



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

DANILO DAVID MOURA DE FIGUEIREDO

**CAMINHOS CRIATIVOS:
um portfólio de aprendizado**

CABEDELO 2026

DANILO DAVID MOURA DE FIGUEIREDO

**CAMINHOS CRIATIVOS:
um portfólio de aprendizado**

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

Orientador: Prof. Ticiano Alves

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

F475c Figueiredo, Danilo David Moura de.
Caminhos criativos: um portfólio de aprendizado / Danilo David Moura de
Figueiredo – Cabedelo, 2026.
127 f.: il.

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

Orientador: Prof. Dr. Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves

1. Portfólio 2. Design gráfico. 3. Habilidades. 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

Danilo David Moura de Figueiredo

CAMINHOS CRIATIVOS: UM PORTFÓLIO DE APRENDIZADO

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

Aprovada em 30 de junho de 2026.

Membros da Banca Examinadora:

Prof. Dr. Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Me. Vitor Feitosa Nicolau

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Dra. Rafaela Santana

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2026

Documento assinado eletronicamente por:

- **Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 01/07/2026 14:52:28.
- **Rafaela Santana de Souza**, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO, em 02/07/2026 17:40:58.
- **Vitor Feitosa Nicolau**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 06/07/2026 15:38:31.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 19/06/2026. 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 895056

Verificador: 4c9b2e676c

Código de Autenticação:



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

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, eu gostaria de agradecer à minha família por terem apoiado desde criança a minha criatividade, e por ainda continuarem até hoje. Liedna e José Antonio, mainha e painho, por serem pessoas tão gentis e me ensinarem a ser tão bom quanto vocês. Vocês acreditaram em mim em tempos que eu não conseguia acreditar, e sem isso eu não teria conseguido chegar tão longe. Gabriel, meu irmão, obrigado por me mostrar tantas referências, meu gosto é influenciado pelo seu até hoje, mesmo de forma indireta.

Agradeço aos professores e aos meus colegas que tive o prazer de conhecer no IFPB, possibilitando a melhor experiência letiva, e me orientando quando eu mais precisei. Gostaria de destacar o Professor Ticiano Alves que me orientou ao longo do desenvolvimento desse portfólio, conseguindo que eu pudesse me organizar de melhor maneira e tornando esse processo muito tranquilizante.

Os integrantes das equipes que eu participei ao longo do curso, eu não conseguiria ter finalizado esse portfólio sem vocês, e sem tudo o que eu aprendi fazendo esses projetos.

Minhas longas amigas, Beatriz e Maria Júlia, por me acompanharem em quase 10 anos, as fases da vida mais difíceis e sempre estarem ao meu lado. Minhas amigadas do IFPB, Lelê, Sofia, Raissa, Bianca e Rebeca, foi um prazer ter conhecido vocês no curso, eu agradeço muito por terem me ajudado todos os dias. As minhas amigadas novas, conversar com vocês mesmo pelo celular me faz muito feliz.

RESUMO

No curso superior de tecnologia em design gráfico do Instituto Federal da Paraíba, IFPB, Campus Cabedelo, uma das possíveis maneiras do aluno apresentar o Trabalho de Conclusão de Curso é o portfólio. Através deste serão apresentados 10 projetos desenvolvidos pelo aluno Danilo David ao decorrer do curso em diversas áreas presentes no ramo do design, como: identidade visual, ilustração, design editorial e fotografia. Cada área utilizou uma metodologia adaptada, como: a metodologia de Löbach, Design Thinking, “Das coisas nascem as coisas” e “Weekend Creative”, respectivamente. Para cada projeto serão descritas as problemáticas, apresentando uma contextualização de cada um destes, soluções encontradas e possíveis ajustes. Este formato de TCC foi escolhido por apresentar os trabalhos desenvolvidos para o público, demonstrando a evolução do conhecimento, habilidades adquiridas no período e consequentemente evidenciando a prontidão do aluno para o mercado de trabalho. Em adição, também serve como uma forma do designer de analisar criticamente o seu aprendizado.

Palavras-Chave: *Design gráfico; Portfólio; Mercado de trabalho; Habilidades; Aprendizado.*

ABSTRACT

In the Higher Education Technology Program in Graphic Design at the Federal Institute of Paraíba (IFPB), Cabedelo Campus, one of the available formats for the Undergraduate Final Project (Trabalho de Conclusão de Curso, TCC) is a portfolio. This portfolio presents ten projects developed by the student Danilo David throughout the program, encompassing different areas of graphic design, including visual identity, illustration, editorial design, and photography. Each project was developed using an adapted design methodology, namely Löbach's methodology, Design Thinking, Das Coisas Nascem as Coisas ("Things Are Born from Things"), and Weekend Creative, respectively. For each project, the underlying problem, contextual background, proposed solutions, and potential improvements are discussed. The portfolio format was selected because it provides a comprehensive presentation of the student's work, demonstrating the development of technical knowledge and professional skills acquired throughout the program, while highlighting the student's preparedness for the professional design field. Furthermore, the portfolio serves as a tool for critical reflection, enabling the designer to evaluate their own learning process and professional growth.

Keywords: *Graphic design; Portfolio; Job market; Abilities; Knowledge.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fluxograma da metodologia de Löbach.....	11
Figura 2 - Fluxograma da metodologia Design Thinking.....	12
Figura 3 - Fluxograma da metodologia Double Diamond.....	13
Figura 4 - Fluxograma da metodologia Sistema de Identidade Visual.....	13
Figura 5 - Fluxograma da metodologia Das coisas nascem coisas.....	14
Figura 6 - Fluxograma da metodologia Weekend Creative.....	15
Figura 7 - Fluxograma da metodologia de Joan Costa.....	16
Figura 8 – Mapa mental do projeto Sapé Viaja.....	18
Figura 9 - Rascunhos da assinatura visual do Sapé Viaja.....	19
Figura 10 - Paleta de cores do Sapé Viaja.....	19
Figura 11 - Rascunho e assinatura visual final do Sapé Viaja.....	20
Figura 12 - Tipografias utilizadas na identidade visual do Sapé Viaja.....	21
Figura 13 - Rascunho da iconografia do Sapé Viaja.....	21
Figura 14 - Iconografia do Sapé Viaja vetorizada.....	22
Figura 15 - Letreiro 3d com a assinatura visual do Sapé Viaja.....	22
Figura 16 - Aplicação da identidade visual do Sapé Viaja em rede social.....	23
Figura 17 - Simulação de posts para o Sapé Viaja.....	23
Figura 18 - Mockups de bottons e agenda do Sapé Viaja.....	24
Figura 19 - Mockups de camiseta e cartão postal do Sapé Viaja.....	24
Figura 20 - Mockups de ecobag e garrafa do Sapé Viaja.....	24
Figura 21 - Mockups do adesivo do Sapé Viaja.....	25
Figura 22 - Moodboard da campanha Preto Luz.....	28
Figura 23 - Painel de referências do Preto Luz.....	28
Figura 24 - Painel de público alvo do Preto Luz.....	29
Figura 25 - Rascunho e execução da tipografia Retintus.....	29
Figura 26 - Paleta de cores da campanha Preto Luz.....	30
Figura 27 - Cartazes produzidos para o Preto Luz.....	31
Figura 28 - Ícones produzidos para o Preto Luz.....	32
Figura 28 - Tipografia produzida para o Preto Luz.....	32
Figura 29 - Mockups de adesivos e bottons com a assinatura visual e símbolos do Preto Luz.....	33
Figura 30 - Mockups de ecobag e folder do Preto luz.....	33
Figura 31 - Mockup dos cartazes do Preto Luz.....	34
Figura 32 - Painel com referências reprovadas.....	36
Figura 33 - Painel com referências aprovadas.....	37
Figura 35 - Moodboard para a identidade visual do evento.....	38
Figura 36 - Ideia original para a assinatura visual do Matiz.....	38
Figura 37 - Assinatura visual final do Matiz.....	39
Figura 38 - Paleta de cores do Matiz.....	39
Figura 39 - Tipografias utilizadas na identidade visual do Matiz.....	40
Figura 40 - Grafismos e pictogramas desenvolvidos para o Matiz.....	41
Figura 41 - Cartazes produzidos para o Matiz.....	41

Figura 42 - Aplicação em mockups dos cartazes do Matiz.....	42
Figura 43 - Mockups de crachá e adesivos do Matiz.....	43
Figura 44 - Mockup do certificado de presença do Matiz.....	43
Figura 45 - Aplicação em mockups dos modelos de post para redes sociais do Matiz.....	44
Figura 46 - Mockups de camisa e bolsa com a identidade visual do Matiz.....	44
Figura 47 - Mockups de blocos de notas com identidade visual do Matiz.....	44
Figura 48 - Mockups do modelo de sinalização para o evento.....	45
Figura 49 - Personas desenvolvidas para o Sonhos Bordados.....	47
Figura 50 - Moodboard do Sonhos Bordados.....	49
Figura 51 - Pannel de referências do Sonhos Bordados.....	49
Figura 52 - Paleta de cores do Sonhos Bordados.....	50
Figura 53 - Assinatura visual do Sonhos Bordados inicial.....	50
Figura 54 - Versões finais da assinatura visual do Sonhos Bordados.....	51
Figura 55 - Tipografias utilizadas no Sonhos Bordados.....	51
Figura 56 - Cartões de visita do Sonhos Bordados.....	52
Figura 57 - Cartão de presente e lista de cuidados do Sonhos Bordados.....	52
Figura 58 - Mockup dos cartões de visita do Sonhos Bordados.....	53
Figura 59 - Mockups dos cartões de presente e lista de cuidados do Sonhos Bordados.....	53
Figura 60 - Simulação de posts para a Sonhos Bordados.....	54
Figura 61 - Mockups de bolsa, adesivos e carimbo do Sonhos Bordados.....	54
Figura 62 - Pannel de referências para o 2V.OS.....	56
Figura 63 - Pannel de referências da paleta neutra.....	57
Figura 64 - Pannel de referências da paleta intermediária.....	57
Figura 65 - Pannel de referências da paleta vibrante.....	58
Figura 66 - Paleta neutra do 2V.OS.....	58
Figura 67 - Paleta intermediária do 2V.OS.....	58
Figura 68 - Tipografia da assinatura visual do 2V.OS.....	59
Figura 69 - Teste de tipografias e assinatura visual.....	59
Figura 70 - Assinatura visual do 2V.OS final.....	60
Figura 71 - Rascunhos dos ícones do 2V.OS.....	60
Figura 72 - Aplicação dos elementos para 2V.OS com a paleta neutra.....	61
Figura 73 - Aplicação dos elementos para 2V.OS com a paleta intermediária.....	62
Figura 74 - Mockups de bottons e canetas do 2V.OS.....	62
Figura 75 - Mockups de computadores, adesivos e bottons do 2V.OS.....	63
Figura 76 - Exemplos de má diagramação do livro original “O Pequeno Príncipe”.....	65
Figura 77 – Paleta de cores das ilustrações.....	66
Figura 78 – Primeiros rascunhos do Pequeno Príncipe.....	68
Figura 79 – Rascunho do Pequeno Príncipe com traços pretos e indígenas.....	68
Figura 80 – Rascunho do Pequeno Príncipe da etnia Inuíte.....	69
Figura 81 – Rascunho do Pequeno Príncipe da etnia Inuíte e loiro.....	69
Figura 82 – Rascunho final do Pequeno Príncipe.....	70
Figura 83 – Rascunho da composição de cenas para ilustrações.....	70
Figura 84 - Tipografias utilizadas na redesign do livro “O Pequeno Príncipe”.....	71
Figura 85 – Produto final da ilustração e diagramação do projeto.....	72

Figura 86 – Mockup da capa e mockup da capa e 4º capa.....	73
Figura 87 – Mockup da folha de rosto e mockup do livro com ilustração.....	73
Figura 88 - Moodboard com os dados coletados.....	75
Figura 89 - Pannel de referências do projeto editorial.....	76
Figura 90 - Primeiros rascunhos para a capa do livro.....	76
Figura 91 - Primeiros rascunhos para a capa do livro.....	77
Figura 92 - Rascunhos com a Raven Queen em sombras.....	78
Figura 93 - Teste de tons de pele nas personagens da capa.....	79
Figura 94 - Ilustração definida para contracapa, lombada e capa.....	79
Figura 95 - Tipografias utilizadas no redesign do livro “Ever After High - Storybook of Legends”.....	81
Figura 96 – Produto final das ilustrações e diagramação do projeto.....	82
Figura 97 – Mockups da capa, lombada e páginas produzidas.....	83
Figura 98 - Resultado do livro impresso.....	83
Figura 99 - Moodboard para a cartilha infantil.....	86
Figura 100 - Moodboard para a cartilha de pré-adolescentes.....	86
Figura 101 - Pannel de referências para as ilustrações infantis.....	87
Figura 102 - Pannel de referências para as ilustrações de pré-adolescente.....	87
Figura 103 - Paleta de cores da cartilha infantil.....	88
Figura 104 - Paleta de cores da cartilha para pré-adolescentes.....	88
Figura 105 - Ideia inicial e final da Iara.....	89
Figura 106 - Ideia inicial e final da Marina.....	89
Figura 107 - Benchmarking de cartilhas.....	90
Figura 108 - Tipografias utilizadas no projeto da cartilha digital.....	91
Figura 109 - Capa e páginas ilustradas da cartilha de Iara.....	92
Figura 110 - Visão geral da cartilha de Marina.....	93
Figura 111 - Carrossel de post da cartilha de Iara.....	94
Figura 112 - Carrossel de post da cartilha de Marina.....	94
Figura 113 - Personas desenvolvidas para o projeto de fotografia de produto.....	96
Figura 114 - Nuvem de palavras que descrevem o chocolate expresso.....	98
Figura 115 - Moodboard para o projeto de fotografia de produto.....	99
Figura 116 - Pannel de referências para o projeto de fotografia de produto.....	99
Figura 117 - Paleta de cores para o projeto de fotografia de produto.....	100
Figura 118 - Compilado dos rascunhos dos planos fotográficos para o shootplan.....	100
Figura 119 - Foto em plano aéreo do chocolate para website.....	102
Figura 120 - Foto de contexto em plano aéreo do chocolate para website.....	102
Figura 121 - Foto em plano aéreo do chocolate com xícara de café para website.....	103
Figura 122 - Foto em plano detalhe do chocolate sobre a embalagem para website.....	103
Figura 123 - Foto em plano detalhe do chocolate para website.....	104
Figura 124 - Foto em plano detalhe aéreo do chocolate para website.....	104
Figura 125 - Foto de contexto do compartilhamento do chocolate para website.....	105
Figura 126 - Foto do chocolate para redes sociais.....	105
Figura 127 - Resumo da identidade visual do Cearte.....	109
Figura 128 - Problemas identificados no local.....	109
Figura 129 - Planta baixa do Cearte com os fluxos dos membros.....	110

Figura 130 - Planta baixa do Cearte com a indicação dos sinais.....	111
Figura 131 - Legenda das placas.....	111
Figura 132 - Tabela de informações dos sinais.....	113
Figura 133 - Paleta de cores do Cearte.....	114
Figura 134 - Pictogramas desenvolvidos para a sinalização.....	114
Figura 135 - Modelos e proporção do sistema de sinais.....	115
Figura 136 - Cotação dos sinais.....	116
Figura 137 - Aplicação da sinalização externa do Cearte.....	116
Figura 138 - Aplicação das placas indicativas de salas e banheiros.....	117

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	9
2. METODOLOGIA.....	11
2.1. Identidade Visual.....	11
2.1.1. Metodologia de Löbach (2000).....	11
2.1.2. Design Thinking (2009).....	11
2.1.3 “Double Diamond” (2005).....	12
2.1.4 “Sistemas de Identidade Visual” (2009).....	13
2.2. Design editorial.....	14
2.2.1. Das Coisas Nascem Coisas (2019).....	14
2.3. Fotografia de produto.....	14
2.3.1. Metodologia Weekend Creative (Alves, 2022).....	14
2.4. Sinalização.....	15
2.4.1. Metodologia de Joan Costa (2007).....	15
3. PORTFÓLIO DE PROJETOS.....	17
3.1. Identidade Visual.....	17
3.1.1. Sapé Viaja - Desenvolvimento da identidade visual da agência de viagens Sapé Viaja.....	17
3.1.2. Preto Luz - Desenvolvimento da identidade visual de uma campanha de apoio a uma causa marginalizada.....	25
3.1.3. Matiz - Desenvolvimento da Identidade Visual do evento da Semana de TCCs do curso de Design Gráfico.....	33
3.1.4. Sonhos Bordados - Identidade Visual.....	42
3.1.5. 2V.OS - Identidade Visual.....	50
3.2. Design Editorial.....	58
3.2.1. Redesign do livro “O pequeno príncipe” - Diagramação e ilustrações.....	58
3.2.2. Projeto editorial do livro “Ever After High - The Storybook of Legends” - Diagramação e ilustrações... 67	
3.2.3. Projeto editorial da cartilha digital do Museu Marítimo EXEA - diagramação e ilustrações.....	76
3.3. Fotografia.....	86
3.3.1. Hershey’s coffee creations - Projeto fotográfico do chocolate Hershey’s sabor espresso.....	86
3.4. Sinalização.....	97
3.4.1. Desenvolvimento de um manual de sinalização para o Cearte - Sinalização.....	97
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	107
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	108

1. APRESENTAÇÃO

O desenvolvimento do portfólio é um marco na carreira de um profissional no ramo criativo, ao evidenciar os seus feitos. No Curso de Tecnologia em Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba uma das maneiras aceitas de apresentar o Trabalho de Conclusão de Curso é o portfólio. Esse modelo foi escolhido pelo aluno Danilo David que tem como objetivo principal de expor 10 projetos de autoria pessoal que apresentam a aprimoração no ramo do design gráfico e demonstram as habilidades adquiridas no decorrer do curso.

Esse modelo é utilizado para apresentar os destaques de produções de um indivíduo. No contexto acadêmico, o portfólio pode comunicar a aptidão do aluno em relação ao que foi aprendido e levá-lo a ter uma reflexão crítica sobre a importância do processo prático, pondo menor ênfase na avaliação teórica (Borges, 2021).

Através deste, foram selecionadas 10 criações, que abrangem diversas áreas do design gráfico, como identidade visual, fotografia de produtos, ilustração, design editorial e design de sinalização utilizando a metodologia dos seguintes autores: Löbach (2008), Brown (2009), British Design Council (2005) e Peón (2009), na área de identidade visual; Feitosa (2019) e British Design Council (2005), em design editorial; Alves (2022), em fotografia de produto; Costa (2007), em design de sinalização. Este documento detalha cada projeto, abordando suas peculiaridades, desafios e as soluções implementadas. O propósito foi contextualizar o processo criativo de cada projeto com seu respectivo período de desenvolvimento, demonstrando a experiência adquirida na área do design gráfico. A elaboração deste material também proporcionou uma reflexão sobre os pontos fortes e as dificuldades em outras áreas, o que auxiliou na escolha de um caminho profissional com melhor desempenho e maior afinidade.

O processo de curadoria deste trabalho decorreu com a finalidade de separar produções em que melhor representam o progresso de conhecimentos do designer, apresentar diversidade nos ramos deste e afinidade pessoal. Os projetos selecionados foram: identidade visual do Sapé Viaja; manual de marca do Preto Luz; redesign do livro “O pequeno príncipe”; projeto fotográfico do chocolate Hershey’s espresso; redesign do livro “Ever After High - Storybook of legends”; projeto editorial da cartilha do Museu EXEA; identidade visual do Matiz; sistema de sinalização do Cearte; branding do Sonhos Bordados; identidade visual do 2V.OS.

Todas as criações apresentadas neste trabalho de conclusão de curso estão disponibilizadas na plataforma Behance, exceto as cartilhas do Museu Marítimo EXEA, que está presente no site do

museu. Estas plataformas serviram de prova do desenvolvimento de Danilo David como um designer gráfico. Link dos projetos <https://www.behance.net/danilofigueir3> e <https://www.museuexea.org/portfolio-editora-exea>.

2. METODOLOGIA

2.1. Identidade Visual

2.1.1. Metodologia de Löbach (2001)

Ao desenvolver o projeto de identidade visual, a metodologia utilizada foi de Löbach (2001) por recomendação da Professora Raquel Nicolau, orientadora no projeto. As etapas do método de Löbach (2001) consistem em: análise do problema – detalhamento e estudo do problema e como ele se aplicará; alternativas de design – maneira em que o projeto será desenvolvido; avaliação das alternativas de design – escolha da solução que melhor resolverá o problema; solução de design – criação projetual da solução escolhida anteriormente.

Figura 1 - Fluxograma da metodologia de Löbach.



Autoria: própria

2.1.2. “Design Thinking”

Em identidade visual, a metodologia “Design Thinking” desenvolvida por Tim Brown (2009) foi aplicada por sugestão da Professora Suellen Albuquerque orientadora do projeto. As etapas desse modelo consistem em: empatia – estudo do problema com foco em quem sofre com este; definição – análise das informações obtidas na etapa anterior; ideação – criação de possíveis

soluções a esse problema; prototipagem – desenvolvimento das ideias formuladas previamente; teste – apresentar os protótipos desenvolvidos para os usuários, com foco em ouvir suas considerações; implementação – concretizar o projeto desenvolvido.

Figura 2 - Fluxograma da metodologia *Design Thinking*.

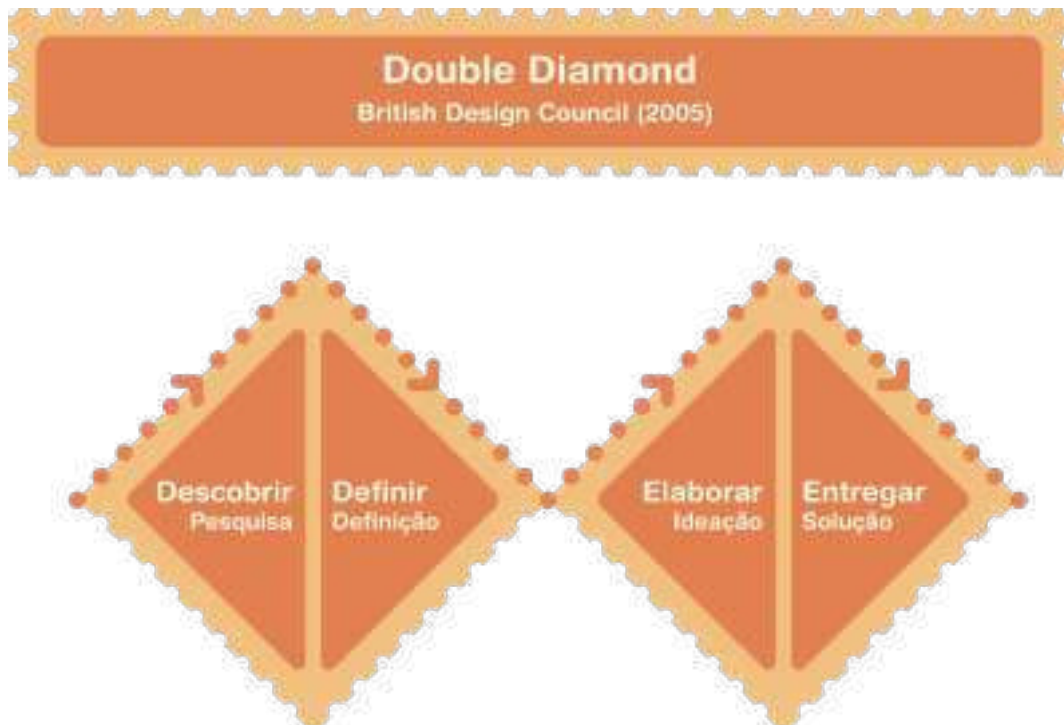


Autoria: própria

2.1.3 “Double Diamond”

Desenvolvida pelo Conselho Britânico de Design em 2005, a metodologia Double Diamond foi utilizada nas áreas de identidade visual e design editorial. Esta se destaca pela sua versatilidade, podendo ser aplicada em diversas áreas do design. Suas etapas se dividem em dois períodos: contexto do problema e contexto da solução; estas possuem etapas que consistem em: descobrir – conhecer melhor o problema; definir – definição do problema a ser resolvido; desenvolver – idealização de soluções do problema definido; entrega – definição e entrega da solução do problema inicial.

Figura 3 - Fluxograma da metodologia *Double Diamond*.

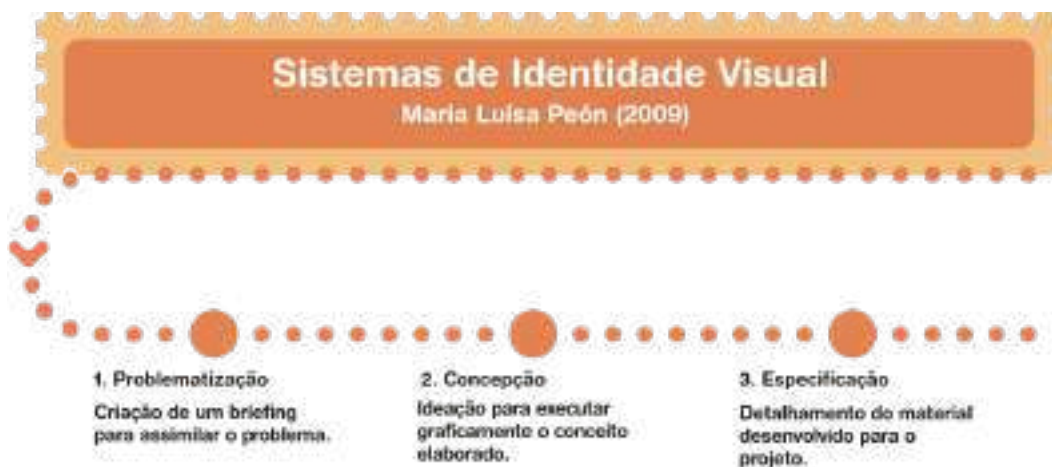


Autoria: própria

2.1.4 “Sistemas de Identidade Visual”

Na criação do projeto de identidade visual, a metodologia “Sistemas de Identidade Visual” de Peón (2009) foi adaptada e utilizada. As etapas desse modelo consistem em: problematização – criação de um briefing para assimilar o problema; concepção – ideação para executar graficamente o conceito elaborado; especificação – detalhamento do material desenvolvido para o projeto.

Figura 4 - Fluxograma da metodologia Sistema de Identidade Visual.



Autoria: própria

2.2. Design editorial

2.2.1. Das Coisas Nascem Coisas

A metodologia “Das Coisas Nascem Coisas” de Bruno Munari, adaptada por Feitosa (2019) foi utilizada no desenvolvimento do projeto de ilustração. As etapas consistem em: definição do problema – resume-se a escolha, definição e detalhamento do problema; coleta e análise de dados – inclui todos os dados estudados e analisa quais são importantes; criatividade – criação de ideias com base nos dados analisados de antemão; materiais e tecnologia – teste das ideias selecionadas anteriormente, com foco nos materiais disponíveis ao designer; experimentação – seleção de ideias da etapa prévia que melhor soluciona o problema; solução – aplicação do planejamento e resultado do projeto desenvolvido (Peyroton, 2025).

Figura 5 - Fluxograma da metodologia Das coisas nascem coisas.



Autoria: própria

2.3. Fotografia de produto

2.3.1. Metodologia Weekend Creative

Para a criação do projeto de fotografia de produto, foi utilizada a metodologia “Weekend Creative” das designers Arabela e Elle, em sua adaptação por Alves (2022). Os tópicos consistem em: seleção do produto – escolha do produto que será trabalhado; pesquisa do produto e marca – análise detalhada do produto e sua marca, a fim de elaborar um *briefing*; *brainstorm* – processo de

criação de soluções para o projeto; *shootplan* – *briefing* especializado em fotografia de produtos; sessão fotográfica – pôr em prática as ideias produzidas no *shootplan*; pós-edição – tratamento das imagens fotografadas na etapa anterior (Monteiro, 2025).

Figura 6 - Fluxograma da metodologia Weekend Creative.



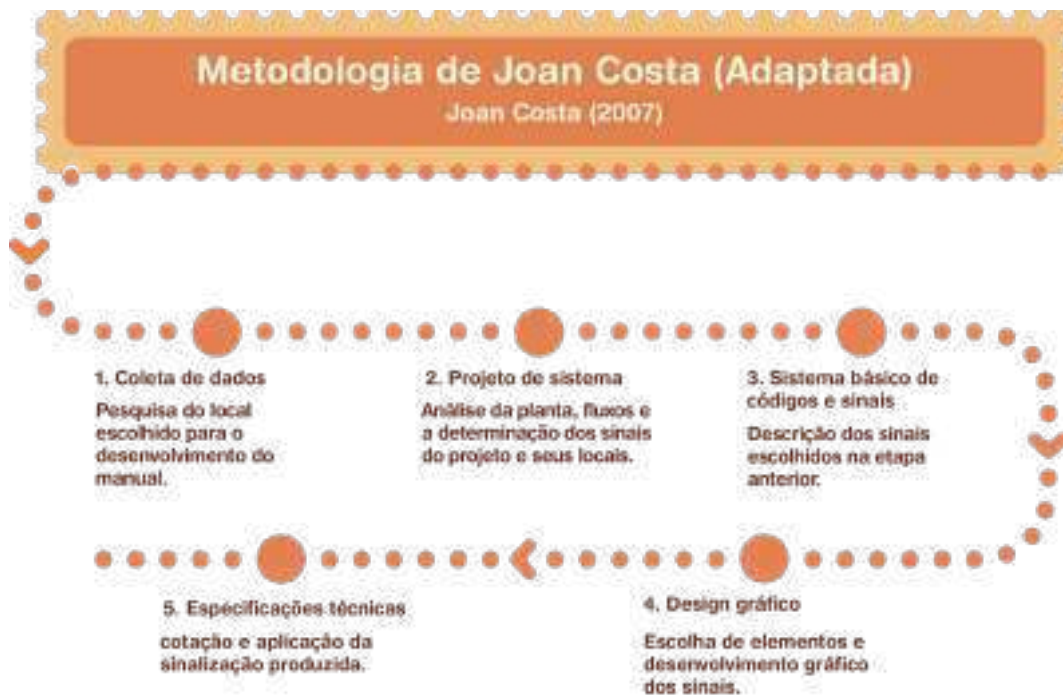
Autoria: própria

2.4. Sinalização

2.4.1. Metodologia de Joan Costa

Recomendada pela Professora Luciana Dinoá de Design de Sinalização, a metodologia Joan Costa foi utilizada para a produção do projeto de sinalização, tendo surgido a partir da metodologia de Costa (1977), focando no desenvolvimento e implementação do manual de sinalização. O metodologia apresenta seis etapas das quais foram utilizadas cinco na realização do projeto, sendo essas: coleta de dados – pesquisa do local escolhido para o desenvolvimento do manual; projeto de sistema – análise da planta, fluxos e a determinação dos sinais do projeto e seus locais; sistema básico de códigos e sinais – descrição dos sinais escolhidos na etapa anterior; Design gráfico – escolha de elementos e desenvolvimento gráfico dos sinais; especificações técnicas – cotação e aplicação da sinalização produzida.

Figura 7 - Fluxograma da metodologia de Joan Costa.



Autoria: própria

3. PORTFÓLIO DE PROJETOS

3.1. Identidade Visual

3.1.1. Sapé Viaja - Desenvolvimento da identidade visual da agência de viagens Sapé

Viaja

Equipe:	Categoria:	Professores:
Bianca Costa, Danilo Figueiredo, Rebeca Silva, Sofia Steinbach	Identidade Visual	Raquel Nicolau, Wilson Medeiros, Anália Ferreira, Fabianne dos Santos
Matéria:	Ano:	Método:
Design de embalagem; Desenho; Fundamentos do Design Gráfico; Plástica	2024.1	Löblich (2000)

Problematização

Desenvolvido no 1º semestre do curso, o projeto integrador conduzido pela Professora Raquel Nicolau e com a participação dos professores Wilson Medeiros, Anália Ferreira e Fabianne dos Santos teve o propósito de elaborar identidades visuais para microempresas paraibanas que necessitasse de mudanças gráficas em sua marca, a fim de atrair um maior movimento de clientes para este negócio.

Metodologia

No desenvolvimento da atividade foi sugerido pela Professora de Design de Embalagem, Raquel Nicolau, que os alunos utilizassem a metodologia de Löblich, por ser generalista, podendo ser utilizada em diversas áreas do design. Esta consiste em 4 etapas: análise do problema, alternativas do design, avaliação das alternativas do design e solução do design. Para o desenvolvimento desta identidade visual foram distribuídas, entre a equipe, tarefas, estas foram: assinatura visual: Sofia Steinbach; grafismos: Rebeca Silva; Vetorização: Bianca Costa; peças gráficas: Bianca Costa e Danilo Figueiredo.

Etapa 1 - Análise do problema

Em seu início, foi solicitado pela professora para as equipes que escolhessem um empreendimento que necessariamente fosse paraibano e que pudesse ser beneficiado por uma mudança gráfica na identidade de sua marca. Após esse condicionante, o grupo decidiu pela agência de turismo e viagens Sapé Viaja, microempresa fundada por Jailson Macêdo com origens no município de Sapé.

O projeto se inicia com a entrevista entre o grupo e o empreendedor com o objetivo de compreender melhor a empresa, resultando na criação de um *briefing*, no estudo de perfis de redes sociais de empresas concorrentes (*benchmarking*), a fim de analisar possíveis estratégias para a marca. O resultado obtido do briefing resultou em um mapa mental para auxiliar na criação da identidade visual. Este apresenta as principais características do empreendimento Sapé Viaja, desejos para a identidade visual do dono da Sapé Viaja, características do público alvo, entregáveis e referências de o que usar ou não no projeto.

Figura 8 – Mapa mental do projeto Sapé Viaja.¹



Autoria: Bianca Costa, Danilo Figueiredo, Rebeca Silva, Sofia Steinbach.

Etapa 2 - Alternativas do design

Com todas as informações analisadas, o grupo construiu um *moodboard* para a identidade visual, com a presença de elementos regionais e pontos turísticos da Paraíba, a fim de guiar

¹ <https://drive.google.com/file/d/1FsJ0U2LfNqumntsBZRfM4OKYyb3YVZxM/view?usp=sharing>

conceitualmente o que será desenvolvido no projeto. Este, com a adição da entrevista, serviu de base para a determinação de um conceito regional e jovial.

Antes de tudo, foram esboçadas pela equipe ideias para assinatura visual a partir do conceito definido, a fim de guiar o projeto esteticamente. Tipografias geométricas e modulares foram ideias recorrentes nesta etapa.

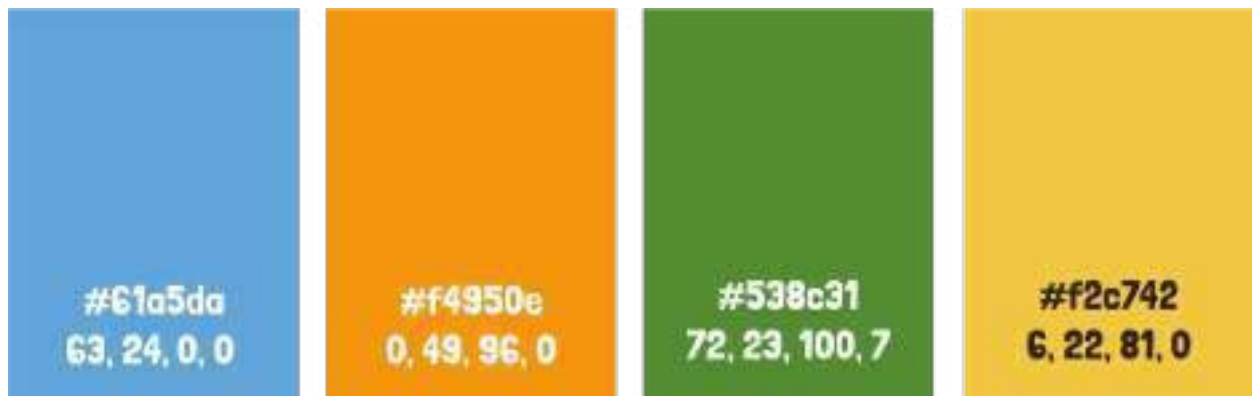
Figura 9 - Rascunhos da assinatura visual do Sapé Viaja.



Autoria: Rebeca Silva.

A partir do *moodboard* uma paleta de cores foi confeccionada com quatro cores, amarelo (*Saffron*), verde (*Vida Loca*), laranja (*Tree Poppy*) e ciano (*Picton Blue*), três dessas sendo análogas, que representam a natureza e regionalidade, e as últimas duas sendo complementares, trazendo jovialidade a identidade da marca. Essas tiveram ajustes na saturação e no brilho para melhor traduzir o conceito do grupo.

Figura 10 - Paleta de cores do Sapé Viaja.



Autoria: Própria.

Etapa 3 – Avaliação das alternativas do design

Com a conclusão da ideação dos elementos centrais da identidade visual, o grupo definiu a assinatura visual final da marca, optando por desenvolver caracteres tipográficos exclusivos e personalizados. Estes apresentam um formato irregular e reto, sendo cada caractere único, pois sua inspiração veio da xilografia para transmitir a regionalidade que a marca representa. De forma harmônica esta combinação de caracteres é séria e divertida transmitindo os valores da empresa Sapé Viaja. Foram produzidas três versões da assinatura visual, sendo: vertical, horizontal e com as iniciais da marca.

Figura 11 - Rascunho e assinatura visual final do Sapé Viaja.



Autoria: Sofia Steinbach.

Duas tipografias foram utilizadas para compor a identidade visual da marca: Londrina para títulos, sendo uma tipografia vernacular que harmoniza com a utilizada na assinatura visual e; seguindo o conceito estabelecido, a Open Sans para corpo de texto, pois se trata de uma fonte simples e sem serifa com alta legibilidade.

Figura 12 - Tipografias utilizadas na identidade visual do Sapé Viaja.



Autoria: Bianca Costa.

A iconografia do projeto foi desenvolvida a partir de elementos culturais e simbólicos de Sapé. Foram utilizados como referência locais de importância histórica, como o Memorial Augusto dos Anjos e o Memorial das Ligas e Lutas Camponesas, bem como pontos populares da cidade, como o coreto da Praça João Pessoa e a Igreja Matriz. Adicionalmente, a identidade visual incorporou aspectos da paisagem, da agricultura e da cultura local de Sapé.

Figura 13 - Rascunho da iconografia do Sapé Viaja.



Autoria: Rebeca Silva

Figura 14 - Iconografia do Sapé Viaja vetorizada.



Autoria: Bianca Costa

Etapa 4 – Solução do design

Nesta etapa, foram aplicados todos elementos construídos com o objetivo de produzir materiais para a empresa Sapé Viaja, como brindes que poderiam ser distribuídos entre os seus clientes e itens personalizados de identificação dos funcionários. Além da aplicação da identidade visual em modelos no *Instagram*, rede em que a empresa é mais presente.

Também, pedido pelos professores, a produção de um objeto impresso foi desenvolvida pelo grupo com a finalidade de presentear o empreendimento. Após a orientação pela Professora de plástica, um letreiro 3d com a assinatura visual, uma moldura de papel utilizando os elementos gráficos produzidos anteriormente, juntamente de um suporte em papel *kraft*.

Figura 15 - Letreiro 3d com a assinatura visual do Sapé Viaja.



Autoria: Própria

Resultado

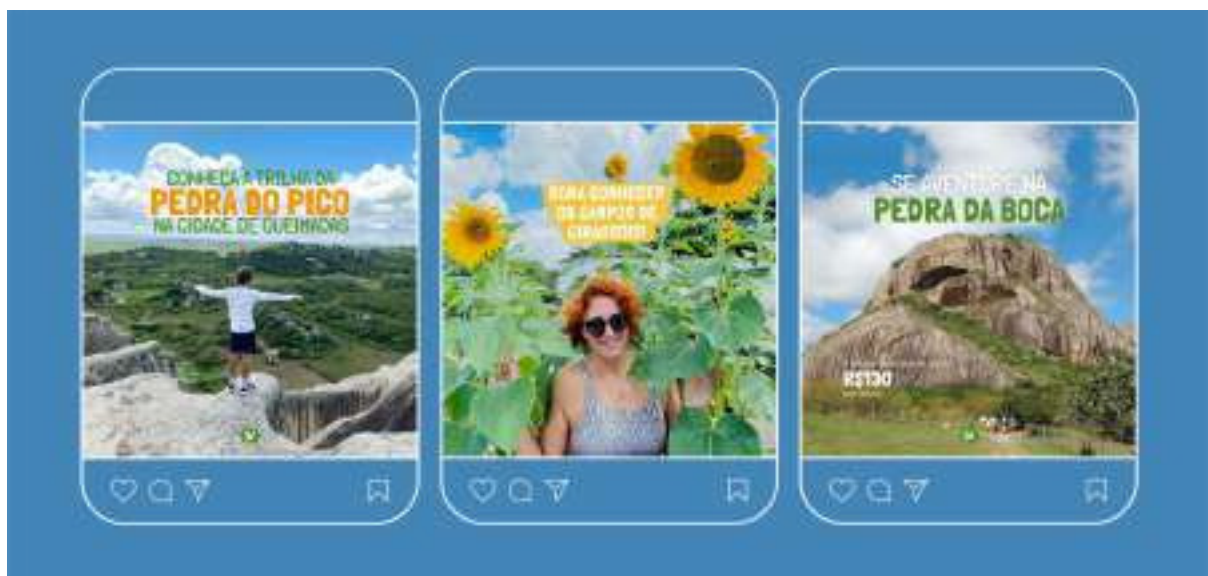
Por fim, a identidade visual produzida para o empreendimento "Sapé Viaja" foi aplicada em diversos *mockups*, sendo de simulação do perfil do *Instagram*, *posts* para rede social e de brindes como *bottons*, agenda, camiseta, cartão postal, *ecobag*, garrafa e adesivos.

Figura 16 - Aplicação da identidade visual do Sapé Viaja em rede social.



Autoria: Bianca Costa

Figura 17 - Simulação de posts para o Sapé Viaja.



Autoria: Bianca Costa

Figura 18 - Mockups de bottons e agenda do Sapé Viaja



Autoria: Bianca Costa

Figura 19 - Mockups de camiseta e cartão postal do Sapé Viaja.



Autoria: Bianca Costa

Figura 20 - Mockups de ecobag e garrafa do Sapé Viaja.



Autoria: Bianca Costa

Figura 21 - *Mockups* do adesivo do Sapé Viaja. Autoria: Bianca Costa



Autoria: Bianca Costa

Etapa 5 – Análise crítica

Após a realização deste projeto, o grupo chegou em um resultado positivo e poucas alterações necessitam ser feitas para que o projeto realizado fosse satisfatório. Uma das dificuldades observada, inicialmente, no desenvolvimento foi a pouca familiaridade com os softwares utilizados.

Outra, foi a inexperiência de trabalhar em novos grupos e a timidez, o que dificultou na expressão de ideias para o restante da equipe e o progresso na realização de etapas no projeto, o que rapidamente foi solucionado pelo entrosamento da equipe.

3.1.2. Preto Luz - Desenvolvimento da identidade visual de uma campanha de apoio a uma causa marginalizada

Equipe:	Categoria:	Professores:
Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza, Sofia Steinbach	Identidade Visual	Suellen Albuquerque, Anália Ferreira, Daniel Lourenço
Matéria:	Ano:	Método:
Identidade Visual, Teoria e História do Design, Análise Gráfica, Ilustração, Tipografia	2024.2	Design Thinking (2009)

Problematização

Este foi um projeto integrador conduzido pela Professora Suellen Albuquerque, no 2º período, com a colaboração dos professores Anália Ferreira e Daniel Lourenço, que tinha como objetivo o desenvolvimento de uma campanha de apoio a uma causa marginalizada, escolhida pelas equipes. Foi solicitado às equipes uma pesquisa sobre a representação da causa na mídia, a produção de uma identidade visual, tipografia e peças gráficas ilustradas e que apresentassem semiótica.

Metodologia

Para o desenvolvimento deste projeto a metodologia utilizada foi *Design Thinking* (2009) de Tim Brown, este sendo um método de design generalista, por sugestão da Professora Suellen. Suas etapas consistem em: empatia, definição, ideação, prototipagem, teste e implementação. Ao longo do desenvolvimento projetual os integrantes da equipe se encarregaram com as seguintes funções: direção criativa e peças gráficas: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza, Sofia Steinbach; assinatura visual: Raissa Souza; tipografia: Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo e Raissa Souza; ilustrações: Ana Clara Rocha e Sofia Steinbach.

Etapa 1 - Empatia

A equipe decidiu criar uma campanha que enaltecesse a beleza da comunidade preta na Paraíba. Para melhor conhecer o tema foi feito uma pesquisa de campanhas que estivessem

relacionados à causa escolhida e por fim, que estas fossem analisadas de forma diacrônica, apresentando uma evolução ao longo do tempo sobre campanhas de mesma temática, e sincrônica, comparando as campanhas com outras campanhas que tivessem critérios em comum.

Com as informações coletadas e analisadas, foi observado que este grupo marginalizado sofre com pouca representação, sendo comum a presença de piadas de mal gosto e estereótipos em propagandas do século XX e no início do século XXI. A mudança de abordagem a este grupo pela mídia foi um fenômeno recente, o que pode ser atribuído ao crescimento de movimentos sociais e às redes sociais, tornando o movimento das pautas raciais mais prevalente na mídia.

Uma pesquisa com finalidade de melhor entender o que pessoas pretas moradoras da Paraíba enfrentam com este problema foi realizada através de um questionário com perguntas qualitativas e quantitativas. A ferramenta buscou informações sobre gênero, idade, autoidentificação étnico-racial e abertura destas pessoas para relatarem os seus desafios enfrentados em uma sociedade em que o racismo é enraizado.

Etapa 2 - Definição

Os resultados atingidos na pesquisa foram recolhidos e analisados pelos integrantes que observaram gênero, idade e comportamentos dos participantes, a fim de definir um público alvo que se baseia na realidade, sendo definido jovens adultos, urbanos, engajados socialmente e negros. As queixas descritas foram analisadas com a intenção de determinar pautas importantes que o projeto atingiria, como o preconceito sofrido por esse grupo pelos seus traços físicos e textura de cabelo.

A partir dessa pesquisa, foi-se pedido o desenvolvimento de um *moodboard* para o projeto, um painel de referências e um painel de imagens representando o público alvo. O *moodboard* apresentava imagens que retratam diversas características comuns em pessoas negras como o cabelo crespo, tranças, lábios e nariz largos, como também representar diversidade de corpos e exaltar a beleza desse grupo. Para o painel de referências, imagens de cores vibrantes, símbolos do movimento negro, padronagens africanas e frases de empoderamento foram usadas de inspiração para o desenvolvimento da identidade visual. O painel do público alvo representa um público jovem, estudante, urbano, consumidor de cultura popular e engajado em movimentos sociais.

Figura 24 - Painel de público alvo do Preto Luz.



Autoria: própria

Com o conceito definido, o grupo começou a rascunhar propostas que encaixassem no que foi pedido na entrega da atividade. Primeiramente, a equipe rascunhou ideias de tipografia que fossem desenvolvidas exclusivamente para o projeto. As principais características utilizadas em sua criação foram caracteres geométricos, não regulares e que o produto final tivesse um estilo urbano. Utilizando o software FontForge, por sugestão do Professor Daniel, a tipografia final nomeada de Retintus foi produzida, essa apresentando caracteres em caixa alta, sem serifa e um peso alto.

Figura 25 - Rascunho e execução da tipografia Retintus.



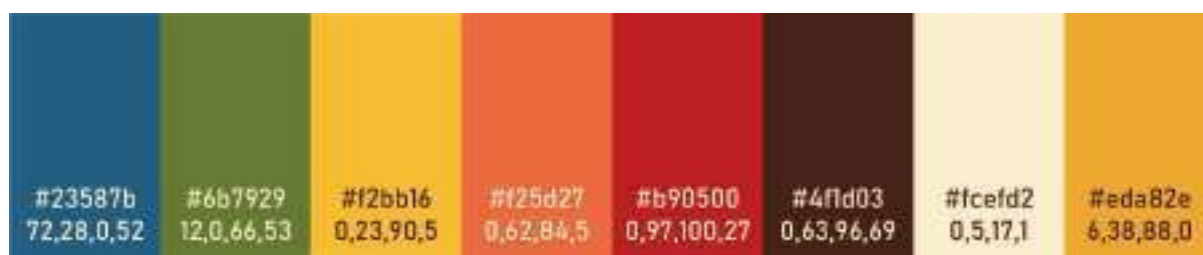
Autoria: Raissa Souza e Danilo Figueiredo

A próxima tarefa feita foi o desenvolvimento da iconografia do projeto. As principais

inspirações para os ícones foram características físicas de pessoas negras, como apresentado anteriormente no moodboard, e símbolos ligados ao movimento de empoderamento da comunidade negra, como o pente garfo e o punho cerrado. Estes foram então desenhados no mesmo estilo utilizado na tipografia, criando harmonia entre esses dois elementos.

Simultaneamente, as cores que estariam presentes na paleta foram definidas seguindo as características presentes nas imagens do painel de referência. Inicialmente, a paleta de cores apresentava cinco cores vibrantes e, em sua maioria, tons quentes, mas o grupo observou a falta de harmonia entre as cores. Assim, foi testada a substituição de umas das cores quentes por uma cor de tom frio. Na paleta definitiva as cores da paleta principal foram ajustadas em saturação e brilho, sendo elas azul (*Chathams Blue*), verde (*Crete*), amarelo (*Lightning Yellow*), laranja (*Flamingo*) e vermelho (*Guardsman Red*), o marrom (*Indian Tan*) também foi acrescido a paleta por ser o tom que iria contrastar das demais. As cores bege (*Champagne*) e ocre (*Fuel Yellow*) foram também utilizadas como cores suporte que seriam empregadas nas composições gráficas produzidas.

Figura 26 - Paleta de cores da campanha Preto Luz.



Autoria: Raissa Souza

Etapa 3 – Prototipagem

Diante do que foi desenvolvido, a equipe começou a pensar em possíveis nomes que o projeto teria. O nome originário da campanha foi “Cor Real”. Este serviu de inspiração para uma futura sugestão da Professora Suellen, nascendo assim o nome “Cor Raiz Real”, que tinha como conceito dar importância a cor de pele, a origem e colocar estas características como algo majestoso. Contudo, o nome foi descartado pelo seu tamanho, pois trazia dificuldade na criação da assinatura visual. O nome final para a campanha foi “Preto Luz”, escolhido por relacionar a cor de pele negra com o divino, pois cristianismo difundiu a ideia do padrão de beleza eurocêntrico.

Juntamente, a equipe resolveu iniciar os esboços para a assinatura visual do projeto, otimizando tempo. A ideia principal é que esta utilizasse a tipografia desenvolvida anteriormente e a assinatura fosse modular, sendo utilizado diferentes tamanhos em sua composição. Com o nome

oficial do projeto foram feitas quatro assinaturas, duas delas apresentando uma designação escrita “Minha beleza brilha”, esclarecendo melhor o nome escolhido.

Etapa 4 – Teste

Nesta etapa foram feitas três peças gráficas utilizando os conceitos do projeto e seguindo o que foi exigido pelas disciplinas de Ilustração e Análise Gráfica, sendo: duas ilustrações e três peças que apresentassem um significado claro em sua composição. Foi acordado com os professores que seria possível produzir três obras totais desde que duas fossem ilustradas. A primeira ilustração representa um ser divino de características físicas de uma pessoa preta, sendo seu cabelo representado como uma auréola reluzente; a segunda ilustração mistura imagens reais de uma periferia, correspondendo a uma releitura dos retratos de Nossa Senhora, representando as pessoas marginalizadas; a última é uma peça inspirada no artista Fred Martins, fazendo referência a luta da comunidade preta como também o empoderamento de suas características físicas.

Figura 27 - Cartazes produzidos para o Preto Luz.



Autoria: Ana Clara Rocha, Sofia Steinbach e Danilo Figueiredo

A equipe também desenvolveu outros objetos a partir da identidade visual que a equipe criou, como *bottons*, adesivos, *ecobag* e um folder, que tinham como o objetivo de serem brindes que pudessem divulgar a campanha para mais pessoas e, no caso do folder, explicar melhor os objetivos do projeto.

Etapa 5 – Implementação

Após a finalização de todas as etapas, a equipe reuniu o que foi desenvolvido para a criação

de um manual de marca, sendo essa a entrega final da atividade. Presente neste documento estão as especificações da assinatura visual, arejamento, grid, proporção, redução, uso correto de cores e posicionamento desta. A principal tipografia utilizada foi a Retintus, desenvolvida para o projeto, sendo exigido um pangrama; a fonte de apoio foi a Bahnschrift; e os ícones criados junto das padronagens produzidas com estes, apresentando exemplos do seu uso na criação de brindes.

Resultado

Esses foram os resultados obtidos ao longo da execução dessa atividade e a aplicação da identidade visual em materiais de divulgação.

Figura 28 - Ícones produzidos para o Preto Luz.



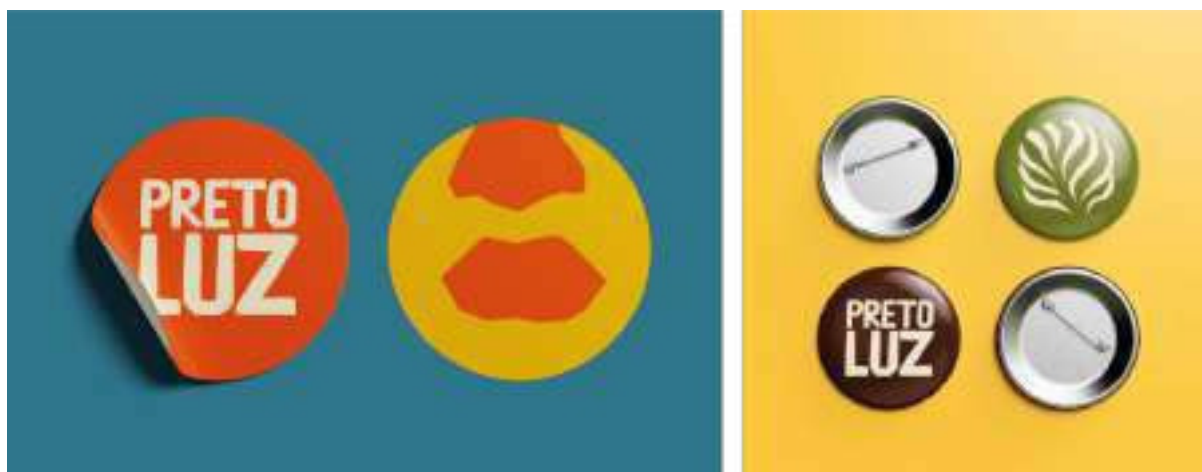
Autoria: Raissa Souza

Figura 28 - Tipografia produzida para o Preto Luz.



Autoria: Raissa Souza

Figura 29 - Mockups de adesivos e bottoms com a assinatura visual e símbolos do Preto Luz.



Autoria: própria

Figura 30 - Mockups de ecobag e folder do Preto luz.



Autoria: Ana Leticia Amaral e Raissa Souza

Figura 31 - Mockup dos cartazes do Preto Luz.



Autoria: própria

Etapa 6 – Análise crítica

Após a execução deste projeto integrador, o seu resultado foi bem avaliado. A maior dificuldade neste projeto foi a gestão de tempo entre a realização desta atividade com outras atividades em um curto período de tempo, sendo essencial para formação de um profissional. Além do desenvolvimento da habilidade de defesa do que foi desenvolvido pela equipe para os professores, que nem sempre concordavam com as nossas escolhas.

3.1.3. Matiz - Desenvolvimento da Identidade Visual do evento da Semana de TCCs do curso de Design Gráfico

Equipe:	Categoria:	Professores:
Ana Clara Rocha, Bárbara Pereira, Bianca Costa, Danilo Figueiredo, Ian Fernandes, Raoni Lucena, Rebeca Silva, Samuel Fernandes, Thalita Galdino.	Identidade Visual	Ticiano Alves
Matéria:	Ano:	Método:
Gestão em Design	2025.2	<i>Double Diamond</i> (2005)

Problematização

O trabalho foi realizado no 4º período do curso, pela disciplina de Gestão em Design com a orientação do Professor Ticiano Alves. Um dos trabalhos da disciplina era a transformação da semana de TCCs do curso de Design Gráfico em um evento acadêmico de periodicidade semestral, o que promoveria o aumento da participação dos discentes nas bancas. O professor dividiu a turma em cinco equipes, sendo: gestão, identidade visual, comunicação, inscrições e logística.

Metodologia

A metodologia utilizada no desenvolvimento deste projeto foi a *Double Diamond* (2005) do Conselho de Design Britânico, por ser um método versátil, podendo ser usada em diferentes áreas do design. Sendo dividida em dois momentos, contexto do problema e contexto da solução, e quatro etapas presente nesses dois estágios: descoberta, definição, desenvolvimento e entrega. Neste projeto, funções para cada integrante foram distribuídas, sendo: assinatura visual: Rebeca Silva; peças gráficas: Bárbara Pereira, Bianca Costa, Danilo Figueiredo; redes Sociais: Ana Clara Rocha e Ian Fernandes; grafismos: Rebeca Silva, Samuel Fernandes e Thalita Galdino; sinalização: Raoni Lucena.

Etapa 1 – Descoberta

Inicialmente, o Professor atribuiu à equipe responsável pelo desenvolvimento da identidade visual de realizar um benchmarking, pesquisando eventos com conceitos semelhantes ao que seria criado. Essa observação serviu de inspiração para o projeto. Foram analisados os elementos

estéticos presentes nas identidades visuais encontradas, sendo separadas em dois painéis de referência, um com elementos aprovados pela equipe e outro com elementos desaprovados, a fim de apresentar à turma possíveis caminhos que o projeto seguiria.

Figura 32 - Painel com referências reprovadas.



Autoria: Ana Clara Rocha, Bárbara Pereira, Bianca Costa, Danilo Figueiredo, Ian Fernandes, Rebeca Silva, Samuel Fernandes, Thalita Galdino.

Figura 33 - Painel com referências aprovadas.



Autoria: Ana Clara Rocha, Bárbara Pereira, Bianca Costa, Danilo Figueiredo, Ian Fernandes, Rebeca Silva, Samuel Fernandes, Thalita Galdino.

A etapa seguinte foi a de naming do evento, na qual o grupo propôs diversos nomes que cada integrante considerava relacionados ao evento. A escolha final foi feita por meio de uma votação envolvendo a equipe, a monitora da disciplina (Lara Costa) e o Professor. O nome eleito foi “Matiz”, pois ele refere-se a gradação de uma cor em sua tonalidade tornando-a em diferentes cores, e por apresentar um número reduzido de letras facilitando na produção de uma assinatura visual. Este conceito foi aplicado ao evento por celebrar a autenticidade e a nuance de ideias produzidas pelos estudantes sendo possível evidenciar a pluralidade criativa e a coletividade.

Simultaneamente, a equipe encarregada pela gestão do evento produziu um *briefing* a partir de uma pesquisa com professores e alunos do curso de Design Gráfico, com o objetivo de analisar possíveis estratégias para atrair mais espectadores. Este serviu para que a equipe de identidade visual produzisse outro *briefing* com os atributos que o Matiz apresenta, sendo destacados os adjetivos: moderno, criativo e acadêmico. E o público-alvo ficou definido como estudantes do curso com 18 à 45 anos.

Etapa 2 – Definição

Nesta etapa, após o feedback do restante dos grupos sobre as ideias apresentadas, a equipe seguiu no desenvolvimento do painel de referências que representasse melhor o conceito definido.

O painel seguiu um conceito minimalista, colorido e moderno, optando pela simplicidade nas composições gráficas e deixando as cores terem maior destaque.

Figura 35 - Moodboard para a identidade visual do evento.



Autoria: Ana Clara Rocha, Bárbara Pereira, Bianca Costa, Danilo Figueiredo, Ian Fernandes, Rebeca Silva, Samuel Fernandes, Thalita Galdino.

Ao mesmo tempo foi planejado alternativas para a assinatura visual, auxiliando na concretização do conceito estabelecido. Diversas assinaturas foram desenvolvidas, mas a assinatura escolhida apresenta o nome do evento na tipografia Atkinson Hyperlegible com o caracter “M” sendo modificado por uma forma de ziguezague. Após a análise dos professores, foi sugerido a modificação do “M”, pois este era semelhante a um “W”, sendo solucionado com a redução na altura da barra esquerda em $\frac{1}{4}$ do tamanho original.

Figura 36 - Ideia original para a assinatura visual do Matiz.



Autoria: Rebeca Silva.

Figura 37 - Assinatura visual final do Matiz .



Autoria: Rebeca Silva.

A paleta de cores foi definida na etapa do desenvolvimento do painel de referências, estando entre as referências encontradas. A escolha se deu pela natureza das cores, sendo três destas primárias, vermelho (*Alizarin Crimson*), amarelo (*Saffron*) e azul (*Denim*), e duas secundárias, roxo (*Butterfly Bush*) e verde (*Scooter*). O preto (*Cod Gray*) e o branco (*Mercury*) foram escolhidos para compor maior parte das peças pela sua simplicidade e harmonização com o restante das cores, mantendo o conceito minimalista e moderno.

Figura 38 - Paleta de cores do Matiz.



Autoria: Ana Clara Rocha, Bárbara Pereira, Bianca Costa, Danilo Figueiredo, Ian Fernandes, Rebeca Silva, Samuel Fernandes, Thalita Galdino.

A decisão das tipografias utilizadas no projeto foi baseada na assinatura visual desenvolvida. Esta utiliza a fonte *Atkinson Hyperlegible* que também foi utilizada nos títulos das composições gráficas, pois a mesma é uma tipografia sem serifa, transmitindo modernidade. Para o corpo de texto foi selecionada a *Uncut Sans*, pois é semelhante à fonte principal, sendo a maior diferença a regularidade no traço dos caracteres, e por esta ser uma fonte minimalista.

Figura 39 - Tipografias utilizadas na identidade visual do Matiz.



Autoria: Rebeca Silva.

Etapa 3 – Desenvolvimento

Após a decisão dos elementos iniciais, a equipe foi dividida em funções para melhor aproveitamento do tempo, e os integrantes produziram ícones relacionados a softwares de design, como as setas de seleção, a hashtag, o conta gotas e a gota. Grafismos foram desenvolvidos aplicando os ícones criados, que apresentam as cores escolhidas com frases relacionadas ao conceito do evento. Outros grafismos desenvolvidos foram a barra de seleção de cor presente em programas de design e o “M” presente na assinatura visual em gradiente.

Figura 40 - Grafismos e pictogramas desenvolvidos para o Matiz.



Autoria: Danilo Figueiredo, Rebeca Silva, Samuel Fernandes, Thalita Galdino.

Em paralelo se deu o desenvolvimento das peças gráficas. Os cartazes foram as primeiras peças produzidas, sendo três criadas para a divulgação do Matiz. A primeira contém o carácter “M” presente na assinatura visual com um gradiente utilizando as cores da paleta e a textura granulada. Este originou o grafismo do “M” e os motivos recorrentes usados na produção da identidade. Foram desenvolvidos mais dois pôsteres. Um deles anunciava o evento e sua data, mantendo os mesmos elementos visuais do primeiro cartaz, mas dispostos de forma diferente. O outro pôster exibe a letra “M” repetida em diversas cores e apresenta a programação das apresentações.

Figura 41 - Cartazes produzidos para o Matiz.



Autoria: Própria.

O certificado e o modelo de crachá foram criados após a finalização dos cartazes, utilizando os mesmos elementos presentes nas peças anteriores. O modelo de certificados apresenta o fundo preto, a assinatura visual desconstruída com os caracteres “M” e “T” com o gradiente das cores selecionadas, além do espaço para as informações necessárias para o certificado. O crachá apresenta o grafismo do “M” em destaque, com a assinatura do evento centralizada junto do grafismo da barra de cor; um espaço em branco foi colocado para inserir o nome dos organizadores, bem como logo do IFPB Cabedelo, onde o evento é realizado.

Outras peças foram desenvolvidas, como adesivos, camisas, bolsas e blocos de nota com o objetivo de serem distribuídos entre os organizadores e os participantes do evento. Para as redes sociais foram confeccionados modelos de posts, facilitando a aplicação das informações do evento escritas pela equipe encarregada da comunicação.

Por fim, a sinalização foi desenvolvida tendo como referência o cartaz informativo do evento e utilizando o símbolo de seta criado para indicar a direção das apresentações.

Etapa 4 – Entrega

Nesta etapa, com a finalização da fase de desenvolvimento, o grupo reuniu o material criado, a fim de confeccionar um manual da marca do Matiz, auxiliando em futuras edições. Este possui a apresentação do evento e suas características, especificações na aplicação da assinatura visual, suas versões com a designação escrita “Semana de TCCs” e uma versão apenas com o ícone do “M”, modo correto no uso das cores, gradiente e textura, tipografias utilizadas, estilo de fotografia e aplicações da identidade visual.

Resultado

Com a finalização do manual de marca o projeto foi apresentado ao Professor e ao restante da turma que aprovaram o resultado alcançado.

Figura 42 - Aplicação em mockups dos cartazes do Matiz.



Autoria: Própria.

Figura 43 - Mockups de crachá e adesivos do Matiz.



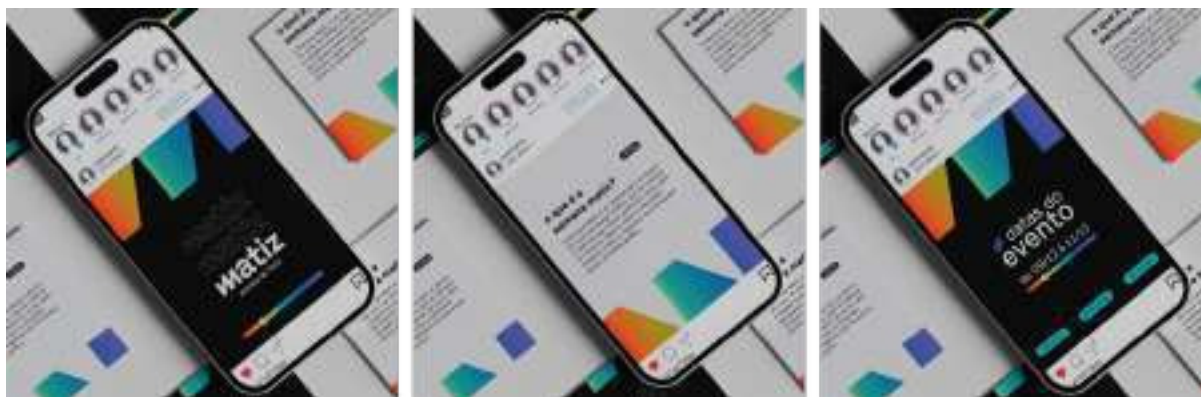
Autoria: Bianca Costa, Danilo Figueiredo.

Figura 44 - Mockup do certificado de presença do Matiz.



Autoria: Bianca Costa.

Figura 45 - Aplicação em mockups dos modelos de post para redes sociais do Matiz.



Autoria: Ana Clara Rocha, Ian Fernandes, Samuel Fernandes.

Figura 46 - Mockups de camisa e bolsa com a identidade visual do Matiz.



Autoria: Bianca Costa.

Figura 47 - Mockups de blocos de notas com identidade visual do Matiz.



Autoria: Bárbara Pereira, Danilo Figueiredo.

Figura 48 - Mockups do modelo de sinalização para o evento. Autoria: Raoni Lucena.



Etapa 5 – Análise crítica

A realização desta atividade foi desafiadora mas o seu resultado alcançado foi satisfatório. Como seria a primeira edição do evento Matiz, foi preciso criar um projeto do zero, o que exigiu bastante da equipe. Trabalhar com um grupo com nove pessoas também foi uma tarefa complicada, principalmente na decisão de conceitos para o projeto, pois nem sempre o grupo entrava em acordo. Pessoas que trabalharam menos na execução do projeto foi um problema, o que acarretou no atraso da entrega de alguns tópicos.

Neste projeto foi possível observar a habilidade pessoal de integração e liderança de grupo. Além de demonstrar a responsabilidade e a capacidade de administrar o tempo, que foram adquiridos ao longo do curso.

3.1.4. Sonhos Bordados - Identidade Visual

Equipe:	Categoria:	Cliente:
Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo.	Branding	Ivana Pereira
Temática:	Ano:	Método:
Empreendimento de bordados	2026.1	Sistemas de Identidade Visual (2009)

Problematização

O Sonhos Bordados é um empreendimento de bordados personalizados produzidos por Ivana Pereira que tem como especialidade a personalização de itens de uso pessoal com bordados em ponto cruz. Esta iniciativa, realizada por fora do ambiente acadêmico, surgiu a partir da dona do empreendimento ao perceber a importância da identidade visual na valorização de uma marca e a necessidade de divulgar as suas produções.

Metodologia

O projeto do “Sonhos Bordados” utilizou no seu desenvolvimento a metodologia “Sistemas de Identidade Visual” (2009) criada por Péon, pois este é um método que apresenta etapas focadas na área de atuação do trabalho, essas consistem em: problematização; concepção; e especificação. Na criação deste projeto as tarefas foram realizadas em conjunto, como o desenvolvimento do conceito, *naming*, assinatura visual, grafismos e peças gráficas.

Etapa 1 – Problematização

Primeiramente, o projeto se iniciou com a realização de um *briefing*, usando um modelo disponibilizado na disciplina de Gestão em Design, produzido originalmente pela Designer Ana Clara Borges. Este surgiu através das perguntas respondidas pela cliente, o que possibilitou entender melhor o mercado, público e posicionamento da marca, como também conhecer Ivana Pereira, dona e produtora da empresa, e a sua visão sobre o seu empreendimento.

Este foi analisado, juntamente das redes sociais do empreendimento, a fim de entender qual é a problemática inicial do projeto e possíveis soluções para este problema. Foi-se observado a falta de uma identidade visual que destacasse a empresa e os produtos desenvolvidos pela cliente. A

solução definida foi a criação de uma identidade visual que, de maneira estratégica, valorizasse o negócio e os valores da produtora, criando peças gráficas digitais e físicas para divulgação.

A partir do questionário foi possível traçar um perfil do público consumidor dos bordados. Foi observado que a maioria dos consumidores são mulheres adultas de 40 a 70 anos que encomendam os produtos para presentear entes queridos, possibilitando a criação de duas personas que representassem as clientes da marca.

Figura 49 - Personas desenvolvidas para o Sonhos Bordados.



Autoria: Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo.

Etapa 2 – Concepção

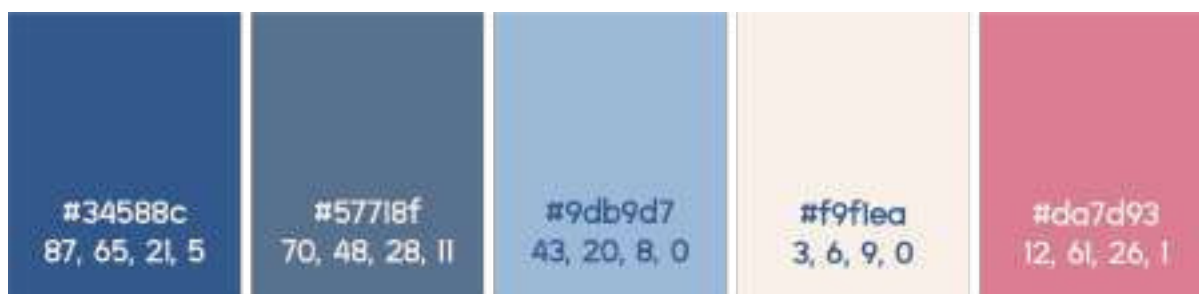
Para o desenvolvimento do conceito da marca, as respostas dadas pela cliente na etapa anterior foram utilizadas como auxílio, ao descrever o empreendimento e os seus valores, sendo definidos os adjetivos delicado, acolhedor, afetivo e artesanal. Após a definição deste, a equipe

percebeu a falta de um naming para o negócio, o que dificultaria a criação do restante das escolhas gráficas. O nome escolhido para a marca foi “Sonhos Bordados”, este tem como significado os sonhos que a marca representa para a dona, como o de fazer do artesanato a sua principal fonte de renda.

A partir das características descritas no conceito, a equipe desenvolveu um *moodboard* utilizando o conceito como base. Neste é possível observar cores suaves, diversos elementos que remetem ao ponto cruz e ao artesanato. Simultaneamente, o painel de referências do projeto foi criado. Este utilizou de imagens de flores, tons pastel, gráficos de ponto cruz, bordados e itens utilizados na criação de peças artesanais como agulha e linha, ressaltando a arte em destaque no trabalho.

A definição das cores surgiu pela recorrência de tonalidades presentes no painel, seguindo o conceito de delicadeza e acolhimento. A paleta consiste em três tons de azul, escuro (*St Tropaz*), acinzentado (*Kashmir Blue*), claro (*Rock Blue*), e bege (*White Linen*), que foram escolhidas pela sobriedade, e um rosa (*Deep Blush*) para destacar e contrastar com o restante das cores.

Figura 52 - Paleta de cores do Sonhos Bordados.



Autoria: Ana Letícia Amaral e Danilo Figueiredo.

Para a assinatura visual, as tipografias escolhidas foram a *The Youth* e a *Noto Serif Display*, sendo fontes caligráficas e adornadas, transmitindo delicadeza, combinando entre si. Esta utilizou o elemento gráfico de uma agulha de bordado atravessando o “S”, que simulou a linha utilizada na prática. Três versões foram desenvolvidas, uma versão horizontal, uma versão vertical e um monograma.

Figura 53 - Assinatura visual do Sonhos Bordados inicial.



Autoria: Ana Letícia Amaral, Danilo Figueiredo.

Figura 54 - Versões finais da assinatura visual do Sonhos Bordados.



Autoria: Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo.

Na composição das peças gráficas, foram selecionados componentes adicionais, como a fonte *Critf* para os textos, escolhida por sua natureza serifada que complementa as tipografias da assinatura. Além disso, criou-se um ícone de flor em ponto cruz, que visa materializar o conceito visual e enfatizar a técnica artesanal central da marca.

Figura 55 - Tipografias utilizadas no Sonhos Bordados.



Autoria: Ana Leticia Amaral

Etapa 3 – Especificações

Após determinação dos elementos utilizados no projeto, foi realizado o desenvolvimento de peças gráficas. Foram produzidos: cartões de visita que apresentam o nome do Sonhos bordados,

designação, as informações de contato e um QR code direcionando para as redes sociais da marca; um cartão de presente que também lista maneiras de cuidar do produto; e uma simulação de post para instagram aplicando a identidade visual criada.

Figura 56 - Cartões de visita do Sonhos Bordados.



Autoria: Ana Leticia Amaral.

Figura 57 - Cartão de presente e lista de cuidados do Sonhos Bordados.



Autoria: Ana Leticia Amaral.

Resultado

Com a finalização do projeto, as peças gráficas produzidas foram aplicadas junto de outros mockups de adesivos, carimbo e bolsa, que utilizaram identidade visual do Sonhos Bordados.

Figura 58 - Mockup dos cartões de visita do Sonhos Bordados.



Autoria: Danilo Figueiredo.

Figura 59 - Mockups dos cartões de presente e lista de cuidados do Sonhos Bordados.



Autoria: Danilo Figueiredo.

Figura 60 - Simulação de posts para a Sonhos Bordados.



Autoria: Ana Leticia Amaral.

Figura 61 - Mockups de bolsa, adesivos e carimbo do Sonhos Bordados.



Autoria: Danilo Figueiredo.

Etapa 4 – Análise crítica

A produção deste projeto obteve resultados positivos considerando ser o contato inicial da equipe em projetos fora do contexto acadêmico. A produção da equipe foi satisfatória, principalmente pela reduzida quantidade de integrantes no seu desenvolvimento.

Este projeto demonstrou a afinidade e dominação da área de produção de identidade visual, principalmente nos estágios da criação de conceitos para o projeto.

3.1.5. 2V.OS - Identidade Visual

Equipe:	Categoria:	Cliente:
Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo.	Identidade Visual	Veivê
Temática:	Ano:	Método:
Plataforma de gestão para Design Gráfico	2026.1	Sistemas de Identidade Visual (2009)

Problematização

Originando-se da Veivê, uma startup de inovação que relaciona o design editorial e de marca com a tecnologia, a 2V.OS é uma plataforma direcionada a estúdios, agências e *freelancers* de Design, com o objetivo de planejar, organizar e gerir etapas do processo de criação de um projeto para clientes. Esta oportunidade surgiu após o convite de um dos fundadores do 2V.OS, o Professor Ticiano Alves, para o desenvolvimento de uma assinatura visual, ícones das ferramentas do sistema e, originalmente, três paletas de cores para a interface.

Metodologia

Desenvolvida por Peón, a metodologia “Sistemas de Identidade Visual” (2009) foi utilizada no desenvolvimento do projeto da identidade visual da 2V.OS, por focar na área que o projeto se enquadra e pela sua praticidade. Esta apresenta as seguintes etapas: problematização, concepção e especificação. Este projeto foi, em grande parte, desenvolvido coletivamente, exceto a assinatura visual, feita por Ana Leticia Amaral, e os pictogramas, feitos por Danilo Figueiredo.

Etapa 1 & Etapa 2 – Problematização e Concepção

Inicialmente, o projeto se iniciou através de uma reunião com o Professor, que apresentou a startup Veivê, como também o software Veivê.OS, familiarizando os integrantes com suas funções e objetivos. Após esta, foi-se desenvolvido um dossiê que conteve as principais informações sobre a plataforma fornecidas na reunião, a fim de estruturar o que será produzido e proporcionar um caminho conceitual.

Assim, o conceito obtido para a identidade visual foi minimalista, amigável e intuitivo, priorizando por uma interface limpa, atributo importante para a criação dos elementos do Veivê.OS.

Primeiramente, antes do início da etapa de concepção, foi sugerido pelo Professor a alteração do nome do sistema Veivê.OS por 2V.OS, sendo formado da sonoridade que o nome original possui, se assemelhando à letra “V” repetida duas vezes.

Em seguida, foi realizado um painel de referências que representasse o conceito atribuído para facilitar a visualização de ideias a serem apresentadas ao cliente. Este painel apresentou referências de assinaturas visuais minimalistas, representações de interfaces modernas e coloridas e iconografia.

Figura 62 - Painel de referências para o 2V.OS.



Autoria: Ana Leticia Amaral e Danilo Figueiredo.

Na sequência, buscou-se definir três paletas cromáticas distintas, com o intuito de permitir que os usuários customizem a interface do sistema. As três utilizaram as cores presentes na identidade visual da Veivê como principais, possibilitando criar uma paleta neutra, uma intermediária e uma vibrante.

Figura 63 - Painel de referências da paleta neutra.



Autoria: Ana Leticia Amaral.

Figura 64 - Painel de referências da paleta intermediária.



Autoria: Danilo Figueiredo.

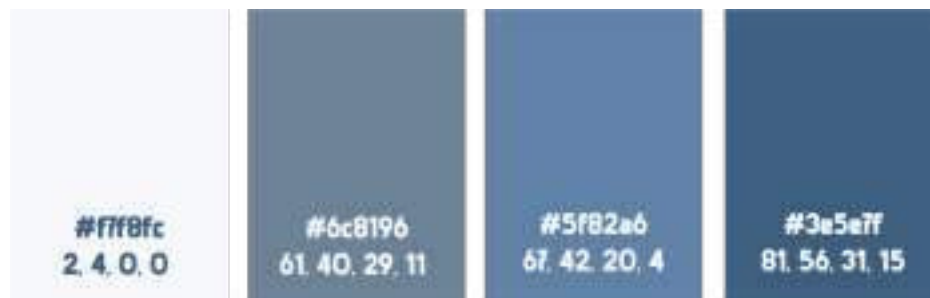
Figura 65 - Pannel de referências da paleta vibrante.



Autoria: Danilo Figueiredo.

Foram escolhidas pelo Professor o conjunto de cores neutro e intermediário que foram refinadas e definidas. Para a neutra foram escolhidos o branco (*White Lilac*), o cinza azulado (*Slate Gray*) e dois tons de azul, um claro (*Lynch*) e um escuro (*Azure*). Para a intermediária as cores escolhidas foram vermelho (*Shiraz*), salmão (*Mandy*), ciano (*Half Baked*) e azul escuro (*Bay of Many*).

Figura 66 - Paleta neutra do 2V.OS.



Autoria: Ana Leticia Amaral.

Figura 67 - Paleta intermediária do 2V.OS.



Autoria: Danilo Figueiredo.

Simultaneamente, foram pesquisadas tipografias para utilizar na assinatura visual. Estas foram então experimentadas para criar a assinatura. Foram desenvolvidas três versões, utilizando características presentes no painel de referências: minimalista e moderna. Com auxílio do Professor Ticiano, a tipografia escolhida foi a Freiburg por ser robusta e sem serifa. A assinatura visual escolhida foi a dos caracteres “2” e “V” juntos, com a ponta do “V” arredondada.

Figura 68 - Tipografia da assinatura visual do 2V.OS.



Autoria: Danilo Figueiredo.

Figura 69 - Teste de tipografias e assinatura visual. .

Freiburg



Helvena Grotesk Bold



Autoria: Ana Letícia Amaral e Danilo Figueiredo.

Figura 70 - Assinatura visual do 2V.OS final.



Autoria: Ana Leticia Amaral.

Por fim, a iconografia das ferramentas do software foi desenvolvida. Inicialmente um rascunho para as ferramentas: prism, cube, sphere e faces foi feita, utilizando da aparência das formas definidas, e então apresentada ao Professor, que auxiliou na melhoria dos ícones, como utilizar diferentes tamanhos do “V” e melhores disposições na criação das formas. Na finalização, o caractere presente na assinatura visual foi usado de base formando figuras abstratas referentes aos seus nomes. Além dos ícones feitos no início, mais dois foram feitos: square e line.

Figura 71 - Rascunhos dos ícones do 2V.OS.

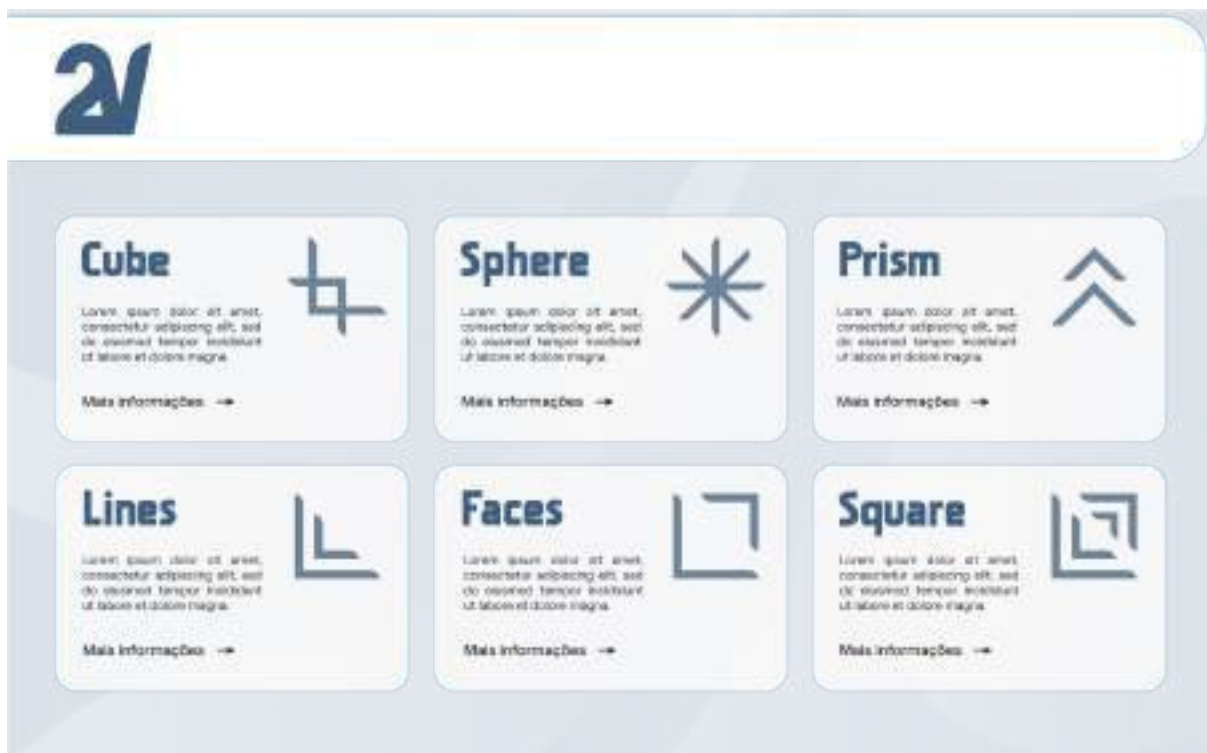


Autoria: Danilo Figueiredo e Ticiano Alves.

Etapa 3 – Especificações

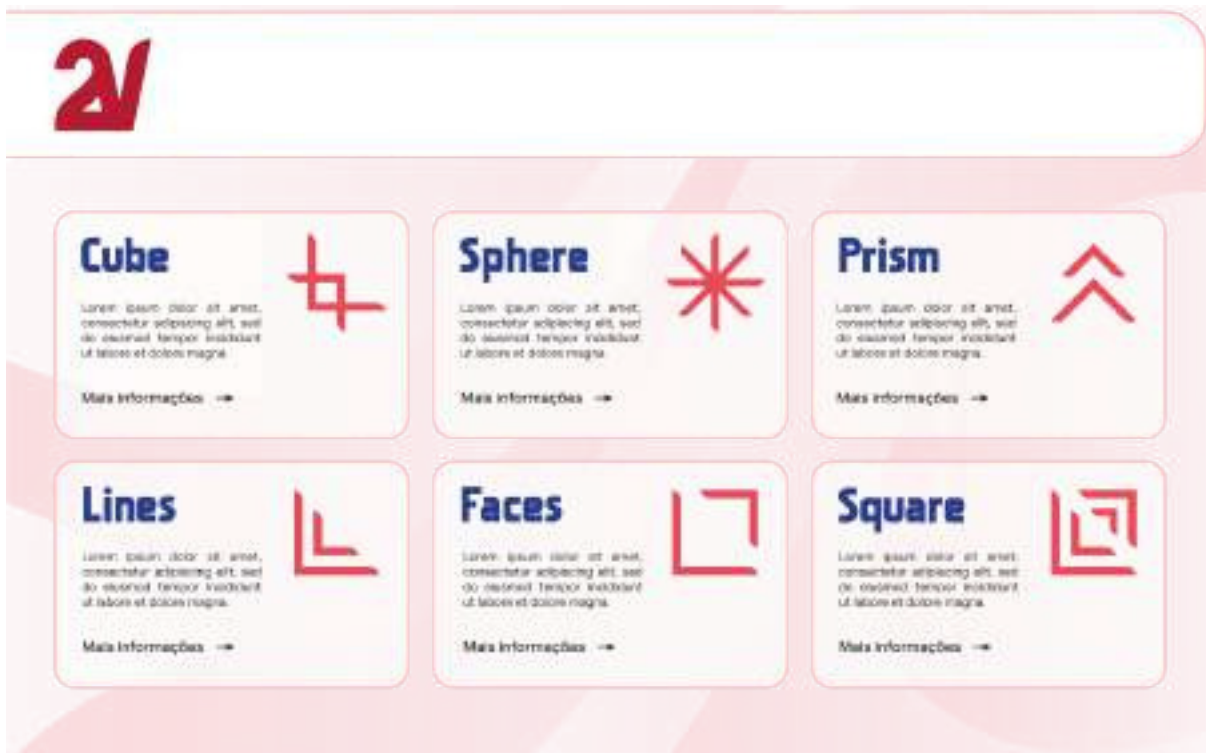
Após a finalização dos elementos foram criadas duas versões de aplicação dos ícones e da assinatura visual utilizando as duas versões das paletas de cor, a fim de melhor visualizar os resultados atingidos. Esta utilizou de referência a versão final da plataforma 2V.OS apresentada pelo Professor.

Figura 72 - Aplicação dos elementos para 2V.OS com a paleta neutra.



Autoria: Própria.

Figura 73 - Aplicação dos elementos para 2V.OS com a paleta intermediária.



Autoria: Própria.

Resultado

Com a finalização do projeto, os elementos foram aplicados em mockups sendo: bottons, adesivos, canetas e computadores com a aplicação dos elementos produzidos para o 2V.OS.

Figura 74 - Mockups de bottons e canetas do 2V.OS.



Autoria: Ana Leticia Amaral.

Figura 75 - Mockups de computadores, adesivos e bottons do 2V.OS.



Autoria: Ana Leticia Amaral e Danilo Figueiredo.

Etapa 4 – Análise crítica

Este projeto foi uma experiência diferente, pois foi o primeiro contato de criação de uma identidade visual para uma plataforma digital. A realização deste foi cansativo, pois foi necessário realizar diversas tarefas simultaneamente para que não houvesse atraso na entrega.

Em seu desenvolvimento, foi possível observar a afinidade crescente no âmbito da criação de identidades visuais pelo estudante, que foi sendo adquirida ao longo do curso e aprimorada simultaneamente. Além disso, a organização de tempo e projetual foi aprimorada, possibilitando a produção de outros projetos ao mesmo tempo.

3.2. Design Editorial

3.2.1. Redesign do livro “O pequeno príncipe” - Diagramação e ilustrações

Equipe:	Categoria:	Professores:
Bianca Costa, Danilo Figueiredo, Isabel Ferreira, Rebeca Silva.	Editorial e Ilustração	Daniel Lourenço
Matéria:	Ano:	Método:
Ilustração	2024.2	Das coisas nascem coisas (2019)

Problematização

Atividade sugerida pelo Professor Daniel Lourenço na matéria de Ilustração do 2º período com o objetivo de produzir ilustrações em aquarela e diagramar dois capítulos do livro “O pequeno príncipe”. Os capítulos foram distribuídos para os grupos por meio de sorteio.

Metodologia

A construção deste projeto baseou-se no método "Das coisas nascem coisas", originalmente proposto por Bruno Munari (1981) com 12 etapas e posteriormente adaptado por Feitosa (2019). Este método, sugerido pelo Professor Daniel Lourenço, foi utilizado com as seguintes etapas: Definição do problema, coleta e análise de dados, criatividade, materiais e tecnologia, experimentação e solução. Ao longo do desenvolvimento do projeto, cada integrante foi determinado uma função, sendo: Bianca Costa: Diagramadora; Danilo Figueiredo: Diretor criativo e aquarelista; Isabel Ferreira: Aquarelista; Rebeca Silva: Ilustradora.

Etapa 1 - Definição do problema & Etapa 2 - Coleta e análise de dados

O projeto exigia a criação de um conjunto de ilustrações em aquarela para a passagem selecionada, acompanhada da sua diagramação. O produto final deveria incluir: uma ilustração para a capa e contracapa, duas ilustrações para páginas duplas, três ilustrações para páginas únicas e quatro elementos ilustrados para a composição das páginas.

Na etapa seguinte foi feita a leitura dos capítulos sorteado e o estudo do livro a fim de melhor entender o material usado de base na produção do projeto assim como a procura de

produções similares à atividade para auxiliar na concepção dos conceitos. Estes então foram analisados pela equipe, que observou a presença da aquarela e de traços simplificados nas ilustrações, mas que essas estavam má dispostas nas páginas da obra e que esta apresentava uma diagramação ruim, com corte constante de palavras e imagens que interrompiam a fluidez do texto.

Figura 76 - Exemplos de má diagramação do livro original “O Pequeno Príncipe”.



Autoria: Antoine de Saint-Exupéry.

Etapa 3 – Criatividade

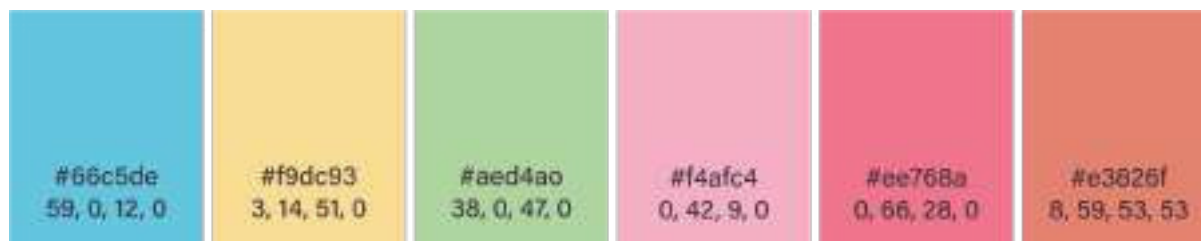
Após a análise do material que o projeto se baseia, a equipe idealizou o conceito que as ilustrações seriam produzidas a partir de adjetivos relacionados ao livro “O pequeno príncipe”, sendo estes delicado e onírico². Depois desta definição, a produção de um painel de referências foi montado com o objetivo de entender o estilo do personagem principal a ser seguido, este apresentava ilustrações do artista Makoto Takahashi e de desenhos animados infantis, estatuetas de porcelanas e ilustrações em tons pastel.

A construção da paleta de cores surgiu através do resultado do painel de referências, tirando inspiração nos tons claros que a porcelana apresenta. Os tons de azul (*Viking*), amarelo (*Golden Glow*), verde (*Moss Green*), rosa (*Cotton Candy*) foram escolhidos para ter maior destaque na

² Algo que é relativo aos sonhos.

coloração das ilustrações produzidas, rosa escuro (*Froly*) e marrom (*Japonica*) integraram a paleta para compor os detalhes nas ilustrações, como na pele do personagem principal e na rosa presente na história.

Figura 77 – Paleta de cores das ilustrações.



Autoria: Própria.

Etapa 4 – Materiais e tecnologia

Por exigência do Professor, todas ilustrações deveriam ser coloridas com aquarela, sendo possibilitado o uso de lápis de cor e nanquim para a finalização do desenho e acabamentos do desenho no meio digital foi autorizado. Decidiu-se pelo uso do papel aquarela no tamanho A3 de gramatura 300 para o melhor execução da técnica exigida, evitando a danificação do que seria produzido.

Para a diagramação do conteúdo dos capítulos, o software Indesign foi escolhido por ser um programa focado nesta área, apresentando ferramentas mais precisas em relação a outros programas de design. O Illustrator e o Photoshop foram utilizados para desenvolver materiais não exigidos pelo Professor, como o padrão para a folha de guarda do livro e mockups.

Etapa 5 – Experimentação

Com as referências e o conceito definidos, o grupo decidiu experimentar, através de rascunhos, a aparência do Pequeno Príncipe, dando continuidade ao projeto. A primeira ideia produzida pela equipe foi diretamente inspirada nas imagens produzidas pelo artista Makoto Takahashi, pois esta representa o conceito escolhido, mas esta ideia foi descartada pelo fato de ser muito complicado de replicar nas ilustrações com o personagem presente.

Similar a ideia passada, o personagem principal também foi rascunhado com características presentes nas obras de Takahashi mas o personagem apresenta a fisionomia que lembra estatuetas de porcelana, que recorrentemente apresenta traços arredondados.

Figura 78 – Primeiros rascunhos do Pequeno Príncipe.



Autoria: Rebeca Silva

Com base nos atributos de design definidos pelo grupo, como olhos grandes e brilhantes e formas arredondadas, novos rascunhos foram desenvolvidos. Uma alteração significativa foi a definição racial do Pequeno Príncipe. A equipe optou por testar traços indígenas e pretos para o personagem, visando representar uma minoria racial através do protagonista da obra adaptada.

Figura 79 – Rascunho do Pequeno Príncipe com traços pretos e indígenas.



Autoria: Rebeca Silva

A ideia mais trabalhada pela equipe foi do Pequeno Príncipe ser da etnia Inuíte, povo indígena das regiões árticas. Essa característica surgiu porque no livro é mencionado que o planeta que ele habita é frio. Duas versões foram feitas, uma de cabelo preto e outra loira, característica mencionada na obra. Este conceito não foi utilizado pois a passagem do livro que o grupo recebeu se passava no deserto do Saara, impossibilitando o uso de seus trajes no ambiente.

Figura 80 – Rascunho do Pequeno Príncipe da etnia Inuíte.



Autoria: Rebeca Silva.

Figura 81 – Rascunho do Pequeno Príncipe da etnia Inuíte e loiro.



Autoria: Rebeca Silva.

Para o conceito final, foi definido que o personagem seria um menino preto de cabelos cacheados loiros, olhos grandes e brilhantes, traços arredondados e trajes de fazenda, como jardineira e uma bandana verde, inspirado no desenho “As Aventuras de Moranguinho” de 1980, que seriam mais apropriados para o deserto.

Figura 82 – Rascunho final do Pequeno Príncipe.



Autoria: Rebeca Silva

Rascunhos das ilustrações do livro foram construídas a fim de auxiliar os ilustradores a visualizarem a composição das cenas descritas na obra. Estas foram analisadas pelo Professor Daniel que ajudou na melhor composição das cenas.

Figura 83 – Rascunho da composição de cenas para ilustrações.





Autoria: Autoria própria.

Para a tipografia utilizada no livro, a equipe pensou em uma fonte divertida, arredondada e sem serifa para o título e a abertura de capítulos, sendo escolhida a *Finger Paint*, originalmente, mas com orientações do professor a tipografia foi mudada para a *Rabbits Pro* por seguir melhor a estética do projeto. Para textos, a tipografia *Acumin* foi utilizada pela alta legibilidade que esta apresenta.

Figura 84 - Tipografias utilizadas na redesign do livro “O Pequeno Príncipe”.



Autoria: Bianca Costa.

Etapa 6 – Solução

Nesta fase, o grupo implementou o que havia sido aprovado. Um membro do grupo foi responsável pela criação das ilustrações para garantir a coerência visual entre as cenas. O processo começou com os rascunhos finais do personagem principal e progrediu com base nos esboços das cenas. Em seguida, as ilustrações foram divididas entre dois integrantes para a colorização, utilizando aquarela e finalização com lápis de cor.

Ao mesmo tempo, a diagramação do livro foi desenvolvida no *software InDesign*, representando o primeiro contato da equipe com a plataforma. Para otimizar o tempo de produção, as ilustrações foram incorporadas antes da colorização. Foram realizados testes de legibilidade do texto através de impressões do material nos tamanhos A5 e A6.

Figura 85 – Produto final da ilustração e diagramação do projeto.



Autoria: Bianca Costa, Danilo Figueiredo, Isabel Ferreira, Rebeca Silva.

Resultado

Com a finalização da diagramação e da coloração das ilustrações, o produto do projeto foi aplicado em *mockups* para conseguir observar o que foi produzido, além do uso da plataforma *Heyzine Flipbook* para conseguir visualizar o projeto continuamente.

Figura 86 – *Mockup* da capa e mockup da capa e 4º capa.



Autoria: Bianca Costa.

Figura 87 – *Mockup* da folha de rosto e mockup do livro com ilustração.



Autoria: Bianca Costa.

Etapa 7 – Análise crítica

A produção do projeto foi feita sem grandes problemas e apresentou um resultado satisfatório. A dificuldade mais presente em seu desenvolvimento foi a falta de conhecimento na área de diagramação, matéria que foi aplicada no semestre seguinte, e o uso do *Indesign*, sendo o primeiro contato com a plataforma no momento do projeto.

O maior desafio de ser diretor criativo nesse trabalho foi manejar diferentes ideias dos demais integrantes da equipe com os gostos pessoais, conseguindo entender os dois lados e escolhendo a melhor solução para o projeto. Uma observação pessoal, é que houve melhor integração com os membros em comparação com o 1º período.

3.2.2. Projeto editorial do livro “Ever After High - The Storybook of Legends” -

Diagramação e ilustrações

Equipe:	Categoria:	Professores:
Bianca Costa, Danilo Figueiredo, Rebeca Silva.	Editorial e Ilustração	Turla Alquete
Matéria:	Ano:	Método:
Design Editorial	2025.1	Das coisas nascem coisas (2019)

Problematização

O presente projeto foi desenvolvido no 3º período, na disciplina de Design Editorial, ministrada pela Professora Turla Alquete. Nesta atividade foi proposto a diagramação de um livro da escolha dos alunos, onde deveria ser confeccionado capa e contracapa, páginas comuns em policromia, um relatório explicando as escolhas estéticas do projeto e a impressão do resultado final.

Metodologia

Utilizada novamente para um projeto editorial, a metodologia "Das coisas nascem coisas", originalmente desenvolvida por Bruno Munari (1981) e adaptada por Feitosa (2019), foi escolhida para a produção desta atividade. Essa consiste nas seguintes etapas: definição do problema; coleta e análise de dados; criatividade; materiais e tecnologia; experimentação e solução. Neste projeto foram divididas funções entre os membros do grupo para o seu desenvolvimento, sendo: diagramação: Bianca Costa, Danilo Figueiredo; ilustrações: Rebeca Silva.

Etapa 1 - Definição do problema & Etapa 2 - Coleta e análise de dados

Neste projeto editorial foi pedido a diagramação de um capítulo da obra escolhida pelos alunos, com sumário, ante-rostro, folha de rosto, colofão, capa e contra-capas, sendo entregue a versão impressa do livro. A escolha do livro “Ever After High³ - The Storybook of Legends” da

³ Marca de bonecas produzida pela Mattel, em que suas personagens são descendentes dos personagens de contos de fadas

autora Shannon Hale, se deu pela afeição à franquia de bonecas por parte dos integrantes do grupo, sendo a versão em inglês do livro utilizada pela disposição desta obra na internet.

Após a definição do livro para a desenvolvimento da atividade, a equipe leu as passagens do livro utilizadas (prefácio, 1º e 2º capítulo), acordado com a Professora já que este apresentava uma quantidade reduzida de páginas. O grupo analisou os elementos presentes no livro, como a capa, a diagramação, tipografia e abertura de capítulos, e foi observado que este apresentava elementos em tons vibrantes, com páginas com bordas em efeito aquarela e elementos gráficos excessivos. Assim como o livro, o desenho animado, os brinquedos da franquia, livros de fantasia e livros antigos foram inspiração para a edição da obra.

Figura 88 - Moodboard com os dados coletados.



Autoria: Bianca Costa, Danilo Figueiredo e Rebeca Silva.

Etapa 3 – Criatividade

Após a seleção dos materiais de inspiração, o grupo construiu um painel de referências que permitiu definir um conceito mais maduro e exclusivo. Este conceito é voltado para um público-alvo de adolescentes, especificamente na faixa etária de 11 a 15 anos. Elementos como

molduras, letras capitulares, arabescos e enfeites para as páginas foram referências diretas aos livros de contos de fada antigos. Outros elementos presentes referenciam o material descrito no livro e no desenho animado da franquia, como os elementos de chave e cadeados e o livro das lendas.

Figura 89 - Painel de referências do projeto editorial.



Autoria: Rebeca Silva.

Outro elemento importante para o desenvolvimento desta edição do livro foi a definição da paleta de cores, que contava com três tons de vermelho (*Shiraz*, *Bordeaux* e *Cab Sav*) e dois de dourado (*Saffron Mango* e *Peach Cream*), remetendo às cores utilizadas pela personagem Apple White, antagonista da história.

Figura 90 - Primeiros rascunhos para a capa do livro.



Autoria: Rebeca Silva.

Etapa 4 – Materiais e tecnologia

Por exigência da Professora, o material editorial desenvolvido deveria ser feito no software

Indesign. Uma exceção foi aberta para que ilustrações e elementos gráficos pudessem ser criados em plataformas distintas. O grupo optou pelo Ibis Paint X (em tablet) para as ilustrações e o Illustrator para os elementos gráficos. Além disso, o aplicativo Photoshop foi empregado na criação de mockups para apresentar o resultado final alcançado.

Para a impressão do livro, o grupo optou por uma capa dura em papel couchê 280g. O miolo foi em papel Pólen 80g, ficando o livro no formato A5.

Etapa 5 – Experimentação

Com a estética do projeto definida, a equipe iniciou a elaboração de esboços e propostas para a capa da obra, que servirão como diretriz para o restante da equipe.

A primeira ideia foi o perfil da personagem Apple White, com uma maçã em mãos, que apresenta o perfil da personagem principal Raven Queen. Similar a esta ideia, mais três versões foram feitas, sendo mudado a maçã presente na ilustração, uma apresentando a imagem da personagem principal de corpo inteiro, uma com foco nesta maçã, e uma com a maçã sem imagem. Essas foram testadas em um fundo com moldura e um título provisório. Esta ideia não foi utilizada por colocar ênfase na personagem antagonista da história, tirando o foco da personagem principal.

Figura 91 - Primeiros rascunhos para a capa do livro.



Autoria: Rebeca Silva.

As ilustrações já existentes foram utilizadas e complementadas com a inclusão do perfil da personagem Raven Queen virado para Apple White, em uma representação que simula a entrega da

maçã da história da Branca de Neve, destacando ambas. Para a capa, foram desenvolvidas diversas versões, explorando variações no estilo de desenho da personagem principal, que foi inicialmente representada como uma silhueta. Além disso, foram realizados testes com diferentes tons de pele para as duas personagens ilustradas.

Figura 92 - Rascunhos com a Raven Queen em sombras.



Autoria: Rebeca Silva.

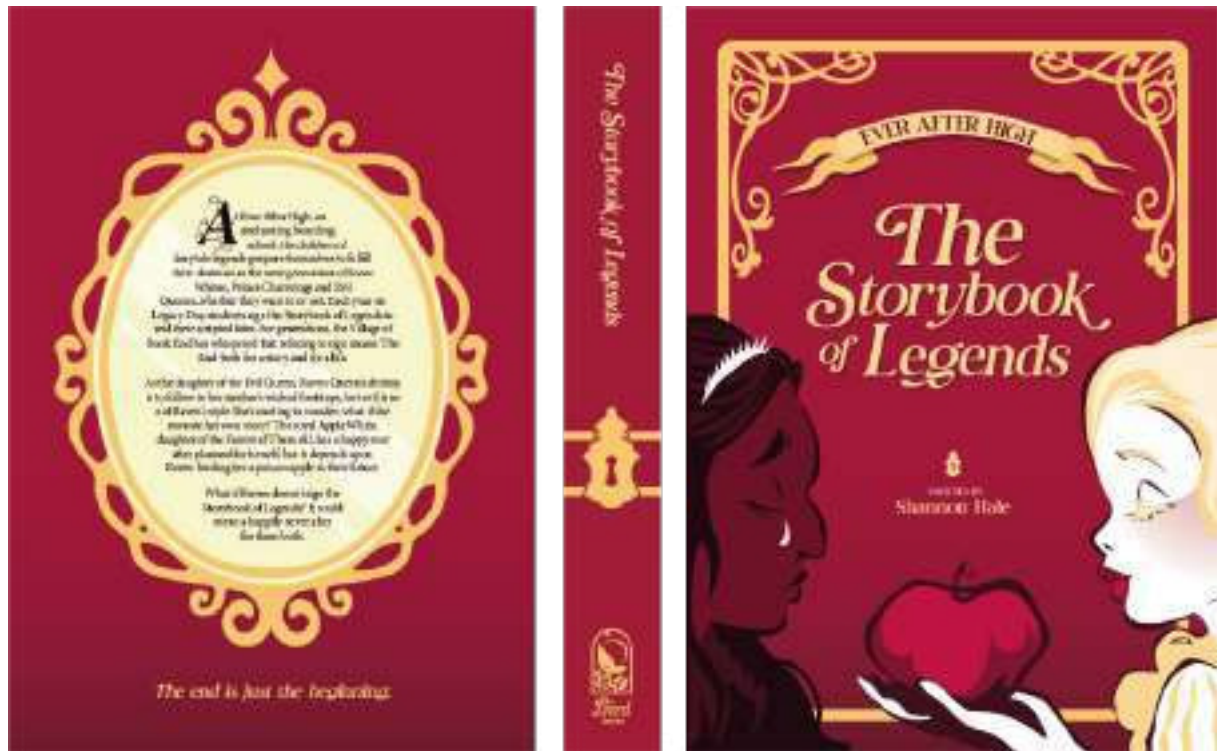
Figura 93 - Teste de tons de pele nas personagens da capa.



Autoria: Rebeca Silva.

A capa escolhida pela equipe foi da personagem principal nas sombras, refletindo o seu destino de estar na sombra da antagonista, com contorno e detalhes em branco para dar destaque à sua coroa e lágrima. Para complementar a capa foram feitas a contracapa e a lombada do livro; a contracapa apresenta a moldura de um espelho referente a história da Branca de Neve e a lombada apresenta uma fechadura referenciando o livro das lendas presentes na narrativa da obra.

Figura 94 - Ilustração definida para contracapa, lombada e capa.



Autoria: Rebeca Silva.

A tipografia escolhida pelo grupo para textos foi a *Minion Variable Concept* pela boa legibilidade e uma serifa suave que traz elegância sem perder a facilidade da leitura do corpo do texto. Essa fonte também foi utilizada no título “*Ever After High*”. Para o subtítulo a tipografia *WS Paradoxe* foi usada, ela é uma fonte ornamentada, serifada com arredondamento, por harmonizar com os arabescos presentes no livro. Esta também foi utilizada na numeração dos capítulos e nas capitulares.

Figura 95 - Tipografias utilizadas no redesign do livro “Ever After High - Storybook of Legends”.



Autoria: Rebeca Silva.

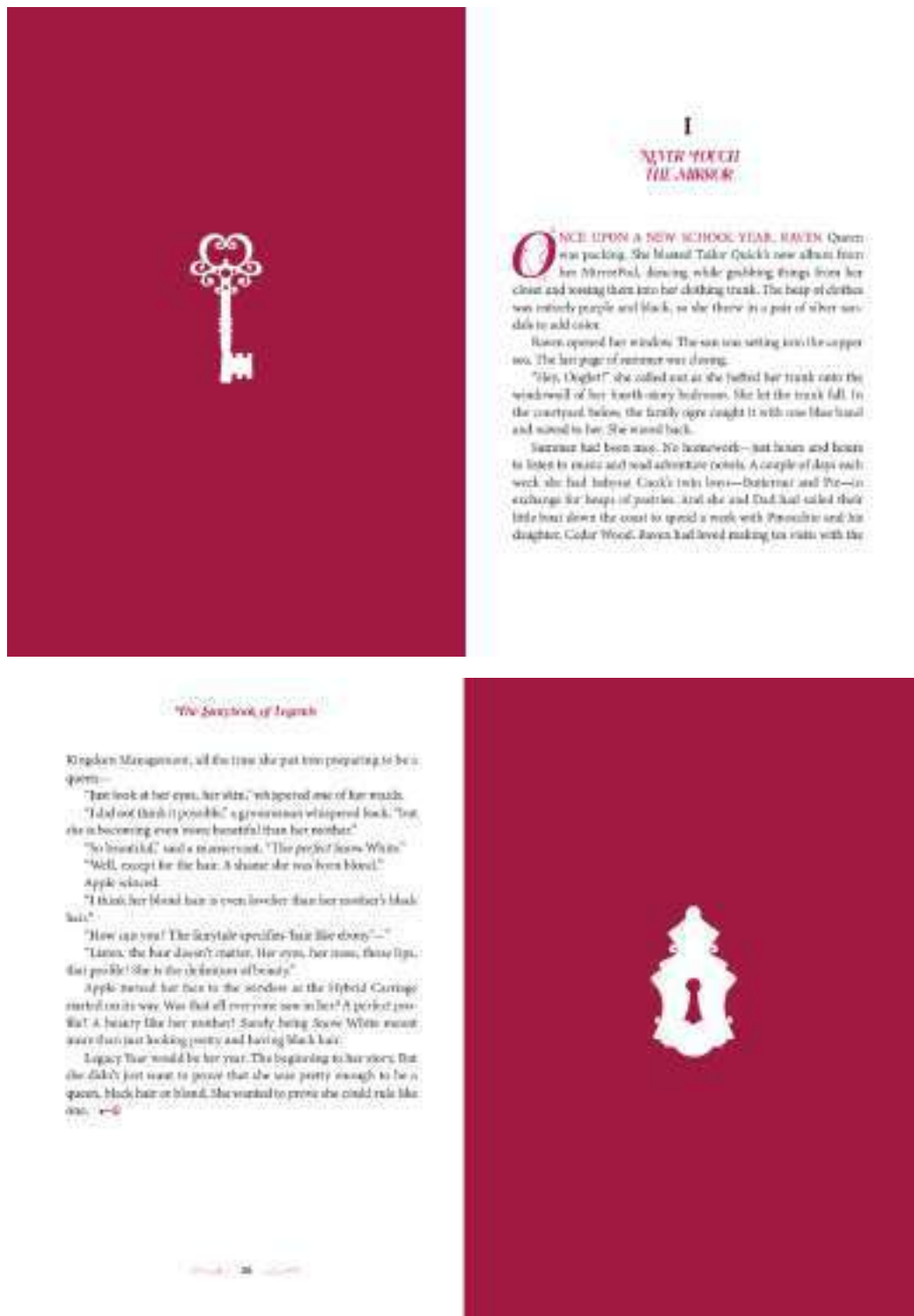
Etapa 6 – Solução

Nesta fase houve a implementação das ideias aprovadas pelo grupo e sob orientação da Professora Turla a diagramação do livro foi organizada, junto da aplicação dos elementos gráficos criados para as páginas, os capitulares, arabescos que acompanham a paginação, abertura de capítulo e símbolo de fechamento de capítulos. Foram produzidas as páginas do sumário e do colofão, exigências da atividade, como também as páginas de apresentação da autora, agradecimentos e prefácio.

A equipe se atentou em tentar reduzir o máximo de linhas viúvas e órfãs para deixar a leitura do texto fluida e sem interrupções desnecessárias. Outro detalhe presente na diagramação foi uso da ferramenta story do Indesign na hifenização de palavras e pontuação, fazendo com que esses sinais fiquem para fora da mancha de texto a deixando mais uniforme.

A impressão do projeto editorial finalizado foi produzida através de uma gráfica, a fim de economizar o tempo do grupo para a entrega da atividade completa. Simultaneamente, a equipe organizou um relatório que tinha como objetivo explicar as escolhas estéticas feitas para o projeto e as especificações da versão final do livro.

Figura 96 – Produto final das ilustrações e diagramação do projeto.



Autoria: Bianca Costa e Danilo Figueiredo.

Resultado

Estes materiais foram entregues juntamente com uma apresentação que resumia parte do relatório e expunha o resultado que a equipe havia imaginado. No entanto, este resultado idealizado

não foi alcançado na impressão final do livro.

Figura 97 – *Mockups* da capa, lombada e páginas produzidas.



Autoria: Bianca Costa.

Figura 98 - Resultado do livro impresso.



Autoria: Própria.

Etapa 7 – Análise crítica

A produção deste trabalho foi satisfatória considerando o tempo e a quantidade de integrantes reduzido. O maior problema na sua entrega foi a impressão do livro impresso que foi feita por uma gráfica, não suprimindo os ideais do grupo pela falta de acabamento e erros de

impressão que o produto final apresentava. O maior desafio neste projeto foi enfrentar o erro ao apresentar o trabalho, que foi bem desenvolvido mas teve uma má execução, o que foi de extremo aprendizado para equipe ao se manter informados na aplicação final do projeto.

3.2.3. Projeto editorial da cartilha digital do Museu Marítimo EXEA - diagramação e ilustrações

Equipe:	Categoria:	Professores:
Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.	Editorial e Ilustração	Ticiano Alves
Matéria:	Ano:	Método:
Projeto de extensão	2025.2	<i>Double Diamond</i> (2005)

Problematização

O projeto a ser apresentado foi realizado como uma atividade de extensão orientada pelo Professor Ticiano Alves com o objetivo de desenvolver duas cartilhas digitais, desde a concepção de personagens, suas ilustrações e diagramação, para o público infantojuvenil, tendo como tema a educação patrimonial marítima.

Metodologia

Neste projeto a metodologia aplicada foi a *Double Diamond* (2005) do Conselho de Design Britânico sendo utilizado em diversas áreas do design pela sua versatilidade. Esta se divide em dois momentos, contexto do problema e contexto da solução, e dentro desses apresentam quatro etapas: descoberta; definição; desenvolvimento e entrega. No desenvolvimento deste projeto foram separadas tarefas para cada integrante da equipe, sendo: direção criativa: Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo e Raissa Souza; ilustrações: Raissa Souza; diagramação: Ana Leticia Amaral e Danilo Figueiredo.

Etapa 1 – Descoberta

Inicialmente, o conteúdo textual da cartilha, de autoria do historiador Dr. Leandro Vilar (Museu EXEA), foi disponibilizado à equipe, que realizou a sua leitura com o objetivo de torná-lo mais atrativo ao público alvo. Foi identificado o uso de palavras rebuscadas que dificultavam o entendimento completo do texto, assim como o volume textual, que não foram adequados para a reduzida quantidade de páginas da cartilha.

Após a leitura e observações sobre o texto, uma pesquisa sobre o público alvo foi solicitada. A produção de perguntas contidas no questionário foi feita para verificar o conhecimento

pré-constituído dos públicos alvo, estes de crianças na idade de oito a 10 anos e pré-adolescentes de 11 a 14 anos, sobre o tema retratado na cartilha.

Simultaneamente, a equipe começou a procura de referências e imagens que serviram de inspiração para a produção de um moodboard, com ilustrações e fotografias relacionados ao meio ambiente marinho. Essas foram divididas entre os dois públicos alvos, apresentando imagens com prevalência de tons de azul e representações lúdicas direcionado ao público infantil, e aos pré-adolescentes imagens tons mais escuros de azul e representações realistas foram selecionadas.

Figura 99 - Moodboard para a cartilha infantil.



Autoria: Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo e Raissa Souza.

Figura 100 - Moodboard para a cartilha de pré-adolescentes.



Autoria: Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo e Raissa Souza.

Em seguida as respostas das pesquisas foram analisadas, diagnosticando que o grupo de crianças com oito a 10 anos tinham um conhecimento básico sobre o tema em relação ao grupo de pré-adolescentes, estes apresentando maior facilidade em entender conceitos mais aprofundados.

Sequencialmente, a elaboração dos painéis de referência para as ilustrações das cartilhas foi realizada, tomando como inspiração o moodboard desenvolvido. Nas ilustrações infantis o grupo decidiu seguir esteticamente com traços arredondados e irregulares, que se assemelham a desenhos de crianças. Para as ilustrações da cartilha dos pré-adolescentes um traço simplificado e cartunesco com formato geométrico foi a escolha da equipe, sendo o aspecto realista voltado às representações.

Figura 101 - Painel de referências para as ilustrações infantis.



Autoria: Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo e Raissa Souza.

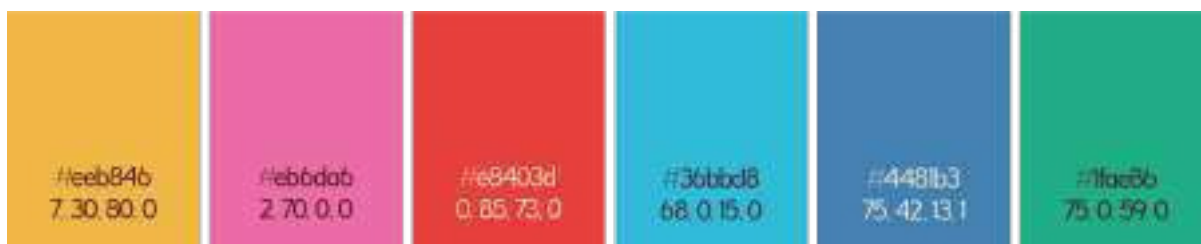
Figura 102 - Painel de referências para as ilustrações de pré-adolescente.



Autoria: Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo e Raissa Souza.

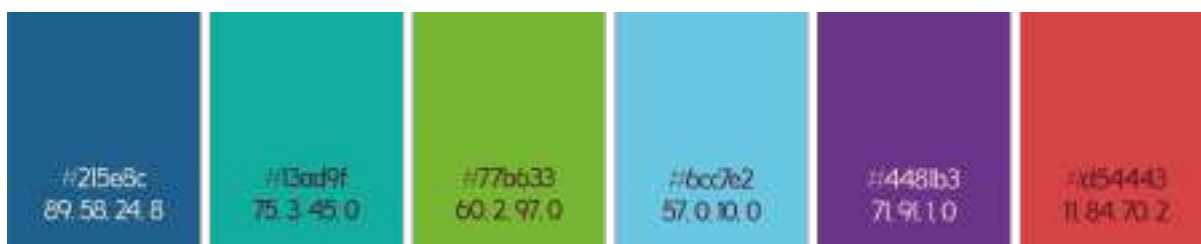
Logo depois da realização do moodboard a equipe desenvolveu a paleta de cores que melhor representasse cada grupo. Tons vibrantes de amarelo (Tulip Tree), rosa (Hot Pink), vermelho (Coral Red), ciano (Scooter), azul (Boston Blue) e verde (Mountain Meadow), deixando-a colorida e atrativa ao público infantil. Cores como azul (Venice Blue) e verde água (Keppel) foram escolhidas pela imagens do oceano presentes no moodboard; verde claro (Lima) e azul claro (Seagull) foram usados para criar contraste entre as cores escuras como o roxo (Eminence), e o vermelho vibrante (Alizarin Crimson) foi adicionado à paleta para atrair o público mais jovem da cartilha.

Figura 103 - Paleta de cores da cartilha infantil.



Autoria: Ana Leticia Amaral.

Figura 104 - Paleta de cores da cartilha para pré-adolescentes.



Autoria: própria.

A próxima etapa foi a criação das personagens com suas características e uma proposta inicial de como as personagens serão. A primeira personagem é Iara Silva, uma menina curiosa de 10 anos que mora em Cabedelo, sendo pensada para o público mais novo, estando na mesma faixa etária, facilitando a identificação. Semelhante à personagem anterior, Marina Marques é uma menina inteligente de 14 anos, idade similar a dos leitores da cartilha, e moradora de Cabedelo.

Figura 105 - Ideia inicial e final da Iara.



Autoria: Raissa Souza.

Figura 106 - Ideia inicial e final da Marina.



Autoria: Raissa Souza.

Etapa 3 – Desenvolvimento

Nesta etapa, os novos textos foram desenvolvidos com base nas características descritas sobre as personagens de cada cartilha. Estes foram lidos pelos integrantes que se organizaram entre diagramadores e ilustradora para a realização do projeto, sendo acordado que as ilustrações seriam

feitas antes da diagramação do texto. Com auxílio do roteiro, que apresentava sugestões de cenas com as personagens, a ilustradora produziu 10 ilustrações para cada cartilha utilizando como base a proposta inicial de aparência de cada uma delas.

Posteriormente, os diagramadores fizeram pesquisas sobre outras cartilhas (Benchmarking) de temática similar ou que apresentassem o mesmo público-alvo, com o objetivo de se inspirar em outros projetos.

Figura 107 - Benchmarking de cartilhas.



Autoria: Ana Leticia Amaral e Danilo Figueiredo.

Nesta pesquisa os integrantes também procuraram tipografias que se relacionassem às ilustrações produzidas, sendo Futuru a fonte escolhida para corpo de texto em ambos materiais editoriais, por ser sem serifa e apresentar arredondamento nos seus caracteres. Para as ilustrações de Iara, a tipografia Paymon foi usada por remeter ao traço infantil e não regular. Para as ilustrações de Marina, a tipografia Yester foi favorita por apresentar caracteres arredondados que harmonizaram com as ilustrações, mas não foi selecionada pois ela não apresentava caracteres acentuados, sendo então utilizado a fonte Costa Brisa pela sua similaridade.

Figura 108 - Tipografias utilizadas no projeto da cartilha digital.



Autoria: Ana Letícia Amaral e Danilo Figueiredo.

Com as ilustrações feitas e a tipografia selecionada os diagramadores realizaram a tarefa de organizar os textos com as ilustrações de maneira esteticamente atraente ao público destinatário das cartilhas e que ambos tivessem o destaque devido. O *grid* de quatro colunas foi escolhido pela sua versatilidade podendo dividir o texto de diversas maneiras.

Etapa 4 – Entrega

Nesta etapa a cartilha finalizada foi enviada para o Professor Ticiano, sendo esta analisada e feitas algumas observações, como a melhora de contraste no título da capa e ajustes na posição em alguns blocos de texto presentes na cartilha. Também foi acrescentado as páginas de créditos e das organizações que participaram no desenvolvimento desta.

Próximo do lançamento do resultado, o Professor sugeriu a criação de dois posts para a divulgação. Estes foram produzidos a partir das ilustrações já feitas para a cartilha com a apresentação das personagens, o objetivo e uma página direcionando a leitura do material feito.

Resultado

Com a diagramação da cartilha finalizada, esta foi analisada pelo Professor que aprovou o resultado, sendo assim postada na plataforma do Museu Marítimo EXEA. Então, para a divulgação das cartilhas foram desenvolvidos dois carrosseis para o *Instagram*

Figura 109 - Capa e páginas ilustradas da cartilha de Iara.



Autoria: Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo e Raissa Souza.

Figura 111 - Carrossel de *post* da cartilha de Iara.

Autoria: Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo e Raissa Souza.

Figura 112 - Carrossel de *post* da cartilha de Marina.

Autoria: Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo e Raissa Souza.

Etapa 5 – Análise crítica

A realização deste trabalho foi satisfatória, não havendo grandes desafios em seu desenvolvimento. Foi possível observar que os integrantes da equipe evoluíram em suas respectivas funções, trabalhando em sinergia na construção de um bom projeto.

3.3. Fotografia

3.3.1. Hershey's coffee creations - Projeto fotográfico do chocolate Hershey's sabor espresso

Equipe:	Categoria:	Professor:
Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.	Fotografia de produto	Ticiano Alves
Matéria:	Ano:	Método:
Fotografia Digital	2025.1	Weekend Creative (2022)

Problematização

O projeto de Fotografia de Produto, proposto na disciplina de Fotografia Digital do 3º Período pelo professor Ticiano Alves, concentrou-se na criação de um portfólio fotográfico de produto, onde os alunos foram desafiados a produzir um conjunto de imagens de um chocolate escolhido. O objetivo é que essas imagens fossem aplicadas em diferentes plataformas, exigindo a entrega de cinco fotografias para websites, duas fotografias otimizadas para redes sociais e uma apresentação final no Behance, seguindo a metodologia Weekend Creative (2022) em todo o processo.

Metodologia

A metodologia utilizada para o projeto é Weekend Creative (2022), originalmente das designers Arabela e Elle e adaptada por Ticiano Alves, sendo essa comumente utilizada no ramo da fotografia de produtos. As 6 etapas são: seleção do produto; pesquisa do produto e marca; *brainstorm*; *shootplan*; sessão fotográfica e pós-edição. No desenvolvimento deste projeto a maioria das tarefas foram desenvolvidas em conjunto, exceto a pesquisa de produto e marca: Ana Clara Rocha e Ana Leticia Amaral; rascunhos do *shootplan*: Raissa Souza.

Etapa 1 - Seleção do produto

Primeiramente, o professor havia estabelecido que todos os produtos fotografados deveriam ser chocolates, a partir desta temática o grupo delimitou critérios importantes na escolha do chocolate, como o valor deste, a aparência da embalagem e do chocolate a ser fotografado e o seu sabor. Tendo em conta os fatores de decisão determinados pelo grupo, o chocolate meio amargo sabor espresso da marca Hershey's de sua linha *Coffee Creations* foi escolhido.

Etapa 2 - Pesquisa do produto e marca

Em seguida, foi feita uma pesquisa da marca do produto selecionado tendo em vista descrever a história da Hershey's, a personalidade que a marca transmite ao público, o arquétipo que esta possui e os seus dados para contato.

Além disso, o desenvolvimento de uma pesquisa do produto é feito para analisar o nicho mercadológico em que ele ocupa. Foi-se observado através desta o histórico do produto, as características físicas e sensoriais do chocolate, o público alvo que o consome e seus concorrentes.

Também foi solicitado o desenvolvimento de personas que representam os consumidores do chocolate de sabor espresso. A primeira persona está associada ao sabor do café espresso em um ambiente urbano e corporativo. A segunda persona associa-se ao sabor autêntico e adocicado do chocolate.

Figura 113 - Personas desenvolvidas para o projeto de fotografia de produto.



Nome: Pâmela
Idade: 28 anos

Pâmela (28 anos) é formada em Arquitetura e Urbanismo pela UFPB. Ela é solteira, trabalha em um escritório de arquitetura na cidade de João Pessoa, mora em um apartamento no bairro dos Bancários e tem como sua companhia um gato laranja.

Para mudar um pouco a sua rotina diária, Pâmela gosta muito de frequentar cafeterias onde possa relaxar e tirar um tempo para seus projetos pessoais enquanto saboreia um delicioso café espresso.



Nome: Helena
Idade: 20 anos

Helena (20 anos) é estudante de Design de Moda na UNIPÊ. Ela mora no bairro de Mangabeira, gosta de consumir produtos locais e artesanato. Além disso, Helena é bastante engajada em causas sociais, preza pela liberdade.

Um dos melhores momentos do dia para Helena é poder relaxar enquanto prepara um café artesanal durante a tarde e confecciona suas autênticas roupas de crochê.

Autoria: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo e Raissa Souza.

Etapa 3 – Brainstorm

Na terceira etapa, as informações da pesquisa realizada são analisadas para a criação de uma nuvem de palavras que estão associadas com a marca e o produto, a fim de produzir um caminho conceitual que o projeto tomará o rumo.

Figura 114 - Nuvem de palavras que descrevem o chocolate expresso.



Autoria: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.

Com o auxílio das personas elaboradas na etapa anterior, foi possível criar um *moodboard* e um painel visual que representam o conceito escolhido para a realização da sessão de fotos. Para o *moodboard* selecionou-se imagens que tivessem tons quentes e marrons para demonstrar o calor e o sabor do café espresso presente no chocolate escolhido. As imagens também retratam cenários urbanos e aconchegantes, uma característica observada pelo grupo, com a recorrente presença de xícaras de café.

Figura 115 - Moodboard para o projeto de fotografia de produto.



Autoria: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.

O painel de imagens que o projeto seguiu visualmente apresenta fundos coloridos, para representar a autenticidade e energia; o uso do café e de grãos de café nas fotografias, para enfatizar o sabor do produto, além de imagens com foco no chocolate; e cenas de escritórios para demonstrar o lado cosmopolita do chocolate.

Figura 116 - Painel de referências para o projeto de fotografia de produto.



Autoria: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.

Por fim, a escolha das cores para compor a paleta presente nas imagens produzidas, foram definidas com a embalagem do produto em mente, possuindo tons de marrom avermelhado, escuro

(*Espresso*), claro (*El Salva*) e amarelado (*Jambalaya*), dourado (*Pizza*) e laranja (*Grenadier*) que remetem ao sabor do café quente, e o marrom, cor da bebida e do chocolate.

Figura 117 - Paleta de cores para o projeto de fotografia de produto.

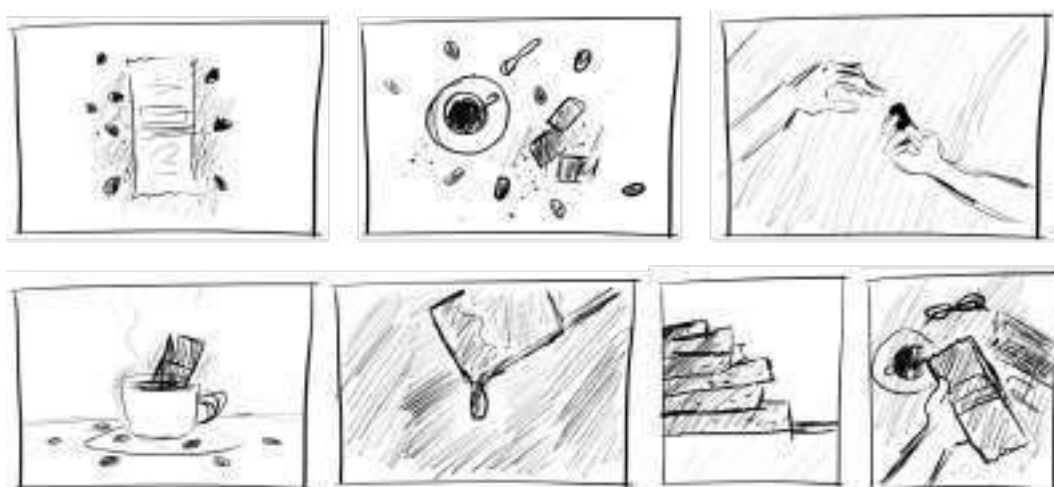


Autoria: Raissa Souza.

Etapa 4 – Shootplan & Etapa 5 - Sessão Fotográfica

O *Shootplan* é um documento que tem como objetivo auxiliar, planejar e organizar de forma detalhada o que será produzido numa sessão de fotografias, representando a visão geral do projeto. Este apresenta uma pesquisa de marca e produto, uma síntese de todas as escolhas estéticas previamente realizadas, sendo elas a paleta de cores, um *moodboard*, linha do tempo do projeto, os resultados desejados e os tipos de planos fotográficos utilizados. Também foi incluído esboços que serviram para guiar a sessão fotográfica, um pequeno painel de referências para auxiliar o seu entendimento, a descrição detalhada do que será fotografado, do plano utilizado, as dimensões da foto e uma lista com os itens necessários para compor a cena a ser fotografada.

Figura 118 - Compilado dos rascunhos dos planos fotográficos para o shootplan.



Autoria: Raissa Souza

Após a construção do *shootplan*, a data para o realização da sessão fotográfica foi marcada pela equipe do projeto com o professor. Antes da produção fotográfica, o grupo se reuniu para a compra dos materiais utilizados na composição das fotografias.

No horário estipulado, a equipe organizou-se para a execução da sessão fotográfica, em que cada integrante participou de forma trivial na elaboração das fotos, desde a organização dos cenários e preparação dos objetos utilizados nele, a modelar com o produto em mãos, concretizando os esboços na etapa anterior.

Etapa 6 – Pós-edição

Então, as fotos passaram por uma seleção e por ajustes no brilho, na temperatura e saturação, como também pela remoção de manchas e aumento no fundo das imagens. Estas foram disponibilizadas em uma apresentação no Behance.

Resultado

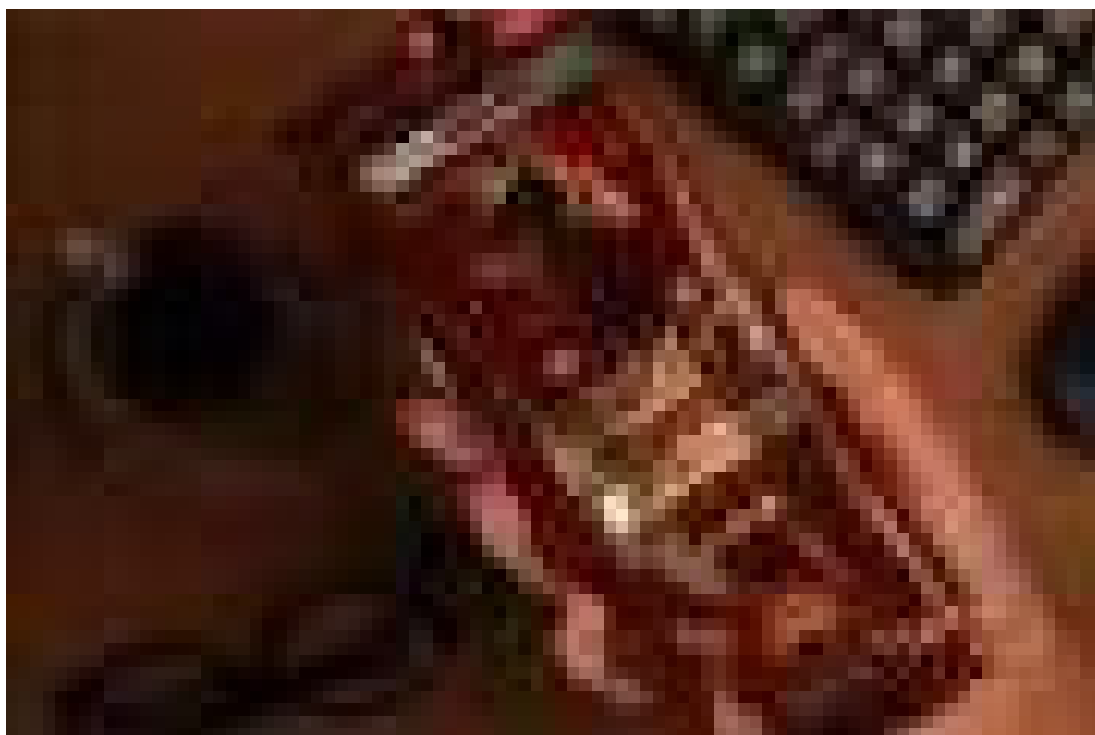
Após a execução da sessão fotográfica, seleção das fotos e pós-edição as fotos foram finalizadas. As três primeiras imagens foram em plano aéreo no formato 1920 X 1080 para websites, três fotos foram em plano detalhe no formato 1920 X 1080 para websites e três foram em formato 1080 X 1350 para redes sociais.

Figura 119 - Foto em plano aéreo do chocolate para website.



Autoria: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.

Figura 120 - Foto de contexto em plano aéreo do chocolate para website.



Autoria: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.

Figura 121 - Foto em plano aéreo do chocolate com xícara de café para website.



Autoria: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.

Figura 122 - Foto em plano detalhe do chocolate sobre a embalagem para website.



Autoria: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.

Figura 123 - Foto em plano detalhe do chocolate para website.



Autoria: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.

Figura 124 - Foto em plano detalhe aéreo do chocolate para website.



Autoria: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.

Figura 125 - Foto de contexto do compartilhamento do chocolate para website.



Autoria: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.

Figura 126 - Foto do chocolate para redes sociais.



Autoria: Ana Clara Rocha, Ana Leticia Amaral, Danilo Figueiredo, Raissa Souza.

Etapa 7 – Análise crítica

Após a realização deste projeto, que apresentou um resultado positivo, foi possível observar que a apresentação das fotos no Behance conseguiria ser mais elaborada, com o uso da tagline em certas imagens para redes sociais, similar a peças publicitárias do nicho do produto.

Algumas fotos poderiam ter tido um olhar mais apurado esteticamente pelo grupo em sua criação, como o uso de uma iluminação focada no produto como na fotografia que se assemelha à pintura “A criação de Adão” de Michelangelo, na foto em plano detalhe do chocolate dentro da xícara de café ficaria melhor com o fundo em cena sem os grãos de café, tornando-a mais limpa, e na melhor utilização do laranja na composição das fotos, para que estas destoassem do restante.

3.4. Sinalização

3.4.1. Desenvolvimento de um manual de sinalização para o Cearte - Sinalização.

Equipe:	Categoria:	Professores:
Bianca Costa, Bianca Rego, Danilo Figueiredo, Mariana Ferreira, Rebeca Silva.	Sinalização	Luciana Dinoá
Matéria:	Ano:	Método:
Design de Sinalização	2025.2	Joan Costa (2007)

Problematização

O projeto do manual de sinalização foi desenvolvido no 4º período, na disciplina de Design de Sinalização, organizado pela Professora Luciana Dinoá. Neste, foi orientado a escolha de um ambiente necessitado de sinalização estratégica, a fim de desenvolver um novo sistema de sinais e um manual apresentando o seu resultado

Metodologia

O manual de sinalização foi desenvolvido a partir da metodologia proposta pela Professora e idealizada por Joan Costa (2007). Das seis etapas do método de Costa, cinco foram utilizadas no projeto final: Coleta de informações; Projeto de sistema; Sistema básico de códigos e sinais; Design gráfico; e Especificações técnicas. No desenvolvimento do manual de sinalização, cada integrante foi determinado uma função, sendo: coleta de dados: Bianca Costa, Bianca Rego, Danilo Figueiredo, Mariana Ferreira, Rebeca Silva; projeto de pesquisa: Bianca Costa, Bianca Rego, Danilo Figueiredo, Mariana Ferreira, Rebeca Silva; sistema básico de códigos e sinais: Bianca Costa; Design gráfico: Bianca Rego, Mariana Ferreira, Rebeca Silva; Modelos e proporções: Danilo Figueiredo, Mariana Ferreira; aplicações: Bianca Costa.

Etapa 1 – Coleta de dados

Primeiramente, antes do início das pesquisas, foi exigido pela Professora a escolha de um ambiente educacional. Foi escolhido o Centro Estadual de Artes - Cearte, localizado no centro de João Pessoa. Este oferece, de maneira gratuita, cursos de artes cênicas e visuais, fotografia e audiovisual para diversos públicos. A equipe definiu que o projeto realizado contemplasse a

sinalização interna e externa da instituição, pois o atual sistema de sinais não é objetivo, tornando-se um problema, já que esta recebe uma diversa gama de visitantes.

Foi de grande importância a visita ao local, sendo possível observar as características do ambiente trabalhado e entrevistar membros da instituição. O Cearte está situado em uma edificação histórica tombada pelo IPHAEP, com características arquitetônicas do neoclássico e do art déco. Internamente, é possível ver a combinação de estilos, entre o histórico e o urbano, com a presença de murais e esquadrias antigas. Este apresenta diversas salas de aula, uma biblioteca, um teatro com palco externo e salas administrativas.

Com o auxílio dos membros da instituição foi possível documentar o perfil de usuários, sendo 2000 alunos matriculados, com distintas idades, contudo o seu público alvo é inclinado para estudantes do ensino médio. Foi analisado que o Cearte também recebe alunos com deficiências motoras e visuais, além daqueles com possíveis dificuldades ao ler a língua portuguesa, como estrangeiros, crianças e alunos do EJA em alfabetização.

Ao conversar com a diretora do centro de artes, foi-se apresentado a identidade visual usada atualmente em peças gráficas, com o seu manual estando presente no site da instituição. Ela apresenta tipografia, assinaturas visuais e paleta de cor. Contudo, foi observado na pesquisa de campo, peças com a antiga identidade visual ou não seguindo as especificações dadas no manual, podendo ser vistas apenas no âmbito virtual.

Figura 127 - Resumo da identidade visual do Cearte.



Autoria: Cearte.

Além disso, outros problemas foram percebidos ao longo da visita. Na área externa, há uma falta de sinalização, apenas exibindo um cartaz utilizando a assinatura visual antiga. A sinalização interna, contém placas com a identidade visual anterior, que tem letras espelhadas dificultando o entendimento. Também foi observada a falta de placas direcionais para as salas de aula. Materiais inadequados para as placas foram identificados, como papel e vidro.

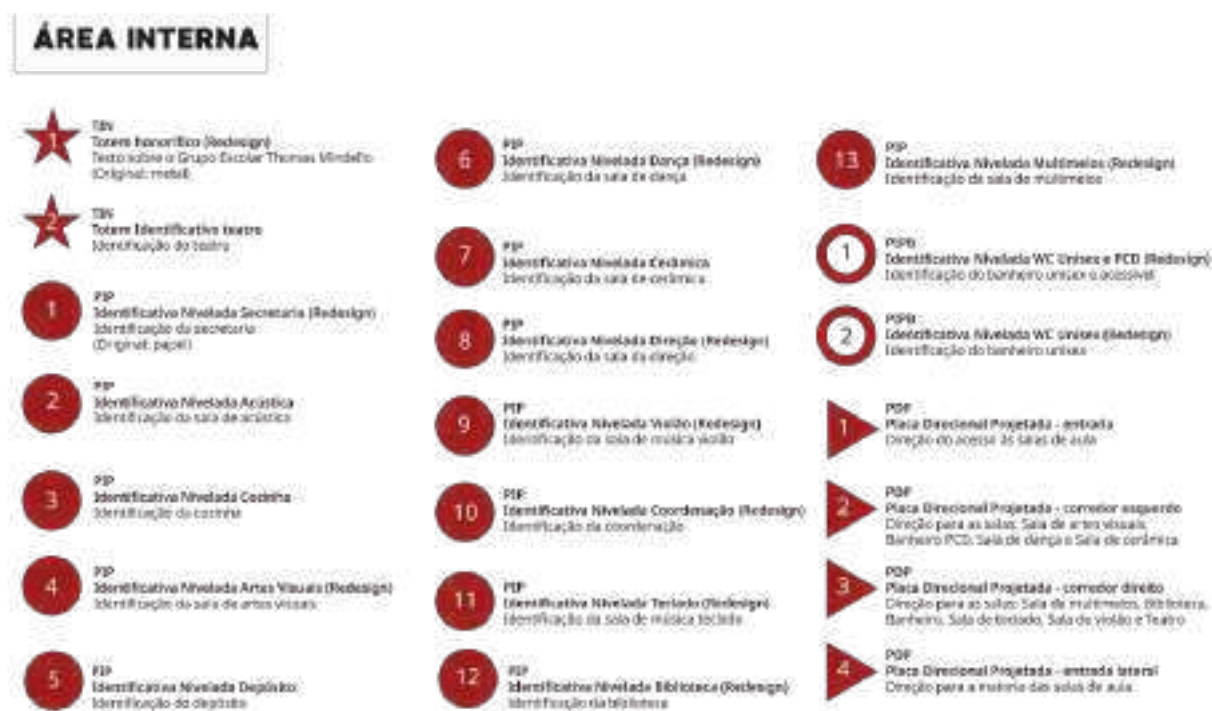
Figura 128 - Problemas identificados no local.



Autoria: Bianca Costa, Bianca Rego, Mariana Ferreira.

Etapas 2 – Projeto do sistema

A planta baixa do local foi disponibilizada, e vetorizada pela equipe, atualizando com a nova disposição das salas de aula. Nesta, foram detalhadas quatro fluxos apresentados por diferentes membros do Cearte, sendo: alunos, alunos cadeirantes, funcionários e funcionários ao abrir a instituição. Também foi realizada a definição dos locais de cada placa na planta, junto dos tipos de



Autoria: Bianca Costa.

Assim, foi pensado no conceito para dar início ao desenvolvimento do design das sinalizações. A partir da criação de um painel de referências, que apresenta peças gráficas modernas que têm inspiração em artefatos antigos, como molduras e azulejos. O conceito final para o projeto é o de criar um sistema de sinalização que harmonize com a arquitetura e o estilo do local com trejeitos modernos, seguindo a identidade visual do Cearte como base.

Etapa 3 – Sistema básico de códigos e sinais

Nesta etapa, a equipe descreveu todas as placas sinalizadas na planta baixa apresentadas na fase anterior. Uma tabela foi preenchida com as informações com os símbolos presentes na planta, o código que ele representa, o tipo de sinalização, a função, a quantidade, o formato, o tipo de fixação e o material utilizado na sua produção.

Figura 132 - Tabela de informações dos sinais.

SÍMBOLO	CÓDIGO	TIPO	FUNÇÃO	QUANTIDADE	FORMATO	FIXAÇÃO	MATERIAL
	TEX	Identificativa	Identificar onde é o CEARTE	1	Retangular com pontas arredondadas	Terco	PVC Expandido - Amarelo
	POX	Identificativa	Identificar o CEARTE e o que ele é	2	Logo do CEARTE	Projetado em Perfil	Aço Galvanizado tecido Oxford
	PHOX	Iconográfica	Reconhecer que o prédio foi tombado pelo IPHAN	1	Quadrada	Fixada na parede ao lado da entrada	PVC
	PC	Identificativa	Identificar que entramos no CEARTE	2	Logo do CEARTE	Letra caixa fixada na parede	Acrílico
	EPH	Reservatária e identificativa	Reservatária a história do prédio e identificar a entrada do resto	2	Retangular com pontas arredondadas	Terco	PVC Expandido - Amarelo
	PP	Identificativa	Identificar os salões	11	Quadrada	Fixada na parede	PVC
	PP9	Identificativa	Identificar os banheiros	2	Retangular	Fixada na parede	PVC
	PSF	Direcional	Dar direcionamento para os sinais	4	Retangular	Projetada na parede	PVC Expandido - Amarelo

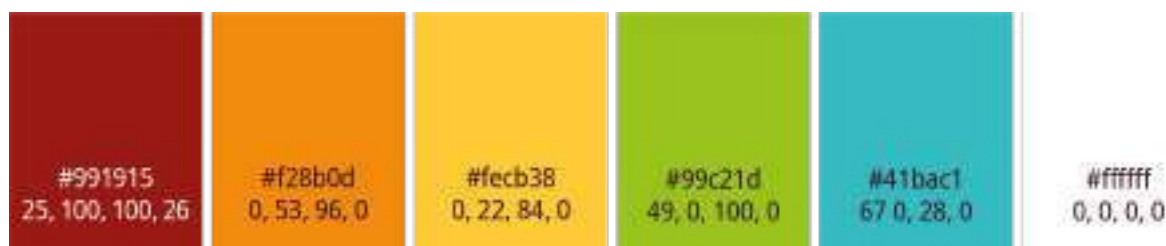
Autoria: Bianca Costa.

Etapas 4 e 5 – Design gráfico e Especificações técnicas

Nesta fase, os elementos base que constituíram o design das peças gráficas foram definidos. O primeiro elemento foi a tipografia, sendo escolhida a Noto Sans, na variação condensed medium e display condensed black, pela sua similaridade com as outras tipografias utilizadas no manual do Centro de Artes, sendo estas limpas e simples.

Simultaneamente, houve a definição das cores, sendo utilizada a paleta presente na identidade visual do Cearte como principal e outra desenvolvida especialmente para o sistema de sinais. Os tons de vermelho (*Tamarillo*), laranja (*Tangerine*) e amarelo (*Sunglow*) foram retirados diretamente da paleta do Cearte, a fim de manter um padrão entre as duas, e os tons de verde (*Pistachio*), ciano (*Fountain Blue*) e branco (*White*) para se diferenciar do restante das cores.

Figura 133 - Paleta de cores do Cearte.



Autoria: Rebeca Silva.

Posteriormente foram desenvolvidos os pictogramas que seriam aplicados no projeto. Estes apresentaram motivos recorrentes, sendo elementos em diagonal e traços arredondados. O resultado foi 15 pictogramas para a identificação das salas: violão, teclado, teatro, secretaria, banheiro, banheiro acessível para cadeirantes, multimeios, dança, cozinha, chuveiro, cerâmica, biblioteca, banheiro unisex, artes visuais e acústica.

Figura 134 - Pictogramas desenvolvidos para a sinalização.

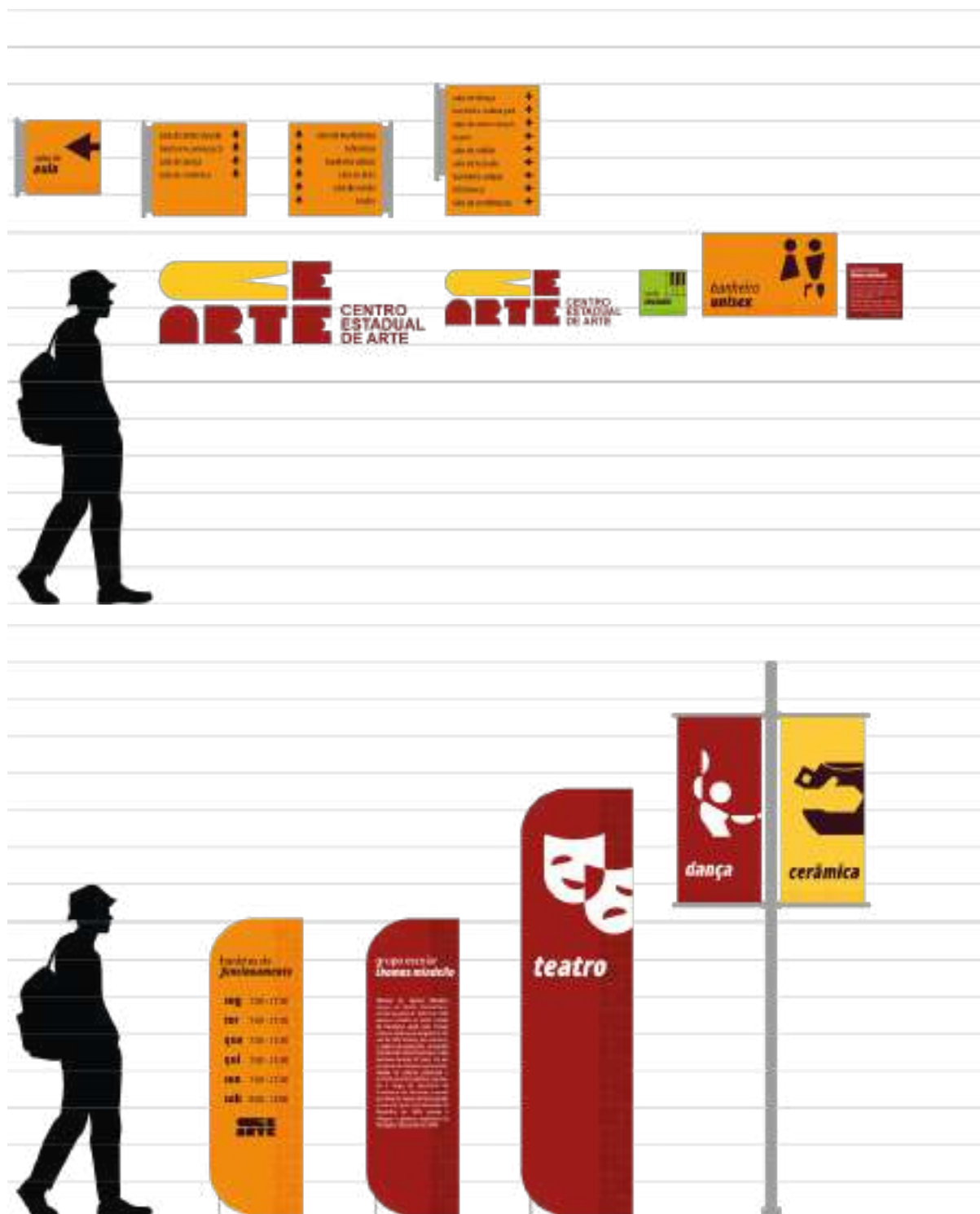


Autoria: Bianca Rego, Mariana Ferreira.

Por fim, na fase do design, houve a aplicação dos elementos gráficos definidos em sinais, com o objetivo de produzir o sistema de sinalização do Cearte. As placas seguem as indicações presentes na tabela produzida anteriormente, possuindo os ícones no lado direito, a denominação da sala na esquerda e um padrão utilizando a tipografia aplicada na assinatura visual, inspiradas nos azulejos da escola. Os totens têm o formato da letra “C” alongada verticalmente e seguem o mesmo padrão das placas identificativas. As direcionais apresentam o ícone de seta e a tipografia do projeto. Outros sinais diferentes foram feitos, como a assinatura visual do Cearte, uma placa honorífica e um poste apresentando os cursos disponíveis. As placas foram dispostas em um plano

ao lado de um modelo de 1,80 metros. Essa disposição serviu para ilustrar tanto a altura final de cada placa em relação ao modelo quanto suas respectivas dimensões.

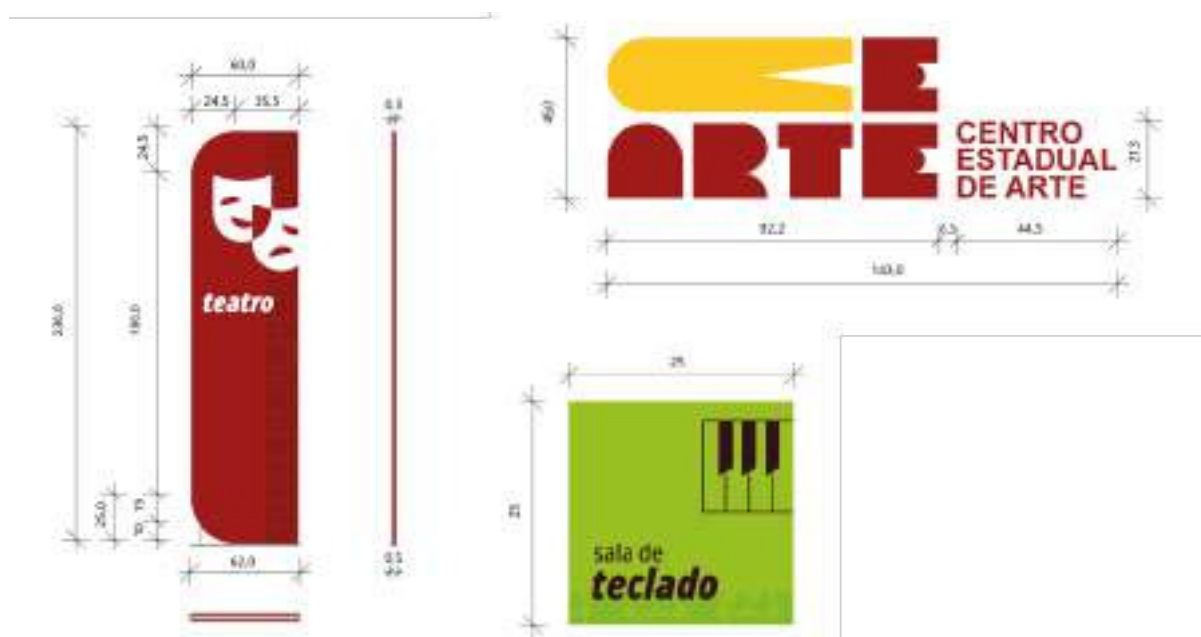
Figura 135 - Modelos e proporção do sistema de sinais.



Autoria: própria.

Em conclusão, após o desenvolvimento do design do sistema de sinalização, os sinais foram cotados com as medidas estipuladas pela equipe utilizando a escala 1:10 nos totens e no poste, 1:5 na assinatura da escola e 1:2 no restante. A sinalização também foi colocada em fotos retiradas no local simulando a aplicação imaginada pelo grupo.

Figura 136 - Cotação dos sinais.



Autoria: Mariana Ferreira.

Resultado

Com o sistema de sinais finalizado, a equipe organizou um dossiê, apresentando o local, o conceito definido e a execução do projeto.

Figura 137 - Aplicação da sinalização externa do Cearte.



Autoria: Bianca Costa.

Figura 138 - Aplicação das placas indicativas de salas e banheiros.



Autoria: Bianca Costa.

Etapa 6 – Análise crítica

Este projeto alcançou bons resultados, principalmente, por ser uma experiência nova para equipe e ser um trabalho extenso. Foi observado uma melhor integração da equipe, principalmente com integrantes que nunca haviam trabalhado juntos.

Após a entrega, a Professora Luciana orientou possíveis melhorias na execução da sinalização, já que a equipe tinha o desejo de implementar o que foi produzido, o que, atualmente, não é a realidade. Estas mudanças foram acolhidas e estão presentes na postagem da plataforma Behance.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste portfólio acadêmico é possível observar um compilado com 10 projetos desenvolvidos e selecionados pelo aluno Danilo David Moura de Figueiredo, durante o Curso de Tecnologia em Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba. Estes abrangem diversas áreas do design, sendo expostos em ordem cronológica, a fim demonstrar o aprendizado adquirido ao longo deste período.

Sob uma lente atual, os trabalhos apresentados foram contextualizados e analisados criticamente, permitindo diagnosticar o domínio de habilidades utilizadas e os desafios atravessados em sua elaboração, que servirão como uma maneira de guiar futuras produções. Este expõe a experimentação de diferentes áreas no desenvolvimento de projetos, o que possibilitou uma ampla perspectiva na execução de trabalhos. Além disso, foi observado como o uso de metodologias foi essencial na organização dos projetos, facilitando o fluxo do desenvolvimento, principalmente quando feitos em grupo.

Portanto, o portfólio serviu como uma maneira de auto avaliação sobre o conhecimento que o designer adquiriu no âmbito criativo e interpessoal, evidenciando a capacidade de analisar problemas e tomar decisões. Também deseja-se que o presente trabalho sirva de referência na aplicação de metodologias e desenvolvimento de projetos para outros alunos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, T. **Como fotografar produtos - Volume 1**. Cabedelo: edição do autor, 2022. E-book. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1QDJdX4bBSSBTOOq0ZCZUNLaU_kJ0kOKE/view. Acesso em: 14 Set. 2025.

BORGES, Mariana do Prado et al. The importance of the critical-reflexive portfolio in medicine graduation: An academic experience. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 9, p. e16410917922, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i9.17922. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/17922>. Acesso em: 09 de Out. de 2025.

DESIGN COUNCIL. **The Double Diamond**. [S. l.], 2026. Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk/resources/the-double-diamond/>. Acesso em: 27 Abr. 2026.

HOSTINGER. **O Que é Portfólio: Conceito, O Que Incluir e Dicas Para Criar o Seu**. Disponível em: <https://www.hostinger.com/br/tutoriais/portfolio>. Acesso em: 11 de Set. de 2025.

IDEO. **Design Thinking**. Palo Alto, 2025. Disponível em: <https://designthinking.ideo.com/>. Acesso em: 18 de Set. de 2025.

LOBACH, Bernd. **Design Industrial: Bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Edgard Blücher, 2001. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/731701671/Bernd-Lobach-Design-Industrial-2001-Processo-Design-Fases-e4f9ee4a51146b48bed602543e13f9a8>. Acesso em: 18 de Set. 2025.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2019.

PASSOS, Tiago Guilherme Costa Mamede. **Projeto de Sinalização no Campus do IFPB Cabedelo**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Técnico em Design Gráfico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, Cabedelo, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ifpb.edu.br/handle/177683/4443>. Acesso em: 27 Abr. 2026.

PEÓN, M. L. **Sistemas de identidade visual**. 4. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2009. Arquivo digital. Disponível em: [file:///C:/Users/anale/Downloads/pdfcoffee.com_sistemas-de-identidade-visual-maria-luisa-peon-pdf-free%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/anale/Downloads/pdfcoffee.com_sistemas-de-identidade-visual-maria-luisa-peon-pdf-free%20(1).pdf). Acesso em: 17 Set. 2025.

PILOTTO, Silvia Sell Duarte; SILVA, Carla Clauber da. O portfólio: narrativas e trajetórias de aprendizagem em arte na educação básica. **Linguagens - Revista de Letras, Artes e Comunicação**, Blumenau, v. 7, n. 3, p. 206-217, set./dez. 2013. Disponível em: <https://ojsrevista.furb.br/ojs/index.php/linguagens/article/view/3746/2589>. Acesso em: 01 de Out. de 2025.

UI COLORS. Generate: paleta de cores. [S. l.], 2026. Disponível em: <https://uicolors.app/generate/ufbec7>. Acesso em: 17 jun. 2026.

VIANA, Yasmim. **Portfólio de design gráfico: dos problemas às soluções, com processos e narrativas estratégicas**. 2023. 203 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Docência para a Educação Profissional e Tecnológica) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, Campus Cabedelo, Cabedelo, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ifpb.edu.br/handle/177683/4817>. Acesso em: 17 Set. 2025.

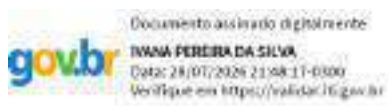
ANEXOS

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que os profissionais Ana Letícia Pereira do Amaral, inscrita no CPF sob o nº 165.291.764-03 e Danilo David Moura de Figueiredo, inscrito no CPF sob o nº 117.655.314-38, prestaram serviços de Design de Identidade Visual para a contratante Ivana Pereira da Silva inscrita no CPF sob o nº 000.827.234-43, no ano de 2026.

Declaro, ainda, que as informações acima são verdadeiras.

João Pessoa - Paraíba, 28 de Julho de 2026.



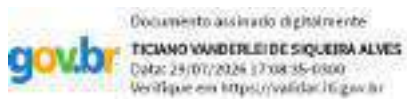
Ivana Pereira da Silva
CPF: 000.827.234-43

Declaração de prestação de serviço de Design Gráfico

Declaro que os profissionais Ana Letícia Pereira do Amaral, inscrita no CPF sob o nº 165.291.764-03 e Danilo David Moura de Figueiredo, inscrito no CPF sob o nº 117.655.314-38, prestaram serviços de Design de Identidade Visual para o contratante Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves inscrito no CPF sob o nº 051.663.756-88, no ano de 2026.

Declaro, ainda, que as informações acima são verdadeiras.

João Pessoa - Paraíba, 28 de Julho de 2026.



Ticiano Vanderlei de Siqueira Alves
CPF: 051.663.756-88

	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)

Entrega de Trabalho de Conclusão de Curso

Assunto:	Entrega de Trabalho de Conclusão de Curso
Assinado por:	Danilo Figueiredo
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Danilo David Moura de Figueiredo, DISCENTE (202417010038) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDEL0**, em 07/08/2026 16:44:07.

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: 1941727
Código de Autenticação: a86800e7bb

