes sociais, e outra com a proposta seguindo uma linha mais séria, com tons escuros e com destaque no produto, pensada para aplicação em site. Também utilizamos a tipografia Poppins em alguns posts e na apresentação final. As imagens foram entregues separadamente ao professor e também disponibilizadas em formato de apresentação no Behance.

Figura 88 - fotografia para site 1



Fonte: Autoria própria

Figura 89 - Fotografia para site 2



Fonte: Autoria própria

Figura 90 - Fotografia para post



Fonte: Autoria própria

Figura 91- Fotografia para story



Fonte: Autoria própria

Figura 92 - Fotografia para site 3



Fonte: Autoria própria

Figura 93- Fotografia para site 4



Fonte: Autoria própria

Figura 94 - Fotografia para site 5



Fonte: Autoria própria

Autoanálise

Este projeto superou nossas expectativas, o resultado final ficou muito próximo do que havíamos planejado. Por este motivo, temos poucas propostas de melhorias. No entanto, identificamos um ponto que poderia ter contribuído ainda mais para a qualidade das imagens, que seria a escolha da iluminação durante a sessão fotográfica. Utilizamos luz branca, mas percebemos que a luz amarela teria sido mais adequada para reforçar a proposta visual de verão, praia e calor. A luz amarela ajudaria a simular melhor a luz do sol, criando uma atmosfera mais quente e natural, facilitando ainda mais o processo de pós-produção.

3.6. Design de estampas

3.6.1. Soninho nordestino

Equipe: Mariah Victória, Yohana Echila, Lívia Tavares e Vitória Avelino	Semestre: 2024.2
Disciplina: Design de Superfícies	Metodologia: Maria Luísa Peón (2009)

Problematização

A disciplina de design de superfícies é uma área do design que explora a criação e aplicação de padrões, texturas, estampas e grafismos em diversas superfícies, como tecidos, papéis, cerâmicas, embalagens e objetos. Para esse trabalho nos foi proposto desenvolver um projeto gráfico de estamparia de produtos com duas propostas de aplicação: estampa contínua e estampa localizada. Criar peças de divulgação, elaborar uma defesa do tema e apresentar pelo menos duas aplicações reais no dia da apresentação também faziam parte da atividade.

A ideia, basicamente, girava em torno da criação de estampas para o desenvolvimento de uma coleção de produtos, onde o tema escolhido para as estampas deveria ser defendido. Em um primeiro momento, nos reunimos para decidir quais seriam os produtos que comporiam a coleção. Surgiram várias possibilidades que poderiam ser exploradas, como: material escolar, jogo de cama, conjunto de praia, entre outras. Após analisarmos as opções, decidimos seguir na linha de pijamas.

Desde o início, determinamos que nosso público-alvo seria o infantil, mais especificamente crianças com faixa etária entre quatro e seis anos. Por esse motivo, a escolha do tema foi rapidamente decidida: bichinhos. No entanto, queríamos atribuir um significado maior à proposta, então optamos por não utilizar animais muito convencionais, frequentemente presentes nesse ramo de estamparia. Com isso, escolhemos trabalhar com integrantes da fauna nordestina.

Com o tema definido, iniciamos uma pesquisa sobre animais típicos do Nordeste. Selecionamos dez espécies: ararinha-azul, paca, anta, tamanduá-bandeira, sagui-tufo-branco, capivara, quati, jaburu, ema e onça-preta. A partir dessa lista inicial, realizamos um processo de curadoria, analisando quais animais combinavam entre si e quais, ao serem ilustrados, poderiam estabelecer uma conexão mais forte com o nosso público-alvo. Após essa análise, realizamos uma votação entre os integrantes do grupo, e assim chegamos à escolha final de cinco animais.

Figura 95 - Escolha dos animais



Concepção

Criamos dois painéis semânticos para direcionar visualmente o projeto. O primeiro traduz a identidade da proposta, onde reunimos inspirações de produtos, os animais escolhidos e elementos visuais que já refletem o que imaginamos desenvolver. Já o segundo foca no estilo de ilustração, pensado especialmente para o nosso público-alvo, com traços simples, utilizando formas, cores suaves e com um visual lúdico.

Figura 96 - Painel semântico geral



Especificações

Como já mencionado anteriormente, a defesa do tema também fazia parte do trabalho. Para defendermos nosso projeto, consideramos a importância de propor algo que unisse conteúdo cultural, impacto positivo no desenvolvimento infantil e representatividade.

O primeiro ponto foi a ideia de que “criança tem que ser criança”. Por isso, escolhemos estampas coloridas, pois elas contribuem para o estímulo cognitivo, o fortalecimento da autoestima e a socialização das crianças, tornando a infância mais criativa e divertida.

O segundo ponto é a “representatividade cultural”. Inspiramo-nos na fauna nordestina, trazendo animais característicos da região como forma de valorizar a cultura local e inovar no design.

Além disso, como terceiro e último ponto, optamos por desenvolver estampas unissex, promovendo igualdade, quebrando estereótipos de gênero e oferecendo alternativas mais inclusivas dentro do universo infantil.

Figura 99 - Ilustração tamanduá bandeira



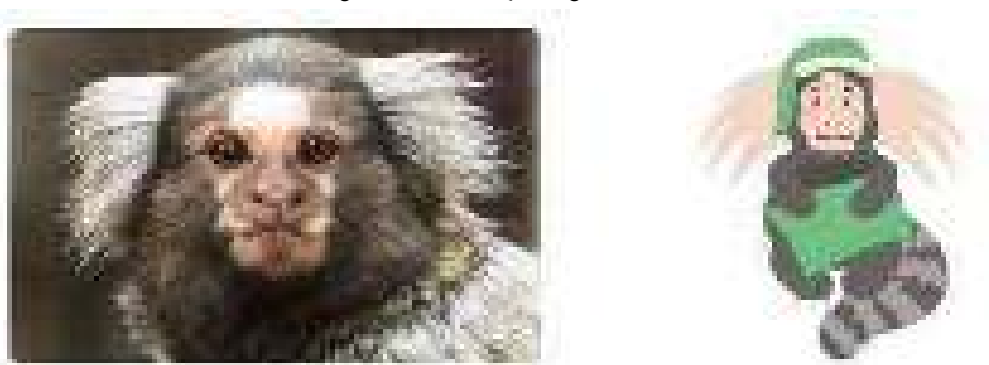
Fonte: Autoria própria

Figura 100 - Ilustração Ararinha azul



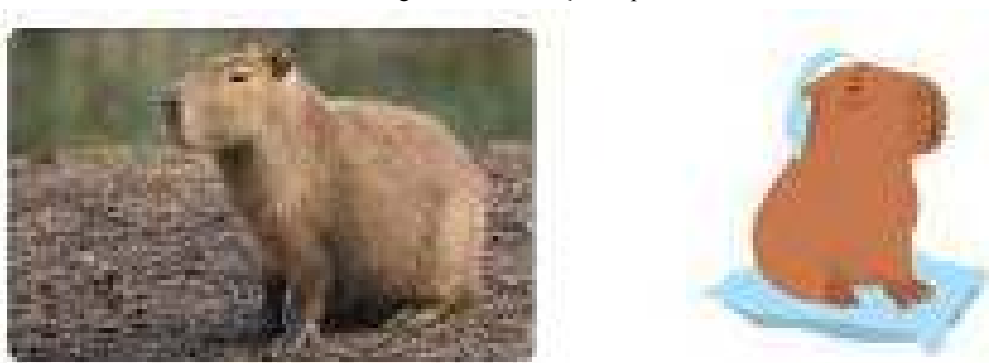
Fonte: Autoria própria

Figura 101 - Ilustração Sagui-de-tufo-branco



Fonte: Autoria própria

Figura 102 - Ilustração Capivara



Fonte: Autoria própria

Figura 103 - Ilustração Paca



Fonte: Autoria própria

A coleção recebeu o nome *Soninho Nordestino*, unindo o universo do descanso infantil à riqueza cultural da região nordeste. Esta coleção é composta por uma variedade de produtos voltados para a hora do sono: pijama de manga longa com calça, pijama de manga curta com short, meias, tapa-olho, almofadas, almofada de pescoço, colcha e jogo de cama. Cada item foi pensado para proporcionar bem-estar às crianças, ao mesmo tempo em que reforça a proposta lúdica e cultural do projeto.

Figura 104 - Capa nome da coleção



Fonte: Autoria própria

A paleta de cores foi escolhida com foco nas ilustrações. Como defendemos a ideia de que criança tem que ser criança, queríamos algo bem colorido e alegre. No entanto, essas cores precisavam ser suaves e calmas, já que se trata de uma coleção voltada para a hora de dormir. Por isso, optamos por tons pastéis e com baixa saturação, transmitindo uma sensação de tranquilidade sem deixar as estampas 'sem vida'.

Figura 105 - Paleta de cores



Fonte: Autoria própria

Sobre as estampas, uma das exigências era desenvolver tanto uma estampa contínua quanto uma localizada. A estampa contínua é aquela que se repete por toda a extensão do tecido, sem um início ou fim definidos. Já a estampa localizada é posicionada em um ponto específico da peça, como uma imagem central no peito de uma camiseta, por exemplo. Na estampa contínua, distribuimos todos os animais e alguns elementos de apoio de forma repetitiva. Já na localizada, escolhemos um dos animais e criamos uma composição com seu nome e os elementos relacionados.

Figura 106 - Estampa localizada



Figura 107 - Estampa contínua



Criamos peças de divulgação focadas em *posts* para redes sociais. Nelas, utilizamos as tipografias Calibri e Protest Riot nas frases de apoio. O objetivo foi apresentar a coleção como algo inovador e encantador, mostrando que a hora de dormir pode ser ainda mais divertida, graças às estampas lúdicas, coloridas e cheias de personalidade cultural. As peças buscavam reforçar essa mensagem, destacando o conceito da coleção e convidando o público a enxergar o momento do sono como uma continuação do universo criativo e imaginativo das crianças.

Figura 108 - Peças de divulgação



Fonte: Autoria própria

O processo de impressão em superfícies é uma etapa essencial nesta disciplina, pois é nele que as estampas ganham vida nos produtos finais. Inicialmente, a proposta era imprimir pelo menos dois itens, mas decidimos ampliar a produção e imprimimos três: uma almofadinha, uma blusa de pijama e a roupinha de um ursinho de pelúcia. Utilizamos a técnica de sublimação, que garante vivacidade e durabilidade às cores. Compramos o tecido e realizamos a impressão diretamente na instituição apenas da almofada e do ursinho. A blusa foi encomendada em uma empresa especializada em impressões.

Figura 109 - Produtos produzidos



Fonte: Autoria própria

Figura 110- Aplicação pijama manga longa



Fonte: Autoria própria

Figura 111 - Aplicação colcha



Fonte: Autoria própria

Figura 112 - Aplicação jogo de cama



Fonte: Autoria própria

Figura 113 - Aplicação pijama manga curta



Fonte: Autoria própria

Figura 114 - Aplicação almofada de pescoço



Fonte: Autoria própria

Figura 115 - Aplicação almofadas diversas



Fonte: Autoria própria

Figura 116 - Colcha e almofadinha



Fonte: Autoria própria

Figura 117 - Aplicação Tapa-olho



Fonte: Autoria própria

Figura 118 - Aplicação meias



Fonte: Autoria própria

Autoanálise

Como proposta de melhoria, identificamos a necessidade de ajustar a cor do cabelo da ilustração do sagui-de-tufo-branco. A tonalidade bege escolhida inicialmente, por ser neutra, acabou fazendo o cabelo do personagem perder o contraste e se fundindo com o fundo da estampa, o que comprometeu um pouco a visibilidade do personagem. Apesar disso, o processo de produção foi bastante positivo. Fazer os produtos físicos foi uma parte muito legal do projeto, mesmo com os desafios de utilizar pela primeira vez a máquina de sublimação, e de realizar todo o processo de forma manual, o resultado final foi muito satisfatório.

3.7. Identidade Visual

3.7.1. Redesign de marca do Pulse 2024

Equipe: Mariah Victória, Gabriela Queiroz, Sofia Calzavara, Ingrid Ribeiro e Yohana Echila	Semestre: 2024.2
Disciplina: Curso de Design Gráfico	Metodologia: Maria Luísa Peón (2009)

Problematização

A criação da identidade visual do Pulse 2024, evento anual acadêmico do curso de Tecnologia em Design Gráfico do Campus Cabedelo - IFPB, foi proposto pela coordenação do curso através de um concurso onde os estudantes poderiam montar sua equipe e enviar uma proposta. O Pulse tem como objetivo fomentar o design gráfico na Paraíba e nesta edição teve como tema “Caminhos e descaminhos para o designer empreendedor”. O projeto consistia na produção da identidade visual e de todo o material gráfico, impresso e digital. Todos receberam um *briefing* pré estabelecido e um conceito indicado para o projeto. A proposta que se adequasse melhor ao tema seria a selecionada.

A principal problemática surgiu analisando o *briefing*, o qual não continha muitos detalhes. Sendo assim, na etapa inicial realizamos um *brainstorming* de possíveis conceitos que poderiam ser explorados em cima do tema. Em seguida, o grupo chegou a cinco possibilidades para trabalhar a identidade visual, onde os integrantes fizeram uma breve pesquisa mais aprofundada sobre cada um deles. Após a pesquisa, o grupo decidiu fazer a junção de duas alternativas: “labirinto” e “fungos”. E como proposta para o tema “Caminhos e descaminhos para o designer empreendedor”, tomando como base o conceito indicado “Caminhos e conexões”, decidimos construir a concepção da identidade visual através da idealização de um “Labirinto fúngico”.

Figura 119 - Brainstorm



Fonte: Autoria própria

Figura 120 - Brainstorm de delimitação do tema



Fonte: Autoria própria

Concepção

A fase de concepção é onde as soluções preliminares acontecem, sendo assim a principal ideia foi que a identidade visual transmitisse os atributos: moderno, jovial e autêntico. Por isso optamos por construir uma assinatura visual tipográfica que representasse os caminhos do labirinto. A partir deste pensamento, criamos dois painéis semânticos: no primeiro, colocamos imagens que transmitem o conceito da identidade; já no segundo, usamos imagens que representam bem a estética e o estilo que a nova assinatura visual teria e assim demos início a fase de esboços e testes. Após finalizar os testes e analisar os *feedbacks* dos professores, decidimos deixá-la um pouco mais limpa, ou seja, retirando os excessos, chegando a uma solução mais eficaz.

Figura 121 - Paineis semânticos do conceito



Fonte: Compilação própria

Figura 122 - Paineis semânticos da construção do logo



. Fonte: Compilação própria

Figura 123 - Primeiros esboços da assinatura visual

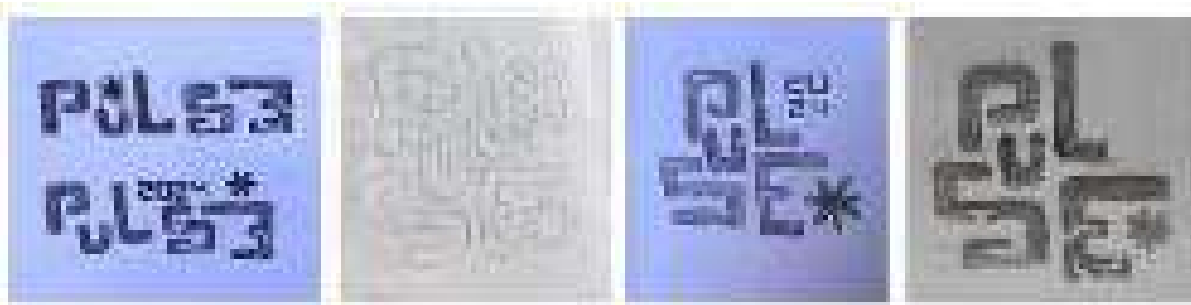
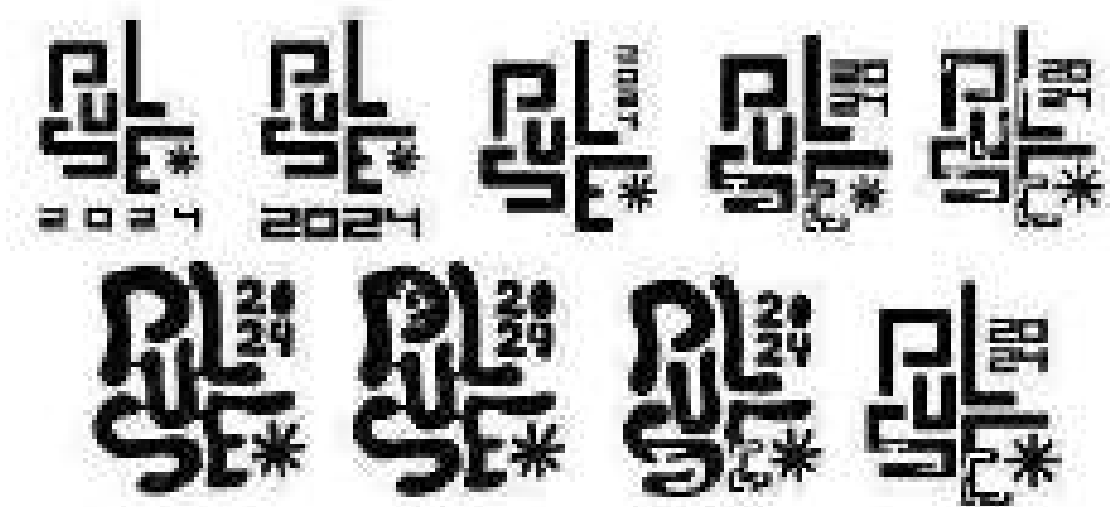


Figura 124 - Esboços da assinatura visual digitalizada

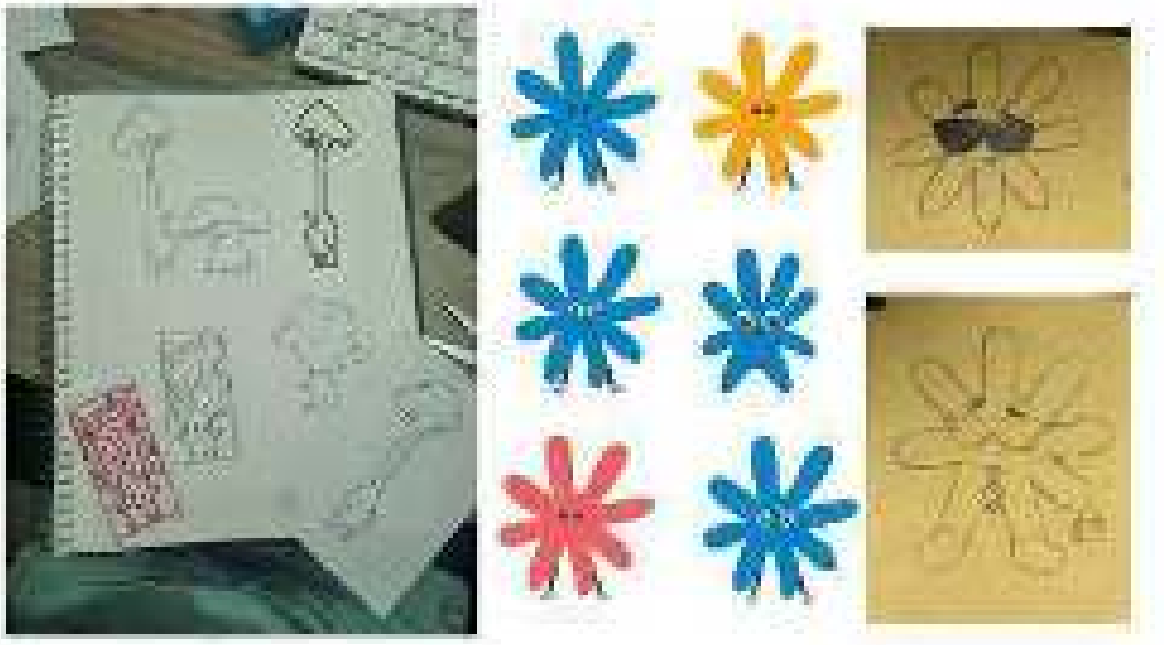


Durante esse processo vimos a necessidade de ter um personagem de apoio, cumprindo um papel de mascote, servindo de elemento visual auxiliar nos *posts* que seriam feitos futuramente e para possíveis interações durante o evento. Para desenvolver o personagem e trazer uma conexão mais direta com o público, utilizamos o asterisco, símbolo presente todos os anos na marca do Pulse.

Figura 125 - Painel semântico do personagem



Figura 126 - Esboços do personagem.



Especificações

Para o Pulse 2024 trouxemos o conceito “Labirinto fúngico”, pois um labirinto é um desafio difícil, composto por diversos caminhos, uns levam à saída, outros que não levam a lugar algum. Os fungos sobrevivem de forma coletiva através redes miceliais responsáveis pela conexão e comunicação dos organismos, essa rede é tão complexa e vasta que por si só lembra um labirinto. Portanto, o conceito de um “Labirinto fúngico” representa uma jornada desafiadora e dinâmica que exige enorme persistência e adaptabilidade, mas que não pode ser resolvido na individualidade.

Figura 127 - Assinatura principal e tamanho mínimo de aplicação

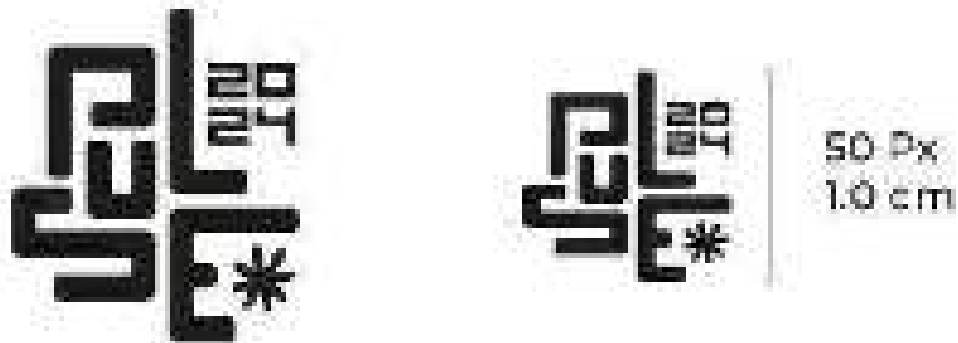
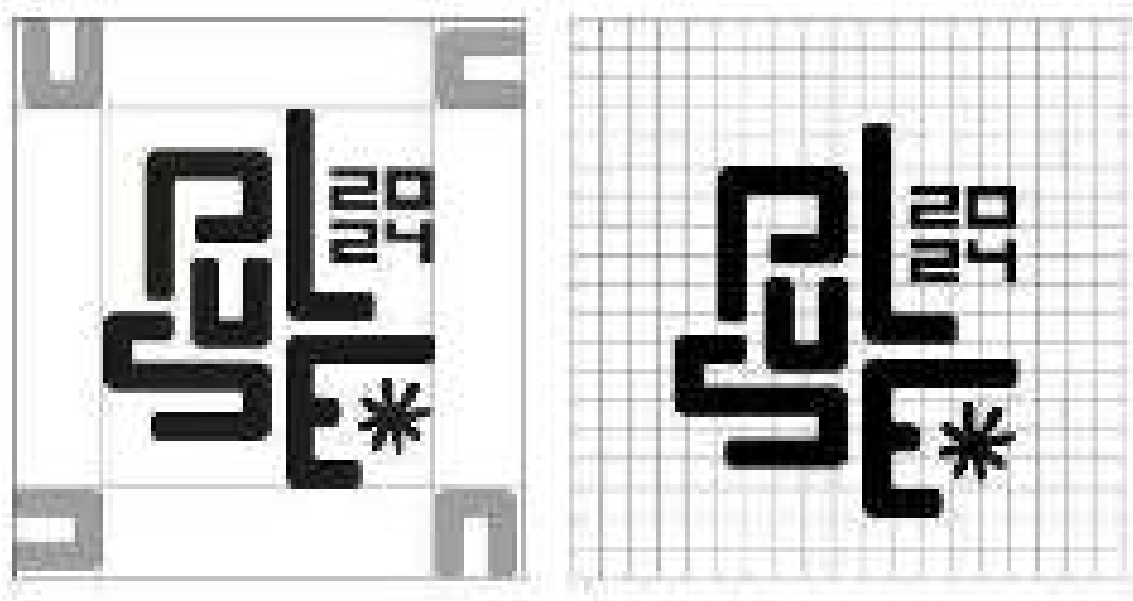
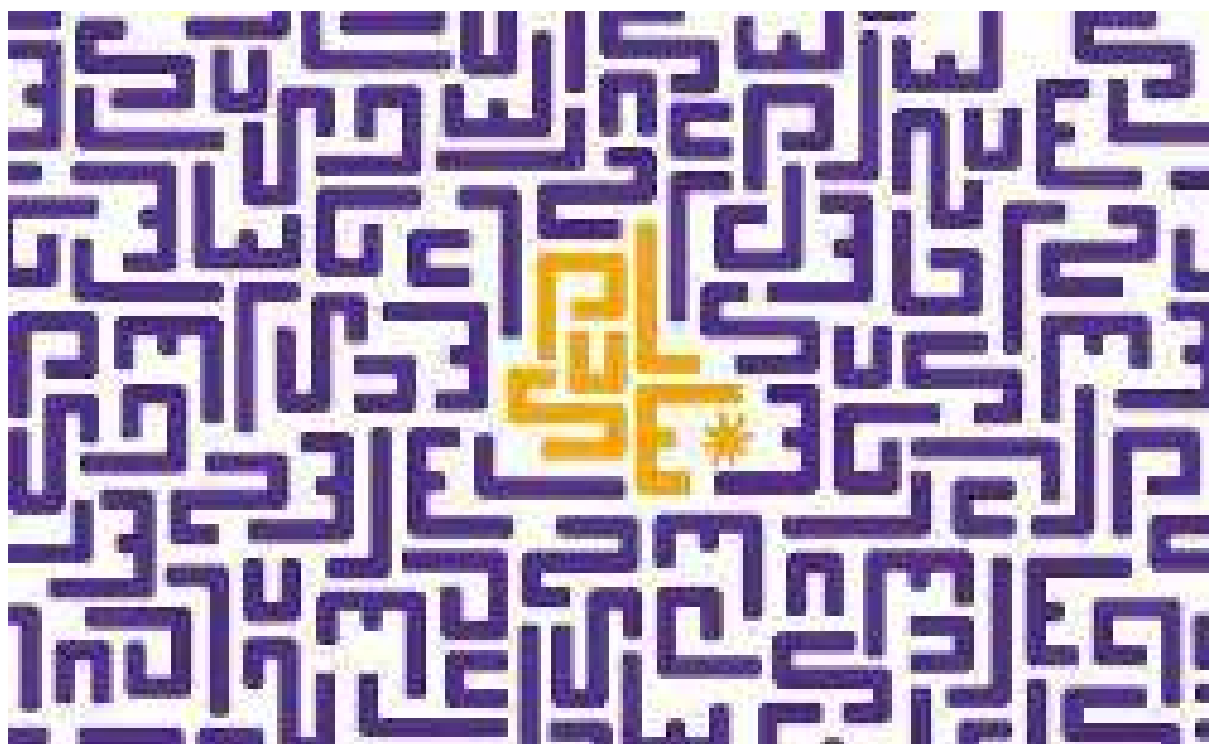


Figura 128 - Área de proteção e grid de construção



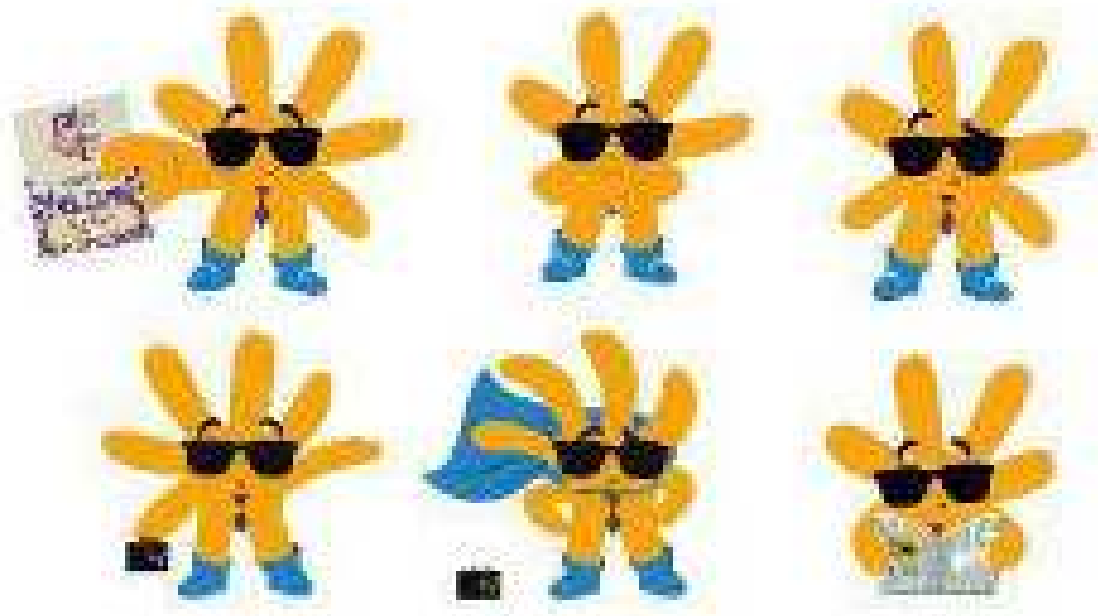
Desenvolvemos um padrão realizando a repetição das letras da assinatura visual para que juntas formassem uma espécie de labirinto. Assim como o personagem que denominamos como “Aster”, abreviação de asterisco, este padrão serviu para auxiliar no desenvolvimento de postagens, materiais impressos e decorações no dia do evento.

Figura 129 - Padronagem do Pulse



Fonte: Autoria própria

Figura 130 - Versões do personagem



Optou-se por uma paleta de cores vibrante para conferir um toque de jovialidade e representar o espírito empreendedor. O azul *Lochmara* (#0684C3) inspira foco e confiança, o rosa *Carnation* (#FF5F5F) transmite inovação e empatia, o roxo *Daisy Bush* (#562992) simboliza criatividade e originalidade, amarelo *Yellow Sea* (#F9A500) traz otimismo e energia, o Preto *Masala* (#474747) e o Branco *Sisal* (DDD6C4), auxiliando para um melhor contraste e equilíbrio.

Figura 131 - Paleta de cores



Figura 132 - Variações da assinatura



A logo foi desenvolvida a mão de uma forma em que as letras se encaixam entre si e que juntas formam um logotipo inovador diferente das versões anteriores do evento, construídas na forma horizontal. Para a tipografia secundária, escolhemos a fonte Montserrat, conhecida pela sua ótima legibilidade e por proporcionar um equilíbrio visual harmonioso com a marca. A Montserrat foi utilizada como fonte de apoio para postagens no Instagram e materiais impressos.

Figura 133 - Tipografia



Fonte: Autoria própria

Figura 134 - Aplicação cartazes



Fonte: Autoria própria

Figura 135 - Aplicação ecobag



Fonte: Autoria própria

Figura 136 - Aplicação Instagram



Fonte: Autoria própria

Figura 137 - Aplicação camisa



Figura 138 - Aplicação certificado



Autoanálise

Para este projeto, apesar do prazo curto para sua construção, conseguimos administrar bem o tempo e fazer o possível para que a assinatura visual transmitisse bem o conceito que pensamos para ela. Entretanto, no aspecto de melhoria, acreditamos que tivemos uma ausência de elementos gráficos. Apesar da assinatura visual ter os elementos do padrão e do personagem, ficamos muito limitados apenas a eles para realizar todas as demandas do evento. Portanto, introduzir mais alguns grafismos seria ideal para este projeto, visto a necessidade que enfrentamos na produção das peças.

3.8. Design de estampas

3.8.1. Encanto das Velas

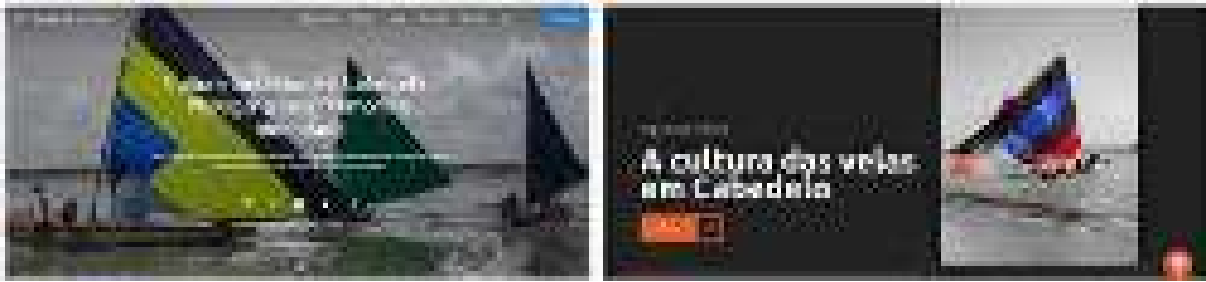
Equipe: João Batista, Mariah Victória, Yohana Echila, Livia Tavares e Vitória Avelino	Semestre: 2024.2
Disciplina: Design de Superfícies	Metodologia: Maria Luísa Peón (2009)

Problematização

A disciplina de design de superfícies foca na criação de padrões, texturas e estampas aplicados em diferentes materiais, como tecidos, papeis e objetos, com o objetivo de agregar valor estético e funcional. Nos foi proposto desenvolver um projeto gráfico com a temática "Cultura e Costumes do Nordeste", utilizando elementos da cultura nordestina para superfícies. A apresentação deveria conter tanto a parte escrita, com uma pesquisa essencial, quanto a parte visual, cujo resultado deveria despertar memórias afetivas e incorporar elementos gráficos encontrados. Nesta etapa de problematização, é preciso observar, pesquisar e compreender o contexto cultural escolhido, buscando referências visuais e significados que servirão de base para o trabalho. Com isso, iniciamos as pesquisas.

Durante as pesquisas para o desenvolvimento do projeto, lembramos de uma atividade passada que abordou a cultura das velas, tema que nos chamou a atenção e levou à decisão de escolhê-lo como a base para nossa proposta. Ao pesquisar sobre a cultura local, percebemos a riqueza dessa tradição, especialmente em Cabedelo, e como ela reflete a identidade e o vínculo da comunidade com o Rio Paraíba do Norte. Encontramos, durante nossas pesquisas, o TCC de um aluno do IFPB, que resgatou a cultura das velas na exposição “Cultura das Velas em Cabedelo”, em parceria com o Museu Marítimo EXEA (www.museuexea.org). A pesquisa destacou a importância das velas coloridas, que representam um patrimônio material e imaterial de Cabedelo, carregando memórias, histórias e a conexão da população com o rio e o mar. Entramos mais a fundo e descobrimos que a comunidade pesqueira de Jardim Mangueiros mantém viva sua cultura naval através de costumes, objetos e práticas diárias. A pesca artesanal, a restauração de embarcações e o uso de velas coloridas refletem a identidade ribeirinha, preservando saberes e tradições locais.

Figura 139 - Página inicial Museu Marítimo EXEA.



Fonte: Ocione Fernandes

Figura 140 - Comunidade pesqueira e suas canoas



Fonte: Ocione Fernandes

Achamos o tema escolhido importante, pois, a cultura ribeirinha de Cabedelo, que é marcada pela pesca artesanal e por saberes passados entre gerações, enfrenta desafios como a modernização e a degradação ambiental, que ameaçam essa tradição, especialmente com a substituição das velas pelos motores de rabeta. Com o tempo, essa prática deixou de ser exclusivamente pesqueira e passou a ter um caráter recreativo, sendo resgatada em eventos como a Corrida de Caícos, uma competição simbólica e animada, que reforça o sentimento de pertencimento, a união da comunidade e a preservação da identidade local. Entendemos que preservar esse patrimônio é essencial para manter viva a identidade dos pescadores e sua conexão com o território.

Concepção

A superfície escolhida pelo grupo para o projeto foi a mesa posta, pois, como o objetivo era despertar memórias afetivas, consideramos que esse é um espaço simbólico de encontro, onde famílias compartilham refeições e momentos importantes.

Figura 141 - Mesas postas



Fonte: *Pinterest*

Para dar início ao processo criativo, realizamos um *brainstorm* em grupo, reunindo ideias, frases, imagens de referências visuais com os itens da mesa posta e elementos relacionados tanto à cultura das velas quanto à pesca, produção de rede, praia, mar e às cores. Essa etapa foi essencial para explorar diferentes possibilidades e definir a direção visual do projeto.

Figura 142 - *Brainstorm*

Fonte: Compilação própria

Após o *brainstorm* inicial, organizamos as ideias em um *moodboard*, que funcionou como um refinamento visual do que havíamos discutido. Ele nos ajudou a dar mais clareza ao conceito, reunindo referências mais coesas do caminho que queríamos seguir.

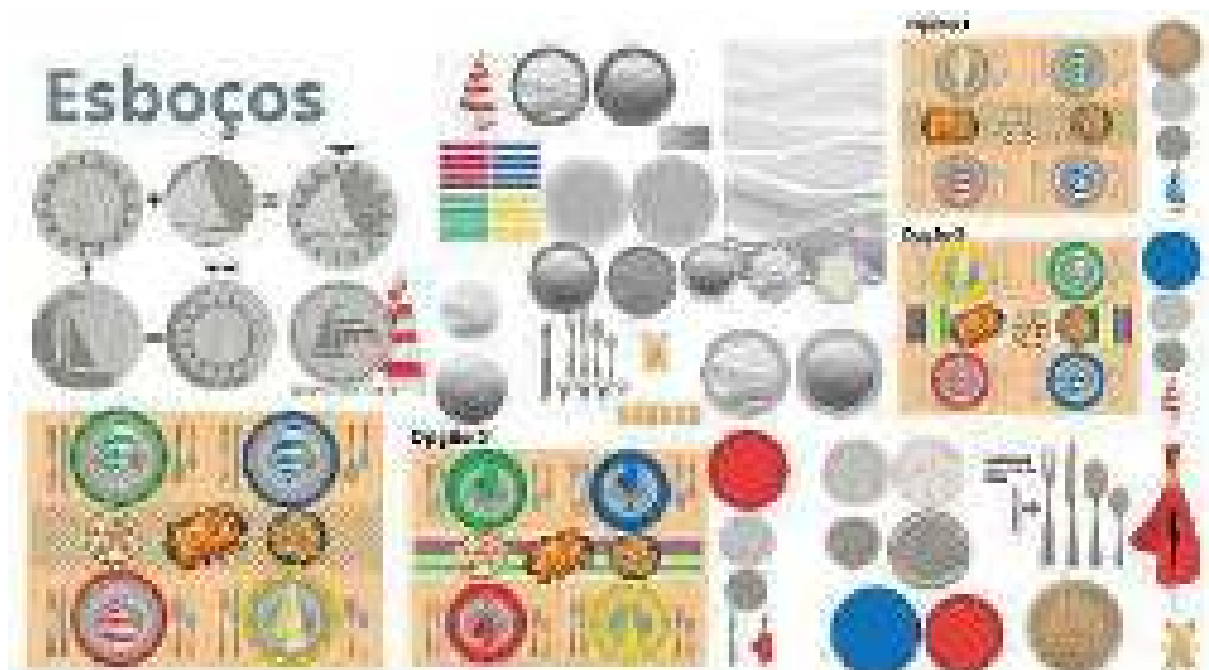
Figura 143 - *Moodboard*



Fonte: Compilação própria

Embora seja comum iniciar os esboços no papel, neste caso optamos por desenvolvê-los diretamente no digital, já que precisávamos testar as composições e sobreposições com mais precisão. Isso nos permitiu visualizar melhor como os elementos gráficos se comportavam nas superfícies escolhidas, facilitando ajustes em cores, formas e organização durante o processo criativo.

Figura 144 - Esboços



Especificações

O conceito foi desenvolvido com base na frase: “É um testemunho em preto e branco, com um toque de esperança colorida: as velas”. Nosso objetivo era transmitir toda a essência dessa cultura, destacando a problemática que ela enfrenta. Por isso, a maioria dos produtos foi criada em tons de cinza, representando o preto e branco, enquanto a única parte colorida seria justamente a representação da vela. A partir disso, também definimos o nome da nossa coleção de itens: “Encanto das Velas”.

Achamos a frase impactante e perfeita para desenvolver o conceito, especialmente porque a maioria das imagens que encontramos durante a pesquisa retrata fotografias em preto e branco, com as velas como único elemento colorido.

Figura 145 - Fotografias de Caícos a vela



Fonte: Ocione Fernandes

Com base no conceito definido e inspirando-se na frase escolhida para nortear o projeto, utilizamos duas paletas: uma monocromática, composta apenas por tons de cinza, e outra com quatro cores que identificamos como as mais presentes nas estampas das velas observadas nas imagens da pesquisa. Sendo elas: Verde Chateau Green (#2fac66), Vermelho Alizarina Carmesim (#e13d3d), Azul Matisse (#0f71b8) e o Amarelo Girassol (#ead828).

Figura 146 - Paleta de cores



Para a aplicação das estampas, escolhemos os seguintes itens da mesa posta: guardanapo, prato fundo, prato raso, talheres, sousplat e passadeira. Decidimos que cada um desses itens receberia uma estampa com significado próprio, reforçando a proposta conceitual da coleção de forma sutil, pois não queríamos nada muito literal ou exagerado. A intenção era transmitir os elementos da cultura das velas de maneira delicada, visualmente harmoniosa e que despertasse memórias afetivas sem comprometer a funcionalidade dos objetos. O primeiro é o prato fundo, que apresenta uma estampa representando as ondas do mar. Em seguida, o prato raso traz uma padronagem que remete à areia da praia. O terceiro item é o sousplat, onde estampamos as cordas amplamente utilizadas nos caícos para o controle das velas. Já os talheres, quarto item do conjunto, receberam como elemento gráfico a agulha usada na confecção de redes de pesca. A passadeira, quinto item, traz uma estampa que representa uma rede de pesca. Por fim, os guardanapos foram desenvolvidos com a representação da vela do barco, tanto na estampa quanto no formato dobrado da peça.

Figura 147 - Imagem dos itens com fundo



Figura 148 - Imagem dos itens

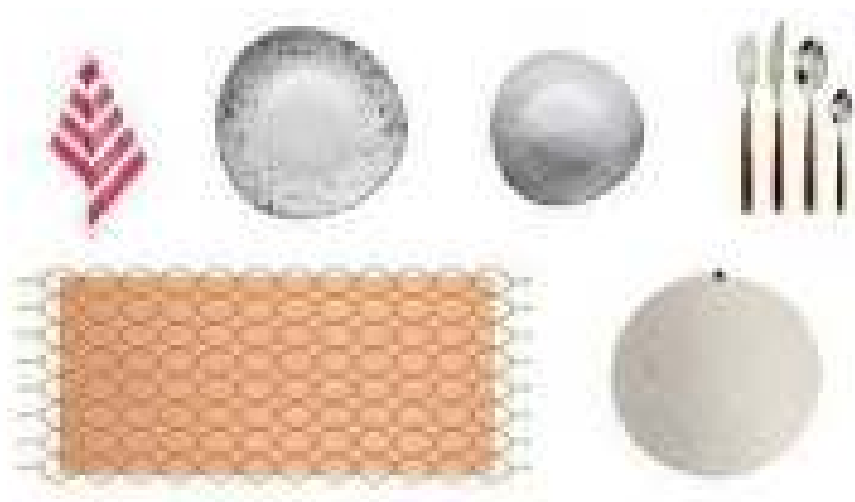
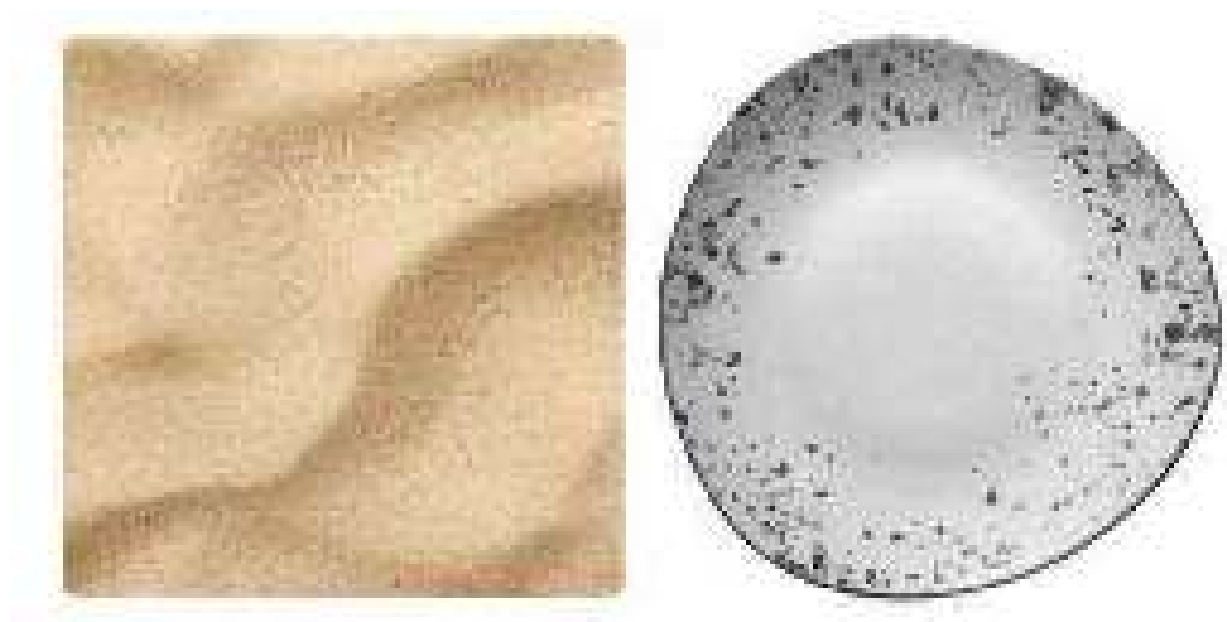


Figura 149 - Prato fundo



Fonte: Autoria própria

Figura 150 - Prato raso



Fonte: Autoria própria

Figura 151 - Sousplat



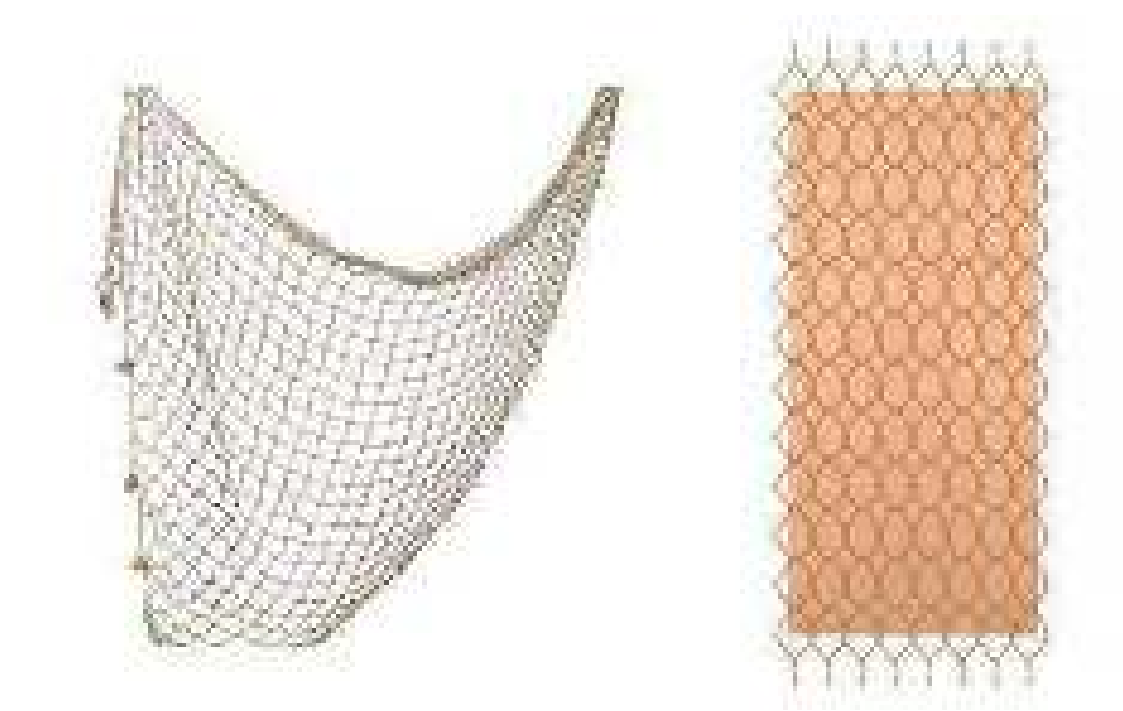
Fonte: Autoria própria

Figura 152 - Talheres



Fonte: Autoria própria

Figura 153 - Passadeira



Fonte: Autoria própria

Figura 154 - Guardanapo



Fonte: Autoria própria

Figura 155 - Aplicação pratos



Fonte: Autoria própria

Figura 156 - Aplicação do conjunto



Fonte: Autoria própria

Figura 157 - Aplicação pratos com frase



Fonte: Autoria própria

Figura 158 - Aplicação mesa posta



Fonte: Autoria própria

Autoanálise

De modo geral, o desenvolvimento do projeto atendeu nossas expectativas, tanto na parte visual quanto conceitual. Conseguimos aplicar com sensibilidade os elementos culturais da temática escolhida, mantendo a proposta de criar composições sutis e significativas para cada item da mesa posta e também trabalhar em cima de uma frase tão impactante. O resultado final foi satisfatório, especialmente porque conseguimos transmitir a essência da cultura das velas de forma afetiva e estética. No entanto, reconhecemos que a estampa representando a areia da praia poderia ter sido melhor desenvolvida. Acreditamos que uma abordagem gráfica mais elaborada nesse elemento teria fortalecido ainda mais a narrativa visual da coleção.

3.9. Sinalização

3.9.1. Usina Energisa

Equipe: Mariah Victória, Yohana Echila, Livia Tavares, Sofia César, João Batista e Júlia Cavalcante.	Semestre: 2024.2
Disciplina: Design de Sinalização	Metodologia: Joan Costa (2007)

Problematização

No quarto período, cursamos a disciplina de Design de Sinalização, ministrada pela Professora Luciana Dinoá, na qual aprendemos os princípios da comunicação ambiental, a organização da informação nos espaços e a criação de projetos funcionais, claros e acessíveis, fundamentais para aprimorar a experiência do usuário em diversos ambientes.

A proposta deste projeto consistiu em desenvolver um sistema de sinalização para um local em João Pessoa escolhido pelo grupo. Após algumas pesquisas, a equipe decidiu utilizar a Usina Cultural Energisa, localizada em João Pessoa – PB, um espaço cultural que promove a arte e a cultura paraibana. O projeto seguiu todas as etapas da metodologia de Joan Costa (2007), exceto pela implementação, devido ao caráter acadêmico do trabalho.

Coleta de informações

Após a escolha do local, iniciamos a etapa de coleta de informações, que representa o primeiro passo da metodologia adotada. Essa fase teve como objetivo reunir dados fundamentais para orientar o desenvolvimento do sistema de sinalização. Realizamos algumas pesquisas online sobre o local mas decidimos fazer uma visita presencialmente à Usina Cultural Energisa, o que foi fundamental para observar de forma direta o ambiente, permitindo compreender melhor a estrutura física, os fluxos de circulação e o comportamento dos usuários. Essa etapa também possibilitou identificar problemas reais de sinalização e elementos existentes da identidade visual, oferecendo uma base mais precisa para o desenvolvimento do projeto.

A Usina Cultural Energisa oferece uma programação variada que inclui eventos, exposições, shows e oficinas, incentivando a participação ativa da comunidade em atividades artísticas, culturais e de lazer. Por este motivo identificamos que seu público é diversificado, tanto em gênero quanto em faixa etária, abrangendo jovens, adultos, crianças e famílias, atraídos por uma programação ampla e voltada a diferentes interesses.

Figura 159 - Usina Cultural Energisa



Fonte: Wikimedia Commons

Em relação à identidade visual, observamos que a Usina Cultural Energisa utiliza, em algumas peças gráficas, a assinatura visual com o nome "Usina", mas de forma geral adota a identidade visual do Grupo Energisa, ao qual pertence. Com isso, é comum que a comunicação visual do espaço siga os padrões da marca institucional. No entanto, apesar dessa padronização em alguns materiais, há uma carência significativa de sinalização no ambiente físico. Faltam identificações claras nas entradas de pedestres e veículos, bem como sinalização em pontos de decisão e placas direcionais, o que compromete a orientação e a circulação dos visitantes pelo espaço.

Figura 160 - Assinatura visual da energisa



Figura 161 - Coleta de informação 1



« Apresentação da planta arquitetônica da unidade »



« Apresentação da planta arquitetônica da unidade pelo celular do morador »

Figura 162 - Coleta de informação 2



« Planta de paisagismo da unidade »



« Apresentação da planta arquitetônica da unidade pelo celular do morador »

Projeto de Sistema

Nesta etapa da metodologia, foi necessário desenvolver a análise de fluxo, definir os tipos de sinais e estabelecer um conceito para o sistema de sinalização. A observação presencial do espaço facilitou a identificação das áreas de maior circulação, permitindo mapear os pontos estratégicos que demandavam sinalização.

Figura 163 - Análise de fluxo



Figura 164 - Mapeamento dos sinais 1

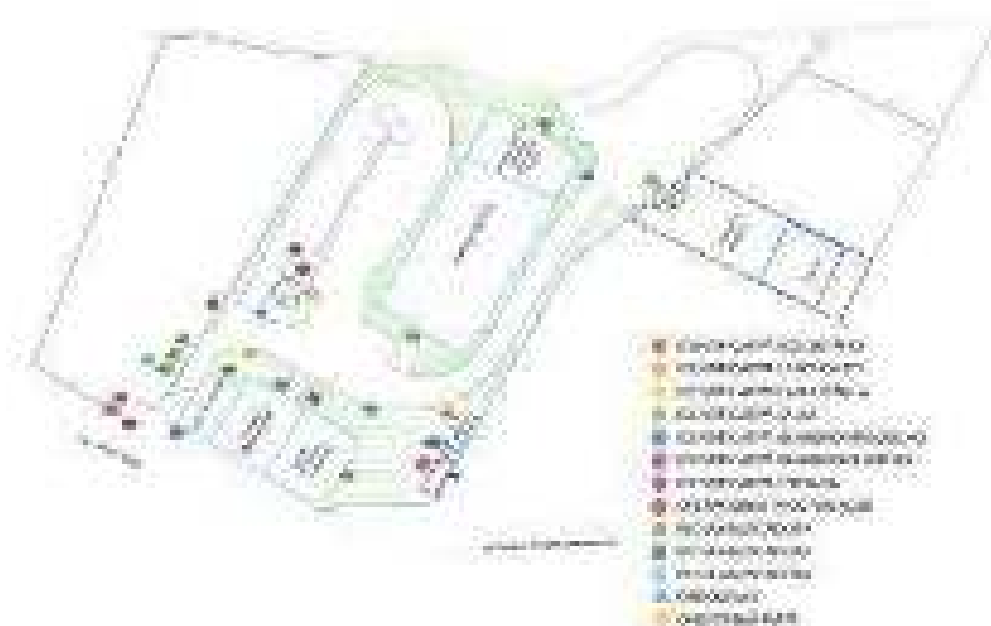


Figura 165 - Mapeamento dos sinais 2



O grupo discutiu em conjunto qual seria o direcionamento conceitual mais adequado para o sistema de sinalização. A partir dessas trocas, elaboramos um *moodboard* com referências visuais que refletissem a atmosfera desejada para o projeto. As imagens selecionadas incluíam exemplos de placas já existentes, que serviram como inspiração para a construção da linguagem visual.

Com isso, definimos o conceito do projeto, fundamentado na essência e na identidade cultural única da Usina Cultural Energisa. O objetivo foi refletir a ideia de que, além de gerar energia, a usina é um espaço vibrante e aberto a diferentes formas de expressão artística e cultural. As placas de sinalização foram baseadas em formas geométricas que, ao se combinarem, formariam um mosaico dinâmico. Esse conjunto de formas e núcleos representa a diversidade das manifestações culturais, criando uma composição visual que é, ao mesmo tempo, esteticamente rica e funcional, reforçando o caráter inclusivo do espaço.

Figura 167 - Tabela de códigos

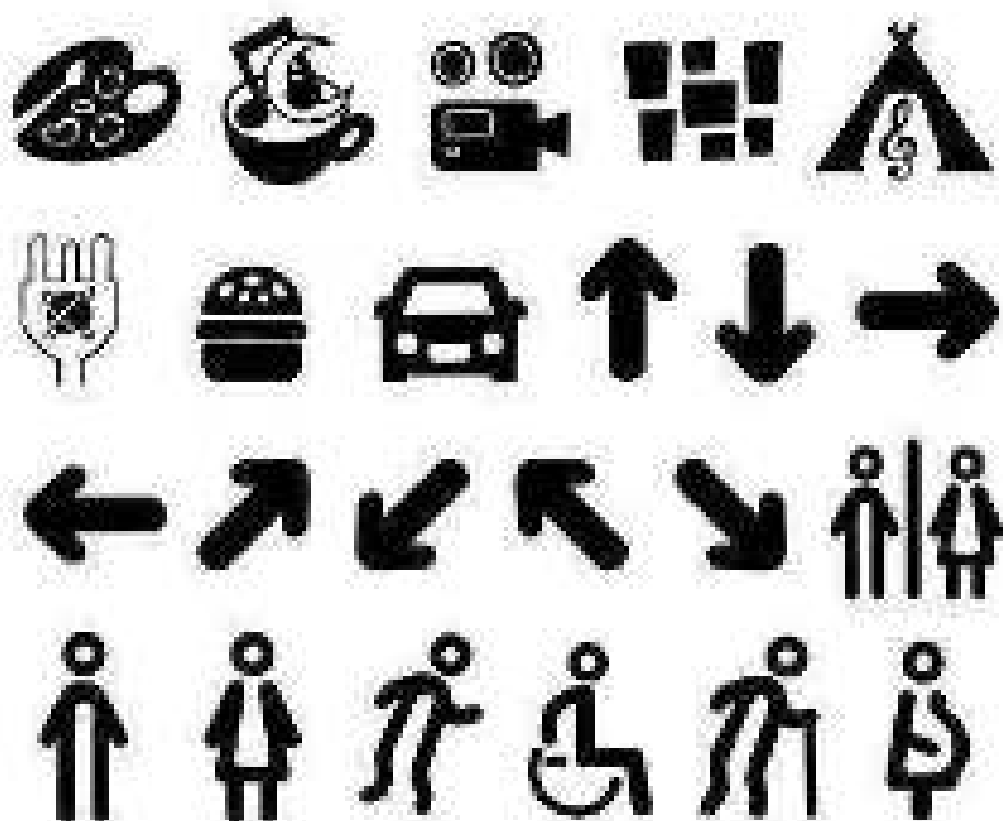
Tipo de sinalização	Forma	Código	Descrição	Aplicação	Observações	Observações
Sinalização de entrada		001	Indica a entrada principal do sistema	Entrada principal do sistema	01	Indica a entrada principal do sistema
Sinalização de saída		002	Indica a saída principal do sistema	Saída principal do sistema	02	Indica a saída principal do sistema
Sinalização de acesso		003	Indica o acesso ao sistema	Acesso ao sistema	03	Indica o acesso ao sistema
Sinalização de proibido		004	Indica a proibição de acesso ao sistema	Proibição de acesso ao sistema	04	Indica a proibição de acesso ao sistema
Sinalização de emergência		005	Indica a emergência do sistema	Emergência do sistema	05	Indica a emergência do sistema
Sinalização de manutenção		006	Indica a manutenção do sistema	Manutenção do sistema	06	Indica a manutenção do sistema
Sinalização de segurança		007	Indica a segurança do sistema	Segurança do sistema	07	Indica a segurança do sistema
Sinalização de risco		008	Indica o risco do sistema	Risco do sistema	08	Indica o risco do sistema
Sinalização de qualidade		009	Indica a qualidade do sistema	Qualidade do sistema	09	Indica a qualidade do sistema
Sinalização de eficiência		010	Indica a eficiência do sistema	Eficiência do sistema	10	Indica a eficiência do sistema
Sinalização de produtividade		011	Indica a produtividade do sistema	Produtividade do sistema	11	Indica a produtividade do sistema
Sinalização de inovação		012	Indica a inovação do sistema	Inovação do sistema	12	Indica a inovação do sistema
Sinalização de sustentabilidade		013	Indica a sustentabilidade do sistema	Sustentabilidade do sistema	13	Indica a sustentabilidade do sistema
Sinalização de responsabilidade		014	Indica a responsabilidade do sistema	Responsabilidade do sistema	14	Indica a responsabilidade do sistema
Sinalização de transparência		015	Indica a transparência do sistema	Transparência do sistema	15	Indica a transparência do sistema

Design Gráfico

A quarta etapa da metodologia envolve a definição dos elementos visuais do sistema de sinalização, como tipografia, pictogramas, paleta de cores e proporções. Esses componentes garantem a padronização, legibilidade e coerência do projeto, assegurando que a comunicação visual seja eficiente e alinhada ao conceito proposto.

Foi escolhida a tipografia Motiva Sans por sua excelente legibilidade e versatilidade, características que se alinham ao ambiente criativo e cultural da Usina. Embora a fonte possua diversas variações, para este projeto foram utilizadas apenas as versões Regular e **Bold**. Sua estrutura limpa e funcional facilita a leitura a curtas e médias distâncias, atendendo de forma eficaz às necessidades do espaço.

Figura 169 - Pictogramas



Para a definição do código cromático, foram selecionadas cores que dialogam tanto com a identidade visual da Usina e do Grupo Energisa quanto com os tons já presentes no ambiente. Essa combinação busca garantir harmonia com o espaço físico, refletindo sua atmosfera cultural e criativa.

Figura 170 - Paleta de cores



Na etapa de modelos e proporções, definimos os tamanhos dos elementos de sinalização de acordo com a escala humana, garantindo que fossem legíveis e visíveis para todos os usuários. Também apresentamos todos os sinais na mesma escala, assegurando que eles estivessem bem proporcionados e se relacionassem de forma harmônica dentro do espaço.

Figura 171 - Modelos e proporções 1



Figura 172 - Modelos e proporções 2

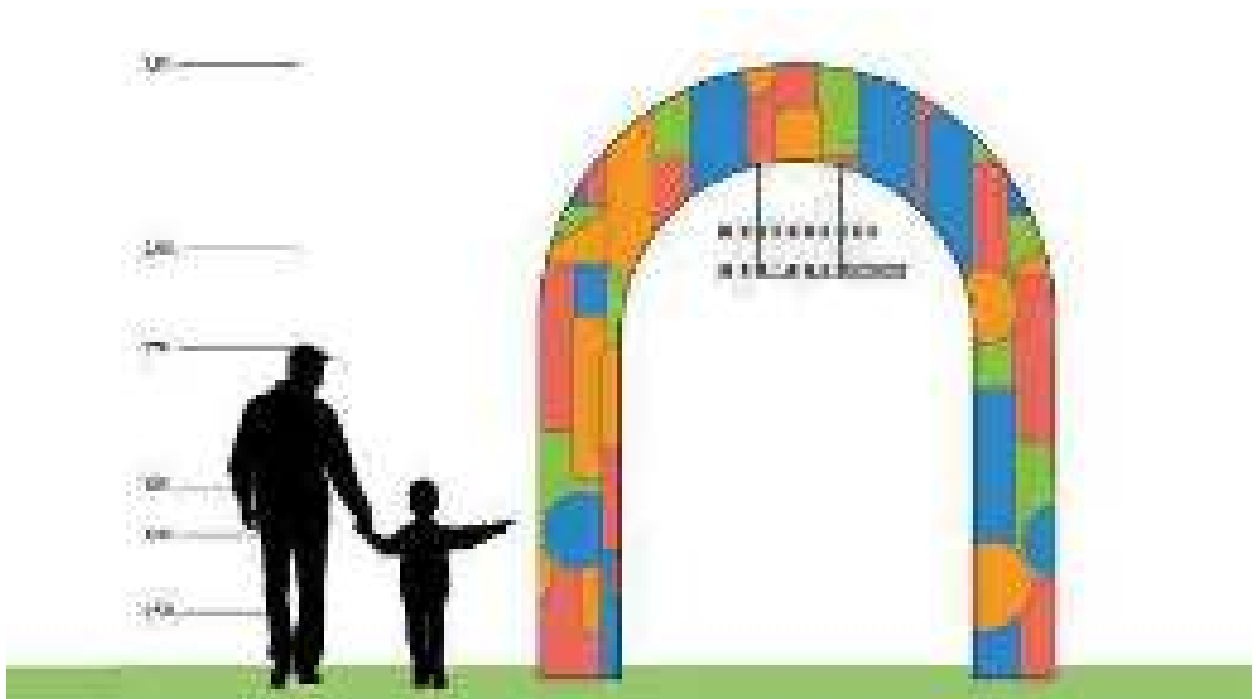
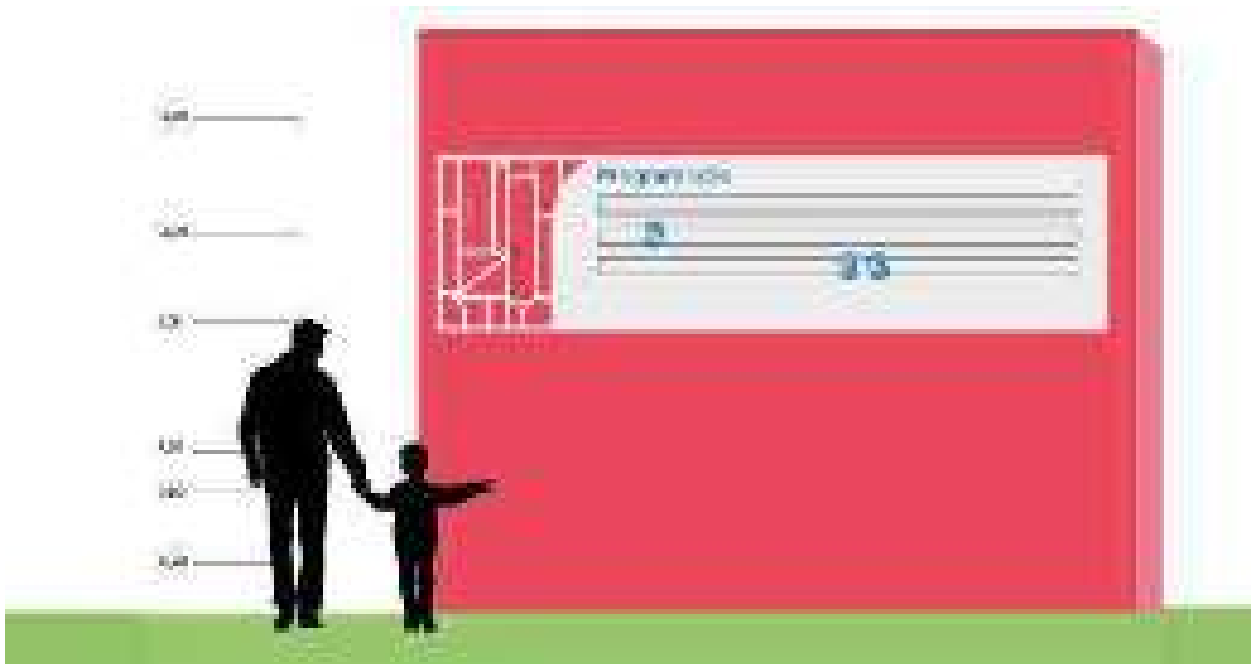


Figura 173 - Modelos e proporções 3



Especificações técnicas

Nesta etapa de especificações técnicas elaboramos os desenhos técnicos, incluindo as vistas cotadas, que detalham as dimensões exatas dos elementos de sinalização. Além disso, especificamos os materiais a serem utilizados e a forma de fixação das placas, garantindo que fossem adequadas ao ambiente e duráveis.

Na subetapa de aplicação, fizemos fotografias do ambiente e aplicamos as diferentes placas criadas nas imagens, para ilustrar como o sistema de sinalização seria aplicado ao espaço real da Usina Cultural Energisa. Essas imagens ajudaram a visualizar o impacto estético e funcional das placas no contexto do local.

Figura 174 - Especificações técnicas 1



Figura 175 - Especificações técnicas 2



Figura 176 - Especificações técnicas 3

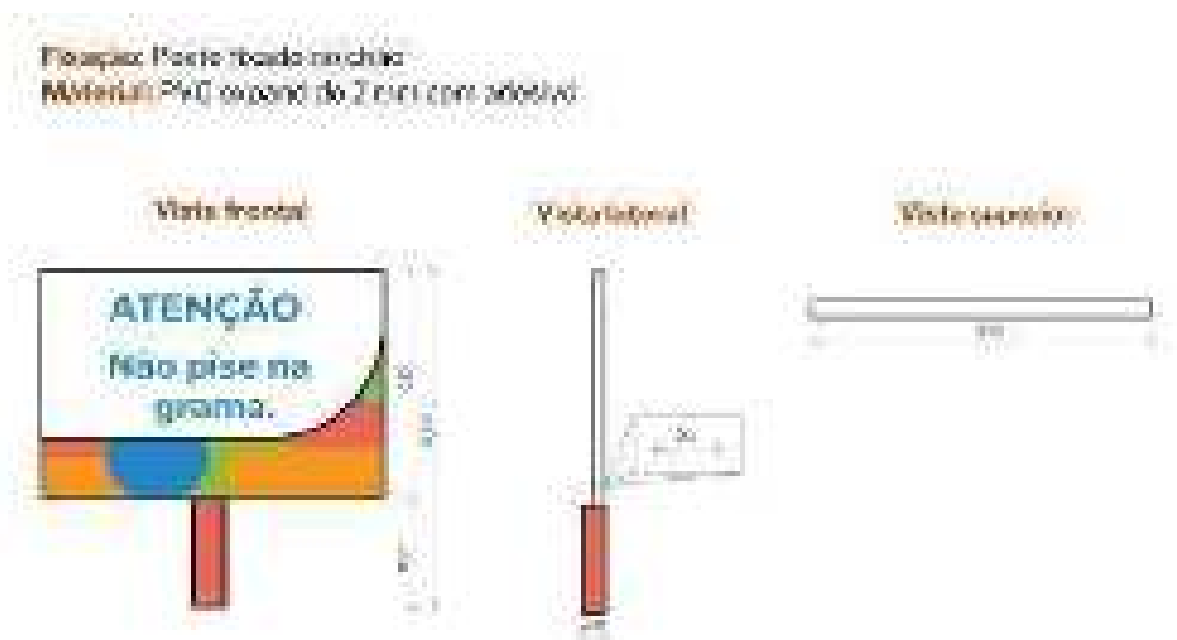


Figura 177 - Especificações técnicas 4



Figura 178 - Especificações técnicas 5

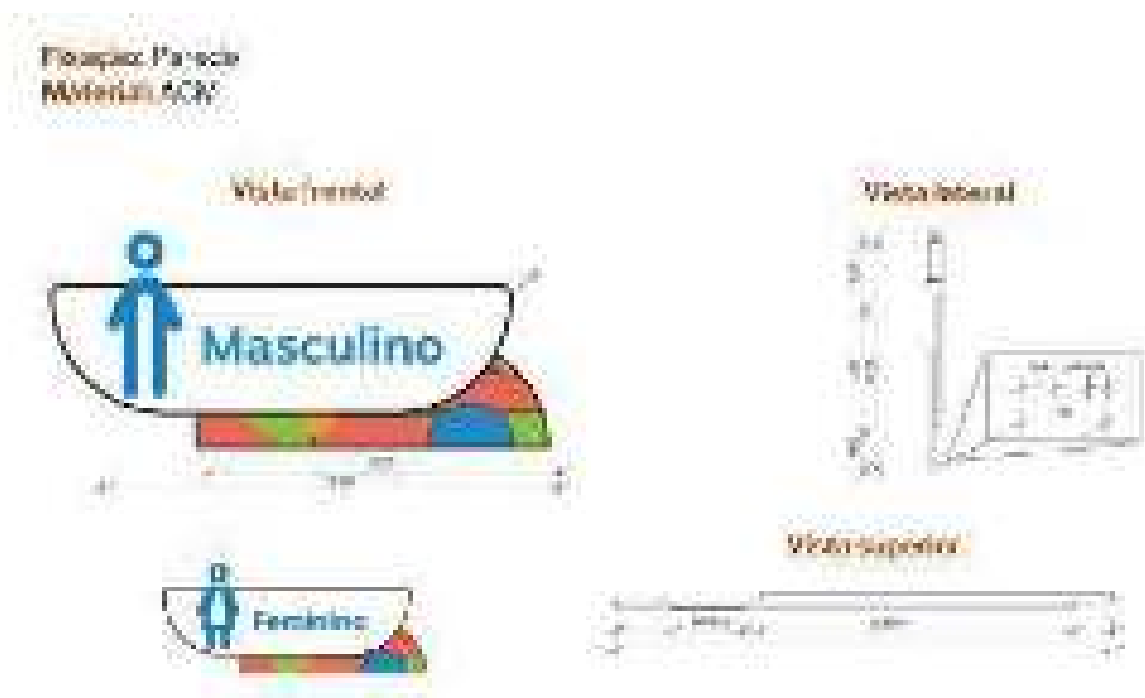


Figura 179 - Especificações técnicas 6

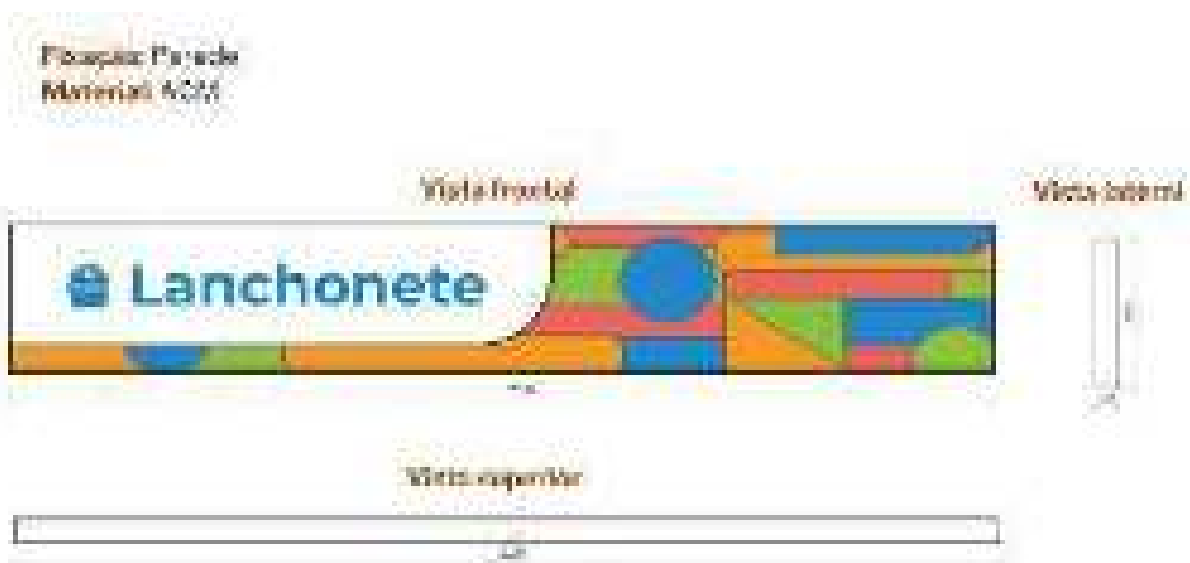


Figura 180 - Especificações técnicas 7



Figura 181 - Especificações técnicas 8

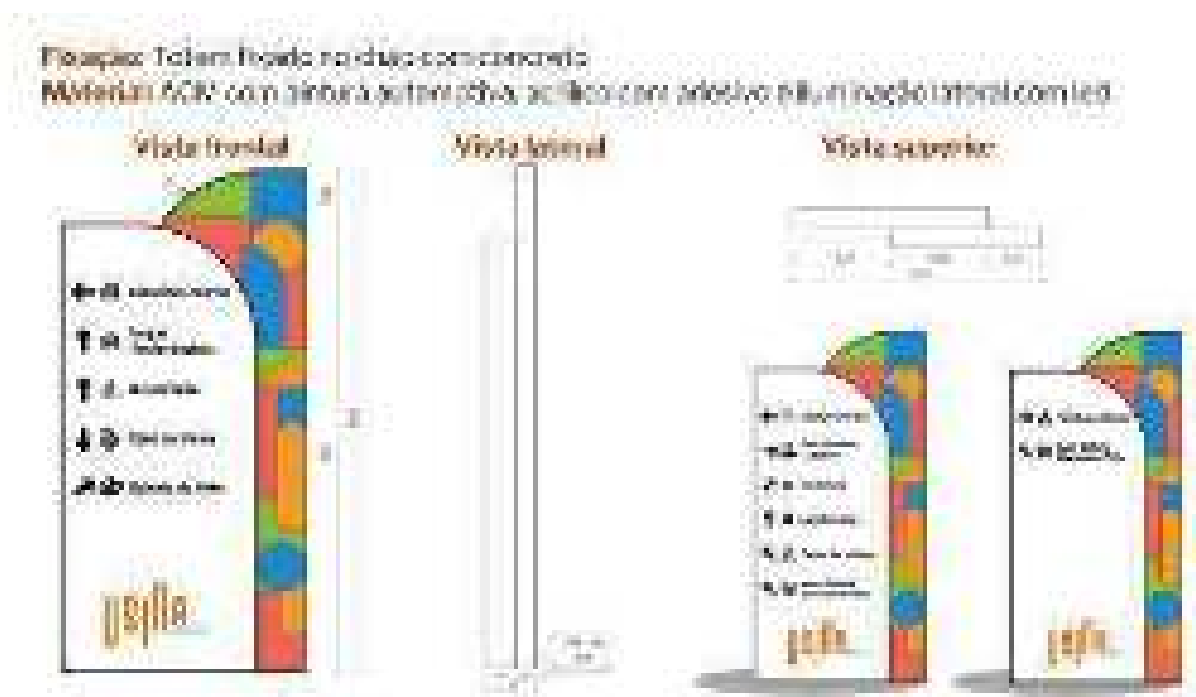


Figura 182 - Especificações técnicas 9

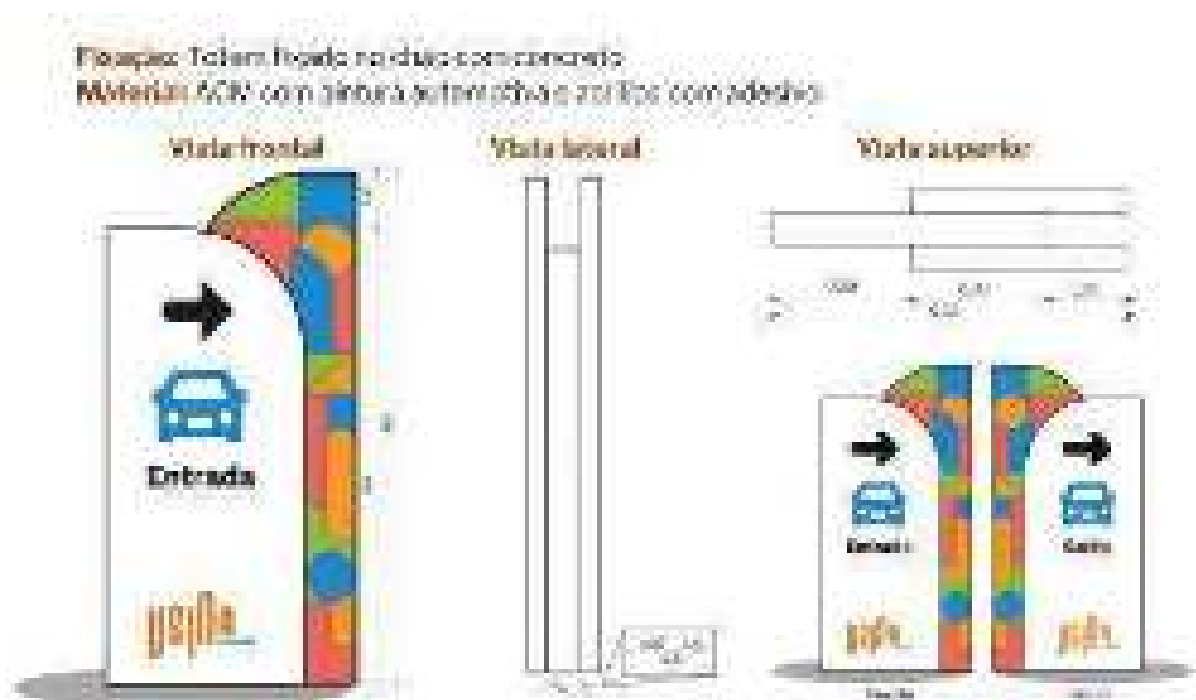


Figura 183 - Especificações técnicas 10

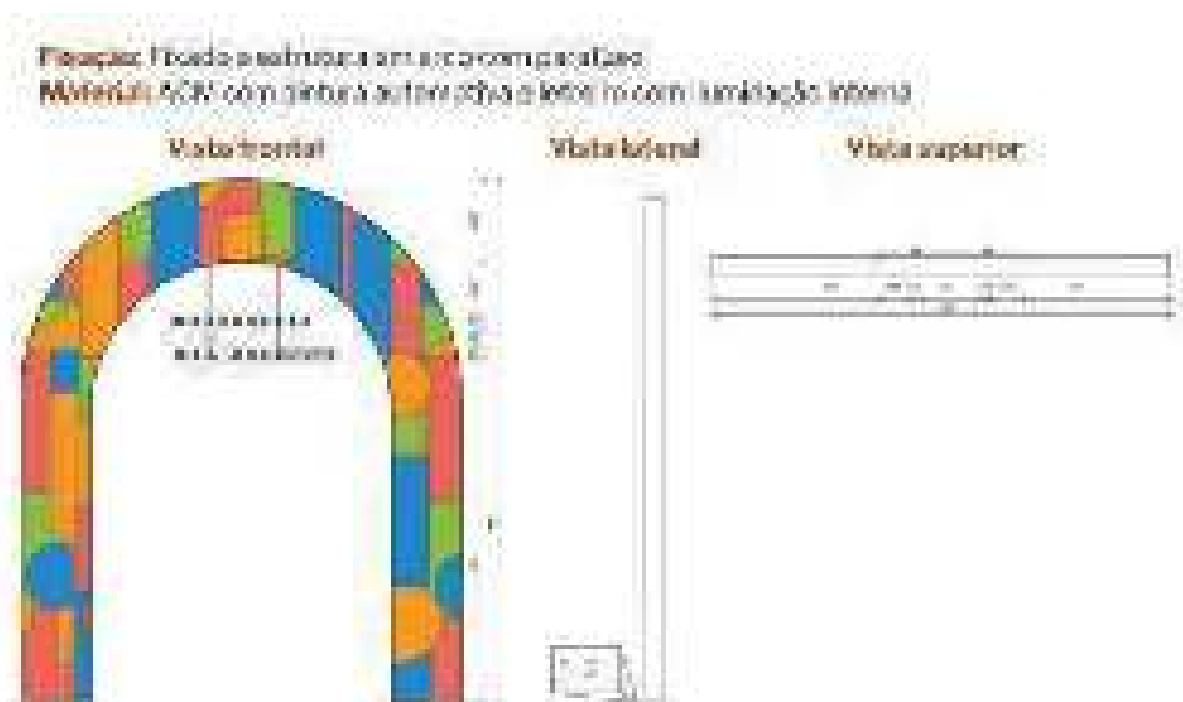


Figura 186 - Especificações técnicas 13

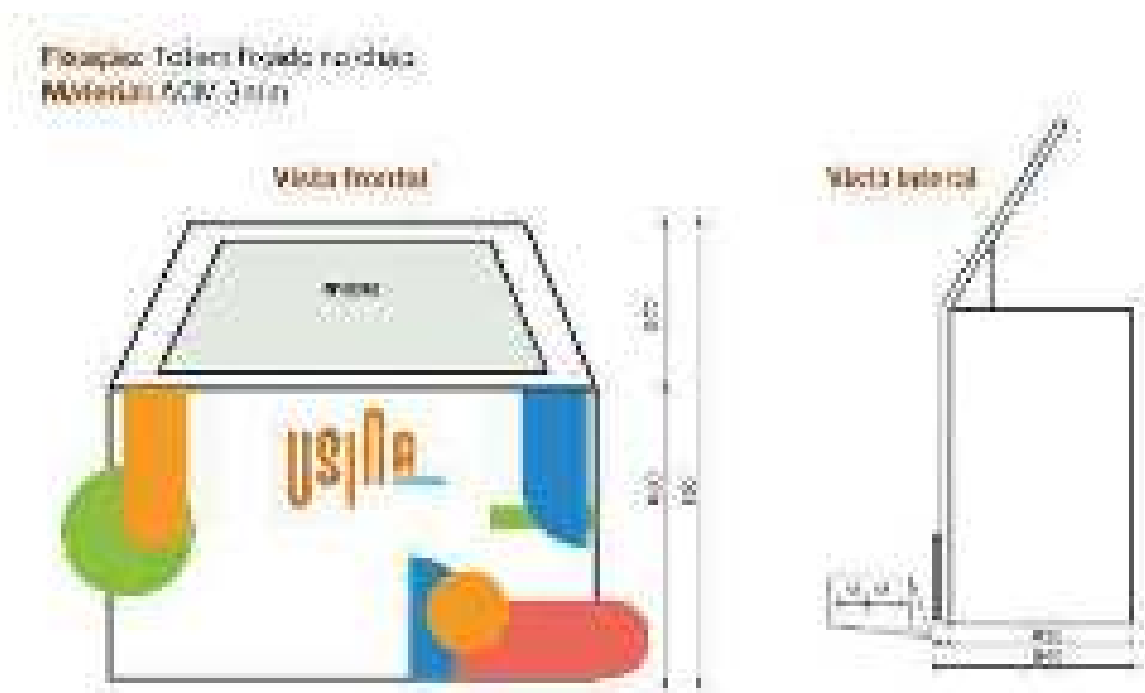


Figura 187 - Aplicação no espaço 1



Figura 188 - Aplicação no espaço 2



Figura 189 - Aplicação no espaço 3



Figura 190 - Aplicação no espaço 4



Figura 191 - Aplicação no espaço 5



Figura 192 - Aplicação no espaço 6



Figura 193 - Aplicação no espaço 7



Figura 194 - Aplicação no espaço 8



Autoanálise

Este projeto, embora trabalhoso, apresentou um resultado bastante satisfatório. Acreditamos que todas as placas desenvolvidas atendem adequadamente às necessidades para as quais foram planejadas. No entanto, identificamos que o mapa ilustrado, criado para a placa orientativa com o objetivo de auxiliar na localização dentro da Usina Cultural Energisa, poderia ser aprimorado. Apesar de conter os ícones representando cada sala, observamos a ausência da sinalização dos pontos de entrada e saída, além de uma organização que poderia ser mais clara. Também notamos irregularidades no tamanho dos ícones, o que compromete a harmonia visual do conjunto.

3.10. Branding e Peças publicitárias

3.10.1. AYU - Academia e Espaço de Bem-estar

Equipe: João Batista, Mariah Victória, Yohana Echila, Livia Tavares e Vitória Avelino	Semestre: 2025.1
Disciplina: Marketing	Metodologia: Maria Luísa Peón (2009)

Problematização

A disciplina de Marketing no Design Gráfico amplia a visão estratégica do designer, abordando o comportamento do consumidor e o posicionamento de marcas. Ela é essencial para criar soluções visuais alinhadas ao mercado e às necessidades do público. Nesta disciplina, o projeto proposto foi bastante completo. O principal objetivo era criar uma empresa fictícia baseada em uma das tendências de mercado atuais, desenvolver seus pilares estratégicos, como missão, visão, valores, público-alvo, posicionamento e propósito e, ao final, criar uma peça publicitária sobre o produto ou serviço oferecido por essa empresa.

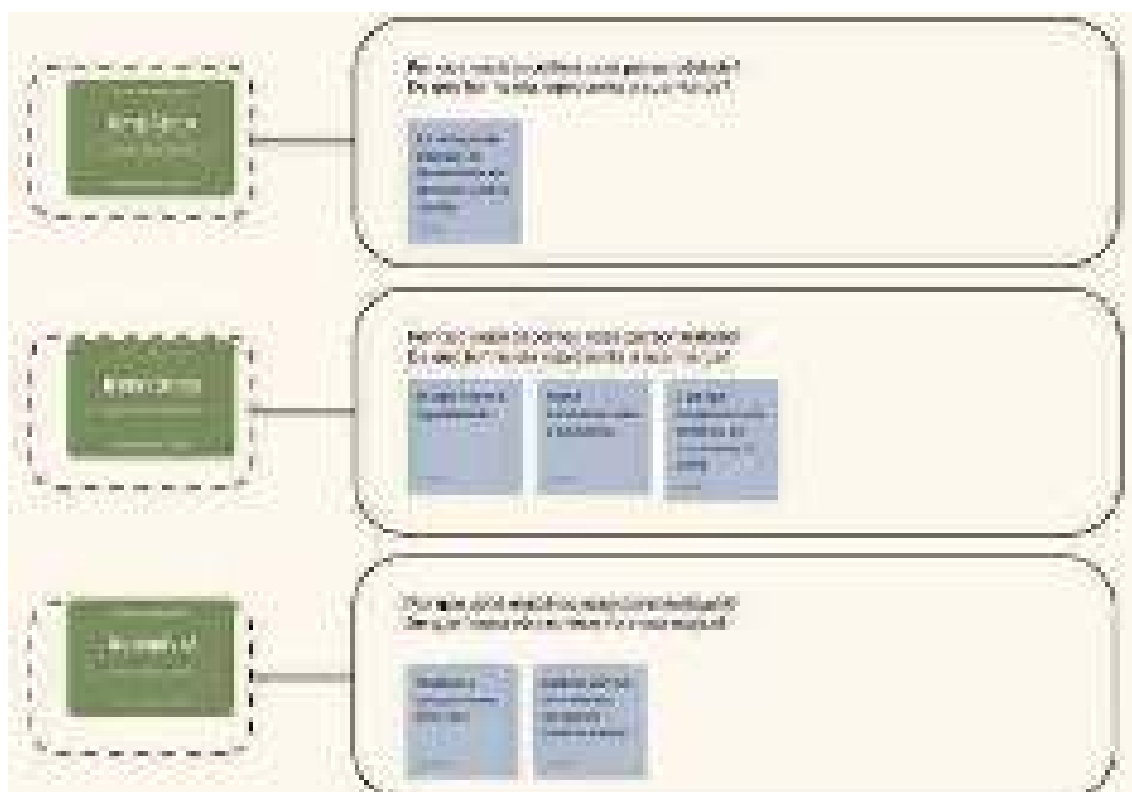
Após discussões em sala sobre as principais tendências, o grupo escolheu trabalhar com a demográfica, que se refere a mudanças na composição da população, como o aumento no número de idosos ou a redução no tamanho das famílias, fatores que impactam diretamente o mercado. A partir disso, decidimos focar em atender um público específico influenciado por essas transformações: o público idoso.

Com base na tendência escolhida, o grupo criou uma empresa fictícia: uma academia voltada para o público idoso, concebida como um espaço de bem-estar, com profissionais especializados e suplementação personalizada de acordo com as necessidades de cada indivíduo. A proposta da marca é promover saúde, autonomia e qualidade de vida para essa faixa etária, valorizando o cuidado e o atendimento humanizado.

Concepção

A identidade visual é importante para qualquer empresa, pois facilita a identificação e aproximação dos consumidores. Inicialmente, realizamos um processo de imersão para compreender o mercado, a concorrência e o objetivo da marca. Através de uma dinâmica lúdica, definimos a personalidade, os diferenciais e os valores da marca, facilitando a escolha dos atributos representativos da empresa.

Figura 195 - Processo de imersão



Após o processo de imersão, filtramos as informações coletadas e, a partir disso, definimos o direcionamento da marca. Com base nos valores, diferenciais e na personalidade identificada durante a dinâmica, escolhemos o caminho que melhor representava a proposta da empresa e sua conexão com o público-alvo, bem como estudamos melhor o mercado. Essa definição foi essencial para guiar as próximas etapas de criação.

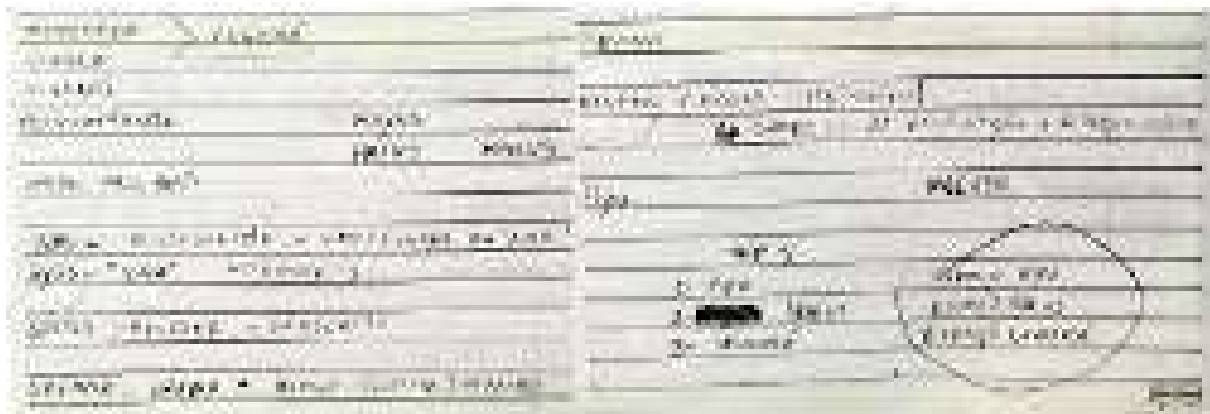
Figura 196 - Pesquisa de mercado



Com o direcionamento da marca definido, partimos para a criação do nome. Foi um processo intenso e trabalhoso, pois não tínhamos um caminho concreto para guiar o desenvolvimento do *naming*, o que fez com que a escolha levasse mais tempo do que o esperado. Pesquisamos diversas palavras relacionadas ao conceito da marca, exploramos traduções em diferentes línguas para ampliar as possibilidades e, durante a análise de concorrentes indiretos, percebemos que a maioria utilizava o termo “fit” nos nomes, algo que queríamos evitar. Nosso objetivo era criar um nome moderno, curto, de fácil memorização e pronúncia, especialmente por se tratar de um público que não está tão familiarizado com palavras estrangeiras, o que fez a pesquisa ficar mais demorada.

Depois de muita busca, chegamos à palavra **“Ayus”**, de origem sânscrita, uma língua ancestral do Nepal e da Índia, hoje considerada uma língua morta. “Ayus” significa vida, longevidade ou poder vital, e encaixava perfeitamente com os atributos que queríamos para a marca. Para facilitar ainda mais a pronúncia, fizemos uma pequena adaptação, retirando o “s” final, resultando no nome **“Ayu”**.

Figura 197 - Escolha do nome



Fonte: Autoria própria

O *moodboard* foi criado como um painel visual de referências para guiar a construção da identidade da marca. Reunimos imagens, cores, tipografias e elementos que transmitissem sensações de bem-estar, cuidado e vitalidade, referências alinhadas ao nosso conceito. Esse processo ajudou a visualizar o tom da marca e serviu como base para decisões estéticas e estratégicas ao longo do projeto.

Partimos então para a criação da peça publicitária. No entanto, ao analisar a proposta da nossa empresa, percebemos que seria mais coerente desenvolver duas peças, já que ela oferece tanto um serviço (a academia voltada para o público idoso) quanto um produto (a suplementação personalizada). Pensamos como seria a estratégia de *marketing* e também montamos um *moodboard* reunindo ideias e referências do que queríamos.

Figura 200 - Moodboard peças publicitárias



Fonte: Compilação própria

Especificações

A identidade visual da Ayu prioriza simplicidade e clareza, com um logotipo pensado para comunicar bem-estar, acolhimento e vitalidade. A escolha por não utilizar símbolo reforça a objetividade da marca e facilita sua leitura pelo público idoso. Nosso conceito é — “Acolher, escutar e cuidar, fornecendo um espaço não para idosos, mas para protagonistas da vida” — orientou todas as decisões da marca. Ele reflete nosso compromisso em enxergar o público idoso com respeito, autonomia e protagonismo.

Figura 201 - Assinatura visual sem e com tagline



Figura 202 - Assinatura visual 1

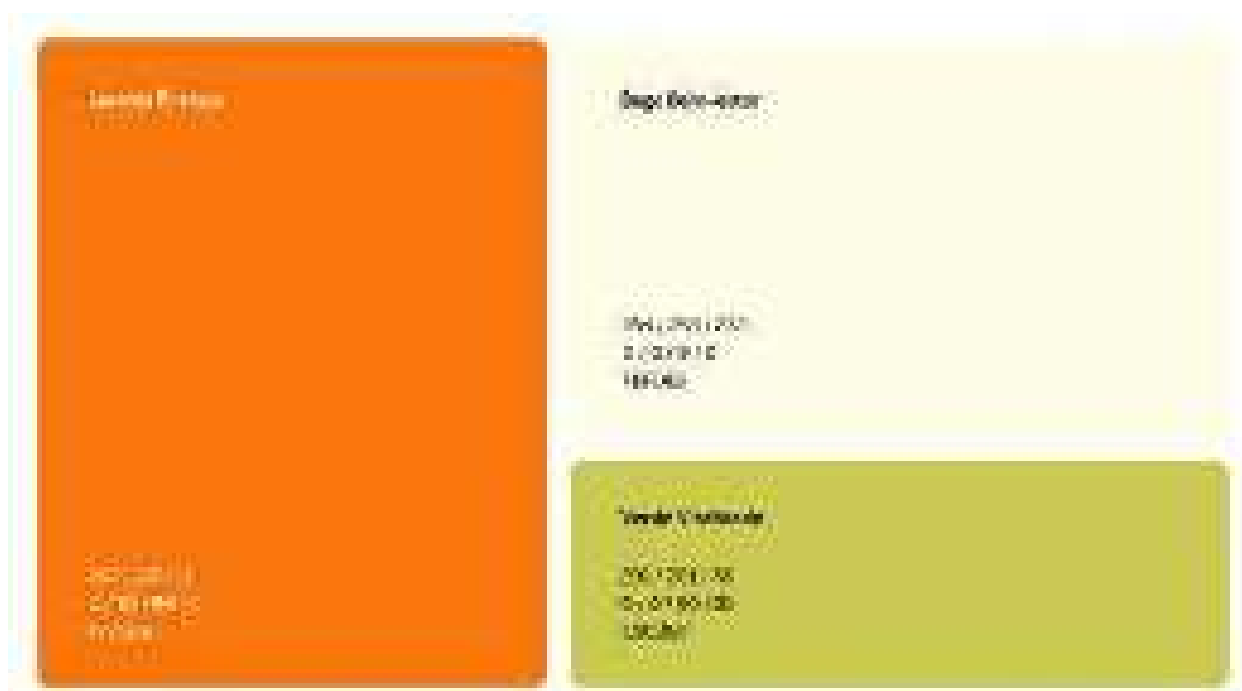


Figura 203 - Assinatura visual 2



A paleta de cores também foi pensada como um diferencial da marca. Não a desenvolvemos apenas para a identidade visual, mas também considerando como essas cores estariam presentes no ambiente físico da academia, caso ela existisse de forma real. Queríamos fugir da estética pesada e dos tons escuros, como o preto, que são comuns nesse segmento. Por isso, escolhemos três cores principais inspiradas no conceito da marca: o Verde Vitalidade (#CDD354); o Laranja Energia (#F7750B) e o Bege Bem-Estar (#FEFDE8).

Figura 204 - Paleta de cores



A tipografia do logotipo foi criada de forma personalizada. Para complementar nas peças publicitárias e demais aplicações, escolhemos duas fontes de apoio: Asterisk Sans, utilizada nos títulos por seu estilo moderno; e Mulish, aplicada nos textos corridos pela sua leveza e excelente legibilidade. Juntas, essas tipografias garantem uma comunicação visual consistente, acessível e alinhada ao público da marca.

Figura 205 - Tipografia



Figura 206 - Detalhe tipografia



A primeira peça publicitária escolhida foi em formato de *Outdoor* para divulgar o serviço, apresentando nossa empresa. A estratégia de *outdoor* foi escolhida pelo seu alto impacto visual, sendo ideal para locais com grande circulação de pessoas, como avenidas e áreas próximas a centros médicos e farmácias, pontos estratégicos onde o nosso público-alvo costuma estar presente.

Figura 207 - Peça publicitária Outdoor



Figura 208 - Aplicação em Outdoor



A segunda peça publicitária escolhida foi em formato de panfleto para divulgar nosso produto, apresentando seus benefícios. A estratégia de panfleto foi pensada para destacar o principal diferencial da marca: a suplementação personalizada. Ao apresentar diretamente o produto de forma visual e didática, conseguimos despertar o interesse imediato do público, reforçando os benefícios e exclusividades da personalização. Permite um contato direto e segmentado, além de oferecer um material que o consumidor pode levar consigo, fortalecendo o vínculo com a marca e facilitando futuras conversões.

Figura 209 - Peça publicitária panfleto



Figura 210 - Aplicação em panfleto



Figura 211 - Detalhes panfleto



Figura 212 - Aplicação postagem e story



Autoanálise

O resultado das duas peças publicitárias foi muito satisfatório e atendeu bem às estratégias de marketing pensadas para cada uma delas. Conseguimos comunicar com clareza os diferenciais da marca e alcançar os objetivos propostos. No entanto, reconhecemos que alguns aspectos visuais poderiam ter sido melhor desenvolvidos. O logotipo, por exemplo, carece de um refinamento, consequência do tempo limitado para finalização. Da mesma forma, os elementos gráficos da identidade poderiam ter sido mais explorados, com estudos e variações que agregariam mais consistência ao projeto.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste portfólio teve como principal objetivo reunir uma coletânea composta por 10 projetos acadêmicos, com a intenção de avaliar meu aprendizado, minha criatividade e minha capacidade de solucionar problemas ao longo do curso. Durante o desenvolvimento deste trabalho, foi possível refletir sobre minha trajetória acadêmica, revisar processos criativos e reconhecer a evolução das minhas habilidades técnicas e conceituais. Foram definidos ainda alguns objetivos específicos, que nortearam as decisões tomadas durante o processo de curadoria dos projetos.

O primeiro objetivo específico foi a seleção de 10 trabalhos acadêmicos que abordassem diferentes áreas do Design Gráfico. Essa escolha foi feita de forma criteriosa, trazendo para este portfólio a diversidade de áreas, técnicas, linguagens e soluções, aplicando também diferentes tipos de metodologias e aprendendo como cada projeto pode ser trabalhado de forma única dentro delas, possibilitando, adaptá-las em certas situações e aprendendo a lidar com os problemas.

O segundo objetivo consistiu na discussão sobre o processo criativo, as inspirações e as dificuldades enfrentadas em cada projeto. Essa etapa foi importante para contextualizar cada trabalho, apresentando o cenário e as problematizações que apareceram e como foi o processo até chegar na solução mais coerente. Explicar detalhadamente cada passo seguido permite ao leitor uma compreensão mais profunda das decisões tomadas durante o desenvolvimento de cada peça.

Por fim, o terceiro objetivo foi a análise crítica dos projetos, com a identificação de possíveis melhorias. Esse exercício de autoavaliação dos projetos contribuiu para evidenciar meu amadurecimento enquanto designer, revisar projetos com um olhar reflexivo e evolutivo, demonstrar o quanto podemos melhorar e aprender com os nossos erros e acertos buscando sempre aprimorar os resultados.

Concluir este portfólio representa o encerramento de uma importante etapa da minha formação acadêmica, bem como o início de uma nova fase como profissional de Design Gráfico. O processo de construção deste trabalho me proporcionou reflexões valiosas sobre minha trajetória durante o curso, olhar para trás e lembrar do quanto foi difícil o início para mim, vendo as coisas saindo do meu controle não foi nada fácil, mas que valeu a pena continuar tentando pois tudo foi se construindo aos poucos. Hoje, reúno e compartilho esses 10 projetos no qual me orgulho de mostrar, pois cada um deles me ensinou algo que levarei comigo sempre enquanto

profissional, e com isso, reforço o compromisso com a melhoria contínua das minhas habilidades. A partir daqui, sigo motivada a aplicar os aprendizados adquiridos, aprimorando meu repertório e enfrentando os novos desafios que surgirem na carreira daqui pra frente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Ticiano Vanderlei de Siqueira. **Como fotografar produtos – volume I**. Cabedelo: Edição do autor, 2022.

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

BRUNO, Maria Cristina Oliveira. **Definição de curadoria: os caminhos do enquadramento, tratamento e extroversão da herança**. Disponível em: https://www.iber museos.org/wp-content/uploads/2015/07/Unidad1Texto_Definicao-de-Curadori a.pdf. Acesso em: 12 nov. 2024.

COSTA, Joan. **Señalética Corporativa**. Barcelona: Costa Punto Com, 2007

MESTRINER, Fabio. **Design de embalagem: curso básico**. 2. ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2004.

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

PIMENTA, Matheus. **O que é portfólio? Guia completo sobre como fazer e exemplos para criar um portfólio impecável**. 20 abr. 2023. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-portfolio/#:~:text=O%20portf%C3%B3lio%20%C3%A9%20uma%20compila%C3%A7%C3%A3o,empregos%20e%20outros%20fins%20acad%C3%A3o,AAmicos>. Acesso em: 12 nov. 2024.

TRIPODI, Gabriel. **Curadoria de conteúdo: saiba o que é, a importância e como aplicar em sua estratégia de clipping**. 19 ago. 2022. Disponível em: <https://www.comunique-se.com.br/blog/curadoria-de-conteudo-clipping/#:~:text=Resumidament e%2C%20curadoria%20%C3%A9%20o%20processo,%C3%A9%20pertinente%20para%20o%20neg%C3%B3cio>. Acesso em: 12 nov. 2024.

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

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Juntada de documentos / TCC completo

Assunto:	Juntada de documentos / TCC completo
Assinado por:	Yohana Echila
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Yohana Échila Nascimento dos Santos, DISCENTE (202317010032) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO, em 16/08/2025 19:44:37.

Este documento foi armazenado no SUAP em 16/08/2025. 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: 1576727
Código de Autenticação: a064f9bfe1

