



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

**FORMA, FUNÇÃO E SIGNIFICADO:
Um recorte de processos para criação de materiais gráficos**

LUANA CAMILLY LIMA DE OLIVEIRA

CABEDELO
2025

LUANA CAMILLY LIMA DE OLIVEIRA

**FORMA, FUNÇÃO E SIGNIFICADO:
Um recorte de processos para criação de materiais gráficos**

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): Professora Rafaela Santana

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

O48f Oliveira, Luana Camilly Lima de.

Forma, função e significado: um recorte de processos para criação de materiais gráficos . /Luana Camilly Lima de Oliveira. - Cabedelo, 2025.

66f. il.: color.

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

Orientador(a): Profa. Ma. Rafaela Santana de Sousa.

1. Design gráfico. 2. Social media. 3. Portfólio. 4. Design de embalagens.

I. Título.

CDU 741



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)

Elaboração de Ficha Catalográfica

Assunto:	Elaboração de Ficha Catalográfica
Assinado por:	Katia Silva
Tipo do Documento:	Ficha
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Katia Felix da Silva, BIBLIOTECARIO-DOCUMENTALISTA**, em 25/08/2025 09:41:03.

Este documento foi armazenado no SUAP em 25/08/2025. 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: 1584156

Código de Autenticação: 80632195f5





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

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

Luana Camilly Lima Oliveira

Portfólio: FORMA, FUNÇÃO E SIGNIFICADO: Um recorte de processos para criação de materiais gráficos

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 15 de julho de 2025.

Membros da Banca Examinadora:

Profa. Me. Rafaela Santana de Souza
IFPB Campus Cabedelo

Profa. Esp. Suellen Silva de Albuquerque
IFPB Campus Cabedelo

Profa. Dra. Raquel Rebouças Almeida Nicolau
IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2025

Documento assinado eletronicamente por:

- **Rafaela Santana de Souza**, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO, em 15/07/2025 18:44:47.
- **Suellen Silva de Albuquerque**, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO, em 15/07/2025 19:55:51.
- **Raquel Reboucas Almeida Nicolau**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 18/07/2025 08:07:27.

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 735557

Verificador: 6b7286c43c

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 minha orientadora Rafaela e o Professor Ticiano.

A mim mesma por não ter desistido.

Leticia.

RESUMO

Este portfólio é o reflexo da jornada de Luana Camilly ao longo de sua formação em Design Gráfico, reunindo os principais marcos dessa trajetória em uma variedade de projetos acadêmicos, atividades desenvolvidas atuando como estagiária e outros serviços como freelancer. As atividades acadêmicas desenvolveram habilidades na área de Design de embalagens, fotografia, branding, e no ramo editorial, no estágio e em atividades freelancers, por sua vez, foram atribuídos desafios relacionados à área de social media e divulgação. Essa jornada permitiu o desenvolvimento de estratégias visuais voltadas para a comunicação eficaz, tanto em peças impressas quanto em conteúdos digitais. As criações apresentadas neste portfólio traduzem a transformação do olhar criativo, revelando a transição de um estudante em formação para um designer gráfico com atuação prática no mercado

Palavras-Chave: *Design Gráfico, social media, portfolio, design de embalagens*

ABSTRACT

This portfolio reflects Luana Camilly's journey throughout her training in Graphic Design, bringing together the main milestones of this trajectory in a variety of academic projects, activities developed as an intern and other services as a freelancer. The academic activities developed skills in the areas of packaging design, photography, branding, and in the editorial sector, in the internship and freelance activities, in turn, she was given challenges related to the area of social media and advertising. This journey allowed the development of visual strategies aimed at effective communication, both in printed pieces and in digital content. The creations presented in this portfolio translate the transformation of the creative look, revealing the transition from a student in training to a graphic designer with practical experience in the market.

Keywords: *Graphic Design, social media, portfolio, packaging design*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Assinatura visual, Lima, 2023.....	15
Figura 2. Painel de referências.....	16
Figura 3. Paleta de cores.....	16
Figura 4. Fonte Planet Kosmos.....	16
Figura 5. Mockup cartão de visita.....	17
Figura 6. Mockup crachá.....	17
Figura 7. Mockup Caderno.....	18
Figura 8. Análise de similares.....	19
Figura 9. Painel Semântico, Lima, 2023.....	20
Figura 10. Paleta de cores.....	21
Figura 11. Fonte Akira expanded Super Bold.....	21
Figura 12. Mockup Suco Vita 1.....	22
Figura 13. Arte embalagem aberta.....	22
Figura 14. Mockup Suco 2.....	23
Figura 15. Mockup Suco Vita 3.....	23
Figura 17. Livro “Contos extraordinários”.....	25
Figura 18. Painel de semântico, Lima, 2022.....	26
Figura 19. Quadro de referências.....	27
Figura 20. Paleta de cores.....	28
Figura 21. Fonte Old London.....	28
Figura 22. Mockup da capa finalizada.....	29
Figura 23. Álbum Vício Inerente de Marina Sena.....	30
Figura 24. Mapa mental desenvolvido para a conceituação do projeto, Lima, 2023.....	31
Figura 25. Painel de referências.....	32
Figura 26. Paleta de cores.....	33
Figura 27. Fonte Dark Future.....	33
Figura 28. Capa finalizada.....	34
Figura 29. Mockup: Capa de vinyl.....	35
Figura 30. Mockup: Capa de CD.....	35
Figura 31. Mockup: Spotify.....	36
Figura 32. Assinatura Visual Espaço Terapêutico Daise Gomes.....	37
Figura 33. Briefing desenvolvido, Lima, 2023.....	38
Figura 34. Quadro de referências.....	39
Figura 35. Redesign da logo Espaço Terapêutico Daise Gomes.....	39
Figura 36. Comparativo entre logo antiga x logo nova.....	40
Figura 36. Painel de Cores.....	40
Figura 37. Fonte Costaline.....	40
Figura 38. Fonte Galano Grotesque.....	41
Figura 39. Mockup: Caneca.....	41
Figura 40. Mockup: Caderno.....	42
Figura 41. Assinatura visual Espaço Terapêutico Daise Gomes.....	43
Figura 43. Painel de Cores.....	45
Figura 45. Fonte Galano Grotesque.....	45

Figura 46. Foto Grid.....	46
Figura 47. Mockup Daise Gomes Instagram.....	47
Figura 46. Assinatura visual Clinor.....	48
Figura 47. Painel de referências.....	49
Figura 48. Paleta de cores.....	50
Figura 49. Fonte Poppins.....	50
Figura 50. Fonte Galano Grotesque.....	51
Figura 51. Foto Grid.....	51
Figura 52. Mockup Clinor Instagram.....	52
Figura 53. Assinatura visual Mundo das Tintas.....	53
Figura 54. Paleta de cores.....	54
Figura 55. Fonte Coolvetica.....	54
Figura 56. Foto grid.....	55
Figura 57. Mockup Mundo das Tintas.....	55
Figura 58. Assinatura visual Espaço Terapêutico Daise Gomes.....	56
Figura 59. Quadro de referências.....	57
Figura 60. Paleta de cores.....	58
Figura 61. Fonte Galano Grotesque.....	58
Figura 65. Assinatura visual SleepHouse.....	61
Figura 66. Paleta de cores.....	62

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	10
2. METODOLOGIA.....	12
3. PORTFÓLIO DE PROJETOS.....	14
3.1. CatFish - Identidade visual.....	14
3.2. Suco Vita- Design de embalagem.....	18
3.3. Capa do livro “Contos extraordinários”- Projeto de Ilustração.....	24
3.4. Marina Sena - Projeto Editorial.....	28
3.5. Espaço Terapêutico Daíse Gomes - Redesign.....	34
3.6. Espaço Terapêutico Daise Gomes - Social Mídia.....	39
3.7. Clinor - Social Mídia.....	43
3.8. Mundo das Tintas – Proposta Visual para Outdoor.....	47
3.9. Espaço Terapêutico - Publicidade.....	50
3.10. SleepHouse - Adesivo de Fachada.....	56
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	59
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60

1. APRESENTAÇÃO

O papel do Design Gráfico na contemporaneidade está intrinsecamente ligado à criação e à transmissão de ideias, conceitos e mensagens por meio de soluções visuais estratégicas. Para atender a essa demanda, o profissional da área deve estar preparado para acompanhar as constantes transformações do mercado, bem como as mudanças nas metodologias de trabalho e nas tendências do design. Nesse sentido, cabe ao designer gráfico a tarefa de traduzir intenções, estratégias e narrativas em peças visuais que comuniquem de forma eficaz, encantem o público e gerem resultados concretos.

Originalmente, o portfólio surge no campo das artes, como uma modalidade de avaliação utilizada para reunir e apresentar as produções mais significativas de um artista. Nesse contexto, tratava-se de uma pasta física na qual eram depositadas as obras mais relevantes, servindo como instrumento de apreciação e análise do percurso criativo (HERNÁNDEZ, 2000; VILLAS BOAS, 2004; ALARCÃO, 2010). Com base nesse princípio, o presente portfólio tem como objetivo documentar e refletir sobre a trajetória acadêmica e profissional de Luana Camilly, evidenciando sua evolução ao longo do curso e sua atuação na área de Design Gráfico.

Este trabalho reúne dez projetos desenvolvidos tanto no contexto acadêmico quanto em experiências profissionais, representando um recorte significativo de sua caminhada formativa e prática. A coletânea selecionada busca evidenciar o amadurecimento técnico e criativo da designer, assim como os conhecimentos adquiridos nas diversas etapas da formação. O objetivo central do portfólio é promover uma reflexão crítica sobre a jornada da designer, analisando a aplicação prática das metodologias aprendidas no ambiente acadêmico em situações reais do mercado. A proposta também inclui a organização sistemática das produções, de forma que o portfólio funcione como uma ferramenta de análise e autoconhecimento profissional. Pretende-se, com isso, estimular um olhar analítico sobre o próprio percurso criativo e consolidar um material de apoio à inserção no mercado de trabalho.

Os projetos apresentados evidenciam a diversidade técnica desenvolvida ao longo da formação, demonstrando domínio em diferentes áreas do design. A estruturação do portfólio foi elaborada para proporcionar uma leitura fluida e contextualizada, apresentando de forma clara e objetiva as demandas, os processos metodológicos e os resultados obtidos em cada produção.

Todos os trabalhos estão disponíveis também na página da autora na plataforma Behance, acessível por meio do seguinte link: [behance.net/luanacamilly2](https://www.behance.net/luanacamilly2)

2. METODOLOGIA

No desenvolvimento deste projeto, foram adotadas diferentes abordagens metodológicas com o objetivo de investigar os processos mais adequados para a criação de cada peça gráfica, priorizando critérios como eficiência, viabilidade produtiva e a obtenção de resultados satisfatórios. Cada etapa do processo foi conduzida com base em uma metodologia específica, selecionada de acordo com as particularidades e exigências de cada área de atuação, a fim de atender às demandas do projeto e propor soluções eficazes para os problemas identificados. Para os trabalhos de identidade visual, foi aplicada a metodologia de Maria Luísa Peón (2009). No desenvolvimento de design de embalagens, adotou-se uma adaptação da abordagem proposta por Bruno Munari (1998). Em peças gráficas e materiais editoriais, utilizou-se a metodologia AIDA, desenvolvida por Elmo Lewis (1898). Como alternativa para projetos do mesmo nicho, foi incorporada a metodologia do Design Thinking (IDEO, 2025). Para projetos voltados a mídias sociais, também se aplicou a metodologia Método 8Ps, conforme proposta por Conrado Adolfo (2011).

Para a criação de logotipos e dos elementos que compõem a identidade visual, adotou-se a metodologia proposta por Maria Luísa Peón (2009), a qual oferece uma abordagem estruturada e sistemática para o desenvolvimento de marcas. Conforme descrito na obra *Sistemas de Identidade Visual* (2009), essa metodologia é dividida em três fases principais. A primeira fase, denominada *Problematização*, consiste na identificação do problema e na definição clara dos requisitos necessários à sua resolução, por meio do levantamento e análise de dados. Na segunda fase, chamada *Concepção*, ocorre a geração e seleção de alternativas criativas, com o objetivo de orientar conceitualmente as etapas seguintes do projeto. Por fim, a fase de *Especificação* refere-se à consolidação da proposta, abordando as questões técnicas envolvidas e garantindo a coerência entre a ideia e sua execução. Nessa etapa final, são realizados o desenvolvimento dos layouts, a prototipagem das aplicações e a criação do manual de identidade visual.

Para os projetos de embalagem, foi adotada a metodologia proposta por Bruno Munari, apresentada em sua obra *Das Coisas Nascem Coisas* (1998). Essa abordagem configura-se como um processo de resolução de problemas que parte da observação crítica, evoluindo por meio de etapas de experimentação, desenvolvimento e verificação.

Embora a metodologia original compreenda 12 etapas, para fins deste projeto foram

selecionadas e adaptadas 7 e 6 etapas a depender das demandas do projeto, mantendo a lógica do método e sua aplicabilidade prática. O processo tem início com a definição clara do problema, delimitando os recursos disponíveis e os parâmetros que orientarão a criação. Em seguida, realiza-se a coleta e análise de dados, com a elaboração de painéis semânticos e referências visuais, os quais servem como base criativa para a produção. A partir dessa análise visual, desenvolvem-se alternativas projetuais, que são posteriormente testadas por meio de protótipos funcionais, permitindo verificar na prática se as soluções propostas atendem aos objetivos estabelecidos e cumprem suas funções de forma eficaz.

Nos materiais gráficos, optou-se pela aplicação do modelo AIDA — sigla para Atenção, Interesse, Desejo e Ação — de Elmo Lewis (1968), devido à sua adequação aos critérios de produção e à sua eficácia na apresentação de resultados comunicacionais. Essa metodologia simula o processo de relacionamento entre consumidor e produto durante o momento de decisão de compra, estruturando-se em uma sequência linear de quatro etapas.

A primeira etapa, Atenção, tem como objetivo atrair o olhar do consumidor e informar sobre a existência do produto ou serviço. Em seguida, na fase de Interesse, busca-se manter o público engajado, demonstrando a relevância da proposta de valor apresentada. Na terceira etapa, denominada Desejo, procura-se despertar a vontade de aquisição, transformando o interesse inicial em uma motivação concreta. Por fim, a etapa de Ação promove a resposta do consumidor, por meio de uma chamada clara que incentiva a compra ou o engajamento com a oferta.

Complementarmente, em projetos gráficos do mesmo nicho foi aplicada a metodologia do Design Thinking, pela sua abordagem centrada no usuário e orientada à solução de problemas de forma colaborativa. Essa metodologia foi aplicada com base em uma estrutura dividida em três etapas principais: Ouvir, Criar e Implementar.

Na fase de Ouvir, realiza-se uma imersão no contexto do problema, com levantamento e análise de dados, visando identificar e delimitar as reais necessidades dos usuários e os problemas a serem solucionados. A etapa seguinte, Criar, corresponde à geração e desenvolvimento de ideias, buscando explorar diferentes possibilidades e abordagens criativas. Por fim, a fase de Implementar envolve a prototipação e testagem das soluções propostas, permitindo validar sua efetividade antes da aplicação definitiva.

Nos projetos voltados para mídias sociais, foi adotada a metodologia dos 8 Ps do

marketing digital, por sua abrangência em relação aos principais aspectos da comunicação estratégica nesse meio. Embora o modelo original — frequentemente atribuído a Conrado Adolpho (2011) — contemple oito etapas (Pesquisa, Planejamento, Produção, Publicação, Promoção, Propagação, Personalização e Precisão), para este projeto a estrutura foi adaptada a três etapas, de forma a atender às demandas específicas da proposta.

A primeira etapa corresponde à pesquisa, voltada para a compreensão do público-alvo e de suas necessidades. Em seguida, na etapa de produção, são desenvolvidos os materiais de comunicação, considerando os formatos e linguagens adequados às plataformas digitais. Por fim, ocorre a publicação e divulgação desses conteúdos nos canais previamente definidos, com o objetivo de promover engajamento e alcançar os resultados desejados.

3. PORTFÓLIO DE PROJETOS

3.1. CatFish - Identidade visual

Categoria: Identidade visual **Ano:** 2023

Disciplina: Gestão de Projeto

Temática: Marca Pessoal **Equipe:** Individual

Método: Maria Luísa Péon

Problematização

O desenvolvimento de uma marca pessoal foi uma atividade proposta pelo professor Daniel Lourenço na disciplina de Gestão de Projeto. O projeto consistiu na elaboração da marca pessoal, cartão de visitas, proposta de projeto e portfólio no Behance.

Figura 1. Assinatura visual, Lima, 2023



Metodologia

A metodologia utilizada no projeto foi uma adaptação do método desenvolvido por Maria Luísa Peón, descrito no livro *Sistemas de Identidade Visual* (2009). A escolha do nome e da figura "CatFish" partiu de uma memória afetiva da aluna, baseada em um personagem criado por ela mesma. Posteriormente, o nome foi ressignificado para se adequar ao contexto da marca.

Embora o termo "catfish" possua originalmente uma conotação negativa, aqui ele foi reinterpretado para representar a ideia de nunca entregar apenas o que se espera, mas sempre algo além. A marca busca expressar uma linguagem descontraída, sem perder o compromisso com conceitos que dialogam com o universo Y2K, tecnologia e criatividade. Com base nesse conceito, foi desenvolvido um painel de referências visuais que orientou todo o processo de criação da identidade.

Aplicações

Figura 5. Mockup cartão de visita



Figura 6. Mockup crachá



Figura 7. Mockup Caderno



3.2. Suco Vita- Design de embalagem

Categoria: Design de embalagem

Ano: 2022

Disciplina: Planejamento visual 2

Temática: Embalagem para suco

Equipe: Luana
Camilly e
Crysthian Adriel

Método: Bruno Munari (1981)

Problematização

O Suco Vita é uma linha de suco natural proposto pela disciplina de Planejamento Visual 2, administrado pela Professora Raquel. A atividade foi desenvolvida como um exercício de branding, onde foi requisitada a criação de uma identidade visual baseada em conceitos pré definidos pela professora, que caso do nosso grupo, foi escolhido o conceito lúdico

Metodologia

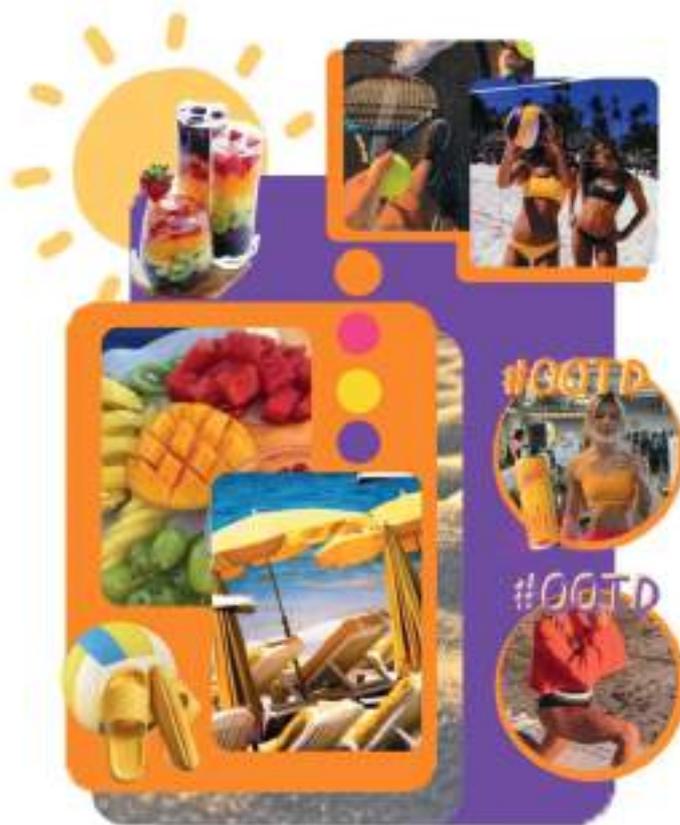
Para esse projeto, utilizei a adaptação da metodologia de Bruno Munari, descrita no livro *Das Coisas Nascem Coisas* (2002). O processo começou com a definição clara do problema, estabelecendo qual nicho seria explorado. No projeto, foi definido que os jovens pertencentes ao público alvo moram e/ou frequentam as praias de Tambaú e Cabo Branco frequentemente e fazem parte da classe média e média alta. Parte deles postam regularmente sobre o seu dia a dia, compartilham os lugares que frequentam e comidas que consomem, alguns deles são também influenciadores dentro do espaço fitness que compartilham suas opções favoritas de consumo saudável e alguns deles não compartilham tanto mas estão sempre atentos às novidades e estão frequentemente checando as redes sociais acompanhando as tendências dos influencers e o que seus amigos estão postando.

Figura 8. Análise de similares



Foram elaborados um painel semântico e um painel de similares com o objetivo de reunir referências visuais e conceituais que orientaram a criação das alternativas desenvolvidas. Esses painéis foram compostos por imagens que refletem a proposta escolhida, baseada em conceitos lúdicos e no uso de formas fluidas e coloridas.

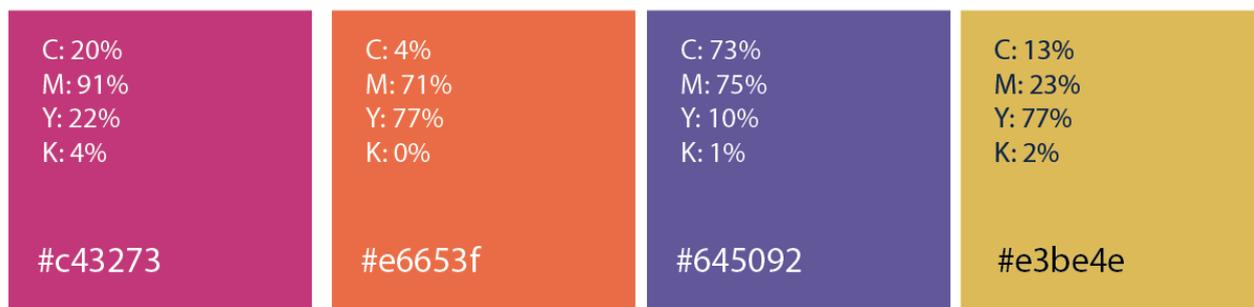
Figura 9. Painel Semântico, Lima, 2023



Resultados

A paleta de cores adotada neste projeto foi elaborada para traduzir o conceito central de ludicidade com sofisticação. Foram selecionados tons vibrantes que dialogam com o perfil de um público ativo e predominantemente jovem, despertando curiosidade e mantendo um senso de elegância, evidenciado pelas transições cromáticas suaves. O uso das cores em degradê, aliado a formas orgânicas, reforça a ideia de fluidez e vitalidade — atributos que remetem a uma rotina dinâmica, ao bem-estar e à leveza que o produto busca transmitir.

Figura 10. Paleta de cores.



A tipografia selecionada para o projeto foi a Akira Expanded na variação super bold, cuja escolha alinha com o conceito central da proposta: o lúdico aliado à sofisticação. Com um design robusto, geométrico e contemporâneo, a fonte confere uma presença visual marcante e memorável, contribuindo para um forte impacto estético.

Figura 11. Fonte Akira expanded Super Bold

AKIRA
EXPANDED

Fonte: Akira Expanded. Disponível em: <https://www.fontmirror.com/akira-expanded#google_vignette>. Acesso em: 6 jul. 2025.

Figura 14. Mockup Suco 2



Figura 15. Mockup Suco Vita 3



Figura 16. Mockup Suco Vita 3



3.3. Capa do livro “Contos extraordinários”- Projeto de Ilustração

Categoria: Ilustração

Ano: 2022

Disciplina: Ilustração

Temática: Livro de contos

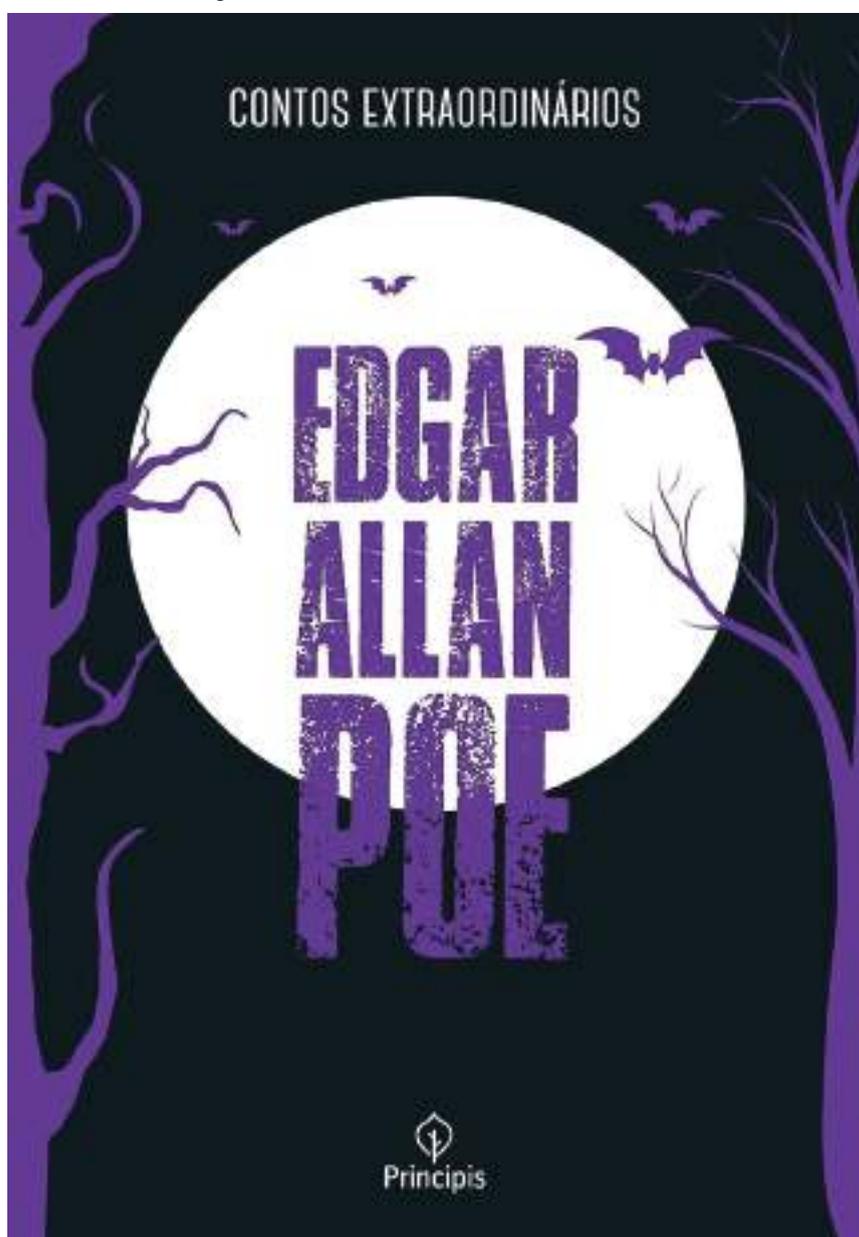
Equipe: Individual

Método: Bruno Munari

Problematização

O projeto foi proposto pelo professor Daniel Lourenço, na disciplina de Ilustração. O objetivo era desenvolver uma capa para o livro Contos Extraordinários, de Edgar Allan Poe. A obra é uma coletânea de contos marcantes do autor, reunindo histórias clássicas como O Gato Preto e O Corvo.

Figura 17. Livro “Contos extraordinários”



Fonte: POE, E. A. Contos extraordinários. [s.l.: s.n.].

Metodologia

A condução do projeto baseou-se na adaptação da metodologia de Bruno Munari (1982), citado no livro “Das Coisas Nascem Coisas” (2002). O processo consiste na definição clara do problema, e no desenvolvimento da solução a partir do mesmo por meio de um processo que equilibra criatividade com lógica e análise.

A etapa inicial consiste na definição do problema e de seus componentes. Neste caso, a criação de uma capa de livro que convenha a essência da obra, e para os componentes do problema, foram criadas categorias de elementos como tipografia e cores como subdivisões de problemas a serem solucionados. Em seguida, foi feita a coleta e análise de dados, que, neste caso, consistiu na observação de trabalhos semelhantes e na pesquisa de outras capas já produzidas para essa mesma obra.

Figura 18. Painel de semântico, Lima, 2022



Com a análise de similares feita, foram observados os padrões utilizados pelos concorrentes. As capas seguem uma estética mais sombria e obscura, refletindo a essência de grande parte dos contos presentes na obra. Costumam incluir elementos representativos, como o gato, o corvo e, por vezes, o próprio Edgar Allan Poe. Em sua maioria, apresentam uma floresta como cenário e utilizam cores de forma pontual, destacando apenas elementos-chave, como o título e detalhes nas ilustrações. A tipografia por sua vez não possui serifas em sua maioria e são colocadas em caixa alta.

Posteriormente, passa-se a fase da criatividade, onde são geradas ideias e apresentado as referências visuais que norteiam a criação do projeto.

Figura 19. Quadro de referências.

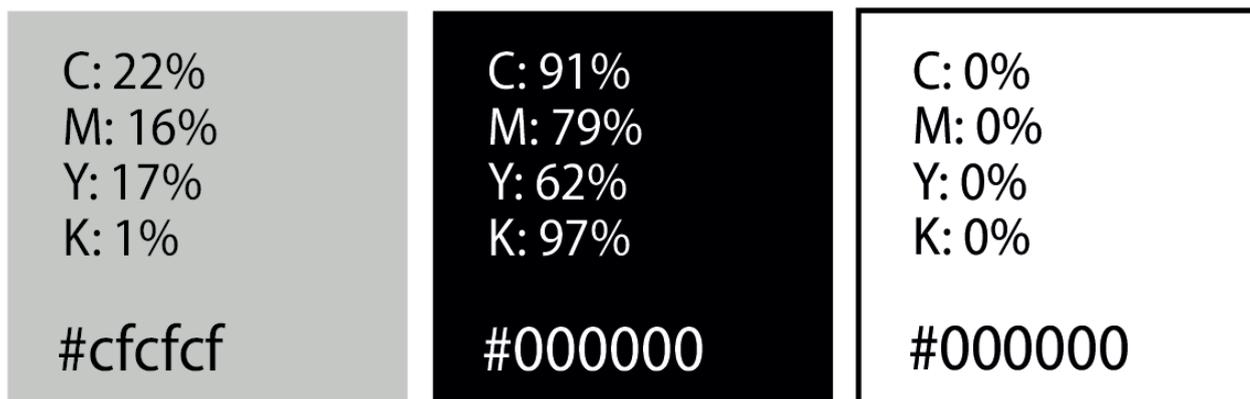


Resultados

Na versão final da proposta, optou-se por preservar a estética sombria e a atmosfera gótica, em consonância com o universo narrativo da obra. Os elementos visuais evocam temas recorrentes nos contos, como a morte, o medo e o sobrenatural, sugeridos por meio da ambientação em uma floresta e pelo estilo ilustrativo empregado. Como elementos de destaque, foram inseridos o gato e a figura do próprio Edgar Allan Poe, acompanhados de um espelho, que atua como símbolo do 'eu interior' e da complexidade psicológica que permeia os personagens presentes na coletânea.

A escolha da paleta cromática seguiu a convenção estabelecida em propostas anteriores, priorizando tonalidades sóbrias como preto, cinza e branco. Tal seleção cromática contribui significativamente para a construção de uma atmosfera sombria e sobrenatural, coadunando-se com a estética gótica que orienta conceitualmente todo o desenvolvimento do projeto.

Figura 20. Paleta de cores



A tipografia adotada foi a Old London, cuja escolha se justifica pela afinidade com a estética gótica que orientou todo o desenvolvimento do projeto. Em contraste com propostas anteriormente existentes, optou-se por uma fonte com serifas e predominantemente em caixa baixa — exceto pelas letras capitulares — com o intuito de remeter à experiência de leitura de um livro antigo, reforçando a atmosfera narrativa proposta.

Figura 21. Fonte Old London

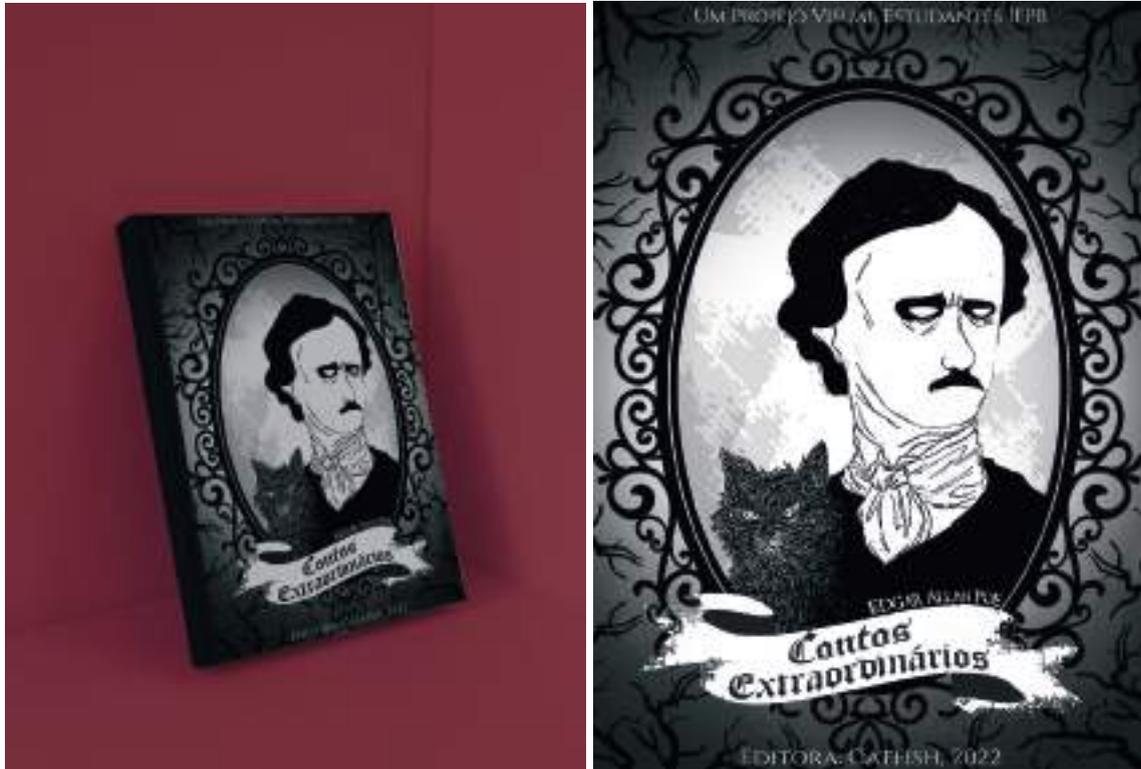
Old London

Fonte: Old London Fonte. Disponível em: <<https://pt.ffonts.net/Old-London.font>>. Acesso em: 6 jul. 2025.

Como o livro não seria impresso, utilizamos mockups para representar sua versão física.

Aplicações

Figura 22. Mockup da capa finalizada



3.4. Marina Sena - Projeto Editorial

Categoria: Design editorial

Ano: 2023

Disciplina: Planejamento Visual IV

Temática: Cantora Pop

Equipe: Individual

Método: Bruno Munari

Problematização

Na composição a seguir, desenvolvida a partir da proposta da professora Turla Albuquerque na disciplina de Planejamento Visual IV, foi solicitado o desenvolvimento de uma capa para os formatos CD, vinil e plataforma digital (Spotify) para o álbum Vício Inerente da cantora Marina Sena. O principal objetivo da proposta consistia no desenvolvimento de artes visuais para os respectivos formatos, a partir das composições do álbum da cantora, com liberdade criativa para a exploração de diferentes temáticas e conceitos e a maneira como interpretamos as letras das canções.

Figura 23. Álbum Vício Inerente de Marina Sena



Fonte: Disponível em: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/a/a2/Marina_Sena_-_V%C3%ADcio_Inerente.png>. Acesso em: 6 jul. 2025.

Metodologia

Para este projeto, foi utilizada uma adaptação da metodologia proposta por Bruno Munari, descrita em seu livro *Das Coisas Nascem Coisas* (2002). O processo teve início com a escuta atenta do álbum, com o objetivo de extrair elementos conceituais, sensoriais e narrativos que pudessem servir de base para a construção de uma direção criativa coerente.

Após a primeira etapa da atividade que consistia em ouvir o álbum, foram definidos conceitos e palavras-chave a serem trabalhados. O conceito principal selecionado foi “imersão”, e a partir deste se definiram suas ramificações.

Figura 24. Mapa mental desenvolvido para a conceituação do projeto, Lima, 2023



Na etapa seguinte, foi elaborado um painel de referências visuais, considerando que as pesquisas e análises foram intencionalmente distanciadas do material original. Essa abordagem teve como objetivo conferir às capas uma identidade renovada, distinta das versões já existentes.

Figura 25. Painel de referências



Resultados

No resultado final, as capas apresentaram um conceito futurista, que apresenta a imersão, a fuga para outra realidade por meio de um “vício”.

Optou-se pela utilização da figura feminina com um capacete como recurso simbólico para reforçar a ideia de imersão. Da mesma forma, a imagem da mulher posicionada no verso da capa de vinil, utilizando fones futuristas, contribui para essa narrativa. Os demais elementos visuais empregados funcionam como âncoras conceituais, sustentando a proposta estética voltada ao futurismo e à tecnologia.

A paleta de cores é simples e composta apenas por duas cores foram selecionadas com o intuito de reforçar os aspectos conceituais da proposta, representando a estética do futurismo e da imersão sensorial. O preto, enquanto cor de fundo e elemento dominante, representa a profundidade, o desconhecido e o mistério, mostrando uma atmosfera densa e enigmática. Por outro lado, o rosa neon introduz um forte contraste visual e simbólico. Ela faz alusão à sedução do vício, além de evocar sensações de energia, atribuindo uma cor geralmente ligada à suavidade, um contexto mais agressivo e forte.

Figura 26. Paleta de cores



Para a composição tipográfica, optou-se por uma fonte que traduzisse visualmente a intensidade e o peso conceitual da proposta. Suas características marcadas por traços espessos e formas robustas remetem à ideia de imposição, sugerindo que o 'vício' é algo dominante e incontrolável. Paralelamente, o desenho geométrico e angular da tipografia reforça o aspecto tecnológico, alinhando-se à estética futurista que orienta a identidade visual do projeto.

Figura 27. Fonte Dark Future

Dark Future

Fonte: Dark Future Font | dafont.com. Disponível em: <<https://www.dafont.com/dark-future.font>>. Acesso em: 6 jul. 2025.

Figura 28.Capa finalizada



Aplicações

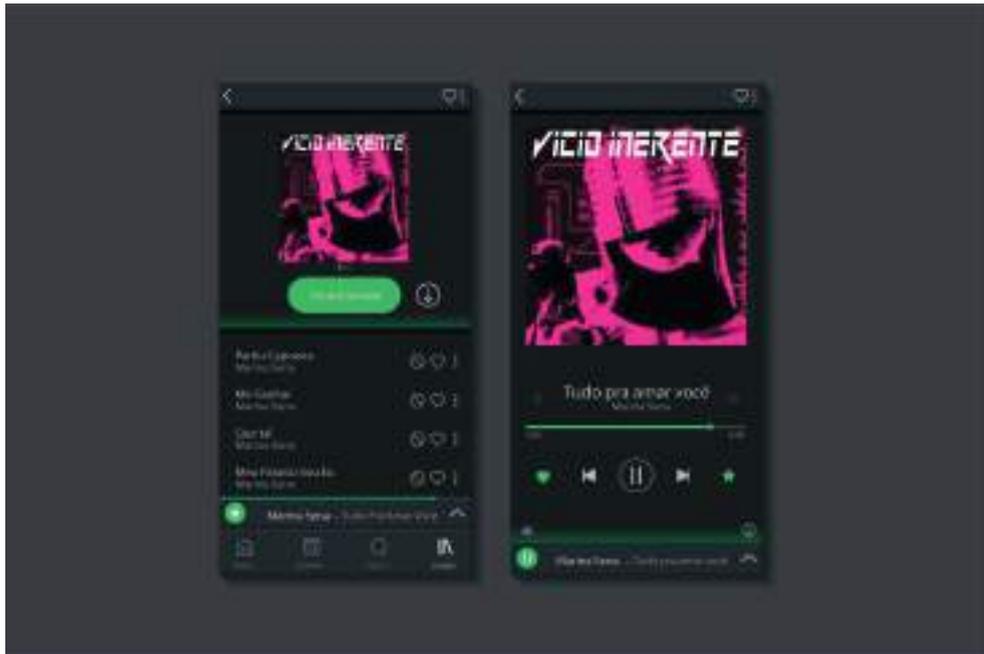
Figura 29. Mockup: Capa de vinyl



Figura 30. Mockup: Capa de CD



Figura 31. Mockup: Spotify



3.5. Espaço Terapêutico Daíse Gomes - Redesign

Categoria: Redesign

Ano: 2025

Cliente: Espaço Terapêutico
Daíse Gomes

Temática: Assinatura Visual

Equipe: Individual

Método: Maria Luísa Péon
(2009)

Problematização

Neste projeto, o designer foi solicitado para realizar o redesign da identidade visual de um espaço terapêutico atuante na área da psicologia. A demanda partiu da insatisfação do cliente com a logomarca anterior, que apresentava carência de identidade própria e ausência de um toque de elegância.

Figura 32. Assinatura Visual Espaço Terapêutico Daise Gomes



Metodologia

Aqui novamente foi utilizado a metodologia da Maria Luísa Péon (2009), descrita no livro "Sistemas de Identidade Visual" aplicada de maneira adaptada em algumas de suas etapas para adequá-la de forma mais objetiva ao desenvolvimento e conclusão do projeto. A Partir disso, o projeto foi realizado seguindo as etapas de problematização, concepção e especificação.

Na etapa de problematização, foram realizadas coletas de dados por meio de reuniões com o cliente e visitas presenciais ao local, com o objetivo de compreender mais profundamente o negócio, seu funcionamento e a visão do proprietário. Esse processo buscou captar a essência do espaço terapêutico e sua forma de existir, a fim de orientar as decisões de design de maneira coerente com sua identidade e propósito.

Sobre o logotipo em si, entre as principais queixas, destacou-se a escolha inadequada das tipografias, que compromete a harmonia visual da marca. Dessa forma, optou-se por manter o símbolo original da logo, concentrando os esforços no redesenho tipográfico, com o objetivo de alinhar a composição à proposta estética desejada pelo cliente e solucionar os problemas identificados. O cliente destacou também a importância do logotipo expressar elegância, sem deixar de transmitir empatia, acolhimento e acessibilidade, além de remeter ser um espaço que atende todas as idades, de todos os sexos.

Diante das informações coletadas, foi criada uma tabela com os principais dados do briefing em relação às características da marca bem como sua relação com o público alvo

Figura 33. Briefing desenvolvido, Lima, 2023

Briefing Público-Alvo

Faixa etária	todas as idades
Classe social	média, média baixa
Gênero	ambos

Briefing Características da Marca

Características principais	Elegante, acessível, acolhedora
Cores	Cores do símbolo principal, tons de azul e roxo
Atributos visuais	Moderna, elegante, minimalista, clean

Para a análise de similares referentes a conceituação, foram selecionados logotipos pertencentes ao setor da saúde que compartilham valores alinhados aos objetivos deste projeto.

Figura 34. Quadro de referências



Resultados

Figura 35. Redesign da logo Espaço Terapêutico Daise Gomes



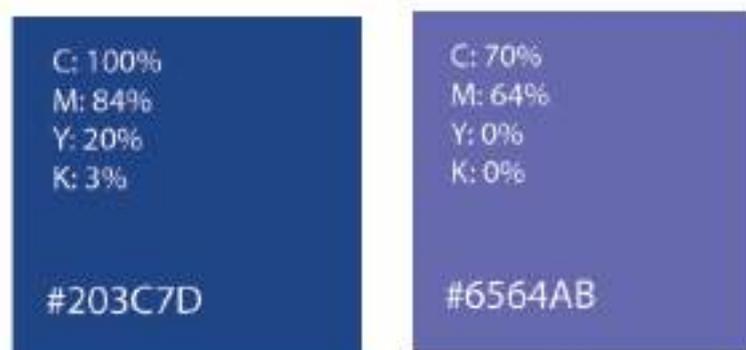
Figura 36.Comparativo entre logo antiga x logo nova



A Partir das análises das etapas anteriores, o redesign foi realizado seguindo os dados coletados e adquiridos por meio do briefing.

A pedido do cliente, a paleta de cores seguiu os tons de roxo do símbolo principal, O tom de roxo mais escuro utilizado no nome principal remete à sabedoria e à introspecção, reforçando atributos como o conhecimento interior e a espiritualidade.

Figura 36.Painel de Cores



A escolha da Costaline se justifica, portanto, por sua capacidade de equilibrar sobriedade e empatia, traduzindo graficamente a proposta do espaço: um ambiente seguro, acessível e esteticamente acolhedor, que valoriza tanto a escuta quanto a elegância na apresentação de seus serviços.

Figura 37.Fonte Costaline

Costaline

Fonte: Costaline Complete Family Font | Webfont & Desktop | MyFonts. Disponível em: <<https://www.myfonts.com/products/costaline-complete-family-package-972356>>. Acesso em: 6 jul. 2025.

A fonte Galano Grotesque foi escolhida para o subtítulo por sua legibilidade, neutralidade sofisticada e visual contemporâneo. Sua estética limpa e bem estruturada garante um contraste equilibrado com fontes mais expressivas no título, reforçando a clareza e a hierarquia da informação

Figura 38.Fonte Galano Grotesque

Galano Grotesque

Font Family

Fonte: GIANNA. Galano Grotesque Font - Dafont Free Font. Disponível em: <<https://dafont.style/download/galano-grotesque-font.html>>. Acesso em: 6 jul. 2025.

Aplicações

Figura 39. Mockup: Caneca



Figura 40. Mockup: Caderno



3.6. Espaço Terapêutico Daise Gomes - Social Midia

Categoria: Social Midia

Ano: 2025

Cliente: Espaço Terapêutico
Daise Gomes

Temática: Espaço
Terapêutico

Equipe: Individual

Método:Conrado Adolpho Vaz
(2011)

Problematização

O cliente entrou em contato solicitando a criação de peças para divulgação no Instagram de seu novo empreendimento, o Espaço Terapêutico Daíse Gomes, voltado para a saúde mental e bem-estar. As demandas apresentadas deveriam seguir fielmente a identidade visual da marca, respeitando a paleta de cores, a tipografia e os elementos previamente definidos na concepção dos layouts.

Figura 41.Assinatura visual Espaço Terapêutico Daise Gomes

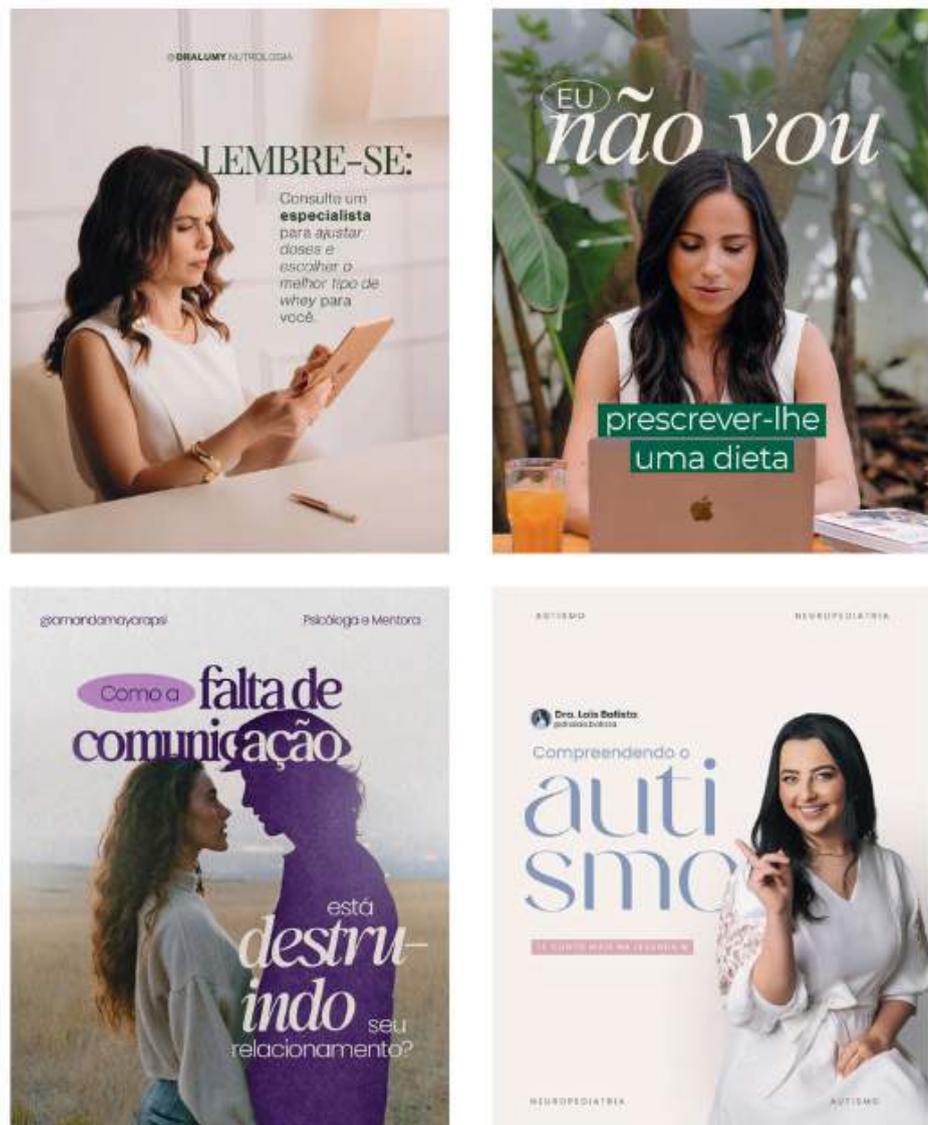


Metodologia

A elaboração da composição visual fundamentou-se em uma adaptação da metodologia dos 8Ps do marketing, cujas etapas foram reorganizadas conforme as exigências específicas do processo criativo, visando atender de forma estratégica às demandas do projeto.

Para a etapa de pesquisa e planejamento, começamos com reuniões com o cliente e visitas presenciais ao local, com o objetivo de compreender a essência do espaço, que preza pelo acolhimento e pela acessibilidade, sem abrir mão da elegância. A partir disso, realizou-se uma análise aprofundada da marca, considerando seu posicionamento, linguagem e forma de expressão desejada, com o intuito de estabelecer um direcionamento criativo sólido para o desenvolvimento das peças gráficas.

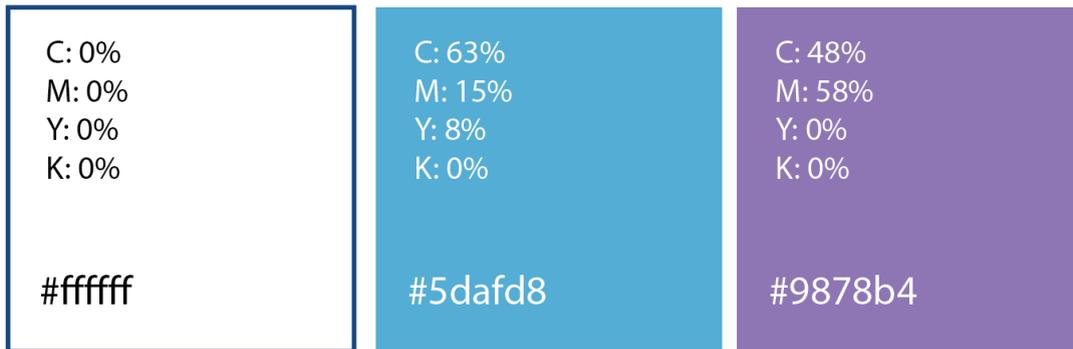
Figura 42. Paineis de referências



Resultados

Para as cores predominantes do feed, foi escolhida uma versão suavizada da paleta cromática presente no símbolo original da marca, com o objetivo de assegurar harmonia visual entre os tons e o fundo das imagens utilizadas. Os tons de roxo foram utilizados por sua associação à sabedoria espiritual e à introspecção, enquanto os tons de azul foram empregados por remeterem à confiança, serenidade e estabilidade.

Figura 43. Painel de Cores



Para a tipografia, foi selecionada a fonte Playfair Display, projetada por Claus Eggert Sørensen e publicada em 2011. Sua escolha fundamenta-se em características formais que conferem elegância e sofisticação ao conjunto visual, como o alto contraste entre traços, a delicadeza nas curvas e a suavidade em sua composição tipográfica que traduzem bem a linguagem que a marca quer transmitir (LUPTON, 2020).

Figura 44. Fonte Playfair Display

Playfair Display

Fonte: Playfair Display in use. Disponível em: <<https://fontsinuse.com/typefaces/7709/playfair-display>>.

A escolha da Galano Grotesque para textos corridos visa transmitir confiabilidade, clareza e sofisticação. Sua aparência neutra, porém amigável, reforçando uma identidade visual que é ao mesmo tempo profissional e acolhedora (LUPTON, 2020).

Figura 45. Fonte Galano Grotesque

Galano Grotesque Font Family

Fonte: GIANNA. Galano Grotesque Font - Dafont Free Font. Disponível em: <<https://dafont.style/download/galano-grotesque-font.html>>. Acesso em: 6 jul. 2025.

Figura 46. Foto Grid



No que diz respeito ao grid, nas peças com dimensão de 1080px por 1350px, foi aplicado um grid modular compatível com o formato do Instagram, garantindo uma composição eficiente tanto na visualização completa da publicação quanto na exibição em miniatura no feed, no formato 1080px por 1080px. A adoção do grid possibilitou uma organização precisa dos elementos gráficos e das guias, promovendo equilíbrio visual e estética harmônica (LUPTON, 2008).

Aplicações

Figura 47. Mockup Daise Gomes Instagram



3.7. Clinor - Social Midia

Categoria: Social Midia

Ano: 2025

Cliente: Clinor

Temática: Clinica Ortopedica

Equipe: Individual

Método: Conrado Adolpho Vaz (2011)

Problematização

A Clinor é uma clínica especializada em ortopedia, traumatologia e reabilitação, que entrou em contato por meio da Agência Miranda Comunicações, solicitando a criação de peças gráficas para compor o feed institucional. As artes deveriam ter caráter informativo e narrativo, promovendo os serviços da clínica por meio de storytelling, além de respeitar a identidade visual previamente estabelecida, com o objetivo de aprimorá-la e fortalecer sua comunicação visual.

Figura 46. Assinatura visual Clinor



Metodologia

De maneira semelhante ao projeto anterior, adotou-se a metodologia dos '8Ps do Marketing Digital', proposta por Conrado Adolpho Vaz (2011), como estrutura orientadora para o desenvolvimento das estratégias. Essa metodologia foi estrategicamente adaptada às especificidades da demanda, permitindo um alinhamento mais preciso com os objetivos do projeto

No que contemplava a etapa de pesquisa e planejamento, iniciamos a partir das observações do cliente acerca do antigo layout do Instagram da instituição. Após a coleta dos pontos de insatisfação e sugestões de melhoria, procedeu-se à análise do feed anterior da clínica, avaliando a identidade visual para identificar quais elementos poderiam ser preservados e quais deveriam ser descartados.

Figura 47. Painel de referências

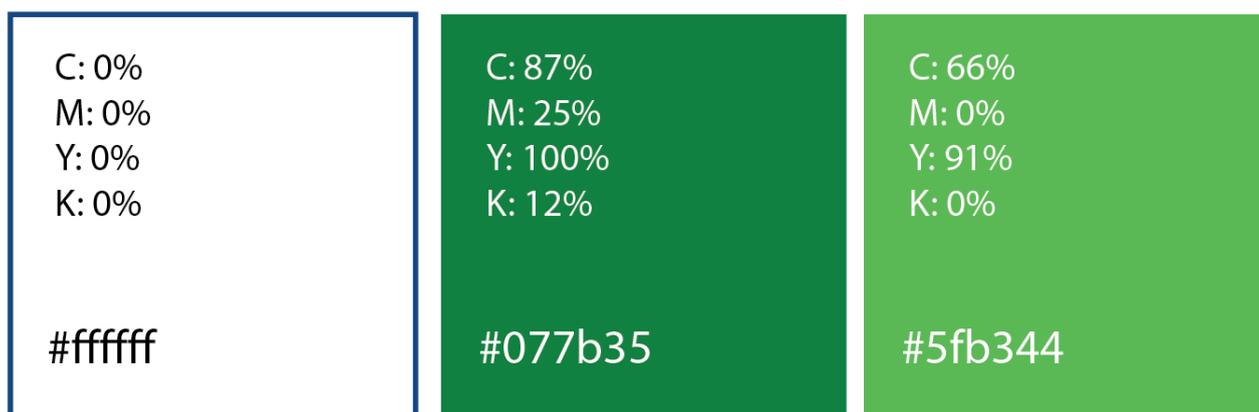


Como quadro de referência, utilizou-se o próprio layout anterior do perfil do cliente no Instagram. Foi realizada uma análise dos padrões visuais e da linguagem adotada, com o objetivo de identificar quais elementos poderiam ser mantidos e quais deveriam ser descartados para alinhar a nova proposta estética.

Resultados

Para a paleta de cores, optou-se por preservar as tonalidades originais do feed anterior. Dessa forma, trabalhou-se principalmente os tons de verde em combinação com o branco, cores que remetem à sensação de equilíbrio, tranquilidade e saúde, reforçando a identidade e os valores da instituição.

Figura 48. Paleta de cores



A tipografia selecionada para o projeto foi a Costaline, escolhida por suas formas elegantes e traços suaves, que conferem sofisticação e acolhimento à composição visual. Trata-se de uma fonte serifada contemporânea que equilibra bem o clássico e o moderno, transmitindo empatia, delicadeza e profissionalismo. Suas características formais a tornam especialmente eficaz em títulos e destaques, garantindo impacto visual sem comprometer a legibilidade.

Figura 49. Fonte Poppins

Poppins Regular

Fonte: Poppins Fonte. Disponível em: <<https://pt.ffonts.net/Poppins.font.download>>. Acesso em: 6 ago. 2025.

Para os textos corridos, optou-se pela Galano Grotesque, devido à sua excelente legibilidade e estrutura limpa, que favorecem a leitura prolongada e proporcionam conforto visual.

Figura 50. Fonte Galano Grotesque

Galano Grotesque Font Family

Fonte: GIANNA. Galano Grotesque Font - Dafont Free Font. Disponível em:
<<https://dafont.style/download/galano-grotesque-font.html>>. Acesso em: 6 jul. 2025.

O grid adotado foi selecionado considerando a dinâmica de visualização do Instagram. Utilizou-se um grid modular que abrange as artes no formato de 1080px por 1350px, contemplando tanto o tamanho real quanto a visualização em miniatura no feed. Esse grid modular permitiu a organização precisa dos elementos gráficos, garantindo harmonia visual entre as figuras e demais componentes da arte.

Figura 51. Foto Grid



Aplicações

Figura 52. Mockup Clinor Instagram



3.8. Mundo das Tintas – Proposta Visual para Outdoor

Categoria: Publicidade e Propaganda

Ano: 2025

Cliente: Mundo das Tintas

Temática: Loja de tinta

Equipe: Individual

Método: Design Thinking

Problematização

Mundo das Tintas é uma empresa especializada em tintas para paredes que entrou em contato com a agência Miranda Comunicações para solicitar o desenvolvimento de uma peça publicitária a ser aplicada em outdoor, com o objetivo de divulgar os 45 anos da marca.

Figura 53. Assinatura visual Mundo das Tintas



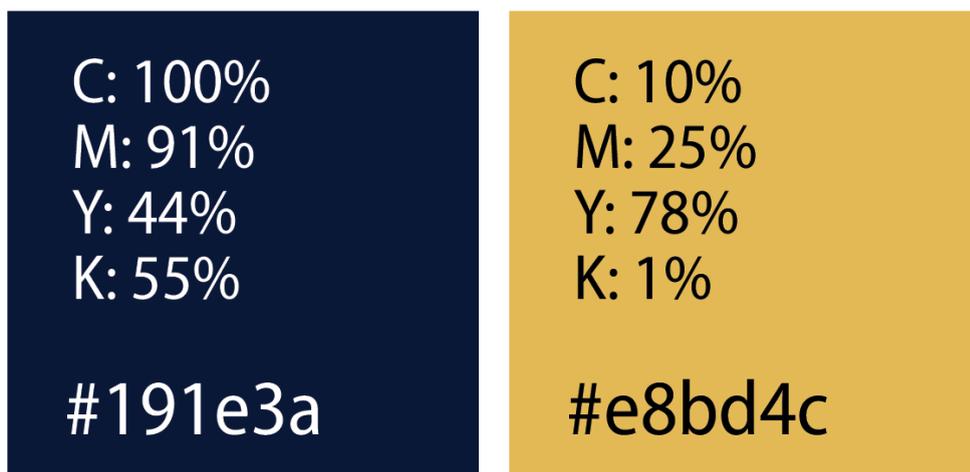
Metodologia

Para esse projeto, foi adotada a metodologia do Design Thinking, estruturada em três etapas: Ouvir, Criar e Implementar. Na fase inicial, as informações foram coletadas por meio de reunião com o cliente, que destacou a importância de uma comunicação objetiva e clara, considerando que o público-alvo teria pouco tempo de exposição ao outdoor.

Resultados

Na etapa de criação, foi adotada uma paleta de cores vibrantes com o objetivo de garantir alto impacto visual. Considerando que a logomarca original apresenta uma tipografia branca sobre um fundo escuro, acompanhada de um globo multicolorido, realizou-se então um breve estudo da identidade visual existente para definir as cores complementares mais adequadas. Essa análise permitiu a escolha de tonalidades que, além de respeitarem a identidade da marca, contribuíram para uma composição visualmente atrativa e coerente.

Figura 54. Paleta de cores



A fonte Coolvetica foi utilizada conforme solicitação do cliente, com o intuito de reforçar a identidade da marca.

Figura 55. Fonte Coolvetica

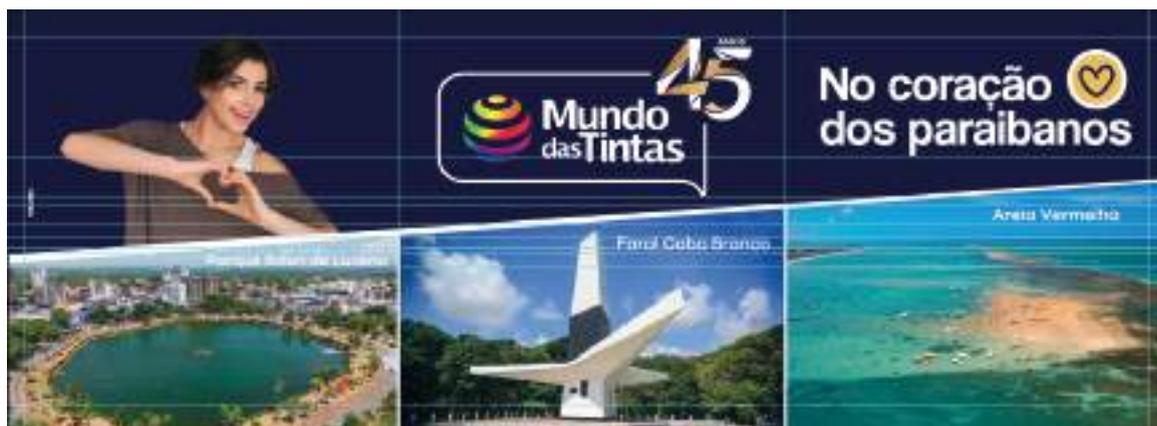
Coolvetica

Fonte: Coolvetica. Disponível em: <<https://www.fontmirror.com/coolvetica>>. Acesso em: 7 jul. 2025.

O slogan comemorativo "No coração dos paraibanos" foi criado para gerar uma conexão afetiva com o público local, sendo acompanhado por imagens de pontos turísticos da Paraíba, valorizando o contexto regional. Também foi incorporado o selo de 45 anos da empresa, reforçando o valor simbólico da data.

Para esta peça foi adotado um grid modular, que garantiu organização, equilíbrio e clareza visual. A divisão superior acomoda logotipo, selo comemorativo e slogan com alinhamento preciso, reforçando a identidade da marca. Na parte inferior, três colunas proporcionam equilíbrio entre as imagens dos pontos turísticos, com legendas bem posicionadas. A presença da modelo respeita a malha, mantendo harmonia com os demais elementos.

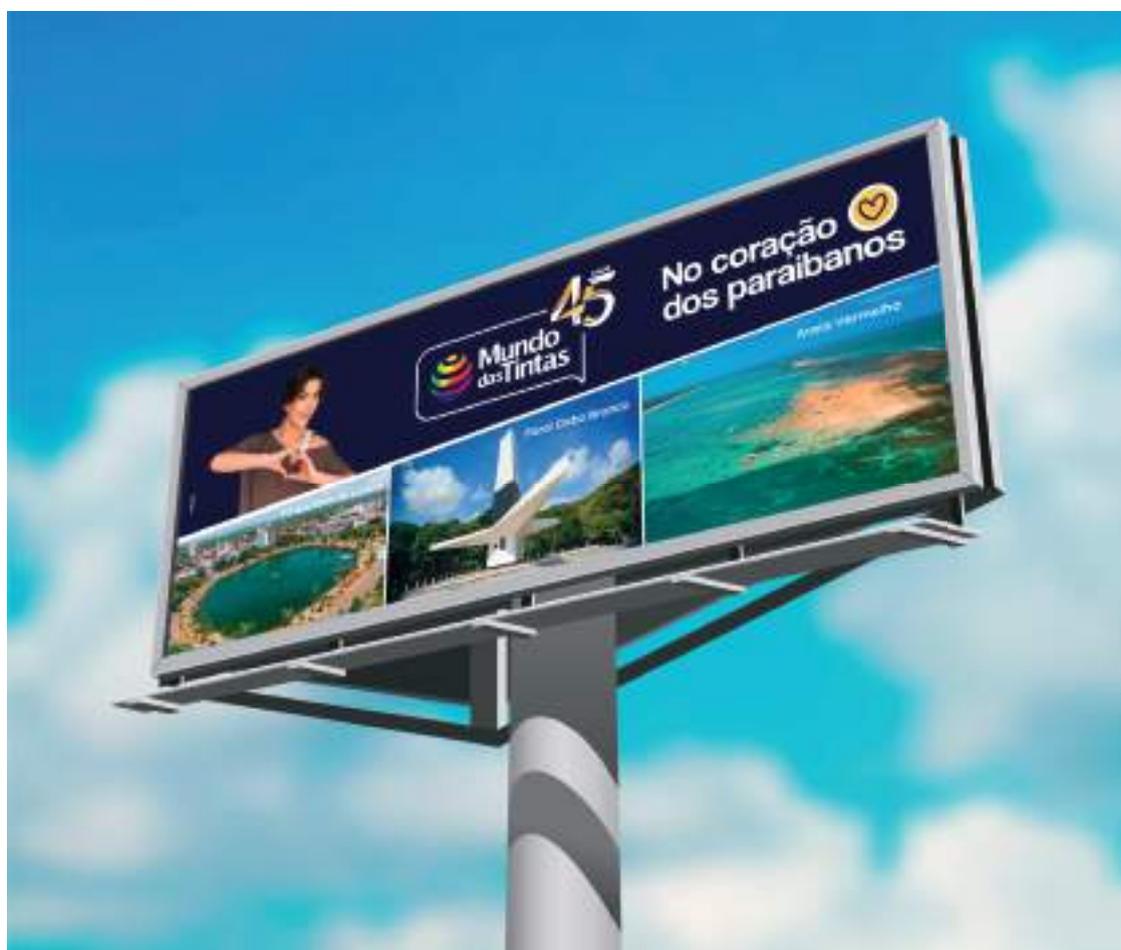
Figura 56.Foto grid



Aplicações

A peça final foi aplicada em um outdoor de 9,37m x 3,45m, sendo desenvolvida com as dimensões de 93,7 x 34,5 cm, numa escala de 1:10 e resolução 300DPI, garantindo escalabilidade sem perda de qualidade.

Figura 57. Mockup Mundo das Tintas



3.9. Espaço Terapêutico - Publicidade

Categoria: Editorial

Ano: 2025

Cliente: Espaço Terapêutico
Daise Gomes

Temática: Espaço
Terapêutico

Equipe: Individual

Método: Elmo Lewis (1898)

Problematização

Atendendo à solicitação do cliente, realizou-se a produção de um panfleto informativo para o espaço terapêutico Daise Gomes, com objetivo de divulgar os serviços oferecidos do espaço terapêutico que abriu recentemente. A arte visava equilibrar informações objetivas e empáticas, apresentando o máximo do conteúdo respeitando a identidade visual da marca e hierarquia sob as informações.

Figura 58. Assinatura visual Espaço Terapêutico Daise Gomes



Metodologia

Considerando que o principal objetivo do folheto é captar a atenção do público, foram aplicados os conceitos de Atenção, Interesse, Desejo e Ação, da metodologia AIDA, de Elmo Lewis (1898), para desenvolver uma arte que comunique sua mensagem de forma clara, atraente e impactante para o leitor.

Para **Atenção**, foram trabalhos contrastes grandes, usando o roxo e o branco a fim de criar um visual contrastante, juntamente com letras grandes e em negrito que evidenciam o destaque das informações.

Para o quesito **Interesse**, foi utilizado um slogan chamativo, a frase “seu bem-estar merece um profissional de psicologia capacitado, para prender a atenção do cliente e gerar interesse.

Em função do **Desejo**, utilizamos ilustrações para mostrar atributos do serviço ofertado, juntamente com pequenas frases que reforçam estes atributos, além da utilização de linguagem persuasiva.

Finalmente, para a **Ação**, colocamos as redes sociais no rodapé do panfleto, juntamente com um QR code destacado, a fim de induzir o consumidor a ir atrás e procurar mais sobre o serviço ofertado.

No desenvolvimento do quadro de referências, procedeu-se à análise da composição de diversas peças gráficas, com ênfase na distribuição das informações e na interação dos elementos estéticos, visando estabelecer um direcionamento artístico fundamentado para o desenvolvimento do projeto.

Figura 59. Quadro de referências

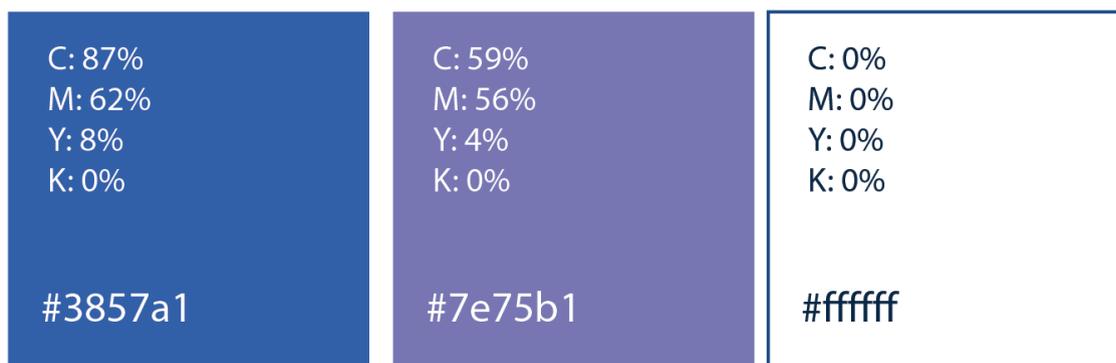


Resultados

No resultado final, a peça gráfica ficou chamativa e persuasiva, permitindo a clara comunicação e divulgação dos serviços, respeitando a identidade visual da marca.

Mantiveram-se as diretrizes cromáticas originais da marca, explorando principalmente os tons de branco e roxo para compor um visual contrastante e de alto impacto.

Figura 60. Paleta de cores



As fontes adotadas seguiram o padrão presente no material original da marca, destacando-se a utilização da família tipográfica Galano Grotesque, que assegura uma leitura fluida e limpa. Foram empregadas, ainda, suas variações bold e medium para conferir dinamismo ao texto e estabelecer uma hierarquia visual eficaz.

Figura 61. Fonte Galano Grotesque

Galano Grotesque Font Family

Fonte: GIANNA. Galano Grotesque Font - Dafont Free Font. Disponível em: <<https://dafont.style/download/galano-grotesque-font.html>>. Acesso em: 6 jul. 2025.

Além disso, também foi utilizada, em menor proporção, a fonte Playfair Display, com o objetivo de destacar a frase "Agende seu horário", na variação bold, e chamar a atenção do leitor para essa informação.

Figura 62. Fonte Playfair Display Bold

Playfair Display Bold

Fonte: Playfair Display Bold Schriftart. Disponível em: <<https://de.ffonts.net/Playfair-Display-Bold.font>>. Acesso em: 7 jul. 2025.

Para a estruturação visual do panfleto, adotou-se um grid de colunas, proporcionando equilíbrio entre os elementos, separando claramente as informações principais, como o nome do serviço, os ícones, o QR code e os dados de contato, favorecendo a hierarquia das informações.

Figura 63. Foto grid



Aplicações

A peça final foi impressa no formato A4, com resolução de 300 dpi, assegurando boa qualidade de impressão mesmo diante de possíveis ajustes de tamanho.

Figura 64. Mockup Panfleto Daise Gomes



3.10. SleepHouse - Adesivo de Fachada

Categoria: Editorial

Ano: 2025

Cliente: Sleephouse

Temática: Loja de Colchões

Equipe: Individual

Método: Design Thinking

Problematização

A SleepHouse é uma rede multimarca de alcance internacional, especializada na comercialização de colchões. Por meio da Agência Miranda Comunicações, o cliente solicitou o desenvolvimento de um adesivo para a fachada, com o objetivo de divulgar uma nova coleção de produtos. Por se tratar de uma peça aplicada em área externa, foi necessário adotar um design direto e estrategicamente pensado para atrair a atenção do público de forma rápida e eficaz.

Figura 65. Assinatura visual SleepHouse



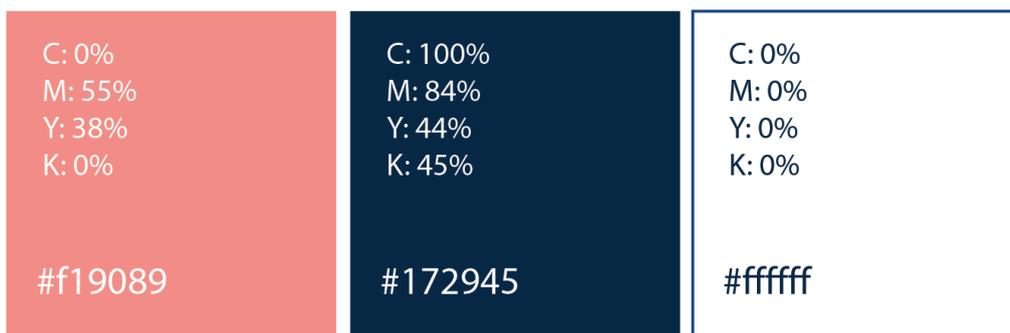
Metodologia

Inspirando-se em abordagens anteriores, este projeto foi conduzido com base na metodologia do Design Thinking, dividida em três fases principais: escuta, concepção e execução (AMBROSE; HARRIS, 2010). O processo teve início com a obtenção de informações durante uma reunião com o contratante, na qual foi ressaltada a necessidade de uma linguagem visual direta e de rápida assimilação, sem fugir da identidade visual da coleção, considerando o curto tempo de visualização que o público teria ao se deparar com o adesivo

Resultados

Na etapa de finalização do projeto, definiu-se a permanência da paleta cromática previamente adotada na coleção, composta por tonalidades que remetem à bandeira dos Estados Unidos — país de origem dos colchões importados. A aplicação das cores seguiu um padrão de contraste moderado, priorizando a sobreposição de elementos em tons claros sobre fundos escuros, a fim de garantir legibilidade e impacto visual.

Figura 66. Paleta de cores



A tipografia escolhida para o título principal, a Adelia, assim como as fontes utilizadas nos selos, foram fornecidas diretamente pelo cliente, visando reforçar a identidade visual da coleção e assegurar a coerência com as demais peças promocionais já existentes.

Figura 67. Fonte Adelia



Fonte: Adelia | dafont.com. Disponível em: <<https://www.dafont.com/pt/adelia-3.font>>. Acesso em: 7 jul. 2025.

Para a construção desta peça, foi implementado um grid modular que possibilitou o posicionamento estratégico das guias, mantendo o foco principal no produto - a cama - e hierarquizando as demais informações, contribuindo para uma organização eficiente e coerente dos elementos visuais na composição.

Figura 68. Foto Grid



Aplicações

A peça final foi impressa em formato de adesivo, apresentando dimensões reais de 2,10 x 1,50 metros e reduzida para 21 x 15 centímetros, respeitando a escala 1:10. A resolução adotada de 300 DPI foi utilizada a fim de garantir a fidelidade e a qualidade visual da arte.

Figura 69. Mockup adesivo Sleephouse



4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente portfólio teve como objetivo apresentar os projetos desenvolvidos pela designer ao longo de sua trajetória acadêmica e profissional. Além dos trabalhos realizados em contextos educativos, o material também contempla produções elaboradas durante o período de estágio, evidenciando a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos.

Os resultados obtidos demonstram a evolução da designer enquanto profissional, tanto na criação de materiais e resolução de problemas, quanto na aplicação e estudo de metodologias específicas, com foco na obtenção de soluções eficazes diante das demandas apresentadas. O portfólio também se propõe como um exercício de reflexão crítica sobre a própria trajetória da autora, permitindo uma análise dos avanços alcançados, bem como a identificação de aspectos que ainda podem ser aprimorados.

A jornada percorrida ao longo deste trabalho evidencia um processo contínuo de crescimento e amadurecimento na área do design, apontando caminhos para a consolidação de uma identidade profissional e para a futura inserção no mercado de trabalho. Assim, este projeto representa não apenas a conclusão de uma etapa acadêmica, mas também um marco significativo na construção da carreira da designer.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

CHAKRABARTY, P. AIDA model Research. Disponível em:
<https://www.researchgate.net/publication/370028776_AIDA_model_Research>.

SILVA, Thiago. MARKETING DIGITAL: apresentação da metodologia dos 8P's para a captação de novos clientes. Paracatu: 2019.

LUPTON, E.; FARIAS, P. Pensar com tipos : guia para designers, escritores, editores e estudantes. [s.l.] Barcelona, Espanha Gg, Editorial Gustavo Gili, Sl ; Osasco, São Paulo, Brasil Editora G. Gili, Ltda, 2020.

HELLER, E. A Psicologia das cores. [s.l.] Editora Olhares, 2022.

LUPTON, E.; JENNIFER COLE PHILLIPS. Novos Fundamentos do design. [s.l.] São Paulo Cosac & Naify, 2008.

AMBROSE, G.; HARRIS, P. Design th!nking. Lausanne, La Vergne, TN: AVA Academia ; Distributed in the USA & Canada by Ingram Publisher Services,.

	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

Assunto:	TCC COM FICHA CATALOGRÁFICA
Assinado por:	Luana Lima
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Luana Camilly Lima de Oliveira, DISCENTE (202117010019) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO, em 25/08/2025 15:41:33.

Este documento foi armazenado no SUAP em 27/08/2025. 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: 1587066
Código de Autenticação: 1fd80a4530

