



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

MIGUEL RENAN DOS SANTOS SILVA

ADRIANA MARIA ARTES: Proposta de identidade visual

CARUARU
2025

MIGUEL RENAN DOS SANTOS SILVA

ADRIANA MARIA ARTES: Proposta de identidade visual

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design.

Orientadora: Marcela Fernanda C. G. Figueiredo Bezerra

Caruaru

2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Renan , Miguel Renan Dos Santos Silva .

ADRIANA MARIA ARTES: Proposta de identidade visual / Miguel Renan
Dos Santos Silva Renan . - Caruaru, 2025.

50 p. : il.

Orientador(a): Marcela Fernanda C. G. Figueiredo Bezerra Fernanda
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Design, 2025.

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao Curso de Design do
Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco ? UFPE, proposta de
identidade visual para a marca Adriana Maria Artes.

Inclui referências.

1. Design. 2. Identidade Visual. 3. Projeto. 4. Desenvolvimento. 5. Proposta
. I. Fernanda, Marcela Fernanda C. G. Figueiredo Bezerra . (Orientação). II.
Título.

760 CDD (22.ed.)

MIGUEL RENAN DOS SANTOS SILVA

ADRIANA MARIA ARTES: Proposta de identidade visual

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design.

Aprovada em: 08.04.25

BANCA EXAMINADORA

Marcela Fernanda C. G. Figueiredo Bezerra (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Júlia Alencar (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Dr. Lucas Garcia (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este trabalho à minha professora **Marcela Fernanda C. G. Figueiredo Bezerra** pelo apoio e dedicação, aos meus pais, **Paulo Roberto da Silva** e **Adriana Maria dos Santos**, minha maior inspiração. Graças à sua força e ao seu empreendimento, **Adriana Maria Artes**, este sonho se tornou possível. A **Universidade Federal de Pernambuco** também recebe minha gratidão por todo o conhecimento proporcionado.

AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho a pessoas que foram essenciais nesta caminhada.

À minha professora **Marcela Fernanda C. G. Figueiredo Bezerra**, por toda a orientação, paciência e dedicação, que foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho e para o meu crescimento acadêmico.

Aos meus pais, **Paulo Roberto da Silva** e, principalmente, à minha mãe, **Adriana Maria dos Santos**, minha maior inspiração. Através do seu esforço incansável e da dedicação ao seu empreendimento, **Adriana Maria Artes**, nada disso seria possível. Sua garra, sua capacidade de transformar sonhos em realidade e sua luta diária para garantir o melhor para nossa família são o reflexo do que há de mais bonito na determinação e no amor. Este trabalho é, também, um reflexo do que aprendi com você: que com esforço e paixão, podemos alcançar nossos objetivos.

À **Universidade Federal de Pernambuco**, por proporcionar o conhecimento e as oportunidades que tornaram possível a realização deste sonho.

A todos vocês, minha eterna gratidão!

Queremos saber
Queremos viver
Confiantes no futuro
Por isso se faz necessário
Prever qual o itinerário da ilusão
A ilusão do poder
Pois se foi permitido ao homem
Tantas coisas conhecer
É melhor que todos saibam
O que pode acontecer.
(QUEREMOS..., 1976).

“O cipreste inclina-se em fina reverência / e as margaridas estremecem,
sobressaltadas. / A grande amendoeira consente que balancem [...]”. (MEIRELES,
1983, p. 135).

RESUMO

Este trabalho apresenta a trajetória empreendedora de Adriana Maria e a necessidade de consolidar uma identidade visual para sua marca, Adriana Maria Artes. Após perder o emprego devido à crise econômica de 2016, Adriana decidiu empreender na sua cidade natal, Camocim, Pernambuco. O negócio, que começou com o conserto de bolsas, evoluiu para a personalização de acessórios como mochilas, estojos e lancheiras, conquistando um público fiel pela exclusividade e qualidade dos produtos. Diante do crescimento da marca, torna-se essencial o desenvolvimento de uma identidade visual que traduza os valores, a criatividade e o compromisso da empresa com a personalização e o atendimento diferenciado. O estudo analisa a importância da identidade visual na construção de uma marca forte e reconhecida, abordando como elementos gráficos, cores e tipografia podem influenciar a percepção do público e fortalecer a presença da Adriana Maria Artes no mercado. Além disso, destaca como a padronização visual contribui para a profissionalização do negócio e amplia suas oportunidades de expansão e reconhecimento.

Palavras-chave: Identidade visual, Empreendedorismo, Personalização, Branding Marketing Design gráfico, Estratégia de marca, Posicionamento de mercado

ABSTRACT

This paper presents the entrepreneurial journey of Adriana Maria and the need to consolidate a visual identity for her brand, Adriana Maria Artes. After losing her job due to the economic crisis of 2016, Adriana decided to start her own business in her hometown, Camocim, Pernambuco. The business, which began by repairing bags, evolved into customizing accessories such as backpacks, pencil cases and lunch boxes, winning over a loyal audience due to the exclusivity and quality of its products. Given the growth of the brand, it became essential to develop a visual identity that reflects the company's values, creativity and commitment to customization and differentiated service. The study analyzes the importance of visual identity in building a strong and recognized brand, addressing how graphic elements, colors and typography can influence the public's perception and strengthen Adriana Maria Artes' presence in the market. In addition, it highlights how visual standardization contributes to the professionalization of the business and increases its opportunities for expansion and recognition.

Keywords: Visual identity, Entrepreneurship, Personalization, Branding Marketing Graphic design, Brand strategy, Market positioning.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Evolução da Marca.....	19
Figura 2 –	Marca EXPR'X.....	24
Figura 3 –	Marca Dona Coroca Brindes.....	24
Figura 4 –	Painel Semântico	25
Figura 5 –	Geração de Alternativas.....	27
Figura 6 –	Teste de Soluções Preliminares.....	28
Figura 7 –	Construção da Marca.....	30
Figura 8 –	Construção da Marca.....	31
Figura 9–	Paleta de Cores.....	32
Figura 10 –	Paleta de Cores	32
Figura 11 –	Fonte.....	33
Figura 12 –	Apresentação da Marca.....	35
Figura 13 –	Aplicação da Marca Camisa	37
Figura 14 –	Aplicação da Marca Boné.....	38
Figura 15 –	Aplicação da Marca Rede Social Instagram.....	38
Figura 16 –	Aplicação da Marca Cartão de Visita.....	39
Figura 17 –	Aplicação da Marca Agenda.....	40

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	OBJETIVO GERAL	11
1.2	JUSTIFICATIVA.....	12
2	PROJETO.....	14
2.1	METODOLOGIA.....	14
2.2	METODOLOGIA PROJETUAL.....	16
3	DESENVOLVIMENTO DO PROJETO.....	17
3.1	BRANDING.....	17
3.2	EVOLUÇÃO DA MARCA.....	19
3.3	PROBLEMATIZAÇÃO.....	22
3.4	PÚBLICO ALVO	22
3.5	ESTUDO DE SIMILARES.....	23
3.6	PAINEL SEMÂNTICO.....	25
3.7	GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	26
3.8	TESTE DE SOLUÇÕES PRELIMINARES.....	28
4	DETALHAMENTO TÉCNICO E ESPECÍFICOS.....	29
4.1	CONSTRUÇÃO DA MARCA.....	29
4.2	PALETA DE CORES.....	31
4.3	FONTE.....	33
4.3	APRESENTAÇÃO DA MARCA.....	34
5	APLICAÇÃO DA MARCA E MANUAL TÉCNICO	36
6	CONCLUSÃO.....	41
	REFERÊNCIAS.....	42
	APÊNDICE A – Manual de Marca	43 a 52

1 INTRODUÇÃO

O mundo vem mudando constantemente e se modificando diariamente, os empreendimentos também se reinventam para alcançar novos públicos e o que seria do mundo sem as marcas e suas identidades visuais para contribuir com a globalização ? As marca têm um papel fundamental para atrair os olhares das pessoas e torná-las consumidoras de tais produtos e serviços, atraindo credibilidade e confiança e transformando em algo rentável e de confiança.

“ O grande segredo da Disney para encantar seus clientes é a fantástica atenção aos detalhes. A Disney foca em oferecer a melhor experiência possível em todos os pontos de contato com o cliente, indo muito além dos seus serviços e produtos.”
(The Disney Institute, 2001 , p. 97)

É um grande desafio para qualquer marca se encontrar e se destacar dentro de qualquer que seja o mercado e vários fatores contribuem para isso, como a concorrência e o crescente. As marcas precisam se reinventar e se atualizar diante do modernismo e dos consumidores, assim é importante que tenha uma identidade visual consistente, que seja desenvolvida sempre visando a sintonia com os valores do público-alvo.

A marca é o coração de qualquer empreendimento que deseja crescer e ser reconhecido pelo seu trabalho e papel na sociedade, além de ajudar no posicionamento de seus valores e também é a principal fonte de crescimento midiático e de credibilidade.

1.1 OBJETIVO GERAL

Recriar e aprimorar a identidade visual da marca Adriana Maria Artes, tornando-a mais moderna e atual, de forma a refletir o amor e a dedicação que a empreendedora dedica aos seus produtos personalizados.

1.2 JUSTIFICATIVA

A adaptação de uma marca a novos desafios do mercado pode ser um processo difícil e desafiador, especialmente quando fatores externos, como crises econômicas, impactam diretamente o setor em que a empresa atua. Esse é um cenário comum para muitas empreendedoras, que, ao tentarem manter seus negócios em meio a dificuldades, precisam reinventar-se para sobreviver e prosperar.

Adriana Maria é um exemplo de como é possível se adaptar e prosperar, mesmo em tempos de crise. Quando a crise econômica de 2016 atingiu o Brasil, ela perdeu seu emprego em uma fábrica de confecção de bolsas, o que poderia ser um golpe fatal para suas perspectivas profissionais. No entanto, ao invés de se deixar abater, viu uma oportunidade.

Aos 20 anos, Adriana tomou a decisão corajosa de se tornar empreendedora e de investir em seu próprio negócio na sua cidade natal, Camocim, em Pernambuco.

Com uma máquina de costura adquirida em 2018, ela iniciou sua jornada consertando bolsas, um mercado com demanda local. Porém, sua visão empreendedora foi além: percebeu que as pessoas se interessavam por mais do que apenas bolsas consertadas; elas queriam algo único, personalizado. Essa percepção levou Adriana a apostar no mercado de personalização de bolsas. Com o tempo, ela se especializou em customizar bolsas, mochilas, lancheiras, estojos e outros itens para eventos como festas infantis, casamentos e ocasiões individuais.

O sucesso regional de Adriana Maria Artes é um claro exemplo de como a adaptação de uma marca às necessidades e desejos do público pode ser a chave para a longevidade no mercado. Ao perceber a crescente demanda por produtos personalizados, ela não apenas se adaptou à crise, mas a utilizou como um trampolim para se inserir de maneira sólida e crescente no mercado de personalização. Seu foco na qualidade, no atendimento ao cliente e na criação de peças exclusivas permitiu que conquistasse um espaço significativo no mercado local, oferecendo um diferencial competitivo importante: a personalização como uma extensão da identidade do cliente.

O percurso de Adriana demonstra como a flexibilidade e a visão empreendedora são essenciais para o sucesso em um mercado dinâmico e em constante mudança. Ela soube usar as dificuldades como oportunidades e, ao focar em um nicho específico, construiu uma marca forte e reconhecida, capaz de se destacar no mercado competitivo atual.

Além de trabalhar no setor de confecção de bolsas, Adriana também percebeu a necessidade de criar uma rede social para divulgar seus trabalhos. Atualmente, sua principal rede social conta com mais de 2.750 seguidores no Instagram (@adrianamariaartes). Visando seu diferencial nas redes sociais, ela identificou a necessidade de uma marca mais atual e moderna, uma vez que já utiliza a mesma marca há mais de 3 anos. Dado o alto crescimento de seguidores nos últimos tempos, é de grande importância que sua logo seja atualizada, de forma a atrair novos olhares e possíveis clientes.

A evolução de sua marca ao longo dos anos demonstra a carência de algo mais inovador e contemporâneo, que, além de ampliar os horizontes, também consiga expressar o carinho e a dedicação que Adriana dedica a cada encomenda realizada e desenvolvida para seus clientes, sempre com muito cuidado e atenção.

(...) O branding vai muito além da identidade visual ou logotipo da empresa. Ele tem como principal missão fazer com que o cliente tenha carinho ao usar/consumir aquela marca. O branding pode ser idealizado também como um tipo de promessa que a empresa se compromete a fazer aos consumidores, fornecendo serviços e atribuições ao cliente. Através dele é que se consegue projetar a identidade da marca, aquela responsável por se fixar na mente das pessoas.

(RIBEIRO, 2017, p. única)

2 PROJETO

2.1 METODOLOGIA

A metodologia para o redesign da marca Adriana Maria Artes foi desenvolvida de forma estruturada, visando a criação de uma identidade visual que traduza com precisão os valores, a essência e a proposta da marca. Esse processo foi dividido em etapas claras e bem definidas, seguindo o processo de Lobach :

- **Fase de Preparação:** Envolve a descoberta e análise do problema, bem como a coleta e análise de informações relevantes.
- **Fase de Geração:** Consiste na produção de ideias baseadas nas análises desenvolvidas na preparação.
- **Fase de Avaliação:** As ideias geradas são comparadas para encontrar a solução mais adequada de acordo com os critérios estabelecidos.
- **Fase de Implementação:** Envolve a concretização e detalhamento da solução escolhida, garantindo organização e qualidade em cada fase.

(LÖBACH, 2001, p.141 a 154)

O processo de redesign da identidade visual da Adriana Maria Artes baseia-se nas quatro fases metodológicas do design propostas por Bernd Löbach: análise, conceituação, criação e realização. Esse método estruturado possibilita um desenvolvimento criativo organizado, resultando em uma marca representativa e alinhada aos valores da marca.

Na primeira etapa, faz-se a definição do problema e dos objetivos do marca, correspondendo à fase de análise. Identifica-se as limitações da marca atual, entendendo os pontos a serem melhorados. O objetivo central é desenvolver uma nova identidade visual que represente fielmente a Adriana Maria Artes, alinhada à sua personalidade e aos seus valores.

"Todo o processo de design é tanto um processo criativo como um processo de solução de problemas."
(LÖBACH, 2001, p. 141)

A segunda fase envolve a pesquisa aprofundada e a busca por referências, ainda dentro da etapa de análise. Realiza-se um levantamento completo sobre a história da marca, sua missão, visão, valores e o perfil de seu público-alvo. Também é feita uma análise da concorrência, identificando tendências e diferenciais. A partir disso, elabora-se um moodboard com inspirações visuais, como estilos, paletas de cores, tipografias e símbolos que traduzam a essência da marca.

Na etapa de conceituação, passa-se ao diagnóstico da marca atual. Essa fase contempla uma análise visual detalhada, avaliando elementos gráficos como tipografia, cores, formas e proporções. Para entender a percepção do público, coleta-se feedbacks de clientes e seguidores. Assim, é possível identificar os pontos fortes e as oportunidades de melhoria na identidade visual existente. A partir dessas análises, inicia-se a conceituação do redesign, criando uma narrativa visual baseada nos valores e na personalidade da Adriana Maria Artes. Define-se uma paleta de cores representativa, escolhe-se uma tipografia adequada e desenvolvem-se elementos gráficos que complementem a nova marca.

A fase de criação é marcada pelo desenvolvimento de propostas. São criados esboços iniciais à mão ou digitalmente, explorando diferentes ideias. Após a seleção das melhores opções, essas são refinadas digitalmente e vetorizadas. Ao final dessa etapa, apresentam-se três propostas distintas para avaliação.

Na etapa de realização, acontece a validação e ajustes das propostas. As opções são apresentadas a clientes e stakeholders, e os feedbacks coletados servem de base para a implementação de melhorias e ajustes finais. Por fim, aplica-se a nova identidade visual em diferentes materiais, criando-se um manual da marca com orientações sobre o uso correto da marca, especificações da paleta de cores, tipografia e aplicações. A nova identidade também é adaptada para materiais de divulgação, como cartões de visita, redes sociais e embalagens.

Esse processo metodológico, inspirado nas fases de design de Bernd Löbach, garante um desenvolvimento criativo estruturado, resultando em uma marca que fortalece a presença da Adriana Maria Artes no mercado, promovendo maior reconhecimento e atratividade.

2.2 METODOLOGIA PROJETUAL

O objetivo deste trabalho é analisar a trajetória de adaptação e inserção no mercado de Adriana Maria Artes, com foco na mudança de identidade visual por meio da criação de uma nova Marca. Baseando-se nos processos metodológicos de design propostos por Bernd Löbach — análise, conceituação, criação e realização —, a pesquisa investigará como a atualização da marca refletiu a evolução da marca, sua adaptação ao mercado de personalização de bolsas e acessórios e como ela contribuiu para fortalecer a presença de Adriana Maria Artes no mercado local e aumentar sua competitividade.

A primeira etapa, a análise, envolve a identificação das limitações da marca atual e a definição dos objetivos do redesign. Esse diagnóstico permite compreender os pontos que precisam ser aprimorados, visando desenvolver uma nova identidade visual alinhada à personalidade e aos valores da marca.

Na fase de conceituação, realiza-se uma pesquisa aprofundada sobre a história da marca, sua missão, visão, valores e o perfil de seu público-alvo. Também se investiga a concorrência para identificar tendências e diferenciais. Esse levantamento resulta na criação de um moodboard com referências visuais, como estilos, paletas de cores, tipografias e símbolos que traduzem a essência da Adriana Maria Artes.

A etapa de criação consiste no desenvolvimento de propostas visuais para a nova marca. Inicialmente, são elaborados esboços, que depois são refinados digitalmente e vetorizados. As melhores opções são selecionadas e apresentadas para avaliação, garantindo a diversidade de alternativas.

Por fim, na fase de realização, acontece a validação e ajustes das propostas com base nos feedbacks de clientes e stakeholders. A marca final é aplicada em diversos materiais de divulgação, acompanhada de um manual da marca que define padrões de uso, paleta de cores, tipografia e orientações de aplicação. Essa metodologia estruturada assegura a criação de uma identidade visual forte e representativa, capaz de fortalecer a presença da Adriana Maria Artes no mercado e aumentar sua competitividade.

3 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

3.1 BRANDING

Adriana Maria Artes é mais do que uma marca; é a expressão da criatividade e da resiliência de uma empreendedora que transforma desafios em oportunidades. Com um olhar atento para a personalização, ela oferece produtos únicos como bolsas, mochilas e lancheiras, que contam histórias e refletem a individualidade de cada cliente. Adriana se fundamenta na qualidade, na criatividade e na conexão emocional, prometendo não apenas acessórios, mas também memórias e momentos especiais.

(...) as marcas são construídas por pessoas que acreditam apaixonadamente nelas. De fato, muitas das melhores marcas mundiais podem estar vinculadas a uma única pessoa: Howards Schutz criou a Starbucks, Steve Jobs construiu a Apple, Pleasant Roland formou a American Girl, Richard Bronson desenvolveu a Virgin e Phil, Knight foi à força impulsionadora por trás da Nike. Os construtores de marca entendem e acreditam no poder de suas marcas. (Tybout e Calkins, 2006, p. 8)

Assim, cada detalhe é pensado para encantar, e cada peça é criada com amor, garantindo que cada cliente se sinta único e valorizado. Com um compromisso com a excelência e uma visão de empoderamento, Adriana Maria Artes está pronta para conquistar corações e transformar o ramo da personalização.

Adriana se destaca ao ouvir atentamente as necessidades de seus clientes, transformando ideias em realidade com design exclusivo e acabamentos impecáveis. Sua capacidade de adaptação e inovação, aliada a um profundo entendimento do público local, permite que ela crie produtos que realmente ressoam com a comunidade

3.2 EVOLUÇÃO DA MARCA

Adriana Maria Artes não é apenas uma marca de bolsas personalizadas; é a expressão de uma nova vida, repleta de significado, paixão e superação. Após um infarto, Adriana passou a enxergar a vida com uma intensidade transformadora. Esse acontecimento a fez refletir profundamente sobre a importância de viver com propósito e se dedicar ainda mais ao que ela ama. Esse renascimento, tanto pessoal quanto profissional, se reflete de forma clara e significativa na sua marca, que não apenas conta sua história, mas também revela a renovação de sua visão e compromisso com o seu trabalho.

Figura 1 – Evolução logo Adriana Maria Artes.



Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025.

O processo de evolução de Adriana Maria Artes pode ser claramente observado nas mudanças da logo ao longo dos anos. Inicialmente, a marca começou com um design simples, mas que carregava em si a essência do trabalho de Adriana: a personalização e o toque especial em cada peça. A primeira logo era mais modesta, representando o início da trajetória e a busca por uma identidade própria, sem muitas complexidades, mas com o foco no cuidado e no detalhe.

À medida que a marca crescia, a logo foi se refinando, refletindo o amadurecimento da própria Adriana como empresária e a ampliação do seu público. Na segunda versão, houve uma introdução de elementos mais sofisticados, mas ainda mantendo o foco na personalização e na qualidade. As formas se tornaram mais definidas, e a tipografia passou a ser mais elegante, refletindo a transformação da marca para algo mais profissional e estruturado.

Agora, com a nova logo, a mudança é radical. A decisão de criar um design completamente novo reflete a vontade de Adriana de deixar para trás o que já foi e abraçar um futuro de renovação e possibilidades infinitas. A nova logo traz um cadeado em forma de bolsa, com um coração no centro. Essa representação não apenas simboliza a segurança e a confiança que Adriana sempre proporcionou aos seus clientes, mas também reflete sua nova visão de vida: um coração aberto, cheio de paixão, dedicação e um amor profundo pelo que faz. Ao contrário da logo anteriores, que ainda refletiam um processo de transição, a nova identidade visual representa a certeza de Adriana em seguir em frente, com um novo olhar sobre a vida e o trabalho.

A transformação da logo é um reflexo de sua jornada pessoal e profissional. Enquanto as versões anteriores marcaram momentos de adaptação e crescimento, a nova logo simboliza uma mudança profunda e definitiva. Não é apenas uma questão de estética, mas de ressignificação do propósito e da paixão que Adriana tem por seu trabalho e pela vida. A marca agora está completamente alinhada com sua nova visão e valores, representando uma reviravolta no seu caminho, algo novo e audacioso.

Essa mudança não é apenas visual, mas também emocional. A nova identidade visual traz consigo a celebração da vida e da renovação. Com cada bolsa personalizada, Adriana Maria Artes agora oferece mais do que um simples produto; oferece uma expressão de resiliência, amor e transformação. A marca se fortalece com essa renovação, refletindo não só a evolução de Adriana, mas também a energia positiva e a autenticidade com que ela se dedica a cada criação.

Slogan “Personalizando Histórias, Criando Memórias” – este slogan reflete a essência da personalização e o impacto emocional dos produtos, reforçando a proposta da Adriana Maria Artes de transformar cada peça em algo único e memorável.

A construção da identidade visual é um ponto essencial para a comunicação da marca. A tipografia escolhida é moderna e amigável, transmitindo um toque artesanal combinado com a modernidade do momento. Os elementos gráficos são inspirados nas vivências e na paixão da criadora pelo trabalho, representando a imagem de Adriana Maria Artes e todo o amor dedicado a cada criação.

Valores da Marca Os valores da Adriana Maria Artes guiam todas as decisões de criação e relacionamento com o cliente:

1. Criatividade: Cada produto é uma obra única, refletindo o estilo e a personalidade do cliente com temas atuais.
2. Qualidade: Compromisso com materiais duráveis e acabamentos impecáveis, além de todo o carinho depositado em cada peça.
3. Empoderamento: Inspirar outras mulheres a empreender e acreditar em seu potencial através da costura, promovendo a valorização do trabalho artesanal.

A comunicação da marca é voltada principalmente para redes sociais, especialmente o Instagram, onde o público-alvo é mais ativo. A estratégia inclui o compartilhamento de fotos do processo de personalização, depoimentos de clientes satisfeitos e dicas de cuidados com as bolsas, criando uma conexão próxima e transparente com os seguidores.

As bolsas personalizadas são apresentadas de forma que agreguem valor ao produto, reforçando a qualidade e o cuidado com cada detalhe, além de representar o desejo do cliente por algo feito sob medida.

Experiência do Cliente Para proporcionar uma experiência completa, a Adriana Maria Artes investe em:

- **Atendimento Personalizado:** Consultas para entender as necessidades dos clientes e criar produtos exclusivos e sob medida.
- **Programas de Fidelidade:** Recompensar clientes frequentes com descontos ou produtos exclusivos, incentivando a continuidade do relacionamento com a marca.

Essa abordagem integrada visa não apenas fortalecer a identidade visual da Adriana Maria Artes, mas também criar uma conexão emocional com os clientes, aumentando a fidelidade e promovendo o crescimento sustentável da marca.

3.3 PROBLEMATIZAÇÃO

A marca de Adriana Maria Artes, embora representativa e com um forte vínculo com os valores da marca, enfrenta a necessidade de se modernizar para acompanhar as mudanças do mercado. Com a crescente evolução das tendências de design e as novas expectativas dos consumidores, é essencial que a identidade visual da marca se adapte a um contexto mais atual e dinâmico. A atualização da marca não apenas tornaria a marca mais atrativa visualmente, mas também ajudaria a fortalecer sua presença no mercado, conectando-se de forma mais eficaz com o público-alvo. Assim, surge a necessidade de repensar a marca, incorporando elementos mais contemporâneos, sem perder a essência que a torna única e fiel aos seus valores.

3.4 PÚBLICO ALVO

O público-alvo da **Adriana Maria Artes** é composto por pais que buscam produtos personalizados para seus filhos, como bolsas e lancheiras exclusivas para festas e eventos infantis, além de noivas que desejam detalhes únicos e

personalizados para seu casamento. A marca também atende clientes que valorizam produtos artesanais e personalizados, buscando peças que expressem afeto e identidade. Com idades entre 25 e 45 anos, principalmente mães e organizadores de eventos, esse público busca qualidade e exclusividade, priorizando a personalização de bolsas, lancheiras e outros itens para tornar seus eventos ainda mais especiais e cheios de significado.

3.5 ESTUDO DE SIMILARES

A análise de marcas similares é uma estratégia utilizada para obter uma compreensão mais aprofundada sobre a forma como o mercado de setores relacionados ao programa se expressa visualmente. Esse estudo permite identificar quais elementos visuais são mais recorrentes, contribuindo para a criação de um design que se sobressaia, mas que, ao mesmo tempo, mantenha a coerência com as expectativas e padrões estabelecidos dentro daquela categoria específica.

Segundo Löbach (2001), o estudo de similares é uma etapa fundamental na análise de problemas dentro da metodologia de design. Esse processo permite investigar produtos existentes com funções semelhantes, identificando padrões, materiais e soluções já aplicadas, o que contribui para a criação de produtos inovadores e alinhados às expectativas do mercado. Para essa pesquisa, foram selecionadas duas empresas que também trabalham no ramo da personalização de bolsas aos entornos da Adriana Maria Artes: EXPRX gráfica e a Dona Coroca Personalizados.

Figura 2 – LOGO EXPR'X



Figura 3 – LOGO DONA COROCA BRINDES



Fonte: Retirada do instagram (@exprx)

Fonte: Retirada do instagram (@donacorocabrindes)

EXPRESX

A EXPRESX é uma empresa especializada na criação e comercialização de produtos personalizados, atendendo a uma ampla gama de necessidades e preferências dos seus clientes. Dentre os itens exclusivos oferecidos, destacam-se as bolsas personalizadas, que ganham cada vez mais popularidade entre os consumidores que buscam praticidade e estilo único. Ao focar na personalização e na qualidade, a EXPRESX se posiciona como uma concorrente direta da Adriana Maria Arte, em Camocim, Pernambuco, que também oferece produtos exclusivos e personalizados, incluindo bolsas, conquistando a preferência de um público que valoriza o diferencial e a originalidade.

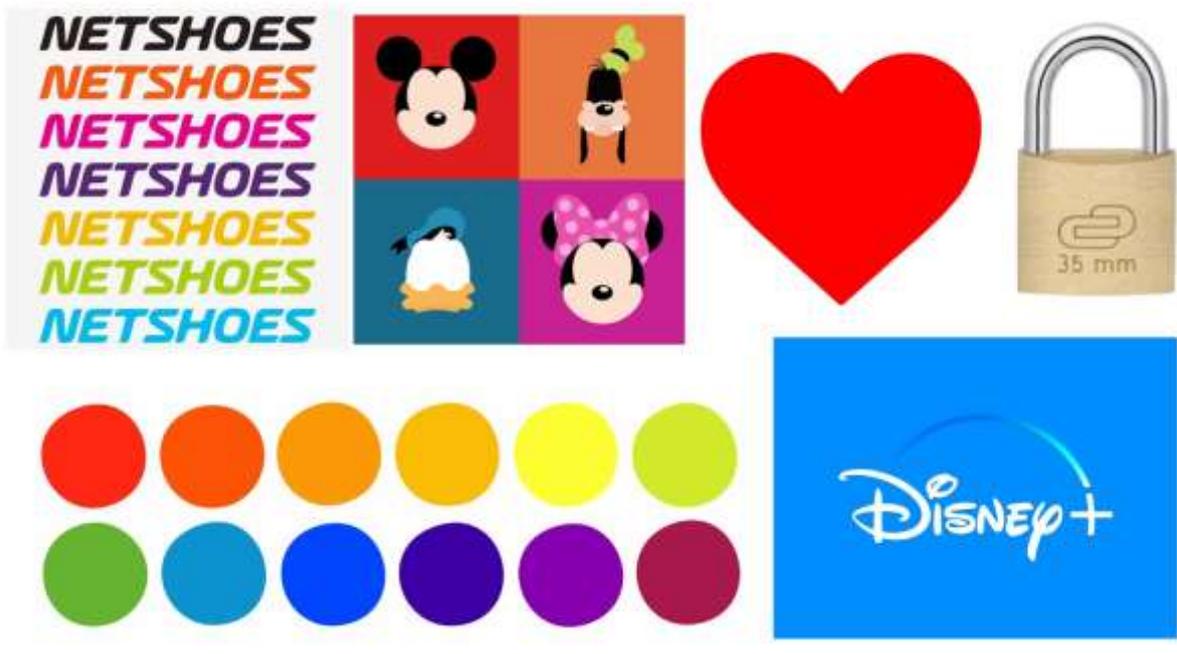
DONA COROCA

A Dona Coroca Brindes é uma empresa localizada na cidade de Bezerros, especializada na produção e comercialização de produtos personalizados. Com um portfólio diversificado, que inclui desde brindes corporativos até itens exclusivos para eventos especiais, a empresa tem conquistado o mercado local e regional. Embora esteja situada em uma cidade diferente, Dona Coroca Brindes se apresenta como uma concorrente de peso no setor de personalização, oferecendo um toque único e criativo em seus produtos. Sua atuação também abrange itens como bolsas e outros acessórios personalizados, colocando-a como uma concorrente direta no mesmo nicho de mercado que empresas como a EXPRESX, que atua em regiões próximas.

3.6 PAINEL SEMÂNTICO

A análise de similares foi crucial para compreender as tendências do mercado e as necessidades específicas do setor de personalização de produtos, permitindo a criação de uma identidade visual para **Adriana Maria Artes**. A busca por referências visuais, embora não diretamente ligadas ao mesmo nicho de mercado, focou em elementos, formas e cores que convergiam com a visão inicial da marca. Entre as inspirações mais relevantes, destacam-se o minimalismo da **Netshoes**, que trouxe a ideia de um design clean e moderno, e a magia e a essência da **Disney**, que serviu como principal referência para transmitir uma sensação de encanto e exclusividade.

Figura 4 – PAINEL SEMÂNTICO



Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025.

Essas influências foram essenciais para a elaboração do painel semântico (moodboard), que reflete a estética desejada para a identidade visual. O painel reúne imagens e elementos que transmitem a essência do estilo que a **Adriana Maria Artes**

busca comunicar: produtos personalizados, artesanais e exclusivos, com foco em transmitir carinho, criatividade e autenticidade. A combinação do minimalismo, que evoca sofisticação e clareza, com a abordagem lúdica e encantadora da Disney, reflete a proposta da marca de oferecer peças únicas que encantam e emocionam seus clientes.

Na concepção do painel semântico, foram selecionados designs que capturam a essência do trabalho da marca, reforçando a ideia de personalização e exclusividade. Essa fase foi fundamental para garantir que a identidade visual de **Adriana Maria Artes** estivesse em sintonia com a percepção do público-alvo e com os valores que a marca deseja transmitir, consolidando seu posicionamento no mercado local e fortalecendo sua conexão com os clientes.

3.7 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

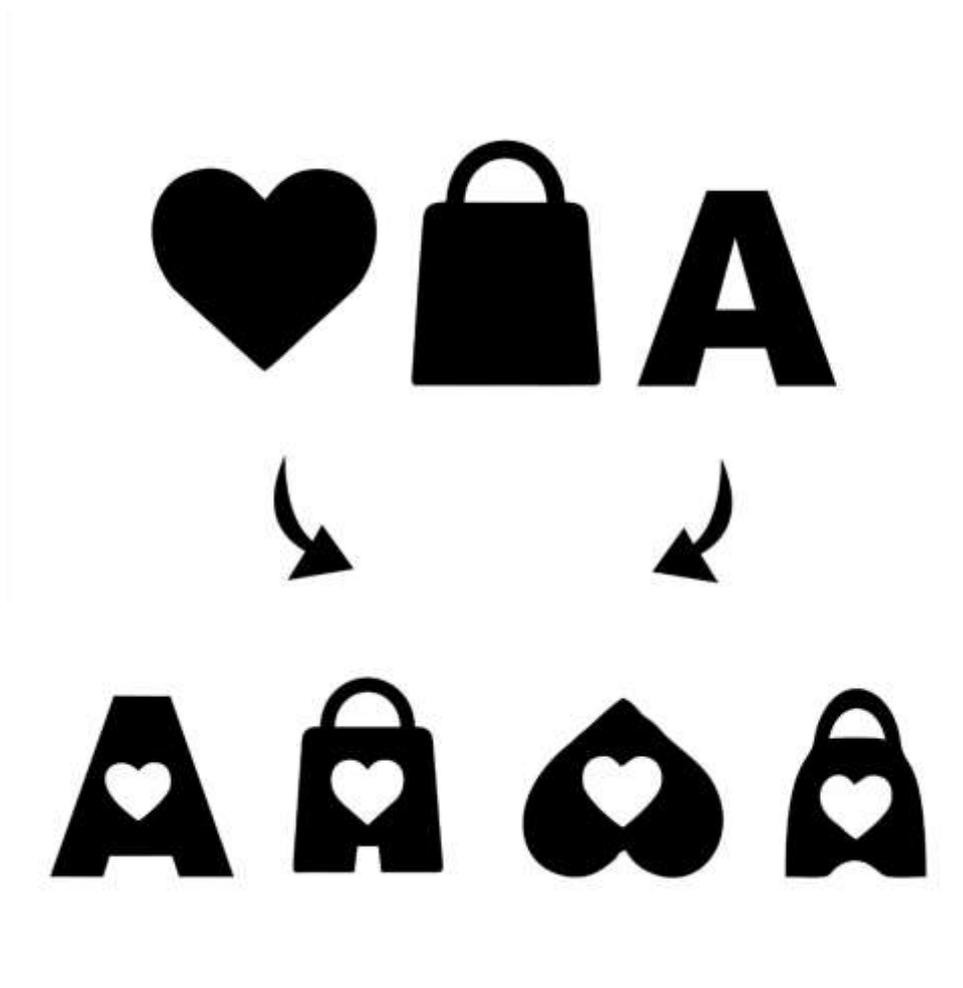
Foram realizadas diversas gerações de alternativas criativas durante o processo de desenvolvimento da marca de Adriana Maria Artes, com o objetivo de encontrar uma solução visual que não apenas transmitisse a essência da marca, mas também refletisse seus valores fundamentais. O desafio estava em traduzir de maneira gráfica os conceitos de fidelidade, confiança, amor e dedicação, elementos centrais para a empresa.

“Quando entramos no mundo do design de marcas, sempre nos deparamos com a ideia de que o
“menos é mais” Salcio Branding, 2023

Com isso, foram criados e explorados vários vetores de formas e elementos que pudessem comunicar de maneira visual esses valores. Diversos símbolos e formas foram testados, buscando capturar a essência do trabalho artesanal e da relação próxima com o cliente. O cadeado, por exemplo, foi escolhido como símbolo de confiança e segurança, representando o compromisso da marca em entregar não apenas um produto, mas uma experiência segura e confiável para os seus clientes. Já o coração foi incorporado para simbolizar o carinho, a dedicação e o amor com que cada peça é criada, mostrando que cada encomenda é feita com cuidado e atenção aos detalhes.

Esses dois elementos - o cadeado e o coração - foram cuidadosamente trabalhados para formar, de maneira sutil, a letra "A", inicial de Adriana Maria Artes. Esse jogo de formas não apenas criou uma identidade visual única, mas também uniu simbolicamente os pilares de confiança e carinho, valores que Adriana preza e transmite através de seus produtos. A letra "A", que agora está associada à sua marca, reflete tanto a solidez no compromisso com os clientes quanto a paixão pela criação de peças personalizadas, mostrando que o sucesso da marca é fundamentado na dedicação e no amor pelo que se faz.

Figura 5 – Geração de Alternativas



Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025.

Além de unir esses elementos, cada vetor e forma criada ao longo do processo buscou não apenas ser visualmente agradável, mas também funcional e versátil, permitindo a aplicação da marca em diferentes plataformas e materiais, sem perder sua clareza e impacto. O resultado final é uma identidade visual que não só cumpre seu papel de comunicação, mas que também fortalece a conexão emocional com o público-alvo, refletindo a autenticidade, a paixão e a confiança que definem Adriana Maria Artes.

3.8 TESTE DE SOLUÇÕES PRELIMINARES

No teste de solução preliminar, após diversas tentativas e ajustes, a marca de Adriana Maria Artes foi aprimorada para refletir a identidade da marca de maneira única e impactante. A grande novidade dessa etapa foi a integração da fonte "Nordique Pro Cyrillic Bold" diretamente à logo principal, uma escolha cuidadosa que trouxe um toque moderno e elegante ao design. Essa tipografia foi escolhida por sua sofisticação e pela sua capacidade de reforçar a autenticidade da marca, alinhando-se perfeitamente ao conceito de exclusividade e qualidade que Adriana Maria Artes busca transmitir.

Figura 6 – TESTE DE SOLUÇÕES PRELIMINARES



Com a adição dessa fonte, o nome da marca ganha um destaque visual marcante, complementando os elementos gráficos da marca, como o cadeado e o coração. A combinação entre a tipografia moderna e as cores chapadas traz uma sensação de solidez e clareza, tornando a identidade visual mais coesa e memorável. As cores chapadas, com sua versatilidade e facilidade de aplicação, garantem que a marca seja visualmente impactante, seja em materiais impressos, redes sociais ou outros suportes.

Juntas, a tipografia e os elementos gráficos criam uma harmonia perfeita, transmitindo com precisão os valores de confiança, amor e cuidado que Adriana Maria dedica a cada produto. O resultado é uma identidade visual forte e inesquecível, capaz de conectar emocionalmente com os clientes e de se destacar no mercado, refletindo o compromisso da marca com a qualidade e a personalização de cada peça.

4 DETALHAMENTO TÉCNICO E ESPECIFICOS

4.1 CONSTRUÇÃO DA MARCA

A construção do logotipo de Adriana Maria Artes foi um processo cuidadosamente pensado para transmitir de forma clara e impactante os valores fundamentais da marca. A decisão de centralizar todos os elementos da logo garantiu equilíbrio e harmonia visual, criando uma composição coesa e forte. Nesse processo, foi levado em consideração o conceito de “design funcional” discutido por Lobach (2017), que enfatiza a importância de o design não apenas ser esteticamente agradável, mas também eficaz na comunicação de valores e emoções.

No centro da marca, o coração foi colocado estrategicamente, simbolizando o amor e a dedicação com que cada peça é criada. O coração reflete o carinho e o cuidado que Adriana Maria Artes dedica a cada detalhe de seu trabalho, algo que é essencial para a construção de uma marca autêntica e de conexão com os clientes. Esse elemento central transmite a emoção e a conexão pessoal que a marca busca criar com cada um dos seus clientes, transmitindo a ideia de que cada produto é feito com atenção e afeto.

Figura 7 – CONSTRUÇÃO DA MARCA



Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025.

Ao lado do coração, a letra "A", que assume o formato de um cadeado, foi incorporada com o objetivo de representar a fidelidade e a confiança estabelecida com os clientes, dois pilares essenciais para o sucesso da marca. O cadeado, como símbolo de segurança e confiança, reflete a credibilidade que Adriana Maria Artes construiu ao longo do tempo, criando uma conexão sólida e duradoura com seus consumidores. A escolha desse símbolo se alinha à visão de Lobach sobre a importância de o design de uma marca criar uma narrativa visual que ressoe com seu público de maneira direta e impactante.

A união desses dois elementos — o coração e o cadeado — foi feita de maneira harmoniosa, com linhas bem definidas e integradas. O resultado é uma identidade visual sólida, cheia de significado e que comunica tanto o compromisso com a qualidade quanto o afeto e a dedicação que definem o trabalho de Adriana Maria Artes.

“O estilo minimalista visa usar apenas o essencial. Por isso, creio que criar algo eficaz requer um um pensamento estratégico muito maior que tentar fazer um produto de suposta eficiência total....”

A construção do logotipo não só reflete os valores da marca através do minimalismo, mas também garante uma identidade visual forte e eficiente, capaz de se conectar emocionalmente com os clientes e se destacar no mercado, cumprindo, assim, os princípios de eficácia no design, como proposto por Lobach (2017).

Figura 8 – CONSTRUÇÃO DA MARCA

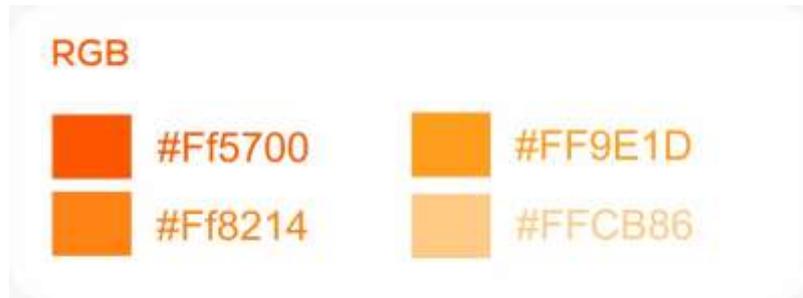


Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025

4.2 PALETA DE CORES

A paleta de cores escolhida para a nova identidade visual de Adriana Maria Artes foi cuidadosamente pensada para refletir as qualidades que definem a marca. A escolha de vários tons de laranja, com sua variedade de nuances vibrantes, representa a energia, o dinamismo e a criatividade que estão no cerne de cada criação. Essa cor foi selecionada por seu significado profundo e sua capacidade de transmitir emoções poderosas, refletindo com precisão a essência da empresa.

Figura 9 – PALETA DE CORES



Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025.

O laranja, como cor principal da paleta, foi escolhido por sua ligação com a vitalidade e a energia, características essenciais para Adriana Maria Artes. Essa cor evoca uma sensação de alegria e entusiasmo, aspectos que são evidentes no trabalho dedicado e apaixonado que Adriana realiza. Ela transmite a ideia de um processo criativo constante, cheio de inovação e originalidade. O uso do laranja, com suas tonalidades diversificadas, também remete à diversidade e ao caráter único de cada peça, enfatizando que cada produto é feito com um toque personalizado, refletindo o estilo e os desejos dos clientes.

Figura 10 – PALETA DE CORES



Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025.

Além de simbolizar a vitalidade e a criatividade, o laranja é uma cor que carrega em si a força do otimismo e a positividade. Esses valores estão presentes em todos os aspectos da marca, desde o relacionamento com os clientes até o próprio processo de criação dos produtos. A escolha de diferentes tons de laranja — do mais

suave ao mais intenso — visa criar uma paleta que seja tanto moderna quanto acolhedora, capaz de atrair e envolver o público-alvo de forma genuína. O contraste entre as tonalidades permite uma aplicação visual flexível e dinâmica, ideal para ser aplicada em diversos contextos e plataformas, como redes sociais, materiais promocionais e embalagens.

Essa paleta de cores não apenas traz um toque contemporâneo e atrativo à identidade visual de Adriana Maria Artes, mas também reforça seus valores centrais: amor, dedicação, inovação e a busca constante pela criação de peças que encantam e emocionam. A escolha do laranja e seus tons também fortalece a conexão emocional com os clientes, criando uma marca que é memorável e que transmite de maneira visual a paixão e o carinho com que cada produto é feito. Dessa forma, a paleta de cores se torna uma extensão do próprio trabalho de Adriana Maria Artes, ajudando a criar uma identidade visual forte, coesa e fiel aos princípios da marca.

4.3 FONTE

A fonte **Nordique Pro Cyrillic Bold** foi escolhida de maneira estratégica para representar a escrita de **Adriana Maria Artes**, pois ela oferece a combinação perfeita de modernidade e elegância. Seus traços fortes e marcantes conferem um visual sofisticado, transmitindo uma sensação de confiança e profissionalismo que está totalmente alinhada com a proposta da marca: oferecer produtos personalizados de alta qualidade, criados com extremo cuidado e dedicação.

Figura 11 – FONTE

Nordique Pro Cyrillic Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxywz

Fonte: Arte desenvolvida pelo autor do projeto, 2025

O uso dessa tipografia no logotipo não apenas proporciona um toque contemporâneo, mas também estabelece uma identidade visual sólida e única, que facilita o reconhecimento da marca em diversos meios. A escolha dessa fonte foi pensada para garantir que o nome **Adriana Maria Artes** se destaque, tornando-se uma marca forte e memorável.

Além disso, o **Nordique Pro Cyrillic Bold** será a **única e exclusiva fonte** a ser utilizada em todos os designs e materiais que venham a representar a marca no futuro. Isso inclui desde o logotipo, materiais promocionais, postagens em redes sociais até embalagens e qualquer outro recurso gráfico. A exclusividade dessa tipografia cria uma uniformidade visual que reforça a identidade da marca, mantendo uma presença coesa e consistente em todas as plataformas e pontos de contato com o público.

Essa decisão de utilizar uma única fonte reflete a visão de Adriana Maria Artes em criar uma marca que seja facilmente reconhecida e associada à qualidade, paixão e personalização. A tipografia escolhida não só fortalece a presença da marca no mercado, mas também contribui para que cada criação transmita, de forma clara, o amor e o cuidado dedicados a cada produto. A exclusividade da fonte faz com que a identidade visual seja ainda mais única, reforçando a ideia de que cada peça criada pela marca é especial e feita com dedicação.

4.4 APRESENTAÇÃO DA MARCA

Com a proposta finalizada e validada através de ajustes detalhados, **Adriana Maria Artes** apresenta sua nova identidade visual de forma completa e refinada, destacando todos os elementos que compõem a marca. A nova logo, cuidadosamente desenvolvida, reflete a essência de personalização e exclusividade da marca, mantendo uma estrutura simples, mas com forte impacto visual. Para garantir um contraste mais vibrante e uma estética envolvente, as cores foram modificadas para tons de **laranja**, transmitindo energia, criatividade e entusiasmo, que são características essenciais da marca.

A tipografia selecionada para a identidade visual foi a **Nordique Pro Cyrillic Bold**, uma fonte moderna e robusta que complementa as formas e o conceito de exclusividade da marca. Seus traços fortes e formas equilibradas trazem uma unidade visual harmoniosa com os outros elementos da logo e da identidade, além de permitir uma flexibilidade para futuras aplicações.

“Clareza e Foco: O design minimalista elimina elementos desnecessários, permitindo que a mensagem principal da marca se destaque. Isso ajuda os utilizadores a focarem-se no que realmente importa, tornando a experiência mais intuitiva.”

Benjamin Flower Design, 2023

O **painel**, criado para ilustrar o conceito visual da marca, apresenta as imagens e referências que definem o estilo desejado para a marca. Nele, elementos como o minimalismo e o design clean são combinados com a sensação de aconchego e carinho que a **Adriana Maria Artes** deseja transmitir, criando um ambiente visualmente acolhedor e envolvente. As imagens selecionadas reforçam a ideia de personalização, autenticidade e qualidade, que são os pilares da marca.

Figura 12 – APRESENTAÇÃO DA MARCA



Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025

A nova logo, agora finalizada, foi pensada para ser simples, mas com um significado profundo, representando não apenas o trabalho artesanal, mas também o compromisso com a exclusividade e a criatividade. A utilização de tons de laranja na logo e na identidade visual contribui para a criação de uma atmosfera vibrante e acolhedora, que comunica dinamismo e inovação, ao mesmo tempo que permanece fiel à proposta de uma marca artesanal, feita com amor e dedicação.

Esse painel semântico e a identidade visual resultante refletem a visão da **Adriana Maria Artes**, garantindo que todos os elementos da marca se conectem de maneira clara e impactante, deixando uma impressão duradoura em todos que interagem com a marca.

5 APLICAÇÕES DA MARCA E MANUAL TÉCNICO

A finalização e implementação da marca **Adriana Maria Artes** representaram um marco importante na consolidação de sua identidade visual. Após a conclusão do design da logo e o detalhamento de seus elementos gráficos, a marca foi aplicada em diversos materiais e plataformas, garantindo sua visibilidade e reconhecimento. A primeira fase de implementação incluiu a adaptação da logo para objetos essenciais, como camisas, bonés e agendas, criando uma presença física da marca em produtos utilizados no dia a dia, de modo a reforçar sua identidade e conexão com os clientes.

Além disso, a identidade visual foi estendida para as redes sociais, onde a marca foi promovida de forma estratégica, com o uso de elementos gráficos consistentes, para alcançar e engajar um público mais amplo. Cartões de visitas também foram criados, estabelecendo uma comunicação profissional e visualmente atraente, o que facilitou o relacionamento com clientes e parceiros de negócios.

A aplicação da nova identidade visual em múltiplos pontos de contato com o público ajudou a consolidar a **Adriana Maria Artes** no mercado local. Esse processo

de implementação foi guiado por um manual de marca, desenvolvido para garantir a consistência no uso dos elementos visuais em diferentes formatos e meios. A partir desse momento, a marca se solidificou como uma referência no segmento de personalização, garantindo não apenas uma presença forte no mercado, mas também uma comunicação clara e eficaz de seus valores de exclusividade e criatividade.

1. **Camisa** A primeira aplicação da nova identidade visual foi nas camisas, que passaram a refletir a essência da marca. Foram criadas peças personalizadas com a logo estrategicamente posicionada, garantindo elegância e profissionalismo. O design das camisas reforça a identidade da Adriana Maria Artes, proporcionando uma conexão visual direta com clientes e colaboradores.

Figura 13 – APLICAÇÕES DA MARCA CAMISAS



Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025

2. **Boné** Seguindo a linha de fortalecimento da identidade, os bonés foram personalizados com a marca, tornando-se um item promocional e de uso diário. A aplicação do logotipo e das cores institucionais garantiu um acessório estiloso e funcional, reforçando a presença da Adriana Maria Artes em eventos e no dia a dia dos clientes.

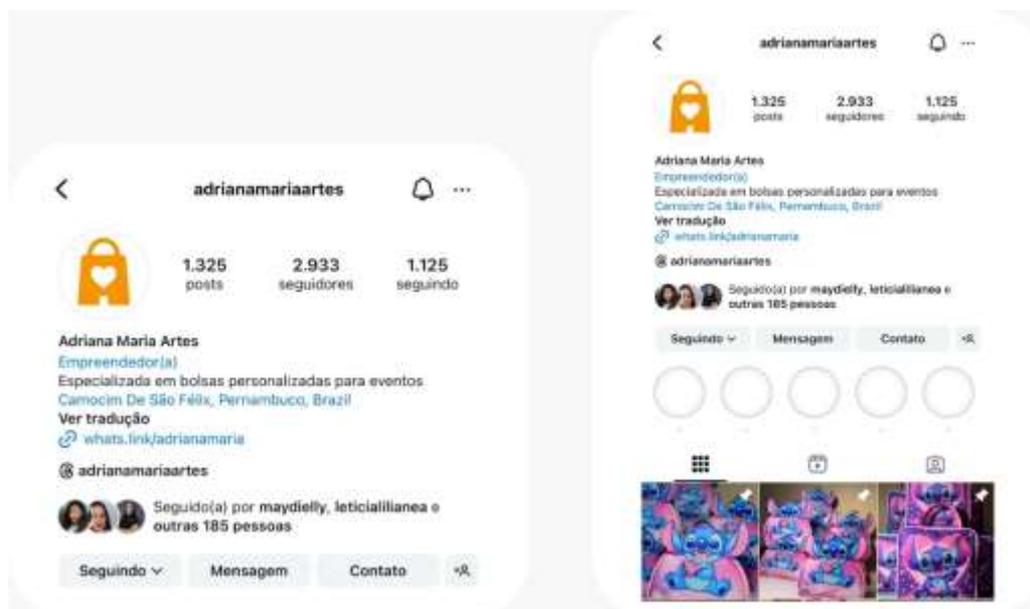
Figura 14 – APLICAÇÕES DA MARCA BONÉ



Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025

3. **Instagram** A identidade visual foi estrategicamente adaptada exclusivamente para o Instagram, garantindo uma presença digital coesa e impactante nessa plataforma. Foram desenvolvidos templates personalizados, padronização de cores e tipografia para postagens, além da criação de destaques e identidade visual para stories e feed. Esse trabalho permitiu que a marca se destacasse e engajasse melhor com seu público, mantendo uma comunicação visual consistente e profissional dentro do Instagram.

Figura 15 – APLICAÇÕES DA MARCA INSTAGRAM



Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025

4. **Cartão de Visita** O cartão de visita foi elaborado com um design sofisticado e alinhado à identidade visual da marca. Com uma apresentação profissional e elegante, o cartão facilita o contato com clientes e parceiros, reforçando a credibilidade da Adriana Maria Artes e proporcionando uma excelente primeira impressão.

Figura 16 – APLICAÇÕES DA MARCA CARTÃO DE VISITA



Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025

5. **Agenda para marcação de encomendas** Como parte essencial da organização dos pedidos e do atendimento aos clientes, foi criada uma agenda personalizada. Além de trazer a identidade visual da marca, a agenda se tornou uma ferramenta funcional para a gestão das encomendas, otimizando o processo de produção e garantindo um melhor acompanhamento dos prazos.

Figura 17 – APLICAÇÕES DA MARCA AGENDA



Fonte: Desenvolvido pelo autor do projeto, 2025

A aplicação da nova identidade visual em múltiplos pontos de contato com o público ajuda a consolidar a Adriana Maria Artes no mercado local. Esse processo de implementação foi guiado por um manual de marca, desenvolvido para garantir a consistência no uso dos elementos visuais em diferentes formatos e meios. A partir desse momento, a marca se solidificou como uma referência no segmento de personalização, garantindo não apenas uma presença forte no mercado, mas também uma comunicação clara e eficaz de seus valores de exclusividade e criatividade.

6 CONCLUSÃO

Em conclusão, o redesign da marca Adriana Maria Artes representa um passo estratégico e essencial para o fortalecimento e crescimento do empreendimento. A reformulação da identidade visual da marca é fundamental para sua modernização, alinhando-a com as tendências atuais de mercado e permitindo que ela se conecte de maneira mais eficaz com novos públicos. A importância desse redesenho vai além de uma mera atualização estética, pois ele traz consigo a transformação da percepção do público sobre a marca e seus produtos personalizados.

Através da criação de uma identidade visual mais contemporânea, com elementos que traduzem valores como inovação, sofisticação e exclusividade, a marca se posiciona de maneira mais assertiva no mercado, ampliando seu alcance e atraindo um público diversificado. A modernização da imagem também fortalece a identificação do consumidor com a marca, gerando uma relação mais sólida e duradoura. Além disso, o novo design proporciona maior flexibilidade e adaptabilidade nas futuras produções e personalizações, atendendo com mais precisão às necessidades dos clientes e permitindo novas oportunidades de negócios.

Outro ponto relevante é o impacto que essa mudança pode ter na competitividade do mercado, uma vez que, ao se apresentar de forma mais atualizada e atrativa, a marca se diferencia das demais, gerando um maior apelo visual e emocional para o público-alvo. A reformulação visual de Adriana Maria Artes não se limita apenas a melhorar a percepção de seus produtos, mas também fortalece sua presença no mercado, ampliando suas possibilidades de crescimento e desenvolvimento. Em suma, o redesenho da marca é uma ação estratégica que, além de transformar a imagem da empresa, abre portas para um futuro promissor, consolidando a Adriana Maria Artes como uma marca relevante e inovadora no segmento de bolsas personalizados.

REFERÊNCIAS

(...) as marcas são construídas por pessoas que acreditam apaixonadamente nelas. De fato, muitas das melhores marcas mundiais podem estar vinculadas a uma única pessoa: Howards Schutz criou a Starbucks, Steve Jobs construiu a Apple, Pleasant Roland formou a American Girl, Richard Bronson desenvolveu a Virgin e Phil, Knight foi à força impulsionadora por trás da Nike. Os construtores de marca entendem e acreditam no poder de suas marcas. (Tybout e Calkins, 2006, p. 8)

“Todo o processo de design é tanto um processo criativo como um processo de solução de problemas.” (LÖBACH, 2001, p. 141)

“(...) O branding vai muito além da identidade visual ou logotipo da empresa. Ele tem como principal missão fazer com que o cliente tenha carinho ao usar/consumir aquela marca. O branding pode ser idealizado também como um tipo de promessa que a empresa se compromete a fazer aos consumidores, fornecendo serviços e atribuições ao cliente. Através dele é que se consegue projetar a identidade da marca, aquela responsável por se fixar na mente das pessoas. (RIBEIRO, 2017, p. única)

“ O grande segredo da Disney para encantar seus clientes é a fantástica atenção aos detalhes. A Disney foca em oferecer a melhor experiência possível em todos os pontos de contato com o cliente, indo muito além dos seus serviços e produtos.” (The Disney Institute, 2001 , p. 97)

"O Problema do Minimalismo no Design de Marcas". *Salcio Branding*, 2023. Disponível em: <https://salcio.com.br/o-problema-do-minimalismo-no-design-de-marcas/>. Acesso em: [15 de fevereiro 2025].

"A Cultura do Minimalismo no Design". *Portal Nosso Meio*, 2021. Disponível em: <https://nossomeio.com.br/a-cultura-do-minimalismo-no-design/>. Acesso em: [15 de fevereiro 2025].

"Vantagens e Desvantagens da Abordagem Minimalista no Design". *Benjamin Flower Design*, 2023. Disponível em: <https://benjaminflower.design/vantagens-e-desvantagens-da-abordagem-minimalista-no-design/>. Acesso em: [17 de fevereiro 2025].

APÊNDICE A – MANUAL DE MARCA



sumário

01	-----	O que é um manual de Marca ?
02	-----	Sobre o Projeto
03	-----	O Logotipo
04	-----	Construção do Logotipo
05	-----	Limite de Redução
06	-----	Padrão Cromático
07	-----	Variações Monocromáticas
08	-----	Tipografia Principal
09	-----	Elementos de Marca
10 a 14	-----	Aplicações
Materiais de Trabalho (INTERNO) e Rede Social (INSTAGRAM)		

01

O que é um manual de marca ?

Um manual de marcar é um guia que define como usar uma identidade visual da marca de forma consistente, incluindo logo, cores, tipografia e tom de comunicação. Ele assegura uma aplicação uniforme, reforçando a imagem e os valores da marca,

02

SOBRE O PROJETO

Adriana Maria Artes é um empreendimento de bolsas personalizadas, criado por Adriana, que combina criatividade, dedicação e carinho em cada peça. A marca oferece produtos únicos, feitos sob medida para refletir a personalidade e estilo de cada cliente. Em busca de se atualizar e modernizar, Adriana Maria Artes passará por uma mudança na logo, refletindo a evolução da marca e sua renovação para um design mais contemporâneo e alinhado com a nova visão do empreendimento.

03

O LOGOTIPO



A nova logomarca de Adriana Maria Artes traz um design moderno e simbólico, com um cadeado em forma de bolsa e um coração no centro. Essa mudança reflete a renovação da marca, transmitindo segurança, confiança e a paixão de Adriana pelo seu trabalho. A logo simboliza não apenas a evolução da marca, mas também o renascimento pessoal e profissional da fundadora, alinhando-se à nova visão mais atual e cheia de significado.

04

CONSTRUÇÃO DO LOGOTIPO



A nova marca de Adriana Maria Artes foi projetada com linhas simples e elegantes. O cadeado em forma de bolsa e o coração no centro são representados de maneira fluida e harmônica, transmitindo acolhimento e segurança. O design minimalista reflete a paixão e dedicação da marca, criando uma identidade visual moderna e emocionalmente conectada ao público.

05

LIMITE DE REDUÇÃO



O limite de redução da nova marca foi definido para garantir legibilidade e clareza em tamanhos menores. Mesmo em escalas reduzidas, o cadeado e o coração permanecem reconhecíveis, preservando a essência e integridade da identidade visual junto a fonte.

06

PADRÃO CROMÁTICO



	#Ff5700
	#Ff8214
	#FF9E1D
	#FFCB86

O padrão cromático da nova marca usará tons de laranja chapados, transmitindo energia e criatividade. A uniformidade nas cores garante consistência e modernidade na identidade visual.

07

VARIAÇÕES MONOCROMÁTICAS



adriana
maria
artes



adriana
maria
artes

O padrão cromático da nova marca usará tons de laranja chapados, transmitindo energia e criatividade. A uniformidade nas cores garante consistência e modernidade na identidade visual.

08

TIPOGRAFIA PRINCIPAL

Nordique Pro Cyrillic Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyz

abcdefghijklmnopqrstuvxyz

A tipografia da nova marca será utilizada exclusivamente para a logo. Com fontes modernas e sem serifa, ela foi escolhida para garantir clareza, sofisticação e um visual contemporâneo, complementando perfeitamente o design da identidade visual.

09

ELEMENTOS DA MARCA



O cadeado simboliza a fidelidade e confiança com os clientes, o coração representa o amor e a paixão pelo trabalho, e o "A" no design simboliza a renovação da marca, refletindo sua nova fase. Juntos formam a nova marca .

10

APLICAÇÕES

Camisa



11

APLICAÇÕES

Boné



12

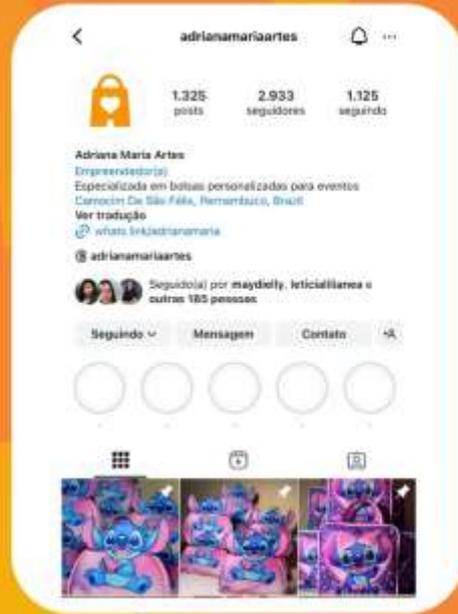
APLICAÇÕES

Agenda



APLICAÇÕES

Rede social principal / Instagram



APLICAÇÕES

Cartão de Visita

