



DESIGN E COMUNICAÇÃO VISUAL

RELATOS DO CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

Raissa Albuquerque dos Anjos
Maiara Ateciene Dos Santos Belo
Daniel Vitor da Silveira da Costa



**Editora
Uniesp**



ISBN 978-65-5825-225-2

**DESIGN E COMUNICAÇÃO VISUAL: RELATOS DO CURSO DE TECNOLOGIA
EM DESIGN GRÁFICO**

Raissa Albuquerque dos Anjos
Maiara Ateciene dos Santos Belo
Daniel Costa
(Organizadores)

Centro Universitário UNIESP

CABEDELO
2024



CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIESP

Reitora

Érika Marques de Almeida Lima

Editor-chefe

Cícero de Sousa Lacerda

Editor-assistente

Karelline Izaltemberg Vasconcelos Rosenstock

Editora-técnica

Elaine Cristina de Brito Moreira

Corpo Editorial

Ana Margareth Sarmiento – Estética
Anneliese Heyden Cabral de Lira – Arquitetura
Arlindo Monteiro de Carvalho Júnior – Medicina
Aristides Medeiros Leite – Medicina
Carlos Fernando de Mello Júnior – Medicina
Daniel Vitor da Silveira da Costa – Publicidade e Propaganda
Érika Lira de Oliveira – Odontologia
Ivanildo Félix da Silva Júnior – Pedagogia
Patrícia Tavares de Lima – Enfermagem
Marcel Silva Luz – Direito
Juliana da Nóbrega Carreiro – Farmácia
Larissa Nascimento dos Santos – Design de Interiores
Luciano de Santana Medeiros – Administração
Marcelo Fernandes de Sousa – Computação
Thyago Henriques de Oliveira Madruga Freire – Ciências Contábeis
Márcio de Lima Coutinho – Psicologia
Paula Fernanda Barbosa de Araújo – Medicina Veterinária
Giuseppe Cavalcanti de Vasconcelos – Engenharia
Rodrigo Wanderley de Sousa Cruz – Educação Física
Sandra Suely de Lima Costa Martins – Fisioterapia
Zianne Farias Barros Barbosa – Nutrição

Copyright © 2024 – Editora UNIESP

É proibida a reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio. A violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998) é crime estabelecido no artigo 184 do Código Penal.

O conteúdo desta publicação é de inteira responsabilidade do(os) autor(es).

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIPBiblioteca Padre Joaquim Colaço Dourado (UNIESP))

D457 Design e comunicação visual: relatos do Curso de Tecnologia em Design Gráfico [recurso eletrônico] / organizado por, Raissa Albuquerque dos Anjos, Maiara Aticiene dos Santos Belo, Daniel Costa. – Cabedelo, PB : Editora UNIESP, 2024.

75 p. ; il. : color.

ISBN: 978-65-5825-225-2 (Digital)

1. Design. 2. Comunicação visual. 3. Imagem. 4. Design Gráfico. I. Título. II. Anjos, Raissa Albuquerque dos. III. Belo, Maiara Aticiene dos Santos. IV. Costa, Daniel.

CDU: 76

Bibliotecária: Elaine Cristina de Brito Moreira – CRB-15/053

Editora UNIESP

Rodovia BR 230, Km 14, s/n,

Bloco Central – 2 andar – COOPERE

Morada Nova – Cabedelo – Paraíba

CEP: 58109 - 303

APRESENTAÇÃO

O livro "Design e Comunicação Visual: Relatos do curso de Tecnologia em Design Gráfico" é apresentado com o objetivo de promover uma visão abrangente sobre o impacto do design gráfico na comunicação visual contemporânea e nas transformações sociais. A obra reflete resultados de pesquisas, práticas pedagógicas e projetos de extensão desenvolvidos no Centro Universitário UNIESP, vinculados ao curso de Tecnologia em Design Gráfico.

Organizada em relatos de experiência e estudos, a obra integra o design à cultura local, explorando temáticas como identidade visual, tipografia e design ativista. Ao longo dos capítulos, discutem-se a evolução do design gráfico, suas aplicações em contextos digitais e físicos, e a relevância do design como ferramenta de inclusão social e desenvolvimento regional.

Além de um aprofundamento teórico, o livro apresenta metodologias inovadoras, como o Design Science Research (DSR) e a aplicação prática de projetos de curricularização, evidenciando como o design gráfico pode impactar positivamente a sociedade. Essas experiências são compartilhadas com a comunidade acadêmica e profissional, reforçando o papel transformador do design na vida cotidiana e no desenvolvimento sustentável.

Raissa Albuquerque dos Anjos

SUMÁRIO

Computação Aplicada ao Design Gráfico: Design Ativista e Direitos Humanos	7
Computação Aplicada ao Design Gráfico: Design e Comunicação na era digital, uma proposta para valorização local	26
Identidade Visual e Desenvolvimento de Marcas: Design e comunicação visual para o Desenvolvimento Regional e Inclusão Social.	38
Tipos da Paraíba	52
Entre a máquina e o computador: uma narrativa sobre a evolução da tipografia entre os séculos XV e XX	59
O Uso do Design Gráfico na Cultura Popular Paraibana	66
A influência da Bauhaus no desenvolvimento e fortalecimento do design: um estudo acerca da literatura	72

COMPUTAÇÃO APLICADA AO DESIGN GRÁFICO: DESIGN ATIVISTA E DIREITOS HUMANOS

Raissa Albuquerque dos Anjos
Maiara Ateciene dos Santos Belo
Daniel Costa

1 APRESENTAÇÃO

A comunicação visual faz parte do cotidiano humano nos mais diversos níveis sociais. Do registro de pinturas rupestres até as atuais interações por meio de avatares no metaverso, o homem produz e recebe informações visuais no seu dia a dia. Segundo Munari (1997) isso se explica pois tudo o que nos cerca e pode ser percebido através da visão é comunicação visual. Para o autor, seja uma nuvem no céu de verão, seja o sinal gráfico que indica saída de emergência em cinemas, tudo aquilo que somos capazes de perceber visualmente é capaz de comunicar algo. Para Dondis (2003) a comunicação visual é intrínseca pois se perpetua por meio da nossa capacidade de 'ver o mundo', que desde a mais tenra idade é aceita sem esforços. Assim, podemos compreender que tal fato reflete a natureza visual das comunicações humanas. Sob essa perspectiva, reconhecemos a linguagem e a comunicação visual como poderosas ferramentas comunicacionais, capazes de identificar, registrar e influenciar aspectos técnicos, sociais, culturais e econômicos das sociedades contemporâneas. Desta maneira, o presente relato de experiência tem como objetivo compartilhar os resultados e aprendizagens obtidos com o projeto de curricularização "**Computação Aplicada ao Design Gráfico**".

O presente projeto, vinculado à coordenação de pesquisa, extensão e ensino, foi desenvolvido com o intuito de integrar a computação gráfica e o design da informação em práticas voltadas para a conscientização social, promovendo a inclusão e acessibilidade por meio da comunicação visual. Ao longo de sua evolução social e tecnológica, o homem encontra no desenvolvimento das comunicações e das linguagens visuais um dos principais elementos para o desenvolvimento de aprendizagem e conhecimento (DONDIS, 2003). Segundo o autor isso ocorre por diversos fatores, entretanto é a característica objetiva e direta da informação visual

que fornece os subsídios necessários para a compreensão das mensagens. Nesse contexto a linguagem “tem funcionado como meio de armazenar e transmitir informações, veículo para o intercâmbio de ideias e meio para que a mente humana seja capaz de conceituar” (DONDIS, 2003, p.14). Ainda segundo o autor, apesar da natureza intrínseca da comunicação visual, a construção de um alfabetismo visual ocorre apenas por meio do estudo aprofundado da linguagem visual e de seus elementos. Isto porque ao passo que a visão é natural, a eficácia da mensagem visual depende diretamente da organização dos seus elementos de acordo com os objetivos primários da mensagem.

A organização dos elementos visuais ocorre por meio de duas vertentes, a artística por meio das belas-artes e a utilitária, por meio do design. Apesar do reducionismo funcionalista atrelado ao design desde seu surgimento no século XIX e sua profunda ligação com a revolução industrial, diversos estudiosos apontam o design como campo de estudo interdisciplinar (CARDOSO, 2008; MORAES 2006, BONSIPIE). Para além da faceta metodológica de desenvolvimento de soluções práticas, o design evolui junto à tecnologia, assim ampliando suas possibilidades de atuação e integração com outras áreas de conhecimento. Segundo Cardoso (2012) a “era da informação” é reflexo desse avanço tecnológico, portanto compreendemos que da mesma maneira que o design surge como ferramenta de organização do setor industrial no século XIX, o design busca organizar a comunicação visual na era digital.

Para entender a relevância da Computação Aplicada ao Design Gráfico em 2023, precisamos retornar para a década de 1950. As pesquisas que se iniciam no renomado Massachusetts Institute of Technology – MIT para fins militares¹ em pouco tempo evoluem para o primeiro sistema de computação gráfica, onde em 1963 o Sketchpad é desenvolvido por Ivan Sutherland (figura). A partir desse momento, a computação reconhece na comunicação visual e na representação gráfica poderosas ferramentas para síntese e processamento de imagens dando início à computação gráfica. De acordo com Pichetti et al (2022, p. 11, grifo nosso) “a computação gráfica pode ser definida como uma **área da computação que trata da comunicação visual** por intermédio de ferramentas computacionais”. Entre as décadas de 1960 e 1990, academia e indústria exploram as diversas possibilidades da computação gráfica, seja

¹ Em 1955 o SAGE é construído com objetivo de converter informações captadas por radares em imagens apresentadas nas telas dos computadores da universidade

no desenvolvimento de pesquisas, seja na construção de novos produtos de consumo (AZEVEDO et al, 2022). Entretanto é com a ascensão dos computadores pessoais nos anos 1980 e com o avanço dos espaços virtuais em meados dos anos 1990 que o movimento de digitalização e virtualização da sociedade ganha força. É nesse contexto sociocultural e tecnológico que a computação gráfica ultrapassa os limites industriais e acadêmicos, dando início à cibercultura (LÉVY, 1999). Com a cibercultura e a expansão das redes de computadores – assim como de seus universos e comunidades virtuais – as atividades humanas tornam-se cada vez mais co-dependentes das interfaces de mídia digital.

Com os avanços da computação gráfica juntamente com a Web, nos tornamos capazes de criar, modificar, implantar, questionar e avaliar as mais diversas atividades de maneira digital, ou seja, nos tornamos seres socialmente digitais. Para Prensky (2001), a familiaridade com o universo digital é mais significativa àqueles nascidos após o surgimento do ciberespaço, classificando tais indivíduos como nativos digitais. De maneira correlata, ao analisarmos o perfil do corpo discente perceberemos a predominância da geração Z (nascidos entre 1995 e 2010), fato que justifica a convergência entre digital e social corriqueiramente presenciado em sala de aula durante atividades e dinâmicas pedagógicas. Assim, reconhecemos nas diretrizes da disciplina de Computação Aplicada ao Design Gráfico uma oportunidade não apenas de aprendizado coletivo, mas de pertencimento e identificação social, capaz de compartilhada entre discentes, docentes e cidadãos ao longo do projeto.

Durante a execução do projeto, buscamos promover o diálogo entre a academia e a comunidade local de maneira qualitativa. Na primeira fase do projeto, os dados foram coletados por meio de procedimentos exploratórios, onde foram desenvolvidas pesquisas bibliográficas acerca de temas relacionados com o eixo de atuação de Direitos Humanos, objetivando o aprofundamento teórico do corpo discente. Na segunda etapa da fase exploratória, foram realizadas imersões de contexto e observações diretas, necessárias para a delimitação e compreensão das necessidades dos atores sociais envolvidos. A fase aplicada teve início com a análise dos dados recolhidos na fase anterior. Foram detectados três grandes temas de atuação: Dignidade Menstrual, Violência Infantil e Saúde mental e produtividade. Os temas foram trabalhados a partir de métodos projetuais para design gráfico, utilizando ferramentas de ideação e criatividade, seleção conceitual, estratégia de design e de

comunicação visual. Para o desenvolvimento das peças gráficas, foram utilizadas os softwares de edição vetorial e bitmap Adobe Illustrator e Adobe Photoshop. A etapa de produção gráfica e aplicação dos cartazes foi realizada a partir de workshops sobre finalização e fechamento de arquivos para impressão. Os resultados foram fotografados para posterior validação e recolhimento de feedback. Ao final do projeto foi organizado um momento para apresentação dos processos de design de cada grupo, com momentos de reflexão e aprendizado coletivo. Os resultados obtidos mostram o poder transformador do design gráfico quando aplicado em ações de ativismo social, demonstrando o impacto positivo dessa prática tanto para os estudantes quanto para a população beneficiada.

2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS E EXPERIÊNCIAS

A comunicação visual, quando utilizada em consonância com o design gráfico, oferece oportunidades singulares para conscientizar e engajar o público em questões relacionadas aos Direitos Humanos, dentre eles os direitos sociais. Segundo o Art. 6º da Constituição Federal (1988)

São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição

Diante da vasta gama de questões sociais passíveis de estudo e pesquisa, tornou-se necessário um recorte territorial e sociocultural para a realização do projeto. Devido as características do projeto extensionista de aproximação entre universidade e comunidade, delimitou-se primeiramente o recorte territorial, a delimitação sociocultural foi realizada a partir de dados demográficos acerca de grande áreas de circulação urbana, como praças, parques e espaços culturais públicos. Na segunda etapa da fase exploratória, os estudantes realizaram o mapeamento e reconhecimento dos possíveis locais de intervenção por meio de imersões de contexto e observação direta com registros em texto e fotografias, tais atividades foram realizadas nos meses de setembro e outubro de 2023. Em seguida os três temas de atuação e seus respectivos locais de intervenção foram definidos pela docente responsável pelo projeto em conjunto com os discentes, a partir da discussão dos dados coletados, descritos no tópico a seguir.

2.1. Dignidade Menstrual: Menstruar não é luxo!

Inserido nos direitos à saúde, o direito menstrual refere-se não apenas ao acesso a produtos de higiene pessoal feminina, como absorventes íntimos, mas também ao acesso a informações básicas relacionadas ao tema (RODRIGUES; BOTELLHO, 2022). Portanto, o termo ‘pobreza menstrual’ surge como alerta a violação do direito menstrual. Segundo o relatório *Pobreza Menstrual no Brasil: Desigualdades e Violações de Direitos de 2021*, mais de 710 mil de meninas não possuem acesso a banheiros em suas casas, refletindo assim precariedade do sistema de saneamento básico, o que conseqüentemente resulta também em falta de informações básicas sobre higiene feminina adequada. Para Rodrigues e Botelho (2022, p.531) tais aspectos “tem repercutido na saúde e no afastamento escolar ou ao trabalho de pessoas menstruantes, demonstrando uma clara violação aos direitos sociais”. Portanto, ao analisarmos essa questão sob o ponto de vista do design gráfico e da comunicação visual, materiais visuais podem ser criados para informar o público sobre a pobreza menstrual e sensibilizar as políticas públicas voltadas para a distribuição de produtos menstruais.

Aplicando o conceito de Dignidade Menstrual ao contexto do espaço urbano da cidade de João Pessoa, observamos no centro cultural Espaço Cultural José Lins do Rêgo uma oportunidade para o desenvolvimento da ação extensionista, isto porque o local é utilizado frequentemente como ponto de encontro e realização de visitas educacionais por parte de escolas públicas e privadas de toda a cidade. Após a delimitação do local, o grupo de discentes iniciou a etapa projetual do cartaz com o auxílio da computação gráfica. No primeiro momento foi desenvolvido o painel de referências visuais, com intuito de guiar o grupo acerca da organização dos elementos gráficos, tais como forma, cor, textura, tipografia e layout (figura 1).



Figura 1: Moodboard Pobreza Menstrual. **Fonte:** Os Autores

A partir do painel de referência, os estudantes iniciaram o processo criativo, que envolveu o estudo e desenvolvimento de ilustrações vetoriais com auxílio do Adobe Illustrator (figura 2). O elemento cromático evidencia os significados de feminilidade, leveza e força (HELLER, 2013), que juntamente com a delimitação de formas baseadas em círculos reforça a intenção e estratégia de design do projeto, aumentando o alcance da peça gráfica perante o público-alvo, especialmente das gerações Alpha e Z.



Figura 2: Ilustração vetorial e paleta cromática Pobreza Menstrual. **Fonte:** Os Autores

Com o conceito da ilustração definido, deu-se início ao processo de organização das

informações por meio da diagramação do layout da peça gráfica, ajuste da tipografia e definição da hierarquia da informação (figura 3).



Figura 3: Organização da informação e alternativas visuais Pobreza Menstrual.
Fonte: Os Autores

Durante o desenvolvimento das composições, foi realizada uma análise de legibilidade e legibilidade da informação visual de ambas as peças. Foi identificado um ruído visual no texto de destaque (palavra Pobreza) devido a proximidade cromática dos matizes, em conjunto com a complexidade da carga informacional textual (HELLER, 2013, DONDIS, 2003). Portanto, a composição gráfica foi reformulada, evidenciando os elementos formais. A composição final apresentada e sua aplicação no local de intervenção podem ser conferidas na figura 4.



Figura 4: Projeto Gráfico final e aplicação pelo grupo discente no local de intervenção. **Fonte:** Os Autores

2.2 Violência Infantil: Você sabe com quem deixa seu filho?

O tema relacionado a saúde, segurança e proteção à infância foi abordado no cartaz “Você sabe com quem deixa seu filho?” que teve objetivo levar indagações e questionamentos acerca do problema social de violência infantil na Paraíba e no Brasil. Durante a fase de imersão e observação, o grupo de estudantes responsável pelo projeto identificou a Praça Chateaubriand Arnaud, localizada na zona norte da cidade de João Pessoa, como local de intervenção para ação extensionista. Segundo as pesquisas realizadas pelo grupo discente, a alta circulação de transeuntes acompanhados por crianças de primeira infância no período noturno reflete um padrão de comportamento social local.

Para Nunes et al (2020) os problemas de violência no Brasil são em sua maioria de ordem social e cultural, ou seja, os processos violentos que ocorrem na atualidade são decorrentes de aprendizados em sociedade, por meio de modelos ou modelações de comportamento. Ainda no mesmo estudo, que levantou quantitativamente os casos de violência contra crianças no Brasil até o ano de 2020, os autores apontam apenas no ano de 2011, as denúncias feitas aos órgãos responsáveis somaram mais de 17.000 casos, onde mais de 73% destes ocorreram no ambiente domiciliar. Portanto, sob essa perspectiva teórica em conjunto com as observações in loco do entorno, que possui predominância residencial, o projeto gráfico foi iniciado.

De maneira semelhante ao projeto anterior, foi desenvolvido um painel de referências, com intuito de guiar o grupo acerca da organização dos elementos gráficos, tais como forma, cor, textura, tipografia e layout (figura 5).

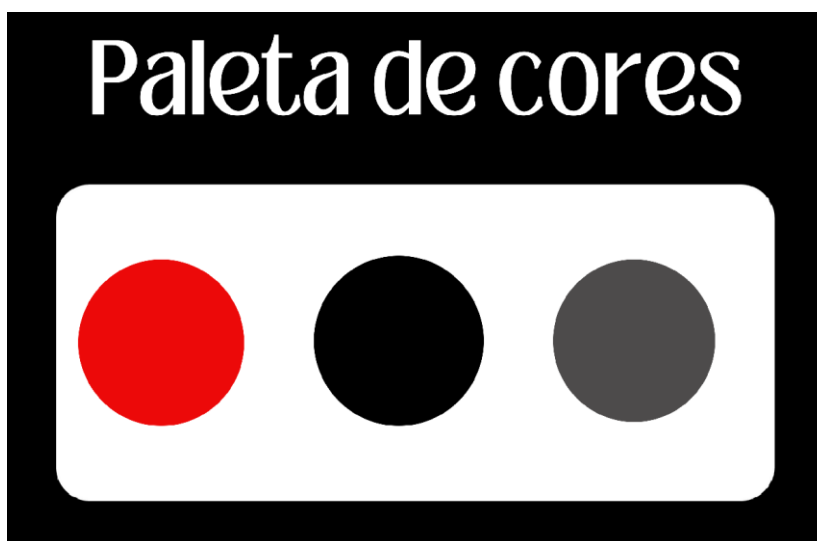


Figura 5: Moodboard e paleta cromática - Você sabe com quem deixa seu filho?
Fonte: Os Autores

Devido à natureza insalubre do tema, o grupo teve como ênfase matérias jornalísticas e dados documentais para desenvolvimento da estratégia de design. Optando-se por uma delimitação formal e cromática densa, capaz de refletir a falta de comunicação entre vítima e responsável legal, o grupo discente decidiu evidenciar o aspecto de seriedade por meio de imagens que apresentam o silêncio forçado e a ausência de matiz (figura 6).



Figura 6: Estratégia cromática e imagética. **Fonte:** Os autores

A escolha tipográfica teve foco na aspereza do tema, selecionada a partir da analogia com os espinhos no desenho dos tipos (figura 7). Ao longo do desenvolvimento do projeto, os alunos fizeram uso dos softwares Adobe Illustrator e Adobe Photoshop.

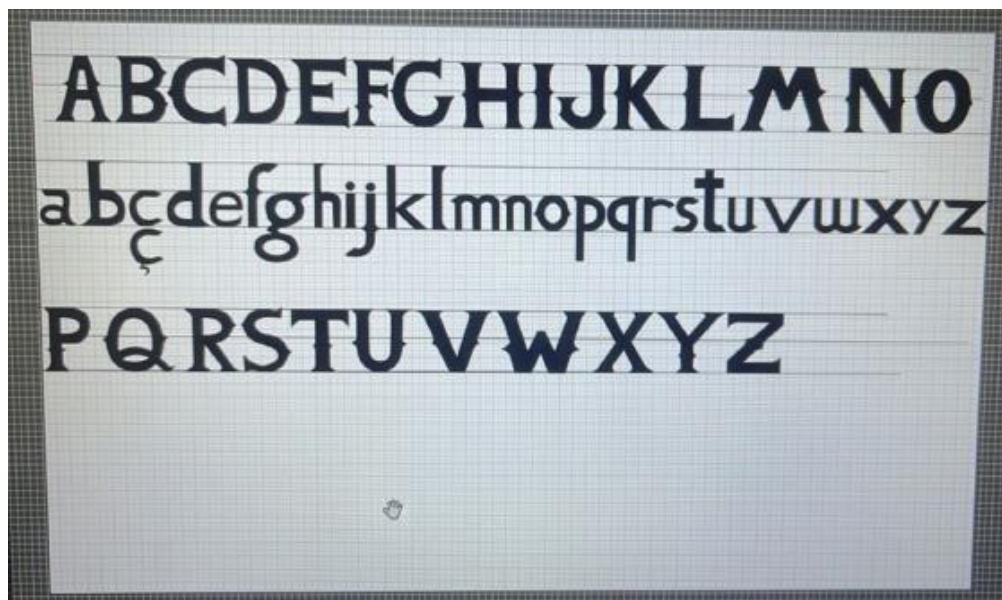


Figura 7: Experimentação tipográfica. **Fonte:** Os autores

Durante o desenvolvimento da peça gráfica, o grupo discente percebeu a presença do ruído na mensagem devido a falta de contraste entre imagem e texto (figura 8).

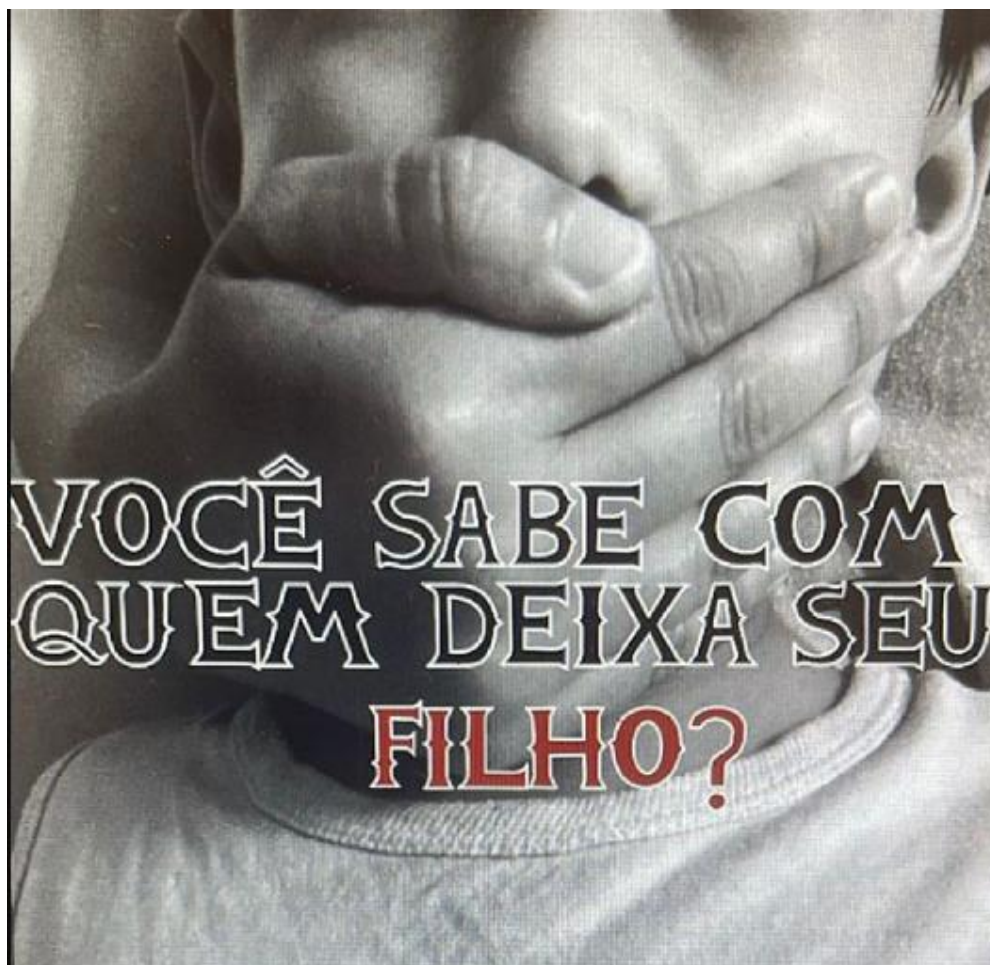


Figura 8: Apresentação de alternativa gráfica. **Fonte:** Os Autores

Para Dondis (2003) o contraste é um dos principais elementos técnicos de composição visual, capaz de auxiliar na clareza e absorção da informação visual de maneira eficaz. Desta forma, após nova análise, decidiu-se pela uso de imagem sem matiz esmaecida pelo plano de fundo de cor preta e adicção de contraste cromático apenas na mensagem verbal, enfatizando a gravidade do problema por meio do destaque do matiz vermelho sem sobreposição com o elemento imagético (figura 9). Já a escolha para aplicação da peça gráfica final durante o período noturno teve como objetivo apresentar a informação de acordo com os dados recolhidos ainda na fase de exploração, considerando o maior fluxo de trausentes no espaço de intervenção. A aplicação do cartaz final no espaço de intervenção pode ser conferido na figura 10.

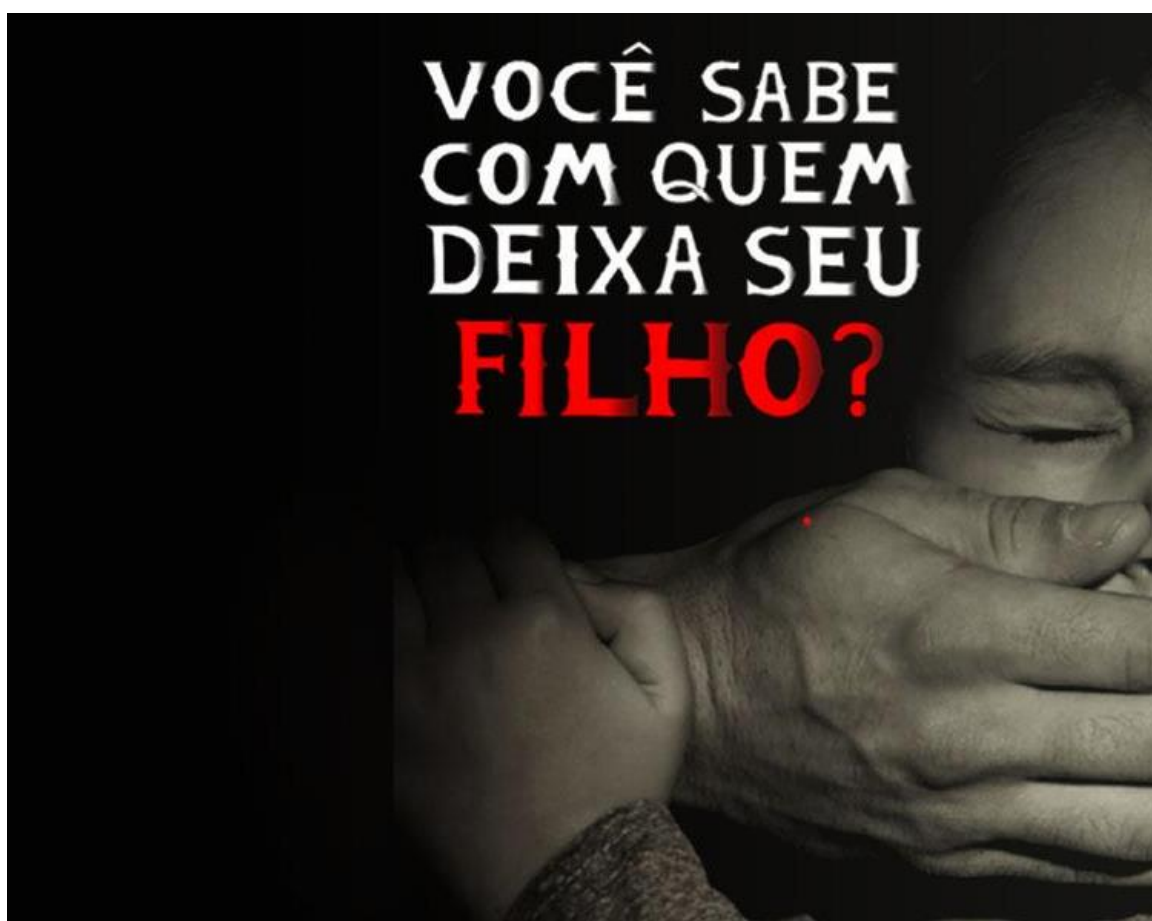


Figura 9: Peça Gráfica Fina. **Fonte:** Os Autores

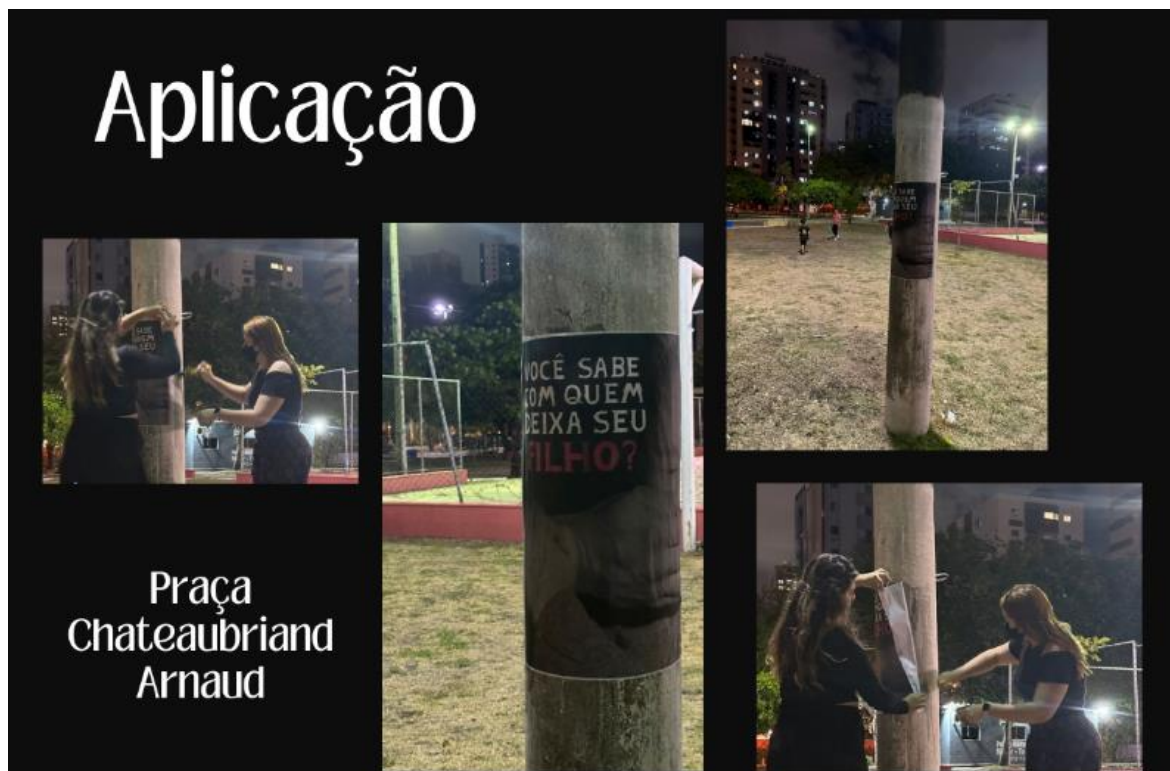


Figura 10: Aplicação de peça gráfica Você sabe com quem deixa seu filho?. **Fonte:** Os autores

2.3 Saúde mental e produtividade: Ambientes de trabalho humanizados

Questões relacionadas a evolução das tecnologias e suas implicações nos comportamentos humanos modernas são temas constantes nos estudos do ser social. De produtor a consumidor o, boa parte do sentimento de pertencimento social é estruturado a partir das atividades trabalhistas realizadas por um indivíduo, onde tais atividades sofrem influência direta da capacidade tecnológica de uma sociedade. Nesse contexto, percebemos a semelhança entre a sobrecarga física causada pela repetição de movimentos e fragmentação dos postos de trabalho da 2ª Revolução Industrial (FORTY, 2007) e o estresse cognitivo e a exaustão mental emergente do século XXI, consequência não apenas da evolução tecnológica e da 4ª Revolução Industrial, mas principalmente da adaptação do homem ao ritmo acelerado do computador e sua alta produtividade. Tal fato é explicado por Costa e Santos (2021) ao afirmarem que na atual sociedade a obtenção e manutenção de um trabalho tornaram-se na verdade sinônimo de metas inalcançáveis e irreais de produção, cognição e conhecimento. Para os autores, tais fatores de insalubridade podem ser reforçados por ambientes de trabalho inadequados.

Diante disto, os autores reconhecem no ambiente de trabalho salubre um

direito à qualidade de vida do trabalhador, ou seja, a vivência em um ambiente de trabalho saudável torna-se “um direito fundamental que reflete de forma favorável na saúde física, mental e social do indivíduo” (COSTA; SANTOS, 2021, p.295) Portanto, de maneira correlata aos temas anteriores, a escolha do tema “Saúde mental e produtividade: Ambientes de trabalho humanizado” foi classificada como coerente para o presente projeto.

A partir da situação problema, o grupo discente responsável pela temática iniciou a coleta de dados por meio da observação direta e imersão de contexto. Como local de intervenção foi delimitado de acordo com o público-alvo, jovens trabalhadores da geração Z, sendo este a Praça Clube do Carro Antigo, na zona norte da cidade de João Pessoa. O processo criativo para o projeto gráfico teve início semelhante aos temas anteriores, com auxílio de painéis semânticos para referências visuais (figura 11), o grupo discente definiu como estratégia conceitual o ‘florescer do trabalhador’, com objetivo de evidenciar os benefícios de um ambiente de trabalho humanizado e saudável.

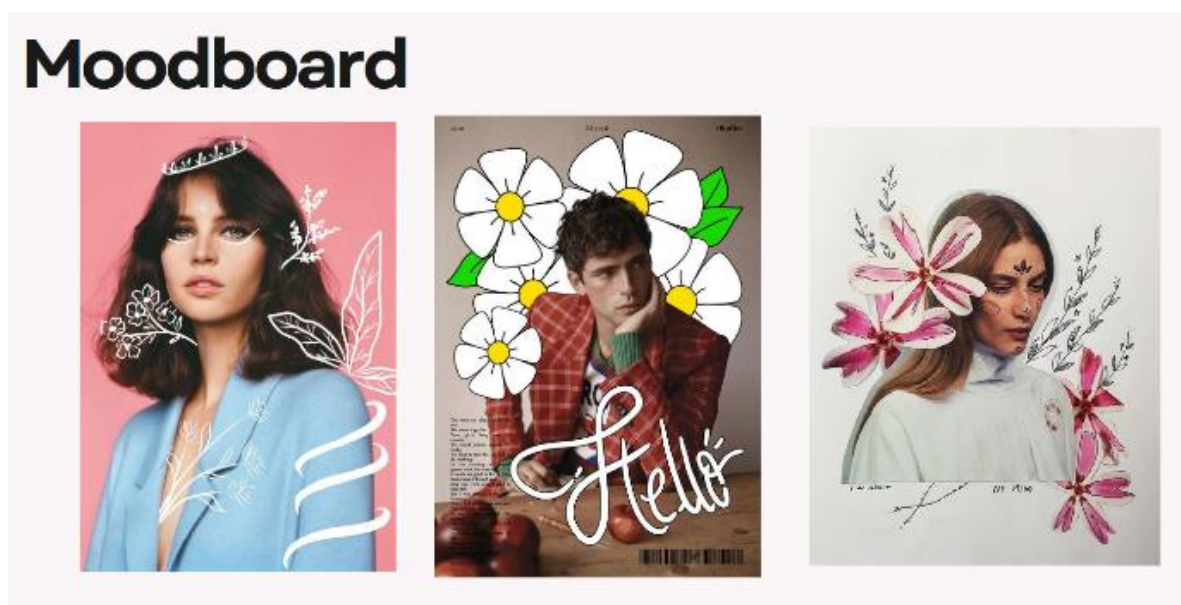


Figura 11: Moodboard Ambiente de Trabalho Humanizado. **Fonte:** Os autores

As referências visuais apresentadas acima, por meio de formas, cores e texturas, refletem uma consciencia projetual em desenvolvimento por parte dos discentes. Pois ao relacionar elementos desconexos do ambiente corporativo como flores e folhagens, o projeto gráfico faz uso do contraste visual para gerar no público-

alvo um novo significado para tais elementos visuais (DONDIS, 2003).

A composição gráfica escolhida segue a estratégia de design ao utilizar elementos cromáticos e tipográficos para reforçar os significados de alegria, otimismo e humanidade (figura 12).

Cor Azul: tranquilidade, calma, estabilidade
Cor Amarela: otimismo, idealismo, relaxamento, alegria, felicidade
Flores: reforçar a ideia que a frase diz



- Formato mais arredondado
- Inspirado na letra cursiva, para passar uma ideia mais humana aos tipos
- Fonte sem serifa
- Tipografia mais divertida/alegre



O resultado do projeto gráfico, também realizado com auxílio das ferramentas Adobe Illustrator e Adobe Photoshop, pode ser visualizado na figura 13.

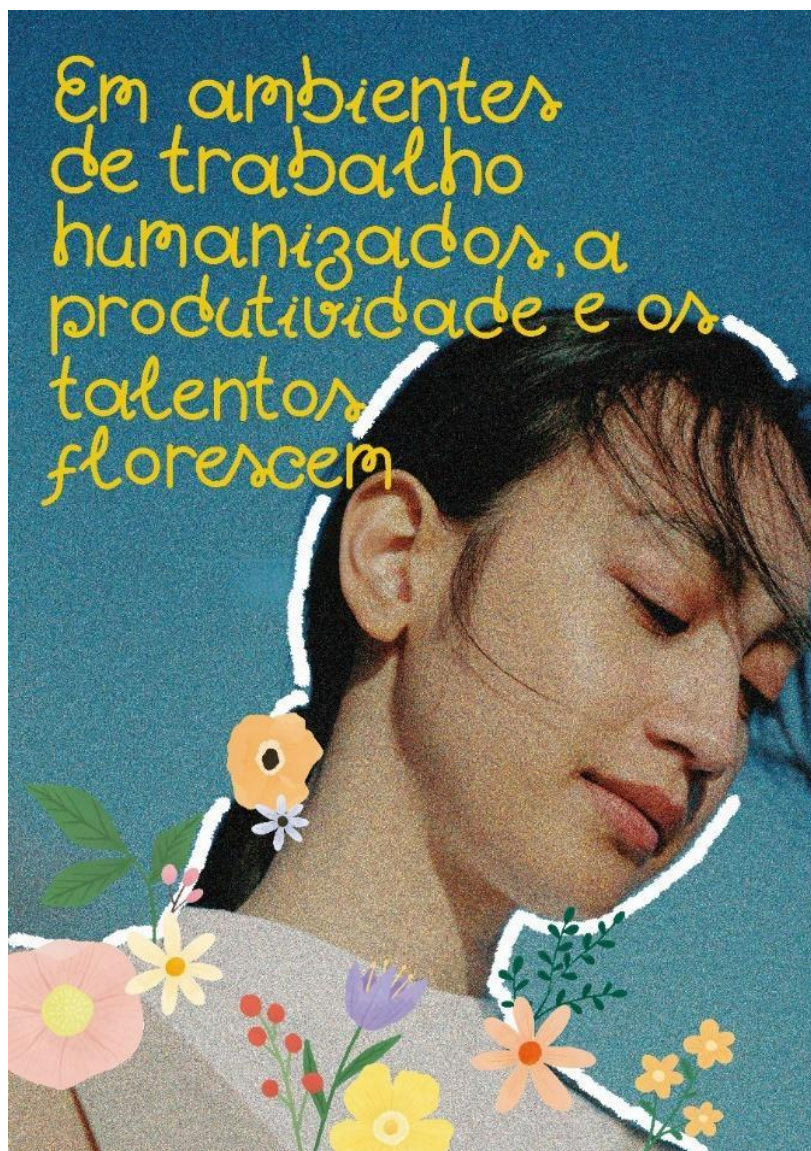


Figura 13: Apresentação de alternativa e estratégias de design e comunicação visual. **Fonte:** Os autores

A ação foi finalizada juntamente com a comunidade, esta foi responsável pela indicação do posto de espera de transportes públicos para aplicação da peça gráfica (figura 14)



Figura 14: Aplicação da peça gráfica final no espaço de intervenção. **Fonte:** Os autores

1 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto de extensão "Computação Aplicada ao Design Gráfico", realizado entre os meses de agosto e dezembro de 2024 teve como objetivo proporcionar aos alunos dos curso de graduação de Design Gráfico do UNIESP uma experiência prática e transformadora no campo da comunicação visual e da computação gráfica. Ao longo do projeto, os discentes puderam explorar os conceitos teóricos aplicados à prática, desenvolvendo habilidades técnicas no uso de ferramentas computacionais, além de adquirir uma compreensão mais profunda do papel social do design gráfico na promoção dos Direitos Humanos.

A partir da experiência, conseguimos colocar em prática os conhecimentos aprendidos em sala de aula em um contexto real. Para isso, foram desenvolvidos projetos gráficos voltados para a conscientização social, permitindo aos alunos um processo de engajamento ativo junto a questões relevantes como pobreza menstrual, violência infantil e ambientes de trabalho humanizados. O processo de ideação, criação e execução dos cartazes não só aprimorou suas competências técnicas, mas também promoveu um senso de responsabilidade social, ao perceberem o impacto positivo que o design gráfico e a comunicação visual podem exercer na vida cotidiana da comunidade. Além disso, o projeto contribuiu significativamente para o

fortalecimento da relação entre a universidade e a comunidade local, ao abordar problemas sociais urgentes, promovendo a disseminação de informações de utilidade pública. Por meio das intervenções e ações em espaços urbanos de alto fluxo, os materiais gráficos produzidos pelos discentes estimularam discussões e reflexões entre os cidadãos, cumprindo o papel de uma comunicação visual inclusiva e acessível. Entretanto, ao longo do projeto pudemos perceber a necessidade de aprofundar os conhecimentos discutidos em sala de aula, dentre eles, destacamos os processos de co-criação e co-design. As dificuldades encontradas nos processos colaborativos de criação e ideação podem ser explicadas a partir da relativa inexperiência do corpo discente perante o desenvolvimento de projetos de design, isto porque no segundo semestre letivo o corpo docente está iniciando seu processo de aprendizado projetual. Quanto ao escopo do estudo, apontamos novos temas como ética, desenvolvimento sustentável e etnia como relevantes para novas aplicações e estudos no futuro, abrangendo assim novos espaços urbanos e colaboradores num futuro próximo.

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, Eduardo, et al. **Computação gráfica: teoria e prática: geração de imagens**. v.2. Disponível em: Minha Biblioteca, Editora Alta Books, 2022.
- BONSIEPE, Gui. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Editora Blucher, 2011
- CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- DONDIS, Dondis A.. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. 235 p.
- FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo: design e sociedade desde 1750**. Brasil: Cosac Naify, 2007
- HELLER, Eva. **A psicologia das cores : como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.
- NUNES, Ana Clara Pereira et al. **Violência Infantil No Brasil E Suas Consequências Psicológicas: uma revisão sistemática** Brazilian Journal Of Development, [S.L.], v. 6, n. 10, p. 79408-79441, 2020. Brazilian Journal of Development. <http://dx.doi.org/10.34117/bjdv6n10-392>.

COSTA, Ilton Garcia da; SANTOS, Ana Flávia Coelho dos. **O Direito Fundamental Ao Meio Ambiente Do Trabalho Saudável Como Pressuposto Do Direito À Vida Com Qualidade**. Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (Unifafibe), [S.L.], v. 9, n. 1, p. 295, 2 abr. 2021. Revista Direitos Sociais e Políticas Publicas UNIFAFIBE. <http://dx.doi.org/10.25245/rdspp.v9i1.764>.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

MORAES, Dijon de. **Análise do Design Brasileiro**: entre mimese e mestiçagem. São Paulo: Edgard Blucher, 2006

PRENSKY, M.: Digital Natives Digital Immigrants. In: PRENSKY, Marc. On the Horizon. NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October (2001a).

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**. São Paulo: Martins Fontes Ltda, 1997. 350 p.

PICHETTI, Roni, F. et al. **Computação gráfica e processamento de imagens**. Disponível em: Minha Biblioteca, Grupo A, 2022.

RODRIGUES, Jordana Vieira; BOTELHO, Daniela Garcia. **A Pobreza Menstrual Como Fator De Desigualdade Social E Violação De Direitos No Brasil**. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, [S.L.], v. 8, n. 11, p. 527-544, 30 nov. 2022. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciencias e Educacao. **Computação Aplicada ao Design Gráfico: Design, Arte e Desenvolvimento Regional**

COMPUTAÇÃO APLICADA AO DESIGN GRÁFICO: DESIGN E COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL, UMA PROPOSTA PARA VALORIZAÇÃO LOCAL

Raissa Albuquerque dos Anjos
Maiara Ateciene dos Santos Belo
Daniel Costa

1 APRESENTAÇÃO

As formas de linguagem gráfica e visual sempre fizeram parte das construções sociais humanas como meio de registrar, informar e comunicar. Essa demanda impulsiona a criação de cultura material, imaterial e visual, incluindo a vontade de criar, alterar e refazer em contextos variados, ou seja, o homem vivencia o território por meio do fazer e se fazer entendido (CAVALCANTE, 2022; FLUSSER, 2007). Sob esse contexto, observamos a informação visual como um registro histórico, social e cultural, capaz de refletir e explicar a evolução humana por meio de representações da realidade. Para Meggs e Purvis (2009) a evolução da linguagem visual e da linguagem escrita possuem o mesmo ponto inicial: o desenho de figuras simples. Para os autores, a semelhança entre os traços de ambos os métodos (forma e escrita) refere-se a natureza comunicacional do homem, ou seja, a necessidade de registrar e transmitir informações.

Apesar da origem comum, para Dantas (2024) o termo alfabetização ainda permanece comumente associado à comunicação verbal e escrita. Para a autora, a amplitude da alfabetização, e conseqüentemente da leitura, vai além do uso das palavras como código de linguagem. Isto se explica ao considerarmos que somos capazes de ler tudo o que nos oferece significado por meio de informações compreensíveis tais como: imagens, cores, formas, entre outros. Portanto, o processo de leitura é viabilizado pela presença e compreensão da informação, e não apenas pelo código utilizado para a sua transmissão. Assim, sob a perspectiva da comunicação como fator sociocultural inato ao homem, percebemos na linguagem e no alfabetismo visual poderosas ferramentas socioeducacionais para o desenvolvimento dos discentes do curso de Tecnologia em Design Gráfico do Centro Universitário Uniesp.

O presente relato de experiência tem como objetivo compartilhar os resultados e aprendizagens obtidos com o projeto de curricularização intitulado "**Computação Aplicada ao Design Gráfico**". Vinculado a coordenação da Escola de Design juntamente com a coordenação de Pesquisa, Extensão e Responsabilidade Social - Coopere, o projeto foi desenvolvido com o intuito de integrar a computação gráfica e o design da informação em práticas voltadas para a conscientização social, promovendo a inclusão e acessibilidade por meio da comunicação visual.

Durante a execução do projeto, buscamos promover um diálogo qualitativo entre a academia e a comunidade local. Na primeira fase, conduzimos pesquisas bibliográficas exploratórias sobre como as atuais Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDCIs) influenciam a percepção e o reconhecimento das artes tradicionais e da comunicação visual nos centros urbanos da cidade de João Pessoa. Essa etapa inicial foi complementada por imersões de contexto e observações diretas, permitindo a delimitação das necessidades sociais dos atores envolvidos. Já na fase aplicada, os dados coletados revelaram a urgência de alertar a comunidade sobre os riscos de uma vida excessivamente conectada e a conseqüente perda das tradições e habilidades manuais locais em favor do mundo digital.

Para enfrentar esses desafios, os temas identificados foram trabalhados por meio de métodos projetuais de design gráfico, utilizando ferramentas de ideação, seleção conceitual e estratégias de comunicação visual. O desenvolvimento das peças gráficas foi realizado com os softwares de computação gráfica *Adobe Illustrator* e *Adobe Photoshop*, que possibilitaram a criação de cartazes e outras mídias visuais. Ao longo do projeto, também foram oferecidos aos participantes *workshops* sobre finalização de arquivos e técnicas de aplicação de materiais gráficos como o Lambe Lambe². Os resultados foram fotografados e avaliados com feedback da comunidade.

Ao final do projeto, organizamos uma apresentação dos processos de design desenvolvidos por cada grupo, criando momentos de reflexão e aprendizado coletivo. Os resultados demonstraram a influência da comunicação visual e do design gráfico quando aplicados em ações de ativismo social, com impacto positivo tanto para os

² Forma de intervenção urbana e artística que consiste em colar cartazes em espaços públicos, originalmente utilizada como canal de propaganda e marketing. Atualmente é utilizada como forma de comunicação visual de grupos composto por jovens.

estudantes quanto para a população beneficiada, reforçando a importância de iniciativas que integram educação, design e engajamento comunitário.

2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS E EXPERIÊNCIAS

Ao longo de sua evolução social e tecnológica, o homem encontra no desenvolvimento das comunicações e das linguagens visuais um dos principais elementos para o desenvolvimento de aprendizagem e conhecimento (DONDIS, 2003). Segundo a autora, devemos buscar o alfabetismo visual em muitos lugares e de muitas maneiras, isso porque “não sabemos tudo, mas conhecemos bastante”. Portanto o entendimento do sistema visual que nos cerca por meio de “classificação e a análise podem ser de fato reveladoras do que sempre ali estava, as origens de uma abordagem viável do alfabetismo visual universal.” (DONDIS, 2003, p.18).

Ainda segundo a autora, apesar da natureza intrínseca da percepção visual, a construção de um alfabetismo visual ocorre apenas por meio do estudo aprofundado dos códigos da linguagem visual, da interação entre seus elementos e dos princípios da composição visual. Ou seja, a percepção visual não é uma atividade mecânica, mas sim parte de um processo maior que engloba indivíduos, suas experiências e seu entorno. Portanto, ao passo que a visão é natural, a eficácia da mensagem visual depende diretamente da percepção e compreensão dos elementos visuais que compõem a mensagem (FARINA, 2011; DONDIS, 2003,).

Em consonância, Cavalcante (2022, p.03) afirma que o estímulo e desenvolvimento da percepção visual ainda nas primeiras fases do curso de Design Gráfico favorece a construção qualitativa do repertório visual do discente. Assim, por meio de atividades de reconhecimento, descrição e manipulação de composições e experimentações gráficas, o aluno desenvolve habilidades e competências necessárias ao pensamento projetivo do designer. Dessa maneira, os processos de ensino e aprendizagem do alfabetismo visual são capazes de “criar microcompetências para a percepção e interpretação visual no design gráfico” (CAVALCANTE, 2022, p.03).

Embora o design seja amplamente reconhecido como atividade projetual racionalizada e pragmática devido suas raízes funcionalistas (CARDOSO, 2012), a

sua perene conexão com áreas como artes, ciências sociais e tecnologia evidencia sua natureza plural e interdisciplinar (CARDOSO, 2008; MORAES, 2006; BONSIÉPIE 2011). Atualmente, a integração do Design com a Computação Gráfica e com as Tecnologias Digitais de Comunicação e Informação (TDCIs), formam uma frente revolucionária nos mais diversos setores, da alimentação à pesquisa espacial, o design de informação viabilizado pela computação gráfica adentra o cotidiano do homem do século XXI.

Enquanto a computação gráfica refere-se ao segmento da computação responsável pela comunicação visual apresentada nas interfaces de dispositivos eletrônicos (Pichetti et al, 2022), as TDCIs representam o conjunto de tecnologias responsáveis pela geração, análise e reprodução de informações acessíveis por meio de redes comunicacionais, como a web e a internet (RABELLO; TAVARES, 2016). Portanto, com o progresso tecnológicos promovido pelo ciberespaço e a consequente ascensão da cibercultura a partir dos anos 1990, o ser social torna-se inevitavelmente conectado. A constante digitalização impulsiona novos modos e comportamentos sociais, como o surgimento dos nativos digitais (PRENSKY, 2001). Nesse sentido, a atual geração Z (1995-2010) nascida após o advento da cibercultura, é naturalmente conectada e tem seu senso de pertencimento e identidade social amplamente mediado pela internet e comunidades virtuais.

No atual contexto, a disciplina de Computação Aplicada ao Design Gráfico oferece uma oportunidade de aprendizado coletivo e identificação social, compartilhada entre discentes, docentes e cidadãos ao longo do projeto. Dessa maneira, com base nas pesquisas bibliográficas iniciais e nos resultados obtidos no projeto realizado no semestre de 2023.2, os alunos participantes foram previamente divididos em grupos e orientados a investigar coletivamente possíveis locais para intervenção na cidade de João Pessoa entre os meses de fevereiro e março de 2024. Após a investigação, foi delimitado como local de intervenção delimitado foi a Praça Skate Plaza, localizada na cidade de João Pessoa (figura 15).



Figura 15: Local de Intervenção - Praça Skate Plaza.

Fonte: <https://360arquitetura.arq.br/projeto/skate-plaza-manaira/>

Em seguida, os alunos foram orientados a realizar visitas ao local para obtenção de dados qualitativos, por meio de observação direta e conversas informais. Os dados recolhidos foram apresentados e analisados coletivamente em sala de aula, resultando na identificação do expressivo número de adolescentes e jovens adultos no local, sendo este determinado como público-alvo do projeto.

A partir da delimitação do público-alvo, os grupos realizaram novas pesquisas documentais relacionando adolescentes e jovens com TDCIs, comunicação visual e design gráfico. Os resultados das pesquisas relevaram a preocupação eminente quanto ao uso de *smartphones* e redes sociais, sendo posteriormente confirmado durante nova ação de observação direta no local de intervenção. Nesse contexto, cada grupo buscou desenvolver projetos gráficos que informassem a população jovem sobre a situação problema. O primeiro grupo buscou trabalhar com os riscos de uma vida excessivamente conectada e suas implicações na saúde mental dos adolescentes. De maneira complementar, o segundo grupo percebeu a necessidade de evidenciar as possibilidades de conexão entre cultura local e global por meio da exploração da xilogravura.

2.2. Adolescência hiper conectada: Em que mundo você vive?

O amplo acesso à tecnologia viabilizado por smartphones e redes de internet sem fio facilitou a inserção das redes sociais no cotidiano de jovens e adolescentes na última década (NEVES et al, 2020). Segundo os autores, as plataformas digitais e a comunicação excessiva interferem diretamente na construção das relações sociais, no desenvolvimento dos comportamentos sociais e no humor do usuário, revelando

assim um uso problemático das TDCIs na atualidade. Através de uma revisão sistemática, os autores expõem as consequências do uso excessivo das TDCIs, com ênfase no público adolescente e nas chamadas redes sociais, isto porque “uso problemático de redes sociais e outros transtornos psiquiátricos se correlacionam, sobretudo, nos adolescentes” (NEVES et al, 2020, p.593). Desta maneira, os autores buscaram compreender como o fácil acesso, a alta disponibilidade e o poder comunicativo acelerado das redes sociais podem interferir na saúde mental de adolescentes.

Em um primeiro momento, os apontamentos de Neves et al (2020) revelam que a relação direta entre desenvolvimento de depressão e o uso de internet não podem ser afirmados. Entretanto, os autores apontam que a ligação entre a depressão já existente e o agravamento de sintomas, assim como a predisposição para o uso negativo para uso das redes sociais estão correlacionados. Neste contexto, o uso das redes sociais pode alternar entre meio para fuga social ou como espaço para validação de comportamentos nocivos à saúde física e mental destes indivíduos. Nesse sentido, os autores apresentam a percepção de Pantic (2014), que elucida a contradição entre as infinitas possibilidades de interação social viabilizadas pela internet e a superficialidade das relações mediadas pelo ciberespaço, fator que favorece sentimentos de solidão nos indivíduos conectados apenas virtualmente. A partir desse fato, o grupo discente teve como proposta a indagação **“Em que mundo você vive?”**.

O projeto gráfico teve por objetivo questionar o público-alvo acerca das interações sociais e suas vivências fora do mundo digital, alertando por meio da linguagem visual sobre o uso problemático do universo virtual e digital dos *smartphones*. Para o desenvolvimento do projeto, os alunos utilizaram como fontes de referências ilustrações autorais e o próprio repertório individual e coletivo, devido a aproximação social e etária com o público-alvo. A partir das referências visuais, os discentes decidiram enfatizar a seriedade do tema por meio do estilo visual *grunge* (figura 16), caracterizado pelo baixo contraste, presença de ruídos visuais e texturas que remetam à deterioração dos elementos visuais da composição.

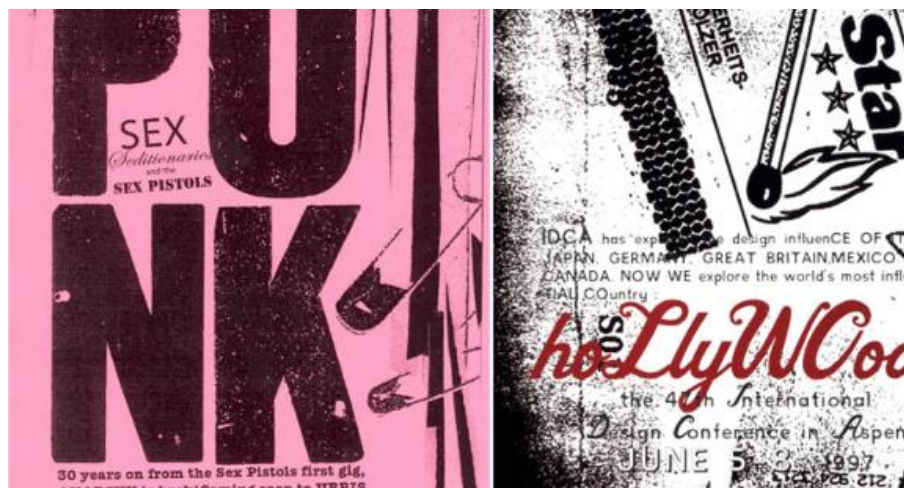


Figura 16: Estilo visual grunge. Fonte: <https://desinteracao.tumblr.com/post/42733771052/david-carson-e-o-design-desconstrucionista>

Para o desenvolvimento e estrutura visual, os discentes fizeram uso de cor como elemento primário, com objetivo de destacar o elemento no primeiro plano da composição, assim recorrendo a percepção subjetiva e emocional da cor (HELLER, 2013; FARINA, 2011) em contraste ao plano de fundo acromático (figura 17).



Figura 17: Alternativas visuais. Fonte: Os autores

Entretanto, apesar da estética densa e da aplicação cromática pontual, percebeu-se a necessidade de acrescentar novos elementos gráficos como textura, formas, nova tipografia e cores, com intuito de reforçar o conceito projetual de 'prisão virtual.' O projeto gráfico final e aplicação no local de intervenção podem ser

visualizados na figura 18

Figura 18: Projeto final e aplicação na Praça Skate Plaza. **Fonte:** Os autores

2.3. Viva o Nordeste: Abrace o futuro, mas não esqueça as tradições



O segundo projeto do semestre 2024.1 teve como temática central a valorização da cultura local e da arte nordestina apresentada nos folhetos e livretos de cordel. A literatura de cordel nordestina é reconhecida por suas características verbo-visuais, com a exploração da linguagem oralizada por meio da escrita e da representação visual por meio de símbolos e signos da cultura nordestina aplicados com a técnica de impressão de xilogravura (ROIPHE, 2011; CORREIA; ARAÚJO, 2024).

A linguagem visual encontrada nas capas de folhetos de cordel possui a função de reforçar a poesia encontrada em seu interior (ROIPHE, 2011). Para exemplificar a prática, Roiphe (2011) apresenta as características dos folhetos que mantiveram a narrativa dos desafios orais que deram origem a literatura de cordel. Segundo o autor, tais folhetos costumam explorar a dicotomia do desafio cantado por meio do desenho dos antagonistas, estes por sua vez munidos de seus 'instrumentos de batalha', ou seja, os cantadores e suas violas. Para o autor, além da característica verbo-visual, a leitura de um folheto de cordel não pode ocorrer de forma descontextualizada, isto é,

sem a consideração dos contextos históricos, sociais e culturais que cercam a criação, a produção e a circulação da literatura de cordel. Ainda segundo o autor, no processo de leitura do cordel, o que se pode observar é que

nas ações cotidianas dos personagens, evidenciam-se elementos que estão presentes também na vida de quem pode desfrutar da leitura dos próprios folhetos, observando-se sua linguagem verbal e sua linguagem visual, simultaneamente, e que, por isso, pode produzir múltiplos sentidos (...) (ROIPHE, 2011, p.38)

Foi sob essa perspectiva, que segundo grupo discente desenvolveu seu projeto gráfico, que teve por objetivo aproximar o público-alvo das artes tradicionais no Nordeste. De maneira semelhante ao grupo anterior, os discentes utilizaram ilustrações e os próprios repertórios visuais e sociais para a elaboração do projeto gráfico. Entretanto, o grupo discente percebeu a falta de profundidade teórica acerca da literatura de cordel, fazendo-se necessária uma busca visual e documental acerca do tema. Após a pesquisa, o grupo discente identificou na literatura de cordel uma possibilidade de valorização da cultura local, capaz de aproximar comunidade e universidade por meio de uma linguagem visual própria e das raízes culturais nordestinas. Para o desenvolvimento do projeto, o grupo discente iniciou o processo de ideação a partir da coleta de referências visuais para organização das informações, elementos visuais e tipografia, apresentados em um painel semântico visual (figura 19).



Figura 19: Painel Semântico e referências visuais.
Fonte: Os autores

A partir do painel semântico, o grupo percebeu a predominância de cores quentes, o alto contraste entre plano de fundo e elemento principal, a predominância de pigmento preto na impressão xilográfica e o uso de representações icônicas de animais e vegetações típicas do sertão nordestino. Dessa maneira, as primeiras alternativas desenvolvidas buscavam a exploração de tais elementos, com o uso de cores saturadas análogas como vermelho, laranja e amarelo para delimitação de espaços (figura 20).



Figura 20: Alternativas visuais. Fonte: Os autores

O uso de signos icônicos como o mandacaru e o sol buscavam resgatar o senso de pertencimento junto ao público-alvo. Entretanto, os simbolismos e significados resultantes de tais composições não representavam o conceito projetual de conexão entre passado e futuro, tradição e tecnologia, almejada pelo grupo. Portanto, foi necessária por uma segunda etapa de discussão e brainstorming, em busca de novas propostas visuais. A nova composição visual evidenciou o conceito dos elementos

textuais, icônicos e cromáticos. Já a informação escrita “abraçe o futuro mas não esqueça as tradições” aplicada com a tipografia Cordelarte³ em conjunto com os ícones de lua, estrelas e ondas no plano de fundo buscaram referenciar os cortes na madeira característico das xilogravuras do século XIX. Enquanto isso, o uso do smartphone juntamente com o *QRCode* e a *hashtag* #raízesvivas foram dispostos como elementos em primeiro plano da composição, possuindo como objetivo evidenciar a tecnologia presente do dia a dia dos adolescentes. Por fim, a aplicação cromática foi utilizada como elemento de ênfase para os elementos de primeiro plano (tela de smartphone, *QRCode* e mãos). O resultado e a aplicação do projeto gráfico no local de intervenção podem ser visualizados na figura 21.



Figura 21: Projeto gráfico e aplicação no local de intervenção. Fonte: Os autores

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As formas de linguagem gráfica e visual sempre desempenharam um papel essencial nas construções sociais humanas, servindo como meio de registrar,

³ Projeto Tipográfico desenvolvido pelo grupo discente em parceria com o Tipocom.

informar e comunicar. Desde as pinturas rupestres até as mídias digitais contemporâneas, a informação visual reflete o desenvolvimento histórico, social e cultural das sociedades. Como afirmam Cavalcante (2022) e Flusser (2007), a criação e manipulação de elementos visuais são expressões da vontade humana de se fazer entender e de moldar seu entorno, destacando o poder da comunicação visual como registro e interpretação da realidade.

No contexto do projeto de curricularização "**Computação Aplicada ao Design Gráfico**", tais dinâmicas se manifestaram no uso da linguagem visual como ferramenta de inclusão social e conscientização. A computação gráfica, aliada às Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDCIs), proporcionou uma plataforma para a criação de peças gráficas com impacto significativo tanto para os discentes quanto para a comunidade local. O desenvolvimento de competências visuais desde o início da formação dos alunos, como observado por Cavalcante (2022), promoveu uma base sólida para o desenvolvimento de pensamentos projetuais e tomada de decisão, permitindo que os alunos não apenas aprimorassem suas habilidades técnicas, mas também participassem ativamente em ações de ativismo social.

Além disso, o projeto destacou a importância do alfabetismo visual como uma forma ampliada de leitura e interpretação da realidade, conforme proposto por Dondis (2003). A leitura de imagens, cores e formas foi fundamental para a concepção e comunicação das mensagens visuais, evidenciando que a percepção visual vai além da simples visão, exigindo uma compreensão profunda dos códigos visuais que nos cercam. Os resultados obtidos ao longo do projeto mostraram que o design gráfico, quando aplicado em ações de impacto social, pode ser uma ferramenta transformadora. A integração entre tecnologia e cultura local, como demonstrado nas intervenções gráficas relacionadas à valorização da arte nordestina, reforçou o vínculo entre a universidade e a comunidade, promovendo um diálogo entre tradição e modernidade. A troca de conhecimentos e experiências entre discentes, docentes e a população beneficiada evidenciou o potencial do design gráfico não apenas como um campo criativo, mas também como uma prática social capaz de gerar impacto positivo no desenvolvimento regional e na preservação cultural.

REFERÊNCIAS

BONSIEPE, Gui. Design, Cultura e Sociedade. São Paulo: Editora Blucher, 2011.

CAVALCANTE, Ana Luisa Boavista Lustosa. Alfabetismo visual no ensino de design gráfico. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, [S.L.], v. 6, n. 2, p. 1-17, 1 jun. 2022. Universidade do Estado de Santa Catarina.

CORREIA, Claudio; ARAÚJO, Débora Simões Araújo; Débora Simões. Signos da regionalidade: significações e representações nas capas da literatura de cordel. In: GOMES, Nataniel; CORREIA, Claudio (org.). **Multimodalidades: práticas didáticas**. Rio de Janeiro: Dialogarts, 2024. p. 120-157.

DANTAS, Betania. **Humor gráfico na alfabetização visual**. São Paulo: Editora Contexto, 2024. E-book. p.43. ISBN 9786555415391. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555415391/>.

DONDIS, Dondis A.. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. 235 p.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 6th ed. São Paulo: Editora Blucher, 2011. E-book. p.47. ISBN 9788521216933. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521216933/>.

FLUSSER, Vilém. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Ubu Editora, 2017. 224 p.

FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo: design e sociedade desde 1750**. Brasil: Cosac Naify, 2007.

HELLER, Eva. A psicologia das cores : como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

MEGGS, Phillip B; PURVIS, Alston W.. **História do Design Gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MORAES, Dijon de. **Análise do Design Brasileiro: entre mimese e mestiçagem**. São Paulo: Edgard Blucher, 2006

NEVES, Ana Beatriz Callou Sampaio; ROCHA, Andrezza Gomes da; NEVES, Isabela Callou Sampaio; MELO, Antonio Marlos Duarte de. Associação entre uso Nocivo das Redes Sociais e a Depressão em Adolescentes: uma revisão sistemática Id On Line **Revista de Psicologia**, [S.L.], v. 14, n. 51, p. 586-604, 30 jul. 2020.

PICHETTI, Roni, F. et al. **Computação gráfica e processamento de imagens**. Disponível em: Minha Biblioteca, Grupo A, 2022.

PRENSKY, M.: Digital Natives Digital Immigrants. In: PRENSKY, Marc. On the

Horizon. NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October (2001a).
RABELLO, Cíntia Regina Lacerda; TAVARES, Kátia Cristina do Amaral;
"Tecnologias Digitais no Ensino Superior: das possibilidades e tendências à
superação de barreiras e desafios", p. 25 -36. In: **Design para uma educação
inclusiva**. São Paulo: Blucher, 2016.

ROIPHE, Alberto. Leitura Verbo-Visual De Folhetos De Cordel. In: CONGRESSO
INTERNACIONAL DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS E LITERÁRIOS NA AMAZÔNIA,
3., 2011, Belém. **Anais [...]** . Belém: Editora Crv, 2011. p. 35-4

IDENTIDADE VISUAL E DESENVOLVIMENTO DE MARCAS: DESIGN E COMUNICAÇÃO VISUAL PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL E INCLUSÃO SOCIAL.

Raissa Albuquerque dos Anjos
Maiara Ateciene dos Santos Belo
Daniel Costa

1 APRESENTAÇÃO

O desenvolvimento da identidade visual de uma marca está intimamente ligado à evolução histórica e social da comunicação e do design gráfico. Ao longo dos séculos, as marcas passaram a ocupar um espaço central na sociedade, atuando como símbolos de distinção e conexão entre produtos e consumidores. Além de comunicar a qualidade e funcionalidade de um produto, as marcas refletem valores culturais, sociais e emocionais. Segundo Perez (2016), "o mundo das marcas não apenas se expandiu para dominar praticamente tudo o que pode ser feito, fornecido ou esperado, mas também reinventou relações até então tradicionais". Esse fenômeno revela a capacidade das marcas de moldar a identidade contemporânea por meio de elementos visuais que compõem a comunicação de cada empresa.

O projeto de curricularização intitulado "**Identidade Visual e Desenvolvimento de Marca**", vinculado ao curso de Tecnologia em Design Gráfico do UNIESP, foi concebido com o objetivo de conectar o aprendizado teórico com as demandas reais de microempreendedores locais da cidade de João Pessoa. A proposta é capacitar os alunos para desenvolver soluções visuais que estejam em harmonia com as estratégias de *branding* dessas empresas, aplicando metodologias de Design Centrado no Usuário (DCU) em conjunto com métodos projetuais inerentes ao desenvolvimento de marcas. Essa abordagem prática permitiu que os discentes, sob orientação docente, realizassem pesquisas de campo para compreender as necessidades de comunicação de cada negócio, utilizando ferramentas como observação direta, análise de concorrentes e criação de personas. A partir dos dados coletados, foram elaboradas propostas visuais que expressam os valores e objetivos de cada marca, fortalecendo o vínculo entre a universidade e a comunidade.

Historicamente, o surgimento das marcas como as conhecemos hoje remonta à 1ª Revolução Industrial, quando a necessidade de diferenciar produtos em um mercado competitivo impulsionou o desenvolvimento de estratégias de comunicação e produção gráfica visual (CONSOLO, 2015; PEREZ, 2016). Com a industrialização, as marcas evoluíram para sistemas visuais mais complexos, e a gestão de marcas ou *branding*, tornou-se uma prática essencial para orientar os consumidores na escolha de produtos (PEREZ, 2016). Nesse contexto, o design gráfico emergiu como uma ferramenta central para organizar as informações e a linguagem visual utilizada na identidade das marcas, integrando elementos como tipografia, logotipos, cores e formas.

O projeto também explorou a comunicação visual no cenário digital contemporâneo, onde a interação com as marcas ocorre predominantemente através de interfaces gráficas em dispositivos tecnológicos. Farina (2011) destaca que em meio a profusão visual das sociedades contemporâneas, a percepção visual já não pode ser definida como uma simples reação a estímulos visuais; ela se tornou mais complexa, exigindo que os designers criem soluções visuais que sejam claras e impactantes, mas também eficazes. Portanto, para estruturar o processo de design ao longo do projeto, adotamos o método de Péon (2009), que divide o desenvolvimento de sistemas de identidade visual em três fases: problematização, concepção e especificação. A fase de problematização envolveu a coleta de dados sobre as necessidades dos microempreendedores, seguida pela fase de concepção, em que os alunos utilizaram técnicas de ideação e geração de alternativas visuais. A última fase, de especificação, incluiu o refinamento dos conceitos e a elaboração de manuais de marca, que documentam as diretrizes de uso e aplicabilidade dos sistemas de identidade visual.

Ao longo do projeto, os estudantes foram desafiados a integrar teoria e prática, aplicando os conhecimentos adquiridos para criar identidades visuais que fossem ao mesmo tempo esteticamente coerentes e funcionais, alinhadas às demandas do mercado local. Dessa forma, o projeto demonstrou

2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

As primeiras marcas surgiram como um meio de identificar o produtor, frequentemente utilizando o nome da família ou as iniciais do fabricante como elementos de diferenciação no mercado (Consolo, 2015; Perez, 2016). Com o tempo, essa prática evoluiu para a necessidade de gestão de marca, ou *branding*, em resposta à crescente demanda de orientação dos consumidores na escolha de produtos em um ambiente industrial em expansão. Nesse contexto, publicidade e comunicação visual tornaram-se ferramentas essenciais, integrando sistemas de identidade visual que, desde então, acompanham o desenvolvimento das marcas e se mostram indispensáveis até os dias atuais.

Com a era digital, esse cenário se transformou profundamente. As marcas, que antes dependiam de formas físicas de identificação, agora convivem em um ambiente predominantemente visual e digital. Vivemos conectados a diversas telas, e a comunicação visual passou a ser ainda mais acessível e instantânea. A interface gráfica, presente em dispositivos conectados à internet, tornou-se o principal meio de interação entre marcas e consumidores, destacando a importância de sistemas de identidade visual bem definidos para garantir uma comunicação clara e eficaz. Diante dessa realidade, o desenvolvimento de identidades visuais modernas requer metodologias que sejam capazes de lidar com a complexidade desse novo cenário. Nesse contexto, o método apresentado por Peón (2009) se mostrou eficiente para essa tarefa, oferecendo uma abordagem clara e estruturada para a criação de marcas e sistemas de identidade visual.

A autora divide o processo de design em três fases definidas como: **problematização, concepção e especificação**. A fase de problematização envolve toda a parte de levantamento de dados necessários para o desenvolvimento do projeto, como reconhecimento do cliente e suas necessidades, investigação do setor/mercado e pesquisas, bibliográficas e visuais, acerca do problema ou conceito projetual. Todos os dados referentes a fase de problematização foram obtidos na primeira etapa do projeto, realizada junto aos microempreendedores..

O *briefing* é o primeiro documento de registro das etapas do processo de design (PÉON, 2009; STRUNCK, 2009; CONSOLO, 2015). Devido a sua natureza

documental, o briefing pode ser elaborado em parceria com o cliente, entre a equipe criativa do projeto ou pelo próprio designer gráfico. As informações utilizadas no briefing são retomadas de maneira iterativa e regular ao longo do processo de design de marcas e identidades visuais, possibilitando o acompanhamento do projeto por todas as partes envolvidas.

Após a organização dos *briefings*, os estudantes foram instruídos a expressar seu entendimento do cliente, de suas necessidades e aspirações de maneira visual, por meio de painéis semânticos e mapas mentais, recolhendo feedbacks e sugestões necessárias para a fase de concepção do projeto. Para a visualização e entendimento das fases projetuais, apresentaremos no presente relatório três dos nove projetos desenvolvidos ao longo do semestre figuras 22, 23 e 24.

Público Alvo

O público alvo para o produto apresentado se concentra em adultos entre 30 a 50 anos de idade. Embora os doces sejam produtos que agradam o paladar de qualquer idade, o nosso produto carrega um valor cultural e histórico muito forte e requer um reconhecimento e valorização no que a o produto representa e agrega na culinária brasileira.

Por isso o foco está em pessoas com origens africanas, seja por meio da ascendência familiar ou pela identificação cultural, bem como indivíduos interessados em explorar e aprender mais sobre a cultura africana.

Moodboard

Sabor d'Africa, MAMAFRICA, AFRICAN, Mamakota, Qumbe

Briefing

Informações Gerais

Nome da marca: sem definição
Setor: gastronomia
Público alvo: pessoas ente 30 a 50 anos de idade
Objetivo: Apresentar doces ancestrais da culinária africana que conquistem o paladar de seus consumidores, além de apresentar um produto que realce a importância da influência e da riqueza da culinária africana na culinária brasileira. Mostrar a força da riqueza da gastronomia africana e o senso de pertencimento cultural nas pessoas com origens africanas, seja por meio da ascendência familiar ou pela identificação cultural, bem como indivíduos interessados em explorar e aprender mais sobre a cultura africana.
Principais concorrentes: As docerias locais, contudo não raras as exceções as docerias focadas em produtos de origem africana

Mapa Mental

produtos acessíveis, paladar afetivo, valorização e reconhecimento, resgate cultural, Pertencimento, influência da culinária africana

Doces Africanos

Figura 22: Síntese visual – Fase exploratória. Desenvolvimento de marca Tamu. **Fonte:** Os Autores



Figura 23: Síntese Visual – Fase Exploratória. Desenvolvimento de marca Mobilia. Fonte: Os autores



Figura 24: Síntese visual. Fase Exploratória. Desenvolvimento de marca Rosa Branca. Fonte: Os autores

A segunda fase do projeto refere-se ao delineamento projetual, que segundo Péon (2009) abrange as etapas de criação e tomada de decisões. A etapa de criação ou ideação refere-se ao momento de experimentação e exploração visual, é neste momento que os discentes utilizam conhecimentos previamente adquiridos no curso e suas habilidades criativas com o objetivo de gerar soluções eficazes e eficientes para o cliente. Apesar da exploração acentuada do pensamento criativo ocorrer durante a etapa de ideação, destacamos que ao longo de todo o semestre ocorreram *workshops* de criatividade e expressão visual, nos quais os discentes foram incentivados a expandir e experimentar suas capacidades criativas e inovadoras de maneira coletiva e individual. Isso se justifica ao reconhecermos a criatividade como a capacidade de gerar novas conexões, soluções e ideias capazes de proporcionar ao indivíduo novos modos de comportamento, em ambientes conhecidos ou não, e em novos contextos (KING & SCHLICKSUPP, 1998) Portanto, a natureza iterativa do

processo de design favorece o estímulo criativo de cada discente ao longo de todo o projeto.

O objetivo da geração de alternativas visuais é consolidar aspectos semânticos e semióticos que devem ser transmitidos pela marca (PÉON, 2009). A autora informa que é comum que a partir de um determinado momento do processo de ideação as alternativas visuais passem a expressar formas semelhantes entre si, assim tornando-se conceitos. Segundo Noble e Bestley (2013, p.26) o conceito na pesquisa visual refere-se “uma hipótese, teoria ou ideia. Os aspectos fundamentais do briefing e a intenção do designer. Em termos formais, um conceito sugere também uma metodologia ou plano de ação pelo qual a ideia pode ser testada ou executada.”

Desta maneira, a etapa de tomada de decisões teve início com a seleção do conceito, que teve por objetivo identificar e classificar as alternativas geradas previamente, gerenciando similaridades e diferenças, sejam estas visuais e/ou semânticas. A partir da classificação, os discentes foram capazes de analisar e avaliar os conceitos desenvolvidos de acordo com dados recolhidos na etapa de problematização. Os parâmetros utilizados na análise incluem adequação aos requisitos e restrições, percepção quanto a transmissão de conceitos, originalidade, legibilidade, viabilidade econômica e técnica, entre outros. Como resultado, cada discente apresentou três propostas conceituais, necessárias para a etapa de desenvolvimento de propostas e estratégias de design (figuras 25, 26 e 27).



Figura 25: Geração de conceitos. Desenvolvimento de marca Tamu. Fonte: Os autores



Figura 26: Geração de conceitos. Desenvolvimento de marca Mobília. **Fonte:** Os autores



Figura 27: Geração de conceitos. Desenvolvimento de marca Rosa Branca. **Fonte:** Os autores

O desenvolvimento das propostas de conceituais envolve a geração de novas alternativas visuais e o teste de redução. As atividades nessa etapa objetivam prever o potencial de escalonamento de um conceito durante a sua implantação, mantendo legibilidade, identificação e expressão simbólica (PÉON, 2009), e tem como resultado a delimitação do conceito do projeto. Essa delimitação foi realizada a partir da matriz de avaliação proposta por STRUNCK (2009), onde cada uma das três propostas conceituais foi analisada de acordo com os critérios simbólicos (subjetivos) e técnicos (recursos, vitalidade, legibilidade, produção e implantação) estabelecidos no *briefing* (figura 28)

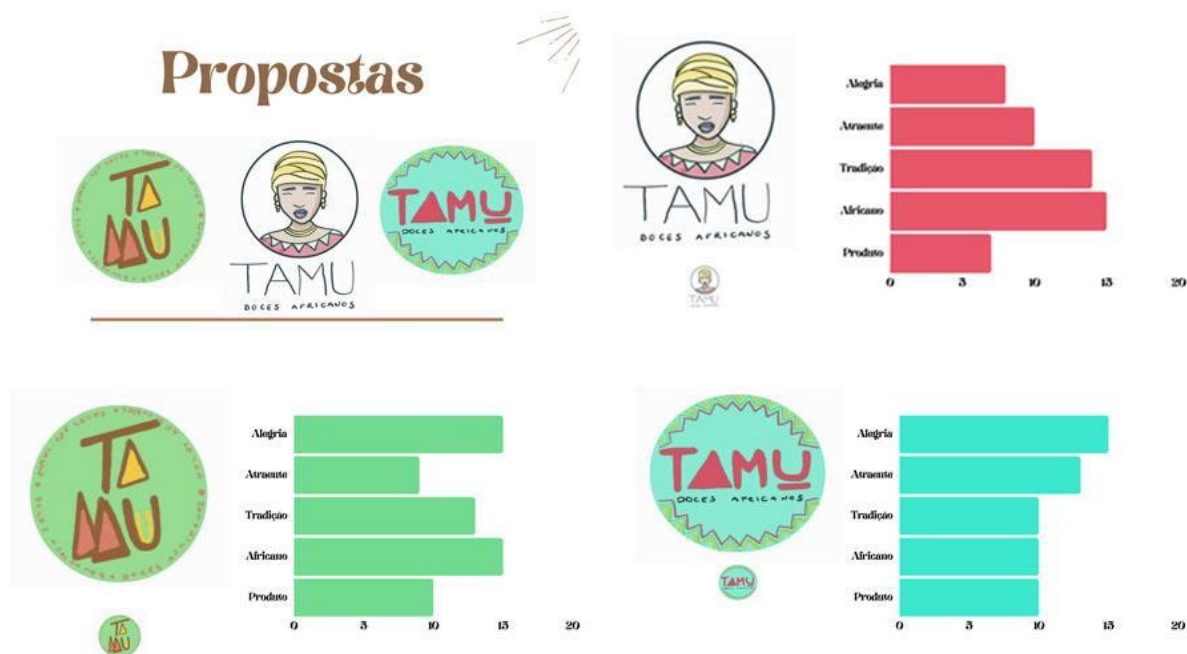


Figura 28: Aplicação de Matriz de Avaliação para definição de conceito. Desenvolvimento de marca Tamu. **Fonte:** Os Autores

A terceira e última etapa da fase de concepção refere-se a validação do conceito final junto ao cliente, que buscou o aperfeiçoamento das variações visuais. Todo projeto de Identidade Visual deve passar por etapas de validação de conceito antes da construção do manual de marca (PÉON, 2009; STRUNCK, 2009; CONSOLO, 2015; WHEELER, 2013), desta maneira a etapa de especificações técnicas fornece ao designer controle sobre o produto final e suas aplicações. Para Péon (2009) a fase de especificação divide-se entre detalhamento técnico e entrega e implantação. A etapa de detalhamento técnico tem como objetivo realizar o levantamento final e sistematização dos elementos gráficos, delimitação de materiais, fornecedores e técnicas para implementação e aplicações. Por meio da elaboração do manual de uso ou manual de marca, o designer guia o cliente quanto aos processos de criação, desenvolvimento e viabilização da Identidade Visual. O manual de marca contém informações essenciais para uso da marca como, padrão cromático, padrão tipográfico, campo de proteção, reduções máximas, malhas de construção e elementos acessórios. O documento também é responsável pela visualização da marca de maneira próxima a realidade, com a utilização de *mockups* digitais (figuras 29, 30 e 31)

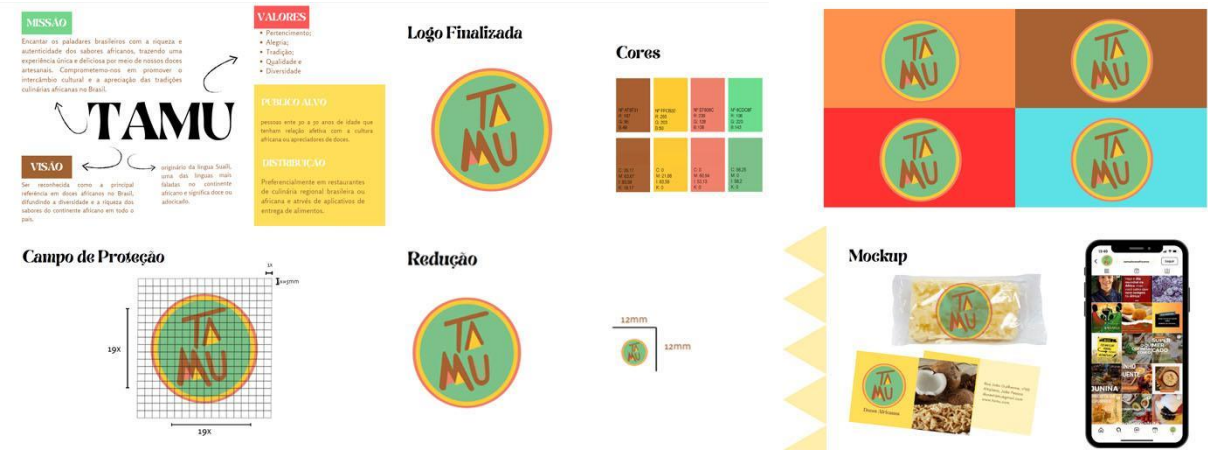


Figura 29: Síntese visual - Manual de marca Tamu.

Fonte: Os autores



Figura 30: Síntese Visual – Manual de marca Mobília.

Fonte: Os autores



Figura 31: Síntese visual – Manual de Marca Rosa Branca. **Fonte:** Os autores

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto de extensão "Identidade Visual e Desenvolvimento de Marca" demonstrou, ao longo de suas etapas, a importância da integração entre teoria e prática no desenvolvimento de sistemas de identidade visual. A partir de uma abordagem baseada em metodologias rigorosas e centradas no usuário, o projeto conseguiu conectar as necessidades reais dos microempreendedores locais às soluções visuais criadas pelos discentes, promovendo o desenvolvimento de estratégias de branding que contribuiriam para o fortalecimento das marcas envolvidas. Ao unir o conhecimento teórico sobre design gráfico e comunicação visual com a aplicação prática no contexto de negócios locais, o projeto evidenciou o impacto positivo do design na inclusão social e no desenvolvimento regional. Nesse contexto, o projeto explorou as possibilidades do design gráfico, tanto no ambiente físico quanto no digital, destacando-se pela capacidade de criar identidades visuais que alinham funcionalidade, estética e valores simbólicos.

A aplicação do método de Péon (2009), com suas três fases de problematização, concepção e especificação, proporcionou aos alunos uma compreensão aprofundada dos processos de design, ao mesmo tempo em que garantiu que as soluções visuais fossem coesas, eficientes e adaptadas às demandas dos clientes. No decorrer do projeto percebemos que a prática de curricularização de disciplinas não apenas

capacitou os alunos na prática profissional, mas também gerou impacto positivo na comunidade, promovendo o fortalecimento de marcas locais e fomentando a conscientização sobre a importância de uma comunicação visual eficaz. O projeto reafirmou o papel do design como agente de transformação social e econômica, contribuindo para a construção de um ambiente de cooperação entre a academia e o mercado.

REFERÊNCIAS

CONSOLO, Cecilia. **MARCAS: design estratégico. Do símbolo à gestão da identidade corporativa.** São Paulo: Editora Blucher, 2015. E-book. p.23. ISBN 9788521209423. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521209423/>.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação.** 6th ed. São Paulo: Editora Blucher, 2011. E-book. p.47. ISBN 9788521216933. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521216933/>.

KING, Bob; SCHLICKSUPP, Hemult. **Criatividade: Uma vantagem competitiva.** Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, 1998

NOBLE, Ian; BESTLEY, Russell. **Pesquisa visual.** 2nd ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. E-book. p.97. ISBN 9788565837897. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788565837897/>

PEREZ, Clotilde. **Signos da marca: expressividade e sensorialidade.** 2nd ed. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016. E-book. p.66. ISBN 9788522125456. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522125456/>.

STRUNCK, G. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores.** Rio de Janeiro: Rio Books, 2001

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas.** 5th ed. Porto Alegre: Bookman, 2019. E-book. p.34. ISBN 9788582605141. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582605141/>.

Tipos da Paraíba

Raquel De Menezes Simões
Natália Régis Melo
Keylianne Vamilly Albuquerque De Lima
Raissa Albuquerque dos Anjos
Maiara Ateciene dos Santos Belo
Daniel Costa

1 APRESENTAÇÃO

O presente relato de experiência tem por objetivo apresentar os resultados parciais desenvolvidos pelo grupo de pesquisa **Tipocom: Laboratório de Pesquisa em Tipografia, Design e Comunicação Visual**, vinculado ao curso de Tecnologia em Design Gráfico do Centro Universitário Uniesp. O atual projeto de pesquisa em andamento intitulado “**Tipos da Paraíba**” tem como objetivo compreender como a tipografia, impulsionada pelos processos de digitalização e virtualização da cultura contemporânea, influencia o desenvolvimento do letramento e alfabetismo visual de discentes dos cursos de Design na Paraíba, com foco na evolução histórica e nas aplicações contemporâneas das técnicas tipográficas.

Neste sentido, a abordagem de pesquisa qualitativa torna-se essencial para o desenvolvimento do projeto, pois ao buscarmos analisar “o mundo ‘lá fora’, e entender, descrever e, às vezes, explicar os fenômenos sociais ‘de dentro’ de diversas maneiras” (BANKS, 2009, p.8), nos debruçamos sobre o contexto da comunicação visual e tipográfica desenvolvida por meio do design na Paraíba, reconhecendo suas subjetividades culturais e sociais ao longo do tempo. Assim, em consonância com o método qualitativo do Design Science Research (DSR), o projeto busca integrar teoria e prática, examinando como a tipografia, desde suas origens até seu uso digital atual, impacta a construção da comunicação visual no estado. O primeiro e o segundo semestre do projeto foram dedicados ao reconhecimento e aprofundamento teórico da tipografia, abrangendo sua evolução histórica, mudanças tecnológicas e o impacto cultural e social dessas transformações. Dentre os resultados principais destacam-se as sínteses visuais e mapas mentais apresentados pelo grupo discente ao longo da pesquisa.

2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

A pesquisa foi estruturada para promover uma compreensão aprofundada da evolução da tipografia e sua aplicação como ferramenta de comunicação visual. O primeiro passo envolveu a apresentação do projeto “Tipos da Paraíba” e dos objetivos da pesquisa aos discentes, contextualizando a importância da tipografia no desenvolvimento do letramento visual e das competências projetuais em design gráfico. Em seguida, foi introduzida a metodologia de **Design Science Research (DSR)**, escolhida pela sua capacidade de integrar teoria e prática, favorecendo a investigação e a construção de artefatos comunicacionais eficazes.

A pesquisa teve início com um levantamento bibliográfico detalhado e a análise de estudos teóricos relevantes sobre tipografia e linguagem visual. Esse levantamento incluiu a investigação de fontes históricas que exploram a evolução das técnicas tipográficas, desde os tipos móveis de Gutenberg até o uso de tipografia digital no contexto contemporâneo, incluindo autores como Ellen Lupton, Timothy Samara, Robert Bringhurst, Jan Tschichol, Gavin Ambrose e Paul Harris, Joaquim Fonseca, entre outros. A partir desse embasamento teórico, foram formados grupos de estudo compostos por discentes, que ficaram responsáveis por discutir e analisar os textos em profundidade.

Os primeiros textos analisados abrangeram as origens da comunicação escrita até o século XV. Tais leituras tornaram-se necessárias devido as particularidades do grupo de estudantes, em sua maioria ingressantes no curso de Tecnologia em Design Gráfico. Dentre os temas abordados destacamos a presença das manualidades para o reconhecimento dos primeiros sistemas de escrita, como a escrita cuneiforme, a diferenciação entre iconografia e pictografia, o desenvolvimento do alfabeto romano e a escrita gótica (figuras 32 e 33).

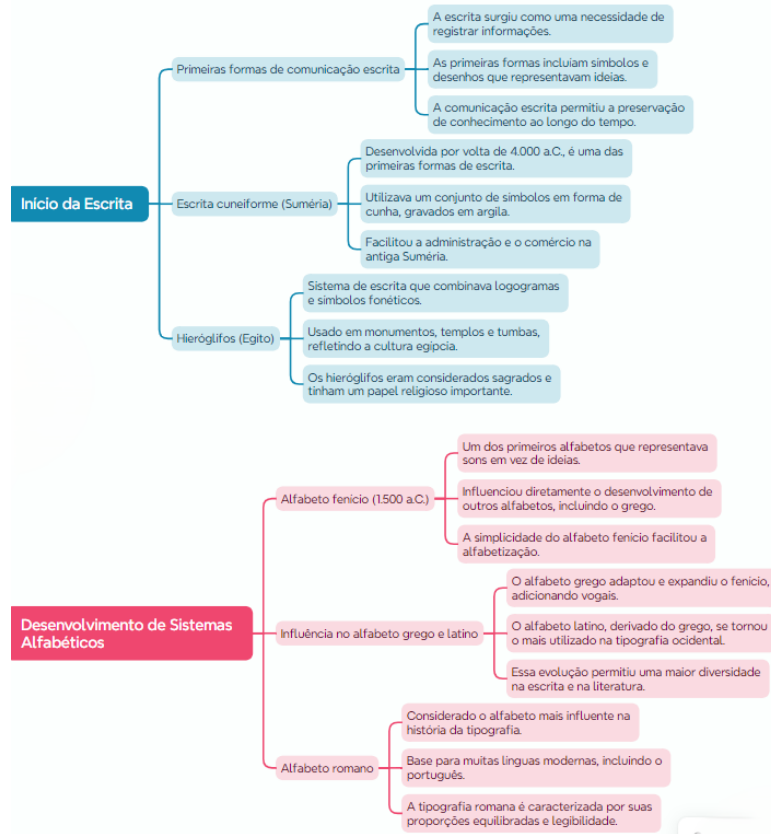


Figura 32: Sítese visual – Mapa Mental Início da linguagem escrita. **Fonte:** os autores

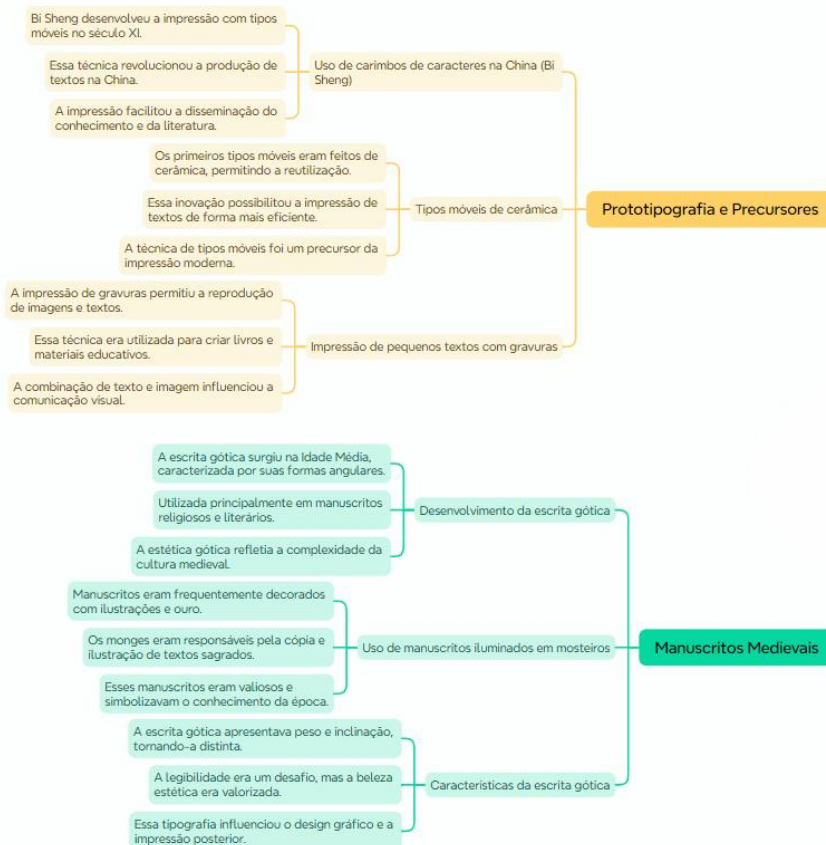


Figura 33: Figura 32: Sítese visual – Mapa Mental Protipografia e Idade Média
Fonte: os autores

2.1. Tipografia moderna

A evolução tipográfica, conforme destacado por Ambrose e Harris (2011), Meggs e Purvis (2009), Lupton (2013) e Fonseca (2011), reflete o avanço tecnológico e as transformações sociais. No século XIX, percebe-se a influencia direta do romantismo e da Revolução Industrial no desenvolvimento do design tipográfico, gerando fontes tipográficas seminais como as egípcias e as bastão. Já no século XX, a Escola de Design Bauhaus consolidou o conceito de "forma segue a função", que impactou significativamente a tipografia moderna, promovendo uma estética minimalista e funcional. A análise formal dos tipos, desenvolvida por estudiosos como Francis Thibedeau, que classificou as famílias tipográficas, é fundamental para o design gráfico contemporâneo, garantindo que a escolha tipográfica atenda tanto à expressividade quanto à funcionalidade, possibilitando uma comunicação eficaz e coerente. Portanto, com o advento das mídias digitais no final do século XX e início do XXI, a tipografia assumiu um papel ainda mais central no design, adaptando-se às demandas de clareza e legibilidade em plataformas digitais.

No segundo momento, os grupos de estudo iniciaram o processo de leitura de textos referentes ao período de mecanização da escrita, que se inicia com a invenção da Prensa Móvel apresentada por Johannes Gutenberg no século XV, avançando até o início da digitalização da tipografia, no século XXI. Nesta etapa, os discentes foram orientados a realizar novas discussões teóricas sobre a aplicação da tipografia como ferramenta de comunicação nas sociedades modernas, com foco na clareza, legibilidade e na construção de projetos gráficos. O processo de debate ocorreu no período entre os meses de outubro e dezembro de 2023, permitindo que os discentes desenvolvessem uma visão crítica sobre como as escolhas tipográficas afetam a comunicação gráfica, especialmente em ambientes acadêmicos e institucionais. De maneira semelhante ao primeiro momento de leitura e análise, foram realizados seminários internos no mês de dezembro do mesmo ano, de acordo com temática relacionada a evolução tecnológica da tipografia a partir do século XV até o período da tipografia moderna.

Para a segunda etapa de seminários, os estudantes apresentaram suas análises

e sínteses visuais individuais acerca dos temas estudados, gerando como resultado visual os mapas mentais apresentados nas figuras 32 e 33. As apresentações serviram para reforçar o entendimento teórico e preparar o grupo para as etapas práticas subsequentes do projeto. Desta maneira, a abordagem metodológica utilizada teve foco na integração entre o estudo teórico e a prática colaborativa, permitindo que os discentes se apropriassem dos conceitos fundamentais da tipografia, ao mesmo tempo em que exploravam sua aplicação em contextos de comunicação visual contemporânea.

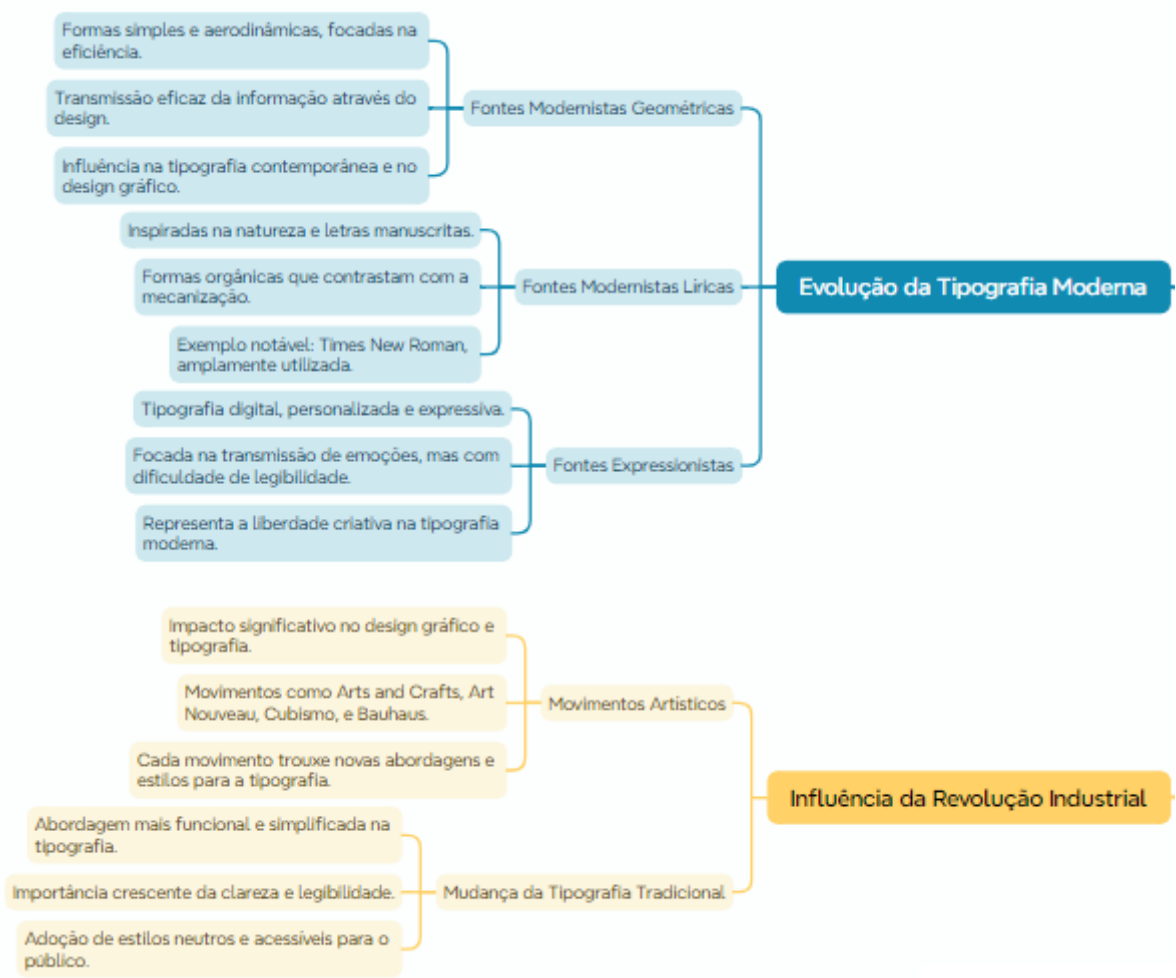


Figura 34: Síntese Visual – Mapa Mental Influência da Revolução Industrial na tipografia moderna. **Fonte:** Os autores

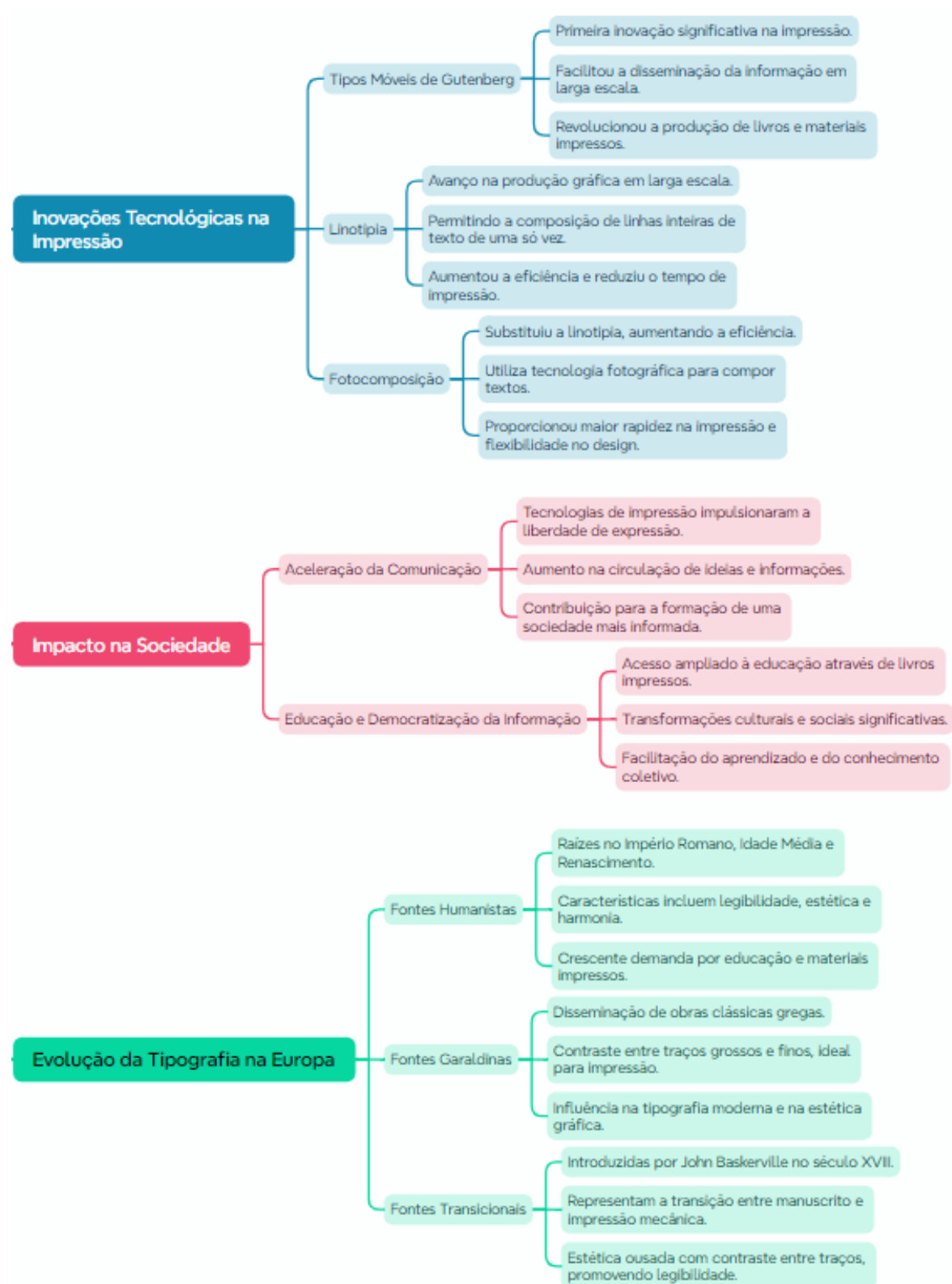


Figura 35: Síntese Visual – Mapa Mental Inovações Tecnológicas e impactos sociais da Tipografia Moderna. **Fonte:** Os autores

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto de pesquisa "Tipos da Paraíba", desenvolvido pelo grupo de pesquisa **Tipocom: Laboratório de Pesquisa em Tipografia, Design e Comunicação Visual**, apresenta resultados promissores na compreensão do impacto da tipografia sobre o letramento e o alfabetismo visual dos discentes de design gráfico. Através de uma abordagem qualitativa, integrando teoria e prática com o método de Design Science Research (DSR), foi possível explorar a evolução histórica da tipografia, desde os primeiros sistemas de escrita até o uso digital contemporâneo.

O aprofundamento teórico realizado nos dois primeiros semestres do ano de 2023 permitiu aos estudantes um maior domínio sobre os fundamentos tipográficos e sua aplicação em projetos visuais. Já os seminários internos e as sínteses visuais, desenvolvidas pelos grupos de estudo, demonstraram a capacidade dos discentes de articular o conhecimento histórico com os desafios modernos do design gráfico. A estrutura colaborativa da pesquisa possibilitou o engajamento crítico dos participantes e reforçou a importância da clareza e legibilidade na comunicação gráfica. Assim, os resultados parciais apontam para a consolidação de uma base sólida para as próximas etapas do projeto, com foco na aplicação prática das técnicas tipográficas em contextos contemporâneos, o que enriquecerá o campo da comunicação visual na Paraíba.

REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Tipografia. (Design básico)**. Porto Alegre: Bookman, 2011. E-book. p.Capa. ISBN 9788577808755. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577808755/>.

BANKS, Marcus; FLICK, Uwe. **Dados visuais para pesquisa qualitativa. (Métodos de pesquisa)**. Porto Alegre: Bookman, 2009. E-book. p.1. ISBN 9788536321349.

FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & design gráfico**. Porto Alegre: Bookman, 2011. E-book. p.1. ISBN 9788577804177.

MEGGS, Phillip B; PURVIS, Alston W.. **História do Design Gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**. Cosac & Naify, 2013.

ENTRE A MÁQUINA E O COMPUTADOR: UMA NARRATIVA SOBRE A EVOLUÇÃO DA TIPOGRAFIA ENTRE OS SÉCULOS XV E XX

Raquel De Menezes Simões
Natália Régis Melo
Keylianne Vamilly Albuquerque De Lima
Raissa Albuquerque dos Anjos
Maiara Ateciene dos Santos Belo

1 APRESENTAÇÃO

A evolução das tecnologias de impressão e da tipografia ao longo dos séculos, do manual ao digital, reflete transformações profundas nas formas de comunicação e produção gráfica. Desde a invenção dos tipos móveis por Johannes Gutenberg, a tipografia desempenhou um papel central na democratização da informação e no desenvolvimento de novas linguagens visuais. As inovações tipográficas, como a criação da prensa de tipos móveis, a máquina linotipo e, posteriormente, a fotocomposição, marcaram diferentes fases da mecanização da impressão, impactando a produção em massa de textos e ampliando o acesso ao conhecimento (BUÔGO, 2022; AMBROSE; HARRIS, 2011; FONSECA, 2011). Entre o final do século XIX e início do século XX a evolução da tipografia é influenciada por movimentos artísticos como o Arts and Crafts, o Cubismo e o Futurismo, refletindo não apenas mudanças tecnológicas, mas também respostas às necessidades comunicacionais e estéticas da época (SILVA, 2020; FORTY, 2013).

O impacto da Revolução Industrial e das guerras mundiais transformou a tipografia de uma prática artesanal em uma atividade coletiva nas indústrias gráficas. Durante esse período, a tipografia modernista buscou novas formas de expressão, distanciando-se de estilos anteriores. De maneira semelhante, o computador e o início da era digital a partir dos anos 1980, trouxeram uma nova fase para a tipografia, com o desenvolvimento de fontes inteiramente digitais, abrindo novas possibilidades de design e comunicação, ao passo que a internet e as mídias digitais exigiram fontes responsivas e adaptáveis a diferentes dispositivos. Sob essa perspectiva, o presente ensaio teve objetivo investigar como o avanço tecnológico influenciou o desenvolvimento do campo da tipografia a partir da prensa móvel até o

desenvolvimento das primeiras fontes tipográficas digitais. Para isso, fez-se uso de pesquisa documental e bibliográfica em livros e artigos seminais de design gráfico e tipografia.

1 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

2.1. Tecnologias de impressão: Entre o manual e o mecânico

A globalização propiciou um acesso mais rápido e amplo à informação, entretanto por diversas vezes as inovações mais recentes nas formas de comunicação e impressão passam despercebidas. Dentre as primeiras inovações significativas, destaca-se a criação dos tipos móveis, que consistem em letras individuais reutilizáveis, originalmente fundidas em metal ou gravadas em madeira, e posteriormente em cobre e bronze (AMBROSE; HARRIS, 2011; BUÔGO, 2022). Segundo Buôgo (2022) a inspiração para essa inovação pode ter surgido da utilização de carimbos, conhecidos como *chops*, que apresentavam caracteres entalhados em negativo e eram entintados ao redor. Nesse contexto, o alquimista Bi Sheng (1023–1063) desenvolveu o conceito de **tipos móveis de cerâmica**, além de criar a caixa de tipos rotativa e a impressão em cores.

Embora a origem dos tipos móveis não seja atribuída a um único inventor, Johannes Gutenberg é amplamente reconhecido por ter desenvolvido a técnica (FONSECA, 2011; BUÔGO, 2022; AMBROSE; HARRIS, 2011). Ele introduziu uma prensa que utilizava moldes em forma de "L", produzindo letras a partir de uma matriz de bronze. Cada letra passava por um processo de resfriamento, limagem e ajuste. Gutenberg trabalhou com aproximadamente 270 matrizes, algumas contendo variantes de letras individuais e diferentes tipos de ligaduras, além de ajustes no espaçamento.

A invenção da máquina de imprensa possibilitou a formação das comunidades de leitores, a propaganda de livros passou a ficar mais intensa, como o caso da Bíblia, sendo o primeiro dos livros inteiros publicados pela técnica da impressa. A característica da leitura individualizada abriu caminho para a liberdade de expressão e os direitos individuais. Porém a prensa móvel de Gutenberg era um dispositivo mecânico pesado e complexo, exigindo habilidades especializadas para operá-la. A produção de livros era um processo demorado e trabalhoso, requerendo a montagem

manual de cada página e a aplicação de tinta individualmente. Isso resultava em uma produção limitada de cópias e na necessidade de mão de obra especializada, o que tornava os livros caros e inacessíveis para muitas pessoas. Além disso, a prensa móvel de Gutenberg tinha limitações em termos de flexibilidade e personalização. Cada página tinha que ser montada manualmente, o que dificultava a criação de edições personalizadas ou a realização de alterações rápidas no conteúdo. Isso contrasta com os métodos de impressão modernos, nos quais a produção em massa é mais rápida, flexível e adaptável às necessidades individuais.

Com o passar do tempo, o intuito era uma modernização na técnica da prensa. É nesse contexto que Ottmar Mergenthaler revolucionou a impressão com a criação da máquina linotipo, em 1886. Os jornais de Nova York, em busca de maneiras de acelerar a produção, estimularam a criação de tecnologias que facilitassem o trabalho. Essa máquina, uma inovação significativa, possuía chaves para cada caractere, pontuação e numeração, permitindo que, após a digitação, os caracteres se unissem em uma única peça. Essa evolução na produção reduziu o número de trabalhadores necessários para a impressão de um jornal, que anteriormente exigia até 20 pessoas, reduzindo esse número para apenas três técnicos (BUÔGO, 2022) Já a Intertype Corporation, por sua vez, desenvolveu a Monotype, capaz de produzir títulos de até 24 pontos. Nesse contexto, o linotipo ampliou o acesso à informação, embora em 1950 tenha começado a ser substituído pela fotocomposição, devido ao avanço tecnológico proporcionado pelo sistema de fotocomposição. O processo ajustava o sistema óptico para posicionar cada letra antes da exposição ao flash, criando uma matriz para a produção do fotolito de impressão. As primeiras fotocompositoras, como a Lumitype Photon e a Intertype Fotosetter, utilizaram películas transparentes como matrizes, revolucionando a fotocomposição. Com a fotocompositora, foi possível agilizar e facilitar todo o processo de composição.

A utilização de fotografias de caracteres e elementos gráficos pré-impresos em transparências permitiu uma montagem mais rápida e precisa, resultando em uma produção mais eficiente e de melhor qualidade. Além disso, a fotocompositora também possibilitou a criação de efeitos visuais mais complexos, como a sobreposição de elementos, a variação de tamanhos e a utilização de diferentes tipos de fontes. Isso contribuiu para a diversificação e sofisticação dos materiais gráficos produzidos. Em resumo, a fotocompositora surgiu para atender à demanda por uma

produção gráfica mais ágil, precisa e criativa, suprimindo a necessidade de aprimoramento e modernização dos processos de composição de textos e imagens nos meios impressos.

2.2. Entre o moderno e o pós-moderno: a construção tipográfica nos séculos XX e XXI

A tipografia evoluiu significativamente ao longo do século XX, refletindo profundas transformações na sociedade, impulsionadas pela Revolução Industrial e pelas inovações científicas e tecnológicas. Nesse contexto, os movimentos artísticos desempenharam um papel fundamental na formação de novas linguagens visuais, impactando diretamente o estilo tipográfico. Ainda no século XIX, a tensão entre o antigo e o novo manifestou-se com o surgimento de novas tecnologias, que favoreciam a produção industrial em massa, e um apego nostálgico às formas artesanais. O movimento *Arts and Crafts*, liderado por John Ruskin e William Morris, buscou elevar os padrões estéticos e a qualidade dos produtos manufaturados (FORTY, 2013), revalorizando a tipografia clássica. Entre o final do século XIX e o início do XX, o movimento *Art Nouveau* destacou-se por suas formas sinuosas e curvilíneas (FORTY, 2013), evidentes tanto nos elementos decorativos quanto no desenho das letras (SILVA, 2022; FONSECA, 2011).

No mesmo período, a Revolução Industrial trouxe a mecanização para a produção tipográfica, transformando a prática artesanal em uma atividade coletiva nas indústrias gráficas. Com influências do cubismo, dadaísmo e futurismo, tipógrafos buscavam criar algo inovador, distanciando-se dos estilos anteriores, como o neoclassicismo e o romantismo. A inspiração cubista influenciou a arte comercial e aplicada, especialmente na criação de pôsteres e no design publicitário da década de 1920 (SILVA, 2020). Já o Futurismo, idealizado por artistas e escritores italianos após o manifesto de Filippo Marinetti nos anos 1910, impulsionado pelas máquinas e pela velocidade, explorou princípios visuais, experimentando com a tipografia por meio de colagens impressas em suas obras, de forma semelhante aos cubistas. De maneira semelhante, o Dadaísmo desafiou a razão, superando as correntes da vanguarda europeia e flertando com o anarquismo. Outro movimento importante para a construção tipográfica do século XX é o *De Stijl*, surgindo na Holanda e tendo como representantes Theo van Doesburg e Piet Mondrian na construção do

"neoplasticismo" europeu. O movimento é caracterizado pela divisão precisa do espaço, assimetria e uso de formas básicas e cores primárias, buscando soluções de simplicidade. A corrente neoplaticista se tornaria grande influencia para o estilo 'forma segue a função', amplamente propagado pela Bauhaus no início do século XX.

Fundada por Walter Gropius em 1919, a Bauhaus reuniu artistas como Josef Albers, Paul Klee e Wassily Kandinsky, discutindo problemas de design na era da industrialização. Inicialmente, as aulas abordavam expressão artística e habilidades manuais, mas logo passaram a se concentrar no racional e no design voltado para a máquina, com uma tipografia influenciada pelo modernismo. László Moholy-Nagy, um influente pedagogo da Bauhaus, definiu a tipografia como uma ferramenta de comunicação, enfatizando a importância da clareza e legibilidade aliadas a uma estética planejada.

Sob essa perspectiva, o tipo **Universal**, criado por Herbert Bayer, chefe da oficina de publicidade na Bauhaus, exemplifica essa abordagem com seu alfabeto *unicase*, que elimina a diferença entre maiúsculas e minúsculas (figura x). Nesse contexto, Jan Tschichold destaca-se no cenário tipográfico da época, reconhecendo a necessidade de uma tipografia que transcendesse a arquitetura e o design de móveis, sempre se submetendo ao funcionalismo e ao construtivismo, além de se inspirar no modernismo da Bauhaus.

Nos anos 1920, as fontes geométricas ganham destaque global, promovendo composições simples que rompiam com os padrões tradicionais. Paul Renner, também vinculado à Bauhaus, inovou com a **Futura**, uma fonte sem serifa baseada em formas geométricas perfeitas, caracterizada por ritmo e consistência na leitura. Com 13 variações de peso, Renner consolidou a nova tipografia, enfatizando a função sobre a ornamentação, que resultou em uma tipografia sóbria, elegante e moderna. Outro exemplo significativo é a **Helvetica**, criada por Max Miedinger em 1957, que refletia o contexto da época e enfrentou críticas por sua neutralidade excessiva. Após a Segunda Guerra Mundial, empresas europeias buscaram expansão internacional e demandaram uma tipografia neutra, destacando as qualidades da Helvetica, que, com sua clareza e modernidade, tornou-se um padrão.

Em oposição ao movimento tipográfico racionalista da Bauhaus, os tipos modernos influenciados pelo expressionismo abstrato, que buscavam formas orgânicas e se opoem à mecanização intensificam-se com as necessidades

comunicacionais da época, ou seja, fontes tipográficas que suportassem o uso frequente em máquinas, priorizando a clareza da informação. Nesse contexto, Stanley Morison criou a Times New Roman em 1932, uma fonte neo-humanística projetada para garantir qualidade e legibilidade em jornais. Fontes derivadas do estilo modernista incluem a Spectrum (Jan van Krimpen), Palatino (Hermann Zapf), Dante (Giovanni Mardersteig) e Pontifex (Friedrich Poppl). As fontes modernistas líricas se destacam por suas características de eixo humanista, traços modulados, terminais e serifas em formato de pena, ampla abertura e estilo itálico distinto do romano. Tais características são observáveis nas letras "b", "p", "o", "a", "b" e "f". Essas fontes surgiram da necessidade de combinar o expressionismo abstrato com as estruturas humanistas durante o período modernista.

Assim como a Prensa de Gutenberg, a Linotipia de Mergenthaler e a Fotocomposição, o avanço tecnológico adentra mais uma vez ao universo tipográfico com o computador pessoal. A partir dos anos 1980, com o crescimento da computação e o advento da era digital, o desenvolvimento de programas de edição e design gráfico permitiu a criação e manipulação de fontes tipográficas de forma mais rápida e precisa, dando origem à novas fontes – agora inteiramente digitais, oferecendo uma ampla gama de estilos e variações. As fontes passaram a ser comercializadas e distribuídas em formato digital, facilitando o acesso e a utilização por designers e profissionais de todas as áreas.

Com a popularização da internet e o avanço das mídias digitais, a tipografia expandiu ainda mais suas possibilidades. A criação de fontes responsivas e adaptáveis para diferentes dispositivos se tornou essencial para garantir uma boa legibilidade e experiência de leitura em telas de diferentes tamanhos e resoluções. Além disso, a tipografia na atualidade também incorporou a mistura de meios, como a combinação de texto com elementos gráficos e imagens, permitindo uma maior expressividade e criatividade no design. Assim, pode-se perceber que a tipografia evoluiu profundamente, mostrando como contextos específicos, escolhas tipográficas e o layout de texto influenciam a direção do olhar, a compreensão textual e a experiência visual, desempenhando um papel importante tanto na leitura quanto nos eventos históricos.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A evolução tipográfica, desde o período manual até a era digital, evidencia como as inovações tecnológicas moldaram a maneira como a informação é comunicada e disseminada. A tipografia, além de ser uma ferramenta técnica de impressão, sempre refletiu contextos sociais, culturais e artísticos. A Prensa de Gutenberg, a Linotipia de Mergenthaler e a Fotocomposição revolucionaram seus respectivos períodos, otimizando a produção de textos e livros, facilitando o acesso ao conhecimento e respondendo às demandas da sociedade.

Na transição para o século XX, os movimentos artísticos influenciaram diretamente a tipografia, ampliando sua expressividade e funcionalidade, enquanto o advento das fontes digitais abriu novas possibilidades de criação e distribuição. Com o avanço das mídias digitais e a popularização da internet, a tipografia passou a ocupar um papel central no design gráfico contemporâneo, influenciando a legibilidade e a experiência visual em diferentes plataformas. Assim, a história da tipografia demonstra como o desenvolvimento tecnológico, as influências artísticas e as demandas de comunicação moldaram o design tipográfico ao longo do tempo, tornando-se um elemento fundamental na construção de narrativas visuais e na mediação de eventos históricos.

REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Tipografia. (Design básico). Porto Alegre: Bookman, 2011. E-book. p.Capa. ISBN 9788577808755. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577808755/>.

BUÔGO, Mariana da Silca. Mecanização da escrita. ROSSI, Jéssica de Cássia et al. **Tipografia**. Porto Alegre: Sagah, 2022. p. 85-94

FONSECA, Joaquim da. Tipografia & design gráfico. Porto Alegre: Bookman, 2011. E-book. p.1. ISBN 9788577804177.

FORTY, Adrian. Objetos de Desejo: design e sociedade desde 1750. Brasil: Cosac Naify, 2007

SILVA, Cristina Ramos e. Origens da tipografia moderna. In: ROSSI, Jéssica de Cássia et al. **Tipografia**. Porto Alegre: Sagah, 2022. p. 109-117.

O USO DO DESIGN GRÁFICO NA CULTURA POPULAR PARAIBANA

Heloyza Helena de Oliveira Tomé

Cícero de Sousa Lacerda

Raissa Albuquerque dos Anjos

Maiara Ateciene dos Santos Belo

INTRODUÇÃO

O design gráfico, enquanto linguagem visual, possui um papel fundamental na construção e disseminação da cultura popular paraibana. Ao longo dos anos, essa ferramenta tem sido utilizada para representar, comunicar e fortalecer a identidade cultural do estado, adaptando-se às diversas manifestações artísticas e sociais.

Segundo Villas-Boas (2009): “O design gráfico vai além de uma atividade meramente estética, desempenhando um papel estratégico ao interagir com a cultura visual e as identidades sociais, especialmente em países periféricos. Ele se configura como uma ferramenta fundamental na construção e reflexão das identidades culturais, ressignificando símbolos e contribuindo para o processo de subjetivação das comunidades”.

O design gráfico tem desempenhado um papel significativo na cultura popular paraibana, sendo uma ferramenta poderosa para expressar a identidade cultural e transmitir a riqueza das tradições locais. A Paraíba, conhecida por sua diversidade cultural e manifestações artísticas, encontra no design gráfico um meio de celebrar e preservar suas raízes. Desde cartazes de eventos culturais a embalagens de produtos artesanais, o design gráfico está presente em diversas facetas do cotidiano paraibano, contribuindo para a valorização e difusão da cultura local.

Conforme retrata Ortiz (2003), A construção da identidade nacional no Brasil está profundamente ligada à reinterpretação das culturas populares pelas elites intelectuais e pelo Estado. Essa apropriação é central no processo de formação da ideia de nação, revelando as tensões entre o local e o global, o tradicional e o moderno.

A cultura popular paraibana é marcada por uma forte presença de elementos visuais, como o artesanato, o cordel, a xilogravura e o folclore. O design gráfico atua como uma ponte entre essas tradições e as novas gerações, permitindo que elas

sejam reinterpretadas e adaptadas ao contexto contemporâneo. Os designers paraibanos frequentemente utilizam referências a símbolos locais, como o carcará, a vegetação da caatinga e elementos do cotidiano sertanejo, para criar peças gráficas que dialogam com a história e a identidade da região.

Gabriel (2012, p. 4) afirma que: A xilogravura por meio do gênero cordel é uma expressão da cultura popular há muitos anos no Brasil, e como manifestação da arte, particularmente nordestina do Brasil oferece ao aluno a oportunidade entrar em contato com esta arte. A xilogravura traz em si em toda sua grandeza, exuberância expressiva, quanto ao diálogo das linguagens verbal e visual às várias abordagens temáticas presentes e possíveis nos componentes curriculares dos ensinos fundamental e médio. Deste modo, respeitar e valorizar as várias culturas sem preconceitos ou discriminação, a partir da valorização dos significados das experiências da comunidade, o imaginário popular tão presente na cultura nordestina brasileira.

O artesanato é uma das principais expressões da cultura popular paraibana, e o design gráfico tem sido essencial na criação de identidades visuais para os produtos artesanais. A Paraíba é rica em artesanatos feitos de barro, madeira, couro e palha, que são vendidos tanto em mercados locais quanto em feiras nacionais e internacionais. O design gráfico entra em cena para criar embalagens e logotipos que valorizam esses produtos, destacando sua origem e autenticidade. Isso ajuda a promover o artesanato paraibano como um símbolo da cultura local e contribui para a economia criativa da região.

Além do artesanato, o cordel é outra manifestação importante da cultura popular paraibana, e sua relação com o design gráfico é evidente na utilização da xilogravura. A xilogravura, uma técnica de gravura em madeira, é tradicionalmente usada para ilustrar as capas dos folhetos de cordel, dando vida às histórias narradas em versos populares. Essa arte gráfica tem evoluído ao longo do tempo, mas continua a ser uma parte essencial do design gráfico relacionado à cultura paraibana. Muitos designers contemporâneos utilizam a estética da xilogravura para criar peças gráficas que evocam o estilo visual dos cordéis, mantendo viva essa tradição.

A música também é uma parte vital da cultura popular paraibana, e o design gráfico tem um papel importante na criação de identidades visuais para artistas e

eventos musicais. Festivais como o São João de Campina Grande, conhecido como o "maior São João do mundo", dependem do design gráfico para a criação de cartazes, camisetas, banners e outros materiais promocionais. Esses elementos gráficos não apenas atraem o público, mas também ajudam a construir a atmosfera festiva e a identidade visual do evento. O uso de cores vibrantes e ícones populares, como o forró, o triângulo e a sanfona, são exemplos de como o design gráfico captura o espírito da música paraibana.

O cinema paraibano, que tem ganhado destaque nos últimos anos, também se beneficia do design gráfico na criação de pôsteres, campanhas publicitárias e identidades visuais para filmes locais. O design gráfico é fundamental para transmitir a essência de uma obra cinematográfica e atrair o público. Filmes que exploram temas regionais, como o sertão e a vida no interior, muitas vezes incorporam elementos visuais inspirados na cultura popular paraibana em seus materiais promocionais. Dessa forma, o design gráfico contribui para a promoção do cinema local, valorizando as histórias e os cenários únicos da Paraíba.

A gastronomia também é uma área em que o design gráfico tem um papel de destaque na cultura popular paraibana. Restaurantes e produtos alimentícios locais, como a rapadura, o cuscuz e o queijo de coalho, têm ganhado embalagens e identidades visuais que refletem a riqueza da culinária regional. O design gráfico é utilizado para destacar os ingredientes locais e as tradições culinárias, criando uma conexão visual entre o produto e a cultura da Paraíba. Esse trabalho não apenas promove a gastronomia local, mas também contribui para a preservação e valorização das tradições alimentares da região.

No campo da moda, o design gráfico é utilizado para criar estampas e padrões inspirados na cultura popular paraibana. Roupas e acessórios que celebram a identidade nordestina e paraibana muitas vezes incorporam símbolos locais, como o chapéu de couro, o mandacaru e o São João. O design gráfico é responsável por transformar esses elementos culturais em padrões e estampas que são utilizados em peças de vestuário, ajudando a difundir a cultura popular paraibana através da moda. Além disso, muitos designers paraibanos trabalham em colaboração com artesãos locais para criar coleções que combinam tradição e modernidade.

O turismo é outra área em que o design gráfico exerce uma influência significativa na Paraíba. A criação de marcas turísticas, guias, mapas e sinalizações visuais é fundamental para atrair visitantes e promover as belezas naturais e culturais

do estado. O design gráfico é utilizado para criar identidades visuais que refletem a diversidade e as características únicas da Paraíba, desde as praias do litoral até o sertão árido. Através do uso estratégico de cores, tipografia e ícones locais, os designers gráficos ajudam a criar uma imagem atraente e autêntica da Paraíba como destino turístico.

As festas populares, como o Carnaval e as celebrações juninas, também se beneficiam do uso do design gráfico na Paraíba. A produção de cartazes, abadás, flyers e outros materiais gráficos é essencial para a divulgação e organização desses eventos. O design gráfico contribui para a criação de uma identidade visual que captura a essência festiva e alegre dessas celebrações. A utilização de cores vibrantes, padrões tradicionais e símbolos regionais, como fogueiras e balões de São João, reforça o caráter cultural dessas festas e atrai um público diversificado, tanto local quanto turístico.

O design gráfico também tem um papel crucial na preservação da memória e da história da Paraíba. Exposições, museus e projetos culturais utilizam o design gráfico para criar material informativo e educativo que retrata a história e as tradições do estado. A criação de infográficos, cartazes e catálogos ajuda a tornar o conteúdo histórico mais acessível e interessante para o público. O design gráfico, nesse contexto, atua como uma ferramenta de educação e preservação, permitindo que as futuras gerações tenham acesso à rica herança cultural da Paraíba.

O design tem o papel de gerar códigos culturais e os símbolos que fazem parte do registro histórico ao longo do tempo. Creio que, ao determinar hierarquias de leituras e ordenar informações, ou quando selecionamos imagens, estamos trabalhando com o repertório simbólico de uma época. Lembramos das coisas que nos emocionaram de alguma maneira. Para trabalhar com esse universo, é necessário ter liberdade de conhecer outros repertórios com “olhos de criança” - com um antropólogo ou arqueólogo frente ao seu objeto raríssimo. Aqui resvalamos com a história das pessoas, suas emoções e afetos (CONSOLO, 2009, p. 23)

O mercado editorial paraibano, que inclui livros, revistas e publicações independentes, também se beneficia do design gráfico. Muitos escritores e poetas

paraibanos utilizam o design gráfico para criar capas e ilustrações que dialogam com o conteúdo de suas obras e com a cultura local. A literatura de cordel, por exemplo, continua a inspirar novos projetos editoriais que resgatam essa forma de arte tradicional, utilizando o design gráfico para reinterpretar suas capas e ilustrações. Dessa forma, o design gráfico contribui para a continuidade e a renovação das tradições literárias da Paraíba.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presença do design gráfico na cultura popular paraibana é evidente em diversas formas de comunicação visual, como a criação de logotipos para marcas locais. Muitas empresas paraibanas, especialmente aquelas ligadas ao setor cultural e criativo, utilizam o design gráfico para desenvolver identidades visuais que refletem a singularidade da cultura local. O uso de ícones e símbolos regionais em logotipos, websites e campanhas publicitárias ajuda a fortalecer a conexão entre as empresas e o público paraibano, além de promover a cultura local no mercado nacional e internacional.

A educação também é uma área em que o design gráfico tem impacto na cultura popular paraibana. Escolas, universidades e projetos educacionais locais utilizam o design gráfico para criar material didático e visual que torna o aprendizado mais envolvente e acessível. Além disso, muitos projetos de educação popular, que buscam preservar as tradições culturais da Paraíba, utilizam o design gráfico para criar cartilhas, vídeos e outros materiais visuais que ensinam sobre a história, o folclore e as artes da região. O design gráfico, nesse sentido, é uma ferramenta poderosa para a disseminação do conhecimento cultural.

No âmbito das redes sociais, o design gráfico tem permitido que a cultura popular paraibana seja difundida para um público ainda maior. Artistas, artesãos e produtores culturais da Paraíba utilizam plataformas como Instagram, Facebook e YouTube para promover seus trabalhos, e o design gráfico é fundamental na criação de conteúdo visual atrativo para essas plataformas. A criação de posts, banners e vídeos com elementos gráficos que remetem à cultura local ajuda a alcançar uma audiência global, promovendo a Paraíba e suas tradições em um cenário internacional.

Em conclusão, o design gráfico desempenha um papel central na promoção, valorização e preservação da cultura popular paraibana. Ele está presente em diversas manifestações culturais, desde o artesanato e o cordel até o cinema e a moda, contribuindo para a construção de uma identidade visual que celebra as tradições e a modernidade da Paraíba. Ao longo dos anos, o design gráfico tem ajudado a tornar a cultura popular paraibana mais acessível e visível, tanto para o público local quanto para o internacional, garantindo que as riquezas culturais da região sejam conhecidas e apreciadas em todo o mundo.

O design gráfico desempenha um papel fundamental na construção, divulgação e preservação da cultura popular paraibana. Ao utilizar essa ferramenta de forma criativa e estratégica, é possível fortalecer a identidade cultural do estado, promover o turismo, gerar renda para os artesãos e artistas locais e garantir a transmissão da cultura para as futuras gerações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFIAS

Boas, A. V. **Identidade e Cultura: Design Gráfico**. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

Consolo, C. **Anatomia do design. Uma análise do design gráfico brasileiro**. São Paulo: Blücher, 2009.

Gabriel, Ademir Lopes. **Xilogravura como expressão da cultura popular**. 2012. Monografia (Licenciatura em Artes Visuais) - Universidade de Brasília, Universidade Aberta do Brasil, Posse, 2012. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/5690/1/2012_AdemirLopesGabriel.pdf. Acesso em 29 jan. 2024.

Goulart, A. B. **Design gráfico: história, teorias e práticas do design gráfico brasileiro**. Rio de Janeiro: 2AB, 2006.

Landim, PC. **Design, empresa, sociedade [online]**. São Paulo: Editora UNESP 2010.

Moura, M. A. **Design gráfico e cultura popular: o caso das xilogravuras em cordéis nordestinos**. Editora UFPE: Pernambuco, 2015.

Ortiz, R. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

Pinheiro, A. C. **Cultura popular no Nordeste: uma análise das manifestações artísticas na Paraíba**. Paraíba: Editora da UFPB, 2018.

Segawa, H. **Arquitetura moderna na Paraíba: interfaces com o design gráfico**. Paraíba: Editora da UFPB, 2003.

A influência da Bauhaus no desenvolvimento e fortalecimento do design: um estudo acerca da literatura

Maiara Ateciene dos Santos Belo
Raissa Albuquerque dos Anjos
Evelyne de Lourdes Neves de Oliveira

1 INTRODUÇÃO

A Bauhaus, escola de artes e design, fundada por Walter Gropius em 1919 na cidade de Weimar, Alemanha, é amplamente reconhecida como uma das mais influentes escolas de arte, design e arquitetura do século XX. A sua abordagem revolucionária e multidisciplinar deixou um legado duradouro que repercute no design contemporâneo (CALEGARI, LIMA, CIVIRIANO, 2012).

A Bauhaus foi a primeira escola de arte reformadora dentro da República de Weimar, após a Primeira Guerra Mundial. Como uma escola de artes e ofícios, sua marca de sucesso é referente à sua pedagogia e metodologias inovadoras para a época, bem como a introdução do uso de novos materiais pré-fabricados, a simplificação dos volumes, geometrização das formas e predomínio de linhas retas, em tudo que se produzia (MARTYRES, MARTINS, WOLF, 2019).



Figura 1: Espaço de aula em formato de Ateliê na Bauhaus. Fonte: Dezeen

Institucionalmente, a Bauhaus passou por três fases distintas acompanhadas de mudanças de localidade sucessivas, devidos aos conflitos políticos, fazendo com que em cada uma de suas sedes a escola fosse caracterizada por algumas influências (RODRIGUES, GIROTTO, RADAELLI, 2013).

A Bauhaus propunha uma integração completa entre arte, artesanato e tecnologia, promovendo a ideia de que todas as formas de arte poderiam ser reunidas sob o conceito de *Gesamtkunstwerk*, ou "*obra de arte total*". Essa filosofia se refletia no currículo da escola, que abrangia desde pintura e escultura até design industrial e arquitetura. Essa metodologia teve grande impacto, ressaltando a funcionalidade e a simplicidade, que se tornaram marcas registradas do design moderno (KAIZER, 2020).

Portanto, diante dessa temática tão importante, notou-se que existem poucos trabalhos na literatura do design que discutem a influência de movimentos históricos, políticos e sociais, por isso, o objetivo desse estudo é compreender por meio de um estudo da literatura a influência da Bauhaus no desenvolvimento e fortalecimento do design.

BAUHAUS E SUA HISTÓRIA

A Bauhaus surgiu durante a chamada República de Weimar, na Alemanha, num momento de grande crise política e econômica. O período marcado entre as duas guerras mundiais favoreceu um terreno produtivo para as ideologias propostas pela escola, que era conectar os artistas aos produtos industrializados, que estavam em crescimento, a arte e a técnica (CALEGARI, LIMA, CIVIRIANO, 2012).

Apesar de ter existido por apenas 14 anos (1919-1933), a Bauhaus apresentou uma importante contribuição para a cultura e arte da modernidade no início do século XX. Criada a partir da união da Academia de Belas Artes e da Escola de Artes e Ofícios, a escola foi fundada em 1919, por Walter Gropius. Sua fase inicial foi caracterizada pela produção do trabalho individual. Gropius, como um dos seus fundadores, defendia a adesão de arte e técnica, bem como a ideia de arte para todos, ignorando dessa forma, as exigências da realidade industrial. Vale ressaltar, que Bauhaus defendia um processo educativo ligado não só a fabricantes, mas também ao público em geral (RODRIGUES, GIROTTO, RADAELLI, 2013).

Bauhaus passou por três importantes fases onde cada uma delas foi marcada em uma sede distinta, Weimar (1919-1923), Dessau (1923-1929), Berlim (1929-1933), bem como, aconteceram influências que caracterizaram sua história. Na sua primeira fase em Weimar foi influenciado pelo expressionismo tardio, já em Dessau, o formalismo estético se fez presente,

além das consequências do racionalismo radical, no qual se estendeu até sua extinção em Berlim em 1933 (CALEGARI, LIMA, CIVIRIANO, 2012).

Nessa perspectiva, a primeira fase foi caracterizada como o manifesto inaugural, o foco estava nas artes plásticas e no artesanato, uma vez que, a predominância dos docentes, eram pintores. Contando em seu quadro de docentes com grandes referências, que posteriormente se destacariam no cenário de Design, tais como Johannes Itten (1888 – 1967), Paul Klee (1879 – 1940), Oskar Schlemmer (1888 – 1944), Wassily Kandinsky (1866 – 1944), que deixaram contribuições de grande importância para o universo do design.

Os estudantes poderiam escolher por oficinas ou laboratórios especiais, como por exemplo: gráfica, cerâmica, metal, pintura mural, pintura em vidro, marcenaria, oficina de palco, têxtil, encadernação, escultura em madeira, pois essas eram as atividades desenvolvidas e assim atraía grande quantidade de alunos. Aqui, o expressionismo foi a maior influência nos primeiros anos da escola (CALEGARI, LIMA, CIVIRIANO, 2012).



Figura 2: Oficina de Cerâmica. Fonte: <http://tipografos.net/bauhaus/oficinas-bauhaus.html>

Já a segunda fase da escola se deu a partir de 1923, com a mudança da sede para a cidade industrial Dessau, contribuindo com a estabilização da Bauhaus, pois nessa fase o foco passou para a produção industrial em massa. Nesse momento, a estética se caracteriza pelo uso de formas simplificadas e geométrizadas. A terceira fase foi a última da Bauhaus, marcada pelo encerramento das oficinas de teatro e artes se tornando mais científica e politizada com a

introdução de outras disciplinas ao currículo. No período, devido aos novos conflitos políticos a escola se viu obrigada a mudar de sede, indo para a cidade de Berlim, onde se manteve atuante até 1933, quando chegou ao fim, por pressões do governo de Hitler (CALEGARI, LIMA, CIVIRIANO, 2012).

Após o fechamento da escola, muitos de seus mestres e alunos levaram consigo os princípios da Bauhaus para diferentes partes do mundo. Nos Estados Unidos, figuras como Walter Gropius e Ludwig Mies van der Rohe desempenharam papéis cruciais na disseminação do modernismo. Gropius tornou-se diretor da Escola de Arquitetura de Harvard, enquanto Mies van der Rohe influenciou profundamente a arquitetura moderna com suas contribuições ao Estilo Internacional. Isso resultou na incorporação dos ideais da Bauhaus em diversas áreas do design e da arquitetura, fortalecendo a identidade do design modernista no cenário global. (RIBEIRO, LOURENÇO, 2012).

Contudo, a Bauhaus deixa de ser uma escola, no sentido de espaço físico, para se consagrar um conceito de arte, design e arquitetura ultrapassando as correntes históricas se tornando presentes na atualidade.

INFLUÊNCIA DA BAUHAUS NO DESIGN

Ao longo da história, a Bauhaus defendia o trabalho artesanal ao mesmo instante em que absorvia a produção industrial. Essa habilidade para o artesanato se fixou como filosofia educacional da escola, “aprender fazendo”. A escola possuía uma metodologia de ensino, o *método Bauhaus*, que oferecia estudos de composição da forma e conhecimentos sobre diferentes tipos de materiais, suas possibilidades e limitações, além de apresentar como linguagem visual a textura, cor e formas geométricas (LIMBERGER, et al., 2017).

No Brasil, a escola Bauhaus influenciou a produção de alguns nomes conhecidos da arquitetura e do design, como Oscar Niemeyer, Sérgio Rodrigues, o português Joaquim Tenreiro e a italiana Lina Bo Bardi, estes mesmo com naturalidade europeia, tiveram suas obras totalmente ligadas ao Brasil (MARTYRES, MARTINS, WOLF, 2019).

Desse modo, a pedagogia da Bauhaus foi ponto de partida para a criação de diversos prédios no Brasil, como o Instituto de Arte Contemporânea (IAC), primeira escola de design sediada no Museu de Arte Moderna de São Paulo (MASP) sob coordenação da arquiteta Lina Bo Bardi e seu esposo, o crítico de arte Pietro Maria Bardi, então diretor do MASP (SILVANO, 2022).

A capital Brasília/DF, projetada por Oscar Niemeyer, é outro exemplo da influência da Bauhaus, uma vez que a utilização de formas geométricas e cores brancas fazem referência à

filosofia da escola. Em prédios como da Escola Superior de Desenho Industrial, no Rio de Janeiro, e da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, da USP há alusões claras à escola alemã (MARTYRES, MARTINS, WOLF, 2019).

Contudo, inicialmente, existia uma intenção declarada de pensar o design como ação construtiva, submissa à arquitetura como resumo de todas as atividades projetuais. Talvez, essa tenha sido a contribuição pedagógica mais admirável de Gropius e da Bauhaus, a ideia de que o design precisasse ser pensado como uma atividade global e uniformizada se reinventando em muitos aspectos, mas cruzando, ao mesmo tempo, diversos aspectos da atividade humana (RODRIGUES, GIROTTO, RADAELLI, 2013).

Com a ruptura do século XIX os móveis pesados presentes em quartos escuros passariam a ser trocados por uma nova forma de morar. Os ambientes ficariam mais claros e as pessoas modernas do século seguinte desenvolveriam novas formas de vida. Desse modo, com o uso de novos materiais e a fascinação pelos novos métodos de construção, fizeram com que os designers se voltassem para as questões mais tecnológicas e assim, proporcionariam novos conceitos de habitar, valorizando a decoração e os adereços nas casas (LIMBERGER, et al., 2017).

Nessa perspectiva, a Bauhaus defendia que o design deveria ser uma combinação harmoniosa entre forma e função, ou seja, os objetos e móveis dentro de um ambiente não deveriam apenas ser bonitos, mas também práticos e adequados ao seu propósito. Essa filosofia levou à criação de móveis e acessórios que eram ao mesmo tempo elegantes e funcionais caracterizados por linhas limpas, formas geométricas e a ausência de ornamentação excessiva (MARTYRES, MARTINS, WOLF, 2019).

A inovação no uso de materiais foi outra contribuição importante da Bauhaus ao design. Designers da Bauhaus experimentaram novos materiais, como aço tubular, vidro, madeira compensada e tecidos sintéticos. Tais materiais permitiram a criação de móveis mais leves, duráveis e acessíveis. Pode-se citar a cadeira Wassily de Marcel Breuer, feita de aço tubular, tornando-se um ícone do design Bauhaus, uma vez que, exemplifica a combinação de inovação material e simplicidade estética (KAIZER, 2020).

A ênfase em materiais duráveis e processos eficientes da Bauhaus se reflete nas práticas atuais de design. Designers modernos procuram minimizar o impacto ambiental, utilizando processos de fabricação eficientes e criando produtos de longa duração, aliando-se dessa forma com a filosofia da Bauhaus (SILVANO, 2022).

A Bauhaus defendia a democratização do design, buscando criar produtos acessíveis a todos. Nos dias de hoje, esse princípio evoluiu para o conceito de design universal, que procura

atender às necessidades de pessoas com diferentes habilidades e idades. O design inclusivo é uma extensão natural dos ideais da Bauhaus, promovendo a criação de ambientes e produtos que são utilizáveis por um público mais amplo (SILVANO, 2022).

Vale ressaltar que o legado da Bauhaus no design é evidente em muitos estilos modernos, como o minimalismo, o modernismo escandinavo, como também o design industrial. O foco na funcionalidade, na simplicidade e no uso inteligente de materiais continua a influenciar designers e arquitetos em todo o mundo. Espaços que seguem os princípios da Bauhaus tendem a ser claros, organizados e adaptáveis, proporcionando ambientes que são tanto confortáveis ao mesmo tempo que práticos e admiráveis (CALEGARI, LIMA, CIVIRIANO, 2012).

No design gráfico, a Bauhaus também introduziu conceitos que continuam a influenciar a prática contemporânea. Tipografias sans-serif, como a criada por Herbert Bayer, e o uso de layouts assimétricos e claros foram pioneiros na escola. Tais elementos são comuns no design gráfico moderno, especialmente em interfaces digitais, na publicidade e design editorial. A clareza, legibilidade e a utilização de formas geométricas simples são diretamente derivadas dos experimentos e inovações da Bauhaus (SILVANO, 2022).



Figura 3: "Cartaz de exposição da Bauhaus por Joost Schmidt, 1923. Fonte: Bauhaus Kooperation.

Desse modo, a Bauhaus foi fundamental no fortalecimento do design moderno, uma vez que o estabelecimento de seus princípios continua a influenciar diversas áreas do design até hoje. Seu legado é visível em tudo, desde a arquitetura e design de interiores até o design gráfico e de produto, destacando a importância de uma abordagem integrada e funcionalista ao design (KAIZER, 2020).

A influência da Bauhaus no design moderno é sem dúvida extremamente forte, uma vez que, conceitos gerados há mais cem anos ainda continuam marcantes, servindo de inspiração e criatividade a designers e arquitetos, mesmo que em pequenos objetos de uso cotidiano, ou mesmo nas construções (CALEGARI, LIMA, CIVIRIANO, 2012).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, a Bauhaus não foi apenas uma escola de arquitetura, arte e design foi um movimento cultural que desafiou e redefiniu as normas estéticas e funcionais de seu tempo. Sua ênfase na funcionalidade, simplicidade e integração entre diferentes disciplinas de design continua a ser relevante e aplicável nos desafios e oportunidades do design contemporâneo.

Com uma metodologia inovadora de ensino, que combinava oficinas práticas com teorias artísticas, a Bauhaus foi pioneira e continua a ser uma referência nas escolas de design em todo o mundo. A ênfase na experimentação, na interdisciplinaridade e na resolução de problemas são princípios educativos que derivam da Bauhaus e moldam a formação de designers modernos.

Portanto, em um mundo cada vez mais interconectado e tecnologicamente avançado, os princípios da Bauhaus fornecem um guia atemporal para a criação de soluções de design que são ao mesmo tempo inovadoras e humanamente significativas.

REFERÊNCIAS

CALEGARI, CMK; LIMA, CT; CIVIRIANO, J. **Bauhaus: histórico e influências nos dias de hoje**. Revista *Thêma et Scientia* – v. 2, n. 2, jul/dez 2012 – Edição Especial de Arquitetura e Design

KAIZER, F. **Bauhaus e o estilo moderno**. Estudos em Design | Revista (*online*). Rio de Janeiro: v. 28, n.2, 2020, p. 66-75. Disponível em: <https://eed.emnuvens.com.br/design/article/view/985>. Acesso em 29 mai 2024.

LIMBERGER, JVE, et al. **Conceitos do mobiliário da Bauhaus**. In: 15º Encontro Científico Cultural Interinstitucional e 1º Encontro Internacional, 2017. *Anais eletrônicos*, Paraná. Centro Universitário FAG – Cascavel/Paraná. Disponível em: <https://www.fag.edu.br/mvc/assets/pdfs/anais-2017/LUANA%20SILVA%20DE%20SOUZA-desouzaluana@hotmail.com-1.pdf>. Acesso em: 29 mai 2024.

MARTYRES, EB; MARTINS, KSM. L.; WOLF, AS. **Bauhaus, 100 anos de tradição na arquitetura e no design brasileiros**. Caderno PAIC, [S.l.], v. 20, n. 1, p. 405–422, 2019. Disponível em: <https://cadernopaic.fae.edu/cadernopaic/article/view/391>. Acesso em: 29 mai 2024.

RIBEIRO, SMA; LOURENÇO, CA. **Bauhaus: uma pedagogia para o design**. Estudos em Design. Revista (*online*). Rio de Janeiro: v. 20, nº. 1, 2012, p. 1-24. Disponível em: <https://www.eed.emnuvens.com.br/design/article/view/87>. Acesso em 29 mai 2024.

RODRIGUES, FA; GIROTTO, SA; RADAELLI, N. **A contribuição da Bauhaus para o design contemporâneo**. Revista Thêma et Scientia – v. 3, n. 2, jul/dez 2013.

SILVANO, DM. **Modernismo na Bauhaus: quando a Arte não é apenas contemplação**. DAT Journal - v.7 n.4 2022.