



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

**ENTRE MÉTODOS E CRIAÇÕES:
O portfólio como vitrine do designer gráfico**

MARIAH VICTÓRIA TAVARES GOMES

CABEDELO
2025

MARIAH VICTÓRIA TAVARES GOMES

**ENTRE MÉTODOS E CRIAÇÕES:
O portfólio como vitrine do designer**

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

G633e Gomes, Mariah Victória Tavares.

Entre métodos e criações: o portfólio como vitrine do designer gráfico. /
Mariah Victória Tavares Gomes. - Cabedelo, 2025.
154f. 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. Design de embalagem. 3. Fotografia de produto.
4. Design de sinalização. 5. Design editorial. 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

Mariah Victoria Tavares Gomes

ENTRE MÉTODOS E CRIAÇÕES: O portfólio como vitrine do designer

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

Aprovada em 14 de julho de 2025.

Membros da Banca Examinadora:

Prof. Dr. Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Dra. Raquel Rebouças Almeida 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 14/07/2025 14:55:22.
- **Raquel Reboucas Almeida Nicolau**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 14/07/2025 14:57:20.
- **Luciana Mendonca Dinoa Pereira**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 16/07/2025 13:58:44.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 09/07/2025. 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 734654
Verificador: aa5f56b106
Código de Autenticação:



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

AGRADECIMENTOS

A construção deste Trabalho de Conclusão de Curso não foi fruto apenas de um esforço individual, também foi do apoio de uma rede de pessoas que estiveram presentes em todos os momentos. Por isso, não poderia deixar de expressar minha gratidão às pessoas especiais que me acompanharam ao longo dessa caminhada.

Primeiramente, agradeço a Deus pela minha vida e por guiar meus passos até aqui. Agradeço aos meus pais, Aliane e Adalberto, que sempre fizeram o possível e o impossível para que eu chegasse a este momento. Se hoje tenho o prazer de escrever este agradecimento, é porque eles sempre valorizaram meus estudos, me oferecendo apoio e acolhimento sempre que necessário.

Agradeço a toda a minha família, que fez parte da minha trajetória e sempre me apoiou. Agradeço especialmente à minha prima Alycia, minha parceira de vida, que esteve sempre ao meu lado, e ao meu primo Danilo Tavares, meu espelho de vida, que foi a primeira pessoa a acreditar em mim e incentivar minha entrada no curso. Sou grata pelo apoio constante e por me ensinarem o verdadeiro significado de irmandade.

Agradeço com carinho aos meus amigos Luana, João Paulo, Adriano, Stephany, Nivian e Anyelly, pelo apoio constante ao longo da faculdade e da vida. Mesmo sem entender profundamente o assunto, sempre ouviram meus desabafos, acolheram meus projetos e me incentivaram com entusiasmo. Sou grata por cultivarmos essa amizade há tanto tempo.

Agradeço aos amigos e colegas que fiz na faculdade, pela troca de conhecimentos, parceria e companheirismo, especialmente a “Turma do Caju”: Echila, Lara Mel, Júlia Cavalcanti, João Batista, Ingrid, Gabi, Kaio, Sofia, Vitória e Lívia. Agradeço especialmente à Echila, minha parceira de faculdade, com quem compartilhei dúvidas, conquistas e muitos projetos. Sou grata pelas conversas que nos fazem respirar no meio da correria e pelas histórias que ainda vamos viver juntas. Também deixo um agradecimento especial, com muito carinho, à Lara, à Júlia e ao Thiago, presentes desde o início do curso e fundamentais no meu crescimento.

Agradeço à instituição IFPB e a todos os professores pelos ensinamentos e pelo apoio ao longo dos anos do curso. Agradeço especialmente ao meu orientador, Ticiano Alves, que foi uma calma em meio à tempestade de finalizar o TCC, tornando o processo mais leve e organizado, orientando com maestria e trazendo novos aprendizados a cada encontro.

Agradeço também àqueles que já não estão mais entre nós, mas que, de alguma forma, contribuíram para a minha trajetória. Em especial, ao meu querido primo Davison Tavares (*in memoriam*).

Por fim, agradeço a mim mesma pela coragem de escolher a área que amo, por sempre me dedicar ao máximo e por me permitir crescer e aprender ao longo do caminho.

RESUMO

O portfólio de um designer gráfico é uma coleção organizada de trabalhos que evidenciam as habilidades, competências e evolução do designer. Ele funciona como uma exposição dos projetos realizados, sendo utilizado para atrair clientes, conseguir oportunidades em empresas ou para fins acadêmicos. Este trabalho teve como objetivo a construção de um portfólio desenvolvido por Mariah Victória Tavares Gomes, composto por dez projetos acadêmicos e profissionais que englobam diferentes áreas do design. Além de realizar a curadoria dos projetos, abordar a problematização, a solução e as aplicações de cada um, o trabalho inclui uma descrição detalhada das metodologias utilizadas de forma adaptada, como: Peón (2009) aplicada em identidade visual, design social, editorial e superfície; Bonsiepe (2012) também em Identidade Visual; Mestriner (2004) em design de embalagem; Weekend Creative, adaptado por Alves (2022), em fotografia de produto; e Joan Costa (2007) em design de sinalização. O resultado consiste em um conjunto de projetos selecionados em diversas áreas, acompanhado de uma autoavaliação que evidencia tanto a evolução e as habilidades da designer quanto sua capacidade de pensamento crítico sobre a própria prática.

Palavras-Chave: Identidade visual; design de embalagem; fotografia de produtos; design de sinalização; design social; design editorial.

ABSTRACT

A graphic designer's portfolio is an organized collection of works that showcase their skills, competencies, and evolution. It serves as an exhibition of completed projects, used to attract clients, secure opportunities in companies, or for academic purposes. This work aimed to construct a portfolio developed by Mariah Victória Tavares Gomes, comprising ten academic and professional projects that encompass different areas of design. In addition to curating the projects and addressing the problem, solution, and applications of each, the work includes a detailed description of the adapted methodologies used, such as: Peón (2009) applied to visual identity, social design, editorial design, and surface design; Bonsiepe (2012) also in visual identity; Mestriner (2004) in packaging design; Weekend Creative, adapted by Alves (2022), in product photography; and Joan Costa (2007) in signage design. The result is a set of selected projects from diverse areas, accompanied by a self-assessment that highlights both the designer's evolution and skills, as well as her capacity for critical thinking about her own practice.

Keywords: *Visual identity; packaging design; product photography; signage design; social design; editorial design.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Utilização do Drip coffee.....	15
Figura 02 - Produtos da Baggio Café.....	16
Figura 03 - Brainstorm.....	16
Figura 04 - Concorrentes.....	17
Figura 05 - Painel semântico geral.....	18
Figura 06 - Painel semântico referência.....	19
Figura 07 - Esboço da embalagem.....	19
Figura 08 - Paleta de cores.....	20
Figura 09 - Tipografias.....	21
Figura 10 - Planificação da embalagem.....	22
Figura 11 - Aplicação caixa frente.....	22
Figura 12 - Aplicação frente e verso.....	23
Figura 13 - Painel semântico geral.....	26
Figura 14 - Painel semântico do público-alvo.....	26
Figura 15 - Personas.....	27
Figura 16 - Análise diacrônica.....	28
Figura 17 - Análise sincrônica.....	28
Figura 18 - Registro INPL.....	29
Figura 19 - Assinatura visual Mió.....	29
Figura 20 - Brainstorm.....	30
Figura 21 - Mapa mental.....	30
Figura 22 - Esboços logo e tipografia.....	31
Figura 23 - Assinatura visual Principal.....	32
Figura 24 - Assinatura visual versão em fundo branco e fundo escuro.....	32
Figura 25 - Redução mínima e área de proteção.....	33
Figura 26 - Variações da assinatura visual.....	33
Figura 27 - Tipografia principal.....	34
Figura 28 - Tipografia secundária.....	34
Figura 29 - Paleta de cor.....	35
Figura 30 - Pattern.....	36
Figura 32 - Aplicação em sacola.....	37
Figura 33 - Aplicação em cartão de visita.....	37
Figura 34 - Aplicação em embalagem.....	38
Figura 35 - Aplicação em post.....	38
Figura 36 - Aplicação em site.....	39
Figura 37 - Manual de identidade.....	39
Figura 38 - Brainstorm.....	42
Figura 39 - Painel semântico.....	42
Figura 40 - Geração de alternativas.....	43
Figura 41 - Alternativas geradas.....	43
Figura 42 - Assinatura visual principal.....	44
Figura 43 - Assinatura visual vertical e horizontal em fundo branco e fundo escuro.....	44

Figura 44 - Tipografias.....	45
Figura 45 - Paleta de cores.....	46
Figura 46 - Pattern.....	46
Figura 47 - Aplicação na etiqueta e no adesivo.....	47
Figura 48 - Aplicação da padronagem.....	47
Figura 49 - Aplicação na embalagem.....	47
Figura 50 - Brainstorm.....	50
Figura 51 - Painel semântico.....	50
Figura 52 - Geração de ideias.....	51
Figura 53 - Construção do símbolo.....	52
Figura 54 - Assinatura visual versão vertical fundo branco e fundo escuro.....	52
Figura 55 - Assinatura visual versão horizontal fundo branco e fundo escuro.....	52
Figura 56 - Assinatura visual Principal.....	53
Figura 57 - Variação da assinatura visual.....	53
Figura 58 - Tipografias.....	54
Figura 59 - Paleta de cores.....	54
Figura 60 - Aplicação Assinatura visual.....	55
Figura 61 - Aplicação cartão de visita.....	55
Figura 62 - Aplicação materiais institucionais.....	56
Figura 63 - Aplicação em outdoor.....	56
Figura 64 - Brainstorm.....	59
Figura 65 - Brainstorm digital.....	59
Figura 66 - Painel semântico do conceito.....	60
Figura 67 - Painel semântico do estilo gráfico.....	60
Figura 68 - Esboços da assinatura.....	61
Figura 69 - Painel Semântico do personagem.....	62
Figura 70 - Esboços do personagem.....	62
Figura 71 - Assinatura visual principal do Pulse 2024.....	63
Figura 72 - Assinatura visual do Pulse 2024 em fundo branco e fundo escuro.....	64
Figura 73 - Área de proteção, grid e redução mínima.....	64
Figura 74 - Variação da assinatura visual.....	65
Figura 75 - Tipografia de apoio.....	65
Figura 76- Paleta de cor.....	66
Figura 77 - Padronagem do Pulse 2024.....	66
Figura 78 - Personagem do Pulse 2024.....	67
Figura 79- Aplicação camisa Pulse 2024.....	67
Figura 80 - Aplicação cartazes Pulse 2024.....	68
Figura 81 - Aplicação postagens Pulse 2024.....	68
Figura 82 - Aplicação certificado Pulse 2024.....	69
Figura 83 - Aplicação ecobag Pulse 2024.....	69
Figura 84 - Painel semântico.....	72
Figura 85 - Geração de alternativas.....	73
Figura 86 - Testes cartazes.....	74
Figura 87 - Desenhos impressos (materiais).....	75

Figura 88 - Assinatura fundo branco e fundo preto.....	76
Figura 89 - Variações da assinatura.....	76
Figura 90 - Paleta de cor.....	77
Figura 91 - Tipografia.....	78
Figura 92 - Elementos desenvolvidos.....	78
Figura 93 - Aplicação em camisa.....	79
Figura 94 - Aplicação em crachá e caderno.....	79
Figura 95 - Aplicação em botton.....	80
Figura 96 -Aplicação em boné e chaveiro.....	80
Figura 97 - Aplicação em caderno.....	81
Figura 98 - Aplicação em caneca e bolsas.....	81
Figura 99 - Aplicação em cartaz.....	82
Figura 100 - Aplicação em post.....	83
Figura 101 - Imagens Oficina.....	83
Figura 102 - Imagens Oficina 2.....	84
Figura 103 - Imagens Oficina 3.....	84
Figura 104 - Imagens Oficina 4.....	85
Figura 105 - Imagens Oficina 5.....	85
Figura 106 - Imagens do dia da entrevista.....	88
Figura 107 - Gráfico de pizza da pesquisa.....	88
Figura 108 - Espelho do projeto.....	89
Figura 109 - Painel semântico dos personagens.....	90
Figura 110 - Esboços digitais das cenas.....	91
Figura 111 - Painel semântico das vetorizações.....	91
Figura 112 - Parte das vetorizações.....	92
Figura 113 - Grid e margens do guia.....	92
Figura 114 - Protótipo do miolo do guia.....	93
Figura 115 - Testes.....	93
Figura 116- Capa e contracapa do guia.....	94
Figura 117- Apresentação dos personagens.....	94
Figura 118 - Paleta de cores.....	95
Figura 119 - Tipografias.....	96
Figura 120 - Fotografia do Guia frente e verso.....	96
Figura 121 - Fotografia do Guia.....	97
Figura 122 - Fotografia do Guia 2.....	97
Figura 123 - Fotografia do guia 3.....	98
Figura 124 - Fotografia do Guia 4.....	98
Figura 125 - Aplicação do guia.....	99
Figura 126 - Brainstorm digital.....	101
Figura 127 - Brainstorm 1.....	102
Figura 128 - Brainstorm 2.....	102
Figura 129 - Brainstorm 3.....	103
Figura 130 - Brainstorm digital.....	103
Figura 131 - Painel semântico.....	104

Figura 132 - Capa do shootplan.....	104
Figura 133 - Marca e produto.....	105
Figura 134 - Visão geral.....	105
Figura 135 - Estudo da marca e do produto.....	106
Figura 136 - Moodboard.....	106
Figura 137 - Protótipo com descrição 1.....	107
Figura 138 - Protótipo com descrição 2.....	107
Figura 139 - Protótipo com descrição 3.....	108
Figura 140 - Protótipo com descrição 4.....	108
Figura 141 - Protótipo com descrição 5.....	109
Figura 142 - Protótipo com descrição 6.....	109
Figura 143 - Protótipo com descrição 7.....	110
Figura 144 - Fotografias sem edição.....	110
Figura 145 - Resultado 1.....	112
Figura 146 - Aplicação da imagem para rede social 1.....	112
Figura 147 - Resultado 3.....	113
Figura 148 - Detalhes da imagem 4.....	113
Figura 149 - Aplicação da imagem para rede social 2.....	114
Figura 150 - Resultado 5.....	114
Figura 151 -Resultado 6.....	115
Figura 152 - Resultado 7.....	115
Figura 153 - Votação dos animais.....	118
Figura 154 - Painel semântico geral.....	119
Figura 155 - Painel semântico ilustração.....	119
Figura 158 - Ilustração Ararinha Azul.....	121
Figura 159 - Ilustração Sagui-de-tufo-branco.....	121
Figura 160 - Ilustração Capivara.....	122
Figura 161 - Ilustração Paca.....	122
Figura 162 - Nome da coleção.....	123
Figura 163 - Paleta de cor.....	123
Figura 164 - Estampa localizada.....	124
Figura 165 - Estampa Contínua.....	124
Figura 166 - Peças Gráficas.....	125
Figura 167 - Peças confeccionadas.....	126
Figura 168 - Aplicação conjunto de manga longa.....	126
Figura 169 -Aplicação jogo de cama.....	127
Figura 170 - Aplicação Almofadas.....	127
Figura 171 - Aplicação jogo de cama 2.....	128
Figura 172 - Aplicação conjunto manga curta.....	128
Figura 173 - Aplicação travesseiro de pescoço.....	129
Figura 174 - Aplicação colcha, almofada e meia.....	129
Figura 175 - Aplicação tapa olho.....	130
Figura 176 - Usina Cultural Energisa.....	132
Figura 177 - Identidade do Grupo Energisa e Usina.....	132

Figura 178 - Problemas da Usina 1.....	133
Figura 179 - Problemas da Usina 2.....	133
Figura 180 - Análise de Fluxo.....	134
Figura 181 - Mapeamento dos sinais.....	134
Figura 182 - Mapa ilustrado.....	135
Figura 183 - Painel semântico.....	135
Figura 184 - Tabela de Sistema Básico de códigos e Sinais.....	136
Figura 185 - Tipografia.....	137
Figura 186 - Pictogramas.....	137
Figura 187 - Paleta de cor.....	138
Figura 188 - Modelos e proporções.....	138
Figura 189 - Modelos e proporções 2.....	139
Figura 190 - Modelos e proporções 3.....	139
Figura 191 - Vistas cotadas.....	140
Figura 192 - Vistas cotadas 2.....	140
Figura 193 - Vistas cotadas 3.....	141
Figura 194 - Vistas cotadas 4.....	141
Figura 195 - Vistas cotadas 5.....	142
Figura 196 - Vistas cotadas 7.....	143
Figura 197 - Vistas cotadas 8.....	143
Figura 198 - Vistas cotadas 9.....	144
Figura 199 - Vistas cotadas 10.....	144
Figura 200 - Vistas cotadas 11.....	145
Figura 201 - Vistas cotadas 12.....	145
Figura 202 - Vistas cotadas 13.....	146
Figura 203 - Placa indicativa entrada principal.....	146
Figura 204 - Placa operacional e placa indicativa entrada de pedestre.....	147
Figura 205 - Placa indicativa salas.....	147
Figura 206 - Placa indicativa banheiro e lanchonete.....	148
Figura 207 - Placas regulamentadoras.....	148
Figura 208 - Placa direcional e orientativa.....	149

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	8
2. METODOLOGIA.....	10
3. PORTFÓLIO DE PROJETOS.....	14
3.1. Design de Embalagem.....	14
3.1.1. Honey Red - Design de embalagem para drip coffee, 2023.....	14
3.2. Identidade Visual.....	25
3.2.1 iumê - Projeto de identidade visual, 2023.....	25
3.2.2 Tulipa Store - Projeto de identidade visual, 2024.....	41
3.2.3 Danilo Tavares - Projeto de identidade visual, 2024.....	49
3.2.4 Pulse - Projeto de identidade visual, 2024.....	58
3.3 Design Social.....	71
3.3.1 Artes Visuais e Inclusão - Projeto de Design Social, 2024.....	71
3.3.2 Guia de Sobrevivência ao celular: Aprenda o básico - Projeto de Design Social, 2024.....	87
3.4 Fotografia de produto.....	100
3.4.1 Corona Extra - Projeto de fotografia de produto, 2024.....	100
3.5 Design de superfície.....	117
3.5.1 Soninho Nordeste - Projeto de design de superfície, 2024.....	117
3.6 Design de Sinalização.....	131
3.6.1 Usina Cultural Energisa - Projeto de Design de Sinalização, 2024.....	131
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	150
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	152
6. ANEXOS.....	153

1. APRESENTAÇÃO

O curso de Tecnologia em Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba (IFPB), Campus Cabedelo, reconhece o portfólio como uma forma válida de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), sendo, portanto, um requisito para a graduação. A designer gráfica Mariah Victória optou por essa categoria, na qual demonstrou a evolução de suas habilidades como estudante de design gráfico, por meio de dez projetos que incluem tanto trabalhos desenvolvidos ao longo do curso quanto experiências profissionais como *freelancer*.

Segundo Alvarenga e Araújo (2006), o portfólio é um recurso de avaliação que enfatiza as habilidades, atitudes e experiências em determinado período. Diante disso, a criação de um portfólio mostrou-se essencial para que a designer gráfica pudesse se destacar no mercado profissional, funcionando como uma vitrine de suas competências. Além disso, o portfólio revelou-se imprescindível não apenas para profissionais criativos, mas também para que o público pudesse apreciar e compreender todo o processo de construção de soluções visuais, desde a identificação dos problemas até a apresentação dos resultados finais e suas aplicações.

Na seleção dos dez projetos foi adotado o processo de curadoria. De acordo com Bruno (2011, p. 2-3),

cabe sublinhar que a origem das ações curatoriais carrega em sua essência as atitudes de observar, coletar, tratar e guardar que, ao mesmo tempo, implicam em procedimentos de controlar, organizar e administrar.

Portanto, a curadoria foi essencial na construção do portfólio, pois garantiu que os projetos selecionados representassem com precisão as habilidades desenvolvidas pela designer. Com base nessa perspectiva, foram definidos critérios específicos para a seleção dos projetos que compõem o portfólio, considerando, em ordem de prioridade: a diversidade de temáticas, a afinidade e satisfação da designer com os projetos e, por fim, o grau de complexidade de cada um.

O portfólio foi composto por oito projetos acadêmicos e dois projetos externos, distribuídos da seguinte forma: quatro de identidade visual, dois de design social — sendo um em conjunto com design editorial —, um de design de embalagem, um de fotografia de produto, um de design de superfície e um de design de sinalização.

Por abranger diferentes áreas, os projetos foram desenvolvidos com metodologias específicas de cada campo, aplicadas de forma adaptada. Uma exceção são os projetos de design editorial, social e de superfície, que utilizaram a metodologia de Peón (2009), também adaptada às demandas específicas de cada proposta. Nos projetos de identidade visual, foram aplicadas duas metodologias: a de Peón (2009), utilizada em mais de um caso, e a de Bonsiepe (2012), empregada em um único projeto. Para o design de embalagem, utilizou-se a metodologia de Mestriner (2004), enquanto a fotografia de produtos seguiu o método *Weekend Creative*, adaptado por Alves (2022). Na criação do sistema de sinalização, foi adotada a metodologia de Joan Costa (2007).

Os projetos foram organizados em seções conforme a ordem cronológica da grade curricular do curso e, dentro de cada seção, seguem também uma ordem cronológica de execução, com o objetivo de evidenciar a evolução da designer em cada área. Dessa forma, para esclarecer o processo de construção de cada projeto escolhido, o portfólio foi estruturado com a descrição das seguintes etapas: problematização, metodologia utilizada, apresentação do processo criativo, solução desenvolvida e, por fim, aplicações no segmento do projeto. Além disso, ao final de cada projeto, foi realizada uma autoanálise, destacando possíveis propostas de melhorias.

Os projetos apresentados neste trabalho estão disponíveis na plataforma Behance, acessível por meio do seguinte link: [Mariah Victória :: Behance](#).

2. METODOLOGIA

As metodologias aplicadas na construção dos projetos foram adaptadas pela autora conforme as particularidades de cada caso, resultando na definição das soluções adotadas.

Maria Luísa Peón (2009), com sua sólida experiência em identidade visual, desenvolveu um guia para a projeção de sistema de identidade visual. Em suma, sua metodologia é composta por etapas objetivas e concisas, garantindo diagnósticos, avaliação e planejamento essenciais para o desenvolvimento de uma identidade visual. O processo metodológico proposto por Peón divide-se em três grandes partes: problematização, concepção e especificação. Essa metodologia também foi utilizada nas áreas de design editorial e design social, porém foi adaptada para atender as necessidades específicas de cada projeto.

Figura 1 - Fluxograma do processo do projeto



Fonte: De autoria própria

Gui Bonsiepe (2012), uma referência em design industrial e comunicação visual, criou uma metodologia a qual orienta o processo de design de produtos, porém, esse método também foi adaptado em um dos projetos de Mariah Victória para ser aplicado no processo de criação de identidade visual. Sua técnica consiste em cinco fases: problematização, análise (sincrônica e diacrônica), definição do problema, anteprojeto e projeto.

Figura 2 - Fluxograma do processo do projeto



Fonte: De autoria própria

Por sua vez, Fábio Mestriner (2004), designer brasileiro especialista em design e inteligência de embalagem, desenvolveu um método que visa organizar e instrumentalizar, por meio de um roteiro, o desenvolvimento de embalagens mais funcionais e eficazes. A abordagem de Mestriner destaca a importância em atender as funcionalidades da embalagem de forma criativa e eficaz. Essa metodologia está organizada sistematicamente em cinco passos sequenciais: briefing, estudo de campo, estratégia de design, desenho e a implantação do projeto.

Figura 3 - Fluxograma do processo do projeto



Fonte: De autoria própria

Além disso, as designers norte-americanas Arabela e Elle, proprietárias da empresa *Weekend Creative Studio*, desenvolveram uma metodologia mais extensa que inclui técnicas de diferentes áreas do design gráfico ao mundo da fotografia de produtos. Alves (2022) adaptou essa metodologia para alunos do curso de Design e denomina-a como Método *Weekend Creative*, contendo as seguintes etapas: seleção do produto (utilizada apenas no

curso), pesquisa do produto, *brainstorm*, *shootplan*, execução do *shootplan*, pós-produção e entrega das imagens.

Figura 4 - Fluxograma do processo do projeto



Fonte: De autoria própria

Por fim, Joan Costa (2007), autor e professor reconhecido internacionalmente por suas contribuições nas áreas de comunicação visual, design estratégico e sinalética, propôs uma metodologia para a criação de sistemas de sinalização que valoriza a funcionalidade e integra o design às necessidades específicas do espaço e de seus usuários. Trata-se de uma abordagem prática, sistemática e estratégica, que valoriza o uso de símbolos claros, um sistema visual coeso e informações organizadas com boa visibilidade e hierarquia. O método completo é composto por seis etapas, das quais foram utilizadas apenas cinco: coleta de informações, projeto do sistema, sistema básico de códigos e sinais, design gráfico e especificações técnicas.

Figura 5 - Fluxograma do processo do projeto



Fonte: De autoria própria

3. PORTFÓLIO DE PROJETOS

3.1. Design de Embalagem

3.1.1. Honey Red - Design de embalagem para drip coffee, 2023

Categoria: Design de embalagem

Disciplina: Design de embalagem

Semestre: 2023.1

Temática: *Drip coffee*

Metodologia: Fabio Mestriner

Membros da equipe: Devid Almeida, Mariah Victória e Thiago Morais

Problematização

O projeto foi desenvolvido na disciplina de Design de Embalagem, conduzida pela Professora Anália Adriana, no primeiro período do curso. A proposta da disciplina é apresentar os fundamentos teóricos e práticos relacionados à criação e ao desenvolvimento de embalagens. Para este exercício, os alunos foram desafiados a elaborar uma embalagem de *Drip Coffee* com sabor frutado e notas sensoriais de frutas vermelhas, caramelo, mel e chocolate, podendo escolher uma marca de café existente ou criar uma nova para o produto.

Além do perfil sensorial, outras características do café também foram disponibilizadas e deveriam ser representadas na embalagem. Era necessário ainda incluir informações técnicas, como a descrição do produto, número do lote, data de validade, conteúdo líquido e canal de atendimento ao consumidor (SAC). O desenvolvimento do projeto foi realizado em equipe, seguindo de forma adaptada a metodologia de Fábio Mestriner (2004).

O *Drip Coffee*, também conhecido como café de bolso, é uma versão individual e prática do café coado, apresentada em sachês. Cada sachê possui um pequeno filtro de papel com café moído e suportes laterais que permitem encaixá-lo diretamente nas bordas de uma xícara ou copo, funcionando como um mini coador pronto para uso.

Para esse projeto, a equipe optou por trabalhar com uma marca que ainda não incluía o *Drip Coffee* em sua linha de produtos, com o objetivo de promover inovação à marca. Com base nessa decisão, foi escolhida a Baggio Café, empresa brasileira fundada pelo italiano Senhor Salvatore Baggio.

Figura 01 - Utilização do *Drip coffee*

Fonte: Site oficial Moka Clube

Briefing

Nesta etapa inicial, denominada *briefing*, são levantadas informações fundamentais para orientar o desenvolvimento do projeto. A pesquisa sobre a marca selecionada evidenciou um posicionamento focado na excelência dos grãos e na valorização da experiência sensorial do consumidor. Combinando tradição e inovação, a Baggio Cafés se destaca como uma marca visionária, sendo uma das pioneiras tanto na produção de cafés aromatizados quanto na introdução de cápsulas no mercado, mantendo um minucioso processo de torrefação 100% próprio.

O público-alvo da Baggio Cafés é composto por consumidores que apreciam cafés especiais, com perfil exigente e interesse por experiências sensoriais diferenciadas. A marca se comunica principalmente com adultos entre 25 e 50 anos, das classes A e B, que valorizam produtos artesanais e de alta qualidade.

Estudo de campo

No estudo de campo, foi realizada uma pesquisa com o objetivo de compreender o contexto em que o produto está inserido, por meio da análise de marcas concorrentes. Observou-se uma notável uniformidade nas embalagens disponíveis no mercado. Em geral, as marcas adotam um *design clean*, com a parte frontal da embalagem seguindo um *layout* simétrico e organizado. A composição costuma apresentar a assinatura visual na parte superior, seguida pelo nome do café e/ou seu tipo (como arábica ou especial), além de informações complementares.

As embalagens analisadas também costumam expor representações visuais do produto em uso, seja por meio de ilustrações ou fotografias do sachê posicionado na xícara. Quando há grafismos, estes são aplicados de forma pontual, geralmente com formas estilizadas, geométricas ou abstratas. É comum ainda a presença de ícones simples e ilustrativos que explicam o modo de preparo do *Drip Coffee* em etapas visuais. Quanto às cores, predominam tons neutros como branco, preto, bege e cinza, além de tonalidades terrosas ou uso do papel kraft.

Figura 04 - Concorrentes



Fonte: De autoria própria

Figura 06 - Painel semântico referência

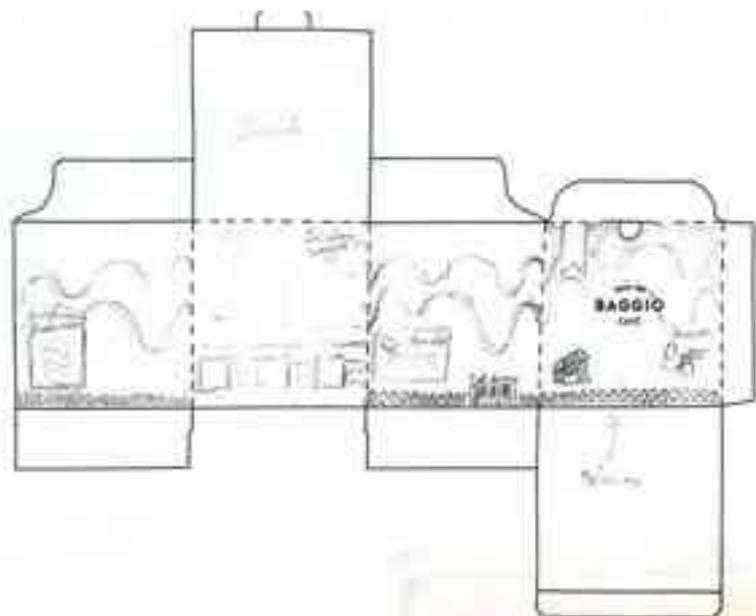


Fonte: Compilação da autora

Desenho

Nesta etapa, foi desenvolvido um esboço inicial que serviu de base para testar a disposição dos elementos visuais no *layout*, em conformidade com as diretrizes previamente estabelecidas. Após análises e ajustes realizados em conjunto pela equipe, chegou-se à versão final da proposta de design.

Figura 07 - Esboço da embalagem



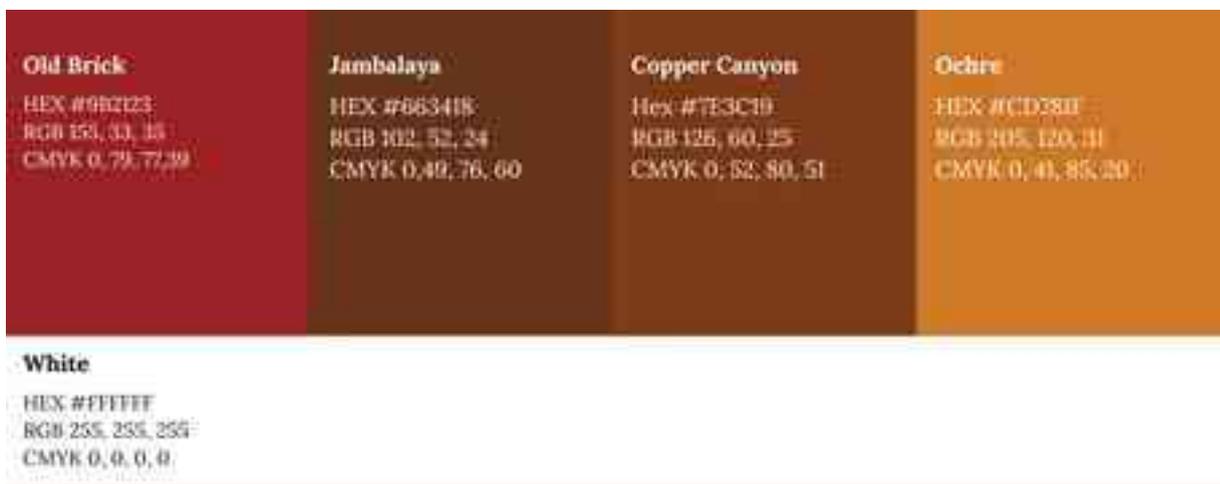
Fonte: De autoria própria

Implementação

A fase de implementação, última etapa da metodologia, contempla a prototipação e a inserção do produto no mercado. No entanto, por se tratar de um projeto acadêmico, a aplicação comercial não foi realizada. Ainda assim, a embalagem foi impressa e montada como protótipo para apresentação em sala de aula, representando a proposta desenvolvida. A solução visual buscou equilibrar elementos tradicionais e contemporâneos, destacando o sabor frutado e as notas sensoriais do produto.

Na paleta cromática, optou-se por tonalidades quentes que reforçam a doçura e a sofisticação do produto. A composição, selecionada com base nos ingredientes presentes nas notas do café, inclui o vermelho *Old Brick* (#9B2123), o marrom *Jambalaya* (#663418), o marrom *Copper Canyon* (#7E3C19) e o caramelo *Ochre* (#CD781F). O vermelho estabelece uma relação com as frutas vermelhas presentes no perfil sensorial, conferindo um toque de elegância. Os tons de marrom representam o chocolate, evocando sensações de aconchego e estabilidade. Já o caramelo, que remete às notas de mel e caramelo do café, reforçando a ideia de doçura e sofisticação.

Figura 08 - Paleta de cores



Fonte: De autoria própria

Neste projeto, as famílias tipográficas foram escolhidas com base na hierarquia da informação e na identidade visual desejada. A fonte Source Code Variable foi aplicada na maior parte dos textos por sua boa legibilidade e aparência contemporânea. A Times New Roman e a Yu Gothic UI foram utilizadas em informações secundárias e técnicas — como peso líquido, características do café e dados do SAC — oferecendo um contraste equilibrado

entre o clássico e o funcional. Para o nome do produto, optou-se pela Eras Demi ITC, uma fonte com traços marcantes e personalidade única, conferindo destaque e reforçando a singularidade da linha.

Figura 09 - Tipografias



Fonte: De autoria própria

Para o design da embalagem, foi desenvolvida uma padronagem de bolinhas inspirada em um estilo já utilizado pela Baggio Cafés, aplicada na parte inferior de toda a embalagem. Na parte superior, contornando toda a embalagem, foi inserido um elemento gráfico fluido que remete visualmente a uma calda de chocolate e caramelo, reforçando as notas sensoriais do produto.

Na parte frontal da embalagem estão dispostas as informações mais relevantes, como a assinatura visual, o nome do produto, a quantidade, o peso líquido e o sabor. No verso, encontram-se os dados complementares, incluindo um texto descritivo sobre o produto, informações sobre premiações da marca e uma tabela com as características sensoriais do café. Em uma das laterais foram organizadas as instruções de preparo e armazenamento, enquanto a outra reúne informações técnicas, como lote, data de fabricação, dados de contato, endereço da empresa e código de barras.

Figura 10 - Planificação da embalagem



Fonte: De autoria própria

Além do protótipo físico, o grupo utilizou *mockups* para representar visualmente a aplicação da embalagem e simular o resultado final.

Figura 11 - Aplicação caixa frente



Fonte: De autoria própria

Figura 12 - Aplicação frente e verso



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

Este projeto atendeu às demandas propostas, resultando em uma solução que dialoga com os objetivos definidos pelo grupo. Contudo, ao analisar o trabalho após dois anos de sua realização, torna-se possível identificar aspectos que poderiam ser aprimorados, considerando a evolução do olhar crítico e técnico da aluna.

Um dos pontos observados refere-se à padronização do traço e à coerência visual entre os elementos vetorizados, como a ilustração da xícara e os ícones representando os sabores na parte frontal da embalagem. Esses elementos poderiam apresentar um estilo mais uniforme, contribuindo para uma identidade visual mais harmônica e coesa.

Além disso, ao montar fisicamente a embalagem, foi notado que o elemento gráfico que simula uma calda de chocolate e caramelo — e que percorre toda a parte superior — não se encontra corretamente nas extremidades. Esse desalinhamento compromete a continuidade visual proposta. Também se observou que a forma ondulada do gráfico ocupa um espaço expressivo e acaba competindo com as informações textuais. Assim, recomenda-se que esse elemento seja redesenhado de maneira mais sutil e elegante, respeitando melhor a hierarquia das informações.

Outro aspecto a ser melhorado é o uso das tipografias. A embalagem utiliza diversas famílias tipográficas sem uma hierarquia bem definida, o que resulta em certa poluição visual. Como uma das propostas de melhoria, sugere-se reduzir o número de fontes para, no máximo, três, visando maior legibilidade e uma organização visual mais eficiente. Em complemento, a diagramação também poderia ser revisada, com maior aproveitamento de áreas em branco e espaçamentos mais adequados entre os blocos de informação, sobretudo na frente da embalagem.

Por fim, este projeto proporcionou à autora não apenas o aprendizado técnico relacionado ao design de embalagem, mas também a valiosa experiência de acompanhar o processo completo — da concepção visual à materialização do protótipo físico — reforçando a importância do planejamento, da atenção aos detalhes e da coerência entre forma e conteúdo.

3.2. Identidade Visual

3.2.1 iumê - Projeto de identidade visual, 2023

Categorias: Identidade visual

Disciplina: Identidade Visual, Teoria e História do Design, Editoração, Tipografia e Análise Gráfica

Semestre: 2023.2

Temática: Artesãos Paraibanos

Metodologia: Gui Bonsiepe

Membros da equipe: Júlia Cavalcanti, Lara Mel, Mariah Victória e Yohana Gondim

Problematização

Este trabalho foi desenvolvido como parte de um projeto interdisciplinar no segundo período do curso, envolvendo as disciplinas de Identidade Visual, Teoria e História do Design, Editoração, Tipografia e Análise Gráfica. A atividade foi orientada principalmente pela disciplina de Identidade Visual, ministrada pela Professora Suellen Albuquerque, que tem como objetivo promover o desenvolvimento de habilidades e conhecimentos voltados à construção de Identidades Estratégicas de Marca. A proposta principal consistiu na criação de um redesign da identidade visual de um artesão paraibano.

Ao longo do desenvolvimento do projeto, cada disciplina propôs contribuições específicas — como a realização de análises diacrônica e sincrônica, a criação de uma tipografia autoral, o desenvolvimento de peças de comunicação visual e a diagramação do manual de identidade. O trabalho foi realizado em grupo, com base em uma adaptação da metodologia de Gui Bonsiepe (2012), originalmente voltada ao design de produtos, que foi aplicada ao contexto do design de identidade visual, com base nas suas cinco fases.

Para este projeto, a equipe escolheu trabalhar com a Mió Ateliê, nome original do ateliê da artesã paraibana Estrela. O empreendimento é dedicado à criação de diversos acessórios e peças decorativas, utilizando a técnica manual do macramê. Essa técnica milenar baseia-se no entrelaçamento de fios por meio de nós, possibilitando a criação de tramas geométricas, franjas e uma ampla variedade de composições decorativas, sem a necessidade de agulhas ou máquinas. O trabalho desenvolvido por Estrela expressa um compromisso com a tradição artesanal e se destaca pela originalidade e delicadeza das peças produzidas.

A marca selecionada pelo grupo para o redesign enfrenta desafios relacionados à sua comunicação visual e ao reconhecimento no mercado. Após a seleção da Mió Ateliê, foi realizado um *briefing* com a artesã, com o intuito de reunir informações essenciais que guiaram todo o desenvolvimento do projeto.

Análise

Nesta etapa, foram desenvolvidos dois painéis semânticos com o objetivo de orientar o projeto. O primeiro reúne uma seleção de imagens que representam visualmente a identidade da marca, enquanto o segundo apresenta referências visuais que ilustram o público-alvo idealizado. Com base na análise do *briefing*, foram criadas duas personas, que auxiliaram significativamente para a construção do projeto.

Figura 13 - Painel semântico geral



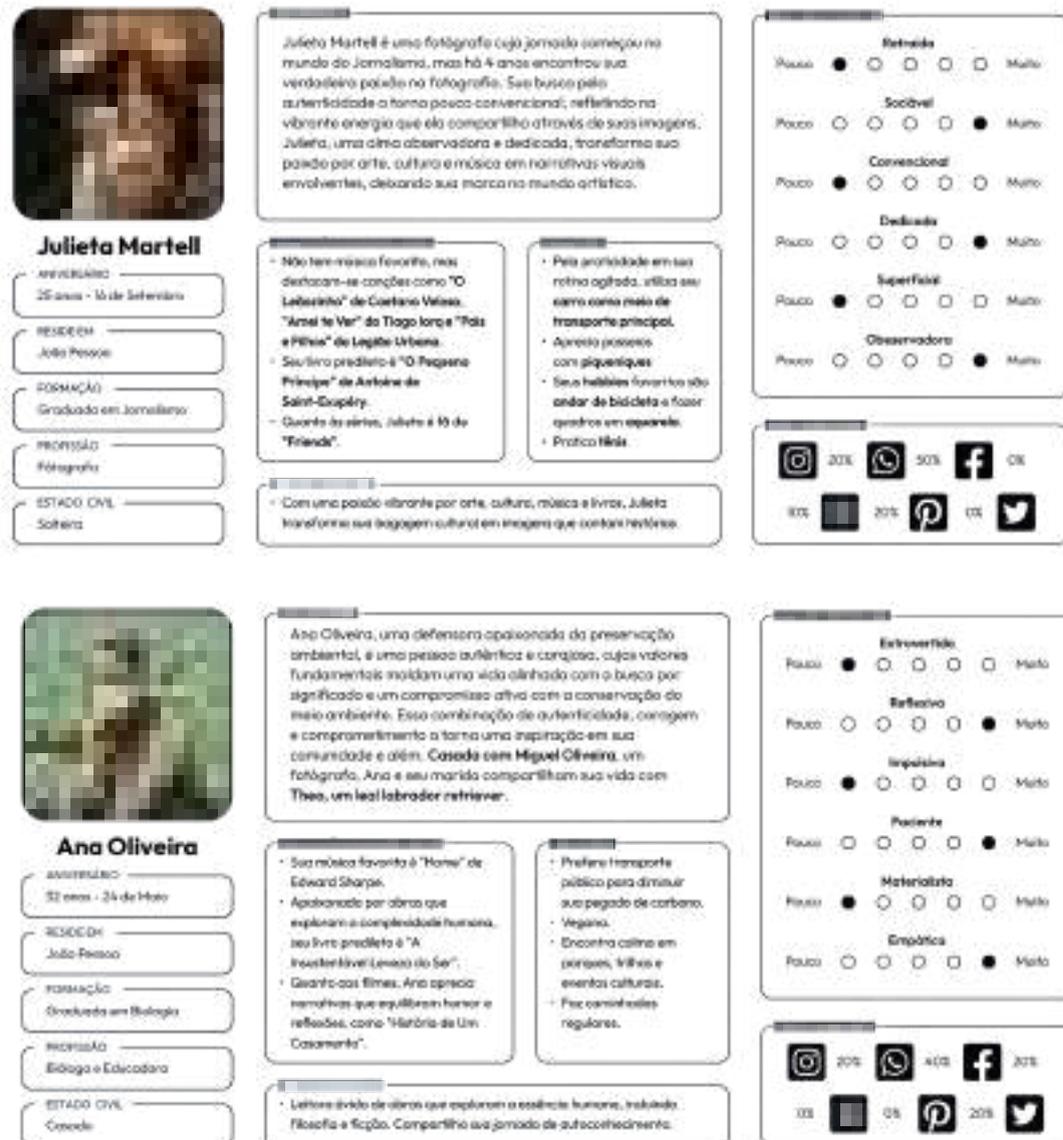
Fonte: De autoria própria

Figura 14 - Painel semântico do público-alvo



Fonte: De autoria própria

Figura 15 - Personas



Fonte: De autoria própria

Durante essa etapa, foi realizada uma análise detalhada para entender o contexto em que a marca está inserida, considerando tanto sua trajetória quanto a atuação dos concorrentes. Para isso, foram realizadas duas análises: a diacrônica e a sincrônica. A análise diacrônica examinou toda a trajetória do empreendimento, destacando sua evolução e as mudanças que ocorreram ao longo do tempo. Já a análise sincrônica, focou no contexto atual da marca, comparando-a com outras marcas do mesmo segmento, identificando semelhanças e distinções. A análise dos concorrentes considerou diversos aspectos, como logo, nome, histórico, produtos comercializados, formas presentes na assinatura visual, cores, tipografia, estrutura e legibilidade.

Figura 16 - Análise diacrônica



Fonte: De autoria própria

Figura 17 - Análise sincrônica

Marcas:					
Nome	Estúdio Massunim	Nós de nós	Decora com nós	Nós de Sol	Meus nós de macramê
Início	2018	2019	2019	2020	2023
Produtos vendidos	Peças decorativas e acessórios em macramê, além de bordados em tecido de algodão	Peças decorativas, acessórios (bolsas, tiaras, brincos...) e roupas em macramê	Somente peças decorativas em macramê (vasos, cadeiras, suporte, bancos, painéis...)	Peças decorativas e acessórios em macramê, além de mandalas em crochê	Somente peças decorativas em macramê (tapete, parede, suporte de plantas...)
Forma	Utilização de elemento gráfico em formato de concha, acompanhado de uma linha de rubrica	Utilização de formas geométricas e orgânicas que faz referência ao nó do macramê, uso da simetria	Utilização de formas formando um nó, com simetria	Utilização do elemento visual referente à uma mandala ao fundo	Utilização de elemento gráfico que representa um nó no meio tipografia
Cores (paleta de cores completa)	Utilização do preto, laranja e branco	Utilização de branco, preto, bege e marrom	Utilização de marrom, bege, branco e rosa claro	Utilização de tons de laranja e branco	Utilização de bege e branco e azul claro
Tipografia	Utilização de fonte manuscrita	Utilização de fonte caligráfica	Utilização de fonte sem serifa, em caixa alta	Utilização de fonte caligráfica	Utilização de fonte sem serifa e em caixa alta, junto a fonte caligráfica
Legibilidade	Dificuldade na legibilidade, por causa da fonte fina	Pela caligrafia ser muito fina, a legibilidade é baixa	A marca consegue ter uma boa leitura	Por ter uma tipografia caligráfica e fina, a legibilidade é baixa	Legibilidade baixa por ter letras finas e uso da cor clara
Estrutura	Mista (tipografia e símbolo)	Mista (tipografia e símbolo)	Mista (tipografia e símbolo)	Mista (tipografia e símbolo)	Mista (tipografia e símbolo)

Fonte: De autoria própria

Definição do problema

Após a análise da marca, dois problemas foram identificados em relação ao nome utilizado no ateliê de Estrela. O primeiro refere-se à associação equivocada com outra marca já existente em João Pessoa, a “Mió do Sertão”. Apesar de atuarem em segmentos distintos, a semelhança entre os nomes gerava confusão no público. O segundo problema está relacionado a possíveis impedimentos legais para o registro da marca, uma vez que já existem outras marcas com o nome “Mió” registradas na mesma classe.

Figura 18 - Registro INPI



Fonte: De autoria própria

Além disso, a marca escolhida apresenta dificuldade na leitura de sua assinatura visual. As letras, com formas estilizadas, dificultam a compreensão imediata do nome, especialmente para aqueles que o veem pela primeira vez.

Figura 19 - Assinatura visual Mió

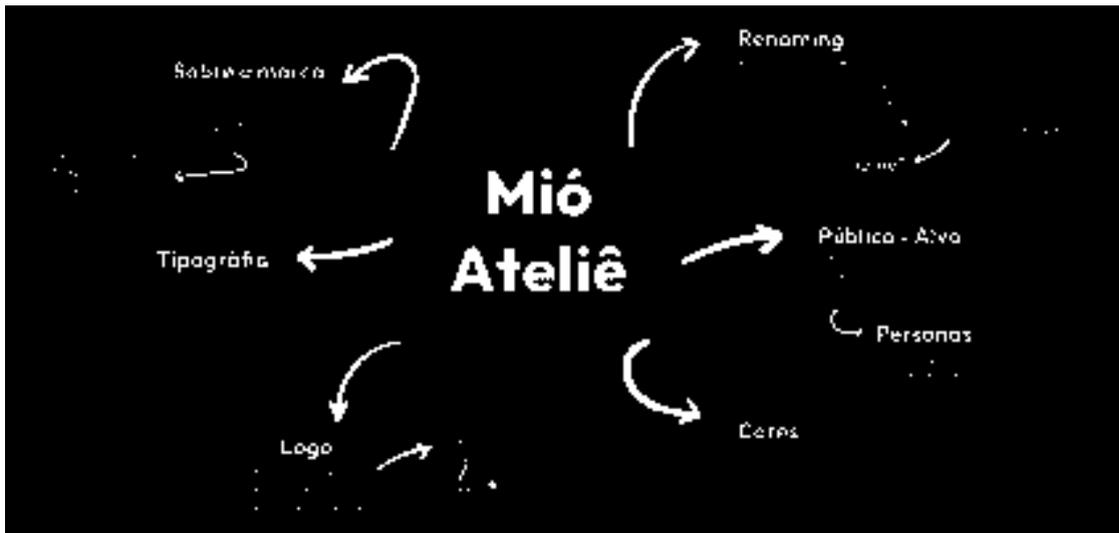


Fonte: Estrela Rabay

Anteprojeto

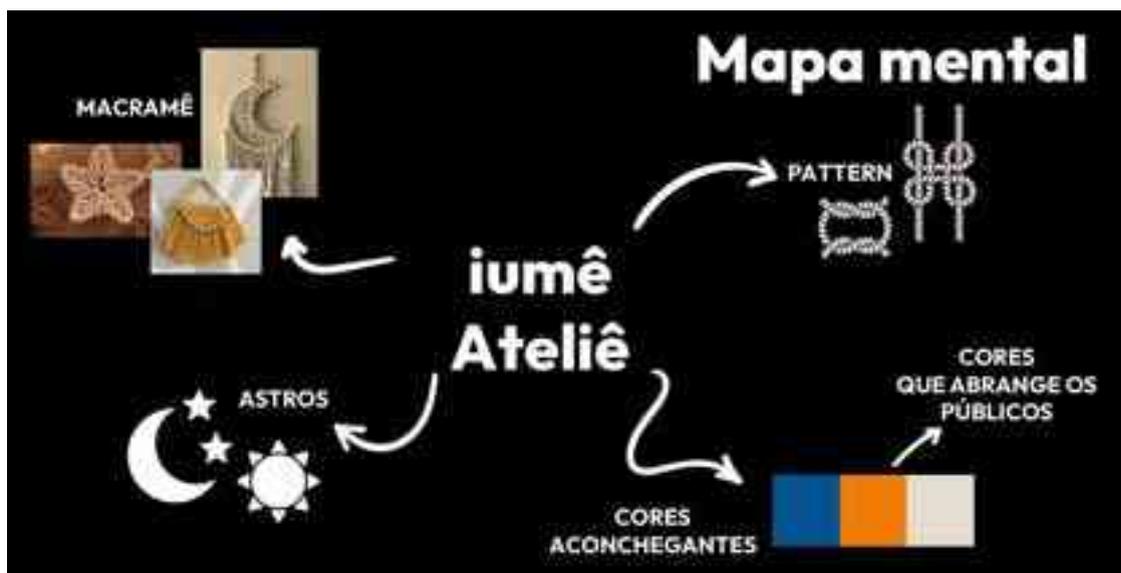
Nesta etapa, chamada de anteprojeto, foi realizado um *brainstorm* para levantar ideias e construir um mapa mental, que reuniu imagens e elementos visuais com o objetivo de organizar referências específicas para o desenvolvimento do projeto.

Figura 20 - *Brainstorm*



Fonte: De autoria própria

Figura 21 - Mapa mental

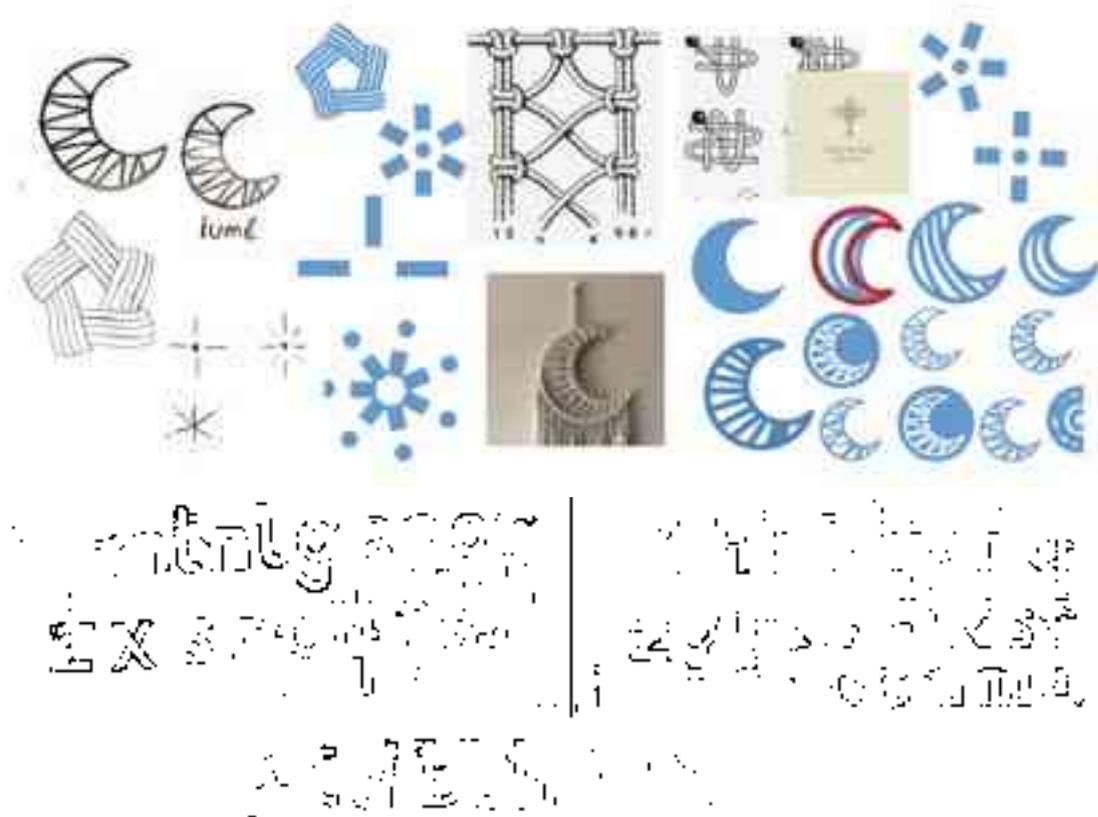


Fonte: De autoria própria

Para solucionar os desafios relacionados ao nome “Mió”, o grupo optou por alterá-lo. O novo nome escolhido foi “iumê”, criado a partir da combinação do termo turco “Yildiz¹” (adaptado para “iudiz”, a fim de proporcionar uma maior aproximação fonética) e da palavra “macramê”. A palavra “Yildiz” faz referência à artesã Estrela, enquanto “macramê” remete diretamente à técnica artesanal oferecida pelo ateliê.

Ainda dentro da etapa de anteprojecto, foram geradas diversas possibilidades para a construção da assinatura visual, com variações de forma, espessura e estilo dos símbolos. Também foram elaborados esboços da tipografia a ser criada. Após avaliações dos professores e da equipe, foi definida a solução visual a ser adotada.

Figura 22 - Esboços logo e tipografia



Fonte: De autoria própria

¹ Significa "estrela" em Turco.

Projeto

O projeto seguiu por um caminho que buscou equilibrar descontração, modernidade e autenticidade, refletindo a trajetória singular da iumê — onde cada peça produzida é única e carregada de significado. A marca Iumê, ou macramê da Estrela, adota o sol como símbolo principal — uma estrela, assim como o nome da própria artesã. Esse sol estilizado transmite a individualidade de cada criação, sendo inspirado em uma peça feita por Estrela. Ao optar por esse símbolo, a marca se diferencia das demais, que costumam usar o nó de macramê como símbolo, trazendo uma abordagem única e distinta.

Figura 23 - Assinatura visual Principal



Fonte: De autoria própria

Figura 24 - Assinatura visual versão em fundo branco e fundo escuro



Fonte: De autoria própria

Figura 25 - Redução mínima e área de proteção



Fonte: De autoria própria

Figura 26 - Variações da assinatura visual



Fonte: De autoria própria

A tipografia foi desenhada manualmente, em caixa baixa e sem serifa, com o objetivo

de transmitir uma sensação de proximidade e originalidade. Todo o alfabeto foi desenvolvido com caracteres de bordas arredondadas, reforçando uma estética suave e acolhedora. Para adicionar um toque de descontração e singularidade, algumas letras receberam esporas² com traços retos. Essa combinação de elementos resulta em uma tipografia equilibrada, que se destaca por ser ao mesmo tempo amigável, aconchegante, exclusiva e lúdica.

Figura 27 - Tipografia principal



Fonte: De autoria própria

Como tipografia de apoio, escolheu-se a fonte Raleway por sua natureza sem serifa, legível e versátil. Ela complementa o sistema visual da marca ao estabelecer um contraste equilibrado com a tipografia principal desenvolvida especialmente para o projeto.

Figura 28 - Tipografia secundária



Fonte: De autoria própria

² Na tipografia, esporas são pequenos prolongamentos ou terminações localizadas, geralmente, nas junções entre hastes e curvas das letras. Essas terminações projetam-se para além da estrutura principal da forma da letra, adicionando caráter e distinção ao desenho tipográfico.

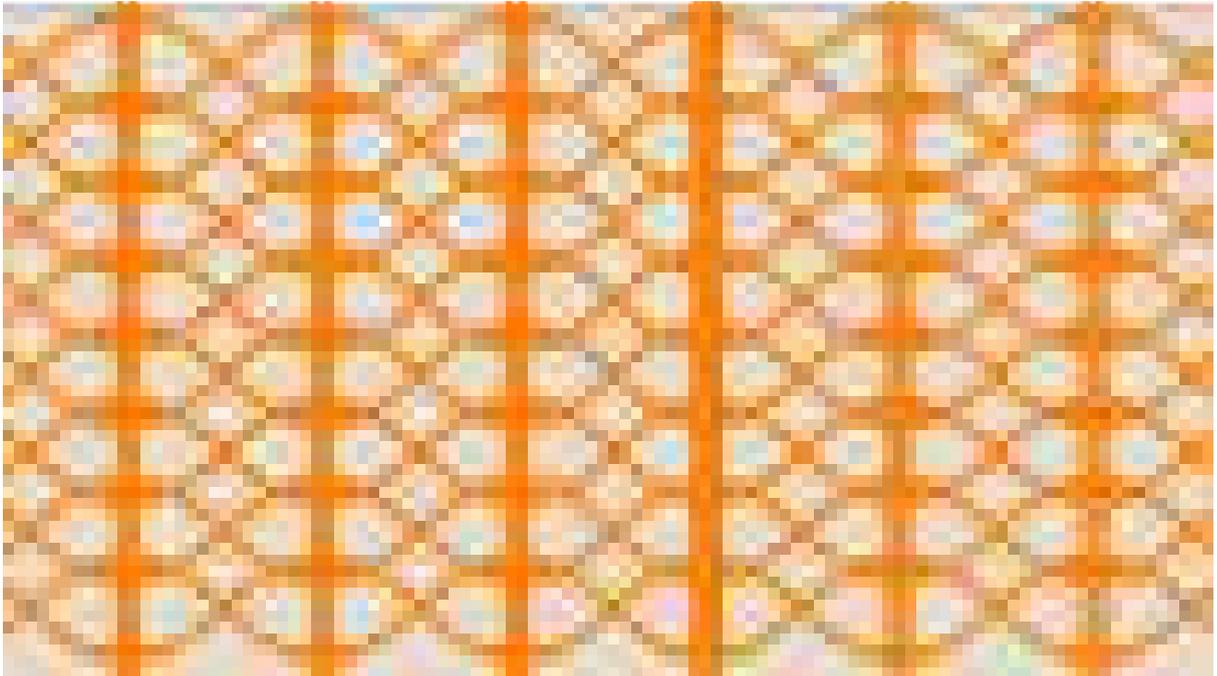
Na construção da paleta de cores, o grupo optou por evitar a escolha recorrente dos tons terrosos, comumente associados ao artesanato, buscando uma abordagem mais original. Definiu-se uma paleta aconchegante, porém composta por cores marcantes: azul *Congress Blue* (#044B8B), laranja *Flush Orange* (#FC7F00), bege *Pearl Bush* (#E4DCD1), preto e branco. O azul foi adotado como cor principal por transmitir serenidade e autenticidade, reforçando a individualidade e o caráter artesanal de cada peça. Já o laranja, embora presente na identidade visual anterior, foi ajustado com uma nova tonalidade e incorporado como cor secundária, adicionando vitalidade e energia à composição. O bege, por sua vez, foi selecionado para equilibrar visualmente a paleta e suavizar a interação entre os demais elementos cromáticos.

Figura 29 - Paleta de cor



Fonte: De autoria própria

O *pattern* desenvolvido tem como inspiração os pontos do macramê e, de forma estilizada, representa uma trama construída a partir dessa técnica artesanal. Complementando o projeto, o grupo elaborou o manual de identidade visual e os *mockups*, consolidando a aplicação da proposta gráfica.

Figura 30 - *Pattern*

Fonte: De autoria própria

Figura 31 - Aplicação em etiqueta



Fonte: De autoria própria

Figura 32 - Aplicação em sacola



Fonte: De autoria própria

Figura 33 - Aplicação em cartão de visita



Fonte: De autoria própria

Figura 34 - Aplicação em embalagem



Fonte: De autoria própria

Figura 35 - Aplicação em post



Fonte: De autoria própria

Figura 36 - Aplicação em site



Fonte: De autoria própria

Figura 37 - Manual de identidade



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

Como resultado do processo, a equipe apresentou um projeto alinhado aos objetivos propostos, transmitindo com delicadeza a identidade da marca e o cuidado presente no trabalho artesanal. Um dos principais destaques foi a criação do nome, que se mostrou profundo, sensível e original. Além disso, o grupo conseguiu desenvolver uma assinatura visual que se distancia das soluções convencionais geralmente associadas a empreendimentos de macramê.

Em termos de aprimoramento, embora o projeto tenha intencionalmente evitado caminhos previsíveis, considera-se que a inserção de elementos gráficos complementares, além do *pattern*, que façam referência ao processo do macramê, como ilustrações de nós ou até materiais utilizados na técnica, poderia enriquecer o sistema visual e torná-lo ainda mais envolvente e atrativo. Outro ponto a considerar é a revisão do alinhamento entre o símbolo e o nome, com o objetivo de alcançar um equilíbrio visual mais harmonioso.

Por fim, a aluna destaca a experiência enriquecedora de trabalhar com uma marca artesanal paraibana, tendo a oportunidade de dialogar diretamente com a artesã responsável. Esse contato permitiu compreender mais a fundo a trajetória de Estrela e a tradição do macramê. O projeto também evidenciou a importância de analisar a história da marca e o perfil dos concorrentes para desenvolver soluções criativas, coerentes e alinhadas com a identidade e os objetivos da marca.

3.2.2 Tulipa Store - Projeto de identidade visual, 2024

Categorias: Identidade visual

Cliente: Maria Eduarda e Giovanni

Semestre: 2024.2

Temática: Loja de roupas

Metodologia: Maria Luísa Peón

Membros da equipe: Mariah Victória Tavares Gomes

Problematização

A Tulipa Store é uma loja de roupas femininas virtual idealizada a partir da parceria entre Maria Eduarda e seu namorado, Giovanni. Como a loja estava em fase inicial e ainda não possuía uma identidade visual, surgiu a necessidade de criar um sistema visual que representasse a marca e contribuísse para sua presença no mercado. Com uma proposta de estilo *clean* e inspirado na estética da marca “Farm”, a Tulipa Store busca se destacar oferecendo peças únicas e autênticas. Inicialmente, a loja será totalmente online, com entregas em todo o Brasil, visando conquistar visibilidade e uma base de clientes sólida, com planos futuros de expansão para uma loja física. O projeto seguiu as três etapas da metodologia de Peón (2009).

Na fase inicial do projeto, foi elaborado um *briefing*, que foi enviado ao cliente por meio de um questionário. Esse documento buscava coletar informações essenciais para compreender melhor o empreendimento, como o perfil da empresa, o público-alvo estimado e as características associadas à marca. Com as respostas obtidas, que serviram de base para o desenvolvimento do projeto, realizou-se um *brainstorming* para levantar palavras-chave e ideias relacionadas à criação da identidade visual.

Figura 38 - *Brainstorm*

Fonte: De autoria própria

Concepção

Nesta fase, foi construído um painel semântico com imagens que representam visualmente o projeto, alinhadas às informações obtidas no *briefing*. Essa composição serviu como referência para o desenvolvimento da identidade visual.

Figura 39 - Painel semântico



Fonte: De autoria própria

No *briefing*, a cliente solicitou o uso da flor tulipa como símbolo, porém não em sua forma convencional. Além dessa diretriz, as decisões visuais também foram orientadas pelos atributos definidos para a marca: exclusividade, inovação, qualidade e inclusão. Com base nisso, foram exploradas diversas alternativas, experimentando diferentes estilos, formatos e traçados. Duas possíveis soluções foram compartilhadas e, com base no *feedback* fornecido, definiu-se a versão final.

Figura 40 - Geração de alternativas



Fonte: De autoria própria

Figura 41 - Alternativas geradas



Fonte: De autoria própria

Especificação

Como resultado final, foi desenvolvida uma assinatura visual composta por logotipo e símbolo, com a tulipa representada de forma estilizada, simples e atemporal, favorecendo a identificação da marca. A escolha da flor vai além do nome da empresa: a tulipa carrega significados como elegância, beleza e delicadeza, atributos que se alinham perfeitamente à proposta da marca. Os traços adotados no desenho são limpos e diretos, com curvas suaves

que conferem leveza à composição. Como forma de simbolizar a união do casal responsável pelo negócio, um coração foi incorporado ao desenho da flor. A assinatura visual conta com duas variações: uma versão vertical e outra horizontal, proporcionando maior flexibilidade nas aplicações.

Figura 42 - Assinatura visual principal



Fonte: De autoria própria

Figura 43 - Assinatura visual vertical e horizontal em fundo branco e fundo escuro



Fonte: De autoria própria

Para a tipografia principal, foi escolhida a fonte Athena, criada por Ellen Luff. Essa é uma tipografia sem serifa com alto contraste em sua estrutura, que transmite elegância sem perder a modernidade. Já como fonte secundária, optou-se pela Poppins, projetada por Jonny Pinhorn e Ninad Kale, uma tipografia sem serifa de traços geométricos, limpos e contemporâneos. Devido à sua flexibilidade, a Poppins foi utilizada na *tagline* e nos textos de apoio, mantendo harmonia com o conceito visual da identidade.

Figura 44 - Tipografias



Fonte: De autoria própria

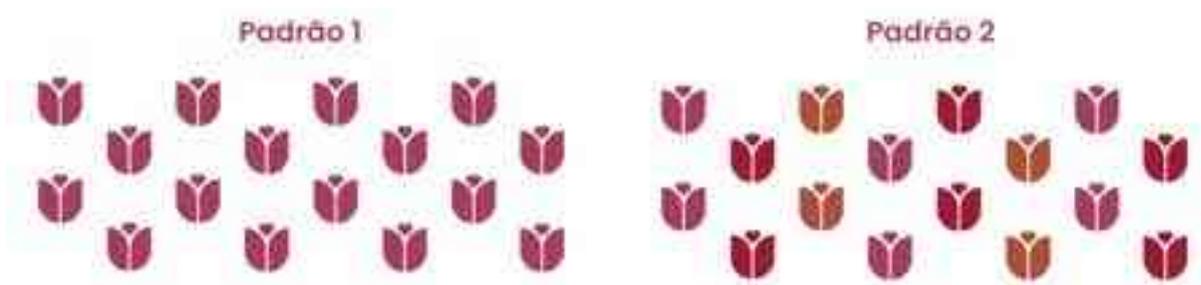
A paleta de cores é ampla, composta principalmente por tons quentes e marcantes, que transmitem feminilidade na medida certa. As cores predominantes são o rosa *Night Shadz* (#A63F5A) e o dourado *Twine* (#C7995B), cuja combinação transmite sensações de aconchego, elegância e qualidade. Como cores complementares, foram utilizados o vermelho *Stiletto* (#9C1E33), o rosa *Wewak* (#EED2CE) — que contribui para a harmonia entre os tons — e o laranja *Brown Rust* (#AD513A), que adiciona energia à composição e reforça a autenticidade da marca.

Figura 45 - Paleta de cores



Fonte: De autoria própria

Como forma de complementar o sistema visual da marca, foi desenvolvido um *pattern* a partir da repetição do símbolo principal. Em seguida, a identidade visual foi aplicada nos materiais solicitados pela cliente — incluindo embalagem, etiqueta, cartão de agradecimento e adesivos — além de peças complementares. As aplicações foram apresentadas por meio de *mockups*, facilitando a visualização do resultado final de maneira realista e contextualizada.

Figura 46 - *Pattern*

Fonte: De autoria própria

Figura 47 - Aplicação na etiqueta e no adesivo



Fonte: De autoria própria

Figura 48 - Aplicação da padronagem



Fonte: De autoria própria

Figura 49 - Aplicação na embalagem



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

O projeto resultou em uma solução alinhada aos objetivos propostos, atendendo às demandas da cliente e promovendo sua satisfação. Entretanto, ao avaliar o projeto concluído, observou-se a possibilidade de aprimorar o símbolo desenvolvido, especialmente no refinamento dos traços e na suavização das curvas, a fim de torná-lo mais suave e consistente.

Por se tratar do seu primeiro trabalho oficial como *freelancer*, a designer destaca a importância da experiência adquirida ao atender um cliente real, além da oportunidade de desenvolver uma identidade visual completa, acompanhando a fase inicial da loja e abrangendo desde a concepção até as aplicações em embalagens da marca.

3.2.3 Danilo Tavares - Projeto de identidade visual, 2024

Categorias: Identidade visual

Cliente: Danilo Tavares

Semestre: 2024.2

Temática: Advocacia

Metodologia: Maria Luísa Peón

Membros da equipe: Mariah Victória Tavares Gomes

Problematização

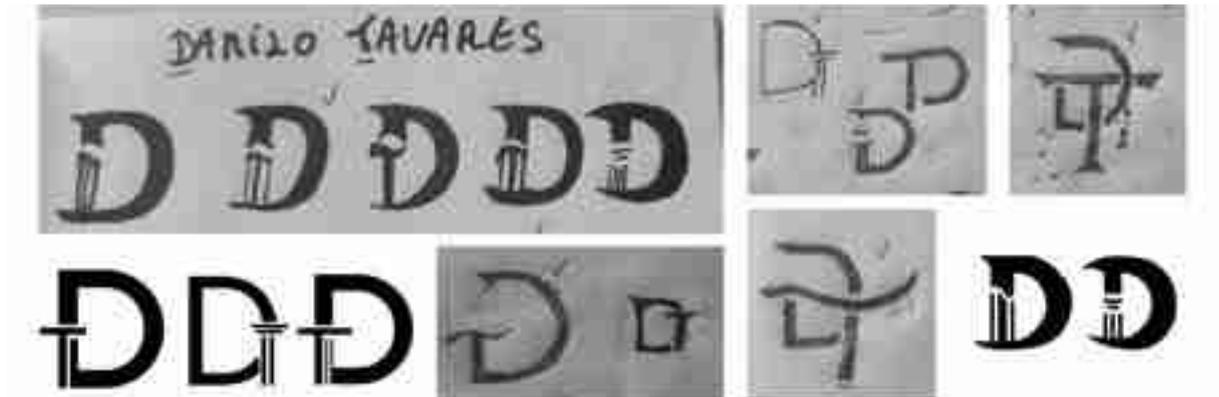
O seguinte trabalho teve origem na necessidade de Danilo Tavares, recém-aprovado na OAB, de consolidar sua presença profissional por meio de uma identidade visual que refletisse credibilidade e fortalecesse sua visibilidade no mercado jurídico. Embora já atuasse na área há algum tempo, o advogado ainda não contava com uma marca que representasse seus valores e permitisse que seus clientes reconhecessem seu trabalho de forma clara e memorável.

Danilo Tavares, fundador da CECMA — Câmara Especializada em Conciliação, Mediação e Arbitragem — sediada em Campina Grande, é um advogado de atuação generalista, com experiência em diversas áreas do Direito e foco na resolução de conflitos. Seu propósito é estimular seus clientes a enfrentarem essas questões com mais confiança e segurança, por meio de uma advocacia colaborativa, que prioriza a escuta e a tentativa de acordo antes de recorrer a um processo judicial. O desenvolvimento do projeto utilizou como base o método proposto por Peón (2009).

Na fase inicial, foi realizado um *briefing* com o cliente por meio do envio de um questionário, com o objetivo de compreender melhor sua atuação profissional, suas características pessoais e o perfil do público-alvo. As respostas serviram como base para direcionar o desenvolvimento do projeto. Com base na análise do *briefing*, foi realizado um *brainstorm* individual com palavras-chave relacionadas ao perfil do cliente e possíveis caminhos visuais, a fim de orientar as próximas etapas do processo criativo.

Nesta etapa, também foi realizada a geração de ideias com base nas informações coletadas e nos atributos definidos para a marca, como: confiança, exclusividade, sofisticação e seriedade. As alternativas para o símbolo exploraram diferentes estilos e espessuras, combinando as letras D e T com elementos simbólicos do universo jurídico, até a definição da solução final ideal.

Figura 52 - Geração de ideias



Fonte: De autoria própria

Especificação

A identidade visual foi elaborada com o propósito de refletir os valores estabelecidos para a marca, transmitindo credibilidade e confiança ao público. Para criar um símbolo marcante, representativo e com caráter corporativo, optou-se pela combinação das iniciais “D” e “T” do nome do cliente, a partir da modificação de uma tipografia. Integrados a essas letras, foram incorporados, de forma estilizada, dois elementos clássicos da área do Direito: a coluna grega e a balança. A coluna remete à solidez e ao suporte da justiça, além de evocar a influência da cultura grega na construção dos princípios democráticos e jurídicos. Já a balança representa o equilíbrio necessário na aplicação do Direito, entre o certo e o errado.

Dessa forma, a assinatura visual seguiu uma abordagem simples, limpa e objetiva, sem abrir mão do significado simbólico. Para garantir versatilidade nas aplicações, foram desenvolvidas duas versões da marca: uma vertical e outra horizontal, adequadas a diferentes contextos e formatos.

Figura 53 - Construção do símbolo



Fonte: De autoria própria

Figura 54 - Assinatura visual versão vertical fundo branco e fundo escuro



Fonte: De autoria própria

Figura 55 - Assinatura visual versão horizontal fundo branco e fundo escuro



Fonte: De autoria própria

Figura 56 - Assinatura visual Principal



Fonte: De autoria própria

Figura 57 - Variação da assinatura visual



Fonte: De autoria própria

A tipografia escolhida para compor o símbolo, com adaptações, foi a Miller Banner, projetada por Matthew Carter. Trata-se de uma fonte serifada de alto contraste, que une uma estética clássica, refinada e imponente, transmitindo o equilíbrio entre tradição e sofisticação.

Um dos fatores decisivos para sua escolha foi o desenho das serifas, especialmente a do “T”, cuja forma remete simbolicamente à forma de uma balança. Como tipografia secundária, adotou-se a *Raleway*, desenvolvida originalmente por Matt McInerney, para aplicação na *tagline* e em textos. Reconhecida por sua simplicidade e versatilidade, ela contribui com leveza e um toque de modernidade à identidade visual.

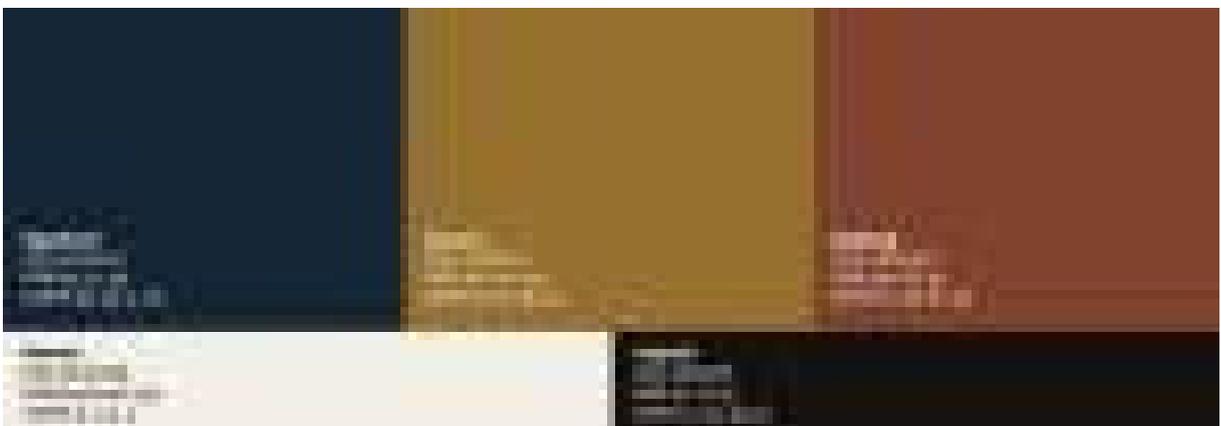
Figura 58 - Tipografias



Fonte: De autoria própria

Em relação a paleta de cores, optou-se por tons sóbrios que refletem a seriedade e o compromisso do advogado. A composição inclui o azul *Big Stone* (#152537), que transmite confiança e segurança; o dourado *Kumera* (#986F31), que acrescenta sofisticação e exclusividade; e o marrom *Nutmeg* (#81432B), que reforça a sensação de solidez e estabilidade.

Figura 59 - Paleta de cores



Fonte: De autoria própria

A partir da assinatura visual, foram desenvolvidos materiais institucionais para o advogado — como cartão de visitas, papel timbrado e envelope — que, juntamente com outras peças gráficas, foram aplicados em *mockups* com o objetivo de oferecer uma visualização mais completa e realista do resultado final do projeto.

Figura 60 - Aplicação Assinatura visual



Fonte: De autoria própria

Figura 61 - Aplicação cartão de visita



Fonte: De autoria própria

Figura 62 - Aplicação materiais institucionais



Fonte: De autoria própria

Figura 63 - Aplicação em *outdoor*



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

Como resultado, conclui-se que o projeto está alinhado com as diretrizes definidas ao longo do processo, transmitindo visualmente os valores propostos e atendendo de forma satisfatória às expectativas do cliente. Entretanto, ao analisar atualmente, percebe-se possíveis melhorias, como a alteração da tipografia secundária. Embora a *Raleway* desempenhe bem sua função, os números apresentam variações na linha de base, com alguns dígitos posicionados mais acima ou abaixo, o que, considerando o contexto jurídico do cliente, onde o setor demanda formalidade, pode comprometer a uniformidade visual. Além disso, recomenda-se a criação de um padrão gráfico ou de elementos visuais para aplicação em materiais gráficos, completando a coesão e o sistema visual.

A designer ressalta a oportunidade de desenvolver uma identidade visual para um advogado — um estilo mais corporativo, que ainda não havia explorado — permitindo investigar o potencial simbólico das formas gráficas na construção de significado.

3.2.4 Pulse - Projeto de identidade visual, 2024

Categoria: Identidade Visual

Cliente: Curso de Design Gráfico

Semestre: 2024.2

Temática: Evento

Metodologia: Maria Luísa Peón

Membros da equipe: Ingrid Ribeiro, Gabriela Queiroz, Mariah Victória, Sofia Calzavara e Yohana Echila.

Problematização

Este projeto foi desenvolvido a partir de uma proposta da coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do IFPB, que tinha como objetivo a criação da identidade visual do Pulse 2024. O Pulse é um evento acadêmico do curso, realizado no Campus Cabedelo, que a cada edição adota um novo tema. Seu propósito é fomentar o design gráfico na Paraíba, promovendo discussões e reflexões sobre a área. Em 2024, o evento teve como tema “Caminhos e descaminhos para o designer empreendedor”. O projeto foi realizado em equipe, com todas as etapas desenvolvidas em colaboração, seguindo a metodologia de Peón (2009). Cada grupo deveria apresentar uma proposta contendo identidade visual, paleta de cores, tipografia e conceito escolhido. A proposta selecionada seria adotada oficialmente como a identidade visual do Pulse 2024.

Na fase inicial, foi realizada uma análise do *briefing* fornecido pela coordenação do curso, que incluía os conceitos-chave de "caminhos" e "conexões". Em seguida, foi feita uma pesquisa visual das identidades dos anos anteriores. Através de reuniões para promover um *brainstorming*, a equipe discutiu diversos conceitos que poderiam ser seguidos. A partir dessa análise e do processo de *brainstorming*, surgiram cinco possíveis conceitos. Após o afinamento das ideias, o grupo optou por unir dois deles: "labirinto" e "fungos", dando origem ao que foi chamado de “labirinto fúngico”.

Figura 64 - Brainstorm



Fonte: De autoria própria

Figura 65 - Brainstorm digital



Fonte: De autoria própria

Concepção

Na segunda fase da metodologia, denominada etapa de concepção, foram criados dois painéis semânticos, estruturados de acordo com as diretrizes estabelecidas na fase anterior. Esses painéis reuniam imagens que representavam visualmente os conceitos escolhidos,

auxiliando na construção e refinamento da assinatura visual ao fornecer referências que orientaram as decisões de design.

Figura 66 - Painel semântico do conceito



Fonte: Compilação da autora

Figura 67 - Painel semântico do estilo gráfico



Fonte: Compilação da autora

Ainda na concepção, iniciou-se a geração de alternativas, optando-se por uma assinatura visual tipográfica alinhada aos atributos definidos pelo grupo: moderna, jovial e autêntica. Em seguida, foram realizados testes para definir a melhor solução. Diversos formatos foram explorados, variando entre estilos mais orgânicos e mais geométricos, além de diferentes disposições. Após avaliações e *feedbacks* dos professores, foram realizados ajustes que levaram ao resultado final.

Figura 68 - Esboços da assinatura



Fonte: De autoria própria

Durante a criação da identidade visual, o grupo viu a necessidade de criar um mascote para ser utilizado como elemento visual auxiliar em peças gráficas a fim de gerar conexão com o público. Para isso, foi elaborado um painel semântico com referências que ajudaram a definir o estilo do personagem. Diversos testes foram realizados, explorando diferentes formatos, espessuras e cores, até se chegar à versão final: um asterisco com formas mais orgânicas, simbolizando o Pulse, sendo o mesmo batizado de “Aster³”.

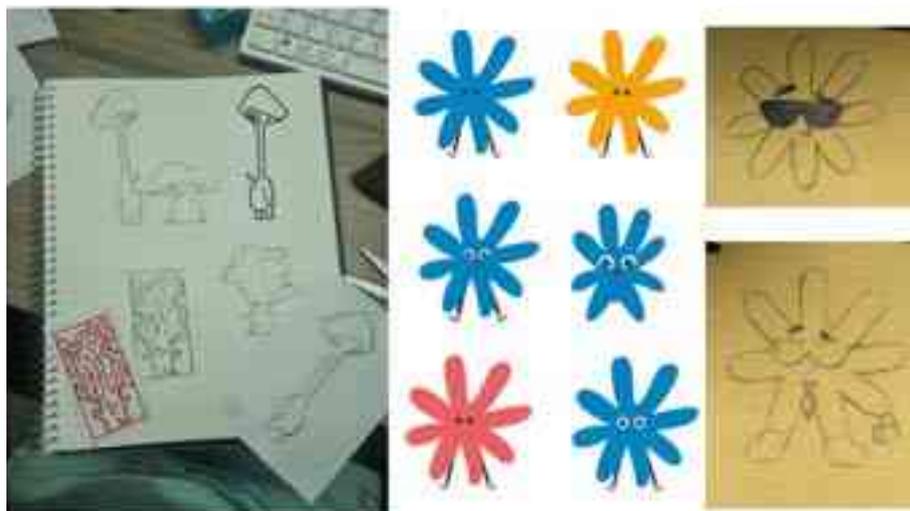
³ Cujo nome deriva de “asterisco”.

Figura 69 - Painel Semântico do personagem



Fonte: Compilação da autora

Figura 70 - Esboços do personagem



Fonte: De autoria própria

Especificação (Resultados)

A proposta do Pulse 2024 se baseou na idealização do “Labirinto Fúngico”, que serviu como base conceitual para o projeto. Esta ideia advém da dualidade do labirinto, com múltiplos caminhos, alguns levando à saída, outros não, e no funcionamento colaborativo dos

fungos⁴. Essa estrutura complexa e interconectada remete a um labirinto, símbolo associado a desafios que exigem persistência e adaptação.

Assim, o Labirinto Fúngico representa a jornada do designer empreendedor: um percurso dinâmico, repleto de caminhos e descaminhos, que demanda persistência e adaptabilidade, mas que não pode ser resolvido na individualidade.

A fim de traduzir visualmente os atributos definidos pela equipe, a identidade do evento adotou uma tipografia feita à mão, com letras que se encaixam para simbolizar caminhos e conexões. Embora a assinatura visual seja predominantemente tipográfica, o asterisco, elemento característico do Pulse, foi incorporado ao design. Seu formato orgânico, com bordas arredondadas e traços assimétricos, acrescenta um toque de jovialidade e dinamismo à composição.

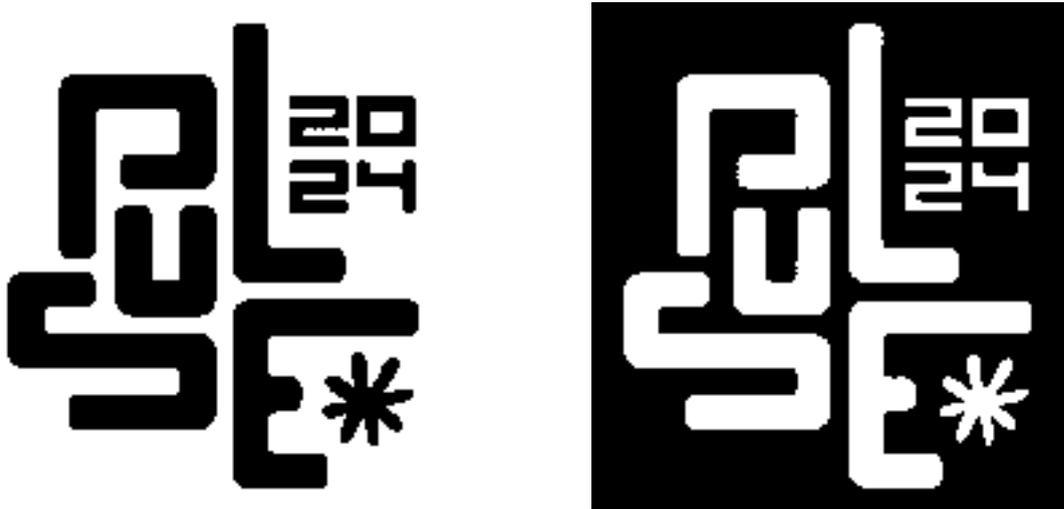
Figura 71 - Assinatura visual principal do Pulse 2024



Fonte: De autoria própria

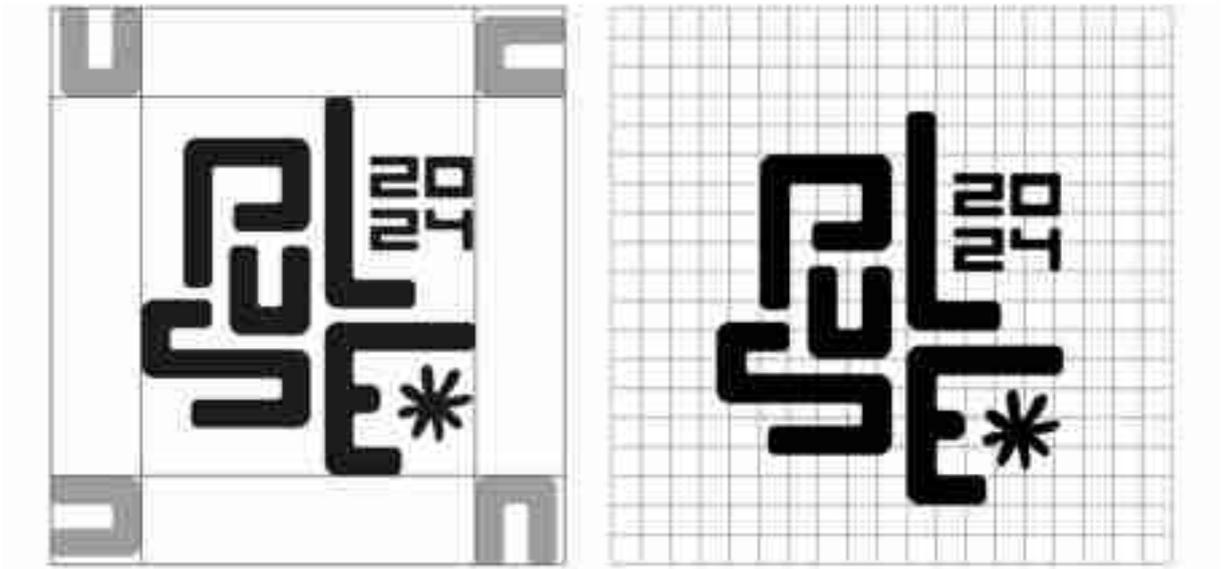
⁴ Especificamente, o micélio, uma rede microscópica que nutre e facilita a comunicação entre espécies por meio de sinais elétricos.

Figura 72 - Assinatura visual do Pulse 2024 em fundo branco e fundo escuro



Fonte: De autoria própria

Figura 73 - Área de proteção, grid e redução mínima



Fonte: De autoria própria

Figura 74 - Variação da assinatura visual



Fonte: De autoria própria

Para a tipografia secundária, foi escolhida a fonte Montserrat, criada por Julieta Ulanovsky, que é reconhecida por sua versatilidade, modernidade, simplicidade e excelente legibilidade. Ela será utilizada como fonte de apoio em postagens no Instagram e materiais impressos.

Figura 75 - Tipografia de apoio



Fonte: De autoria própria

A paleta de cores desenvolvida para o evento foi composta por uma variedade de cores vivas e vibrantes, escolhidas para transmitir energia, dinamismo e inovação - características essenciais para o espírito empreendedor abordado no tema do Pulse 2024. Cada cor desempenha um papel simbólico dentro da identidade visual: o azul *Lochmara* (#0684C3) remete à confiança e foco; o rosa *Carnation* (#FF5F5F) simboliza inovação e empatia; o roxo *Daisy Bush* (#562992) representa criatividade e originalidade; e o amarelo *Yellow Sea* (#F9A500) transmite otimismo e energia.

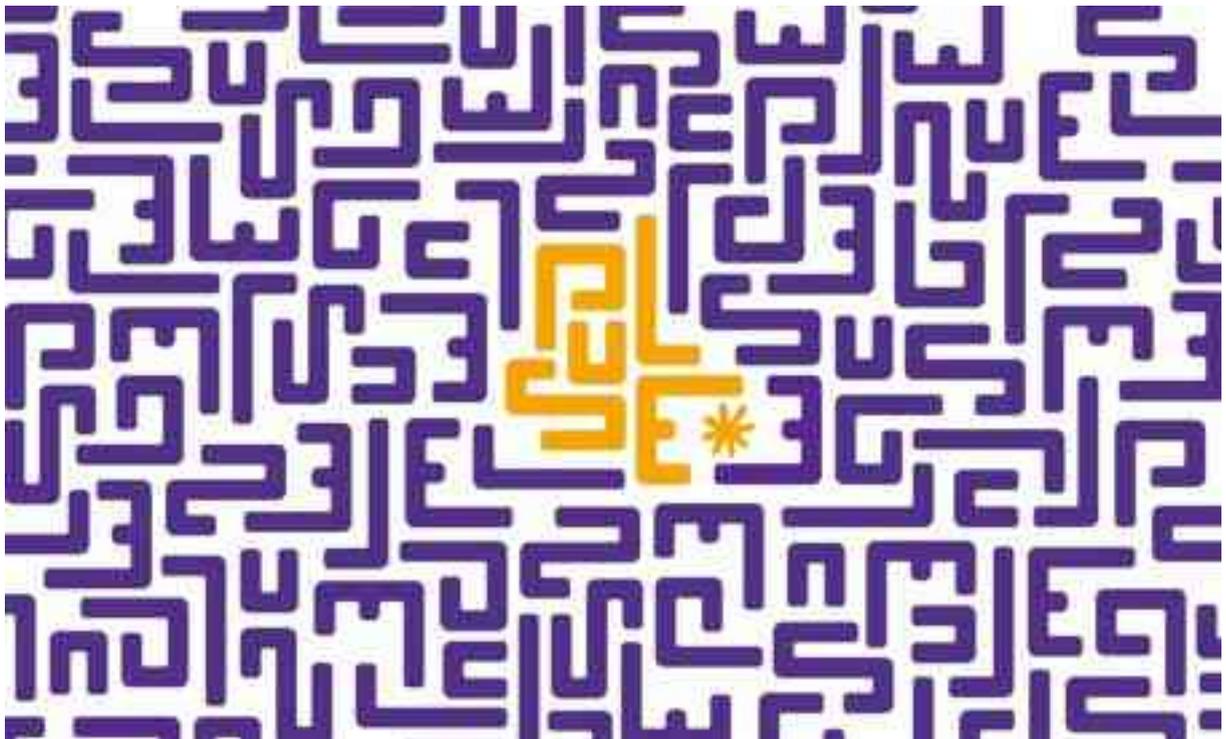
Figura 76- Paleta de cor



Fonte: De autoria própria

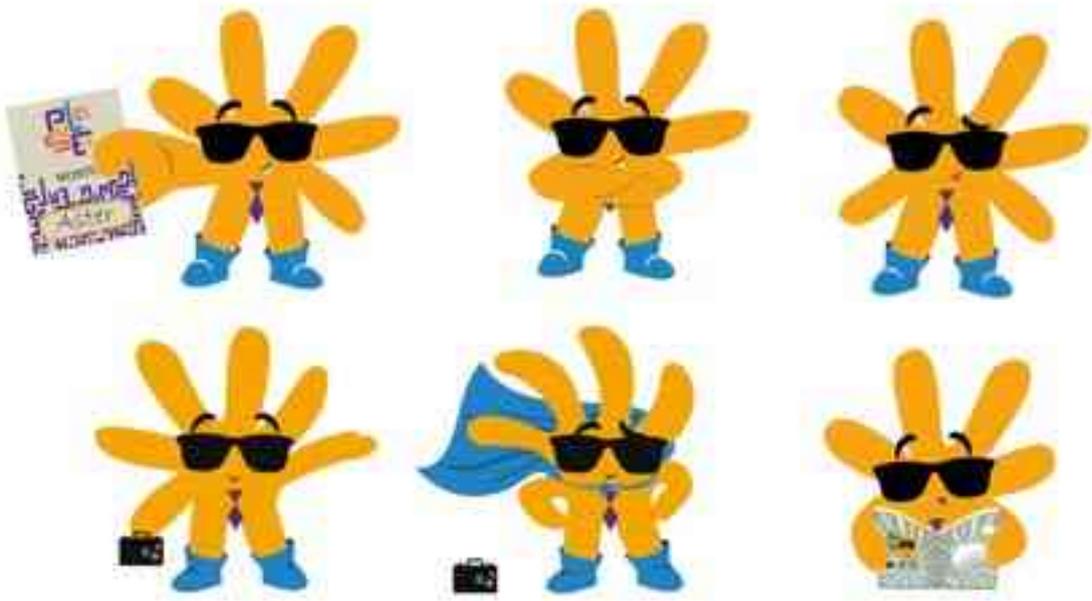
Complementando a identidade visual, foi desenvolvido um padrão baseado em um labirinto formado pelas próprias letras do logotipo, aplicado nas peças gráficas e digitais do projeto, assim como o personagem "Aster". As aplicações foram desenvolvidas conforme as necessidades do evento, com todos os *mockups* digitais produzidos pela equipe.

Figura 77 - Padronagem do Pulse 2024



Fonte: De autoria própria

Figura 78 - Personagem do Pulse 2024



Fonte: De autoria própria

Figura 79- Aplicação camisa Pulse 2024



Fonte: De autoria própria

Figura 80 - Aplicação cartazes Pulse 2024



Fonte: De autoria própria

Figura 81 - Aplicação postagens Pulse 2024



Fonte: De autoria própria

Figura 82 - Aplicação certificado Pulse 2024



Fonte: De autoria própria

Figura 83 - Aplicação ecobag Pulse 2024



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

Como conclusão, apesar dos desafios impostos pelo curto prazo e pelo *briefing* simplificado, o grupo conseguiu entregar uma identidade visual sólida, com um conceito bem definido e alinhado ao tema proposto pela coordenação, o que resultou em sua seleção como a identidade visual oficial do Pulse 2024.

Ao analisar o projeto atualmente, identificou-se a necessidade de incluir mais elementos visuais para enriquecer a comunicação. Embora tenha sido desenvolvido um padrão em formato de labirinto e o personagem “Aster”, ao longo da implementação da identidade visual, o grupo percebeu a ausência de elementos gráficos adicionais para compor *posts*, tanto para *stories* quanto para o *feed* do evento, além de outras peças gráficas. A inclusão desses elementos tornaria as peças mais dinâmicas e evitaria a repetição excessiva do labirinto e do personagem.

Em suma, a aluna adquiriu experiência no desenvolvimento de uma identidade visual para evento, algo que ainda não havia realizado. Além de vivenciar o trabalho em equipe, não apenas com seu grupo, mas também em colaboração com a coordenação e os professores do curso, garantindo que o resultado estivesse de acordo com o planejamento do evento.

3.3 Design Social

3.3.1 Artes Visuais e Inclusão - Projeto de Design Social, 2024

Categorias: Design Social e identidade visual

Disciplina: Design, Sociedade, Cultura

Semestre: 2024.1

Temática: Projeto Social

Metodologia: Maria Luísa Peón

Membros da equipe: Breno Miranda, Lívia Tavares, Mariah Victória, Sofia César, Yohana Echila.

Problematização

O trabalho foi realizado na disciplina de Design, Sociedade e Cultura, ministrada pela Professora Raquel Rebouças, durante o terceiro período do curso. Trata-se de uma matéria voltada à reflexão crítica sobre temas que possibilitam integrar a atuação do designer às demandas sociais vigentes. A proposta da atividade consistiu na criação de um projeto de design social, no qual o design deveria ser utilizado para contribuir com questões de impacto social. Assim, o projeto foi desenvolvido em grupo, fundamentado na metodologia de Peón (2009), inicialmente voltada para a criação de identidades visuais, mas adaptada para atender às necessidades específicas da proposta.

Na fase inicial, o projeto teve como único tema constante a intenção de desenvolver algo que beneficiasse a população idosa. A partir disso, o grupo optou por utilizar como inspiração uma ideia anteriormente desenvolvida por uma integrante durante o terceiro ano do ensino médio. Esse trabalho, intitulado "Projeto Social: Arteterapia para Idosos", consistia no planejamento teórico de aulas de arteterapia voltadas ao público idoso, abrangendo atividades de pintura, desenho, teatro e escrita.

Após a definição da ideia inicial, o grupo começou uma pesquisa, buscando instituições e projetos sociais que pudessem se beneficiar da proposta. Embora o Estado da Paraíba abrigue diversas ações e organizações sociais voltadas ao amparo de grupos vulneráveis da sociedade, o conhecimento sobre esses projetos ainda é restrito a uma parcela limitada da população. Esse cenário se deve, principalmente, à ausência ou à insuficiência de iniciativas de divulgação por parte dessas organizações.

Considerando esse cenário, reconhecendo a importância de incentivar e divulgar projetos que promovem a inclusão de minorias sociais, a equipe estabeleceu uma parceria

com o “Artes Visuais e Inclusão” (AVI), coletivo que oferece gratuitamente aulas de artes para pessoas idosas, jovens com síndrome de Down e crianças com superdotação. Vinculado ao Grupo de Pesquisa em Artes, Museus e Inclusão (AMI) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), criado em 2004 e liderado pelo Prof. Dr. Robson Xavier, o AVI tornou-se o parceiro ideal para o desenvolvimento da proposta. Assim, o projeto de design social contemplou a criação de uma identidade visual aplicada, a produção de materiais de divulgação e a realização de uma oficina de aquarela junto ao grupo.

Inicialmente, conforme mencionado, o projeto foi desenvolvido com foco em pessoas idosas. No entanto, após contato com o Professor Robson, do AVI, a equipe foi informada de que a inscrição do Instituto dos Idosos não ocorreria conforme o previsto. Diante disso, foi necessário redefinir o público-alvo, passando a atender jovens vinculados ao Instituto Ame Down.

Concepção

Na segunda etapa, foi elaborado um painel semântico que reuniu referências gráficas, como assinaturas visuais, paletas de cores e elementos, com o objetivo de orientar e inspirar a construção da identidade visual do projeto. Considerando que o AVI atua com um público que demanda práticas de inclusão, as escolhas visuais foram guiadas por atributos como acessibilidade, inclusão, objetividade e simplicidade, buscando atender de forma adequada às necessidades do público-alvo.

Figura 84 - Painel semântico



Fonte: De autoria própria

Em seguida, foi iniciada a etapa de geração de alternativas, na qual foram realizados testes com símbolos e diferentes disposições do nome. A partir das avaliações realizadas pelos integrantes do grupo, optou-se pela adoção de uma solução tipográfica para a assinatura visual, culminando na escolha da proposta final.

Figura 85 - Geração de alternativas



Fonte: De autoria própria

Como material físico de divulgação, foi desenvolvido um cartaz informativo, concebido de maneira simples e alinhada à identidade visual do projeto. Dessa forma, o processo de criação do cartaz baseou-se nas diferentes versões da identidade visual desenvolvidas ao longo do projeto, aproveitando os elementos visuais e as paletas de cores definidas durante esse percurso. Foram realizados diversos testes de composição, explorando desde formas mais orgânicas até estruturas geométricas, resultando na definição da versão final.

Figura 86 - Testes cartazes



Fonte: De autoria própria

Ainda durante a fase de concepção, iniciaram-se os preparativos para a efetivação da oficina. A princípio, foram definidos os materiais necessários para sua realização: tintas aquarela infantis, pincéis, godês e recipientes para água, panos, tecidos ou guardanapos, papel com gramatura 180g, câmera e tripé/suporte, além do termo de autorização. A maior parte dos recursos foi obtida por meio de empréstimos, sendo adquiridos apenas as paletas de aquarela em pastilha e as folhas A4 de 180g/m².

Paralelamente, elaborou-se um plano de aula escrito, contendo uma breve apresentação da oficina e da equipe responsável, bem como a previsão de uma conversa inicial com os participantes acerca de seus conhecimentos sobre a técnica de aquarela. Com o objetivo de estimular a criatividade dos participantes, foram impressas referências visuais simples e de fácil compreensão. Ademais, alguns integrantes do grupo reproduziram desenhos acessíveis, para que os participantes os pintassem livremente durante a atividade.

Figura 87 - Desenhos impressos (materiais)



Fonte: De autoria própria

Especificações (resultados)

A proposta de identidade visual do projeto Artes Visuais e Inclusão foi desenvolvida com base nos atributos definidos previamente pelo grupo. A partir desses princípios, buscou-se construir uma identidade única, simples e funcional, utilizando letras arredondadas para transmitir sensações de acolhimento, empatia e entusiasmo. Para complementar, a abordagem visual adotada foi leve e divertida, com traços orgânicos que reforçam o caráter inclusivo e acolhedor do projeto, alinhando-se com a proposta de promover um ambiente acessível e convidativo.

Figura 88 - Assinatura fundo branco e fundo preto



Fonte: De autoria própria

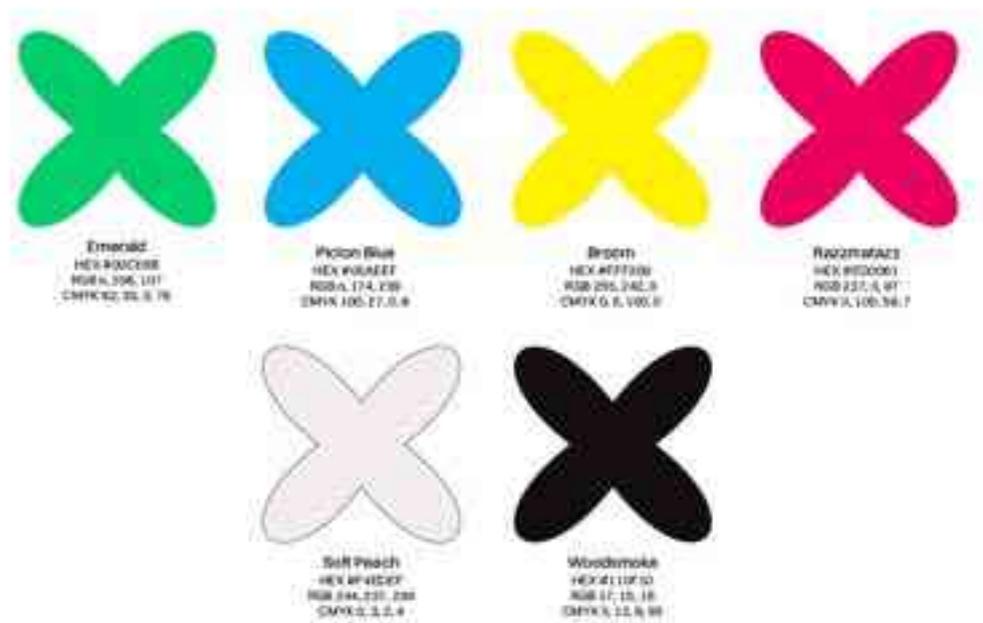
Figura 89 - Variações da assinatura



Fonte: De autoria própria

A paleta de cores foi elaborada de maneira cuidadosa, composta por tons vibrantes de verde *Emerald* (#00CE6B), azul *Picton Blue* (#00AEEF), rosa *Razzmatazz* (#ED0061), amarelo *Broom* (#FFF200), branco *Soft Peach* (#F4EDEF) e preto *Woodsmoke* (#110F10), com o objetivo de transmitir sensações de alegria e energia. Como o AVI atende a diferentes grupos, cada combinação de cores foi associada a um instituto específico nas publicações. O rosa, branco e preto foram atribuídos ao Instituto dos Cegos, voltado para pessoas com deficiência visual; o amarelo, azul e preto representam o Ame Down, dedicado a pessoas com síndrome de Down; e o verde, branco e preto são utilizados para o Instituto Nieti, que atende aos idosos.

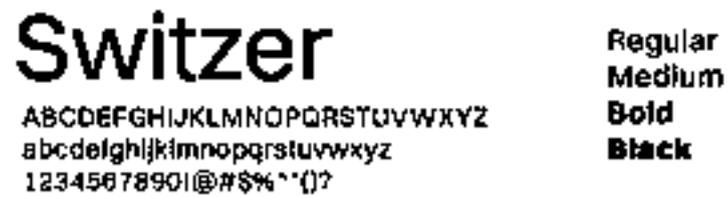
Figura 90 - Paleta de cor



Fonte: De autoria própria

Em relação à tipografia, optou-se pela fonte *Switzer*, desenvolvida pela Indian Type Foundry, em razão de sua excelente legibilidade, versatilidade e clareza, características que asseguram uma comunicação clara com diferentes públicos. Embora apresente um desenho limpo e atemporal, foram realizados ajustes nos cantos da tipografia, arredondados em 10px, com o objetivo de transmitir uma sensação de conforto e reforçar o caráter acolhedor proposto pelo projeto.

Figura 91 - Tipografia



Fonte: De autoria própria

Como desdobramento da identidade visual, foram desenvolvidos elementos gráficos alinhados à proposta do projeto, explorando formas simples, geométricas de contornos suaves e fluidas. Considerando que a organização também produz itens com finalidade de arrecadação, a equipe elaborou diversas aplicações da identidade visual, apresentadas por meio de *mockups* em diferentes tipos de produtos.

Figura 92 - Elementos desenvolvidos



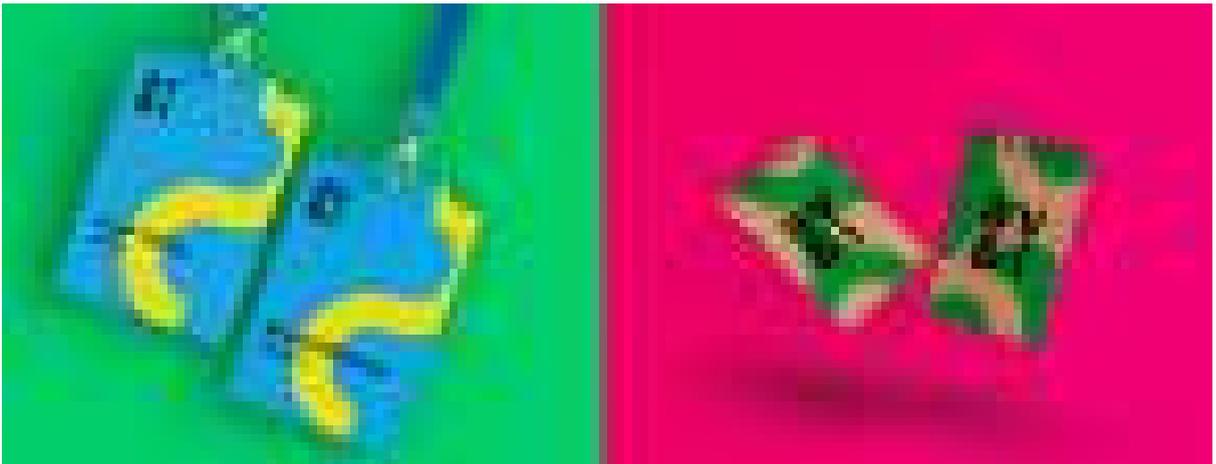
Fonte: De autoria própria

Figura 93 - Aplicação em camisa



Fonte: De autoria própria

Figura 94 - Aplicação em crachá e caderno



Fonte: De autoria própria

Figura 95 - Aplicação em *botton*

Fonte: De autoria própria

Figura 96 -Aplicação em boné e chaveiro



Fonte: De autoria própria

Figura 97 - Aplicação em caderno



Fonte: De autoria própria

Figura 98 - Aplicação em caneca e bolsas



Fonte: De autoria própria

Como parte das peças de divulgação, o cartaz final foi desenvolvido em conformidade com o sistema visual do projeto. Ele apresenta uma breve explicação sobre o grupo Artes Visuais e Inclusão (AVI), além de um *QR code* que direciona para os perfis no Instagram do coletivo, do AMI e das instituições envolvidas. Também foram utilizados elementos gráficos

da identidade visual e a logo da UFPB. Para o corpo do texto, optou-se pela fonte *Raleway*, escolhida por sua estética limpa e boa legibilidade.

Figura 99 - Aplicação em cartaz



Fonte: De autoria própria

No dia da oficina, realizada no Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA) da UFPB, a atividade seguiu conforme o planejamento do plano de aula, com a participação integral dos membros do grupo e a colaboração dos monitores da AVI, sob orientação do Professor Robson Xavier. Durante a atividade, a equipe registrou fotografias, que foram pensadas para divulgação nas redes sociais. Ao final do encontro, foi feita uma gravação⁵ no formato de entrevista, com depoimentos de alguns pais presentes e do próprio Professor Robson, que também ajudaram na divulgação do projeto. Para garantir a permissão de fotografias e filmagens dos jovens participantes, foi coletado o termo de autorização do uso de imagem.

⁵ vídeo ame down

Figura 100 - Aplicação em post



Fonte: De autoria própria

Figura 101 - Imagens Oficina



Fonte: De autoria própria

Figura 102 - Imagens Oficina 2



Fonte: De autoria própria

Figura 103 - Imagens Oficina 3



Fonte: De autoria própria

Figura 104 - Imagens Oficina 4



Fonte: De autoria própria

Figura 105 - Imagens Oficina 5



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

Apesar dos imprevistos enfrentados ao longo do projeto — como a paralisação das universidades, que comprometeu significativamente o registro do impacto da divulgação, restringindo-o ao campo teórico — o grupo desenvolveu bem a proposta. Com base nos resultados positivos observados em campanhas e projetos semelhantes ao AVI, que utilizaram a divulgação como estratégia eficaz, a equipe atendeu aos requisitos da atividade, empregando o design como ferramenta de transformação social.

No que diz respeito aos materiais produzidos, observa-se que o cartaz poderia ter incluído uma breve descrição informando que o projeto é gratuito para os grupos atendidos — pessoas idosas, jovens com síndrome de Down, crianças superdotadas e pessoas com deficiência visual — a fim de deixar essa informação mais clara logo de início. Além disso, o aumento do espaçamento entre os blocos de texto contribuiria para uma leitura mais confortável e uma composição visual mais equilibrada.

A estudante encerra o projeto com diversos aprendizados, especialmente pela experiência de vivenciá-lo de forma prática, participando da realização de uma oficina voltada ao público com síndrome de Down. Também pôde perceber de forma mais clara o potencial do design como agente em ações sociais, além de reconhecer a proatividade e a capacidade do grupo em adaptar e reestruturar partes do planejamento quando necessário.

3.3.2 Guia de Sobrevivência ao celular: Aprenda o básico - Projeto de Design Social, 2024

Categorias: Design Social e Editorial

Disciplina: Design, Sociedade, Cultura; Design Editorial; Fotografia Digital e Materiais e Processos Gráficos

Semestre: 2024.1

Temática: Livro

Metodologia: Maria Luísa Peón

Membros da equipe: Deivid dos Santos, João Batista, Lívia Tavares, Mariah Victória, Sofia César, Yohana Echila.

Problematização

O "Guia de Sobrevivência ao Celular: Aprenda o Básico" foi um projeto interdisciplinar realizado por estudantes do 3º período do curso Superior Tecnológico em Design Gráfico, Campus Cabedelo - IFPB. O projeto envolveu as disciplinas de Design, Sociedade, Cultura; Design Editorial; Fotografia Digital e Materiais e Processos Gráficos. Ministrada pela Professora Raquel Rebouças, a disciplina de Design, Sociedade e Cultura tem como objetivo estimular a reflexão sobre questões éticas e sociais no design gráfico e, por isso, foi a responsável por direcionar a atividade.

Neste projeto, os alunos foram desafiados a desenvolver um projeto gráfico de escolha do grupo, com o objetivo de solucionar questões sociais. Cada disciplina participante trabalhou com atividades específicas, como projeto editorial, diagramação e produção de fotografias do produto e de sua aplicação. Após pesquisas sobre diferentes problemáticas sociais, o grupo decidiu abordar a inclusão digital de pessoas idosas por meio de um guia impresso em formato de livro. O projeto foi desenvolvido de forma colaborativa, com a equipe atuando em conjunto em todas as etapas. A metodologia de Péon (2009), originalmente voltada para identidade visual, foi adotada e ajustada para atender às necessidades de um livro, utilizando suas três etapas principais de forma adaptada.

Nessa fase inicial, após reuniões em grupo, identificou-se a necessidade de entrevistar o público-alvo para compreender melhor as principais dificuldades no uso do celular. Para isso, parte da equipe realizou uma pesquisa qualitativa presencial no Parque Solon de Lucena, em João Pessoa, com idosos que circulavam pelo local. Com base na análise das respostas

coletadas, foram definidos os tópicos que compõem o guia: Apresentando o celular, Uso básico do WhatsApp, Uso básico do e-mail, Uso básico do Facebook, Uso básico do Instagram, Uso básico do YouTube e Avisos. A seleção desses conteúdos buscou contemplar as principais demandas do público-alvo, de maneira ampla, clara e acessível.

Figura 106 - Imagens do dia da entrevista



Fonte: De autoria própria

Figura 107 - Gráfico de pizza da pesquisa



Fonte: De autoria própria

Concepção

Na fase de concepção, com os tópicos já definidos, foram estabelecidos também os subtópicos correspondentes a cada um deles. Devido ao curto prazo, optou-se por abordar apenas os pontos principais de cada aplicativo. Para cada tópico, foram elaborados textos de maneira clara, objetiva e coesa, organizados em formato de passo a passo, visando facilitar a compreensão do conteúdo.

Nessa mesma etapa, foi elaborado o espelho do projeto, com o intuito de representar visualmente a organização e a sequência das páginas ao longo do guia. A distribuição considerou tanto a quantidade de texto quanto a presença de elementos gráficos em cada tópico.

Figura 108 - Espelho do projeto



Fonte: De autoria própria

Para evitar que o guia tornasse monótono e promover uma maior conexão com o público, a equipe decidiu criar personagens. Inicialmente, pensou-se na criação de dois personagens: a primeira seria uma idosa, representando o público-alvo, e a segunda, sua neta, simbolizando alguém que domina o uso do celular. No entanto, após reuniões com o grupo, decidiu-se que o segundo personagem seria uma gata, trazendo um toque de leveza e humor à narrativa. Desse modo, as personagens receberam os nomes de “Dona Idonete” e sua gata “Mel”.

Sendo assim, foi desenvolvido um painel semântico com referências visuais que inspiraram o estilo gráfico dos personagens, destacando traços, efeitos e combinações de cores. Após pesquisas sobre os estilos mais adequados ao público idoso, optou-se por utilizar formas mais simplificadas, com traçado bem definido e bom contraste, a fim de garantir uma leitura visual clara e acessível para o público-alvo.

Figura 109 - Painel semântico dos personagens



Fonte: Compilação da autora

Os personagens foram idealizados para compor pequenas cenas inseridas no início de cada tópico do guia. Essas cenas têm a função de contextualizar o conteúdo de forma leve e bem-humorada, facilitando a aproximação do público com o material. Com isso, foram criados esboços dos personagens e das cenas, que passaram por refinamentos até chegar ao resultado final.

Figura 112 - Parte das vetorizações

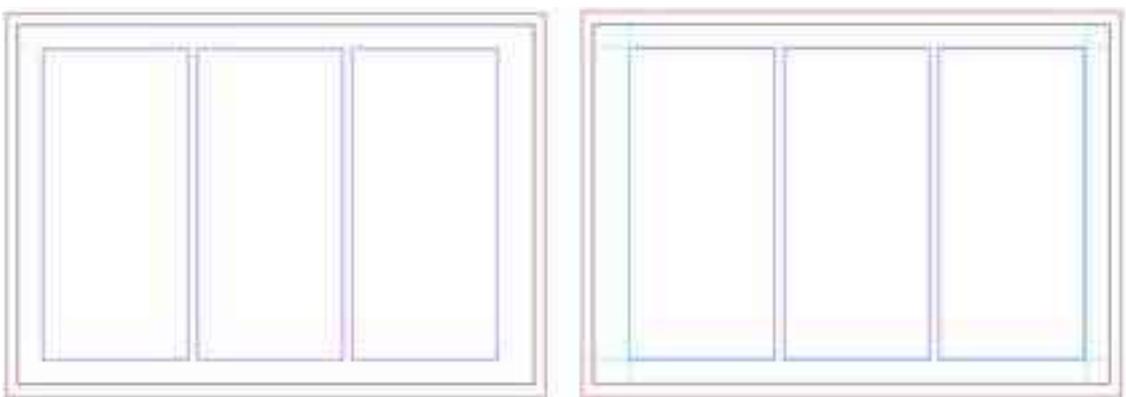


Fonte: De autoria própria

Ainda nessa fase, foi definida a estrutura do guia, incluindo o *grid*, o *layout* e a composição gráfica. Para o miolo, optou-se por um *grid* de três colunas com uma medianiz de 0,442 cm, por oferecer uma organização visual clara, intuitiva e versátil na diagramação.

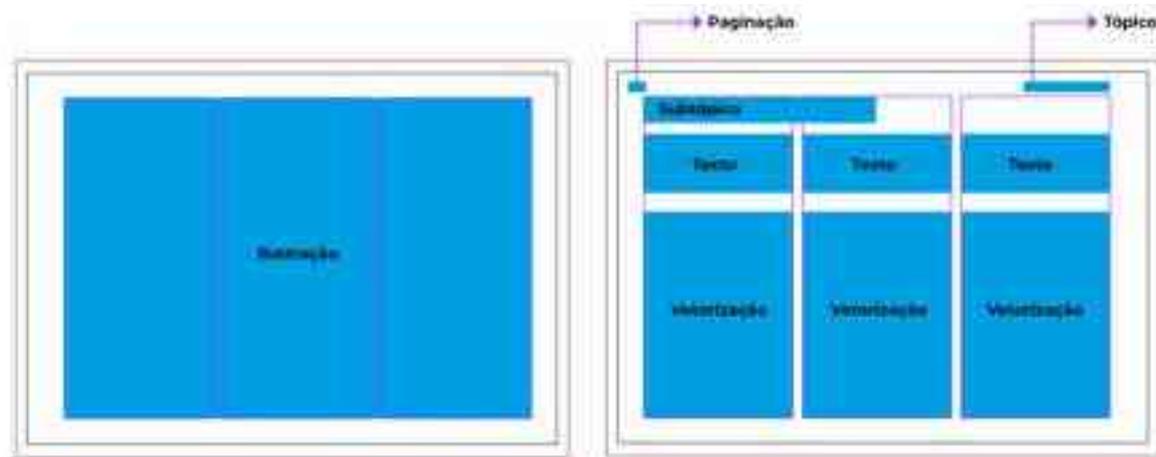
Definiu-se que o guia teria formato A5 (21 cm x 14,8 cm), na orientação horizontal, com páginas em papel de 180g/m². Quanto às margens e sangrias, foram adotadas as seguintes medidas: margens superior, inferior e interna de 1,0 cm; margem externa de 1,5 cm; e sangria de 0,5 cm.

Figura 113 - Grid e margens do guia



Fonte: De autoria própria

Figura 114 - Protótipo do miolo do guia



Fonte: De autoria própria

Foram iniciadas as correções dos textos e os testes de impressão. Com base nos feedbacks dos professores e da equipe, ajustes foram realizados até se alcançar a versão final.

Figura 115 - Testes



Fonte: De autoria própria

Especificação (resultados)

O design editorial do "Guia de Sobrevivência ao Celular: Aprenda o Básico" foi concebido como resposta à problemática identificada na fase inicial do projeto. A solução

adotada consistiu na criação de um guia lúdico e objetivo, voltado para pessoas idosas, com instruções em formato de passo a passo sobre características básicas da funcionalidade do celular e dos principais aplicativos usados hoje em dia. O principal objetivo desse projeto é auxiliar pessoas idosas a se tornarem mais independentes no uso dessas tecnologias, promovendo maior contato com familiares e amigos e, assim, diminuindo a solidão e o isolamento social.

Na capa, estão o título, uma ilustração e o nome da editora, criada especialmente para o projeto. A ilustração mostra a personagem principal, Dona Idonete, tentando dar uma vassourada no celular, representando de forma bem-humorada a ideia do título. A escolha do nome “Guia de Sobrevivência ao Celular” traz um tom lúdico e faz referência à experiência de lidar com algo considerado difícil, como é o caso do uso do celular por muitas pessoas idosas.

Figura 116- Capa e contracapa do guia



Fonte: De autoria própria

Figura 117- Apresentação dos personagens



Fonte: De autoria própria

A paleta de cores selecionada para o miolo do guia, aplicada em textos e vetorizações, é composta pelos tons: azul *Wedgewood* (#537a9b), vermelho *Matrix* (#B36A61), verde *Aqua Forest* (#6CAB7B), branco (#FFFFFF) e preto (#000000). Para as ilustrações, optou-se por uma paleta mais ampla, com diversas cores e tonalidades. Com o objetivo de garantir maior acessibilidade, foram escolhidas cores menos saturadas, que, embora variadas, trazem leveza e um aspecto alegre ao guia, mantendo o conforto visual.

Figura 118 - Paleta de cores



Fonte: De autoria própria

Foram utilizadas três famílias tipográficas no projeto. Para os títulos e subtítulos, optou-se pela Commuters Sans, de Ryoichi Tsunekawa; no corpo do texto, aplicou-se a Venn, da fundição Dalton Maag. Já na capa, foi escolhida a Puffin Display, criada por Pieter van Rosmalen. Todas são fontes sem serifa, com bom espaçamento e excelente legibilidade, proporcionando uma leitura confortável, característica essencial para pessoas com baixa visão.

Figura 119 - Tipografias



Fonte: De autoria própria

Por fim, foram realizadas fotografias do guia e de sua aplicação, feitas pelos integrantes do grupo, a fim de registrar e visualizar o resultado final do projeto.

Figura 120 - Fotografia do Guia frente e verso



Fonte: De autoria própria

Figura 121 - Fotografia do Guia



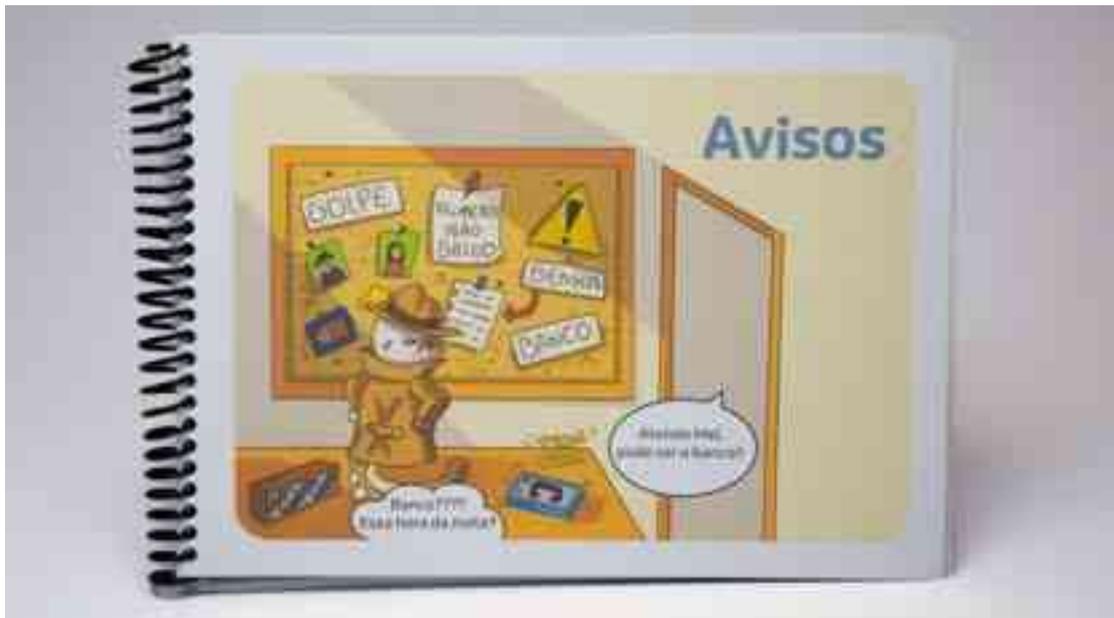
Fonte: De autoria própria

Figura 122 - Fotografia do Guia 2



Fonte: De autoria própria

Figura 123 - Fotografia do guia 3



Fonte: De autoria própria

Figura 124 - Fotografia do Guia 4



Fonte: De autoria própria

Figura 125 - Aplicação do guia



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

O grupo conseguiu entregar um projeto que atendeu ao que foi proposto, buscando promover a inclusão de idosos no mundo digital de forma diferenciada. No entanto, ao avaliar o resultado final, percebe-se que ainda há pontos a serem aprimorados. Devido ao curto prazo, não foram incluídos aplicativos de banco, considerando que cada um possui uma interface distinta. No entanto, reconhece-se que a ausência desse conteúdo representa uma lacuna no guia, considerando que, atualmente, esse tipo de aplicativo está entre as maiores dificuldades enfrentadas por pessoas idosas.

Outra observação importante é a necessidade de uma revisão gramatical mais rigorosa, já que, mesmo após a impressão, ainda foram identificados erros gramaticais. Além disso, teria sido necessário um maior cuidado com o contraste nas vetorizações, pois algumas cores ficaram claras demais na impressão, dificultando a distinção dos elementos.

Como aprendizado, a aluna destaca a experiência de ter participado da elaboração de um projeto editorial mais complexo, como a criação de um livro. O resultado final do guia foi considerado satisfatório, atendendo tanto às expectativas do grupo quanto às da aluna em particular. Ademais, o trabalho proporcionou uma reflexão sobre a relevância de abordar questões sociais e sobre como o design gráfico pode ser uma ferramenta útil na busca por soluções acessíveis e significativas.

3.4 Fotografia de produto

3.4.1 Corona Extra - Projeto de fotografia de produto, 2024

Categorias:Fotografia de Produto

Disciplina:Fotografia Digital

Semestre: 2024.1

Temática: Bebida alcoólica engarrafada

Metodologia: *Weekend Creative*

Membros da equipe: Livia Tavares, Mariah Victória e Yohana Echila.

Problematização

O projeto de fotografia de produto foi desenvolvido na disciplina de Fotografia Digital, ministrada pelo Professor Ticianos Alves, no 3º período do curso. A disciplina tem como objetivo ensinar os fundamentos e as técnicas da fotografia, abordando o uso de câmeras fotográficas, a composição de cenários e o planejamento de projetos fotográficos. Como proposta da atividade, foi solicitado que o grupo escolhesse uma bebida alcoólica de sua preferência, especificamente uma versão engarrafada, para a produção de sete imagens estáticas: cinco destinadas a *website* e duas voltadas para a rede social Instagram. O projeto foi realizado em grupo, seguindo a metodologia recomendada pelo professor: a *Weekend Creative*, adaptada no livro “Como Fotografar Produtos”, de Alves (2022).

Seleção de produto

Na etapa de seleção do produto, aplicada exclusivamente no contexto acadêmico, o grupo optou pela cerveja Corona Extra. A escolha foi baseada na identidade da marca, que transmite um estilo de vida praiano, jovem e popular, além de ser de fácil acesso e amplamente encontrada no mercado.

Pesquisa sobre o produto

Com o produto definido, o grupo realizou uma pesquisa para compreender melhor a história da marca e as particularidades da cerveja. Lançada em 1925, a Corona Extra é uma cerveja mexicana que se destaca como a mais vendida do mundo. Sendo pioneira ao utilizar a técnica de impressão direta no vidro, adotando uma etiqueta serigrafada em vez de rótulo

tradicional. A marca se posiciona de forma clara em relação à sustentabilidade e à cultura do surf, sendo a primeira no setor a neutralizar 100% dos resíduos plásticos gerados em sua produção. Ao analisar as publicações no Instagram e no site oficial da marca, revelou-se que o limão é incorporado como um elemento essencial que complementa o produto.

Em relação ao público-alvo da marca, observou-se que ele é composto por jovens adultos, com idade entre 18 e 35 anos, que apreciam um estilo de vida leve e descontraído e buscam uma bebida refrescante para acompanhar momentos de lazer.

Figura 126 - *Brainstorm* digital

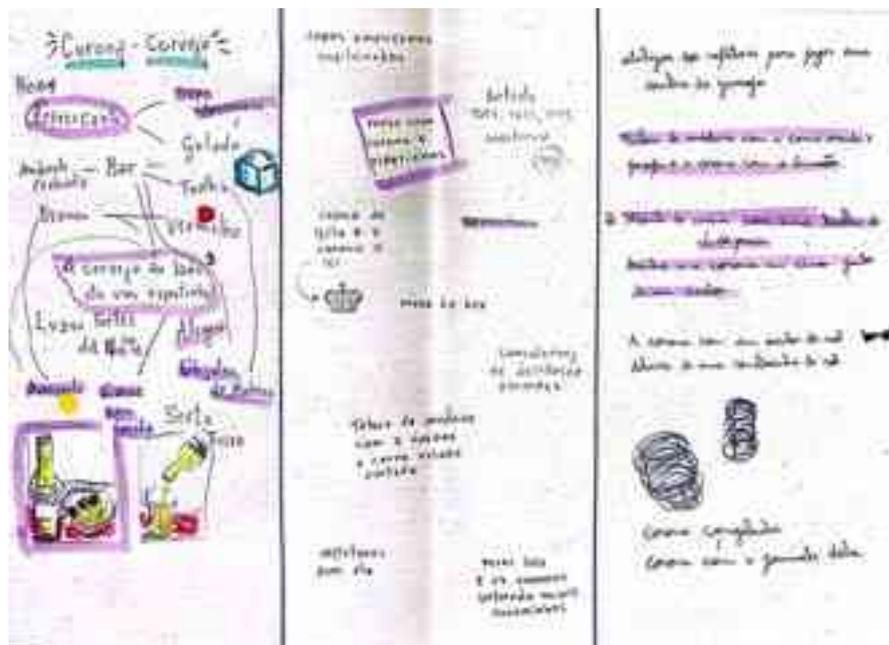


Fonte: Pinterest

Brainstorm

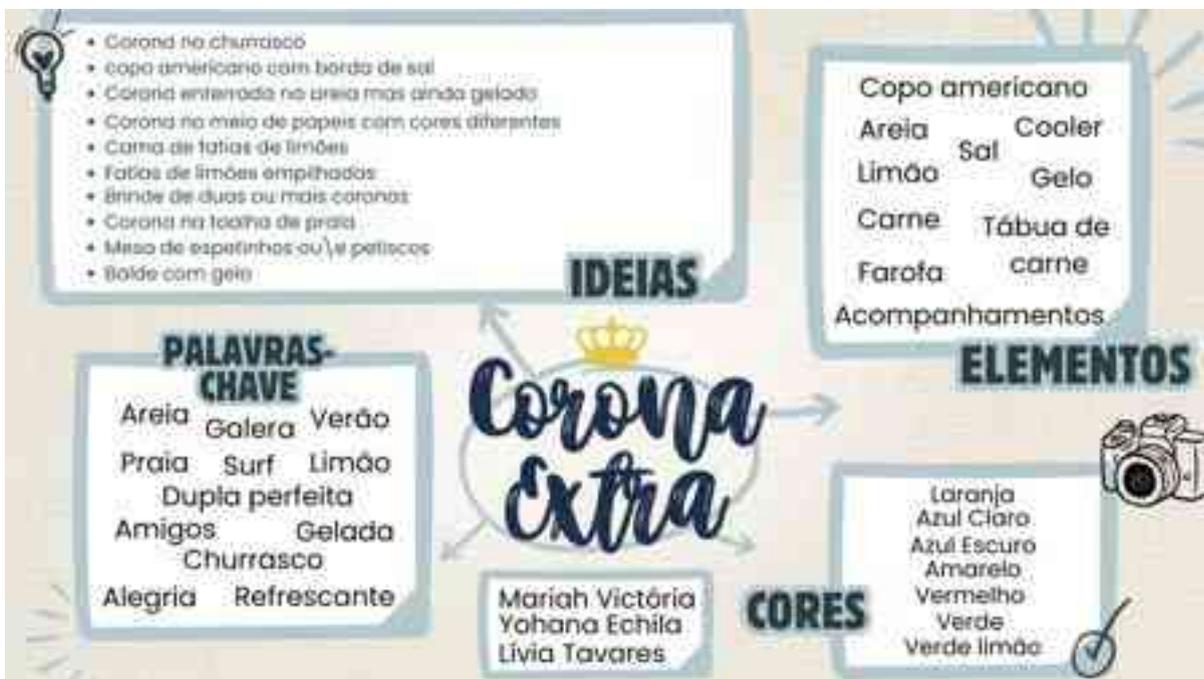
Nessa terceira etapa, foi realizado um *brainstorm* inicial com os integrantes do grupo, no qual foram anotadas palavras relacionadas ao produto, desenhos e ideias para a composição das fotografias. Em seguida, após conversas entre os participantes, foi feita uma

Figura 129 - *Brainstorm 3*



Fonte: De autoria própria

Figura 130 - *Brainstorm digital*



Fonte: De autoria própria

Ainda nessa fase, foram reunidas imagens que transmitiam a essência do produto, com o objetivo de criar um painel semântico que serviu de inspiração para o desenvolvimento do projeto.

Figura 131 - Painel semântico



Fonte: De autoria própria

Shootplan

Na quarta etapa, foi elaborado o *shootplan*, um documento que reúne e organiza visualmente todos os elementos planejados para a sessão fotográfica, funcionando como um roteiro para orientar a execução das imagens. O arquivo contém como conteúdo uma visão geral do projeto, incluindo o objetivo, a paleta de cores, o cronograma, resultados e o detalhamento dos planos. Também apresenta o estudo da marca e do produto, um *moodboard* geral e o planejamento detalhado das imagens, com os protótipos, a descrição de cada imagem, um *checklist* dos itens necessários, além do uso previsto e das dimensões de cada uma das imagens.

Figura 132 - Capa do *shootplan*

Fonte: De autoria própria

Figura 133 - Marca e produto



Fonte: De autoria própria

Figura 134 - Visão geral



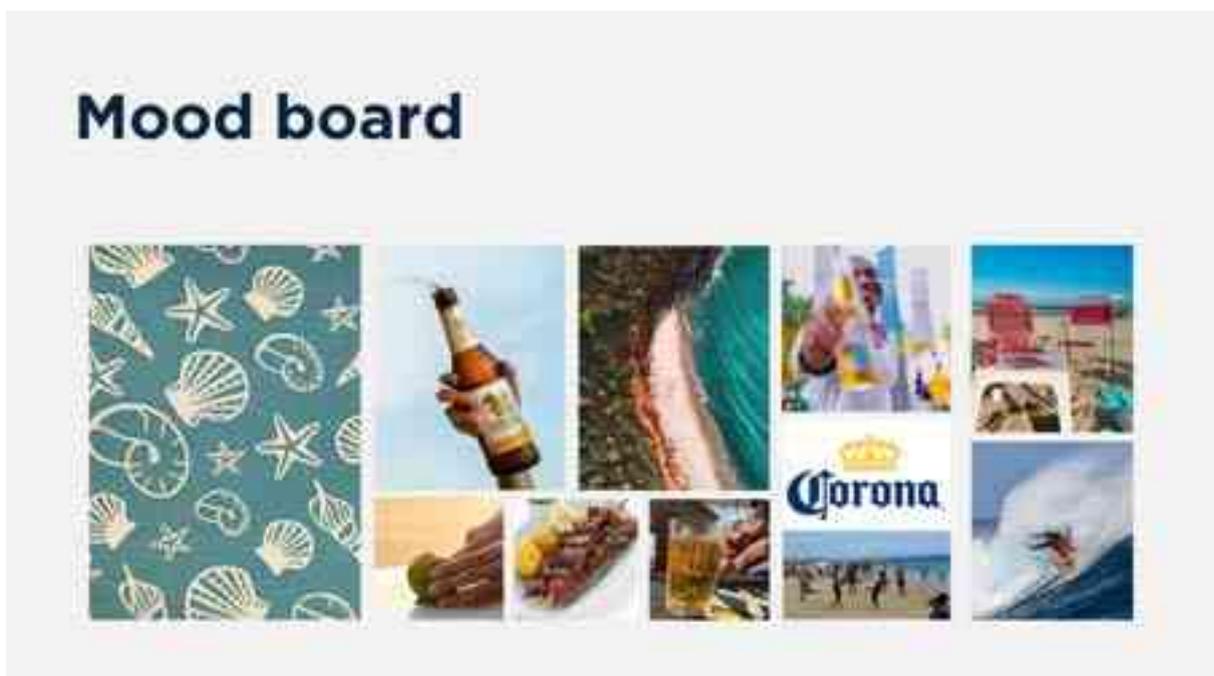
Fonte: De autoria própria

Figura 135 - Estudo da marca e do produto



Fonte: De autoria própria

Figura 136 - Moodboard



Fonte: De autoria própria

Figura 137 - Protótipo com descrição 1



Plano Inteiro

Site Retangular (1820 X 1280)

A fotografia será feita em plano inteiro, sem retratar suas pessoas fazendo um brinde com a cerveja Corona. Ao fundo, desfocada, haverá uma predominantemente da cor azul que será trabalhado na edição.



2x Cerveja, 2x Flan, estufa, resfriador branco, background azul, tripé de ferro com girafa para a câmera, 2x tripé de flash, octabox 120cm, câmera, lente 70x300mm, 50mm e macro (MFPS), extensão, filtro de linha, adaptador de bateria, cartão de memória 16gb, notebook, cabo de conexão com notebook.

Fonte: De autoria própria

Figura 138 - Protótipo com descrição 2



Plano Conjunto

Novo Social(Fest) - Retangular (1080 x 1280)

Tiremos em uma sóto planície, a cerveja vai para em cima da mesa acompanhado dos artigos de mesa. E ao fundo, haverá uma de mesa, completando a imagem e reforçando a atmosfera do evento.



Cerveja, 2x Flan, estufa, resfriador branco, background branco, tripé de ferro com girafa para a câmera, 2x tripé de flash, octabox 120cm, câmera, lente 70x300mm, 50mm e macro (MFPS), extensão, filtro de linha, adaptador de bateria, cartão de memória 16gb, notebook, cabo de conexão com notebook.

Fonte: De autoria própria

Figura 139 - Protótipo com descrição 3



Plano Fechado e Conjunto

Site - Retangular (7820 X 1080)

A fotografia será em plano fechado/completo, a garrafa de Corono estará parcialmente enterrada na areia, rodeada de cotofol, criando uma atmosfera próxima e íntima. Além da garrafa, haverá uma praia (ou uma praia virtualmente adicionada ao site) para complementar a composição. O fundo será azul, sem texturas no site.



Câmera: Câmbio de 20mm, zoom, 2x Flash externo, reflexor branco, background branco, tripé de ferro com grelha para a câmera; 2x tipo de flash, octâmetro 120cm, câmera, lente 70x300mm, 50mm e macro (100x), estabilizador, filtro de lente, acionador de bateria, cartão de memória, lente, notebook, cabo de conexão com reflexor.

Fonte: De autoria própria

Figura 140 - Protótipo com descrição 4



Plano Geral

Rede Social (Stories) - Retangular (1080 X 1920)

Em uma visão de conjunto, os elementos estarão harmonicamente alinhados. No fundo, será utilizada areia, a o cenário será composto por elementos em miniatura, criando uma atmosfera de praia. No site, será adicionado uma frase para complementar a imagem que irá para os stories do Instagram.



Câmera: Lente, Miniflex; 2x Flash externo, reflexor branco, background branco, tripé de ferro com grelha para a câmera; 2x tipo de flash, octâmetro 120cm, câmera, lente 70x300mm, 50mm e macro (100x), estabilizador, filtro de lente, acionador de bateria, cartão de memória, lente, notebook, cabo de conexão com reflexor.

Fonte: De autoria própria

Figura 141 - Protótipo com descrição 5



Fonte: De autoria própria

Figura 142 - Protótipo com descrição 6



Fonte: De autoria própria

Figura 143 - Protótipo com descrição 7



Fonte: De autoria própria

Execução do *Shootplan*

Nessa etapa, foi realizada a execução do *shootplan*, seguindo o roteiro previamente definido pela equipe. A sessão fotográfica aconteceu no laboratório de fotografia, com o apoio do professor.

Figura 144 - Fotografias sem edição



Fonte: De autoria própria

Pós-produção e entrega

O projeto fotográfico da Corona Extra teve como conceito principal representar, por meio das imagens estáticas, a essência da marca, destacando sua popularidade e versatilidade. Apesar de ser amplamente associada a ambientes praianos, a Corona Extra também marca presença em espaços fechados, como festas e bares, evidenciando sua capacidade de se adaptar a diferentes contextos.

Com base nesse conceito, a produção das imagens seguiu um planejamento que contemplava desde o ensaio fotográfico até a edição final. Após a sessão fotográfica, na última etapa, as imagens passaram por um tratamento cuidadoso, com ajustes em cores, brilho, temperatura, exposição, contraste, dimensões e outros parâmetros de edição. Uma das fotos previstas no roteiro (ver Figura 142) foi retirada e substituída (Figura 151) por uma variação de uma das imagens capturadas durante a sessão, a fim de melhor se adequar ao resultado desejado. Em algumas imagens, como a que o produto aparece sobre a canga, foi utilizada a inteligência artificial para complementar os detalhes da foto. Já nas imagens em que a garrafa parece congelada, foi aplicado um pincel digital para criar esse efeito visual.

Além do tratamento visual das fotos, outros elementos também foram definidos para compor a apresentação do projeto. Para acompanhar as imagens estáticas, optou-se pela tipografia Poppins, uma fonte sem serifa, reconhecida por sua versatilidade e popularidade. Como foi solicitado o desenvolvimento de duas imagens para redes sociais, uma delas foi pensada para o formato *Story* e a outra para o *feed*. Para ilustrar essas opções, foram feitas as respectivas aplicações das duas.

Com as imagens finalizadas, o material foi entregue de forma organizada, em uma pasta no Drive e também no formato de apresentação para o Behance.

Figura 145 - Resultado 1



Fonte: De autoria própria

Figura 146 - Aplicação da imagem para rede social 1



Fonte: De autoria própria

Figura 147 - Resultado 3



Fonte: De autoria própria

Figura 148 - Detalhes da imagem 4



Fonte: De autoria própria

Figura 149 - Aplicação da imagem para rede social 2



Fonte: De autoria própria

Figura 150 - Resultado 5



Fonte: De autoria própria

Figura 151 -Resultado 6



Fonte: De autoria própria

Figura 152 - Resultado 7



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

O projeto de fotografia atendeu aos requisitos propostos na atividade, sendo entregue de forma completa, criativa, bem estruturada e em conformidade com a metodologia aplicada, o que resultou em uma entrega que trouxe satisfação e surpreendeu positivamente a equipe. Como sugestão de aprimoramento, destaca-se a escolha da iluminação utilizada no dia da sessão fotográfica. O uso de luz amarela, em vez da branca, nas fotos com temática praiana poderia ter intensificado a sensação de verão e calor, além de reduzir a necessidade de correções na pós-produção.

Entretanto, a aluna leva como aprendizado o domínio dos princípios da fotografia e sua aplicação prática, o manuseio de uma câmera profissional, além da experiência em roteirizar e executar uma sessão fotográfica.

3.5 Design de superfície

3.5.1 Soninho Nordestino - Projeto de design de superfície, 2024

Categorias: Estampa

Disciplina: Design de Superfície

Semestre: 2024.2

Temática: Fauna Nordestina **Metodologia:** Maria Luísa Peón

Membros da equipe: Livia Tavares, Mariah Victória, Vitória Avelino e Yohana Echila.

Problematização

O presente projeto foi desenvolvido no 4º período do curso, na disciplina optativa de Design de Superfície, ministrada pela Professora Anália Adriana. A disciplina tem como objetivo ensinar e aplicar a criação de estampas em diferentes superfícies, considerando aspectos estéticos e funcionais. Como proposta, os alunos deveriam desenvolver um projeto gráfico de estamparia com tema livre, criando duas aplicações: uma estampa localizada e uma estampa contínua, destinadas a uma coleção de produtos voltada para o mercado. Além da criação das estampas, a proposta incluía a justificativa do tema escolhido, o desenvolvimento de peças de divulgação da coleção e a confecção de pelo menos duas aplicações reais, utilizando a técnica selecionada pelo grupo, para serem apresentadas no dia da entrega final.

Como ponto de partida, o grupo optou por desenvolver um projeto voltado para o público infantil, especificamente crianças de 4 a 6 anos. Assim, optou-se como tema animais não convencionais, escolhendo a fauna nordestina, que foi aplicada em uma coleção de produtos voltados para a hora de dormir. Neste trabalho, as três etapas da metodologia de Peón (2009) foram adaptadas para orientar o desenvolvimento do projeto conforme as necessidades específicas.

Após a definição do tema, ainda na etapa da problematização, foi realizada uma pesquisa sobre os animais presentes na fauna nordestina. Como parte desse processo, elaborou-se um quadro contendo dez espécies encontradas na região, mesclando animais mais conhecidos com outros menos populares. Em seguida, os integrantes do grupo realizaram uma votação para selecionar apenas cinco animais, resultando na escolha do Tamanduá-bandeira, Sagui-de-tufos-brancos, Paca, Ararinha-azul e Capivara.

Figura 153 - Votação dos animais



Fonte: De autoria própria

Concepção

Na fase da concepção, foram elaborados dois painéis semânticos com o objetivo de servir como referência para o desenvolvimento do projeto. O primeiro apresenta uma seleção de imagens gerais, incluindo os animais escolhidos, ilustrações e sugestões de produtos para a coleção, proporcionando uma visão mais ampla do que poderia ser desenvolvido. O segundo painel, por sua vez, reúne referências visuais voltadas à definição do estilo das ilustrações, pensado especialmente para o público-alvo, contendo diferentes traços e formas — com foco em linhas simples e de fácil identificação.

Figura 154 - Painel semântico geral



Fonte: Compilação da autora

Figura 155 - Painel semântico ilustração



Fonte: Compilação da autora

Durante a fase de ideação, foram desenvolvidos os esboços das ilustrações, seguindo o estilo previamente definido pelo grupo. Com a aprovação desses esboços pelos integrantes, iniciou-se a etapa de vetorização digital. Após a finalização das ilustrações dos animais, foi criado a estampa.

Figura 156 - Esboços dos animais



Fonte: De autoria própria

Especificação (resultados)

A coleção desenvolvida teve como base a fauna nordestina, com o intuito de valorizar a região e destacar sua diversidade natural. Essa proposta serviu como justificativa para a escolha do tema, aliada ao desejo do grupo de ressaltar a importância de estampas infantis coloridas, diante da tendência atual de roupas infantis com pouca vivacidade. Além disso, a proposta da estampa foi pensada para uso unissex, com a intenção de promover a igualdade e oferecer opções inclusivas.

Figura 157 - Ilustração Tamanduá Bandeira



Fonte: De autoria própria

Figura 158 - Ilustração Ararinha Azul



Fonte: De autoria própria

Figura 159 - Ilustração Sagui-de-tufo-branco



Fonte: De autoria própria

Figura 160 - Ilustração Capivara



Fonte: De autoria própria

Figura 161 - Ilustração Paca



Fonte: De autoria própria

Para reforçar esse conceito de forma lúdica, a coleção recebeu o nome de “Soninho Nordestino”, unindo de maneira descontraída a proposta de produtos voltados para a hora de dormir com a temática regional escolhida. Como resultado, a coleção é composta pelos seguintes itens: conjunto de pijama de manga longa, conjunto de pijama de manga curta, meias, tapa-olho, almofadas, almofada de pescoço, colcha e jogo de cama.

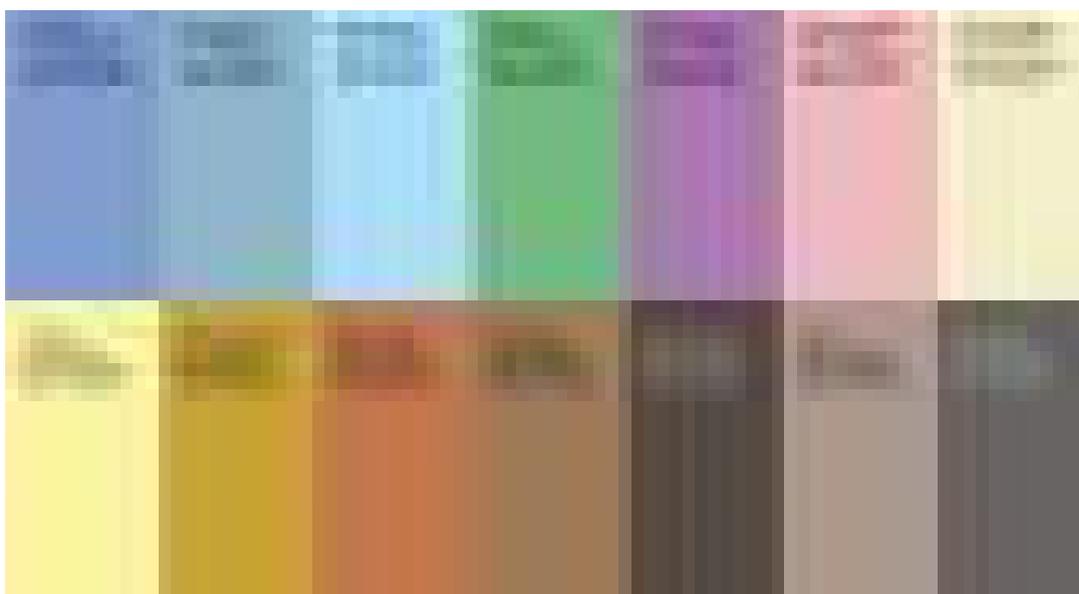
Figura 162 - Nome da coleção



Fonte: De autoria própria

Neste projeto, a paleta foi pensada para ser colorida e alegre, porém com tons suaves, alinhando-se ao universo dos produtos de dormir. Para isso, optou-se por uma ampla variedade de cores em tons pastéis e de baixa saturação, cuidadosamente escolhidas para transmitir sensações de conforto, alegria e aconchego — elementos essenciais para a hora do sono. Como mencionado, a estampa foi pensada para ser unissex e, por isso, utilizou-se o amarelo *Lemon Chiffon* (#F3EFC9) no fundo da composição, por se tratar de uma cor neutra, suave e acolhedora, reforçando a proposta inclusiva da coleção.

Figura 163 - Paleta de cor



Fonte: De autoria própria

Na estampa localizada, cuja aplicação se dá em uma área específica da peça, a proposta destaca os animais individualmente, acompanhados de seus respectivos nomes. Já a estampa contínua, caracterizada pela repetição dos elementos de forma a criar uma composição visualmente infinita, apresenta os animais em diferentes posições e rotações. Para complementar a arte e reforçar o tema do sono, foram adicionados elementos que remetem à noite, como lua, estrelas e nuvens.

Figura 164 - Estampa localizada



Fonte: De autoria própria

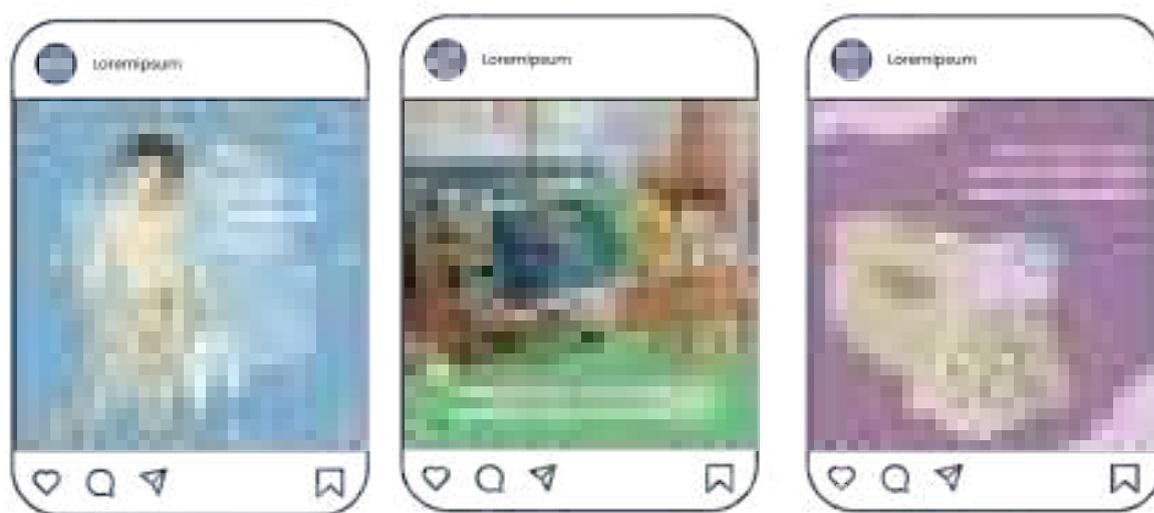
Figura 165 - Estampa Contínua



Fonte: De autoria própria

Para complementar a atividade proposta, foram desenvolvidas peças gráficas em formato de *feed* do Instagram, com o objetivo de divulgar a coleção. As peças seguiram um estilo infantil, transmitindo dinamismo e leveza, de forma lúdica e atrativa. Para a composição tipográfica, foram utilizadas duas fontes: a Calibri, por sua simplicidade e versatilidade, e a Protest Riot, que acrescenta um toque de diversão à comunicação visual.

Figura 166 - Peças Gráficas



Fonte: De autoria própria

Como era necessário apresentar ao menos duas peças no dia da entrega final, o grupo decidiu desenvolver três produtos: uma camisa, a roupa do ursinho e um travesseiro. A produção foi realizada por meio da técnica de sublimação⁶. Utilizando o laboratório de Materiais e Processos Gráficos do IFPB, parte do grupo ficou responsável tanto pelo processo de sublimação quanto pela confecção da roupa do ursinho e do travesseiro. Já a camisa foi confeccionada externamente por profissionais da área, sendo posteriormente personalizada pelo próprio grupo. As demais peças da coleção foram apresentadas por meio de *mockups*, desenvolvidas digitalmente pela equipe.

⁶ A sublimação é um processo físico-químico que possibilita a transferência de uma imagem ou design para um substrato (material) por meio de uma tinta especial ativada em altas temperaturas.

Figura 167 - Peças confeccionadas



Fonte: De autoria própria

Figura 168 - Aplicação conjunto de manga longa



Fonte: De autoria própria

Figura 169 -Aplicação jogo de cama



Fonte: De autoria própria

Figura 170 - Aplicação Almofadas



Fonte: De autoria própria

Figura 171 - Aplicação jogo de cama 2



Fonte: De autoria própria

Figura 172 - Aplicação conjunto manga curta



Fonte: De autoria própria

Figura 173 - Aplicação travesseiro de pescoço



Fonte: De autoria própria

Figura 174 - Aplicação colcha, almofada e meia



Fonte: De autoria própria

Figura 175 - Aplicação tapa olho



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

O projeto apresenta uma solução completa e criativa em relação ao que foi proposto, atendendo e até superando as expectativas do grupo. No entanto, ao revisar o resultado final, observou-se que o tom utilizado para a pele e o cabelo do Saguí-de-tufo-branco poderia ter sido melhor avaliada, uma vez que a escolha de uma tonalidade muito clara comprometeu o contraste com o fundo da estampa.

Como aprendizado ao longo do desenvolvimento deste projeto, a estudante adquiriu conhecimentos importantes para a criação de estampas, compreendendo a importância de adaptá-las às necessidades e preferências de um público específico, neste caso, o infantil. Além disso, teve a oportunidade de vivenciar, na prática, a técnica de sublimação, adquirindo experiência com o processo de estamparia ao utilizar a máquina disponível no laboratório da instituição.

3.6 Design de Sinalização

3.6.1 Usina Cultural Energisa - Projeto de Design de Sinalização, 2024

Categorias: Sinalização

Disciplina: Design de sinalização

Semestre: 2024.2

Temática: Placas

Metodologia: Joan Costa

Membros da equipe: João Batista, Júlia Cavalcanti, Lívia Tavares, Mariah Victória, Sofia César e Yohana Echila.

Problematização

O projeto apresentado a seguir foi desenvolvido durante o quarto período do curso, na disciplina de Design de Sinalização, ministrada pela Professora Luciana Dinoá. A matéria aborda conceitos, materiais e metodologias adequadas para o desenvolvimento de sistemas de sinalização, destacando a importância dessa prática para a organização e orientação em diferentes ambientes.

Neste contexto, o projeto consistiu no desenvolvimento de um sistema de sinalização para um local de João Pessoa escolhido pelo grupo. A equipe optou pela Usina Cultural Energisa, localizada no bairro de Tambiá, por ser um espaço central, amplo e de fácil acesso. O projeto seguiu todas as etapas da metodologia de Joan Costa (2007), exceto pela implementação, por se tratar de um trabalho acadêmico.

Coleta de informações

Com o local definido, iniciou a etapa de coleta de informações, a primeira da metodologia, responsável por reunir os dados essenciais para o desenvolvimento do sistema de sinalização. Para isso, foram realizadas pesquisas online e uma visita à Usina Cultural Energisa, com o intuito de compreender melhor o espaço, suas características físicas, o perfil dos usuários, a identidade visual e os principais problemas que poderiam ser solucionados pelo projeto.

Durante esse levantamento, identificou-se que a Usina Cultural Energisa se consolidou como um importante centro voltado à ciência, cultura e artes, abrigando tanto exposições permanentes quanto itinerantes. Com uma estrutura composta por salas de exposição, teatro,

galeria de arte e cafeteria, o espaço tem como propósito fortalecer a produção cultural local, ampliar o acesso à arte e valorizar o cenário artístico paraibano, atendendo a um público diverso e abrangente.

Figura 176 - Usina Cultural Energisa



Fonte: Divulgação

Em relação à identidade visual, embora algumas peças gráficas utilizem a assinatura visual com o nome “ Usina”, o espaço adota majoritariamente a identidade do Grupo Energisa, ao qual está vinculado. Assim, é comum que seus materiais visuais sigam os padrões estabelecidos pela marca Energisa.

Figura 177 - Identidade do Grupo Energisa e Usina



Fonte: De autoria própria

A sinalização desenvolvida neste projeto abrange exclusivamente a área externa da Usina Cultural Energisa, recorte definido a partir da constatação de que o local não dispõe de um sistema padronizado, utilizando apenas placas pontuais e isoladas. No levantamento realizado, foram identificadas falhas como a ausência de placas direcionais em pontos estratégicos, o que compromete a orientação e localização dos visitantes. Além disso, observou-se a ausência de placas identificativas nas áreas de acesso, tanto para a entrada de pedestres quanto para a entrada de veículos.

Figura 178 - Problemas da Usina 1



Fonte: De autoria própria

Figura 179 - Problemas da Usina 2



Fonte: De autoria própria

Projeto do sistema

No projeto de sistema, com base na visita ao local e nas informações fornecidas por um funcionário sobre o funcionamento da Usina, foi realizada uma análise de fluxos e um mapeamento dos percursos, no qual foram identificados os pontos que demandam sinalização, bem como os tipos de sinais adequados para cada local. Também foi desenvolvido um mapa ilustrado, com linguagem menos técnica, destinado à aplicação na placa orientativa.

Figura 180 - Análise de Fluxo



Fonte: De autoria própria

Figura 181 - Mapeamento dos sinais



Fonte: De autoria própria

Figura 182 - Mapa ilustrado



Fonte: De autoria própria

Foi elaborado um painel semântico com referências visuais de diferentes estilos e tipos de placas, com o objetivo de orientar e inspirar as decisões do projeto. Ainda na segunda etapa, definiu-se o conceito, alinhado à essência e à identidade cultural singular da Usina. A proposta parte da compreensão do espaço como um ambiente dinâmico e receptivo a múltiplas expressões artísticas e culturais. A partir disso, surgiu a ideia de utilizar formas geométricas nas placas de sinalização, que, ao se combinarem, formam um mosaico visual dinâmico. Essa composição busca representar a diversidade das manifestações culturais, aliando estética e funcionalidade.

Figura 183 - Painel semântico



Fonte: Compilação da autora

Sistema Básico de Códigos e Sinais

Nesta etapa, foi elaborada uma tabela contendo informações sobre os diferentes tipos de sinais, incluindo símbolo, tipo, código, função, quantidade, formato, fixação e materiais de cada placa. Para facilitar a identificação e organização, criou-se um sistema de codificação, no qual cada placa recebe um código composto por uma abreviação do tipo de sinalização seguida de sua função. Por exemplo, a placa ID-EP é indicativa da entrada principal da Usina, sendo ID a sigla para sinalização identificativa e EP a abreviação de “entrada principal”.

Figura 184 -Tabela de Sistema Básico de códigos e Sinais

Tipo de sinalização	Símbolo	Código	Função	Fixação	Quantidade	Materiais
Identificativa		ID-EP	Indicar a entrada para a usina	Fixada à estrutura em alumínio por meio parafusos	1	ACM com pintura eletrolítica, alumínio com iluminação interna
Identificativa		ID-EP'	Indicar a entrada e saída para a rede de distribuição local	Fixada fixada ao chão com parafusos	1	ACM com pintura eletrolítica, alumínio com adesivo
Identificativa		ID-UP	Identificar as regras preferenciais	Fixada fixada ao chão com parafusos	1	ACM com pintura eletrolítica, alumínio com adesivo
Identificativa		ID-F	Indica entrada de pedestres	Fixada na parede	1	ACM
Identificativa		ID-BC	Identificar banheiros	Placa fixada na parede	1	ACM
Identificativa		ID-BC-F	Identificar banheiros feminino	Placa fixada na parede	1	ACM
Identificativa		ID-BC-M	Identificar banheiros masculino	Placa fixada na parede	1	ACM
Identificativa		ID-E	Identificar sala de eventos	Placa aderida no interior da porta	1	Adesivo vinyl impresso
Identificativa		ID-M	Identificar o escritório	Placa fixada no chão	1	ACM branco
Identificativa		ID-E	Identificar o escritório	Placa fixada na parede	1	ACM
Identificativa		ID-CA	Identificar a sala de bombeamento	Placa fixada na parede	1	Adesivo vinyl impresso
Regulamentativa		GR-VL	Mostrar a programação de eventos na Usina Energia	Fixada com suporte para evidência de alterações e datas	1	PVC expandido
Identificativa		CA-4	Mostrar o caminho para as pessoas se localizarem dentro da Usina Energia	Fixada fixada com concreto no chão	1	ACM branco
Identificativa		CA	Mostrar as pessoas para locais importantes dentro da Usina Energia	Fixada fixada com concreto no chão	1	ACM com pintura eletrolítica, alumínio com adesivo e iluminação interna led
Regulamentativa		RG-1	Regulamentar a necessidade de estacionamento de veículos do lado externo	Placa fixada na parede	1	Pvc expandido 2mm com adesivo
Regulamentativa		RG-2	Regulamentar a necessidade de estacionamento de veículos na porta	Fixada a parede	1	Pvc expandido 2mm com adesivo
Regulamentativa		RG-3	Regulamentar estacionamento preferencial	Fixada a parede	1	ACM branco

Fonte: De autoria própria

Design Gráfico

Embora a Usina siga o sistema visual do Grupo Energisa, a equipe optou por realizar adaptações a fim de tornar o projeto mais exclusivo e alinhado à personalidade do espaço. Assim, foi utilizado apenas o logotipo da Usina, conferindo à sinalização uma identidade mais própria e personalizada. Para a tipografia, foi escolhida a fonte Motiva Sans, desenvolvida por Rodrigo Saiani, por sua legibilidade e versatilidade — qualidades que dialogam com o caráter

criativo e cultural da Usina. Considerando o público diversificado e de diferentes faixas etárias, sua estrutura limpa favorece a leitura em curtas e médias distâncias, atendendo aos requisitos funcionais do projeto. Dentre suas variações, foram utilizadas as versões Regular e *Bold*.

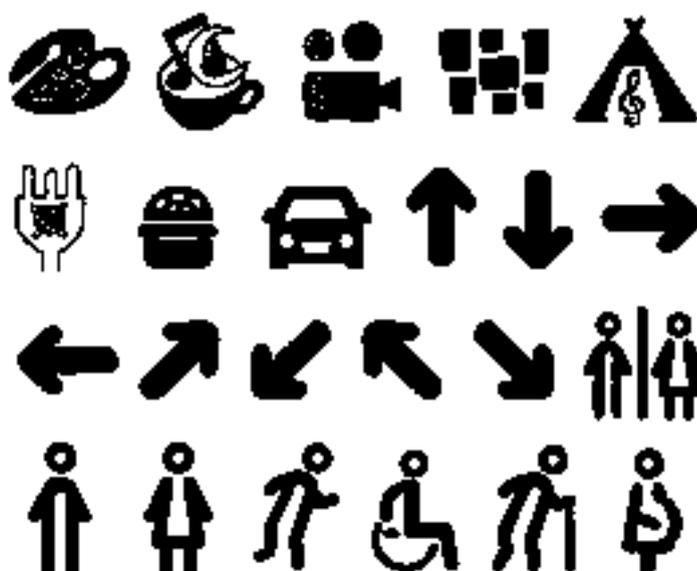
Figura 185 - Tipografia



Fonte: De autoria própria

No desenvolvimento dos pictogramas deste projeto, a equipe adotou formas simples, geométricas e com linhas arredondadas, transmitindo leveza e receptividade. Ao todo, foram desenhados 23 símbolos, incluindo seis ícones exclusivos para representar cada uma das salas da Usina.

Figura 186 - Pictogramas



Fonte: De autoria própria

A escolha do código cromático da sinalização da Usina partiu da combinação de três principais referências: o logotipo da própria Usina, os padrões visuais do Grupo Energisa e os

tons observados tanto no ambiente físico quanto online. O resultado é uma paleta variada e vibrante — composta por azul *Lochmara* (#2287c8), verde *Lima* (#88bd3e), laranja *Tree Poppy* (#f39823), vermelho *Terracotta* (#eb6658), branco (#ffffff) e preto (#000000) — que cria um contraste harmônico com o espaço externo. Quando combinadas, essas cores reforçam a atmosfera criativa e cultural do local, além de transmitir uma sensação de renovação visual.

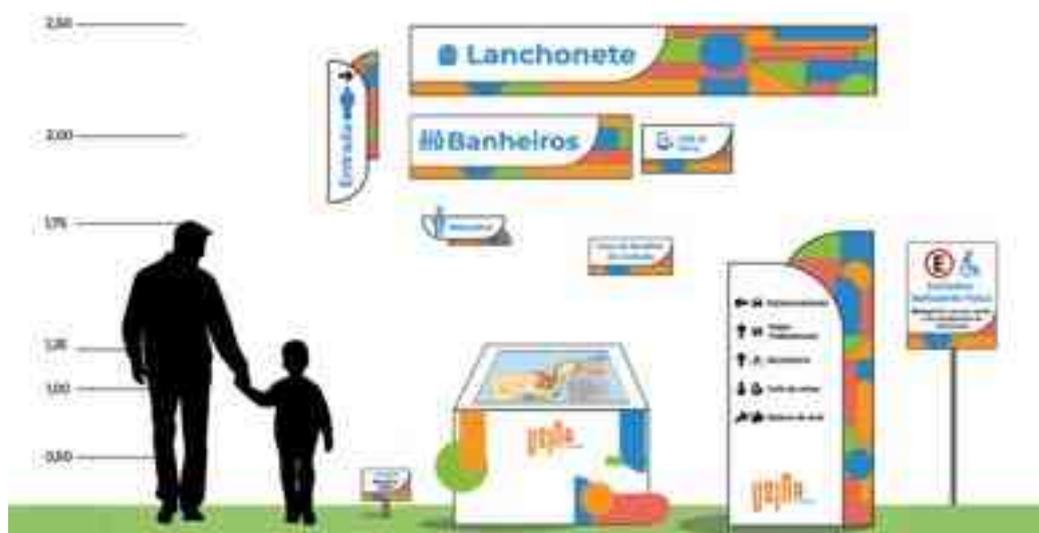
Figura 187 - Paleta de cor



Fonte: De autoria própria

Na última etapa do design gráfico, foram organizados os modelos e proporções das placas, com o objetivo de assegurar uniformidade e clareza em toda a sinalização. Para ilustrar os tamanhos e avaliar a legibilidade, utilizou-se a escala humana ao lado de uma placa de cada tipo. As proporções entre textos, pictogramas e áreas de respiro foram planejadas para garantir boa leitura a diferentes distâncias, levando em conta o ambiente externo e o fluxo de circulação da Usina.

Figura 188 - Modelos e proporções



Fonte: De autoria própria

Figura 189 - Modelos e proporções 2



Fonte: De autoria própria

Figura 190 - Modelos e proporções 3



Fonte: De autoria própria

Nesta última fase da metodologia, foram detalhadas as especificações de cada placa, com o desenvolvimento dos desenhos técnicos que incluem as vistas cotadas. Juntamente com as vistas, foram descritos os materiais e o método de fixação, previamente definidos. Para a

maioria das placas, foi escolhido o ACM⁷ como material e a fixação foi adaptada de acordo com as necessidades do local.

Figura 191 - Vistas cotadas



Fonte: De autoria própria

Figura 192 - Vistas cotadas 2

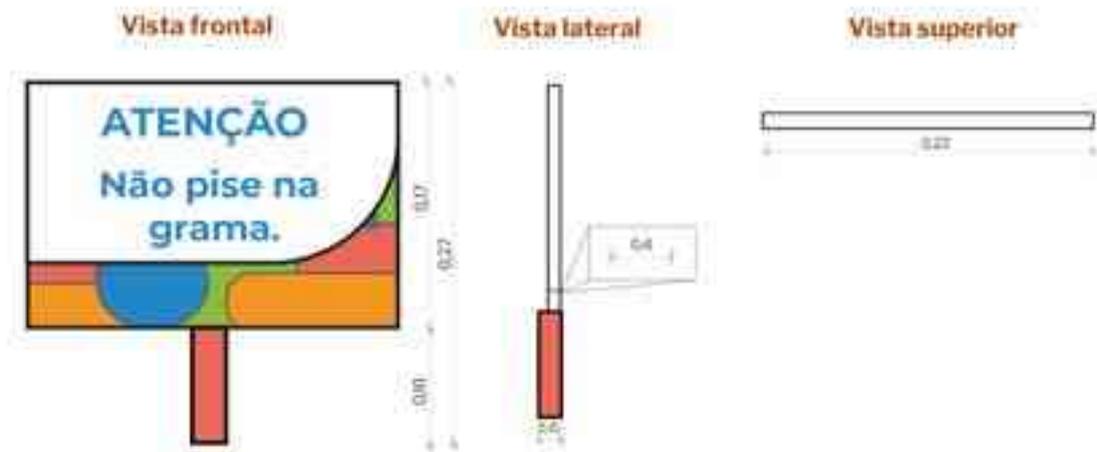


Fonte: De autoria própria

⁷ ACM é a sigla para *Aluminium Composite Material* (Material Composto de Alumínio), um tipo de revestimento formado por chapas de alumínio, amplamente utilizado em projetos de arquitetura, comunicação visual e construção civil.

Figura 193 - Vistas cotadas 3

Fixação: Poste fixado no chão
Material: PVC expandido 2 mm com adesivo



Fonte: De autoria própria

Figura 194 - Vistas cotadas 4

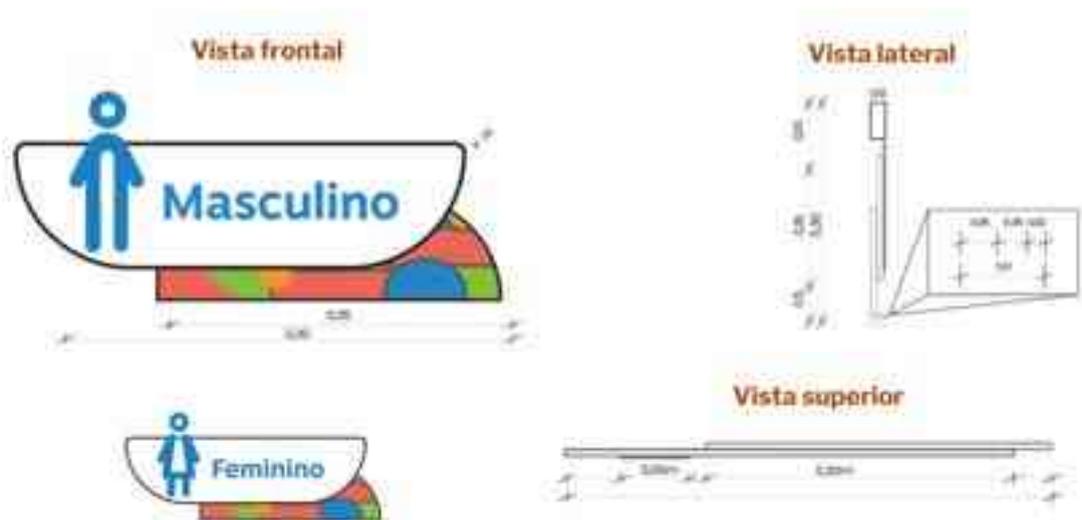
Fixação: Poste fixado no chão
Material: PVC expandido 2mm com adesivo



Fonte: De autoria própria

Figura 195 - Vistas cotadas 5

Fixação: Parede
Material: ACM



Fonte: De autoria própria

Figura 196 - Vistas cotadas 6

Fixação: Parede
Material: ACM



Fonte: De autoria própria

Figura 196 - Vistas cotadas 7

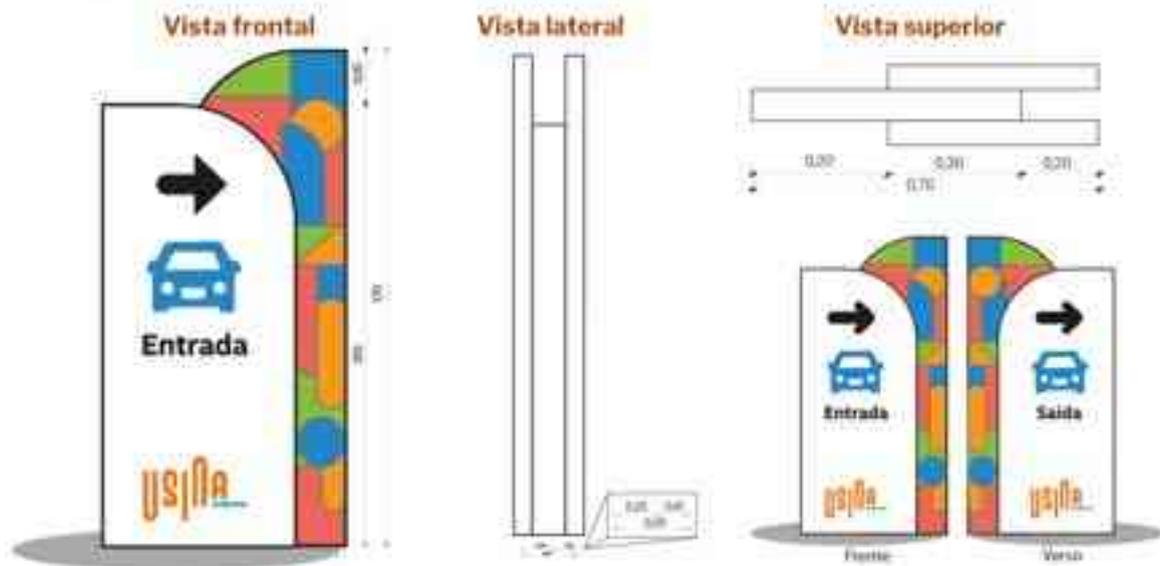
Fixação: Parede
Material: ACM



Fonte: De autoria própria

Figura 197 - Vistas cotadas 8

Fixação: Totem fixado no chão com concreto
Material: ACM com pintura automotiva e acrílico com adesivo

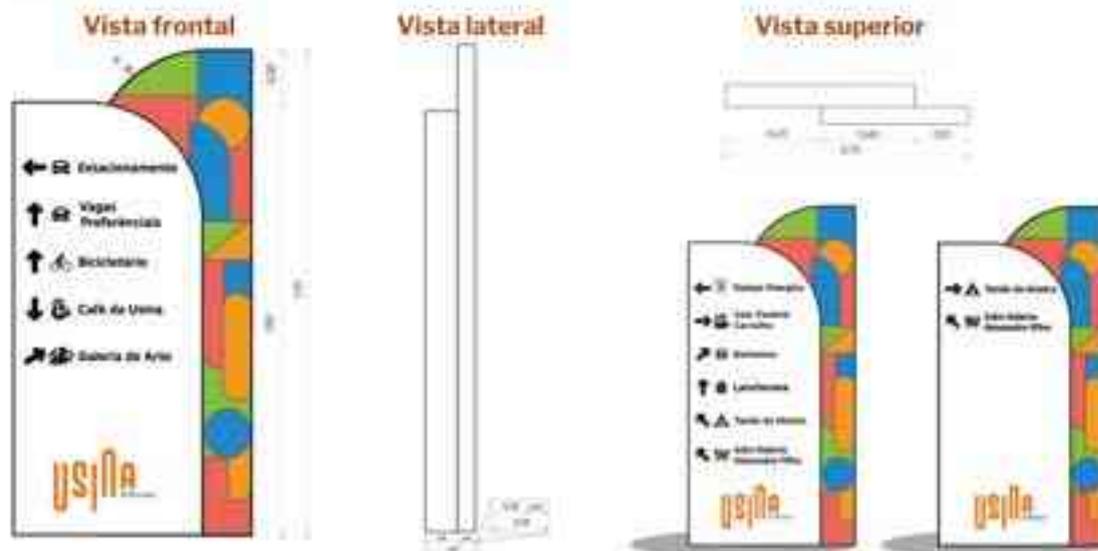


Fonte: De autoria própria

Figura 198 - Vistas cotadas 9

Fixação: Totem fixado no chão com concreto

Material: ACM com pintura automotiva, acrílico com adesivo e iluminação lateral com led

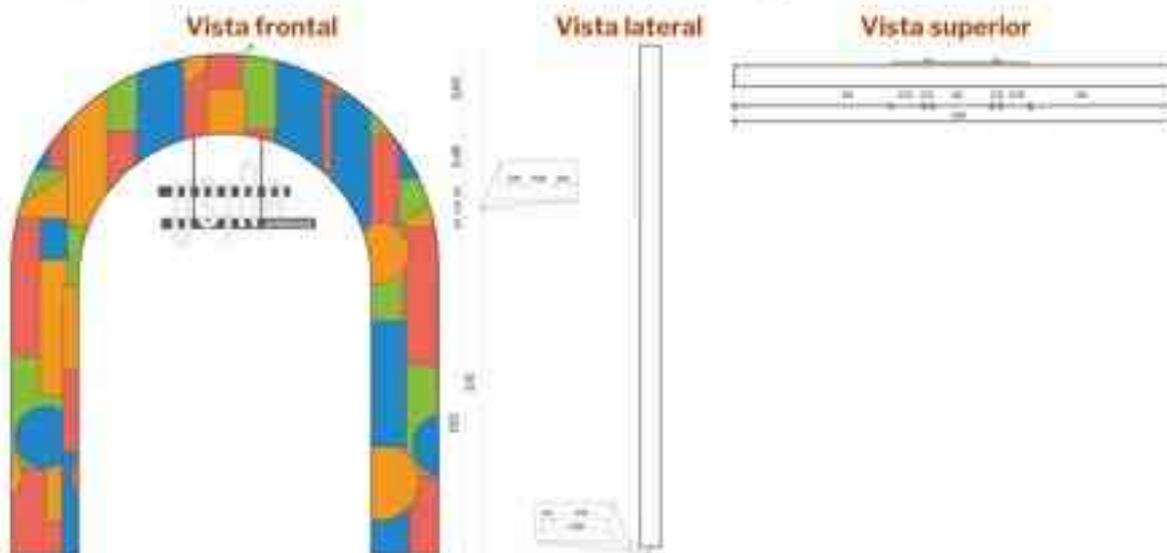


Fonte: De autoria própria

Figura 199 - Vistas cotadas 10

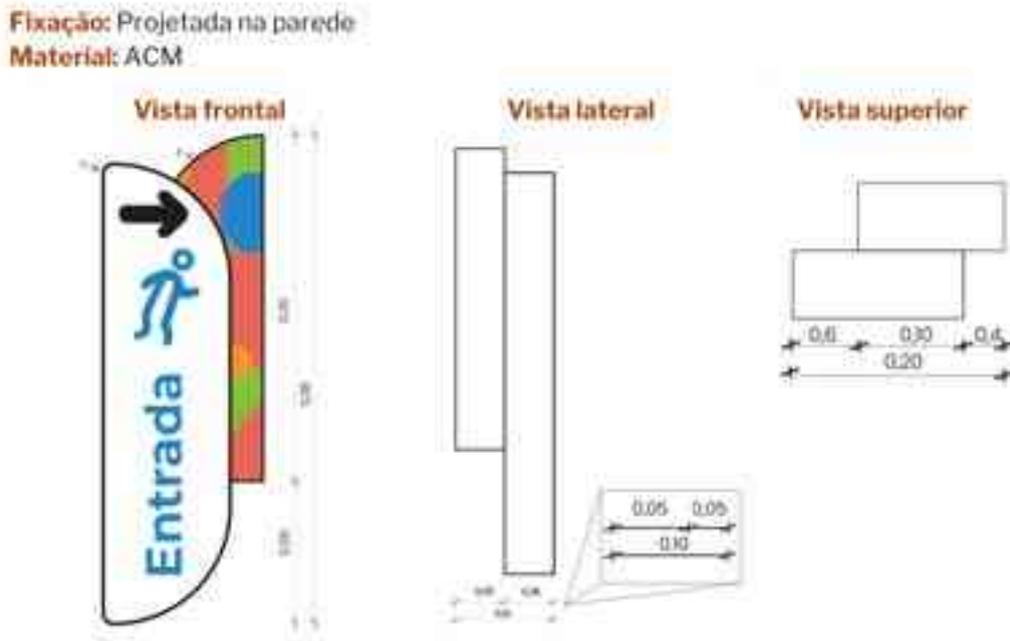
Fixação: Fixado a estrutura em arco com parafuso

Material: ACM com pintura automotiva e letreiro com iluminação interna



Fonte: De autoria própria

Figura 200 - Vistas cotadas 11



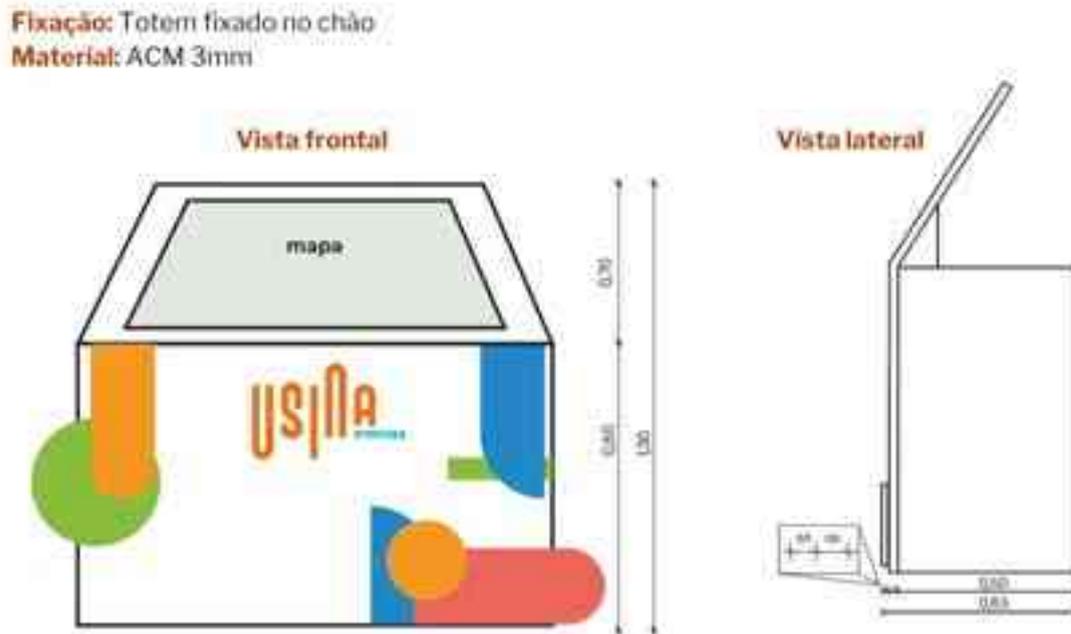
Fonte: De autoria própria

Figura 201 - Vistas cotadas 12



Fonte: De autoria própria

Figura 202 - Vistas cotadas 13



Fonte: De autoria própria

As placas foram inseridas em fotografias realizadas pelo grupo, atuando como *mockups*, na Usina Cultural Energisa.

Figura 203 - Placa indicativa entrada principal



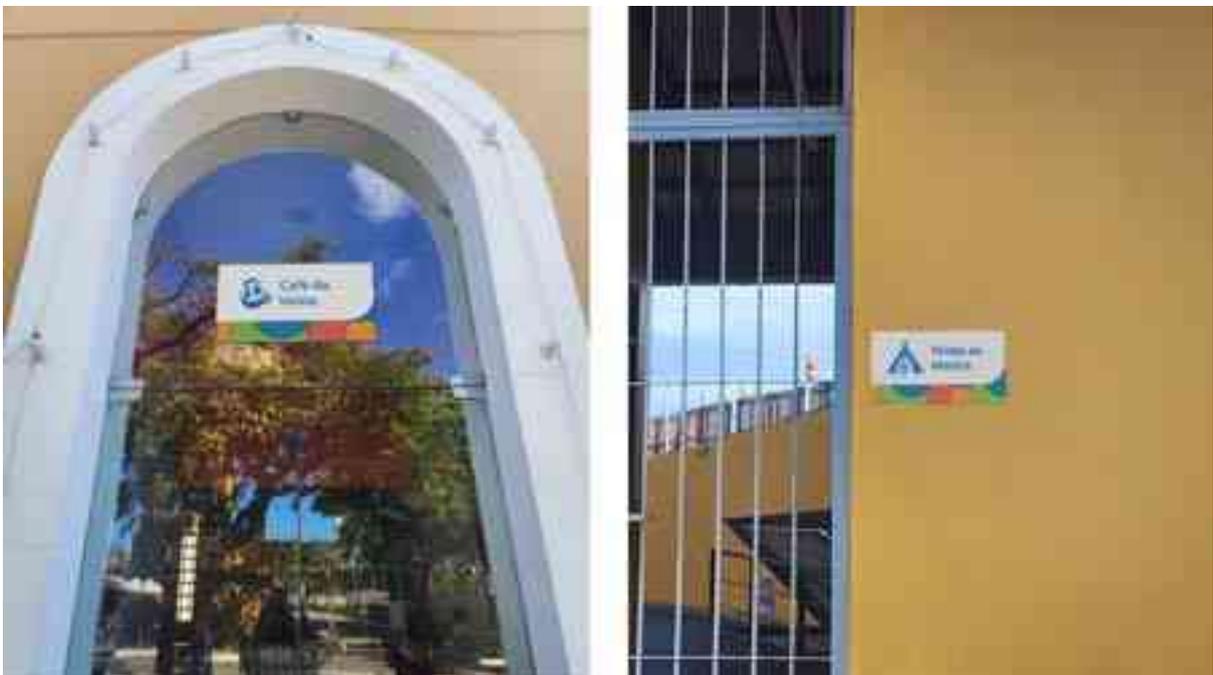
Fonte: De autoria própria

Figura 204 - Placa operacional e placa indicativa entrada de pedestre



Fonte: De autoria própria

Figura 205 - Placa indicativa salas



Fonte: De autoria própria

Figura 206 - Placa indicativa banheiro e lanchonete



Fonte: De autoria própria

Figura 207 - Placas regulamentadoras



Fonte: De autoria própria

Figura 208 - Placa direcional e orientativa



Fonte: De autoria própria

Autoanálise

Ao analisar o projeto desenvolvido, destaca-se como ponto positivo a maneira como o grupo conseguiu adaptar a proposta às necessidades do espaço, seguindo a metodologia estabelecida. O resultado foi uma família de placas visualmente coerentes, esteticamente agradável e funcional.

Apesar dos resultados alcançados, observam-se oportunidades de aprimoramento em determinados aspectos do projeto, com destaque para o mapa ilustrado presente na placa orientativa. Embora cumpra sua função de representar o espaço, sua organização visual poderia ter sido mais harmoniosa. A padronização dos tamanhos dos ícones também tornaria a leitura mais clara e eficiente. Além disso, alguns pictogramas apresentam baixa legibilidade no contexto do mapa — como o ícone da lanchonete — cuja disposição poderia ser ajustada para favorecer uma comunicação visual mais eficaz.

Com este projeto, a estudante aprofundou seus conhecimentos na criação de sistemas de sinalização, adquirindo experiência prática no desenvolvimento completo deste tipo de solução.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Trabalho de Conclusão de Curso apresenta a construção de um portfólio composto por dez projetos, acadêmicos e profissionais, que exploram diferentes áreas do design. As propostas foram desenvolvidas por Mariah Victória Tavares Gomes ao longo de sua trajetória como estudante do curso de Tecnologia em Design Gráfico no Instituto Federal da Paraíba (IFPB). A seleção dos projetos foi feita por meio de um processo de curadoria que priorizou a variedade entre áreas do design, evidenciando a versatilidade das produções e as habilidades adquiridas ao longo da formação.

Cada projeto desenvolvido foi descrito de forma detalhada, contemplando aspectos como a disciplina ou cliente, o problema a ser resolvido, o processo criativo — incluindo referências visuais por meio de *moodboards* e *brainstorms* — e a solução proposta. Para alcançar tais soluções, foram aplicadas metodologias de diferentes autores, devidamente adaptadas às particularidades de cada projeto. Dentre os métodos utilizados, destaca-se o de Maria Luísa Peón, por ter uma abordagem mais flexível permitiu adaptações eficazes a diferentes contextos, sendo, por isso, a mais recorrente ao longo do portfólio.

Além disso, ao final de cada projeto, foi realizada uma autoanálise que abordou os pontos fortes e fracos, as dificuldades enfrentadas e os aprendizados obtidos. Esse processo permitiu à designer Mariah Victória refletir criticamente sobre cada trabalho, evidenciando o conhecimento construído ao longo da graduação e contribuindo para sua evolução contínua. Os projetos apresentados neste trabalho foram publicados na plataforma online Behance, onde estão disponíveis para consulta.

A construção deste portfólio proporcionou à designer um processo de aprendizado significativo, abrangendo diferentes dimensões do design gráfico e favorecendo uma reflexão crítica sobre sua trajetória acadêmica. No campo técnico, a variedade de áreas exploradas contribuiu para o aprimoramento no uso de ferramentas específicas, ampliando seu repertório prático. Destacou-se, ainda, a relevância da aplicação e adaptação das metodologias de projeto, demonstrando que a capacidade de ajustá-las às particularidades de cada contexto foi essencial para uma atuação mais estratégica e fundamentada. Paralelamente, a experiência evidenciou a importância de seguir de forma estruturada as etapas do processo criativo, desde a pesquisa e conceituação até a apresentação final.

Por fim, este trabalho configura-se também como um ponto de partida para o desenvolvimento profissional da designer, ao proporcionar maior clareza sobre suas áreas de interesse e consolidar-se como uma ferramenta estratégica para apresentar suas habilidades e experiências a potenciais empregadores e clientes.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVARENGA, Georfravia Montoza; ARAUJO, Zilda Rossi. **Portfólio**: conceitos básicos e indicações para utilização. Est. Aval. Educ, 2006, p. 137-148.

ALVES, Ticiano Vanderlei de Siqueira. **Como Fotografar Produtos** - Volume I. Cabedelo: edição do autor, 2022.

BONSIEPE, Gui. **Design**: como prática de projeto. São Paulo: Blucher, 2012.

BRUNO, Maria Cristina Oliveira. **Definição de Curadoria**: Os caminhos do enquadramento, tratamento e extroversão da herança patrimonial. 2015. Disponível em:

http://www.iber museos.org/wp-content/uploads/2015/07/Unidad1Texto_Definicao-de-Curadoria.pdf. Acesso: 09/11/ 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, 2009.

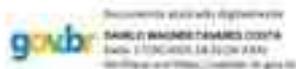
6. ANEXOS

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que a profissional **Mariah Victória Tavares Gomes**, de CPF de nº 074.799.734-97 prestou serviço de **desenvolvimento de Identidade Visual**, para o contratante **Danilo Wagner Tavares Costa**, com CPF/CNPJ de nº 701.076.634-73, no 2º semestre de 2024.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

Bayeux, 17 de junho de 2025.



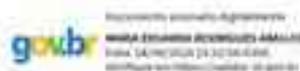
Danilo Wagner Tavares Costa
701.076.634-73

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

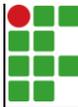
Declaro que a profissional **Mariah Victória Tavares Gomes**, de CPF de nº 074.799.734-97 prestou serviço de **desenvolvimento de Identidade Visual**, para a contratante **Maria Eduarda Rodrigues Araújo**, com CPF de nº 130.861.804-20, no 2º semestre de 2024.

Esta declaração confirma que todas as informações prestadas são verdadeiras.

Bayeux, 18 de junho de 2025.



Maria Eduarda Rodrigues Araújo
074.799.734-97

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

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Juntada de documento - TCC completo

Assunto:	Juntada de documento - TCC completo
Assinado por:	Mariah Victoria
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Mariah Victoria Tavares Gomes, DISCENTE (202317010025) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO**, em 16/08/2025 19:45:33.

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: 1576729

Código de Autenticação: 39b18ed7f8

