



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

PENSAR, CRIAR, SOLUCIONAR:
Portfólio de Design Gráfico

RAÍSSA GABRYELE BATISTA DE SOUZA

CABEDELO
2026

RAÍSSA GABRYELE BATISTA DE SOUZA

PENSAR, CRIAR, SOLUCIONAR:

Portfólio de Design Gráfico

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.

Orientadora: Prof^a Ms. Luciana Mendonça
Dinoá Pereira

CABEDELÓ

2026

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

S729p Souza, Raissa Gabryele Batista de.
Pensar, criar, solucionar: Portfólio de Design Gráfico / Raissa Gabryele
Batista de Souza – Cabedelo, 2026.
172 f.: il.

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

Orientadora: Profa. Ma. Luciana Mendonça Dinoá Pereira.

1. Portfólio 2. Design gráfico. 3. Identidade visual. I. Título.

CDU 741+003.65



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

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

Raissa Gabryele Batista de Souza

PENSAR, CRIAR, SOLUCIONAR: 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 01 de julho de 2026.

Membros da Banca Examinadora:

Prof. Me. Luciana Mendonca Dinoá Pereira

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Me. Elaine Feitosa da Silva

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Dra. Fabianne Azevedo dos Santos

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2026

Documento assinado eletronicamente por:

- **Luciana Mendonça Dinoa Pereira**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 01/07/2026 21:36:51.
- **Fabianne Azevedo dos Santos**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 02/07/2026 09:40:08.
- **Elaine Feitosa da Silva**, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO, em 02/07/2026 10:20:37.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 25/06/2026. 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 895985
Verificador: ac5b32f671
Código de Autenticação:



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

AGRADECIMENTOS

Antes de mais nada, gostaria expressar minha gratidão a todos que possibilitaram que eu chegasse até aqui, sendo esse projeto não apenas um marco final, mas a representação de uma jornada que não poderia ser realizada sem o apoio de tantas pessoas tão importantes na minha vida.

Agradeço aos meus pais, que desde pequena cuidaram bem de mim e sempre me apoiaram e enfatizaram a importância dos estudos na minha vida. Obrigada por sempre acreditarem em mim, o que fez com que fosse possível que eu estivesse aqui hoje concluindo mais uma etapa da minha jornada acadêmica.

Sou grata a todos os meus amigos, tanto os mais antigos, quanto aos que conheci durante o curso, caminhando junto comigo em jornadas semelhantes. Agradeço por me apoiarem e me acolherem sempre, a presença de cada um foi essencial para inspirarmos uns aos outros, guardarei para sempre as lembranças dos momentos passados durante esse período.

Agradeço ao meu companheiro, Geraldo, por ser meu porto seguro e por, desde o início, sempre me auxiliar e incentivar a atingir meus objetivos. Obrigada pelo seu carinho e por tornar os momentos de estresse em algo leve ao estar sempre ao meu lado.

Gostaria de agradecer a todos os professores no qual fui aluna, em especial à minha orientadora, Luciana Dinoá, por sua paciência e conhecimento essencial para a conclusão deste trabalho. Sem a contribuição e o trabalho dedicado de vocês, eu não chegaria onde estou hoje.

Ao fim, agradeço a todos aqueles que contribuíram, de maneira direta ou indireta, na conclusão desta minha caminhada. Muito obrigada a todos!

RESUMO

Este portfólio é parte da etapa de conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba (IFPB), e busca evidenciar os conhecimentos e habilidades adquiridas pela aluna Raíssa Gabryele Batista de Souza no decorrer do curso, contendo um total de dez projetos acadêmicos e profissionais de diferentes áreas do Design, como identidade visual, ilustração, design editorial e fotografia. Nos projetos, são explorados os processos de desenvolvimento e analisados os métodos utilizados. Foram aplicadas as metodologias de Alina Wheeler (2019), Maria Luiza Péon (2009) e Design Thinking (2009) para projetos de identidades visuais; Bruno Munari (2002) e *Double Diamond* (Design Council, 2004), para projetos de ilustrações e de design editorial; e *Weekend Creative* (Alves, 2022), para fotografia. Assim, a análise sobre o desenvolvimento dos projetos e a aplicação dessas metodologias procuram traduzir a evolução das competências e o olhar criativo da designer, transformando o portfólio em uma ferramenta essencial para sua inserção no mercado de trabalho.

Palavras-chave: Portfólio; Design gráfico; Identidade visual; Ilustração; Design editorial.

ABSTRACT

This portfolio is part of the final requirements for the Higher Education Degree in Graphic Design Technology at the Federal Institute of Paraíba (IFPB). It aims to demonstrate the knowledge and skills acquired by student Raíssa Gabryele Batista de Souza throughout the program, featuring a total of ten academic and professional projects in areas such as visual identity, illustration, editorial design, and photography. The projects explore their development processes and analyze the methods applied during their creation. The methodologies of Alina Wheeler (2019), Maria Luiza Peón (2009), and Design Thinking (2009) were employed in visual identity projects; Bruno Munari (2002) and the Double Diamond framework (Design Council, 2004) were applied to illustration and editorial design projects; and Weekend Creative (Alves, 2022) was used for photography projects. Through the analysis of project development and the application of these methodologies, this portfolio seeks to reflect the evolution of the designer's skills and creative perspective, transforming it into an essential tool for her professional entry into the job market.

Keywords: *Portfolio; Graphic design; Visual identity; Illustration; Editorial design.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Etapas da metodologia de Maria Luísa Peón (2009).....	17
Figura 2: Etapas da metodologia de Bruno Munari (2002).....	19
Figura 3: Etapas da metodologia de Design Thinking (Brown, 2009).....	20
Figura 4: Etapas da metodologia de Alina Wheeler (2019).....	21
Figura 5: Etapas da metodologia Weekend Creative (Alves, 2022).....	23
Figura 6: Etapas da metodologia Double Diamond (Design Council, 2004).....	24
Figura 7: Campanha “Preto Luz: Minha Beleza Brilha”.....	26
Figura 8: Etapas Design Thinking (Brown, 2009).....	27
Figura 9: Painel de referência estética.....	28
Figura 10: Painel de referências gráficas.....	29
Figura 11: Painel de público-alvo.....	30
Figura 12: Painel de persona.....	31
Figura 13: Rascunhos.....	32
Figura 14: Rascunho logo.....	32
Figura 15: Rascunhos da tipografia.....	33
Figura 16: Teste em logotipo.....	33
Figura 17: Teste de ilustração.....	33
Figura 18: Processo de ilustração.....	33
Figura 19: Paleta de cores.....	34
Figura 20: Tipografias.....	34
Figura 21: Versões do logotipo.....	35
Figura 22: Ícones.....	36
Figura 23: Aplicação da padronagem.....	36
Figura 24: Mockups de aplicação da marca.....	37
Figura 25: Mockup dos cartazes.....	38
Figura 26: Capa do Manual de Identidade Visual.....	39
Figura 27: Sumário do Manual de Identidade Visual.....	39
Figura 28: Instruções de redução.....	40
Figura 29: Livro “O Pequeno Príncipe”.....	41
Figura 30: Etapas adaptadas da metodologia de Munari (2002).....	42
Figura 31: Painel de referências visuais.....	43
Figura 32: Rascunhos iniciais.....	44
Figura 33: Rascunhos do processo de mudança.....	44
Figura 34: Rascunhos com design definitivo.....	44
Figura 35: Tipografia Carena.....	45
Figura 37: Rascunho da capa.....	46
Figura 38: Tipografia Minion Variable Concept.....	47
Figura 39: Rascunho de página dupla.....	47
Figura 40: Rascunho de página com texto e ilustração.....	48

Figura 41: Ilustração das capas.....	49
Figura 42: Mockup das capas.....	49
Figura 43: Mockup dos versos.....	50
Figura 44: Folha de rosto.....	50
Figura 45: Ilustração N° 1, página 9.....	51
Figura 46: Ilustração N° 2, página 11.....	51
Figura 47: Mockup páginas 11-12.....	52
Figura 48: Ilustração N° 3, página 13.....	52
Figura 49: Ilustração N° 4, página 16.....	53
Figura 50: Ilustração N° 5, página 17.....	53
Figura 51: Ilustração N° 6, páginas 19-20.....	53
Figura 52: Ilustração N° 7, página 21.....	54
Figura 53: Ilustração N° 8, página 22.....	54
Figura 54: Mockup páginas 21-22.....	54
Figura 55: Ilustração N° 8, páginas 27-28.....	55
Figura 56: Foto principal do projeto fotográfico do chocolate Hershey's Espresso.....	56
Figura 57: Etapas da metodologia Weekend Creative (Alves, 2022).....	57
Figura 58: Barra de chocolate Hershey's Coffee Creations Espresso.....	57
Figura 59: Persona Pâmela.....	58
Figura 60: Persona Helena.....	59
Figura 61: Brainstorming do produto.....	60
Figura 62: Moodboard geral.....	61
Figura 63: Shootplan.....	61
Figura 64: Planejamento em plano aéreo.....	62
Figura 65: Planejamento em plano contexto e aéreo.....	62
Figura 66: Resultado em plano aéreo.....	63
Figura 67: Resultado em plano aéreo.....	64
Figura 68: Resultado em plano contexto.....	64
Figura 69: Resultado em plano detalhe.....	65
Figura 70: Resultado em plano detalhe.....	65
Figura 71: Resultado em plano detalhe.....	66
Figura 72: Resultado em plano detalhe.....	66
Figura 73: Resultado em plano contexto.....	67
Figura 74: Resultado em plano detalhe.....	67
Figura 75: Resultado em plano contexto.....	67
Figura 76: Encarte do álbum "The Black Parade".....	69
Figura 77: Etapas adaptadas da metodologia de Munari (2002).....	70
Figura 78: Álbum "The Black Parade" original.....	70
Figura 79: Moodboard do projeto.....	71
Figura 80: Esboços iniciais.....	72
Figura 81: Esboços iniciais.....	72

Figura 82: Paleta de cores.....	73
Figura 83: Protótipos iniciais.....	74
Figura 84: Layout da contracapa.....	74
Figura 85: Layout da página do encarte.....	75
Figura 86: Famílias tipográficas utilizadas.....	76
Figura 87: Verso da contracapa.....	76
Figura 89: Bolacha.....	77
Figura 90: Capa The Black Parade.....	77
Figura 91: Contracapa The Black Parade.....	77
Figura 92: Página do encarte.....	78
Figura 93: Mockup da capa em CD.....	78
Figura 94: Mockup da contracapa em CD.....	79
Figura 95: Mockup dos versos, encarte e bolacha em CD.....	79
Figura 96: Mockup dos versos em CD.....	80
Figura 97: Mockup em vinil.....	80
Figura 98: Mockup do Spotify.....	81
Figura 99: Capa da Meio Pixel nº27.....	82
Figura 100: Etapas adaptadas da metodologia adaptada de Munari (2002).....	83
Figura 101: Exemplos de edições anteriores.....	83
Figura 102: Quadro de conceito geral definido na reunião.....	84
Figura 103: Tipografias definidas.....	85
Figura 104: Paleta de cores.....	85
Figura 105: Painel Semântico.....	86
Figura 106: Testes de logotipo.....	87
Figura 107: Rascunhos iniciais de capa.....	88
Figura 108: Teste em 3D.....	89
Figura 109: Rascunho de ilustração um.....	89
Figura 110: Rascunho de ilustração dois.....	89
Figura 111: Ilustração finalizada.....	90
Figura 112: Layouts iniciais.....	91
Figura 113: Testes de layout.....	92
Figura 114: Aplicação do logo em diferentes fundos.....	93
Figura 115: Capa finalizada.....	94
Figura 116: Mockup da capa e matéria.....	95
Figura 117: Mockup da capa.....	95
Figura 118: Livro “Carmilla”.....	97
Figura 119: Etapas adaptadas da metodologia de Munari (2002).....	98
Figura 120: Moodboard e referências - “Carmilla”.....	99
Figura 121: Paleta de cores.....	100
Figura 122: Rascunhos iniciais.....	100
Figura 123: Rascunhos da capa.....	101

Figura 124: Ilustração da capa.....	101
Figura 125: Tipografias utilizadas.....	102
Figura 126: Testes de tipografia.....	102
Figura 127: Capas finalizadas.....	103
Figura 128: Versos.....	104
Figura 129: Rascunhos de capítulos.....	105
Figura 130: Planificação para a capa comum com orelhas.....	105
Figura 131: Mockup em capa dura.....	106
Figura 132: Mockup dos versos.....	107
Figura 133: Mockup da folha de rosto.....	107
Figura 134: Mockup do sumário.....	108
Figura 135: Capítulo dois.....	109
Figura 136: Mockup do capítulo dois.....	109
Figura 137: Logo aplicada em fotografia.....	111
Figura 138: Etapas da metodologia de María Luisa Peón (2009).....	112
Figura 139: Logo antiga.....	112
Figura 140: Moodboard.....	113
Figura 141: Rascunhos iniciais.....	114
Figura 142: Paleta de cores da Prefeitura de Guarabira.....	115
Figura 143: Paleta de cores selecionada.....	115
Figura 144: Tipografias utilizadas para o logo.....	116
Figura 145: Logotipo principal finalizado.....	116
Figura 146: Rascunho inicial da personagem.....	117
Figura 147: Personagem finalizada.....	117
Figura 148: Tipografias secundárias.....	118
Figura 149: Paleta de cores.....	118
Figura 150: Exemplos de aplicação do logo.....	119
Figura 151: Exemplo de aplicação da personagem.....	120
Figura 152: Exemplo de aplicação da personagem em fundo colorido.....	120
Figura 153: Mockup de bloco de anotações.....	121
Figura 154: Mockup de avental.....	121
Figura 155: Mockup de crachás.....	122
Figura 156: Aplicação do logo em fotografia.....	123
Figura 157: Etapas adaptadas da metodologia de Wheeler (2019).....	124
Figura 158: Participantes da Festa das Debutantes 2025.....	124
Figura 159: Moodboard.....	125
Figura 160: Paleta de cores.....	126
Figura 161: Testes de tipografia.....	126
Figura 162: Versões com a tipografia Fleur.....	127
Figura 163: Testes de símbolo.....	127
Figura 164: Padronagem ilustrada.....	128

Figura 165: Logo completa.....	128
Figura 166: Símbolo.....	129
Figura 167: Tipografias utilizadas.....	129
Figura 168: Mockup de senha individual.....	130
Figura 169: Mockup de convite.....	131
Figura 170: Mockup de adesivos.....	131
Figura 171 Aplicação do logo em fotografia.....	133
Figura 172: Etapas da metodologia de Wheeler (2019).....	134
Figura 173: Fotografia da cidade de Guarabira.....	135
Figura 174: Benchmarking.....	136
Figura 175: Moodboard.....	137
Figura 176: Rascunhos iniciais.....	138
Figura 177: Paleta de cores.....	138
Figura 178: Tipografias utilizadas.....	139
Figura 179: Logotipos.....	139
Figura 180: Ilustrações do Cacto, Caju e Ramo.....	140
Figura 181: Ilustrações do Sol e Guarda-chuva.....	140
Figura 182: Ilustrações do Pavão e Frei Damião.....	141
Figura 183: Ilustrações do Banco de praça e Coroa.....	141
Figura 184: Padronagem finalizada.....	142
Figura 185: Novas versões do logotipo.....	143
Figura 186: Mockup de Ecobag.....	143
Figura 187: Mockup de Caneca.....	144
Figura 188: Mockup de Cadernetas.....	144
Figura 189: Mockup de outdoor.....	145
Figura 190: Aplicação em fotografia.....	145
Figura 191: Proposta de foto de perfil.....	146
Figura 192: Modelo de Post para carrossel.....	146
Figura 193: Publicação no Instagram da Prefeitura.....	147
Figura 194: Páginas das cartilhas.....	149
Figura 195: Etapas da metodologia do Design Council (2004).....	150
Figura 196: Moodboard para o público infantil.....	151
Figura 197: Moodboard para o público pré-adolescente.....	151
Figura 198: Benchmarking.....	152
Figura 199: Teste de contraste.....	153
Figura 200: Paleta de cores infantil.....	154
Figura 201: Paleta de cores juvenil.....	154
Figura 202: Tipografias utilizadas para o público infantil.....	155
Figura 203: Tipografias utilizadas para o público juvenil.....	155
Figura 204: Referências de ilustração para o público infantil.....	156
Figura 205: Referências de ilustração para o público pré-adolescente.....	156

Figura 206: Rascunho inicial da personagem infantil.....	157
Figura 207: Rascunho inicial da personagem pré-adolescente.....	157
Figura 208: Personagem Iara finalizada.....	158
Figura 209: Personagem Marina finalizada.....	158
Figura 210: Rascunhos de páginas.....	159
Figura 211: Rascunhos de páginas para público juvenil.....	159
Figura 212: Imagens da etapa de criação e testes de ilustração e layout.....	160
Figura 213: Visão geral da cartilha infantil.....	161
Figura 214: Visão geral da cartilha juvenil.....	162
Figura 215: Carrossel de posts para a cartilha juvenil.....	163
Figura 216: Carrossel de posts para a cartilha infantil.....	163

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
1.1. Objetivos.....	15
1.2. Justificativa.....	16
2. METODOLOGIA.....	17
2.1. Maria Luísa Peón (2009).....	17
2.2. Bruno Munari (2002).....	19
2.3. Design Thinking (Brown, 2009).....	20
2.4. Alina Wheeler (2019).....	21
2.5. Weekend Creative (Alves, 2022).....	22
2.6. Double Diamond (Design Council, 2004).....	24
3. PROJETOS.....	25
3.1. Campanha “Preto Luz” - Sistema de Identidade Visual.....	25
3.2. O Pequeno Príncipe - Projeto Editorial.....	40
3.3. Hershey’s Espresso - Fotografia de produto.....	55
3.4. Encarte do CD “The Black Parade” - Projeto Editorial.....	68
3.5. Capa da Meio Pixel ed. 27 - Projeto Editorial.....	81
3.6. Carmilla: A Vampira de Karnstein - Projeto Editorial.....	96
3.7. UPAE - Sistema de Identidade Visual.....	110
3.8. Festa das Debutantes 2025 - Sistema de Identidade Visual.....	122
3.9. 138 Anos de Guarabira - Sistema de Identidade Visual.....	132
3.10. Ilustrações para as cartilhas de Preservação do Patrimônio Marítimo Ambiental e Cultural do Brasil - Projeto Editorial Ilustrado.....	148
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	164
REFERÊNCIAS.....	165

1. INTRODUÇÃO

O design gráfico, segundo Villas-Boas (2007), é uma área de conhecimento e de atividade profissional que possui como principal objetivo a elaboração de projetos formados pela união de diferentes elementos e conceitos previamente pensados, com a finalidade de comunicar e, ainda, persuadir o observador a partir de uma dada mensagem. À vista disso, o caráter projetual do design gráfico abrange suas diferentes especialidades, como ilustração, design de embalagens, design editorial, entre outras. De acordo com Munari (2002), a complexidade das áreas do design demanda a aplicação de metodologias definidas, para que, assim, seja possível alcançar as soluções ideais para seus projetos.

Tendo em vista a ideia do design como um processo intrinsecamente metodológico, foi escolhido para este trabalho o modelo de portfólio, um dos formatos oferecidos pelo Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), que consiste em uma seleção de dez projetos comentados, evidenciando a evolução e as competências adquiridas pelo aluno no decorrer do curso.

Um portfólio, de acordo com Alvarenga e Araújo (2006), induz o indivíduo a um processo de auto-reflexão, dando-lhe oportunidade de ampliar seu aprendizado a partir da autoavaliação e base teórica. Dessa maneira, é possível atestar sua proficiência no Design Gráfico, evidenciando sua capacidade de adaptar e aplicar métodos projetuais nas diferentes áreas exploradas.

Além de sua função acadêmica, o desenvolvimento de um portfólio também cumpre um papel essencial na transição do estudante ao mercado de trabalho. Em uma área de caráter majoritariamente visual, o portfólio atua como a principal ferramenta de exposição de habilidades e projetos de destaque para a prospecção de potenciais clientes e a possibilidade de *network* com outros profissionais da área.

Para o desenvolvimento deste portfólio, foram selecionados projetos acadêmicos e profissionais que obtiveram melhores resultados em seus processos metodológicos e finais, abordando áreas como design editorial, ilustração, identidade visual e fotografia. Desta forma, este TCC busca atingir alguns objetivos específicos, como explorar os processos e métodos utilizados em cada um dos diferentes projetos escolhidos e, também, refletir sobre suas contribuições para a formação acadêmica e desenvolvimento profissional da designer. Para tal, o portfólio está estruturado em seções que abrangem desde a fundamentação teórica dos processos metodológicos de Péon (2009), Munari (2002), Brown (2009), Wheeler

(2019), Alves (2022) e *Double Diamond* (Design Council, 2004); o detalhamento dos dez projetos, até as considerações finais e reflexões sobre a aprendizagem adquiridas com o desenvolvimento dos projetos para sua carreira.

O portfólio está organizado em ordem cronológica, com o objetivo de evidenciar como as habilidades projetuais e técnicas amadureceram gradualmente conforme o tempo e estudo da designer durante o curso. O projetos podem ser acessados através da página do Behance: <https://www.behance.net/raissasouza09>, com excessão do projeto presente no tópico 3.10, que está disponibilizado no site do Museu Marítimo EXEA: <https://www.museuexea.org/portfolio-editora-exea>.

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo geral

Desenvolver um portfólio com o total de dez projetos acadêmicos e profissionais, evidenciando as habilidades e competências adquiridas no decorrer do curso de Tecnologia em Design Gráfico.

1.1.2. Objetivos específicos

- Selecionar projetos que enfatizem a diversidade de áreas de design gráfico exploradas;
- Explorar o processo criativo de cada trabalho, destacando as metodologias utilizadas, soluções técnicas e aplicação dos conceitos de design Gráfico;
- Refletir sobre a contribuição de cada projeto para a formação acadêmica e no desenvolvimento da identidade profissional da designer.

1.2. Justificativa

O curso de Tecnologia em Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba (IFPB), oferece como uma das modalidades de Trabalho de Conclusão de Curso o desenvolvimento de um portfólio composto por uma seleção de dez projetos que evidenciem a evolução e trajetória do aluno durante o decorrer do curso. A escolha desse formato se justifica pela sua capacidade de trabalhar os meios acadêmicos, profissionais e, principalmente, projetuais do designer, possibilitando uma abordagem mais abrangente que auxilie a discorrer sobre a demonstração dos processos criativos e conceituais desenvolvidos ao longo da formação acadêmica.

Um portfólio, de acordo com Alvarenga e Araújo (2006), induz o indivíduo a um processo contínuo de autorreflexão, oferecendo-lhe oportunidade de ampliar seu aprendizado a partir da autoavaliação e fundamentação teórica. Dessa maneira, o portfólio torna-se um meio eficaz de evidenciar as capacidades técnicas e conceituais, atestando sua proficiência no design gráfico e sua capacidade de adaptar e aplicar métodos projetuais nas diferentes áreas exploradas.

Além de seu valor acadêmico, o desenvolvimento deste modelo de trabalho demonstra relevância significativa no âmbito profissional, onde a apresentação estratégica dos projetos cumpre um papel essencial na transição do estudante ao mercado de trabalho. Dessa maneira, o portfólio atua como uma ferramenta de comunicação e posicionamento do designer, reunindo projetos que evidenciem suas habilidades e trabalhos de destaque para os possíveis clientes e, também, a outros profissionais da área.

2. METODOLOGIA

Para que seja possível desenvolver projetos de design gráfico de maneira eficaz, é necessário que haja a aplicação apropriada de técnicas e metodologias planejadas. Portanto, para os dez projetos presentes neste portfólio, foram utilizadas diferentes bases metodológicas referenciais: Maria Luísa Peón (2009), Bruno Munari (2002), Design Thinking (Brown, 2009), Alina Wheeler (2019), *Weekend Creative* (Alves, 2022) e *Double Diamond* (Design Council, 2004); cada um sendo adaptados à realidade e necessidades de cada projeto.

2.1. Maria Luísa Peón (2009)

Figura 1: Etapas da metodologia de Maria Luísa Peón (2009)



Fonte: Autor, adaptado de Peón (2009).

Descrita no livro *Sistemas de Identidade Visual*, a metodologia de Maria Luísa Peón (2009) possui como abordagem principal a criação de sistemas de identidades visuais coesas e eficazes. A metodologia é descrita pela autora como sendo “de fácil compreensão e de

aplicação intuitiva” (Peón, 2009), ou seja, possui o intuito de ser objetiva e otimizada para facilitar a sua aplicação, e, consequentemente, mais eficiente. Dessa forma, a metodologia é dividida em três fases: problematização, concepção e especificação.

A **problematização** é a etapa onde é analisada a situação do projeto e são identificados os desafios que a identidade visual busca solucionar. Essa fase é desenvolvida através da coleta do maior número de dados possíveis, ao realizar pesquisas aprofundadas sobre a marca, seu público e mercado onde está encaixado. Peón destaca que a etapa de problematização é essencial para o desenvolvimento do novo sistema, e, quando mal realizada, pode se tornar completamente ineficiente para as necessidades do cliente.

A fase de **concepção** é onde a identidade visual é delineada, sendo dividida em cinco etapas: geração de alternativas, onde são desenvolvidas a partir dos requisitos do novo sistema, sendo geradas diversas soluções a fim de resolver um problema semelhante; definição do partido, em que são analisadas todas as alternativas com o objetivo de filtrar as que se mostraram mais eficientes; solução preliminar, onde, a partir da definição do partido, uma possibilidade é aperfeiçoada de acordo com as boas práticas do design; validações, em que são feitas avaliações, por meio de pesquisas qualitativas e quantitativas, com uma amostra de público para com a solução apresentada, com a finalidade de coletar opiniões e críticas; e, por fim, a solução, onde é realizada os últimos aperfeiçoamentos na solução preliminar, e, então, realizar a defesa do projeto ao cliente.

Ao final, a **especificação** é a etapa onde são definidas as particularidades necessárias, na forma de manual de identidade visual e de aplicação em projetos singulares, para a implementação do novo sistema de identidade visual desenvolvido. É importante que todas as informações necessárias estejam claras e exatas o suficiente para evitar desentendimentos ou posteriores adaptações no sistema por falta de informações.

Dessa maneira, a metodologia de Maria Luísa Peón garante, de forma sucinta, um design de identidade visual não apenas agradável esteticamente, mas um projeto bem embasado e fundamentado, agindo de maneira estratégica e capaz de transmitir a ideia da marca de forma eficaz.

2.2. Bruno Munari (2002)

Figura 2: Etapas da metodologia de Bruno Munari (2002)

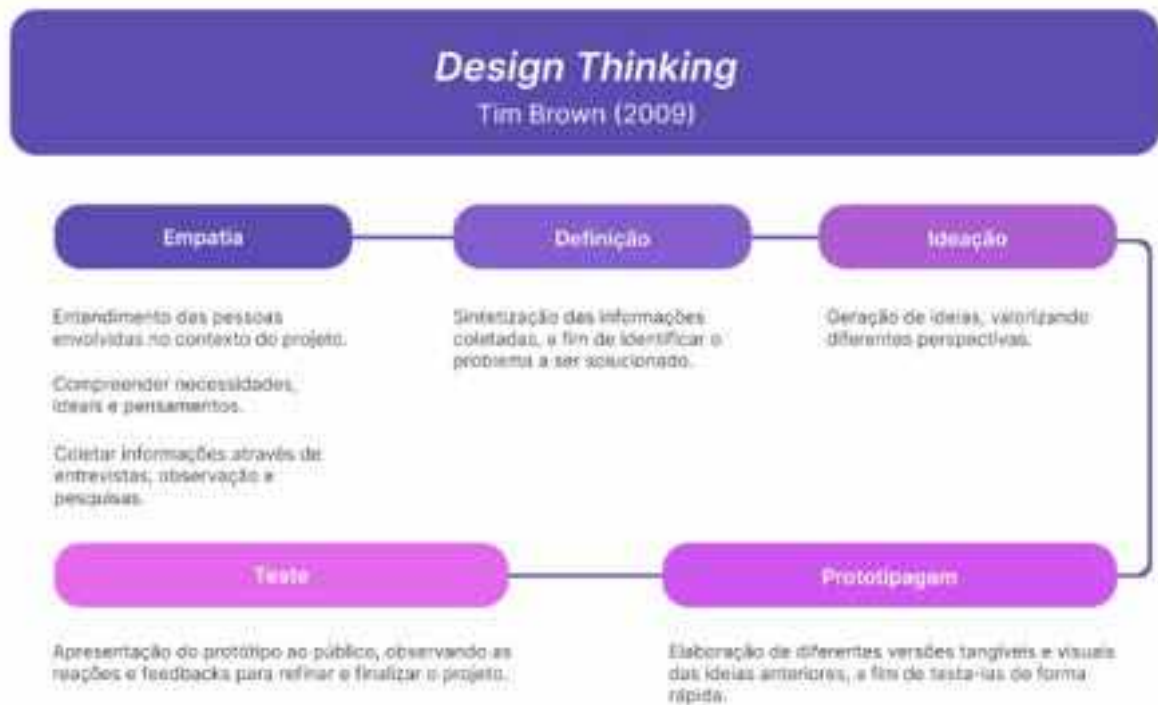


Fonte: Autor, adaptado de Munari (2002).

Bruno Munari, designer e artista italiano, defende, em seu livro “Das Coisas Nascem Coisas”, (2002) a importância da utilização de um método para a criação de um projeto, sendo definido como uma série de etapas sequenciais logicamente estruturadas para ser possível obter o melhor resultado (Rocha, 2023). Com base nisso, Munari desenvolveu uma metodologia de caráter generalista, com destaque na criatividade e pesquisa fundamentada durante o processo de desenvolvimento, além de estimular o pensamento experimental ao projeto. A metodologia é estruturada em **doze passos**: 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. É importante destacar que o autor deixa claro que as fases podem ser modificadas pelo designer a fim de adaptar da melhor forma ao projeto.

2.3. *Design Thinking* (Brown, 2009)

Figura 3: Etapas da metodologia de *Design Thinking* (Brown, 2009)



Fonte: Autor, adaptado de Brown (2009).

Design Thinking é uma abordagem metodológica generalista popularizada por Tim Brown (2009), autor do livro “*Design Thinking*”, a considerando uma metodologia que possui ênfase na estimulação e organização de ideias a partir da criatividade, a fim de ser possível alcançar soluções inovadoras com foco nas pessoas. A metodologia é dividida em cinco etapas, todas visando compreender as necessidades dos usuários e possibilitando as análises das possíveis soluções desenvolvidas pelo uso de *feedbacks* contínuos.

A primeira etapa é a de **empatia**, também podendo ser chamada de imersão. Ela se trata do trabalho desenvolvido com o objetivo de entender as pessoas envolvidas dentro do contexto do projeto, ou seja, compreender suas necessidades atuais e como pensam e interagem com o ambiente. São coletados o máximo de informações através de entrevistas, observação e pesquisas.

Na segunda etapa, de **definição**, são sintetizadas as informações coletadas na etapa anterior, com o intuito de identificar o problema principal a ser solucionado.

A etapa de **ideação** é onde são geradas o máximo de ideias possíveis a fim de

solucionar o problema. São bastante valorizadas as diferentes ideias e perspectivas criativas, podendo ser utilizada a ferramenta de *brainstorm*¹.

A penúltima etapa, de **prototipagem**, consiste em elaborar diferentes versões das ideias anteriores de forma tangível e visual, com o objetivo de testá-las de forma rápida.

Por fim, a etapa de **teste** busca apresentar o protótipo desenvolvido para o público, onde serão observadas as reações a fim de refinar e finalizar o projeto com base nos *feedbacks* coletados.

2.4. Alina Wheeler (2019)

Figura 4: Etapas da metodologia de Alina Wheeler (2019)



Fonte: Autor, adaptado de Wheeler (2019).

Alina Wheeler (2019), renomada designer, publicou no livro “Design de Identidade de Marca” sua metodologia com ênfase, como o nome do livro sugere, na construção de identidades de marcas. A metodologia é dividida em cinco etapas distintas, desde a pesquisa base do projeto, até a entrega e gestão de uma marca completa e eficiente.

A primeira etapa é a **condução da pesquisa**, onde serão coletadas diferentes

¹ *Brainstorm*, em português “tempestade de ideias”, é uma técnica criativa utilizada para a geração de novas ideias e soluções, incentivando, principalmente, diferentes formas de pensar para atingir um objetivo comum. (Miro, [s.d.])

informações relevantes para o desenvolvimento do projeto, ou seja, dados referentes à empresa, público alvo e mercado. Dessa maneira, são analisadas informações como, estratégias, metas, ideais e outros projetos de caráter semelhante.

Em seguida, na segunda etapa, de **esclarecimento de estratégia**, são reunidas as informações coletadas a fim de sintetizá-las a um guia de desenvolvimento estratégico da marca, como o briefing. Essa etapa marca o início da criação da marca a partir do pensamento criativo.

Como terceira etapa, o **Design de Identidade**, é onde será desenvolvido o sistema da identidade de marca, como logo, cor, tipografia, som e movimento. Seu início pode ser feito a partir de *brainstorm*, rascunhos e diversos estudos e testes sobre os elementos desenvolvidos. Nessa fase que o projeto começa a tomar sua forma concreta, possibilitando o designer a explorar diferentes caminhos até que seja encontrado o mais eficaz.

Em “**Criação de pontos de contato**”, a quarta etapa, o design da identidade é refinado e finalizado. Nesse momento é feito os procedimentos legais de registro, definidas as famílias tipográficas e paletas secundárias, além de definir e desenvolver materiais coerentes para a marca final, como cartão de visitas, papel timbrado, embalagens e até sinalização própria.

Por fim, na quinta e última fase, de **gestão de ativos**, inicia-se o processo de efetivação da marca na prática. Wheeler (2019) descreve que o momento de lançamento da marca precisa ser estrategicamente pensado e executado com perfeição, para que, assim, ela possa ser estabelecida com sucesso.

2.5. *Weekend Creative* (Alves, 2022)

Figura 5: Etapas da metodologia *Weekend Creative* (Alves, 2022)



Fonte: Autor, adaptado de Alves (2022).

Desenvolvida a partir do modelo elaborado pela dupla Arabella e Elle ([s. d.]), a metodologia *Weekend Creative* (2022) adapta os principais fundamentos do design gráfico para a fotografia de produtos. Conforme adaptado por Alves (2022), a metodologia consiste em seis etapas essenciais: **seleção do produto, pesquisa do produto, brainstorm, shootplan, execução do shootplan e tratamento e entrega**. Sua estrutura abrange desde a escolha do produto até a finalização das fotografias, oferecendo uma abordagem bem fundamentada e estratégica para garantir uma boa execução fotográfica do produto selecionado.

Na primeira etapa, será selecionado o produto a ser trabalhado, e, a partir disso, é realizada a pesquisa do produto. A segunda etapa, de pesquisa do produto, é feita a partir de estudos sobre o produto e sua marca, identificando dados como seus objetivos, mensagem que espera passar e estética visual. Além disso, é definido o público-alvo e as personas que refletem a ideia do produto.

Logo após, é desenvolvido o *brainstorm*. O *brainstorm* visa compilar e mapear as ideias relacionadas ao produto, explorando a criatividade e reunindo as possibilidades.

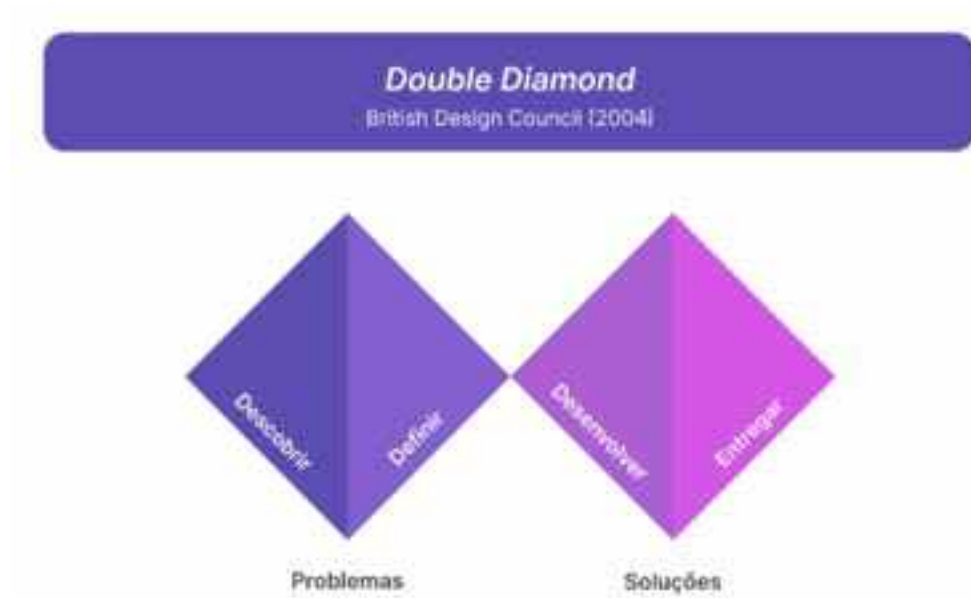
A quarta etapa, o *shootplan*, consiste em desenvolver um roteiro que reúna todos os detalhes necessários para a execução fotográfica, montando uma espécie de *briefing* que contenha, além das informações coletadas anteriormente, o *overview*, *moodboard* geral,

referências visuais, e, por fim, o conceito e planejamento das imagens, ilustrando os resultados esperados para as imagens fotografadas.

Com o *shootplan* concluído, inicia-se a quinta etapa, onde será feita a execução fotográfica desenvolvida anteriormente. Assim, com as fotografias em mãos, terá a etapa de Tratamento e Entrega, onde serão feitas edições e tratamento das imagens para, por fim, ser realizada a sua entrega com os objetivos alcançados de forma eficaz.

2.6. *Double Diamond (Design Council, 2004)*

Figura 6: Etapas da metodologia *Double Diamond* (Design Council, 2004)



Fonte: Autor, adaptado do *Design Council* (2004).

O *Double Diamond* é um modelo metodológico processual desenvolvido pelo *Design Council* que tem o objetivo de sintetizar as etapas dos processos criativos realizados em qualquer projeto de design (*Design Council*, 2004), sendo estruturado em quatro fases distintas, que são: descobrir, definir, desenvolver e entregar.

A primeira fase, **Descobrir**, é onde realiza-se a imersão profunda no problema do projeto, sendo concretizada através de pesquisas ou entrevistas com o público, coletando o máximo de informações e perspectivas.

Na segunda etapa, **Definir**, serão analisadas e sintetizadas as informações obtidas para ser definido o problema central do projeto e sua possível solução.

A fase de **desenvolver** é onde será criada a solução do projeto, sendo realizada, principalmente, através de diversos testes e elaboração de ideias para atingir o seu objetivo principal.

Por fim, na fase de **entrega**, realizam-se os últimos testes e entrega para validação, descartando as ideias que não funcionam e refinando as mais pertinentes ao projeto final.

3. PROJETOS

3.1. Campanha “Preto Luz” - Sistema de Identidade Visual

Figura 7: Campanha “Preto Luz: Minha Beleza Brilha”



Fonte: Autor (2024).

Categoria: Identidade Visual.

Ano: 2024

Método: Design Thinking (Brown, 2009)

Equipe: Raíssa Souza, Ana Clara Rocha, Ana Letícia Pereira, Danilo Figueiredo e Sofia Steinbach

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

Professor: Suellen de Albuquerque, Daniel Lourenço e Anália Adriana Ferreira.

Para conclusão do segundo período do curso, a fim de possibilitar a prática dos conhecimentos adquiridos durante as aulas, organizou-se um trabalho que integrou as seis disciplinas estudadas no decorrer do semestre. Para seu desenvolvimento, foi proposta a criação de um sistema de identidade visual sob a temática geral de “Minorias sociais no contexto local”, pensado como uma campanha, demonstrando a capacidade do uso do Design Gráfico como ferramenta capaz de conscientizar e gerar debates importantes sobre o tema.

Diante do problema apresentado, foi criada a campanha social denominada de “Preto

Luz”, onde o grupo selecionou uma temática que visasse a valorização da beleza de pessoas pretas e pardas na cidade de João Pessoa, tomando como base para seu desenvolvimento a sistematização proposta pela metodologia *Design Thinking*, de Tim Brown (2009), seguindo as etapas disponíveis na imagem abaixo. O subtema foi escolhido com o objetivo de promover maior representatividade e autoestima entre a população preta e parda local, diante do grande problema de racismo estrutural no Brasil, desde suas raízes históricas do século XVI, que as oprime, até os dias atuais.

Figura 8: Etapas *Design Thinking* (Brown, 2009)



Fonte: Autor, adaptado de Brown (2009).

Empatia: Para iniciar o projeto, foram feitas diversas pesquisas para entender e definir melhor as necessidades do público selecionado. A principal forma de coleta de dados foi feita através de um questionário *online* com perguntas quantitativas e qualitativas, a fim de compreender como as pessoas pretas e pardas da cidade de João Pessoa percebem a representatividade negra e o espelho desse tópico em sua autoestima. Com base nas respostas, sua maioria com idades entre 19 e 24 anos, foi levantado que grande parte dos participantes já sofreram algum tipo de discriminação e se sentiram inferiores, marginalizados e/ou desvalorizados por conta de seus traços e cor de pele característicos, além de notarem a falta de representatividade no contexto paraibano e pessoense.

Além do questionário, foram realizadas análises sincrônicas e diacrônicas², onde foi possível recolher informações relevantes sobre a representatividade negra como referência e em campanhas similares. Com base nas análises, foi levantado que a representatividade de

² As análises diacrônicas e sincrônicas são utilizadas para possibilitar o entendimento do contexto histórico e a atualidade de um produto, sendo conhecido como parte da metodologia projetual de Gui Bonsiepe (1984). A análise diacrônica trata-se, basicamente, do resumo histórico e evolução do produto, ou seja, uma linha do tempo. Já a análise sincrônica é a comparação e crítica entre produtos similares e concorrentes em desenvolvimento ou existentes, avaliando aspectos quantitativos e qualitativos.

peessoas pretas e pardas, tanto em campanhas, quanto em outras mídias, foi lentamente tomando espaço conforme o passar do último século, mas, ainda, representa uma parcela pequena se comparada com a presença de pessoas brancas na mídia no geral. É importante destacar que, apesar de estar melhorando gradativamente, em grande parte das campanhas analisadas foi possível encontrar detalhes de conotação racista e estereotipados, até mesmo em mídias dos últimos anos, o que indica que isso ainda é um problema real e que urge da necessidade de ser amplamente discutido nos dias atuais.

Definição: De acordo com as informações obtidas nas pesquisas, e os relatos de desafios da população negra que foram observados, tornou-se evidente a necessidade da implementação da temática em uma campanha social. Portanto, com base na análise dos dados anteriores, foi definido como recorte principal do tema a valorização da beleza de jovens e adultos pretos da cidade de João Pessoa, sendo, assim, também definido o público-alvo da campanha a ser desenvolvida. Esta campanha busca representar um dos primeiros passos em direção a uma mudança cultural que reconheça e celebre as características únicas da população negra, promovendo maior protagonismo e inclusão.

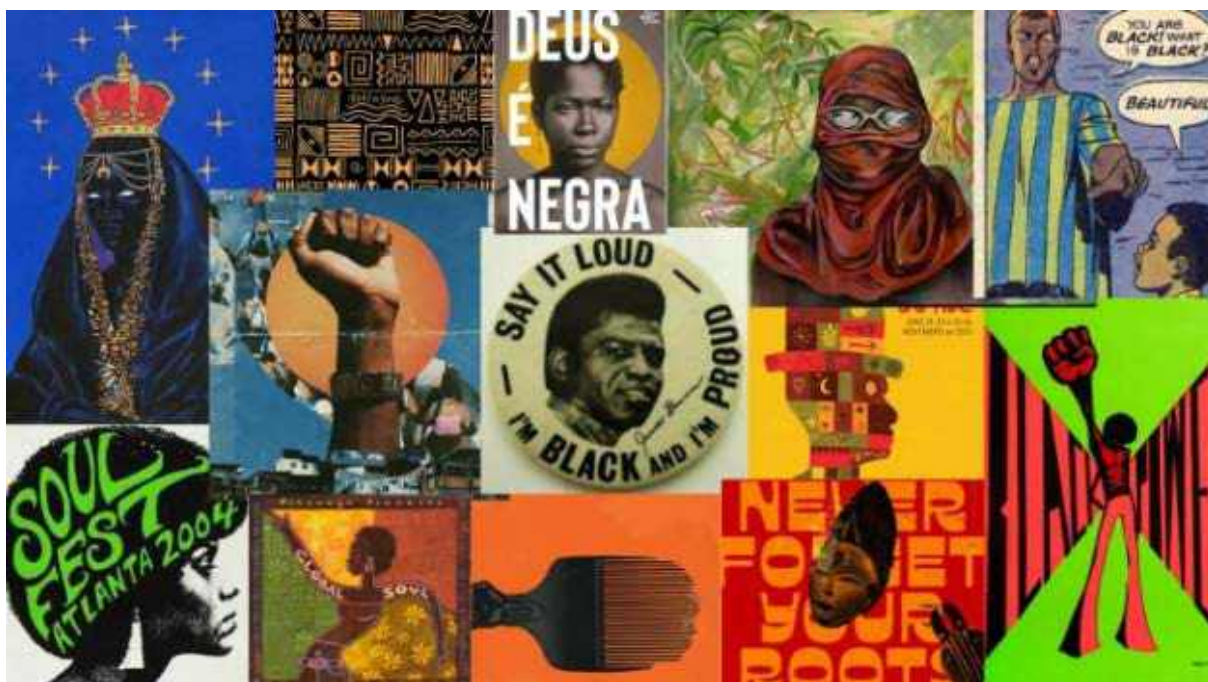
Com o objetivo de sintetizar as informações coletadas e orientar o processo criativo de maneira visual, foram elaborados painéis semânticos de referências estéticas (Figuras 9 e 10), de público-alvo (Figura 11) e, também, o desenvolvimento de uma persona que representasse o projeto (Figura 12).

Figura 9: Painel de referência estética



Fonte: Autor (2024).

Figura 10: Painel de referências gráficas



Fonte: Autor (2024).

Como pode ser observado nos painéis de referências estéticas, houve uma busca pelo destaque nas características físicas, símbolos recorrentes e causas históricas sociais do povo preto, como os lábios grossos, o pente garfo e o movimento *Black Power*, elementos considerados notáveis para transparecer a ideia principal do projeto, que é promover a representatividade e protagonismo desse grupo de pessoas. Além disso, há, também, ênfase em materiais que apresentam formas angulares e texturas manuais, buscando mais conexão com a cultura e regionalidade; e cores saturadas, pretendendo utilizá-las no projeto para trazer mais atenção ao olhar de quem vê.

O público-alvo do projeto é, de uma maneira geral, composto por jovens adultos negros residentes da cidade de João Pessoa - PB. Esse recorte é justificado pela necessidade de diálogo sobre o conteúdo da campanha com a população mais jovem, público que vem crescendo e tomando cada vez mais espaço nas lutas raciais.

Figura 11: Painel de público-alvo



Fonte: Autor (2024).

Como é possível ser observado no painel, foi considerado um público com forte conexão com a cultura brasileira e regional, sendo pessoas que valorizam a obra de artistas negros e, ainda, frequentam eventos culturais e de expressão política da cidade. Além disso, foram utilizados tons vibrantes, texturas e fotografias da própria cidade, refletindo o foco em uma comunicação mais autêntica e na sensação de pertencimento do público-alvo.

Buscando sintetizar as informações coletadas e, ainda, humanizar cada vez mais o projeto, foi criada uma persona fictícia que refletisse a essência da campanha em desenvolvimento. O perfil é apresentado como Dandara, uma jovem preta e bissexual moradora de um bairro popular da cidade de João Pessoa. As características principais da persona foram pensadas para se conectar com a mensagem do projeto. Dessa maneira, a Dandara foi considerada uma pessoa que consome frutos da sua regionalidade e, principalmente, preza pelas causas sociais da atualidade, inclusive a luta contra o preconceito de cor e raça.

Figura 12: Pannel de persona



Fonte: Autor (2024).

Ideação: A etapa de ideação é responsável pela concepção do máximo de ideias para chegar à solução final do problema identificado. Com base nisso, o grupo focou em explorar diferentes possibilidades criativas para a construção da campanha, seguindo, ainda, os critérios estabelecidos pelos professores de cada disciplina. Buscando otimizar a entrega, alguns participantes do grupo foram distribuídos em algumas tarefas específicas, como a elaboração dos cartazes e a criação da tipografia própria, mas, durante o processo, todos trabalharam em conjunto aos demais elementos da identidade visual, como logos e ícones.

De início, o desenvolvimento foi focado no *naming* da campanha e como funcionaria em formato de logotipo. Foram testadas diferentes composições com as primeiras alternativas de *naming*, como “Cor Real”, “Minha Cor Real” e “Preto Sol”, que acabaram sendo descartados posteriormente e substituído pelo nome “Preto Luz”, transmitindo a ideia de iluminar e destacar a beleza das pessoas negras. Além disso, também foram testadas diferentes ideias de ícones que representassem traços físicos de pessoas pretas e pardas e elementos visuais do ativismo negro.

Figura 13: Rascunhos



Fonte: Autor (2024).

Figura 14: Rascunho logo



Fonte: Autor (2024).

Logo após, foi desenvolvida a tipografia a ser utilizada no projeto. Visto isso, foi desenvolvida uma fonte *display*³, cuja ideia principal foi criá-la com base em características regionais, remetendo a elementos manuais como xilogravura e carimbos. A tipografia foi experimentada em texto, títulos e no logotipo, com o objetivo de avaliar a sua abrangência de aplicações.

³ As tipografias display tiveram sua ascensão durante o período da Revolução Industrial, no século XIX, com o objetivo de atender as altas demandas da produção em massa, tendo como princípio chamar a atenção do público aos anúncios. (Cheng, 2005). Fontes *display* podem ser definidas, segundo Lupton (2010), como sendo projetadas em grandes tamanhos, como em títulos, publicidade e logotipos.

Figura 15: Rascunhos da tipografia



Fonte: Autor (2024).

Figura 16: Teste em logotipo



Fonte: Autor (2024).

Com o intuito de promover a divulgação da campanha, foram desenvolvidas ilustrações digitais que exaltam, em suas formas, a beleza negra, fornecendo protagonismo aos traços fenotípicos constantemente marginalizados. A escolha pelo formato digital é justificada pela maior versatilidade de aplicações das peças em diferentes suportes e mídias.

Figura 17: Teste de ilustração



Fonte: Rocha (2024).

Figura 18: Processo de ilustração



Fonte: Steinbach (2024).

Prototipagem: Para iniciar a quarta etapa metodológica, de prototipagem, foram selecionados os elementos gráficos, feitos na etapa anterior, que apresentaram melhores resultados e coerência com o projeto. Como conjunto primordial, foi desenvolvida uma paleta com o total de oito cores, possuindo como característica principal a diversidade de tons quentes e vibrantes semelhantes às imagens de referência. O conceito foi pensado para transparecer uma comunicação mais autêntica e acolhedora ao público, além de trazer a atenção do olhar aos materiais desenvolvidos.

Figura 19: Paleta de cores



Fonte: Autor (2024).

Em seguida, foi finalizada a tipografia autoral do projeto, batizada de *Retintus*. A construção tipográfica foi pensada para transmitir a essência do projeto, com formas fortes e bem marcadas, sendo designada para utilização em títulos e no próprio logotipo da identidade visual. Além disso, foi selecionada como tipografia de apoio a família tipográfica *Bahnschrift*, fonte simples, sem serifa e com boa legibilidade, visando ser utilizada em textos corridos e em larga escala.

Figura 20: Tipografias



Fonte: Autor (2024).

Dando continuidade ao processo, foi finalizada a assinatura visual do projeto, utilizando no logotipo o *namings* “Preto Luz”, contendo também uma variação com o *slogan* “minha beleza brilha”. O nome e *slogan* foram pensados para transmitir a energia da campanha, de resistência e protagonismo das pessoas pretas e pardas de João Pessoa. A marca foi feita utilizando a tipografia anteriormente apresentada e dividida entre quatro variações, com e sem *slogan* e horizontal e vertical, resultando em uma assinatura visual autêntica e com boa legibilidade a longo alcance.

Figura 21: Versões do logotipo



Fonte: Autor (2024).

Para compor os materiais e conceber mais significado visual ao projeto, foram desenvolvidos um total de seis ícones com diferentes significados. Os signos foram feitos seguindo o estilo manual e angular de seus outros materiais, alternando entre símbolos políticos, como o punho erguido, signo de resistência e adotado por movimentos antirracistas; culturais, como as tranças nagô e o pente garfo; e de características fenotípicas, como a boca e as texturas de cabelo (Figura 22). Ademais, os ícones podem ser utilizados como módulos, a fim de criar diferentes padronagens e modos de aplicações (Figura 23).

Figura 22: Ícones



Fonte: Autor (2024).

Figura 23: Aplicação da padronagem



Fonte: Autor (2024).

Figura 24: *Mockups* de aplicação da marca

Fonte: Autor (2024).

Por fim, foram concluídas duas ilustrações e uma manipulação fotográfica, cada uma sendo aplicada em formato de cartazes, com o objetivo de divulgar a mensagem do projeto em locais urbanos e de festividades regionais e de reconhecimento regional. As ilustrações foram desenvolvidas seguindo o conceito de ressaltar a beleza de pessoas pretas e pardas com suas características, trazendo a sensação de empoderamento através de elementos visuais que remetesse à luz e divindade, além de buscar em suas composições a ideia de protagonismo ao pôr os personagens em larga escala ao centro. O cartaz fotográfico foi elaborado acompanhado à utilização de semiótica, ao apresentar um pente garfô que, em suas cerdas, é formado um rosto negro em perfil, unindo os elementos em um só gráfico.

Figura 25: *Mockup* dos cartazes

Fonte: Figueiredo, Rocha e Steinbach (2024).

Teste: Para finalizar, na etapa de teste foi realizada a apresentação da campanha e, a partir disso, foram coletados os *feedbacks* de colegas e professores a fim de refinar melhor o projeto. Com base nas sugestões, foi desenvolvido, por fim, o manual de marca com as instruções de aplicação de todos os elementos gráficos do projeto, possuindo informações como regras de implementação de logo, utilização de cores, tipografia e montagem de diferentes manchas gráficas com os outros componentes desenvolvidos, para, assim, obter os melhores resultados para uma possível implementação da campanha ao público alvo. O manual de marca completo pode ser acessado através do link:

[PDF Preto Luz - Manual de Marca.pdf](#).

Figura 26: Capa do Manual de Identidade Visual



Fonte: Amaral; Figueiredo; Rocha; Souza; Steinbach. (2024).

Figura 27: Sumário do Manual de Identidade Visual

SUMÁRIO	
MARCA E CONCEITO.....	02
COMPOSIÇÃO DO LOGOTIPO.....	03
VERSÕES.....	04
TIPOGRAFIA PRINCIPAL.....	05
AREJAMENTO.....	06
GRID E PROPORÇÃO.....	07
REDUÇÃO.....	08
PALETA DE CORES.....	09
TIPOGRAFIA DE APOIO.....	10
ELEMENTOS GRÁFICOS.....	11
EXEMPLOS DE PADRONAGEM.....	12
USOS INCORRETOS.....	13
APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS.....	14
APLICAÇÕES INCORRETAS.....	15
TIPOGRAFIA PRINCIPAL.....	16
POSICIONAMENTO E TAMANHO.....	17
APLICAÇÕES EM MOCKUPS.....	18

Preto Luz

Fonte: Autor (2024).

Figura 28: Instruções de redução



Fonte: Autor (2024).

Considerações sobre o projeto

O desenvolvimento da campanha trouxe ao grupo uma série de desafios e oportunidades de aplicar os novos conhecimentos em um projeto de tal amplitude e com o uso de um novo processo metodológico. Em seu decorrer, foram encontradas dificuldades técnicas, em especial, no desenvolvimento de elementos como a tipografia e manual de identidade visual, abrangendo desde a demanda da utilização de um novo *software*, como o FontForge, até a necessidade de uma plena atenção a pequenos detalhes a serem estabelecidos para o manual. Mais do que o domínio de ferramentas e técnicas, o trabalho também foi essencial para estimular o pensamento do papel ético do designer, enfatizando que pode ser utilizado como ferramenta de transformação social, dando voz e gerando impacto através de um design transformador.

Ao fim, o projeto demonstrou resultados bastante satisfatórios e completos, sendo necessários apenas alguns ajustes em seu manual de identidade visual, que, devido ao tempo e pouca habilidade com esse tipo de material, apresentou alguns problemas relacionados à apresentação das instruções técnicas.

3.2. O Pequeno Príncipe - Projeto Editorial

Figura 29: Livro “O Pequeno Príncipe”



Fonte: Autor (2025).

Categoria: Design
Editorial e Ilustração.

Equipe: Raíssa Souza,
Ana Clara Rocha, Ana
Letícia Pereira, Sofia
Steinbach.

Ano: 2025

Disciplina: Ilustração.

Método: Bruno Munari
(2002).

Professor: Daniel
Lourenço.

Desenvolvido para uma avaliação da disciplina de Ilustração, o projeto consistiu na criação de uma releitura ilustrada da obra “O Pequeno Príncipe” do autor francês Antoine de Saint-Exupéry. Seu objetivo consistiu na utilização de ilustrações na diagramação editorial do clássico conto, aplicando os conhecimentos estudados em sala, como a criação de personagens e diferentes técnicas de pintura, como a aquarela. Para seu desenvolvimento, foi utilizada a metodologia de Bruno Munari (2002), sintetizando as suas etapas originais de maneira estratégica para as necessidades do projeto.

Figura 30: Etapas adaptadas da metodologia de Munari (2002)



Fonte: Autor, adaptado de Munari (2002).

Definição do problema: De maneira geral, o objetivo foi desenvolver o projeto gráfico do livro “O Pequeno Príncipe”, contendo, além dos componentes essenciais como capas e folha de rosto, os capítulos sorteados ao grupo, sendo eles o IV e V.

Para ser possível obter projetos com uma base padronizada, foram determinados pelo docente alguns requisitos para o desenvolvimento do trabalho. O livro deveria ser digital e seguir a orientação de retrato, possuindo as dimensões de dezessete centímetros de altura por doze de largura. O seu público alvo principal deveria ser para crianças, com idade a partir dos oito anos de idade, assim como o livro original. Além disso, o projeto deveria conter um total de dez ilustrações em aquarela, sendo duas em páginas duplas, três em páginas inteiras, quatro de pequenos elementos para compor algumas páginas e, por fim, uma ilustração principal para a capa e contracapa do livro.

Coleta e análise de dados: Com os requisitos estabelecidos, iniciou-se a etapa de coleta e análise de dados sobre o problema central do trabalho. Para isso, realizou-se uma imersão no universo do conto de Saint-Exupéry, a fim de compreender a narrativa e alcançar os melhores resultados ao fim do projeto. A história é um clássico conhecido por muitos, trazendo significados profundos através de um conto simples, onde tudo acontece enquanto é narrado o encontro entre um aviador e o doce Pequeno Príncipe. O conto se passa em um universo bastante imaginativo, variando entre a vida do príncipe no espaço e suas passagens pelo planeta Terra. Uma de suas características mais reconhecidas são as ilustrações em aquarelas originais do autor, presente em grande parte das publicações e servindo como a principal inspiração para o projeto.

Após a leitura, foram coletadas referências visuais ao projeto para auxiliar na criação dos materiais. A ideia foi buscar formas orgânicas e uma pintura mais livre e texturizada, colorindo com tonalidades leves que trazem a sensação acolhedora e harmoniosa, presente em grande parte dos livros infantis. Além disso, buscou-se a inserção de elementos grandes e surreais que reflitam a criatividade da narrativa dos capítulos, como os baobás.

Figura 31: Painel de referências visuais



Fonte: Autor (2025).

Criatividade: Com os dados definidos, foram iniciados os rascunhos e ideias para o projeto. Inicialmente, o foco foi no desenvolvimento do design de personagem do Pequeno Príncipe. A ideia inicial foi elaborar apenas uma versão do design original no estilo definido anteriormente. No entanto, a ideia foi descartada posteriormente, sendo substituída pelo design do Pequeno Príncipe inspirado na infância brasileira, mas, ainda, trazendo referências ao seu traço original. Seu desenho final foi representado através de um pequeno menino negro, de cabelos cacheados loiros e roupas leves, retratando a importante porcentagem de crianças e jovens brasileiros que necessitam de representatividade nas mídias.

Os traços buscaram trazer, assim como nas referências, formas arredondadas e orgânicas, facilitando a expressividade do personagem e o tornando mais atraente ao público infanto-juvenil.

Figura 32: Rascunhos iniciais



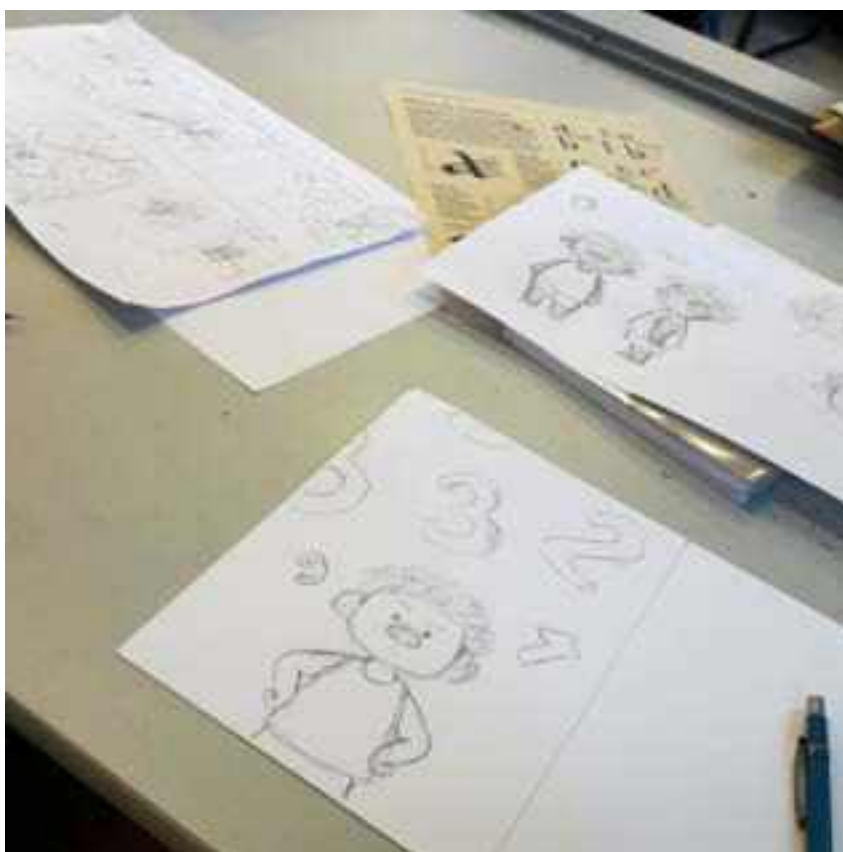
Fonte: Autor (2025).

Figura 33: Rascunhos do processo de mudança



Fonte: Autor (2025).

Figura 34: Rascunhos com design definitivo



Fonte: Autor (2025).

Com o design do personagem definido, iniciaram-se os rascunhos das dez ilustrações necessárias para o projeto. Para a capa, foi elaborada uma ilustração inspirada em uma das originais, onde o Pequeno Príncipe se encontra de pé em seu pequeno asteróide. Foi adicionado ao seu lado um pequeno cachorro como referência à raposa, personagem importante citada na obra. Além disso, foi utilizada em seu título a tipografia *Carena*, que possui formas curvas e contraste que trazem um aspecto mais amigável e clássico.

Figura 35: Tipografia *Carena*



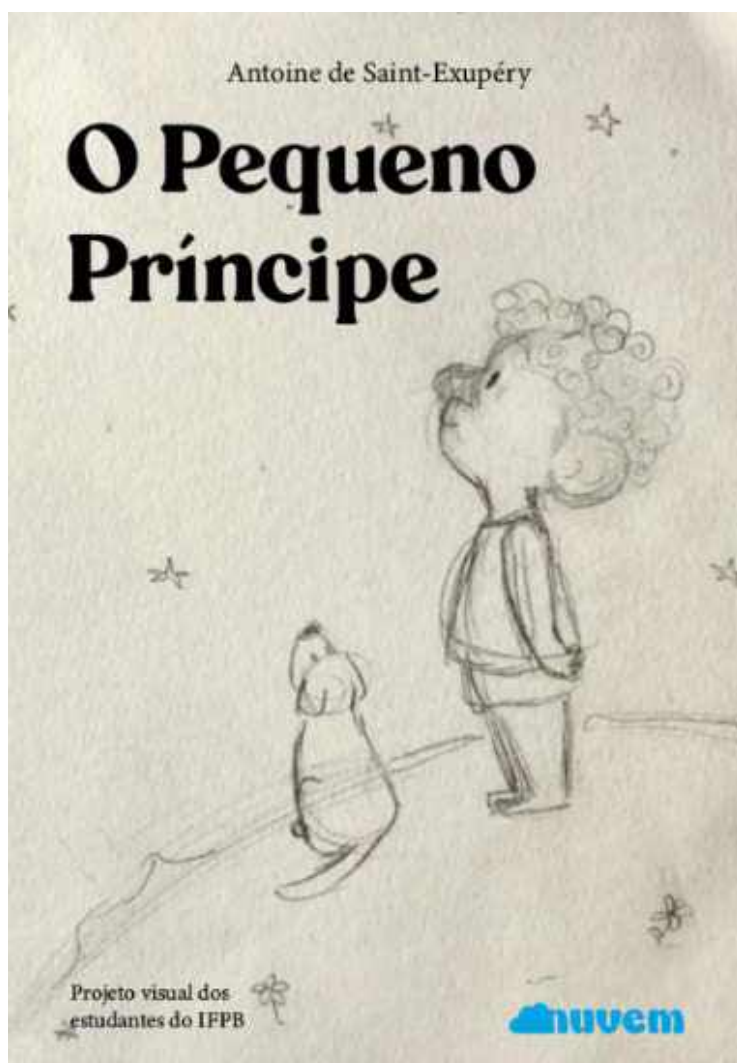
Fonte: Autor (2025).

Figura 36: Inspiração para a capa



Fonte: Saint-Exupéry (1943). Disponível em: Livraria Pública.

Figura 37: Rascunho da capa



Fonte: Autor (2025).

As ilustrações interiores foram realizadas com base na narrativa dos capítulos IV e V, que tratam das percepções do aviador e acontecimentos na vida do pequenino, falando principalmente sobre seu dia a dia no asteróide B612 e o famoso drama dos baobás. As figuras de páginas duplas e únicas contaram com elementos em larga escala, de forma que refletissem a engenhosidade da imaginação infantil e ocupassem o papel de forma criativa e cativante.

Figura 38: Tipografia *Minion Variable Concept*



Fonte: Autor (2025).

Figura 39: Rascunho de página dupla



Fonte: Autor (2025).

Em seguida, as ilustrações para composição com o texto foram desenvolvidas a partir dos conteúdos que estavam sendo abordados em determinadas páginas, unindo as figuras à narrativa e oferecendo um momento de respiro textual.

No miolo do livro, foi utilizada a tipografia *Minion Variable Concept*, fonte serifada e

de fácil leitura em textos longos. Além disso, sua diagramação foi feita no *software Adobe Illustrator* e de forma simples, semelhante ao livro original, de maneira que o excesso de elementos não dificulte a leitura para públicos mais jovens e as ilustrações se destaquem nas páginas.

Figura 40: Rascunho de página com texto e ilustração



Fonte: Autor (2025).

Solução: Com as ilustrações finalizadas e a diagramação concluída, chegou-se ao resultado final do projeto. Além das capas, as ilustrações foram distribuídas num total de onze páginas. A capa e a contracapa contaram com uma única ilustração que atravessou os dois componentes, contando também com a sinopse, título, autor e logo da editora fictícia, batizada de Editora Nuvem.

Figura 41: Ilustração das capas



Fonte: Steinbach (2025).

Figura 42: *Mockup* das capas



Fonte: Autor (2025).

Em seguida, para os versos e folha de guarda, utilizou-se uma padronagem de estrelas em fundo azul, remetendo à narrativa espacial da obra. As estrelas também foram utilizadas em outras páginas e componentes, como na folha de rosto e lombada.

Figura 43: *Mockup* dos versos



Fonte: Autor (2025).

Figura 44: Folha de rosto



Fonte: Autor (2025).

As ilustrações foram aplicadas conforme a ordem das figuras a seguir. Todas seguiram o estilo de pintura mais livre, utilizando, em sua maior parte, técnicas aguadas, proporcionando cores mais leves e textura característica da aquarela, finalizando o desenvolvimento do livro infantil.

Figura 45: Ilustração N° 1, página 9



Fonte: Autor (2025).

Figura 46: Ilustração N° 2, página 11



Fonte: Steinbach (2025).

Figura 47: *Mockup* páginas 11-12



Fonte: Autor (2025).

Figura 48: Ilustração Nº 3, página 13



Fonte: Steinbach (2025).

Figura 49: Ilustração Nº 4, página 16

Um desenho parece passável; outro já é inteiramente diferente. Engano-me também no tamanho. Ora o príncipezinho está muito grande, ora pequeno demais. Hesito também quanto à cor de suas roupas. Vou arriscando, então, aqui e ali. Provavelmente esquecerei detalhes dos mais importantes. Peço que me perdoem. Meu amigo nunca dava explicações. Julgava-me talvez semelhante a ele. Mas, infelizmente, não sei ver carneiros através de caixas. Talvez eu seja um pouco como as pessoas grandes. Devo ter envelhecido.



16

Fonte: Autor (2025).

Figura 50: Ilustração Nº 5, página 17

V

A cada dia eu ficava sabendo mais alguma coisa do meu planeta, da partida, da viagem. Mas isso devagarzinho, ao acaso das informações colhidas de suas observações. Foi assim que vim a conhecer, no terceiro dia, o drama dos baobás.

Dessa vez, ainda, foi graças ao carneiro. Pois de repente o pequeno príncipe me perguntou, como se tivesse um sério problema:

— É verdade que os carneiros comem arbustos?



17

Fonte: Autor (2025).

Figura 51: Ilustração Nº 6, páginas 19-20



Fonte: Steinbach (2025).

Figura 52: Ilustração Nº 7, página 21

— Ora! Vejamos! — respondeu-me, como se tratasse de algo óbvio. E foi-me preciso um grande esforço para decifrar sozinho esse problema.

De fato, no planeta do pequeno príncipe havia, como em todos os outros planetas, ervas boas e más. Consequentemente, sementes boas, de ervas boas; e sementes más, de ervas más. Mas as sementes são invisíveis. Elas



dormem nas entranhas da terra até que uma cisme de despertar. Então ela se espreguiça e lança, timidamente, para o sol, um inofensivo galhinho. Se for de roseira ou rabanete, podemos deixar que

21

Fonte: Autor (2025).

Figura 53: Ilustração Nº 8, página 22



Fonte: Steinbach (2025).

Figura 54: Mockup páginas 21-22



Fonte: Autor (2025).

Figura 55: Ilustração Nº 8, páginas 27-28



Fonte: Steinbach (2025).

Considerações sobre o projeto

O trabalho representou uma experiência enriquecedora ao grupo, sendo o primeiro projeto editorial realizado no curso. Entre seus maiores desafios estiveram as capacidades de conectar as ilustrações aos textos e a diagramação editorial, que ainda não tinha sido abordada a fundo até o momento. Apesar disso, a oportunidade de trabalhar com ilustrações tradicionais em um material digital foi uma experiência essencial para o desenvolvimento das habilidades de edição de imagem e percepções de cores em meios diferentes.

Devido a falta de experiência em diagramação, que, até então, ainda não havia sido abordada no curso, o projeto apresentou alguns problemas visuais na parte da diagramação, como margens interiores menores e justificação do texto. Além disso, por conta do tempo, não foi possível trabalhar melhor a ideia da representação da infância brasileira nas ilustrações, apresentando algumas lacunas narrativas em seus componentes. Apesar de tudo, o trabalho conseguiu trazer resultados bastante satisfatórios para seu nível, principalmente nas ilustrações, onde foram bem trabalhadas as técnicas estudadas na disciplina.

3.3. *Hershey's Espresso* - Fotografia de produto

Figura 56: Foto principal do projeto fotográfico do chocolate *Hershey's Espresso*



Fonte: Autor (2025).

Categoria: Fotografia.

Ano: 2025

Método: *Weekend Creative* (Alves, 2022)

Equipe: Raíssa Souza, Ana Clara Rocha, Ana Letícia Pereira, Danilo Figueiredo.

Disciplina: Fotografia digital.

Professor: Ticiano Alves.

Como projeto central da disciplina de Fotografia Digital, foi demandado aos alunos a produção de sete imagens estáticas de um produto de livre escolha sobre o nicho de chocolates, sendo cinco para *website* e duas para Instagram. O trabalho teve o objetivo de aplicar as habilidades e conhecimentos adquiridos durante a disciplina, utilizando a metodologia *Weekend Creative* (Alves, 2022), abordagem voltada à fotografia de produtos com as etapas apresentadas na imagem a seguir.

Figura 57: Etapas da metodologia *Weekend Creative* (Alves, 2022)



Fonte: Autor, adaptado de Alves (2022).

Seleção do produto: Sob o nicho temático selecionado pelo professor, o produto escolhido pelo grupo foi a barra de chocolate *Hershey's Coffee Creations* sabor café expresso, selecionado após serem realizadas avaliações de pontos fortes e negativos de outros produtos semelhantes. A escolha é justificada pela afinidade do grupo com o sabor selecionado e, também, pelo interesse em explorar nas fotografias a autêntica identidade visual do produto, que transmite sofisticação mas, ainda, acessibilidade ao público.

Figura 58: Barra de chocolate *Hershey's Coffee Creations Espresso*



Fonte: Mercado Livre.

Pesquisa do produto: Após a definição do produto a ser fotografado, foi iniciada a fase de pesquisa do produto, onde buscou-se entender os atributos da marca e produto para a elaboração de um projeto coeso com suas características. Portanto, inicialmente, foram identificadas informações relevantes sobre a marca *Hershey's*, empresa fundada em 1894 que possui como uma das características principais a ênfase na conexão afetiva com o público, sendo identificado como, baseado nos conceitos de Carl Jung, seus arquétipos de comportamento, o Cuidador e o Inocente.

O produto selecionado, o chocolate *Hershey's Coffee Creations* sabor expresso, foi produzido para atender a demanda de sabores mais refinados e marcantes, combinando o doce do chocolate com a profundidade do café. Dessa maneira, com base nas pesquisas e percepções do grupo, o seu público-alvo foi definido como pessoas com idade entre vinte e trinta e cinco anos que buscam um chocolate unido ao sabor intenso do café e prezam pelos pequenos momentos de descanso no seu dia a dia, aspecto que pode ser observado no *slogan* da linha, “*#PausaProCoffee*”. A partir da definição do perfil, foram desenvolvidas duas personas representativas do chocolate.

Figura 59: Persona Pâmela



Fonte: Autor (2025).

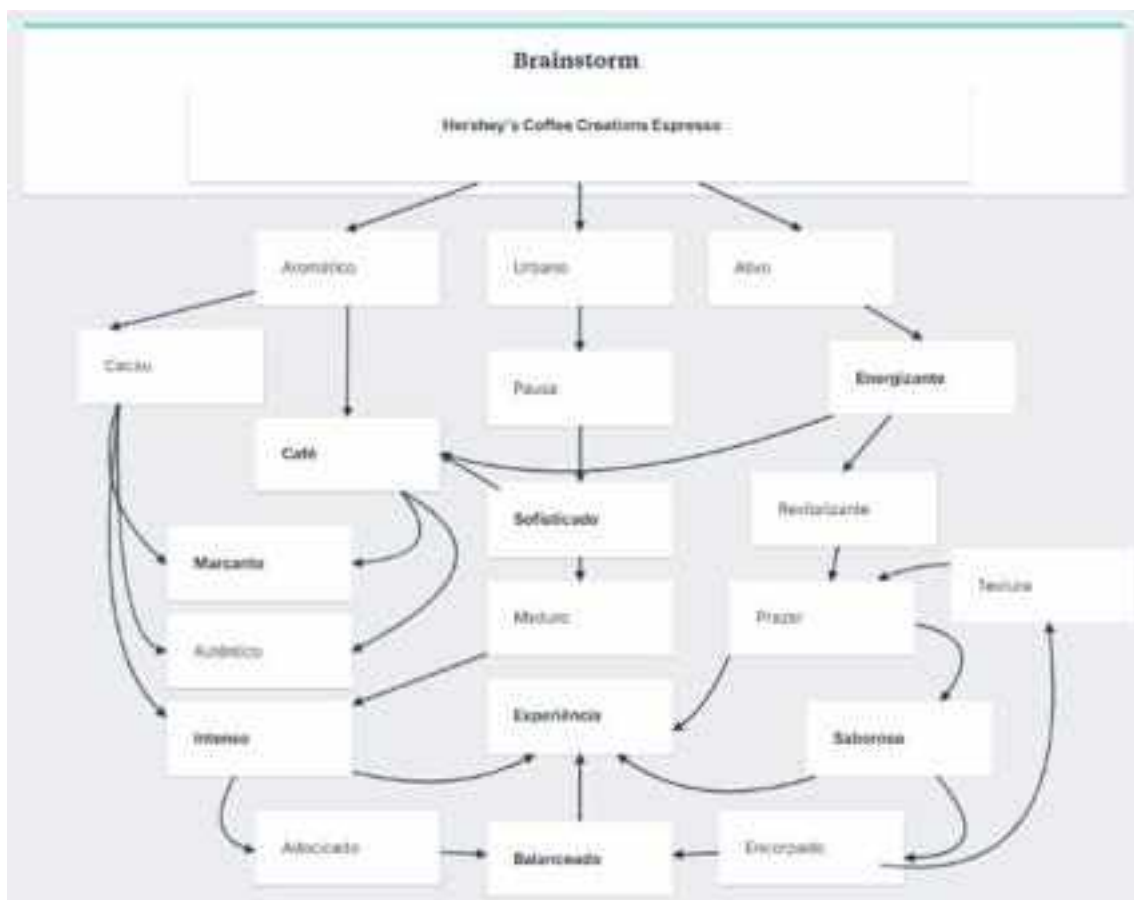
Figura 60: Persona Helena



Fonte: Autor (2025).

Em seguida, considerando a parte estética do produto, notou-se que sua embalagem é caracterizada por tons terrosos com detalhes em dourado, paleta de cores a ser explorada nas fotografias, além da presença de imagens que retratam o sabor do chocolate. Se comparada com os outros produtos da marca, sua estética visual traz uma proposta mais sofisticada, porém, ainda se mostra como um produto de valor acessível à diferentes classes.

Brainstorm: O *brainstorming* do projeto foi elaborado com o auxílio do *Milanote*, ferramenta recomendada pelo docente da disciplina. Em grupo, foram selecionadas diferentes palavras que se conectam com as características do produto, como o sabor e o visual, e aos conceitos pensados para o próprio projeto fotográfico. O *brainstorm* foi utilizado para guiar a definição da etapa conceitual do projeto, focando, principalmente, nas palavras que traduzem a experiência de sofisticação e intensidade ao provar o chocolate (Figura 61).

Figura 61: *Brainstorming* do produto

Fonte: Autor (2025).

Shootplan: Após as pesquisas e criação do *brainstorming*, é iniciado o desenvolvimento do *shootplan*, etapa essencial para ter um projeto fotográfico coeso e bem planejado, representando visualmente o roteiro fotográfico de forma que possibilite uma clara comunicação das ideias aos clientes e equipe (Alves, 2022). Visto isso, desenvolveu-se um documento de apresentação do roteiro, sintetizando diferentes informações a fim de tornar seu entendimento mais eficaz. O documento foi dividido em diferentes tópicos informativos, sendo alguns deles o *overview*, que afirma dados gerais como os objetivos do projeto, referências visuais da marca, paleta de cores e cronograma; estudo da marca e produto, que condensa o conteúdo coletado nas etapas anteriores; *moodboard* geral, e por fim, os protótipos desenvolvidos para cada imagem.

O *moodboard* geral buscou trazer a ideia do momento de pausa durante a rotina movimentada do dia a dia, trazendo elementos do ambiente corporativo e, também, que remetem ao próprio sabor do chocolate trabalhado.

Figura 62: *Moodboard* geral

Fonte: Autor (2025).

Os protótipos foram desenvolvidos digitalmente como rascunhos, onde foram planejadas as composições das fotografias, os materiais a serem utilizados e os planos fotográficos, alternando entre plano aéreo, detalhe e contexto; todos seguindo o conceito previamente desenvolvido. Para cada protótipo do planejamento fotográfico, foi organizada um *check list* dos materiais necessários para sua realização e referências semelhantes ao plano desejado.

Figura 63: *Shootplan*

Fonte: Autor (2025).

Figura 64: Planejamento em plano aéreo



Fonte: Autor (2025).

Figura 65: Planejamento em plano contexto e aéreo



Fonte: Autor (2025).

Execução do *shootplan*: Com o *shootplan* finalizado, avançou-se para a etapa de execução fotográfica, materializando o conteúdo planejado durante o projeto. Para a composição do cenário, foram providenciadas cartolinas alinhadas à paleta de cores selecionada, além de elementos para composição das cenas, como xícaras, teclado e café (em pó e em grãos), que serviram de suporte ao objeto principal, ou seja, o chocolate. Durante a

sessão, realizaram-se pequenos ajustes pontuais nas composições e planos a fim de adequar o projeto às condições reais e aos recursos disponíveis no momento. Apesar de seguir o roteiro pré-estabelecido, o grupo experimentou diferentes iluminação e ângulos, buscando explorar o máximo de possibilidades para atingir os melhores resultados ao fim do projeto.

Tratamento e entrega: Com a sessão concluída, é necessário que seja feito o tratamento e edição das fotografias realizadas. Para isso, utilizou-se os *softwares Photoshop e Lightroom*, e, com eles, foram feitos ajustes de cor, exposição e correção de perspectiva, além do tratamento de remoção de manchas e imperfeições. No conjunto final, foram selecionadas nove imagens estáticas, adaptadas para os formatos de *website* e de redes sociais, priorizando que sua curadoria reforçasse sua narrativa do momento de pausa e descanso. As peças foram organizadas estrategicamente para guiar o olhar com as diferenciações cromáticas, trazendo distintas sensações de intensidade ao público-alvo do produto.

Figura 66: Resultado em plano aéreo



Fonte: Autor (2025).

Figura 67: Resultado em plano aéreo



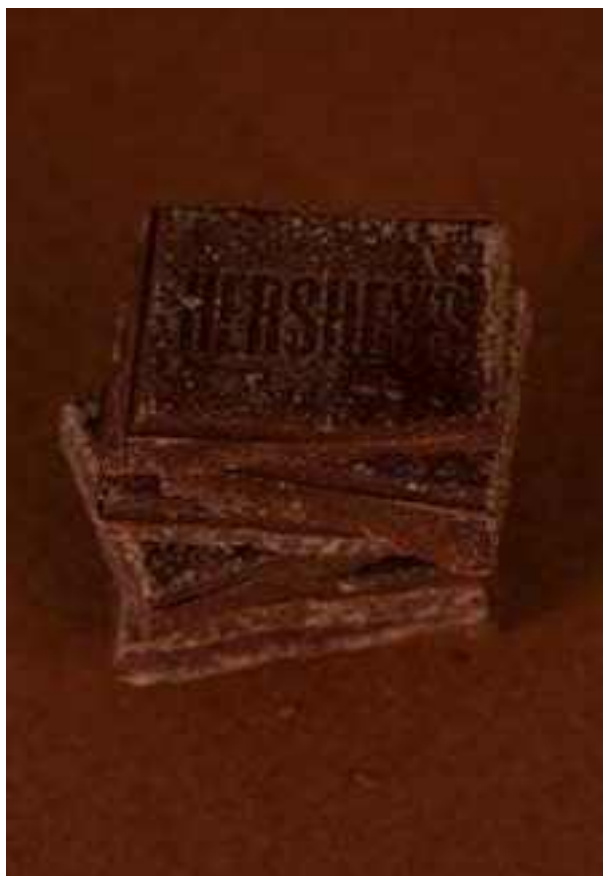
Fonte: Autor (2025).

Figura 68: Resultado em plano contexto



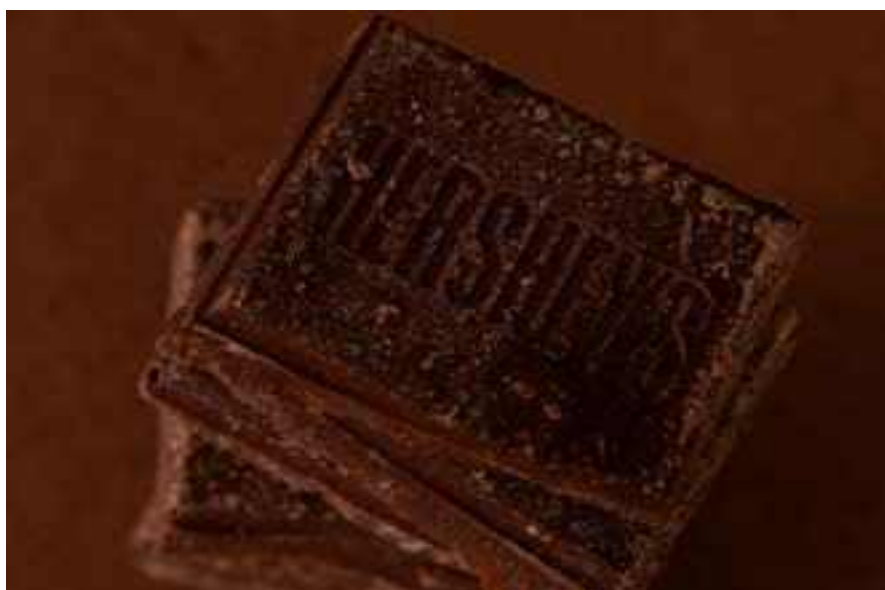
Fonte: Autor (2025).

Figura 69: Resultado em plano detalhe



Fonte: Autor (2025).

Figura 70: Resultado em plano detalhe



Fonte: Autor (2025).

Figura 71: Resultado em plano detalhe



Fonte: Autor (2025).

Figura 72: Resultado em plano detalhe



Fonte: Autor (2025).

Figura 73: Resultado em plano contexto



Fonte: Autor (2025).

Figura 74: Resultado em plano detalhe



Fonte: Autor (2025).

Figura 75: Resultado em plano contexto



Fonte: Autor (2025).

Considerações sobre o projeto

O projeto fotográfico foi essencial para a consolidação técnica dos alunos no âmbito da fotografia de produtos. Além das habilidades teóricas, como os princípios de *Gestalt*, composição e estratégias de projeto, o trabalho demandou a capacidade prática de um olhar apurado para iluminação, ângulos e pequenos detalhes que, em harmonia, formam um material coeso e bem desenvolvido. A disciplina, como um todo, proporcionou uma introdução sólida ao mundo da fotografia, estabelecendo uma base essencial para a possibilidade de sua aplicação, tanto na fotografia como em outras áreas do design gráfico.

Ao fim, o projeto contou com resultados muito satisfatórios, sendo necessários apenas mínimos ajustes na limpeza das imagens, como retirada de digitais e pequenas manchas do fundo para ser possível atingir a sua melhor apresentação.

3.4. Encarte do CD “*The Black Parade*” - Projeto Editorial

Figura 76: Encarte do álbum “*The Black Parade*”



Fonte: Autor (2025).

Categoria: Design
Editorial.

Equipe: Raíssa Souza.

Ano: 2025

Disciplina: Design
Editorial.

Método: Bruno Munari
(2002).

Professor: Turla
Alquete.

Este projeto foi desenvolvido como parte da disciplina de Design Editorial, ministrada pela professora Turla Alquete, e consistiu na criação do *redesign* do encarte de um álbum musical, com o objetivo de pôr em prática os conteúdos estudados na disciplina. Para a elaboração do trabalho, foi escolhido, dentre cinco opções votadas pela turma, o álbum *The Black Parade* da banda americana *My Chemical Romance*, focando nas sensações e percepções pessoais sobre o álbum musical. Em seu desenvolvimento, foi utilizada a metodologia de Bruno Munari (2002), sintetizando as etapas a fim de melhor adaptá-las ao projeto, como pode ser observado na imagem abaixo.

Figura 77: Etapas adaptadas da metodologia de Munari (2002)



Fonte: Autor, adaptado de Munari (2002).

Definição do problema: Conforme dito anteriormente, o trabalho consistiu na criação do *redesign* do encarte do álbum da banda *My Chemical Romance*, *The Black Parade*. De acordo com os critérios disponibilizados para a sua realização, o projeto final deveria ser aplicado em diferentes formatos e, ainda, deveria conter pelo menos uma das abordagens editoriais não estruturais, como a Desconstrução Linguística, a Alusão Pictórica ou Conceitual e Composição Óptica Espontânea, que utilizam recursos como *grid* e tipografia de uma forma mais fluída, a fim de traduzir conceitos através da mensagem visual. Além disso, o material deveria conter em sua estrutura a bolacha, capa, verso de capa, verso de contra capa e contracapa; elementos essenciais na construção de um álbum musical físico.

Figura 78: Álbum “*The Black Parade*” original

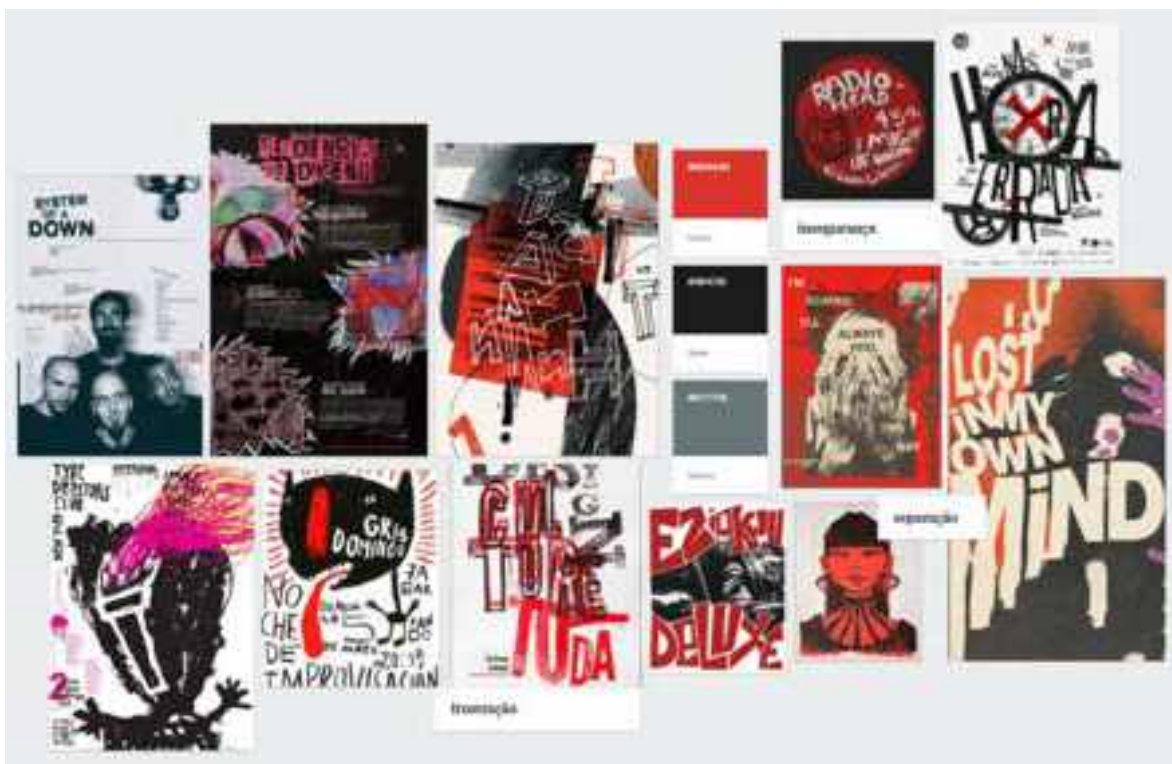


Fonte: *Spotify*.

Coleta e análise de dados: Para iniciar a execução do projeto, foi realizada uma imersão nas faixas do álbum com o objetivo de identificar as sensações e emoções sentidas durante a experiência, buscando o distanciamento da estética já estabelecida no material oficial. O álbum conta com o total de quatorze músicas que seguem a narrativa de um jovem que descobre que está acometido de uma doença terminal, fato que pode ser observado, principalmente, nas músicas *Dead!* e *Cancer*. Portanto, pode-se notar em suas letras e composições musicais a melancolia, raiva e frustração, sentimentos que serviram de base para a nova proposta visual.

A partir dessa imersão, o *redesign* buscou traduzir a dualidade entre a fragilidade da vida do paciente e a crueza da morte, conforme apresentado no *moodboard*. Seu conceito foi baseado em obras de design gráfico experimentais e da cultura *punk*, com forte presença de texturas, tipografias distorcidas e ilustrações bastante expressivas, com a pretensão da diagramação atuar como uma extensão da narrativa do álbum.

Figura 79: *Moodboard* do projeto



Fonte: Autor (2025).

Criatividade: Com as informações organizadas e conceito definido, iniciou-se a etapa da criatividade, onde são geradas as ideias e rascunhados os elementos a serem

selecionados para a etapa final. Para sua realização, foram realizados esboços visuais inspirados nas referências anteriores, buscando, em seus elementos, transparecer o impacto e ruído presente nas faixas musicais.

Figura 80: Esboços iniciais



Fonte: Autor (2025).

Figura 81: Esboços iniciais



Fonte: Autor (2025).

Entre os rascunhos elaborados, foi selecionada a ideia que possui como destaque principal o trabalho tipográfico. Para isso, foi desenvolvido um *lettering* com o título do álbum, de forma que apresentasse em seus traços marcados a ideia de urgência e raiva. A construção do *lettering* buscou utilizar a Desconstrução Linguística, com formas distorcidas

e irregulares, remetendo tanto ao conceito sentimental quanto às referências visuais de estética experimental e cultura *punk*. Além da tipografia, foram elaborados elementos gráficos para compor o *layout* da capa. A forma na cor vermelha com traços pontiagudos em união à forma de lágrima busca enfatizar, além da composição visual, a narrativa do álbum e o conceito escolhido, refletindo tanto em suas cores quanto nos formatos, os sentimentos de raiva e frustração.

Com o *lettering* da capa pronto, iniciou-se testes de cores e de *layout* dos demais elementos. A paleta de cores selecionada contou com um total de quatro cores distintas que foram trabalhadas em todo o material, sendo elas tons de branco, preto, vermelho e cinza azulado. As cores foram pensadas para compor a narrativa de forma harmoniosa, representando em suas nuances a melancolia e agressividade do álbum.

Figura 82: Paleta de cores



Fonte: Autor (2025).

O desenvolvimento da contracapa contou com a utilização de abordagens não estruturais, onde foram experimentadas diferentes ideias até chegar no resultado desejado. Sua composição foi, inicialmente, encaixada em um conjunto de módulos sobrepostos e subdivididos (Figura 83), mas a ideia foi descartada ao longo do processo, sendo substituída pelo uso da Composição Óptica Espontânea, abordagem organizativa que se consolida, principalmente, na hierarquia de informações. Nesse sentido, as faixas foram dispostas em torno de um *grid* modular e hierarquizadas a partir das músicas de maiores destaques (Figura 84), e, posteriormente, foram adicionados outros elementos gráficos sobrepostos à tipografia

e ao fundo. A fonte tipográfica utilizada foi a *League Gothic*, escolhida pela semelhança de pesos e forma base do *lettering* da capa, mas com o diferencial da boa legibilidade para textos menores.

Figura 83: Protótipos iniciais



Fonte: Autor (2025).

Figura 84: *Layout* da contracapa



Fonte: Autor (2025).

Em seguida, desenvolveu-se a página interior do encarte, material que contém, comumente, as letras e créditos das faixas presentes no CD, sendo escolhida para

exemplificar seu design a sexta faixa do álbum, “*I Don’t Love You*” (Figura 85). O *layout* foi elaborado utilizando como base um *grid* de duas colunas e Desconstrução Linguística no refrão final da letra. A desconstrução foi inspirada na forma em que é cantada a melodia da música, destacando os momentos de maior impacto sonoro. Além disso, a fim de somar à narrativa da música e a estética do projeto, detalhes ilustrados e riscados foram adicionados ao *layout*. As tipografias utilizadas na página foram a *League Gothic*, para o título, e, para os demais textos, a *PT Serif*, pela sua maior legibilidade em textos corridos e de proporção menor.

Figura 85: *Layout* da página do encarte



Fonte: Autor (2025).

Figura 86: Famílias tipográficas utilizadas



Fonte: Autor (2025).

Os demais componentes do encarte, como bolacha e versos, foram desenvolvidos através de aplicações dos elementos já existentes, a fim de atingir uma maior unidade visual.

Figura 87: Verso da contracapa



Fonte: Autor (2025).

Figura 88: Verso da capa



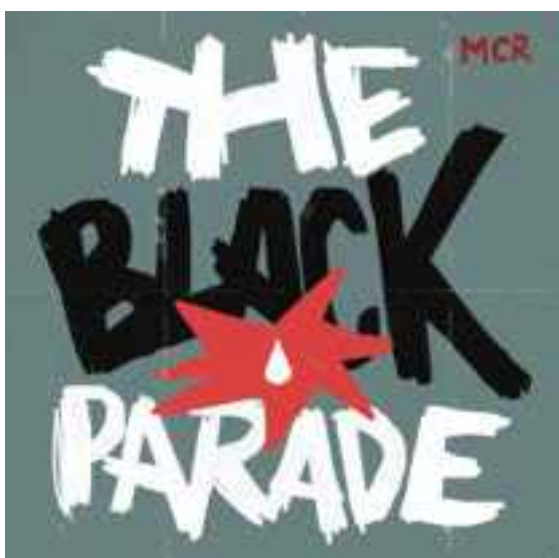
Fonte: Autor (2025).

Figura 89: Bolacha



Fonte: Autor (2025).

Solução: Após os testes e refinamentos dos *layouts*, selecionaram-se as melhores propostas a fim de chegar à solução final do projeto. Além dos materiais planejados, foram desenvolvidos *mockups* para que fosse possível conferir tangibilidade ao encarte, permitindo uma visualização mais realista de seu resultado final.

Figura 90: Capa *The Black Parade*

Fonte: Autor (2025).

Figura 91: Contracapa *The Black Parade*

Fonte: Autor (2025).

Figura 92: Página do encarte



Fonte: Autor (2025).

Figura 93: Mockup da capa em CD



Fonte: Autor (2025).

Figura 94: *Mockup* da contracapa em CD



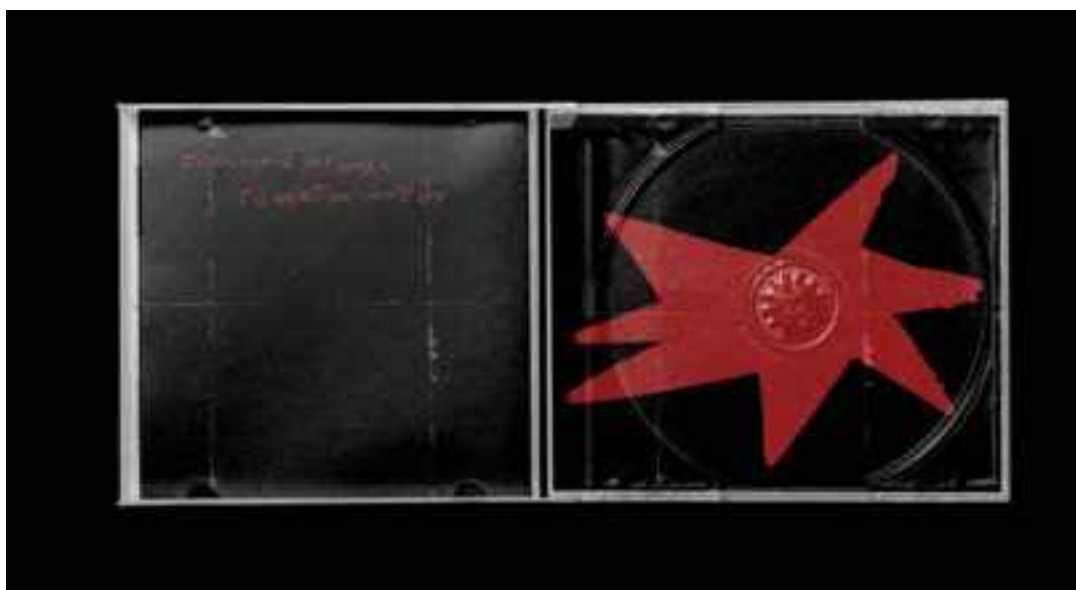
Fonte: Autor (2025).

Figura 95: *Mockup* dos versos, encarte e bolacha em CD



Fonte: Autor (2025).

Figura 96: *Mockup* dos versos em CD



Fonte: Autor (2025).

Figura 97: *Mockup* em vinil



Fonte: Autor (2025).

Figura 98: *Mockup do Spotify*

Fonte: Autor (2025).

Considerações sobre o projeto

O projeto de *redesign* do álbum representou um dos primeiros contatos da turma com o Design Editorial, sendo fundamental para a expansão das habilidades projetuais. O desenvolvimento desse projeto permitiu uma imersão no mundo do editorial mais experimental, sendo essencial para a compreensão de como a organização visual pode reforçar a narrativa de uma obra de diferentes tipos de mídias.

A criação do projeto demandou uma análise profunda a fim de identificar os conceitos mais pertinentes à problemática do trabalho, possibilitando a gestão de *layouts* mais complexos e experimentais, transitando entre criatividade e conceito técnico. O projeto final trouxe resultados bastante satisfatórios, evidenciando de forma significativa o avanço na maturidade projetual e domínio das ferramentas e conceitos editoriais.

3.5. Capa da Meio Pixel ed. 27 - Projeto Editorial

Figura 99: Capa da Meio Pixel n°27



Fonte: Autor (2025).

Categoria: Design Editorial.

Equipe: Raíssa Souza, Ana Clara Rocha, Ana Letícia Pereira, Caio Monteiro, Danilo Figueiredo, Samuel Fernandes.

Ano: 2025

Disciplina: Design Editorial.

Método: Bruno Munari (2002).

Professor: Turla Alquete.

Como tradição da disciplina de Design Editorial, foi demandada pela docente a criação da edição de número vinte e sete da revista do curso de Design Gráfico do IFPB, a Meio Pixel. O projeto fundamentou-se no conceito de economia solidária, temática central trabalhada no período, buscando traduzir visualmente as ideias de cooperação e

sustentabilidade através de uma diagramação bem desenvolvida. Para sua elaboração, foi utilizada a metodologia de Bruno Munari (2002), adaptada em um total de quatro etapas a partir de sua estruturação original, com o objetivo de sintetizá-las para atingir um resultado mais eficaz para o projeto.

Figura 100: Etapas adaptadas da metodologia adaptada de Munari (2002)



Fonte: Autor, adaptado de Munari (2002).

Definição do problema: De maneira geral, o trabalho consistiu no desenvolvimento de um projeto editorial de revista, seguindo a tradição das turmas anteriores de elaborar as respectivas edições da revista de design gráfico, Meio Pixel, dessa vez utilizando o eixo temático de economia solidária, modelo econômico baseado principalmente na cooperação, autogestão e sustentabilidade.

Diante da extensão do projeto, a turma foi dividida em diferentes grupos que ficaram responsáveis por determinadas funções. O grupo ficou responsável, principalmente, pelo desenvolvimento do logo e capa da revista, seguindo o conceito pré-estabelecido pela turma.

Figura 101: Exemplos de edições anteriores



Fonte: Acervo da revista.

Coleta e análise de dados: Para dar início ao projeto, realizou-se uma pesquisa visual com toda a turma para alinhar as ideias e chegar a um consenso. A pesquisa trouxe como resultado final uma estética artesanal, feita à mão e que reforça a ideia da coletividade, com um paleta de cores vibrante e tipografias de caráter vernacular⁴. Quanto às características editoriais, definiu-se o formato da revista como quadrado e a diagramação seguindo um *grid* de seis colunas, além da possibilidade de desconstrução em determinadas páginas.

Figura 102: Quadro de conceito geral definido na reunião



Fonte: Autor (2025).

Logo após a definição do conceito geral, foi desenvolvido por um dos grupos o espelho da diagramação, determinando elementos importantes para manter a padronização da revista, como grafismos, tipografias e paleta de cores definitiva. As tipografias foram selecionadas para traduzir o conceito anteriormente definido de forma autêntica, mas, ainda legível. A tipografia *display*, *Ruina*, é uma fonte marcante e texturizada escolhida para os títulos, e a secundária, *Source Sans*, uma fonte simples e legível direcionada aos demais textos da revista (Figura 103). Seu conjunto cromático conta com um total de quatro cores vibrantes que refletem a energia e a força da coletividade, além de uma harmonia que garante contraste em sua utilização.

⁴ A estética vernacular “sugere a existência de linguagens visuais e idiomas locais, que remetem a diferentes culturas” (Dones, 2016), ou seja, no campo do design, pode ser apresentado através de soluções gráficas ligadas às produções locais de um povo.

Figura 103: Tipografias definidas



Fonte: Autor (2025).

Figura 104: Paleta de cores



Fonte: Autor (2025).

Os grafismos da revista seguiram, principalmente, a estética de colagem, com bastantes texturas de papel, outros materiais e sobreposições, traduzindo de forma visual a beleza das obras feitas à mão. Esse conceito estético serviu como base para o desenvolvimento dos elementos da capa e marca, desenvolvendo-se, inicialmente, um painel semântico (Figura 105) com referências de ideias semelhantes para possibilitar um maior alinhamento visual com o conceito da turma.

Figura 105: Painel Semântico



Fonte: Autor (2025).

O painel conta com um conjunto de referências visuais de texturas, ilustrações, técnicas e tipografia, auxiliando a identificar estilos e estética a serem seguidos. As imagens apresentam um contraste entre o artesanal e o urbano, podendo ser observado nas imagens de trabalhos manuais e de arte de rua, respectivamente.

Criatividade: Após a fase de imersão e análise dos dados, iniciou-se a concretização do logo e capa. O logotipo utiliza uma junção da técnica de colagem unida à uma tipografia *display*, buscando um equilíbrio entre as mídias exploradas no conceito estético da revista. O uso dos dois elementos gráficos confere versatilidade e personalidade à marca, garantindo uma identidade de destaque que combina com a autenticidade natural da revista.

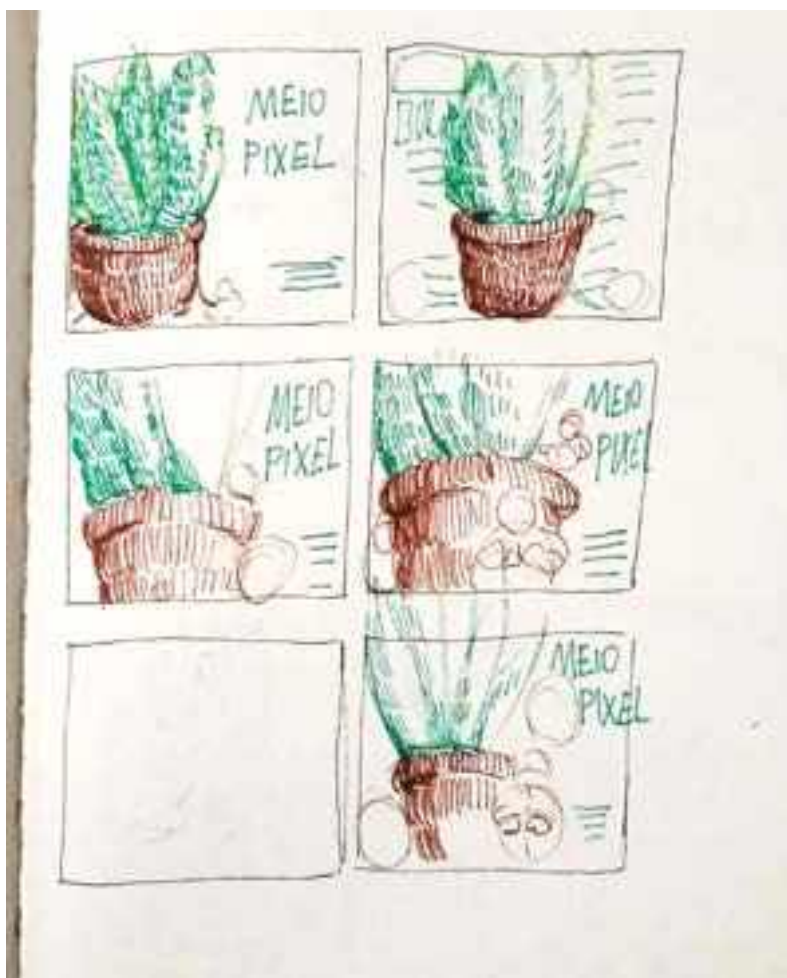
Figura 106: Testes de logotipo



Fonte: Autor (2025).

Após as explorações iniciais do logotipo, o projeto avançou para a construção da capa da revista, buscando traduzir visualmente os conceitos coletividade e sustentabilidade, inerentes ao modelo de economia solidária. Durante a etapa de rascunhos, a narrativa visual foi, principalmente, focada na interação entre personagens e na representação da espada-de-são-jorge. A planta foi escolhida por possuir forte simbolismo de força e resiliência, elementos essenciais para exercer as práticas solidárias e de apoio.

Figura 107: Rascunhos iniciais de capa



Fonte: Medeiros (2025).

Para a elaboração do elemento central da capa, foram exploradas diferentes possibilidades de estilos e de execução da figura, como por ilustração digital até modelagem 3D através do *software Blender* (Figura 108). Nessa etapa, testaram-se texturas, cores e composições até que fosse atingido o melhor resultado na perspectiva da maioria dos grupos, selecionando-se, ao fim, o esboço de ilustração 2D que trabalharia o grupo de personagens ao redor da planta (Figura 110).

Figura 108: Teste em 3D



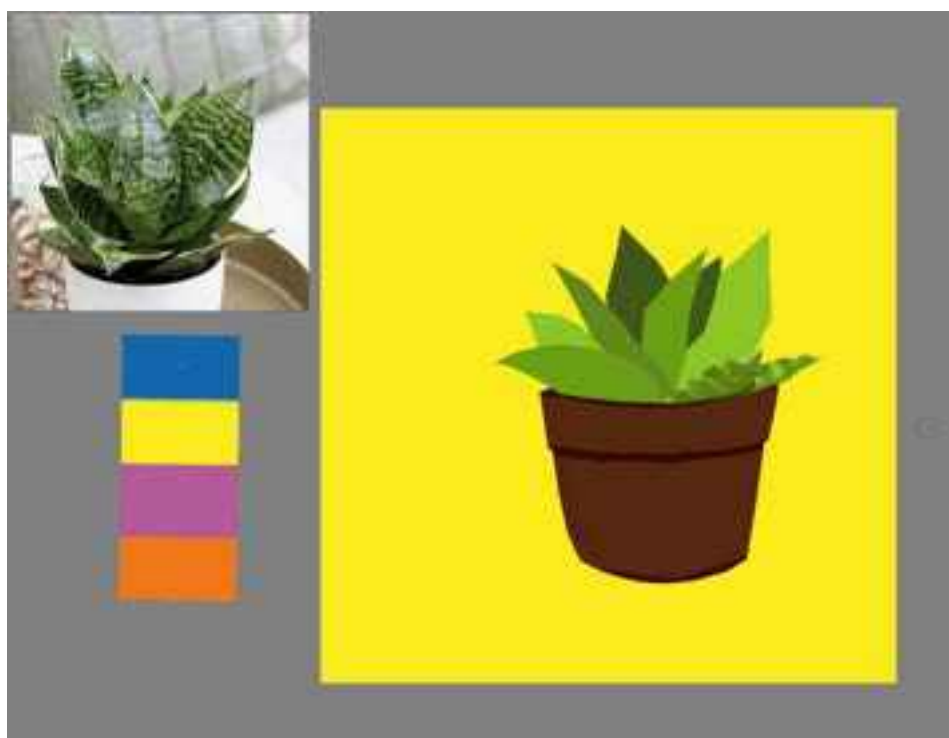
Fonte: Fernandes (2025).

Figura 109: Rascunho de ilustração um



Fonte: Medeiros (2025).

Figura 110: Rascunho de ilustração dois



Fonte: Autor (2025).

Após a aprovação do rascunho, deu-se andamento na sua finalização, refinando os detalhes de maneira que combinasse com a estética desenvolvida para a revista. A ideia foi

trazer na ilustração um *storytelling*⁵ em que um grupo de personagens, em colaboração, constroem a planta espada-de-são-jorge, comunicando de maneira visual os princípios da economia solidária explorados na revista. A ilustração conta com traços irregulares e texturas que simulam lápis de cor e colagem, passando a ideia de uma produção tradicional feita à mão.

Figura 111: Ilustração finalizada



Fonte: Autor (2025).

Com a ilustração finalizada, iniciou-se o processo de definição do *layout* da capa, onde foram distribuídos os elementos de forma eficaz para chamar a atenção do leitor. Inicialmente, realizaram-se testes onde a composição contou com os grafismos mais livres pelo *layout*, aplicando-os com inclinações e cores simples, conferindo dinamismo aos elementos adicionados (Figura 112).

⁵ *Storytelling*, no português “Contar histórias”, é um conceito comunicacional e estratégico que pode ser definido como uma forma de estruturar dados de uma maneira experienciável, oferecendo possibilidades de aprimorar a criação de uma narrativa. (Melo, Bruno F. et. al, 2025).

Figura 112: *Layouts* iniciais

Fonte: Autor (2025).

No entanto, a ideia anterior foi posteriormente descartada pela falta de interação entre os elementos, sendo substituída pela união da utilização dos grafismos da revista com os elementos exclusivos da capa, aplicando a ilustração em um quadro central que trouxe destaque e possibilitou uma melhor organização dos outros elementos, sendo empregados seguindo as guias ao redor do quadrado.

Realizaram-se diversos testes que contaram com diferenciações de cor, planos, composições e grafismos, até que fosse possível atingir o resultado que seguisse o planejamento de maneira mais eficiente.

Figura 113: Testes de *layout*

Fonte: Autor (2025).

Solução: A realização dos testes do logo e da capa auxiliou o grupo a atingir o resultado final e a aprovação da maioria da turma. O logo contou com duas versões semelhantes, porém com cores distintas, para possibilitar a aplicação em fundos claros e escuros. A tipografia selecionada, a *Londrina Solid*, conta com o formato bold e uma leve textura que remete ao artesanal, conectando-se ao conceito geral da revista.

Figura 114: Aplicação do logo em diferentes fundos



Fonte: Autor (2025).

A capa escolhida apresenta a ilustração como elemento central e não limitada à moldura, que contou com uma padronagem desenvolvida com um dos grafismos da revista disponibilizados. Utilizou-se recursos gráficos como escala e cores para determinar os elementos de foco, distribuindo-o entre a marca, ilustração e matérias da revista. Além disso, realizou-se a aplicação da textura de papel em opacidade moderada, mantendo a padronização com os objetos do interior da revista.

Figura 115: Capa finalizada



Fonte: Autor (2025).

Com o objetivo de conferir tangibilidade ao resultado final da revista, desenvolveram-se *mockups* que permitiram uma melhor visualização de sua possível forma impressa.

Figura 116: *Mockup* da capa e matéria



Fonte: Autor (2025).

Figura 117: *Mockup* da capa



Fonte: Autor (2025).

Considerações sobre o projeto

O projeto da edição vinte e sete da revista Meio Pixel contou com um dos primeiros contatos da turma com o design editorial de revistas. O trabalho foi completo, indo da capa até as pesquisas para as matérias da parte interior, resultando em um projeto bem fundamentado e com a possibilidade de publicação. Um dos maiores desafios foi lidar com as diferentes perspectivas de toda a turma e chegar num consenso geral, sendo um projeto essencial para o desenvolvimento da habilidade de trabalhar em grupos extensos e da absorção de críticas construtivas.

Ao fim, apesar das dificuldades, o projeto finalizado trouxe resultados bastante satisfatórios e ideais para as necessidades da revista, apresentando-se como um projeto visualmente bonito e bem estruturado.

3.6. Carmilla: A Vampira de Karnstein - Projeto Editorial

Figura 118: Livro “Carmilla”



Fonte: Autor (2025).

Categoria: Design Editorial.

Equipe: Raíssa Souza, Ana Clara Rocha, Ana Letícia Pereira.

Ano: 2025

Disciplina: Design Editorial.

Método: Bruno Munari (2002).

Professor: Turla Alquete.

Para a avaliação final da disciplina de Design Editorial, foi proposta pela docente a realização de um projeto editorial de design de um livro com temática livre. Para isso, foi selecionado pelo grupo o livro de literatura gótica “Carmilla: A Vampira de Karnstein”, do autor Sheridan Le Fanu. O projeto teve como objetivo possibilitar a prática dos conceitos estudados em sala, além de proporcionar a experiência de organização e fechamento de arquivos para impressão. Como base para o desenvolvimento do projeto, foi utilizada a metodologia generalista de Bruno Munari (2002), com etapas adaptadas para a melhor execução do projeto.

Figura 119: Etapas adaptadas da metodologia de Munari (2002)



Fonte: Autor, adaptado de Munari (2002).

Definição do problema: O projeto consistiu na criação editorial e da diagramação do livro “Carmilla: A Vampira de Karnstein” de Sheridan Le Fanu. Dentre os critérios para sua execução, estavam elementos básicos desse tipo de material, como as capas, folha de rosto, sumário, colofão e, no mínimo, um capítulo completo; tudo utilizando como *software* principal o *Adobe InDesign*, podendo também utilizar outros programas para auxílio na criação de gráficos pontuais.

Coleta e análise de dados: Após a seleção do livro e definição dos critérios do trabalho, foi realizada a leitura do livro para ser possível entender e alinhar o design à sua narrativa. “Carmilla” é uma das primeiras obras modernas com teor vampírico, considerada inovadora na literatura inglesa, de acordo com Souza e Souza (2018). A história é um clássico da literatura gótica, estilo literário caracterizado pela essência relacionada ao sobrenatural e sombrio, com elementos que desafiam a razão científica e social de diferentes períodos históricos (Souza; Souza, 2018). O romance foi publicado em 1872 na revista literária *The Dark Blue*, antecedendo o clássico “Drácula” em 26 anos.

O enredo acompanha a jovem Laura, que vive em um castelo isolado na Estíria vitoriana, onde conhece e desenvolve uma relação intensa com a misteriosa Carmilla, a cativante moça de longos cabelos negros. Ao longo da trama são relatadas diferentes situações estranhas, aparições de seres sobrenaturais e mortes misteriosas desde a chegada da jovem ao castelo. O livro possui uma atmosfera gótica e sensual, com um toque feminino e subtexto *queer*⁶ que serviram como principais inspirações para o desenvolvimento dos elementos gráficos do livro.

⁶ A palavra *queer* é um termo ressignificado politicamente e atualmente utilizado, principalmente, de maneira identitária pela comunidade LGBTQIAPN+, principalmente através do desenvolvimento da Teoria *Queer* desde os anos 90. (Campo, Louise da, 2023)

Figura 121: Paleta de cores



Fonte: Autor (2025).

Em seguida, iniciou-se a criação da capa e demais elementos externos do livro (Figuras 122 e 123). A ideia principal foi destacar as principais características da personagem Carmilla, atributos mencionados de forma recorrente no livro, como a sua pele pálida, seus longos cabelos negros e seu par de caninos afiados. A maneira em que suas características foram trabalhadas no design teve o objetivo de aguçar a curiosidade do leitor e transparecer a aura de mistério da personagem.

Figura 122: Rascunhos iniciais



Fonte: Autor (2025).

Figura 123: Rascunhos da capa



Fonte: Autor (2025).

Concluída a fase de estudos, procedeu-se à finalização da ilustração da capa do projeto, elaborada utilizando nanquim para criar um contraste maior entre luz e sombra, inspirada, principalmente, nas referências apresentadas anteriormente no *moodboard*. A composição foi estrategicamente pensada para ocupar o plano de fundo em larga escala, conferindo continuidade em ambas as capas do livro.

Figura 124: Ilustração da capa



Fonte: Autor (2025).

Logo após, com a ilustração pronta, iniciaram-se os testes de tipografia e composição da capa até chegar ao resultado mais satisfatório. As tipografias selecionadas para a capa foram a *Cormorant Garamond* e a *Tangerine* (Figura 125), para o autor e subtítulo, e título, respectivamente. A *Cormorant Garamond* foi escolhida pelo seu ar mais clássico e elegante, casando com a estética abordada no conteúdo do livro. Já a tipografia *Tangerine* foi selecionada pela sua forma caligráfica, arredondada e elegante, trazendo o lado mais romântico e feminino do conto, refletindo em suas formas a relação entre as duas protagonistas.

Para a contracapa, onde há a sinopse, foi utilizada a tipografia *Crimson Text*, selecionada pela sua melhor legibilidade em textos mais longos. Além disso, foi adicionada uma pequena ilustração original de flor para compor a contracapa.

Figura 125: Tipografias utilizadas



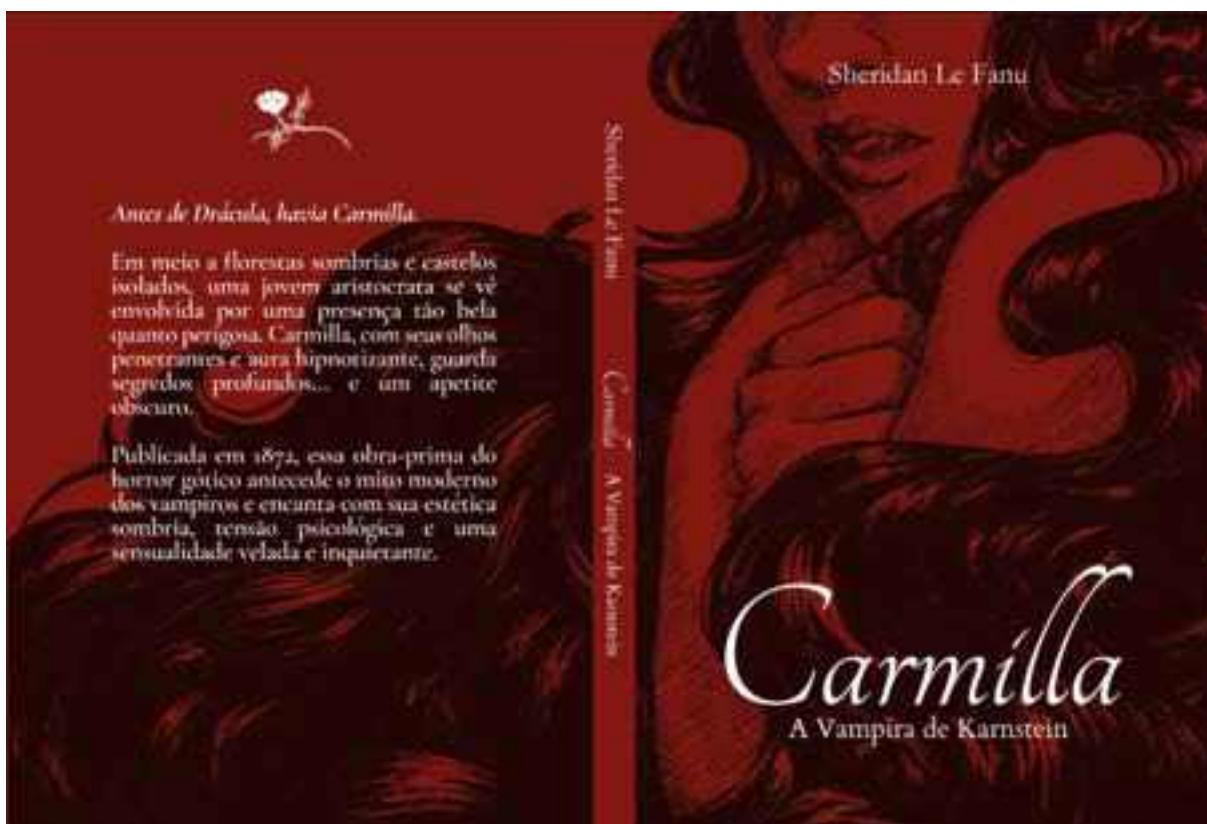
Fonte: Autor (2025).

Figura 126: Testes de tipografia



Fonte: Autor (2025).

Figura 127: Capas finalizadas



Fonte: Autor (2025).

Partindo para a elaboração do miolo do livro, foram desenvolvidos os elementos comuns em uma diagramação literária, como folha de rosto e sumário. A diagramação desta etapa iniciou-se nos versos, no qual foi utilizada uma textura de líquido nas cores preto e vermelho, referenciando aos momentos finais do livro, onde Carmilla é encontrada disposta sobre sangue em um túmulo.

Figura 128: Versos



Fonte: Autor (2025).

Os capítulos foram pensados para se apresentarem de forma mais clássica, utilizando pequenas ilustrações relacionadas à história e letras capitulares⁷ em suas aberturas, além da utilização da cor vermelha em alguns elementos da diagramação, a fim de destacar informações e, também, trazer um maior zelo estético ao livro. Grande parte das ideias foram utilizadas no material final, com exceção do uso de arabescos e ilustrações nos cantos superiores das aberturas de capítulos, que posteriormente foram descartados.

⁷ As letras capitulares são um recurso gráfico utilizado desde o período medieval para marcar o início de uma frase ou texto, conferindo-lhes personalidade e impacto visual. De acordo com Cattani e Denardi (2021), elas apresentam uma grande diversidade de usos, explorando elementos além do aspecto visual da letra em si, mas recursos como escala, texturas, tipografia e posição relativa ao texto, evidenciando sua relevância no projeto gráfico contemporâneo.

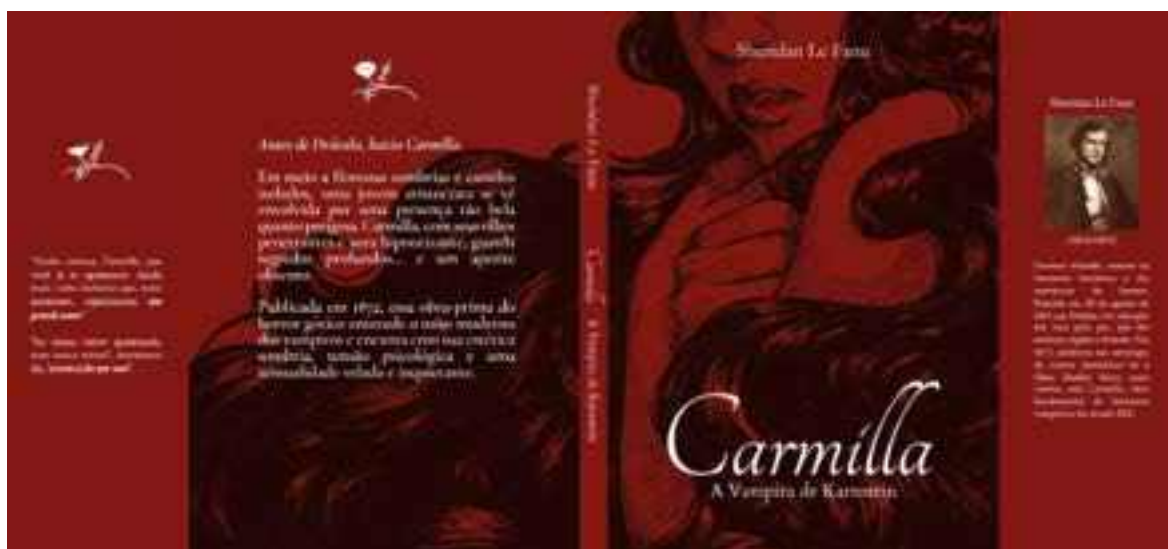
Figura 129: Rascunhos de capítulos



Fonte: Autor (2025).

Solução: Após todos os testes realizados e informações coletadas, desenvolveu-se a solução final do projeto, apresentada através das planificações (Figura 130), *mockups* para melhor visualização e livro físico. Foram desenvolvidas duas versões, sendo uma com capa comum e orelhas, e capa dura. Em ambas as versões, suas dimensões foram em tamanho A5 e quarenta e duas páginas, com o total de três capítulos diagramados.

Figura 130: Planificação para a capa comum com orelhas



Fonte: Autor (2025).

Figura 131: *Mockup* em capa dura

Fonte: Autor (2025).

Em seguida, no seu interior, foram adicionadas ilustrações nos versos das folha de anterosto (Figura 132), folha de rosto (Figura 133) e sumário (Figura 134). As pequenas ilustrações são inspiradas no conteúdo e estética do livro, sendo uma a representação de uma criatura semelhante a um morcego, e a outra ramos de flores com espinhos, simbolizando a feminilidade e a crueza do conto.

Figura 132: *Mockup* dos versos



Fonte: Autor (2025).

Figura 133: *Mockup* da folha de rosto



Fonte: Autor (2025).

Figura 134: *Mockup* do sumário

Fonte: Autor (2025).

Nas aberturas de capítulos (Figura 135), utilizaram-se ilustrações da publicação original do livro aplicadas em fundo vermelho, além de uma breve descrição sobre o artista da obra e o ano da sua publicação. Além disso, a cor vermelha foi utilizada também na paginação, marcador superior com o título do livro e nos números e títulos dos respectivos capítulos, de forma que se diferencie dos demais elementos do texto corrido. Também nas aberturas de capítulo, foram utilizadas as ilustrações anteriores de forma semelhante a arabescos para compor a diagramação das páginas. As capitulares foram inseridas, também na cor vermelha, a fim de trazer uma maior sofisticação e sobriedade à estética geral escolhida.

Figura 135: Capítulo dois



Fonte: Autor (2025).

Figura 136: Mockup do capítulo dois



Fonte: Autor (2025).

Considerações sobre o projeto

O trabalho marcou mais um passo à frente no mundo editorial, sendo o primeiro projeto de editoração de livro seguindo os conceitos e conhecimentos do design editorial. Para esse projeto, foi necessário entender questões como espelhamento das páginas, margens, elementos necessários em um trabalho literário e, principalmente, as habilidades no *software InDesign*, no qual ainda não apresentava muita prática. Lidar com o fechamento do arquivo para impressão foi uma das etapas mais desafiadoras, exigindo conhecimentos de *software* e da capacidade de visualização de projeto, com o máximo de atenção a detalhes para evitar o máximo de erros possíveis.

Ao fim, o projeto apresentou resultados bastante satisfatórios, com apenas pequenas alterações a serem feitas para melhorar o rigor estético do trabalho, como retirar pequenos erros que passaram despercebidos nas ilustrações e melhorar a composição das descrições das figuras de abertura de capítulos.

3.7. UPAE - Sistema de Identidade Visual

Figura 137: Logo aplicada em fotografia



Fonte: Autor (2025).

Categoria: Identidade Visual.

Equipe: Raíssa Souza, Ana Clara Borges.

Ano: 2025

Cliente: Prefeitura de Guarabira.

Método: Maria Luísa Peón (2009).

Durante o estágio na empresa Borges Brands, houve o trabalho de *rebranding* das identidades visuais da cidade de Guarabira, do Estado da Paraíba. Foi desenvolvido um projeto que consistiu no *redesign* da marca da UPAE, a Unidade de Processamento de Alimentos Escolares da cidade de Guarabira. Seu objetivo foi trazer mais vida e aproximação do público com a Unidade, além de ser atualizada com base na marca atual da prefeitura. Para sua concepção foi utilizada a metodologia de criação de identidades visuais de Maria Luísa Peón (2009), aplicando as fases mais pertinentes ao desenvolvimento do projeto.

Figura 138: Etapas da metodologia de María Luisa Peón (2009)



Fonte: Autor, adaptado de Peón (2009).

Problematização: Para o bom desenvolvimento do projeto, realizou-se o seu *briefing* a partir de pesquisas sobre a instituição, auxiliando na concepção da marca conectada aos seus princípios e ideais. A UPAE é a Unidade de Processamento de Alimentação Escolar e desempenha um papel estratégico na Prefeitura de Guarabira, sendo responsável pela produção de cerca de seis mil refeições diárias para os alunos da rede municipal de ensino. A unidade abastece um total de treze creches e vinte e nove escolas, garantindo uma alimentação balanceada e nutritiva para crianças e adolescentes do município.

O estabelecimento possuía como identidade visual apenas um logo simples e desatualizado, com um design que não refletia adequadamente os valores da Unidade. Diante disso, foi proposto pela Prefeitura o *redesign* e atualização da identidade visual da UPAE. Para isso, necessitou-se, principalmente, da modernização e profissionalização do logo anterior, de maneira que destacasse a essência do local e seu compromisso em oferecer os sabores e a segurança necessários para o desenvolvimento saudável dos jovens da cidade.

Figura 139: Logo antiga



Fonte: Acervo da Prefeitura de Guarabira.

Concepção: Para iniciar a etapa visual da identidade, desenvolveu-se, primeiramente,

um *moodboard* com referências estéticas e gráficas relacionadas ao projeto (Figura 140). A ideia geral foi elaborar, com formas modernas, uma identidade que transmitisse o frescor de uma alimentação saudável feita com compromisso, com cores vívidas e formas orgânicas. Além disso, também foram coletadas referências para a criação de uma personagem que representasse a marca, oferecendo mais personalidade e aproximando o público ao trabalho da unidade.

Figura 140: *Moodboard*



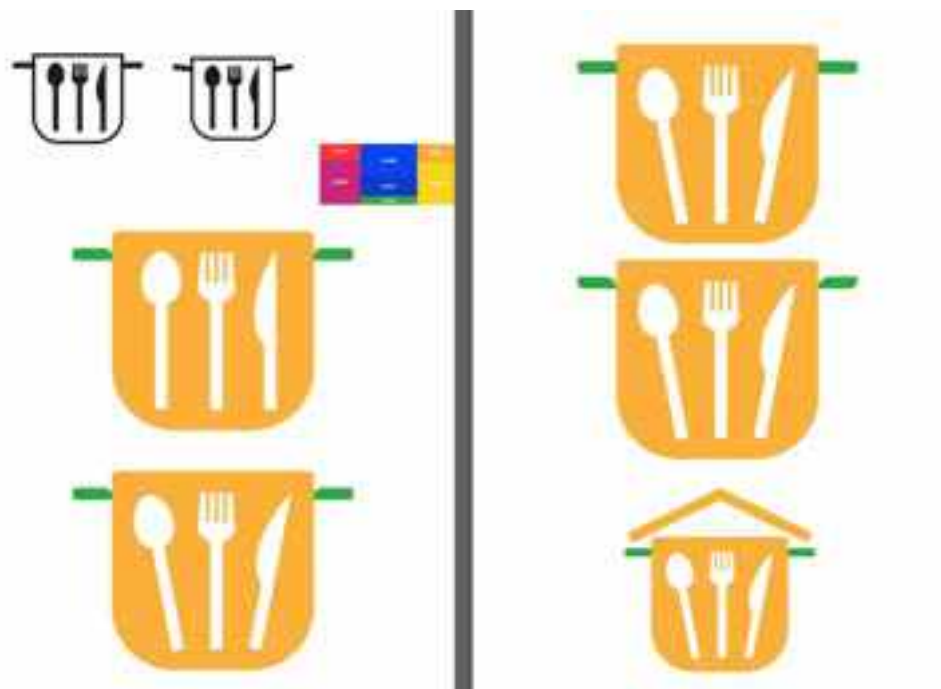
Fonte: Autor (2025).

A partir da coleta de referências visuais, iniciou-se a etapa de rascunhos da nova identidade. Para a sua concepção, identificou-se os principais elementos do logo anterior, a fim de sistematizá-los de maneira moderna, sem perder a essência da ideia inicial. Inicialmente, preservaram-se as representações da panela e dos talheres (Figura 141), agora redesenhados de forma simplificada e atual, sendo testada tanto com linhas aparentes, quanto em forma vazada.

Na sequência, experimentaram-se diferentes possibilidades e composições para os elementos centrais e as hastes. Optou-se pela solução final em ângulos levemente inclinados, concebendo mais dinamismo à marca e afastando-se da rigidez do logo anterior.

Ao final, adicionou-se em sua parte superior uma referência ao gráfico de casa que circulava o logo anterior, aplicada de forma sutil e proporcional, transmitindo em seu simbolismo os valores de acolhimento e o compromisso institucional com a alimentação infantil.

Figura 141: Rascunhos iniciais



Fonte: Autor (2025).

Em seguida, foram selecionadas as cores a serem utilizadas no projeto. A paleta foi desenvolvida, principalmente, a partir do conjunto já disponível na identidade visual da Prefeitura de Guarabira (Figura 142), buscando assegurar que a nova identidade seguisse como uma extensão direta dos serviços assistenciais da cidade.

Dessa maneira, foram selecionadas as cores mais pertinentes ao projeto, de forma que a composição cromática remetesse à diversidade da alimentação e à vitalidade dos ingredientes naturais (Figura 143), resultando na escolha do vermelho, verde, laranja e amarelo. Por fim, foi incorporado o branco para oferecer equilíbrio e legibilidade em determinados pontos.

Figura 142: Paleta de cores da Prefeitura de Guarabira



Fonte: acervo da Prefeitura de Guarabira.

Figura 143: Paleta de cores selecionada



Fonte: Autor (2025).

Após a definição do logo e da paleta de cores, buscou-se uma tipografia que se apresentasse ideal para o compor o logotipo. Para isso, foram pesquisadas fontes simples e sem serifa, que possuísem formas modernas e levemente arredondadas. Diante disso, foram selecionadas, ao fim, as tipografias *Barlow* para a designação e *Signika* para o nome, sendo essa aplicada com pequenas modificações em seus cantos para remeter às verduras em folhas.

Figura 144: Tipografias utilizadas para o logo



Fonte: Autor (2025).

Figura 145: Logotipo principal finalizado



Fonte: Autor (2025).

Para finalizar o desenvolvimento geral da identidade visual, foi elaborado o design da personagem a ser implementada na marca. A ideia foi desenhar uma cozinheira que representasse os funcionários do local, além de ter uma aparência acolhedora e carismática, podendo ser utilizada nos materiais da marca. A ilustração contou com traços estilizados e com as cores baseadas na paleta de cores desenvolvida para o *redesign* da identidade visual.

Figura 146: Rascunho inicial da personagem



Fonte: Autor (2025).

Figura 147: Personagem finalizada



Fonte: Autor (2025).

Especificação: Com os principais materiais desenvolvidos e aprovados, são especificadas suas possibilidades de aplicações e particularidades. Nos materiais que possuem texto, deve ser usada as tipografias disponíveis na identidade visual da própria prefeitura, sendo elas a *Heading Now* para títulos e *Neulis* para textos.

Figura 148: Tipografias secundárias



Fonte: Autor (2025).

Para a paleta de cores, foram especificados os códigos cromáticos de cada uma nos formatos de HEX e RGB para telas digitais e CMYK para materiais impressos.

Figura 149: Paleta de cores



Fonte: Autor (2025).

O logo possui característica de imagotipo, ou seja, o símbolo e tipografia podem ser utilizados tanto juntos quanto separados. Além disso, sua versão com nome e designação possui os formatos horizontal e vertical. Sua versão colorida deve ser aplicada em fundos brancos ou muito claros, e em qualquer cor de fundo além dessas deve ser empregado o logo inteiramente na cor branca, contanto que esteja bem visível e legível.

Figura 150: Exemplos de aplicação do logo



Fonte: Autor (2025).

Em seguida, a ilustração da personagem pode ser utilizada em diferentes materiais da marca, podendo haver composições com logo, texto e padronagens de cor. Destacou-se também a sua possibilidade de aplicação em diferentes tons de fundo, desde que haja a boa visualização da ilustração no espaço.

Figura 151: Exemplo de aplicação da personagem



Fonte: Autor (2025).

Figura 152: Exemplo de aplicação da personagem em fundo colorido



Fonte: Autor (2025).

Ao fim, foram sugeridas as possibilidades de aplicação da identidade visual em diferentes meios pertinentes à marca, como em aventais, crachás e blocos de anotações, permitindo uma visualização mais realista de seu resultado final.

Figura 153: *Mockup* de bloco de anotações



Fonte: Autor (2025).

Figura 154: *Mockup* de avental



Fonte: Autor (2025).

Figura 155: *Mockup* de crachás

Fonte: Autor (2025).

Considerações sobre o projeto

O projeto marcou um dos primeiros trabalhos profissionais desenvolvidos para a Prefeitura de Guarabira durante seu período de *rebranding*, sendo essencial para a possibilidade de aplicação dos conhecimentos adquiridos durante o curso de Design Gráfico. O trabalho demandou habilidades para com o desenvolvimento de identidades visuais e ilustração, demonstrando as possibilidades de uso do design em um projeto institucional com compromisso social.

Finalizado, o projeto apresentou em suas características um desempenho adequado às expectativas da Prefeitura, sendo aprovado e implementado na instituição. Do ponto de vista do design, o projeto foi simples mas desenvolvido com elementos modernizados e funcionais entre si.

3.8. Festa das Debutantes 2025 - Sistema de Identidade Visual

Figura 156: Aplicação do logo em fotografia



Fonte: Autor (2025).

Categoria: Identidade Visual.

Equipe: Raíssa Souza, Ana Clara Borges.

Ano: 2025

Cliente: Prefeitura de Guarabira.

Método: Alina Wheeler (2019).

O projeto foi desenvolvido durante a participação no estágio na empresa Borges Brands, onde foi contratado para criar um projeto de design para a edição do ano de 2025 da Festa das Debutantes, evento promovido por meio da Secretaria de Educação da Prefeitura de Guarabira. Para a sua realização, foi criada a identidade visual do evento que celebra a passagem cultural para uma nova fase da vida das jovens meninas da cidade. O projeto foi idealizado utilizando como base a metodologia de Alina Wheeler (2019), aplicando de forma adaptada suas quatro primeiras etapas, alcançando os resultados de maneira mais pertinente ao sistema.

Figura 157: Etapas adaptadas da metodologia de Wheeler (2019)



Fonte: Autor, adaptado de Wheeler (2019).

Condução da pesquisa: Buscando melhor compreender as necessidades do projeto, foi feita uma pesquisa sobre o evento e suas edições anteriores em sites e matérias da cidade. O projeto social “Festa das Debutantes” é uma iniciativa anual desenvolvida pela Secretaria de Educação da Prefeitura de Guarabira que acontece desde o ano de 2019. O evento busca viabilizar a celebração dos quinze anos das jovens estudantes da rede municipal de ensino, contando com a presença das autoridades locais, banda musical, entrega de rosas e a conhecida valsa das debutantes, sendo cuidadosamente preparado para proporcionar um momento único em suas vidas.

Figura 158: Participantes da Festa das Debutantes 2025



Fonte: Prefeitura de Guarabira (2025).

Esclarecimento de estratégia: A concepção do projeto foi estruturada para harmonizar a elegância característica de celebrações de debutantes usuais à estética de feminilidade moderna e jovial, o que também serviu como base para seu público alvo. Portanto, com esse objetivo, desenvolveu-se um *moodboard* que retrata de maneira visual o conceito esperado, reunindo referências de traços finos, formas orgânicas, figuras florais e molduras, além de uma seleção de cores leves e rosadas, conferindo unidade visual entre os elementos.

Figura 159: *Moodboard*



Fonte: Autor (2025).

Na sequência, foram definidos pela Prefeitura os principais meios a ser aplicada a identidade visual, sendo eles os materiais impressos, ou seja, a papelaria para divulgação e organização do evento, como convites, senhas e adesivos.

Design de Identidade: Para iniciar a etapa de concepção da identidade visual, foi elaborada, primeiramente, a paleta de cores do projeto. O conjunto monocromático foi desenvolvido, principalmente, com base nas referências visuais apresentadas anteriormente, portanto, foram utilizados tons de rosa e bege. O conceito teve como o objetivo comunicar de maneira visual a ideia da feminilidade e encanto, elementos recorrentemente lembrados quando a cor rosa é abordada.

Figura 160: Paleta de cores



Fonte: Autor (2025).

Em seguida, foram definidas as tipografias a serem utilizadas nos materiais do projeto. Para o logo e títulos, foram inicialmente testadas diferentes tipografias que transmitissem a sofisticação esperada para a identidade visual. A ideia inicial foi utilizar tipografias curvas e caligráficas clássicas, em conjunto com uma fonte serifada e de médio contraste. Entretanto, a ideia foi substituída pela aplicação da tipografia *Fleur* (Figura 162), fonte serifada de traços finos e leves curvas, comunicando a mensagem ideal para a identidade visual.

Figura 161: Testes de tipografia



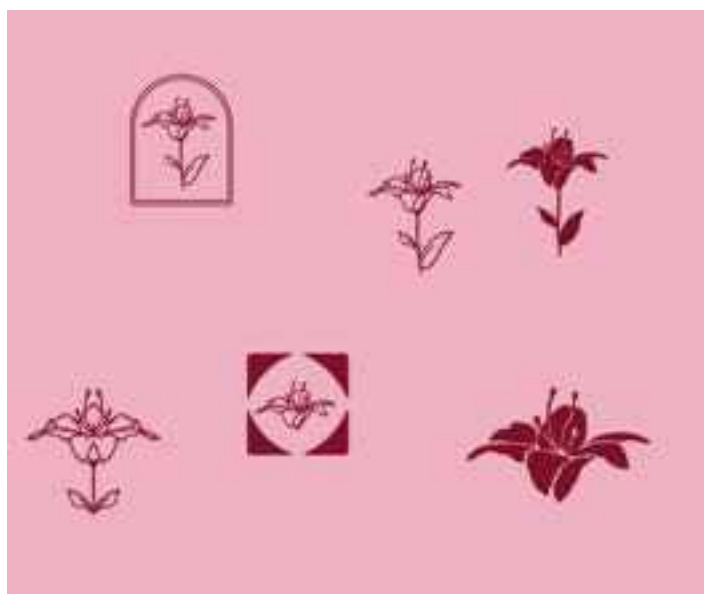
Fonte: Autor (2025).

Figura 162: Versões com a tipografia *Fleur*

Fonte: Autor (2025).

Logo após, iniciou-se a etapa de design do símbolo da marca, desenvolvido como uma ilustração estilizada de um lírio, flor conhecida por representar delicadeza e juventude. Durante o processo, foram exploradas distintas composições (Figura 163), selecionando-se sua versão simetricamente espelhada aplicada no interior de uma moldura, reforçando a estética elegante e clássica do projeto. Além de sua função como base do símbolo, a ilustração original foi utilizada para o desenvolvimento de padronagens de fundo (Figura 164), auxiliando na composição e garantindo unidade visual aos materiais gráficos.

Figura 163: Testes de símbolo



Fonte: Autor (2025).

Figura 164: Padronagem ilustrada



Fonte: Autor (2025).

Criação de pontos de contato: Após a definição dos elementos e conceitos, refinou-se a identidade visual a fim de atingir os melhores resultados na entrega e concepção dos materiais. Dessa maneira, primeiramente, foi definido o logo da identidade visual, concebido a partir da junção do símbolo e título tipográfico selecionados anteriormente, chegando à solução ideal para o projeto. Além disso, o símbolo pode ser utilizado de forma única, desde que de fácil visualização.

Figura 165: Logo completa



Fonte: Autor (2025).

Figura 166: Símbolo



Fonte: Autor (2025).

A fim de ser utilizada em textos maiores de maneira que não comprometa a legibilidade, foi selecionada como tipografia secundária a *Raleway*, fonte simples e sem serifa, caracterizada pela extensa família tipográfica, possibilitando a sua diversidade de uso.

Figura 167: Tipografias utilizadas



Fonte: Autor (2025).

Ao final, a identidade visual foi empregada da maneira mais coerente ao projeto, realizando-se *mockups* para possibilitar uma visualização mais precisa dos materiais. Portanto, foram desenvolvidos protótipos de convite e senhas, para serem entregues aos convidados; e adesivos circulares, para serem utilizados nos materiais da festa, cada um seguindo a proposta desenvolvida para a identidade visual e com as informações disponibilizadas pela Prefeitura.

Figura 168: *Mockup* de senha individual



Fonte: Autor (2025).

Figura 169: *Mockup* de convite



Fonte: Autor (2025).

Figura 170: *Mockup* de adesivos

Fonte: Autor (2025).

Considerações sobre o projeto

O desenvolvimento do projeto foi notável para a construção de novos conhecimentos para a designer. Um dos maiores desafios foi lidar com a sua natureza sofisticada e sóbria, âmbito, até então, pouco explorado em outros projetos acadêmicos e profissionais. Finalizado, o projeto foi aprovado e trouxe bons resultados, tanto de forma prática quanto visual. No entanto, é pertinente pequenos ajustes a serem feitos quanto à questão da legibilidade da tipografia do logo a longo alcance, sendo necessário o engrossamento de suas linhas para assim ser possível chegar à solução mais ideal ao sistema de identidade visual.

3.9. 138 Anos de Guarabira - Sistema de Identidade Visual

Figura 171 Aplicação do logo em fotografia



Fonte: Autor (2025).

Categoria: Identidade Visual.

Equipe: Raíssa Souza, Ana Clara Borges.

Ano: 2025

Cliente: Prefeitura de Guarabira.

Método: Alina Wheeler (2019).

Durante o estágio na Borges Brands, com o objetivo de comemorar os cento e vinte e oito anos da cidade de Guarabira, do estado da Paraíba, foi desenvolvido um projeto que sintetiza a herança histórica e cultural da região com uma estética marcante e atualizada. Para isso, desenvolveu-se um sistema de identidade visual, planejado estrategicamente para estampar os materiais publicitários do local em toda a sua época festiva, oferecendo experiência visual e força à celebração. Seu desenvolvimento foi baseado na metodologia para identidades de marca de Alina Wheeler (2019), adaptando suas etapas para os melhores resultados do projeto.

Figura 172: Etapas da metodologia de Wheeler (2019)



Fonte: Autor, adaptado de Wheeler (2019).

Condução da pesquisa: Para ser possível iniciar o desenvolvimento do projeto, foram realizadas pesquisas sobre a celebração e uma breve análise sobre outros projetos de caráter semelhante.

Diante do aniversário de cento e trinta e oito anos da considerada rainha do brejo paraibano, Guarabira, é realizado um planejamento de festividades para comemoração da data tão especial para seus habitantes. Portanto, foi sugerido pela Prefeitura a criação de uma identidade visual para estampar os materiais digitais publicitários da cidade durante o mês de novembro, ou seja, o período de celebração do aniversário da região, caracterizada por sua rica religiosidade e cultura nordestina, sendo famosa, principalmente, pela figura do Frei Damião e pela arte *naïf*⁸.

⁸ A arte *naïf* é uma manifestação artística que era atribuída, principalmente, de forma pejorativa, à artistas de classes baixas e autodidatas, sendo reconhecida somente em meados do século XIX pelos intelectuais europeus. Seu nome, de origem francesa, pode ser traduzido como “ingênuo”, pois a manifestação possui um estilo simplificado que retrata o cotidiano e o imaginário coletivo, sendo constantemente associado à arte popular (Leite; Toneto, 2018).

Figura 173: Fotografia da cidade de Guarabira



Fonte: Acervo da Prefeitura de Guarabira.

Com o objetivo de fundamentar a proposta visual, realizou-se um *benchmarking* (Figura 174), que consistiu na coleta de informações visuais sobre identidades de eventos comemorativos municipais. Essa análise possibilitou a comparação e identificação de padrões visuais recorrentes, direcionando o processo criativo da nova identidade para uma solução equilibrada e funcional.

Com base no painel desenvolvido, notou-se a predominância de diferentes elementos gráficos que auxiliam na comunicação visual dos sistemas de identidade. Nesse sentido, notou-se a utilização de tipografias *display* que alternam entre com e sem serifa, além de cores chamativas e vibrantes. Além disso, padrões geométricos e ilustrações modernizadas de monumentos e características próprias da cidade, como de fauna ou flora, também foram identificados nos materiais. O foco visual segue, de maneira recorrente, na idade a ser comemorada, sendo diferenciada constantemente por escala, tipografia ou cor, garantindo um visual marcante e harmônico.

Figura 174: *Benchmarking*

Fonte: Autor (2025).

Esclarecimento de estratégia: Tomando como base as necessidades da Prefeitura e os padrões identificados a partir do *benchmarking*, estabeleceu-se uma estratégia focada no reconhecimento cultural. Portanto, o sistema foi projetado para incluir variações de um logotipo e a criação de uma padronagem modular com ilustrações personalizadas que remetem às características da cidade, possibilitando sua aplicação em diferentes materiais de comunicação no período designado.

Para guiar a execução do projeto, desenvolveu-se um *moodboard* (Figura 175) que buscou sintetizar a parte visual e conceitual do projeto, contando com imagens da cidade e referências de projetos gráficos. A estética busca equilibrar o regionalismo com a modernidade, trazendo elementos culturais, como o Frei Damião e o logo em faixa, com traços contínuos e limpos. Além disso, o conceito também é notado pelas tonalidades de cores que contam, principalmente, com tons terrosos e amarelados, remetendo ao antigo e tradicional, trazendo um tom nostálgico à marca.

Figura 175: *Moodboard*

Fonte: Autor (2025).

Design de identidade: Após as pesquisas e análises, iniciou-se a etapa de execução prática da identidade da marca. Para isso, primeiramente, iniciou-se o desenvolvimento do logo, sendo elaborado sob a ideia de ser apenas tipográfico e sem símbolo. Portanto, com o auxílio do *software Adobe Illustrator*, foram elaborados rascunhos visuais com o objetivo de testar as disposições dos elementos do logo, equilibrando o destaque entre nome e designação.

Figura 176: Rascunhos iniciais



Fonte: Autor (2025).

Em seguida, definiu-se a paleta de cores a ser utilizada no projeto. A ideia geral foi unir tonalidades terrosas e avermelhadas para conferir destaque aos elementos gráficos e fugir do óbvio institucional, que alternou entre o marrom e bege, traduzindo a ideia da memória e tradição, e o rosa e vermelho que trouxeram frescor e vivacidade à identidade.

Figura 177: Paleta de cores



Fonte: Autor (2025).

Para a construção do logo, utilizou-se como recursos principais o uso de uma tipografia *display*, *Moika*, para o título e uma composição com diferentes pesos, tanto na

versão horizontal, quanto na vertical, garantindo impacto visual ao evento comemorativo. Em contraste, na *tagline*, uma fonte cursiva, *Sunset Journey Script*, foi utilizada para comunicar a marca de maneira mais próxima e acolhedora com o público da cidade.

Figura 178: Tipografias utilizadas



Fonte: Autor (2025).

Almejando atingir o conceito de tradição definido anteriormente, foram exploradas opções de aplicação do tipo sobre formas em faixa, organizando as informações de maneira eficaz e facilitando uma ampla possibilidade de aplicações da logo, além de conferir uma estética celebrativa e exclusiva à marca.

Figura 179: Logotipos



Fonte: Autor (2025).

Para a elaboração da padronagem, foram desenvolvidas ilustrações vetoriais integradas a um fundo modular com a paleta de cores estabelecida para o projeto. O sistema é composto por um total de nove ícones distintos que sintetizam o patrimônio cultural e ambiental da cidade de Guarabira.

A flora regional é representada pela estilização do cacto, do caju e dos ramos e galhos

que possuem uma marcante presença na estética visual nordestina.

Figura 180: Ilustrações do Cacto, Caju e Ramo



Fonte: Autor (2025).

A dualidade climática do local foi retratada pelas figuras do sol e do guarda-chuva (Figura 181), representando a transição das temperaturas entre o verão e o inverno. No campo da cultura e religiosidade local, incluíram-se representações visuais do monumento do Frei Damião e o conhecido “Pavão Misterioso” do cordel de mesmo nome (Figura 182).

Figura 181: Ilustrações do Sol e Guarda-chuva



Fonte: Autor (2025).

Figura 182: Ilustrações do Pavão e Frei Damião



Fonte: Autor (2025).

Por fim, a memória afetiva e o prestígio da cidade foram representados pelas ilustrações de banco de praça e de uma coroa, essa fazendo alusão direta ao título reconhecido de “Rainha do Brejo Paraibano”.

Figura 183: Ilustrações do Banco de praça e Coroa



Fonte: Autor (2025).

Após a finalização das ilustrações, seguiu-se para a montagem da padronagem ilustrada e modular. O processo consistiu na distribuição dos nove elementos pela grade modular, sendo distribuída de maneira equilibrada e geométrica, conferindo ritmo e fluxo de leitura ao ser visualizado.

A montagem priorizou o equilíbrio das cores em seus quadrantes, intercalando entre as tonalidades definidas para garantir a boa visualização das ilustrações na malha. O resultado final contou com uma padronagem rítmica versátil que pode ser modificada e aplicada em diferentes materiais, tanto digitais, quanto impressos.

Figura 184: Padronagem finalizada



Fonte: Autor (2025).

Criação de pontos de contato: Com os grafismos prontos, foi posta em prática a etapa estratégica de refinamento e aplicações propostas da marca. O logotipo contou com mais três versões com variações na *tagline*, alternando entre “de Guarabira”, “de História”, “de Cultura” e “de Tradição”. A ideia foi executada com o objetivo de variar as aplicações do logotipo nas mídias, pondo em destaque os valores da cidade na festividade.

Figura 185: Novas versões do logotipo



Fonte: Autor (2025).

Para compor a divulgação do projeto, foram sugeridas aplicações em mídias físicas com os elementos do sistema criado. Para isso, desenvolveu-se *mockups* de materiais como *ecobag*, canecas e cadernetas, com o objetivo de conferir tangibilidade à marca e facilitar a visualização da proposta ao cliente. Além disso, foram elaboradas aplicações em fotografia, com o objetivo de demonstrar a versatilidade de implementação da marca.

Figura 186: *Mockup* de Ecobag

Fonte: Autor (2025).

Figura 187: *Mockup* de Caneca

Fonte: Autor (2025).

Figura 188: *Mockup* de Cadernetas

Fonte: Autor (2025).

Figura 189: *Mockup de outdoor*



Fonte: Autor (2025).

Figura 190: Aplicação em fotografia



Fonte: Autor (2025).

Para as mídias digitais, elaborou-se modelos de materiais para a aplicação no perfil da Prefeitura de Guarabira no *Instagram* pela equipe de Comunicação, personalizando o

perfil com *posts* e avatar estampados com a identidade visual festiva.

Figura 191: Proposta de foto de perfil



Fonte: Autor (2025).

Figura 192: Modelo de *Post* para carrossel



Fonte: Autor (2025).

Gestão de ativos: Com a identidade visual aprovada e entregue, iniciou-se a etapa de lançamento da marca pela Prefeitura. O lançamento ocorreu de maneira objetiva durante o mês de novembro, tendo sua atuação principal através da plataforma social *Instagram*, com o auxílio da equipe de Comunicação da Prefeitura. A marca foi empregada de maneira coerente e com a comunicação planejada, seguindo a ideia de algo festivo, tradicional e acolhedor. Ao fim, obteve reações positivas ao representar de forma especial a data tão importante para o povo de Guarabira.

Figura 193: Publicação no *Instagram* da Prefeitura



Fonte: *Instagram* (2025).

Considerações sobre o projeto

O desenvolvimento da identidade visual para os cento e trinta e oito anos da cidade de Guarabira demonstrou como o design gráfico pode ser utilizado de maneira institucional para comunicar o orgulho regional de forma modernizada e atual. A utilização da metodologia de Wheeler (2019) foi essencial para criar um projeto bem fundamentado e eficaz para o momento comemorativo do município, permitindo a elaboração de uma linguagem dinâmica.

O projeto foi desafiador pelo seu tamanho e significado para a região, sendo necessária uma maior sensibilidade e cuidado ao utilizar elementos culturais importantes para os cidadãos. No final, trouxe bons resultados do ponto de vista do design, sendo uma marca agradável visualmente e que atendeu aos objetivos do cliente.

3.10. Ilustrações para as cartilhas de Preservação do Patrimônio Marítimo Ambiental e Cultural do Brasil - Projeto Editorial Ilustrado

Figura 194: Páginas das cartilhas



Fonte: Autor (2026).

Categoria: Design
Editorial e Ilustração.

Equipe: Raíssa Souza,
Ana Clara Rocha, Danilo
Figueiredo.

Ano: 2025-2026

Iniciativa: Museu
Marítimo EXEA,
NEPCMA - IFPB
Campus Cabedelo

Método: *Double
Diamond (Design
Council, 2004).*

Professor orientador:
Ticiano Alves

O trabalho realizado foi fruto de um projeto de extensão do IFPB que propôs a adaptação do texto acadêmico desenvolvido pelo pesquisador Dr. Leandro Vilar, associado ao Museu Marítimo EXEA, para cartilhas digitais ilustradas direcionadas ao público infanto-juvenil, tendo como a principal temática trabalhada a preservação do patrimônio marítimo e cultural do Brasil, possibilitando a ampliação do acesso ao conhecimento e o fortalecimento da consciência ambiental dos jovens. O desenvolvimento das cartilhas teve como base o processo metodológico *Double Diamond (Design Council, 2004)*, utilizando suas quatro etapas para atingir os resultados mais precisos para o projeto.

Figura 195: Etapas da metodologia do *Design Council* (2004)



Fonte: Autor, adaptado do *Design Council* (2004).

Descobrir: A fase inicial do projeto consistiu na imersão em seu universo temático, com o objetivo de possibilitar a definição de seu problema principal. Para isso, foi realizada uma análise e síntese de conteúdos principais através da leitura do texto base desenvolvido pelo Dr. Leandro Vilar, que aborda de forma completa sobre a preservação e os processos de degradação do patrimônio cultural e ambiental brasileiro, com ênfase no contexto marítimo.

Além das questões específicas sobre patrimônio, um dos conteúdos essenciais abordados durante o texto de Vilar é o conceito de educação ambiental, estabelecido pela ONU em 1972. O conceito, de acordo com sua explicação, tem o intuito de propor iniciativas que visam zelar e proteger o meio ambiente, o que norteou a abordagem educacional apresentada nas cartilhas.

Após a leitura, definiram-se os públicos alvos para as cartilhas, sendo divididos entre crianças que possuem entre oito e dez anos de idade e pré-adolescentes com idade entre onze e quatorze anos. Com o objetivo de coletar informações relevantes para a construção dos materiais, desenvolveram-se dois questionários com perguntas relacionadas ao conteúdo de educação ambiental e preservação patrimonial, adaptando as linguagens de acordo com cada faixa etária.

Para facilitar a percepção visual e de repertório dos públicos diante dos questionários, desenvolveram-se dois *moodboards* que traduzem o universo ambiental e marítimo das maneiras mais coerentes e interessantes para cada grupo. Para o público infantil, selecionaram-se imagens que trabalham a temática de maneira lúdica e artesanal, com trabalhos de colagens, pinturas, formas e um vasto uso de cores vibrantes (Figura 196). Já

para o público pré-adolescente, as imagens apresentam um teor mais sóbrio e estilizado, com ilustrações digitais, texturas detalhadas e uma paleta de cores mais próxima e bem definida (Figura 197).

Figura 196: *Moodboard* para o público infantil



Fonte: Autor (2025).

Figura 197: *Moodboard* para o público pré-adolescente



Fonte: Autor (2025).

Em seguida, durante o tempo de coleta das respostas dos questionários, desenvolveu-se um *benchmarking* para levantar os padrões recorrentes e as melhores práticas de design e linguagem em materiais de caráter semelhante, para assim ser possível basear a estratégia de montagem das cartilhas.

Figura 198: *Benchmarking*



Fonte: Autor (2025).

Como pode ser observado nas imagens, é forte a presença de cores chamativas e coloridas que chamam a atenção do leitor, ponto importante para prender o olhar dos jovens em conteúdos informativos. As tipografias são constantemente sem serifa e marcantes, geralmente em caixa alta e com diferenciações de peso e cor. Um elemento gráfico de destaque é a recorrente utilização de ilustrações nas páginas, elemento crucial a ser explorado nas cartilhas a serem desenvolvidas. Além disso, a grande maioria conta com materiais físicos, sendo escassa a quantidade de cartilhas digitais para o público determinado.

Definir: De acordo com as respostas dos questionários, a maioria das crianças e jovens possuem o conhecimento adequado para suas idades acerca da preservação do meio ambiente e do mar. Em contrapartida, poucos sabem sobre o conceito de patrimônio cultural marítimo, o que o levou a ser considerado como conteúdo de destaque nas cartilhas em desenvolvimento. Com base nisso, a estratégia selecionada foi baseada em simplificar os termos e conteúdo explorado, com frases mais curtas e interativas. O texto foi adaptado seguindo narrativas semelhantes onde uma personagem principal desenvolve de maneira lúdica sobre a educação ambiental e patrimonial, com frases simples e ilustrações que

complementam as informações apresentadas.

Os sistemas cromáticos foram estruturados individualmente para as duas cartilhas, mantendo uma unidade visual através da predominância das tonalidades azuladas em grande parte delas. A seleção das cores foi desenvolvida através de testes de contraste e legibilidade tipográfica (Figura 199), garantindo que a união entre as tonalidades escolhidas não comprometesse a leitura e funcionasse de forma eficaz e agradável.

Figura 199: Teste de contraste



Fonte: Autor (2025).

Cada tonalidade trouxe diferentes significados e objetivos, sendo divididas entre três eixos: os tons de azul e verde estabelecem a base principal a ser utilizada, representando a natureza e o ambiente marítimo; o vermelho e o rosa atuam como cores complementares dos azulados, conferindo pontos de equilíbrio na utilização; enquanto o amarelo e o roxo concedem destaque aos conjuntos.

Para o público infantil, priorizou-se uma composição cromática colorida e de saturação equilibrada (Figura 200), evitando sobrecarregar o olhar das crianças com excesso de informações visuais. Já a paleta para o público pré-adolescente conta com cores mais saturadas e profundas, trazendo uma comunicação mais assertiva e moderna (Figura 201).

Figura 200: Paleta de cores infantil



Fonte: Autor (2026).

Figura 201: Paleta de cores juvenil



Fonte: Autor (2026).

Além das paletas, também selecionaram-se as tipografias a serem utilizadas em cada documento, contando com tipografias para títulos e texto corrido. Em ambas as cartilhas, para os textos mais densos, foi utilizada a tipografia *Futura*, caracterizada pelos seus traços simples e de boa legibilidade para os públicos. Para os títulos, foi utilizada a fonte *Paymon*, de traços arredondados e acolhedores, direcionada ao público infantil (Figura 202); e a *Costa Brisa*, de traços mais geométricos e irregulares, direcionada aos pré-adolescentes (Figura 203).

Figura 202: Tipografias utilizadas para o público infantil



Fonte: Autor (2026).

Figura 203: Tipografias utilizadas para o público juvenil



Fonte: Autor (2026).

Para guiar o desenvolvimento das ilustrações, desenvolveram-se dois painéis de referências visuais de estilo, coletando as ideias mais adequadas para cada público. O estilo escolhido para o público infantil é caracterizado pelo forte apelo à imaginação e ao uso de formas orgânicas e texturas de materiais como giz de cera e lápis de cor, com personagens bastante estilizados e interações com o plano de fundo.

Figura 204: Referências de ilustração para o público infantil



Fonte: Autor (2025).

Já para o público pré-adolescente, selecionaram-se referências que utilizam, principalmente, formas geométricas e vetorizadas, com bastante uso de cores complementares e sólidas, sem texturas. No painel também foram utilizados exemplos de aplicação de texto sobre os planos de fundo, possibilitando uma maior interação do conteúdo com as imagens desenvolvidas.

Figura 205: Referências de ilustração para o público pré-adolescente



Fonte: Autor (2025).

Desenvolver: A terceira fase do projeto consistiu na criação e prototipação das cartilhas, para atingir o resultado final da melhor forma. Para isso, inicialmente, com o objetivo de guiar o desenvolvimento do *storytelling* das ilustrações, o texto foi reescrito de forma mais direcionada aos públicos alvos trabalhados no projeto.

Os textos reescritos foram fundamentados, além do texto base, na criação inicial das personagens das cartilhas, sendo elas a pequena Iara e a curiosa Marina, desenvolvidas, respectivamente, para o projeto infantil (Figura 206) e pré-adolescente (Figura 207). As personagens foram criadas a partir da elaboração de perfis básicos e rascunhos visuais de aparência, contando com personalidades diferentes, mas com interesses em comum, como a natureza e o fundo do mar.

Figura 206: Rascunho inicial da personagem infantil



Fonte: Autor (2025).

Figura 207: Rascunho inicial da personagem pré-adolescente



Fonte: Autor (2025).

Após a elaboração do texto, os designs das personagens foram refinados e digitalizados, para assim ser possível iniciar as ilustrações das páginas das cartilhas. Portanto, foram ajustados os traços e as cores, além de adicionar elementos característicos que conferem mais personalidade às personagens.

Figura 208: Personagem Iara finalizada



Fonte: Autor (2025).

Figura 209: Personagem Marina finalizada



Fonte: Autor (2025).

Em seguida, foram desenvolvidos os rascunhos de cada página ilustrada das cartilhas, organizando as informações no formato retangular, para dispositivos móveis, e dentro do *grid* modular pré estabelecido pelos demais integrantes do grupo. A ideia principal foi trabalhar os elementos, em sua maior parte, sobre as ilustrações, inserindo intervenções como formas e textos quando necessário. As páginas alternam entre a presença das personagens e apenas plano de fundo ou outros elementos ilustrativos, mas evitando perder a conexão entre leitor e narrador.

Figura 210: Rascunhos de páginas



Fonte: Autor (2025).

Figura 211: Rascunhos de páginas para público juvenil



Fonte: Autor (2025).

Os rascunhos das páginas auxiliaram no planejamento das ilustrações, facilitando o processo de produção de cada uma delas. Por conta dos estilos distintos, os desenhos foram desenvolvidos através dos *softwares Krita*, para o público infantil, e *Adobe Illustrator*, para o público juvenil. Para as ilustrações, utilizou-se como base cromática as paletas de cores estabelecidas para cada uma das duas cartilhas, garantindo unidade visual entre os elementos. As aplicações no *layout*, elaboradas através do *Adobe InDesign*, eram realizadas a partir da finalização das ilustrações, facilitando a visualização prática e identificação de possíveis ajustes de cores, traços e proporções.

Figura 212: Imagens da etapa de criação e testes de ilustração e *layout*



Fonte: Autor (2025).

Diversos testes foram realizados até que fosse possível atingir os objetivos iniciais do projeto e solucionar seus problemas, analisando elementos como legibilidade, fluidez e hierarquia. Os materiais finalizados foram organizados e prototipados no formato de *PDF*, viabilizando uma fácil visualização dos arquivos em diferentes tipos de dispositivos, garantindo uma boa experiência aos leitores que acessarem o documento.

Cada uma das cartilhas seguiu o alinhamento desenvolvido inicialmente, utilizando as cores, tipografias e estilos de formas seleccionadas nas primeiras etapas projetuais.

Figura 213: Visão geral da cartilha infantil



Fonte: Autor (2026).

Figura 215: Carrossel de posts para a cartilha juvenil



Fonte: Autor (2026).

Figura 216: Carrossel de posts para a cartilha infantil



Fonte: Autor (2026).

Considerações sobre o projeto

A criação das cartilhas representou como o design pode ser utilizado para promover a preservação cultural e ambiental no âmbito educacional, principalmente trabalhando de maneira criativa para atingir públicos mais jovens. O projeto foi um grande desafio devido a sua amplitude e o zelo necessário para com as informações disponibilizadas, sendo essenciais as adaptações e ideações necessárias para comunicar de maneira eficaz com o público infanto-juvenil.

No sentido do design, poucos ajustes poderiam ter sido realizados, como nas cores

presentes nas personagens e no *layout* de algumas páginas, melhorando a visualização cromática nas telas e distribuindo os elementos de maneira mais fluída sobre a composição. Ao fim, o projeto foi concluído de forma muito satisfatória, sendo lançado e obtendo a aprovação do público em geral.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho apresentou um conjunto de dez projetos desenvolvidos ao longo da graduação do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba (IFPB), organizados em formato de portfólio. A seleção reuniu o total de sete trabalhos acadêmicos e três projetos profissionais, contemplando diferentes áreas do design, como ilustração, identidade visual, fotografia e design editorial. Essa diversidade possibilitou evidenciar a versatilidade técnica e criativa da designer, além de sua capacidade de compreender e adaptar os processos dos projetos de acordo com as especificidades de cada contexto projetual.

O aprofundamento metodológico presente em cada projeto contribuiu para a realização de uma documentação detalhada, permitindo registrar de forma clara os processos criativos, conceituais e técnicos envolvidos na elaboração dos trabalhos. A inclusão de elementos visuais como *moodboards*, referências e rascunhos criados nas etapas iniciais permitiram a demonstração da evolução de cada projeto desde suas etapas iniciais até as soluções finais, destacando os caminhos percorridos para suas construções.

Além disso, a elaboração desse portfólio proporcionou um exercício de reflexão crítica da designer ao avaliar a contribuição de cada projeto na sua formação acadêmica e profissional. O processo de seleção e análise dos projetos permitiu revisitar as experiências e identificar os avanços técnicos e conceituais, possibilitando o desenvolvimento de uma análise a partir de uma visão mais amadurecida das decisões criativas e do aprendizado adquirido com cada trabalho.

Ao fim, o desenvolvimento desse Trabalho de Conclusão de Curso mostrou-se essencial para consolidar e evidenciar a trajetória da designer, reunindo projetos que representam diferentes momentos de sua formação e atuação profissional. Dessa forma, o trabalho alcançou os objetivos propostos anteriormente, tornando-se, além de um trabalho acadêmico, um registro da evolução profissional e criativa construída gradativamente durante a graduação.

REFERÊNCIAS

- ALVARENGA, Georfravia Montoza; ARAUJO, Zilda Rossi. Portfólio: conceitos básicos e indicações para utilização. **Estudos em Avaliação Educacional**, São Paulo, v. 17, n. 33, p. 137–148, 2006. Disponível em: <https://publicacoes.fcc.org.br/eae/article/view/213>. Acesso em: 5 out. 2025.
- ALVES, Ticiano. **Como Fotografar Produtos - Volume I**. Cabedelo: edição do autor, 2022.
- BASTOS, Dorinho; FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde. **Psicodinâmica Das Cores Em Comunicação**. 5. ed. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2006.
- BONSIEPE, Gui; KELLNER, Petra; POESSNECKER, Holger. **Metodologia experimental: Desenho Industrial**. Brasília: CNPQ, 1984.
- CAMPO, Louise da. **O que é esse tal de queer?**. Catarinas. 2023. Disponível em: <https://catarinas.info/o-que-e-esse-tal-de-queer/>. Acesso em: 15 jul. 2026.
- CATTANI, Airton; DENARDI, Davi Frederico do Amaral. Taxonomia de letras capitulares contemporâneas. **Revista Brasileira de Design da Informação**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 1-18, 2021.
- CELUPPI, M. C.; MEIRELLES, C. R. M. O método projetual de Bonsiepe (1984) e os encontros disciplinares no Brasil. **Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade**, Porto Alegre, v.10, n. 1, p. 57-77, 2018.
- CHENG, Karen. *Designing Type*. New Haven: Yale University Press, 2005.
- DONES, Vera Lúcia. As Apropriações do Vernacular pela Comunicação Gráfica. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 2, n. 1, p. 75-81 2016. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/106>. Acesso em: 5 maio. 2026.
- DYKES, Taylor. *Personas Make Users Memorable*. NN/Group, 2025. Disponível em:

<https://www.nngroup.com/articles/persona/>. Acesso em: 03 de fevereiro de 2026.

GUSTAFSSON, Daniel. *Analysing the Double diamond design process through research & implementation*. Aalto University, 2019. Disponível em:

<https://aaltodoc.aalto.fi/items/3a6b3fa8-14a4-4b39-809f-cf31ab66c17c>. Acesso em: 26 abr. 2026.

History of the Double Diamond. Design Council, Reino Unido. Disponível em:

<https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/history-of-the-double-diamond/>. Acesso em: 26 abr. 2026.

LE FANU, Sheridan. **Carmilla: A Vampira de Karnstein**. 1. ed. São Paulo: Pandorga Editora, 2023.

LEITE, Edson; TONETO, Livia Cristina. Arte Naïf e seus diálogos com a sociedade.

In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ESTÉTICA E HISTÓRIA DA ARTE. 11., 2018, São Paulo. **Anais [...]**, São Paulo: Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo, 2018. P. 138-146. Disponível em:

https://www.researchgate.net/profile/Rosane-Demeterco-Bussmann/publication/361912967_Global_Art_breaking_boundaries_Arte_Global_rompendo_fronteras/links/62cc8bfed7bd92231faa5461/Global-Art-breaking-boundaries-Arte-Global-rompendo-fronteiras.pdf#page=138. Acesso em: 02 jun. 2026.

LUPTON, Ellen. **Pensar com Tipos: guia prático para designers, escritores, editores e estudantes**. 3. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2024.

LUPTON, Ellen. *et. al.* **Extra Bold: Um guia feminista, inclusivo, antirracista, não binário para designers**. 1. ed. São Paulo: Olhares, 2023.

MELO, Bruno F. *et. al.* Storytelling como experiência projetada: Processos de design aplicados na construção de experiências de storytelling. In: CONGRESSO

INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO, 12., 2025, São Paulo. **Anais [...]**, São Paulo: Blucher, 2025. P. 306-320. Disponível em:

<https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/storytelling-como-experincia-projeta-da-processos-de-design-aplicados-na-construo-de-experincias-de-storytelling-40075>. Acesso em: 05 mai. 2026.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

O que é *Brainstorm*?. Miro, [s.d.]. Disponível em:

<https://miro.com/pt/brainstorming/o-que-e-brainstorming/>. Acesso em: 15 jul. 2026.

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

Prefeitura realiza a primeira edição da "Festa das Debutantes" com alunas da rede municipal de ensino. Prefeitura de Guarabira, 2019. Disponível em:

<https://guarabira.pb.gov.br/noticia/prefeitura-realiza-a-primeira-edicao-da-festa-das-debutantes-com-alunas-da-rede-municipal-de-ensino>. Acesso em: 05 abr. 2026.

ROCHA, Cláudio Aleixo. Metodologia de design para criação de personagem: uma proposta.

Revista de Ensino em Artes, Moda e Design, Florianópolis, v. 7, n. 3, p. 1–23, 2023.

Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/view/23938>.

Acesso em: 10 nov. 2025.

SAINT-EXUPÉRY, Antoine de. **O Pequeno Príncipe**. 1. ed. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2018.

SOUZA, T.; SOUZA, S. O Anjo do Lar X Femme Fatale: A Representação Da Mulher

Vitoriana na obra Carmilla, de Le Fanu. **Revista de Literatura, História e Memória**, [S. l.], v. 14, n. 23, p. 241–261, 2018. Disponível em:

<https://saber.unioeste.br/index.php/rlhm/article/view/18693>. Acesso em: 18 mar. 2026.

The Dark Blue, and J. Sheridan Le Fanu's "Carmilla" (1871-1872). Uvic Libraries Omeka Classic. Disponível em:

https://omeka.library.uvic.ca/exhibits/show/movable-type/networks/dark_blue_carmilla.html.

Acesso em: 15 mar. 2026.

VILLAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico**. 6. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

DECLARAÇÃO DE ESTÁGIO EM DESIGN GRÁFICO

Declaro que a estagiária **Raíssa Gabryele Batista de Souza**, CPF nº 705.138.694-84, realizou atividades de Design Gráfico para a empresa Borges Brands LTDA de CNPJ nº 58.855.154/0001-45, no período de início em 24/02/2025 à conclusão em 18/12/2025.

Esta declaração é emitida para fins de comprovação de estágio, confirmando a veracidade das informações descritas.

João Pessoa, 28/07/2026.



Documento assinado digitalmente
ANA CLARA NUNES CARNEIRO
Data: 28/07/2026 16:11:27 -0300
Validar em: <https://validar.w.gov.br/>

ASSINATURA DO DECLARANTE

	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 Raíssa Souza Com Ficha e Folha de Aprovação

Assunto:	TCC Raíssa Souza Com Ficha e Folha de Aprovação
Assinado por:	Raissa Souza
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:
▪ Raissa Gabryele Batista de Souza, DISCENTE (202417010021) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDEL0, em 07/08/2026 10:46:38.

Este documento foi armazenado no SUAP em 07/08/2026. 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: 1940680
Código de Autenticação: 5862c1d764

