



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

Dayvson Oliveira de Lima

Do Aprendizado à Prática: portfólio de design gráfico

CABEDELO
2025
DAYVSON OLIVEIRA DE LIMA

DO APRENDIZADO À PRÁTICA
PORTFÓLIO DE DESIGN GRÁFICO

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

Orientadora: Profa. Me. Ana Carolina dos Santos Machado

CABEDELO
2025

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

L732a Lima, Dayvson Oliveira de.

Do aprendizado à Prática: portfólio de design gráfico. /Dayvson Oliveira de Lima. - Cabedelo, 2025.

57f. il.: color.

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

Orientador(a): Profa. Ma. Ana Carolina dos Santos Machado.

1. Design gráfico. 2. Portfólio. 3. Identidade visual. 4. Design de Embalagem. 5. Design editorial. I. Título.

CDU 741



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

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

Dayvson Oliveira de Lima

Portfólio | Do Aprendizado à Prática: Portfólio de Design Gráfico

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

Aprovada em 16 de julho de 2025.

Membros da Banca Examinadora:

Profa. Dra. Ana Carolina dos Santos Machado

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Dr. Daniel Alvares Lourenço

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Dr. Rafael dos Santos Oliveira

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2025

Documento assinado eletronicamente por:

- **Ana Carolina dos Santos Machado**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/08/2025 09:07:52.
- **Daniel Alvares Lourenco**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/08/2025 12:47:18.
- **Rafael dos Santos Oliveira**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/08/2025 14:23:50.

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

Código 735517
Verificador: 92d71d42e7
Código de Autenticação:



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

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a meus pais por todo o apoio e afeto. Sem eles, não teria alcançado o final de mais uma etapa, dentre tantas em que sempre estiveram presentes. Também agradeço ao meu irmão, Rennan, pelo companheirismo e por sempre torcer por mim.

A Ítalo, por sua amizade, bondade e paciência. Sua ajuda e dedicação foram essenciais para que eu pudesse concluir esse TCC. Obrigado por confiar e acreditar em mim!

A Rosa, por todo o suporte e amizade durante todos esses anos. A Saulo por estar presente durante os bons e maus momentos e a quem posso contar sempre que preciso.

Aos professores pela dedicação, pelos ensinamentos e por guiar a mim e a tantos outros estudantes a serem bons profissionais. Aos colegas de curso que estiveram comigo nessa jornada, compartilhando bons momentos e tentando não surtar nos finais de período.

Por último e não menos importante, agradeço a mim por não desistir em meio às incertezas e por ter aprendido que é possível tentar novamente.

RESUMO

Este trabalho sistematiza o portfólio de 10 projetos desenvolvidos por Dayvson Oliveira de Lima ao longo da graduação em Design Gráfico, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Campus Cabedelo. A proposta foi apresentar produções em diferentes áreas do design, evidenciando as habilidades técnicas e criativas adquiridas durante o curso, bem como a aplicação prática dos conhecimentos disciplinares em contextos acadêmicos e profissionais. Para este trabalho, foram empregadas as metodologias de Maria Luiza Péon (2009) para identidades visuais, de Fabio Mestriner (2004) para design de embalagens e de Bruno Munari (2008) para os projetos de design editorial.

Palavras-chave: Design Gráfico; Portfólio; Identidade visual; Design de embalagem; Design editorial.

ABSTRACT

This work systematizes the portfolio of 10 projects developed by Dayvson Oliveira de Lima throughout his undergraduate studies in Graphic Design at the Federal Institute of Education, Science and Technology of Paraíba (IFPB), campus Cabedelo. The objective was to present works in different areas of design, highlighting the technical and creative skills acquired during the course, as well as the practical application of disciplinary knowledge in both academic and professional contexts. For this work, the methodologies of Maria Luiza Péon (2009) were applied for visual identity projects, Fabio Mestriner (2004) for packaging design, and Bruno Munari (2008) for editorial design projects.

Keywords: Graphic Design, Portfolio, Visual Identity, Packaging Design, Editorial Design.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 - Metodologia de Péon
- Figura 2 - Metodologia de Mestriner
- Figura 3 - Metodologia de Munari
- Figura 4 - *Moodboard*
- Figura 5 - Palheta
- Figura 6 - Paleta de cores
- Figura 7 - Tipografia do projeto
- Figura 8 - Aplicação em mockups
- Figura 9 - Painel semântico
- Figura 10 - Marca Tupã
- Figura 11 - Paleta de cores
- Figura 12 - Tipografia
- Figura 13 - Painel semântico
- Figura 14 - Emblema
- Figura 15 - Paleta de cores
- Figura 16 - Tipografia
- Figura 17 - Aplicação em mockups
- Figura 18 - Painel semântico
- Figura 19 - Tipografia customizada
- Figura 20 - Paleta de cores
- Figura 21 - *Pattern*
- Figura 22 - Tipografia
- Figura 23 - Aplicação em mockups
- Figura 24 - Painel semântico
- Figura 25 - Marca e suas variações
- Figura 26 - Paleta de cores
- Figura 27 - Tipografia
- Figura 28 - *Patterns*
- Figura 29 - Aplicação em mockups
- Figura 30 - Painel semântico
- Figura 31 - Painel de referências
- Figura 32 - Paleta de cores
- Figura 33 - Ilustração
- Figura 34 - Tipografia
- Figura 35 - Planificação da embalagem de suco
- Figura 36 - Aplicação em mockup
- Figura 37 - Painel semântico
- Figura 38 - Painel de referências
- Figura 39 - Paleta de cores
- Figura 40 - Tipografia

Figura 41 - Aplicação em mockups
Figura 42 - Fonte modular
Figura 43 - Paleta de cores
Figura 44 - Tipografia
Figura 45 - Aplicação em mockup
Figura 46 - Painel semântico
Figura 47 - Aplicação em mockups
Figura 48 - Paleta de cores
Figura 49 - Tipografia
Figura 50 - Grid usado no miolo
Figura 51 - Aplicação em mockups

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. METODOLOGIA.....	10
2.1 METODOLOGIA DE PÉON.....	11
2.2 METODOLOGIA DE MESTRINER.....	12
2.3. METODOLOGIA DE MUNARI.....	13
3. PROJETOS.....	15
3.1 IDENTIDADE VISUAL.....	15
3.1.1. Eri Ilustrador.....	15
3.1.2 Tupã - Redesign de marca.....	19
3.1.3 Peru - emblema.....	23
3.1.4 Festival Gastronômico Nham.....	26
3.1.5. Dayvson - marca pessoal.....	31
3.2 DESIGN DE EMBALAGENS.....	35
3.2.1 Glup - embalagem de suco.....	35
3.2.2 Phyto - linha de higiene pessoal.....	40
3.3 DESIGN EDITORIAL.....	44
3.3.1 Folder para o CST Design Gráfico.....	44
3.3.2 Meu Esquema - redesign de capa de álbum.....	49
3.3.3 Noite na Taverna - livro.....	52
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
REFERÊNCIAS.....	57

1 INTRODUÇÃO

O design gráfico é uma área profissional e acadêmica que pode ser definida, segundo Villas-Boas (2000), como um conjunto de práticas de projeto que utiliza elementos visuais textuais e não-textuais para construir e reproduzir peças gráficas que possuem objetivo expressivamente comunicativo. Estas peças abrangem diversos formatos e suportes a depender da mensagem a ser transmitida e do contexto em que a peça está inserida, sendo este um meio físico ou digital, e aplicadas em diversas áreas especializadas do design gráfico, como o design editorial, o design de embalagens, o desenvolvimento de identidades visuais, dentre outras.

Para desenvolver projetos de design em variadas áreas de aplicação, o estudante ou profissional de design gráfico precisa aprimorar habilidades e adquirir conhecimentos necessários para desempenhar diferentes atividades. Nesse contexto, a compilação de projetos permite construir um portfólio que pode ser descrito como uma coletânea das evidências que documentam o desenvolvimento, as competências e as habilidades do indivíduo (Waterman, 1991 apud Santos; Aguiar, 2016).

Durante o período de graduação, o portfólio mostra-se como uma compilação e registro de seus aprendizados, do desenvolvimento de habilidades e da aplicação das teorias e práticas estudadas em sala de aula, bem como mostra sua evolução e capacidade adaptativa diante da diversidade de projetos construídos ao longo do curso. No âmbito profissional, o portfólio cumpre um papel essencial como ferramenta de exposição de trabalhos para clientes e outros profissionais da área, o que possibilita sua entrada no mercado de trabalho e abrir portas para oportunidades profissionais, além de demonstrar suas habilidades e conhecimentos aplicados aos projetos.

A partir do exposto, o presente trabalho sistematiza o portfólio de projetos desenvolvidos por Dayvson Oliveira de Lima durante o período de graduação em design gráfico, apresentado como requisito de conclusão do Curso Superior em Tecnologia em Design Gráfico pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Campus Cabedelo.

O objetivo geral deste trabalho consistiu na construção e apresentação de um portfólio contendo projetos de diferentes áreas do design gráfico, que demonstram as habilidades adquiridas e desenvolvidas durante todo o período de graduação e a

capacidade de aplicar o que foi aprendido nas disciplinas em projetos acadêmicos ou profissionais. Para atingir este objetivo, foram estabelecidos como objetivos específicos:

- Revisitar os projetos escolhidos, com o intuito de documentar o processo de desenvolvimento de cada item;
- Demonstrar o portfólio como uma ferramenta importante de apresentação profissional e de entrada para o mercado de trabalho;
- Apresentar os projetos de forma atrativa, clara e de fácil entendimento para o leitor.

Foram selecionados 5 projetos de identidade visual, 2 projetos de design de embalagem e 3 projetos de design editorial para compor o portfólio do presente trabalho. Essa escolha foi definida a partir da afinidade do autor com as áreas aqui estabelecidas, bem como a importância de demonstrar a adaptabilidade profissional ao solucionar problemas aplicados às diferentes áreas do design gráfico.

Os projetos presentes no portfólio estão disponíveis no link: <https://www.behance.net/dayvsonlima>

2 METODOLOGIA

O design pode ser definido, segundo Löbach (2001), como um processo orientado à resolução de problemas, considerando as necessidades humanas em relação ao contexto em que o objeto e o usuário estão inseridos. Sendo assim, um projeto de design busca atender uma necessidade específica para um determinado problema. Para garantir que as melhores alternativas sejam encontradas, é essencial que uma metodologia de projeto seja utilizada.

De acordo com Peón (2009), podemos definir metodologia como um conjunto de etapas e procedimentos que podem auxiliar o designer gráfico no desenvolvimento de um projeto e, conseqüentemente, na solução de um problema previamente definido.

Como o portfólio possui trabalhos de diversas áreas do design, foi necessário aplicar diferentes metodologias, adaptando-as de acordo com a necessidade e complexidade dos projetos. Para este trabalho, foram escolhidas as metodologias de

Maria Luiza Péon (2009) para identidades visuais, de Fabio Mestriner (2004) para design de embalagens e de Bruno Munari (2008) para os projetos de design editorial.

2.1 METODOLOGIA DE PÉON

Para os projetos de identidade visual, decidiu-se utilizar a metodologia de Peón (2009), que é composta por 3 etapas: problematização, concepção e especificação. Apesar das poucas etapas, é uma metodologia objetiva e que possui diretrizes bem definidas para conduzir projetos de identidade visual.

- **Problematização:** nesta fase, é realizado um levantamento de dados que irão nortear o desenvolvimento do projeto e definir requisitos e restrições atreladas ao trabalho em questão. Dentre os dados a serem analisados estão o briefing, a definição do perfil do cliente e do público alvo e o contexto no qual o projeto está inserido.
- **Concepção:** esta fase é caracterizada por ser a etapa onde o projeto começa a tomar forma. São geradas diversas alternativas a partir das informações obtidas na fase anterior, além de testagens realizadas junto ao cliente e público alvo e a escolha da alternativa que melhor atende às condições propostas.
- **Especificação:** na fase final do projeto é desenvolvido e apresentado o detalhamento de materiais e aplicações dos itens do projeto. Nesta etapa, é produzido o Manual de Identidade Visual, que compõe as especificações para a implantação do sistema.

Figura 1 - Metodologia de Péon



Fonte: do autor.

Peón (2009) destaca que essas etapas são fundamentais para o desenvolvimento de projetos, pois contribuem para a formulação de um método que auxilie o profissional de design gráfico a planejar e estruturar propostas com maior eficiência e coerência. Os elementos fundamentais nessa organização partem de diversos princípios básicos do design, a partir da complexidade da área e de sua aplicabilidade. Para a autora, a metodologia proposta não deve ser vista como um processo rígido, mas deve auxiliar a evitar repetições de erros.

2.2 METODOLOGIA DE MESTRINER

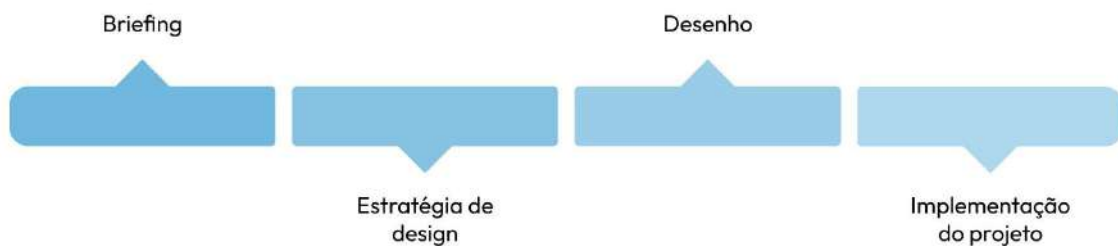
Para os projetos de design de embalagem, foi escolhida a metodologia de Fábio Mestriner (2004). A seguinte metodologia possui 5 etapas: briefing, estudo de campo, estratégia de design, desenho e implementação do projeto.

- **Briefing:** a etapa inicial consiste na coleta de dados referentes ao projeto como a definição do que é o produto, o público-alvo, locais onde será comercializado, seu preço e outras informações características do produto.
- **Estudo de campo:** é feita a análise do local onde o produto será exposto e comercializado. Com as informações obtidas nessa fase, pode-se considerar as possibilidades de aplicação de materiais, cores e formas.
- **Estratégia de design:** é a fase onde é realizada uma análise dos dados obtidos a partir das duas etapas anteriores a fim de definir quais as melhores alternativas podem vir a ser aplicadas no projeto.
- **Desenho:** esta fase corresponde à geração de ideias, onde são elaborados rascunhos, desenhos técnicos e escolha de elementos gráficos visuais que irão compor a embalagem.
- **Implementação do projeto:** na fase final, são produzidos protótipos e também é feita a produção em série das embalagens.

Os projetos de design de embalagens presentes no portfólio deste trabalho foram desenvolvidos com fins acadêmicos. Por essa razão, a metodologia utilizada foi adaptada ao contexto do desenvolvimento dos projetos, resultando em 4 etapas.

- **Briefing:** consiste na coleta de dados referentes ao projeto como a definição do que é o produto, o público-alvo e outras informações características do produto.
- **Estratégia de design:** é realizada uma análise dos dados obtidos na etapa anterior a fim de definir quais as melhores alternativas podem vir a ser aplicadas no projeto, assim como definir os parâmetros referentes à aplicação de materiais, quantidade ou volume do produto, tamanho, cores e formas.
- **Desenho:** etapa que corresponde à geração de ideias, onde são elaborados rascunhos e a escolha de elementos gráficos visuais que irão compor a embalagem.
- **Implementação do projeto:** são produzidos protótipos digitais das embalagens.

Figura 2 - Metodologia de Mestriner



Fonte: do autor.

2.3. METODOLOGIA DE MUNARI

Para os projetos de design editorial, foi escolhida a metodologia de Bruno Munari (2008). Esta é uma metodologia linear composta por 12 etapas, onde inicialmente um problema é definido e cada etapa deve ser seguida para se obter a resolução do problema.

Por possuir uma abordagem flexível no que se refere à ordem, inclusão ou exclusão de etapas, esta metodologia permite que o projeto mantenha-se nos limites da viabilidade, como também estimula a criatividade ao aplicar aprimoramentos ao método. As etapas estão divididas em: problema, definição do problema, componentes do problema, coleta de dados, análise de dados, criatividade, materiais e tecnologias, experimentação, modelo, verificação, desenho de construção e solução.

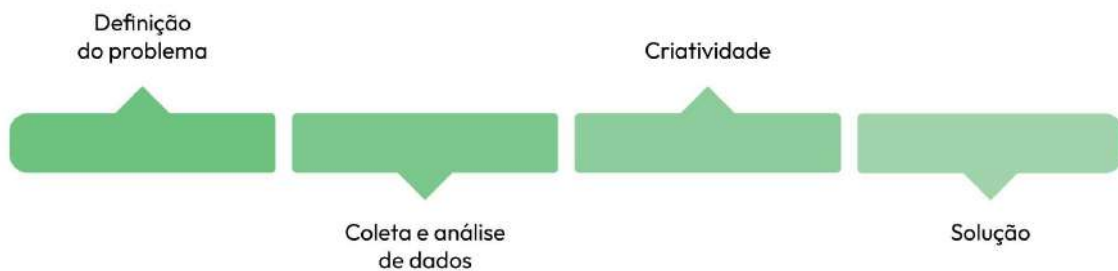
- **Problema:** Na etapa inicial, identifica-se e define-se o problema para saber o que deve ser solucionado.
- **Definição do problema:** Nesta etapa são identificados mais detalhes do problema definido previamente e a delimitação das soluções mais adequadas ao projeto.
- **Componentes do problema:** Nesta etapa, o problema é dividido em componentes menores e é feita uma análise de cada item a fim de solucioná-los.
- **Coleta de dados:** Nesta etapa, deve-se coletar informações importantes para solucionar os componentes do problema.
- **Análise de dados:** Após a coleta de dados, deve ser feita uma análise das informações para compreender o que deve ou não ser feito para solucionar o problema.
- **Criatividade:** Esta etapa corresponde à geração de ideias, feita a partir dos dados obtidos nas etapas anteriores.
- **Materiais e tecnologias:** Nesta etapa são identificados os materiais e tecnologias disponíveis e viáveis para solucionar o problema.
- **Experimentação:** Após a identificação de materiais e tecnologias, são realizados testes de aplicação, o que ajuda a identificar problemas de implementação ou a descoberta de novas aplicações.
- **Modelo:** Com os resultados obtidos na etapa anterior, são construídos esboços, rascunhos ou protótipos que permitam verificar a viabilidade da solução escolhida.
- **Verificação:** Nesta fase, o modelo é submetido a testes para identificar falhas e posteriormente aplicar as devidas correções, e também avaliar qual modelo, caso haja mais de um, é melhor adequado à solução de problema definido.
- **Desenho de construção:** Após a coleta de dados, é realizada a construção de um desenho técnico ou protótipo que contenha todas as informações e detalhes que permitam visualizar a solução na prática.
- **Solução:** A fase final é caracterizada pela implementação da solução escolhida, assim como a avaliação dos resultados.

Ao verificar-se a complexidade e a aplicação acadêmica dos projetos de design editorial presentes no portfólio, foi feita a mesclagem e remoção de algumas etapas da

metodologia. São elas: definição do problema, coleta e análise de dados, criatividade e solução.

- **Definição do problema:** Na etapa inicial, identifica-se e define-se o problema para saber o que deve ser solucionado.
- **Coleta e Análise de dados:** Nesta etapa, deve-se coletar informações, analisá-las e compreender o que deve ou não ser feito para solucionar o problema.
- **Criatividade:** Com os dados obtidos nas etapas anteriores, inicia-se a geração de ideias, onde são elaborados rascunhos e escolhidos os elementos gráficos que estarão presentes no projeto final.
- **Solução:** A fase final é caracterizada pela aplicação da solução escolhida em protótipos.

Figura 3 - Metodologia de Munari



Fonte: do autor.

3. PROJETOS

3.1 IDENTIDADE VISUAL

3.1.1. Eri Ilustrador

Eri Ilustrador é uma marca pessoal desenvolvida para a disciplina de Planejamento Visual I, ministrada pela professora Renata Cadena. O projeto consistia na concepção de uma marca abstrata para um estudante da turma. Cada discente precisou desenvolver e apresentar um *moodboard* próprio, contendo as mais diversas referências visuais com características, interesses e *hobbies*. Posteriormente, a professora designou

um "cliente" para cada estudante e, assim, o discente Dayvson Oliveira de Lima foi designado para criar uma marca para seu colega de turma, Erivan Junior.

Para o desenvolvimento deste projeto, foi utilizada a metodologia para identidades visuais proposta por Maria Luíza Péon (2009), que possui três etapas.

Figura 1 - Metodologia de Péon



Fonte: do autor.

3.1.1.1 Problematização

Durante a fase de problematização, foram analisadas as informações contidas no *moodboard* criado por Erivan por meio de sua apresentação em aula, onde ele pôde falar mais sobre si mesmo e explicar os elementos presentes no painel. Com isso, foi possível identificar alguns de seus interesses mais marcantes, como a ilustração e a música, que serviram como ponto de partida para a criação dos primeiros esboços. Além disso, havia também pontos de interesse do próprio Erivan em relação à cor e tipografia, sendo elas o roxo e as fontes sem serifa, respectivamente.

Figura 4 - Moodboard



Fonte: do autor.

3.1.1.2 Concepção

Após a seleção de elementos que seriam incluídos no desenvolvimento da marca pessoal, foram feitos alguns esboços do logotipo. O objetivo era o de sintetizar a personalidade de Erivan na marca, como alguém criativo, ousado e ligado às artes. Por isso, optou-se por incorporar na marca a silhueta de uma palheta e as formas das partes de um violão. O formato da palheta foi conservado e, em seu interior, foram desenhadas formas básicas, mas que remetessem ao violão, sendo elas: a boca do violão, a curva da lateral do instrumento e as cordas.

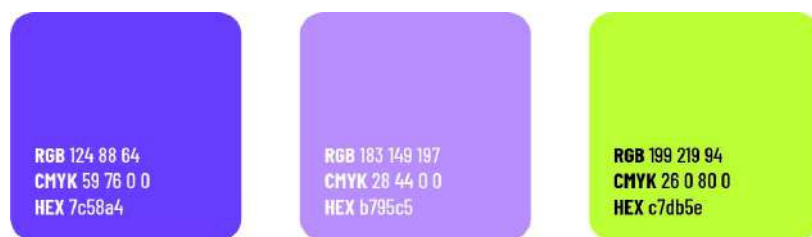
Figura 5 - Palheta



Fonte: do autor.

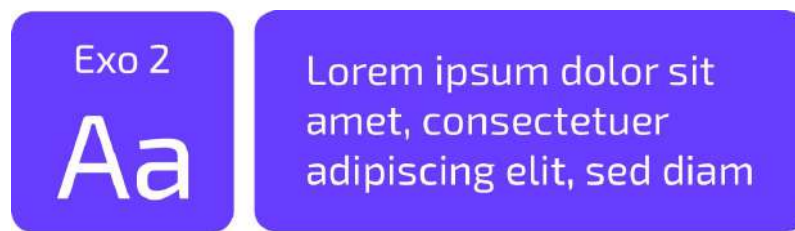
As cores escolhidas para o projeto foram o roxo e o verde. Além do roxo ser a cor favorita de Erivan, ela transmite uma imagem de “fora do comum” e também de criatividade. Já o verde foi escolhido para ser utilizado pontualmente e contrastar com o roxo. A tipografia para o projeto foi a Exo 2, uma fonte sem serifa com caráter mais contemporâneo com algumas formas curvas que remetem à marca criada.

Figura 6 - Paleta de cores



Fonte: do autor.

Figura 7 - Tipografia do projeto



Fonte: do autor.

3.1.1.3 Especificação

Erivan especificou que, para sua marca pessoal, gostaria de se apresentar apenas como Eri e como ilustrador, a área com a qual se identifica e trabalha. Nesta fase não foram identificadas preferências de aplicações da marca, portanto, ela foi implementada em diversos materiais de papelaria como cartão de visita, envelopes e adesivos e também em mídias digitais como protetor de tela de celular.

Figura 8 - Aplicação em mockups



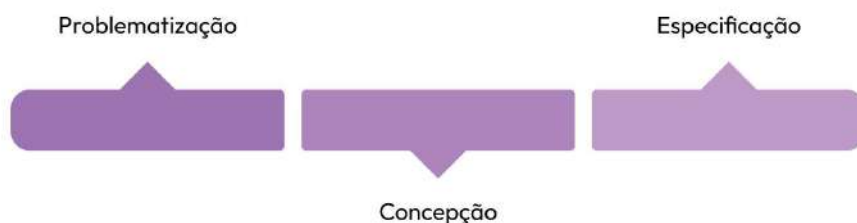
Fonte: do autor.

3.1.2 Tupã - Redesign de marca

Tupã é uma marca que produz e comercializa chocolates artesanais em João Pessoa. A empresa trabalha por meio do processo *bean to bar*¹, no qual todas as etapas de produção do chocolate são feitas ou acompanhadas de perto pelo fabricante. Dessa forma, a Tupã consegue produzir chocolates em menor escala em comparação a grandes indústrias, porém, o produto final é mais saudável e possui sabor único, já que não há adição de ingredientes para uniformizar o padrão de sabor.

Para atender às necessidades específicas do projeto, considerando as características já existentes da marca e propor seu redesign, optou-se por utilizar a metodologia para identidades visuais proposta por Maria Luíza Péon (2009).

Figura 1 - Metodologia de Péon



Fonte: do autor.

3.1.2.1 Problematização

Durante a disciplina de Planejamento Visual I, ministrada pela professora Renata Cadena, tivemos como atividade propor um redesign para a marca paraibana de chocolates Tupã, por meio de uma marca pictórica. A partir de uma pesquisa sobre a empresa e o método utilizado para a fabricação dos chocolates, foi criado um painel semântico que serviu como referencial para a concepção da marca.

¹ Método artesanal de fabricação de chocolate no qual o produtor acompanha e gerencia cada fase, desde a escolha das amêndoas de cacau até a obtenção da barra pronta. Conceito Bean to Bar. **Bean to Bar Brasil**. Disponível em: <https://www.beantobarbrasil.com.br/conceito>. Acesso em: 14 jun. 2025

Figura 9 - Painel semântico



Fonte: do autor.

3.1.2.2 Concepção

A partir das imagens e ideias contidas no painel semântico, foi proposto um redesign que representasse o caráter orgânico e cuidadoso que vai da escolha dos grãos até sua transformação em um produto saudável e de qualidade. Como a marca anterior já possuía em sua composição a presença de folhas e frutos do cacau, foi decidido manter estes elementos, porém, representados de forma mais simples e geométrica.

Figura 10 - Marca Tupã



Fonte: do autor.

As folhas transmitem o caráter orgânico do chocolate, enquanto que os frutos, que estão em diferentes tonalidades de laranja, representam as fases de amadurecimento do cacau. Em conjunto, estes elementos têm como proposta representar o aspecto natural e saudável dos chocolates, além de tentar transmitir as fases de produção do alimento por meio do “amadurecimento” do cacau.

As cores presentes na marca foram escolhidas com base no fruto, que possui um tom alaranjado, bem como no caráter orgânico do produto oferecido pela Tupã. Como elementos de apoio, foram desenvolvidos dois *patterns*² a partir das ilustrações presentes na marca, utilizando os frutos e as folhas, além de criar alguns grãos de cacau a partir do formato da folha. A tipografia escolhida para a marca foi a Comfortaa, uma fonte com aparência mais curva, que remete à suavidade e à doçura do chocolate. Para os demais textos, foi utilizado a fonte Poppins por sua boa legibilidade.

Figura 11 - Paleta de cores



Fonte: do autor.

² Um *pattern*, ou padrão, é um elemento visual caracterizado pela repetição contínua; trata-se de uma imagem que pode ser aplicada de forma ilimitada em diversas superfícies, criando composições repetitivas e harmoniosas. O que é um *pattern*? **Domestika**. Disponível em: <https://www.domestika.org/pt/blog/4251-o-que-e-um-pattern>. Acesso em: 04 ago. 2025

Figura 12 - Tipografia



Fonte: do autor.

3.1.2.3 Especificação

Para a aplicação da marca, foram escolhidos materiais e suportes que melhor se adequam ao contexto de um produto comercializável, como embalagens, tags, adesivos e sacolas.

Figura 12 - Aplicação em mockups



Fonte: do autor.

3.1.3 Peru - emblema

O projeto de emblema do Peru foi uma atividade desenvolvida na disciplina de Planejamento Visual I, ministrada pela professora Renata Cadena, que consistiu no desenvolvimento de uma proposta de emblema para um país da América Latina, exceto Brasil, com o objetivo de promover as potencialidades do país escolhido.

A metodologia para identidades visuais proposta por Maria Luíza Péon (2009) foi utilizada neste projeto como base para orientar o processo de criação do emblema.

Figura 1 - Metodologia de Péon



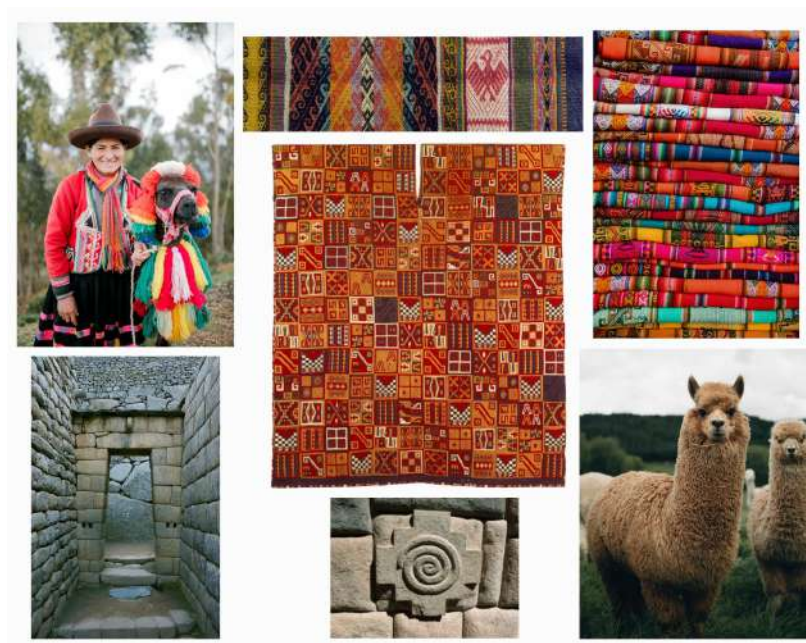
Fonte: do autor.

3.1.3.1 Problematização

O Peru foi escolhido para este projeto pela afinidade e interesse do autor com a geografia, a história e a cultura bastante representativas desta nação. Por conta da extensão de heranças culturais e riquezas naturais, foi feito um processo de *brainstorming*, onde diversos elementos relacionados ao Peru como um todo foram registrados e posteriormente avaliados.

Foram selecionados como ponto de partida as palavras “alpaca”, “incas” e “sagrado”. A partir dessas informações, foi desenvolvido um painel semântico que foi importante durante o processo de geração de ideias.

Figura 13 - Painel semântico



Fonte: do autor.

De acordo com Wakild (2022), as alpacas são animais nativos do Peru e de grande importância para os povos andinos, pois sua lã desempenha um papel importante crucial para a economia, como também era uma fonte de recursos para a civilização inca. A lã destes animais é muito utilizada para a fabricação de produtos têxteis como roupas, acessórios e tapetes, onde podemos identificar os costumes e as raízes dos povos originários, presentes em cores fortes, padrões geométricos e formas que remetem a animais, plantas, figuras humanas e elementos sagrados.

Nestes tecidos estão presentes os tapacús, que são padrões geométricos utilizados pelos incas e que também podem ser encontrados nos mais variados objetos. Estes padrões também serviram de inspiração para a criação do emblema.

3.1.3.2 Concepção

Diante das informações obtidas e analisadas no painel de referências, optou-se por desenvolver uma ilustração geometrizada de uma alpaca, em alusão aos tecidos peruanos. No corpo do animal, foi inserido um padrão imitando uma manta com as cores da bandeira do Peru e ao seu redor também foram inseridos padrões geométricos decorativos, inspirados nas formas encontradas nos tapacús. A inspiração para inserir

estes elementos em uma moldura e caracterizá-lo como um emblema foram as construções de pedras e ruínas das antigas civilizações.

Figura 13 - Emblema



Fonte: do autor.

As cores fortes e quentes presentes em trajes tradicionais também serviram de inspiração para a escolha da paleta de cor do projeto. A fonte escolhida foi a Concrete, uma fonte sem serifa que possui formatos geométricos semelhantes à ilustração desenvolvida e também possui um caráter mais simples, dando ênfase à ilustração.

Figura 15 - Paleta de cores



Fonte: do autor.

Figura 16 - Tipografia



Fonte: do autor.

3.1.3.3 Especificação

Por se tratar de um emblema para um país, optou-se por aplicá-lo em diversos suportes que remetem ao turismo e itens customizados, como ecobag, camiseta, selo, capa de celular, poster e caneca.

Figura 17 - Aplicação em mockups



Fonte: do autor.

3.1.4 Festival Gastronômico Nham

O Festival Gastronômico Nham é um evento fictício e elaborado para a disciplina de Planejamento Visual I, do curso de Design Gráfico do IFPB. O evento

seria realizado na cidade de João Pessoa - PB, reunindo diversos restaurantes e estabelecimentos gastronômicos locais em um festival aberto, no qual cada um serviria um menu criado especialmente para o evento. Além disso, o evento traria a oportunidade de aquecer a economia local, proporcionando pratos exclusivos a preços acessíveis.

Para o desenvolvimento da marca pessoal, foi utilizada e adaptada a metodologia para identidades visuais proposta por Maria Luíza Péon (2009).

Figura 1 - Metodologia de Péon



Fonte: do autor.

3.1.4.1 Problematização

Para a elaboração da identidade visual do evento, houve dois pontos importantes. Primeiro, após definir que o evento fictício seria um festival gastronômico, foi feita uma pesquisa visual que resultou na criação de um painel semântico que serviu como referência para o projeto. Posteriormente, houve um processo de *brainstorming* para a definição do nome do evento, no qual foi escolhido a palavra “nham”. A ideia do nome veio da onomatopeia utilizada para expressar prazer e satisfação ao comer.

Figura 18 - Painel semântico



Fonte: do autor.

3.1.4.2 Concepção

Para a elaboração da logo, foi criada uma tipografia vetorizada com linhas curvas, no qual a letra "h", por estar ao lado da letra "n", foi estilizada e alongada para que as duas tivessem o formato de um garfo. Após essa vetorização, a marca foi alterada para ter um formato curvo e orgânico, trazendo um caráter mais informal e amigável.

Figura 19 - Tipografia customizada



Fonte: do autor.

A escolha das cores foi pensada a partir da diversidade de sabores e comidas. Para a paleta principal, foram escolhidas cores quentes e convidativas: o amarelo e o vermelho; para a paleta auxiliar: o verde, o preto, o roxo e o rosa. Essas cores não foram

escolhidas por acaso, pois cada uma está associada a um tipo de alimento: o vermelho para carnes; o amarelo para massas; o preto para café; o verde para saladas e vegetais; o roxo para vinho; e o rosa para doces e sobremesas.

Figura 20 - Paleta de cores



Fonte: do autor.

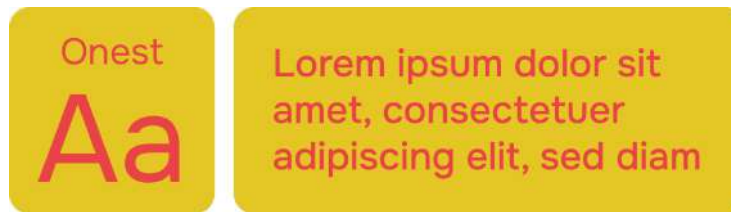
Para compor os materiais, foi desenvolvido um *pattern* com ilustrações vetorizadas de um garfo, uma faca, uma taça e uma xícara para serem utilizadas como elemento de apoio. Para as informações de texto, foi empregada a fonte Onest por apresentar boa legibilidade.

Figura 21 - Pattern



Fonte: do autor.

Figura 22 - Tipografia



Fonte: do autor.

3.1.4.3 Especificação

A aplicação da marca foi feita em protótipos que remetem a materiais que estão presentes no contexto de locais que servem comida, como guardanapos, cardápio e embalagens.

Figura 23 - Aplicação em mockups



Fonte: autoria própria

3.1.5. Dayvson - marca pessoal

Este projeto foi resultado de uma atividade da disciplina de Gestão de Projetos, ministrada pelo professor Daniel Lourenço, que teve como objetivo capacitar os estudantes do curso de Design Gráfico a conduzir e gerenciar suas atividades profissionais de forma eficaz. A proposta desta atividade foi a criação da identidade visual do próprio estudante. Nesse contexto, foi desenvolvida uma marca para o aluno Dayvson Oliveira como Designer Gráfico, um profissional iniciante e interessado nas áreas de Identidade Visual, Design de Embalagens e Design Editorial, mas que vê nas outras áreas uma oportunidade de autoconhecimento profissional, de aprendizado e de ampliação da visão de mundo.

Para o desenvolvimento da marca pessoal, foi utilizada e adaptada a metodologia para identidades visuais proposta por Maria Luíza Péon (2009).

Figura 1 - Metodologia de Péon



Fonte: do autor.

3.1.5.1. Problematização

Inicialmente, foi delimitado como seria a concepção da identidade visual, a partir do que poderia ser produzido para a disciplina, onde foram definidos os principais interesses de Dayvson dentre as áreas do Design Gráfico. Também foram identificados, coletados e analisados alguns pontos de interesse para o projeto como características, gostos pessoais e curiosidades, que posteriormente foram sintetizados em um painel semântico.

Figura 24 - Pannel semântico



Fonte: do autor.

3.1.5.2 Concepção

Para a elaboração da marca, foi decidido enfatizar o nome Dayvson, por ser um nome diferente e por ser alguém que está ingressando no mercado de trabalho. Para dar um caráter mais expressivo, criativo e experimental, a letra inicial D foi estilizada, trazendo uma característica do designer, que costuma fazer rabiscos repetitivos em formatos cursivos. Durante esse processo, houve orientações com o professor Daniel e que foram de grande importância para o refinamento da marca.

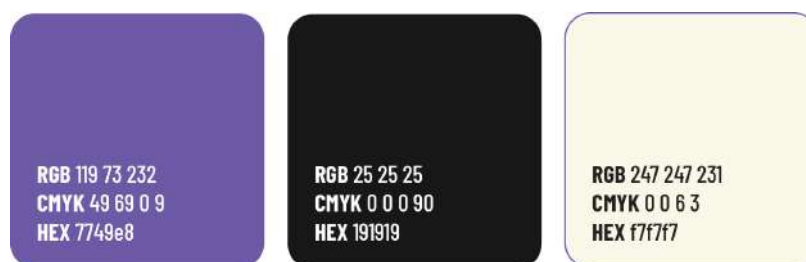
Figura 25 - Marca e suas variações



Fonte: do autor.

Para a marca e como tipografia auxiliar, utilizou-se a Hanken Grotesk, uma fonte sem serifa por transmitir um caráter acessível e ter boa legibilidade. Também foi desenvolvida uma paleta de cores simples, mas que refletisse o lado criativo do designer. Para os elementos de apoio da identidade visual, foram desenvolvidos alguns *patterns* a partir da letra D estilizada da marca.

Figura 26 - Paleta de cores



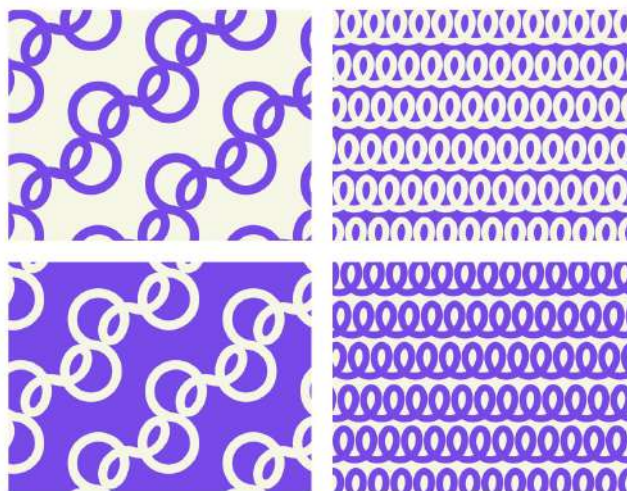
Fonte: do autor.

Figura 27 - Tipografia



Fonte: do autor.

Figura 28 - *Patterns*



Fonte: do autor.

3.1.5.3 Especificação

A atividade tinha como requisito a aplicação da marca em um cartão de visita e em um modelo de proposta de orçamento, porém também foram feitas aplicações em adesivos, botton e material de papeleria.

Figura 29 - Aplicação em mockups



Fonte: do autor.

3.2 DESIGN DE EMBALAGENS

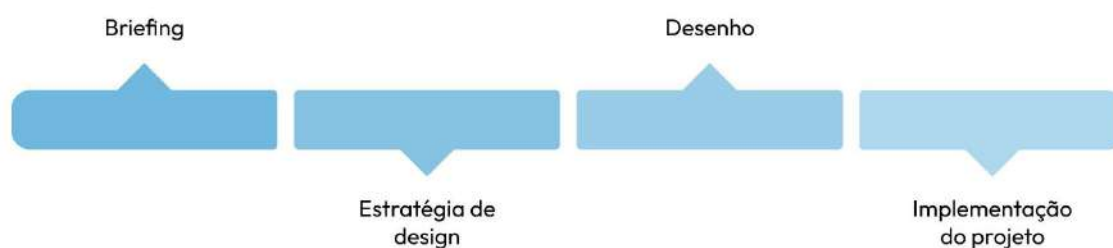
3.2.1 Glup - embalagem de suco

O suco Glup foi um projeto de design de embalagem desenvolvido em dupla com a estudante Ana Rita Guedes para a disciplina de Planejamento Visual II, ministrada pela professora Raquel Rebouças. A atividade tinha como objetivo a elaboração de uma embalagem de suco, que poderia ser em formato de caixa ou lata, e deveria conter informações técnicas como ingredientes, descrição do produto, quantidade, tabela nutricional, lote, data de fabricação e validade e Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC).

Antes de definir o produto, ambos integrantes da dupla tinham uma proposta em comum: criar uma embalagem de suco com visual voltado ao público mais jovem que gosta de postar fotos e compartilhar momentos com os amigos nas redes.

Por se tratar de um projeto de uma única embalagem aplicada ao contexto acadêmico, foi utilizada uma adaptação da metodologia proposta por Fábio Mestriner (2004) para desenvolver a atividade.

Figura 2 - Metodologia de Mestriner



Fonte: do autor.

3.2.1.1 *Briefing* e estratégia de design

Para a primeira etapa, inicialmente foi definido o conceito do projeto. A proposta foi criar uma bebida e uma embalagem com inspiração na tendência Y2K³,

³ Abreviação de "Year 2000" (ano 2000), em referência a uma estética e cultura pop dos anos 2000. TENDÊNCIA Y2K? Descubra o que é e como usar. **Blog Zattini**. Disponível em: <https://www.zattini.com.br/blog/como-usar/post/tendencia-y2k-descubra-o-que-e-e-como-usar>. Acesso em: 8 jun. 2025

direcionadas a jovens que buscam uma bebida saudável e atrativa ao paladar. O público-alvo do produto são adolescentes e jovens adultos que gostam de se divertir, seguir tendências, fugir da convencionalidade e estão constantemente consumindo conteúdo na internet e nas redes sociais. A partir dessas informações, foram criados um painel semântico e um painel de referências.

Figura 30 - Painel semântico



Fonte: do autor.

Figura 31 - Painel de referências



Fonte: do autor.

Após a identificação e análise de dados obtidos no briefing, iniciou-se a segunda etapa, onde foram definidas algumas especificações e atributos do produto. O nome Glup se deu por conta da onomatopeia que representa o som de engolir algum líquido e por ser um nome curto e de fácil memorização. O formato em lata de 350 ml foi definido por causa do tamanho da embalagem, que nesse caso poderia ser facilmente manuseada e transportada pelo público-alvo ser mais jovem. O sabor escolhido foi pink lemonade, uma limonada rosa que combina o sabor cítrico do limão siciliano e doce da framboesa.

3.1.1.2 Desenho

Na etapa de desenho, foram desenvolvidos os primeiros esboços da embalagem. Com os dados obtidos nas etapas anteriores, definiram-se os elementos visuais presentes na embalagem e na marca. Durante todo o processo de construção do produto, houve orientações com a professora Raquel, onde tivemos mais clareza de como poderíamos dispor os elementos na embalagem.

Considerando o sabor da bebida, desenvolvemos a paleta de cores da embalagem. Portanto, o rosa foi definido como cor principal, a partir de uma tonalidade mais clara e suave para o produto, e tons de rosa mais saturados para as informações textuais e ilustrações. O amarelo foi proposto para compor as ilustrações.

Figura 32 - Paleta de cores



Fonte: do autor.

As ilustrações presentes na embalagem foram desenvolvidas em um software de vetorização, com elementos inspirados na estética Y2K. Para a marca, foi criada uma ilustração de uma framboesa e uma fatia de limão, enquanto algumas estrelas foram desenvolvidas como elementos de apoio. Além disso, as ilustrações dos frutos também foram utilizadas no código de barras e como apoio para compor e deixar as informações técnicas mais descontraídas.

Figura 33 - Ilustração



Fonte: do autor.

A tipografia utilizada na marca foi a Cageroll, uma fonte display inspirada na estética Y2K que possui formas curvas e transmite um caráter vibrante, jovem e irreverente. Para as demais informações textuais, foi escolhida a tipografia Work Sans, por apresentar boa legibilidade e por ser uma fonte com características neutras.

Figura 34 - Tipografia



Fonte: do autor.

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL		
Porção por embalagem: Porção 300 ml.		
	300ml	%VDP*
Energia (kJ)	175	3%
Açúcar total (g)	6	2%
Ácido cítrico (g)	0,5	1%
Sorbato potássio (g)	0,5	1%
Goma guar (g)	0,5	1%
Betadex (g)	0,5	1%
Polissorbato 40 (g)	0,5	1%
Ácido ascórbico (g)	0,5	1%
Sal de cálcio (g)	0,5	1%
Sal de sódio (g)	0,5	1%
Total (g)	1	1%

* % Valores diários com base em uma dieta de 2.000 kcal ou 8.400 kJ. Seus valores diários podem variar dependendo de suas necessidades.

FABRICAÇÃO POR: Glup Bebidas LTDA.
**RUA DO SUCO, 100 - CEP 58.456-123
JOÃO PESSOA/PB**
CNPJ: 10.101.000.1111-01
**REGISTRO NO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA
SIS/DIPOA SOB Nº OTIV/0001**

CONSERVAR AO ABRIGO DO SOL E CALOR, EM LOCAL LIMPO E SECO, AREJADO E SEM ODORES. NÃO CONGELAR. APÓS ABERTO, CONSUMIR EM 3 DIAS.

INDÚSTRIA BRASILEIRA
SAC: 0800 123 4567
LOTE: 123456
FAB: SET/22
VAL: SET/23

3.1.1.3 Implementação do projeto

Após o desenvolvimento e definição do *layout* da embalagem, foi feita a aplicação da mesma em mockups de lata de bebida.

A collection of pink cans of 'chup' brand lemonade, each featuring a lemon slice and a raspberry illustration, arranged on a pink background.

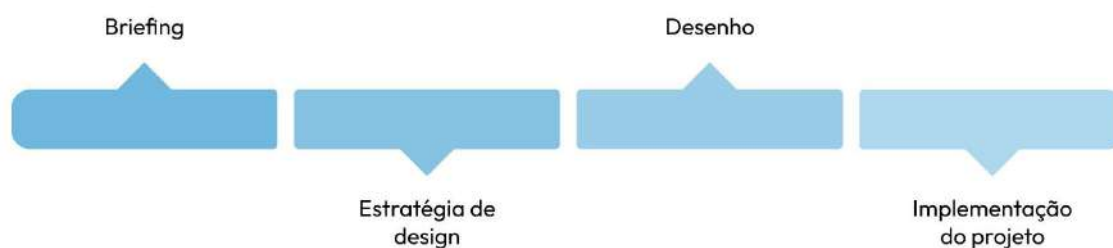
39

3.2.2 Phyto - Linha de higiene pessoal

Phyto foi um projeto de design de embalagens desenvolvido em dupla com a estudante Ana Rita Guedes para a disciplina de Planejamento Visual II, ministrada pela professora Raquel Rebouças. A atividade tinha como objetivo desenvolver três embalagens de uma linha de produtos de higiene pessoal para a marca fictícia Madeixas. Foram selecionados três itens dentro de uma lista definida pela professora: sabonete, shampoo e hidratante capilar.

Para desenvolver este projeto de embalagem foi utilizada a adaptação da metodologia proposta por Fábio Mestriner (2004), dividida em quatro etapas.

Figura 2 - Metodologia de Mestriner



Fonte: do autor.

3.2.2.1 Briefing e estratégia de design

Na primeira etapa do projeto, foi necessário construir alguns pontos que faziam parte da atividade. O primeiro foi definir um adjetivo norteador para o projeto dentre uma lista previamente definida pela professora e, a partir da escolha, desenvolver mais dois elementos para conceituar a proposta. O adjetivo escolhido foi equilíbrio; já os elementos foram a natureza e minimalismo, por apresentarem uma proximidade temática com o adjetivo inicial.

Com a escolha destes elementos norteadores, foi definido que os produtos seriam destinados ao público adulto de ambos os sexos, principalmente aqueles que se preocupavam com a saúde e buscavam produtos de higiene pessoal que tivessem ingredientes naturais na composição, evitando possíveis irritações ou reações alérgicas causadas por materiais sintéticos. Além disso, também houve a necessidade e busca do bem-estar e conforto que estes produtos podem proporcionar.

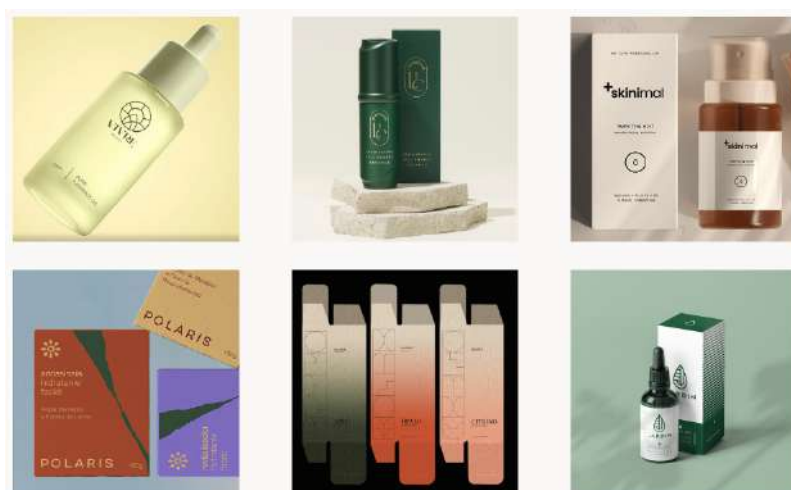
Entrando na etapa de estratégia de design, foi feita a escolha do sabonete, shampoo e hidratante capilar para os produtos que faziam parte da linha, com a proposta de gerar uma experiência de banho e cuidado. O nome da linha foi pré-definido como Madeixas, mas os estudantes poderiam alterar o nome caso desejassem. Seguindo a proposta dos produtos que teriam extratos vegetais na composição, o nome foi alterado para Phyto⁴. Foi realizada uma pesquisa visual para obter referências para o projeto que resultou em um painel semântico e em um painel de referências.

Figura 37 - Painel semântico



Fonte: do autor.

Figura 38 - Painel de referências



Fonte: do autor.

⁴ Phyto vem do grego antigo "φυτόν" (phutón), que significa "planta". Disponível em: <https://www.etymonline.com/word/phyto->. Acesso em: 8 jun. 2025.

3.2.2.2 Desenho

Com a análise dos dados obtidos nas etapas anteriores e o desenvolvimento dos painéis semântico e de referências, iniciou-se a etapa de desenho. Para o painel semântico, foram selecionadas imagens relacionadas a bem-estar, relaxamento e conexão com a natureza. No painel de referências, foram incluídas imagens de produtos do segmento de higiene pessoal e cosméticos com uma linguagem visual mais minimalista.

Uma paleta de cores foi desenvolvida a partir da seleção de cores presentes no painel de referências e também com a inclusão de cores semelhantes. Como critério de escolha, foi decidido utilizar uma cor em duas tonalidades para cada produto, remetendo ao minimalismo com a limitação da paleta, sendo elas o verde e o laranja. Além disso, o uso de cores diferentes também foi um ponto importante para definir extratos naturais diferentes para cada produto, possibilitando a diferenciação das embalagens.

Figura 39 - Paleta de cores



Fonte: do autor.

A escolha das cores e extratos também foi o ponto de partida para criar as ilustrações de cada embalagem. Com o auxílio do painel de referências, foi definido que as ilustrações seriam minimalistas, desenhadas em contorno e inseridas em molduras. Para auxiliar na criação das ilustrações, foi feito um painel com imagens de plantas e texturas naturais que tivessem relação com cada embalagem. Desta forma, cada embalagem ficou com ilustrações diferentes.

Para as tipografias, foram escolhidas a Floreal, uma fonte serifada com caráter elegante, enquanto a fonte Outfit foi escolhida para compor as informações textuais técnicas do produto.

Figura 40 - Tipografia



Fonte: do autor.

3.2.2.3 Implementação do projeto

Após a elaboração das ilustrações e a definição do layout das embalagens, foi feita a aplicação em mockups de diferentes embalagens, de acordo com o que foi definido nas etapas anteriores, sendo uma embalagem em caixa para os sabonetes, uma embalagem em caixa e rótulo para o hidratante capilar e uma embalagem de shampoo.

Figura 41 - Aplicação em mockups



Fonte: do autor.

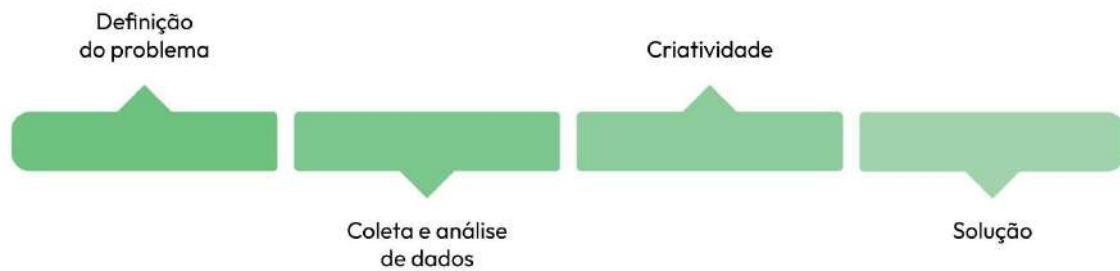
3.3 DESIGN EDITORIAL

3.3.1 Folder para o CST Design Gráfico

Este projeto foi uma atividade desenvolvida na disciplina de Tipografia, ministrada pela professora Renata Cadena. O objetivo da atividade foi criar uma tipografia modular utilizando o site FontStruct e aplicá-la em um panfleto informativo sobre o Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) - campus Cabedelo.

Neste projeto, tanto para o desenvolvimento da fonte quanto do panfleto, foi aplicada uma adaptação da metodologia de Munari (2008), que possui 4 etapas.

Figura 3 - Metodologia de Munari



Fonte: do autor.

3.3.1.1 Definição do problema

Munari (2008) reforça que a definição do problema é um dos nortes de construção de um produto, na perspectiva de buscar solucionar e desenvolver uma melhor praticidade e aplicabilidade das etapas de aprimoramento e de fomento de criação. Assim, o projeto partiu desta perspectiva como primeiro eixo para adaptar a metodologia com a idealização do problema postulado pela disciplina.

Nesta etapa, foi proposto como problema a criação de uma tipografia modular que pudesse ser utilizada em um panfleto no formato A4 com dobras livres, contendo informações básicas para o público em geral e aos possíveis interessados acerca do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do IFPB. Além disso, o folder deveria ser exclusivamente tipográfico, não sendo permitido o uso de imagens ou gráficos (exceto a marca do campus Cabedelo do IFPB).

3.3.1.2 Coleta e análise de dados

Na perspectiva de solucionar o problema proposto pela disciplina, inicialmente foi feita uma pesquisa visual sobre fontes modulares para obter referências para o desenvolvimento da tipografia. Apesar das inúmeras possibilidades de formas e estilos, optou-se por utilizar uma fonte sem serifa, com alfabeto minúsculo, devido ao tempo curto da disciplina, e visando também criar um material com caráter mais amigável

Também foi realizada uma pesquisa sobre o curso a partir do site do Portal do Estudante do IFPB (<https://estudante.ifpb.edu.br/cursos/23/>). Dos dados obtidos, optou-se por dar destaque às disciplinas ofertadas e às formas de ingresso no curso.

Também foram incluídas informações sobre o campus do IFPB de Cabedelo, a partir de um panorama geral, como criação do instituto e localização. Ressalta-se que a ideia aqui era dar publicidade, não só ao curso, mas também ao próprio campus Cabedelo.

3.3.1.3 Criatividade

O desenvolvimento do folder iniciou-se pela criação da tipografia. Como requisitos da disciplina, a fonte deveria ser modular e conter apenas um alfabeto (caixa alta ou caixa baixa). Para a proposta, desta forma, a fonte deveria ser em caixa baixa. Uma pesquisa visual foi feita com o intuito de obter referências e, logo após, foram feitos os rascunhos das primeiras letras a partir de uma grade de derivação.

As primeiras letras a serem desenvolvidas foram “o”, “h”, “p” e “v”, das quais derivaram-se as outras letras do alfabeto. A fonte tinha como característica principal ser condensada com as ascendentes e descendentes curtas, pensada para ser utilizada em textos e frases curtas, como títulos. Durante todo o processo, houve orientações com a professora, que auxiliou na correção de aspectos visuais e técnicos das letras, bem como na sugestão de melhorias do projeto.

Figura 42 - Fonte modular



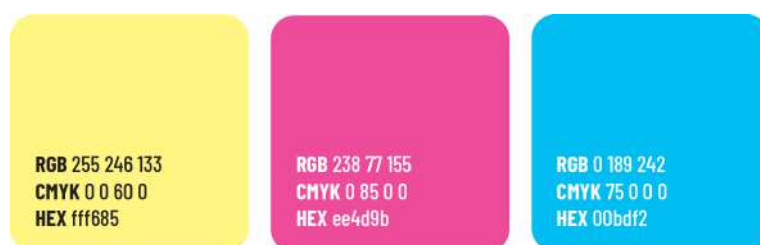
Fonte: do autor.

Após a idealização da fonte, iniciou-se a etapa de desenvolvimento do folder. Um dos principais requisitos para o material foi que o produto deveria ser exclusivamente tipográfico. Tomando como partida essa condição e a fonte criada, bem como as formas dos caracteres e seu potencial gráfico, decidiu-se por utilizar algumas

letras como recurso gráfico formas abstratas, evidenciando a possibilidade de realizar experimentações ao adaptar uma fonte modular para obter elementos não-textuais.

Para as cores, foram utilizadas as que estão presentes na identidade visual do curso de Design Gráfico desenvolvido pelo aluno Lucas Monguilhott. Nela, estão presentes as cores do sistema CMYK⁵ (ciano, magenta, amarelo e preto), que foram utilizadas para compor o folder. Em uma das orientações, foi sugerido “misturar” as cores utilizando algumas funções presentes no software de edição vetorial Adobe Illustrator, obtendo-se assim novas cores e tonalidades.

Figura 43 - Paleta de cores

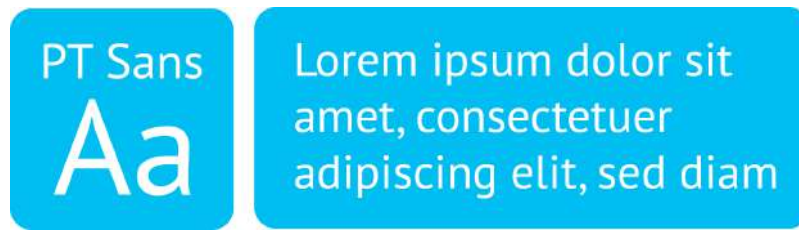


Fonte: do autor.

A partir dessas definições, iniciou-se a disposição dos elementos no folder de duas dobras. Para a primeira página (a capa), foram idealizadas diferentes composições tipográficas com a fonte desenvolvida utilizando as palavras Design, Gráfico e IFPB. Ao abrir o folder, nas páginas internas, temos as informações sobre as disciplinas e as formas vigentes de ingressar no curso. Para as páginas externas, estão as referências do campus Cabedelo do IFPB e as informações de contato. Nestas páginas, foram usadas a fonte Mini (para os títulos) e a fonte PT Sans (para o corpo de texto), por apresentar boa legibilidade e não ter características marcantes.

⁵ CMYK é a abreviação em inglês de *Cyan, Magenta, Yellow e Black* (ciano, magenta, amarelo e preto em português), um modelo de cores subtrativo utilizado na produção de materiais impressos. O que são RGB e CMYK? **Printi**. Disponível em: <https://www.printi.com.br/blog/o-que-sao-rgb-e-cmyk>. Acesso em: 22 jun. 2025

Figura 44 - Tipografia



Fonte: do autor.

3.3.1.4 Solução

O folder foi aplicado em mockups, nos quais pode-se perceber que a fonte Mini e as cores escolhidas possibilitaram obter bons resultados estéticos e de legibilidade.

Figura 45 - Aplicação em mockup



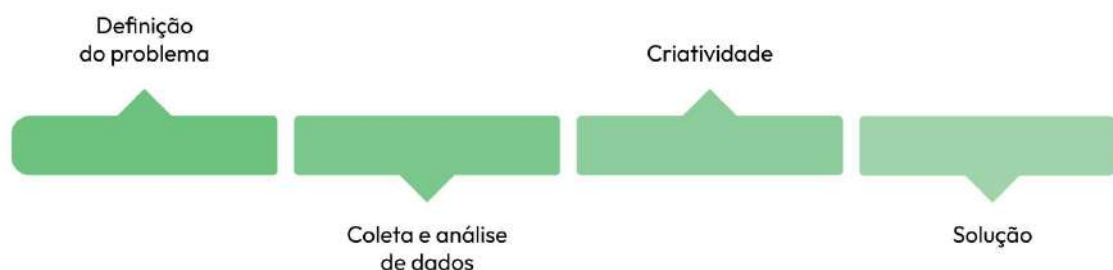
Fonte: do autor.

3.3.2 Meu Esquema - redesign de capa de álbum

Este projeto foi elaborado para a disciplina de Planejamento Visual III, ministrado pela professora Turla Alquete, e tinha como objetivo desenvolver o redesign do encarte do CD Meu Esquema, da cantora brasileira Rachel Reis.

Por apresentar uma proposta de criação mais livre, no que diz respeito ao grid e aos elementos visuais e textuais a serem desenvolvidos, foi aplicada neste projeto uma adaptação da metodologia de Munari (2008), com um total de 4 etapas.

Figura 3 - Metodologia de Munari



Fonte: do autor.

3.3.2.1 Definição do problema

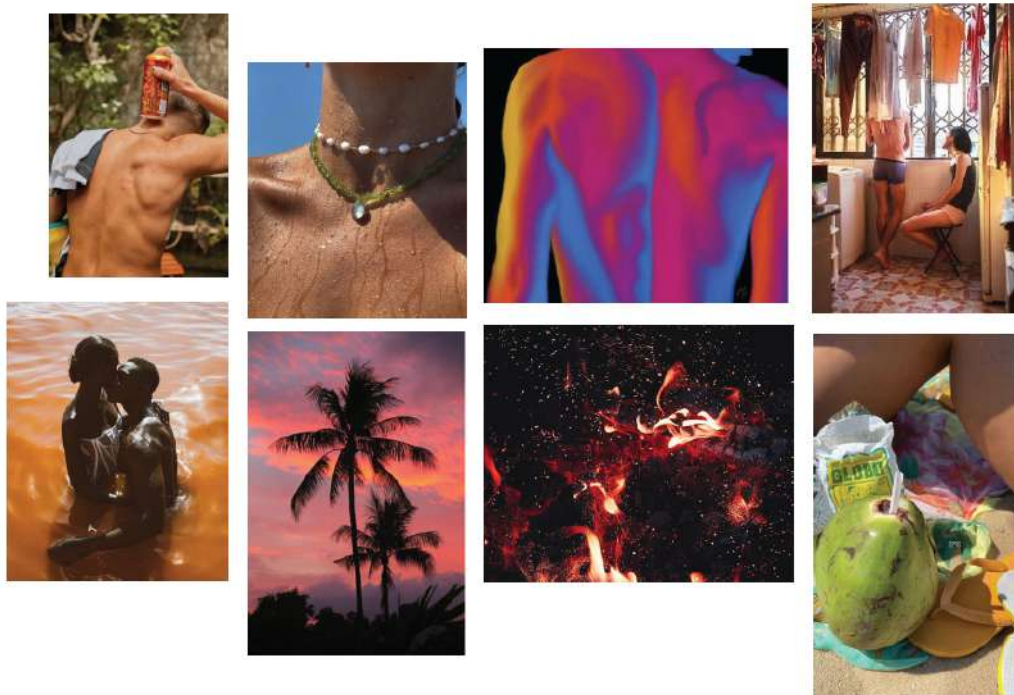
Durante as aulas de Planejamento Visual III, os estudantes foram expostos a conceitos sobre diagramação de materiais impressos e digitais, princípios de design, fundamentos de grid, tipografia e outros conhecimentos aplicados ao design editorial. Nesse contexto, foi proposta uma atividade que consistiu no redesign do CD Meu Esquema, de Rachel Reis. O desenvolvimento do encarte deveria ser feito a partir da experiência sonora própria, definindo o conceito, as cores, a tipografia e outros elementos visuais a partir das sensações e abstrações produzidas por meio da música.

Outro requisito foi o de não buscar outros álbuns da cantora, nem utilizar fotos dela na produção do material, para que cada um criasse referências e repertório visual próprios. Desta forma, o material final deveria ser aplicado em três mídias: CD, LP e capa do Spotify.

3.3.2.2 Coleta e análise de dados

Nesta fase, assim como foi proposto, a coleta de dados foi produzida a partir da escuta das músicas. A percepção pessoal inicial foi que se tratava de um álbum com sonoridade tropical, tranquila e com apelo positivo em relação ao amor. Foi feita uma pequena lista contendo adjetivos, sensações e palavras que vieram à mente em escutas posteriores, de onde foram escolhidas 5 palavras-chave: calor, toque, chamego, amor e cotidiano. Estas palavras possibilitaram a criação de um painel semântico e, conseqüentemente, a definição do conceito do novo encarte.

Figura 46 - Painel semântico



Fonte: do autor.

3.3.2.3 Criatividade

No painel semântico estão presentes imagens que transmitem a ideia de calor e do cotidiano a dois. A proposta para o redesign do álbum foi enfatizar o amor e o desejo de uma forma que não fosse tão óbvia. Para isso, decidiu-se por utilizar ilustrações vetorizadas, feitas no software Adobe Illustrator.

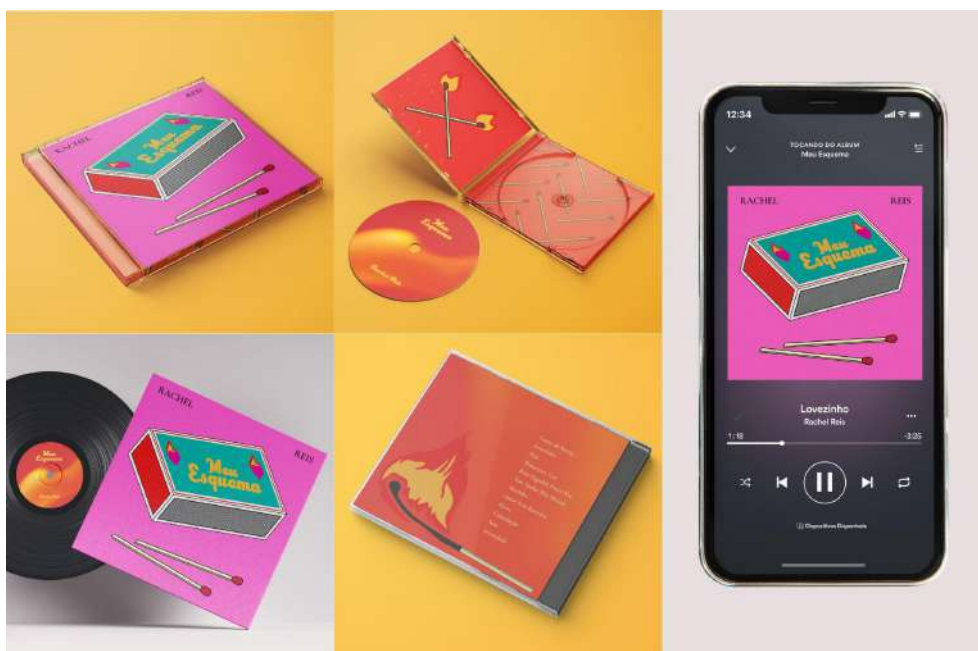
O fogo pode representar simbolicamente o amor, a paixão e a intensidade romântica. Para expressar metaforicamente isso, foi criada uma ilustração de uma caixa de fósforos. À medida em que a capa do CD é aberta, os palitos de fósforos estão presentes em *patterns* dispostos no encarte. Por fim, na contracapa do CD foi colocada uma ilustração de um dos palitos sendo queimado pelo fogo. Para o cd, foi desenvolvida e editada uma textura utilizando uma foto de uma chama. A proposta, sendo assim, foi colocar algo tão presente, singelo e simples na rotina (a caixa de fósforos), que possui implícito em si a característica de ser inflamável, como se ela aguardasse o momento de ser consumida pelas chamas. Foram aplicadas cores que remetem ao calor e ao fogo, como o vermelho, o azul e o amarelo. Na capa, foi aplicado um fundo rosa para aludir ao amor de uma forma mais branda.

Em relação ao grid construtivo, foram utilizados um grid desconstruído na capa e um grid retangular na contracapa.

3.3.2.4 Solução

O encarte desenvolvido foi aplicado em mockups de CD (encarte e CD), LP (encarte e disco) e capa de álbum do Spotify.

Figura 47 - Aplicação em mockups



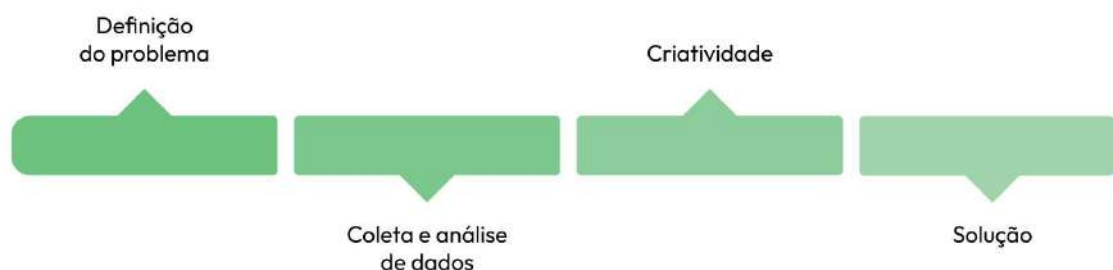
Fonte: do autor.

3.3.3 Noite na Taverna - livro

Este projeto foi desenvolvido em dupla com a estudante Luanna Ellen para a disciplina de Planejamento Visual III, ministrado pela professora Turla Alquete, e tinha como objetivo desenvolver o projeto editorial de um livro, sendo Noite na Taverna, de Álvares de Azevedo, a obra escolhida.

Por apresentar uma proposta de criação mais livre, no que diz respeito ao grid e aos elementos visuais e textuais a serem desenvolvidos, foi aplicada neste projeto uma adaptação da metodologia de Munari (2008), com um total de 4 etapas.

Figura 3 - Metodologia de Munari



Fonte: do autor.

3.3.3.1 Definição do problema

Esta atividade consistiu no desenvolvimento do projeto editorial de um livro de temática livre, onde os estudantes deveriam entregar um protótipo físico do livro e um protótipo digital. Dito isto, também foram definidas algumas especificações obrigatórias. O material deveria conter capa e miolo em policromia, até duas tipografias e também deveria ser indicado o papel e a gramatura utilizados no protótipo.

Ainda sobre os componentes mínimos, os livros deveriam conter: capa, ante-rosto, folha de rosto, sumário, abertura de capítulo, um capítulo completo, referências bibliográficas (caso houvesse a depender do gênero escolhido) e colofão.

Com a definição destes elementos, foi escolhido o livro Noite na Taverna como obra a ser trabalhada. A justificativa para a escolha foi por se tratar de um livro de terror, uma temática que a dupla tem afinidade e interesse, e por ser uma obra brasileira.

3.3.3.2 Coleta e análise de dados

Por ser um livro de contos de horror de uma época ultrarromântica onde se teve bastante influência do gótico, optamos por usar cores, ilustrações e tipografias que demonstram uma unidade visual sobre o período e o tema.

3.3.3.3 Criatividade

Foi definido que a capa do livro seria na cor vermelha com uma ilustração da taverna, que dá nome à história, juntamente com o título em uma fonte com inspiração gótica para representar e dar força ao tema. As informações textuais estão em branco, para dar contraste à ilustração, que está na cor preta.

A escolha das cores se justifica pelo teor e conteúdo do livro. Por tratar-se de uma história de horror onde são abordados temas como a morte, violência, traição e vingança, foi decidido que a única cor presente nas páginas do livro seria o vermelho, associado ao sangue e a todos os sentimentos e elementos encontrados na narrativa.

As ilustrações feitas para compor a parte ilustrativa do livro foram produzidas usando elementos representativos do conteúdo do livro e posteriormente tratadas e editadas no *software* de edição de imagens Photoshop. Por conta dos temas abordados no livro, foi decidido que a abordagem geral seria a morte, representada nas ilustrações pelas caveiras. Para a capa, foi escolhida a ilustração da taverna, para instigar curiosidade e mistério sobre o que ocorre no local onde se passa a história.

Figura 48 - Paleta de cores

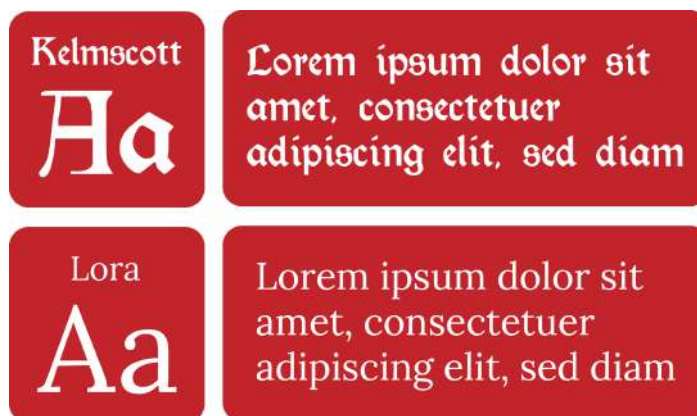


Fonte: do autor.

As tipografias usadas para compor títulos e textos foram Lora (utilizada nas massas de texto) e Kelmscott (utilizada apenas no título do livro). O grid empregado

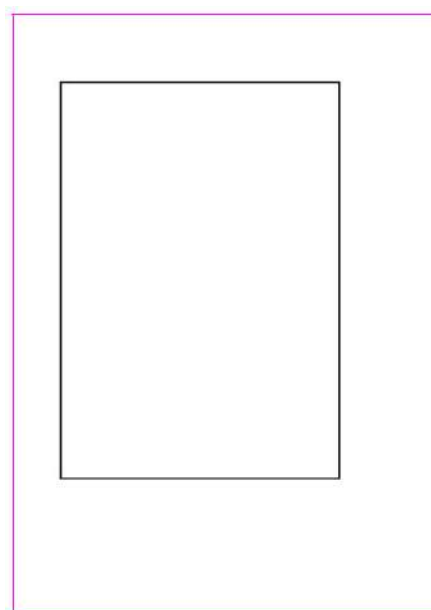
para o miolo foi o progressivo de uma coluna, compondo a maior parte das páginas do livro. Em algumas páginas o grid não foi utilizado pois as informações foram inseridas de forma centralizada.

Figura 49 - Tipografia



Fonte: do autor.

Figura 50 - Grid usado no miolo



Fonte: do autor.

3.3.3.4 Solução

Como definido para a entrega da atividade, foi construído um protótipo do livro, contendo os elementos obrigatórios definidos, sendo as demais páginas do livro

compostas por folhas em branco. Também foi desenvolvido um protótipo digital, aplicado em mockups, com destaque na capa e em páginas com maior quantidade de ilustrações.

Figura 51 - Aplicação em mockups



Fonte: do autor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, foi desenvolvido um portfólio com 10 projetos de cunho acadêmico, no qual foram aplicadas diferentes metodologias de projeto para cada área de design gráfico. O ato de revisitar os trabalhos aqui expostos e produzidos durante a graduação permitiu verificar o quanto se avançou no processo de aprendizagem e nas melhorias das técnicas aplicadas. Também possibilitou promover a autocrítica como parâmetro de conhecimento e de desenvolvimento enquanto acadêmico e profissional do campo.

Além disso, destaca-se a importância dos conteúdos abordados em sala, transmitidos pelos professores e a convivência e troca de conhecimentos com outros

estudantes como elementos essenciais no processo de aprendizagem, que é contínua e que não se encerra com este ciclo.

Durante o processo de escolha dos projetos que fariam parte deste trabalho, pode-se refletir sobre qual seria a melhor forma de apresentá-los, de maneira que o portfólio estivesse coerente no que diz respeito à sua disposição e distribuição de informações. Isso possibilitou que o trabalho ficasse mais coeso, e consequentemente, mais atrativo, possibilitando demonstrar a aplicação de ferramentas e habilidades em diferentes projetos de design gráfico, bem como a capacidade de adaptar-se e solucionar problemas.

Este portfólio configura-se então como um processo bem documentado de uma jornada acadêmica e profissional em constante processo de evolução, onde alguns desafios estão em fase de melhorias e adaptações mas também é possível identificar a capacidade de aplicar conhecimento e criatividade para obter-se bons resultados.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Georfrávia Montoza. **Portfólio**: o que é e que serve. Olho Mágico, Londrina, v. 8, n. 1, pág. 18-21, 2001.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial**: Bases para configuração dos produtos industriais. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

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

MUNARI, Bruno. **Das Coisas Nascem Coisas**. Tradução: José Manuel de Vasconcelos. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de Identidade Visual**. 4. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

SANTOS, Daniel Alberto Santos e; AGUIAR, Maria Geralda Gomes. **O Portfólio Como Instrumento Didático**: o processo de construção/constituição do “ser professor”. Revista Docência Ensino Superior, v.6, n.1, 2016.

VILLAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] Design Gráfico**. Rio de Janeiro: 2ab, 2000.

WAKILD, Emily. **Aprendendo com a lhama**: sobre os amplos contornos de contribuições culturais e expansão geográfica. História, Ciências, Saúde-Manguinhos, v. 28, p. 141-159, 2022.

WATERMAN, M. A. **Teaching Portfolios for Summative and Peer Evaluation**. In: SIXTH AMERICAN ASSOCIATION FOR HIGHER EDUCATION CONFERENCE ON ASSESSMENT FOR HIGHER EDUCATION, 6, 1991, San Francisco.

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

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC com ficha catalográfica e ata assinada

Assunto:	TCC com ficha catalográfica e ata assinada
Assinado por:	Dayvson Oliveira
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Dayvson Oliveira de Lima, ALUNO (202027010024) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO, em 20/08/2025 20:36:08.

Este documento foi armazenado no SUAP em 20/08/2025. 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: 1581254
Código de Autenticação: ca3e010476

