

**CENTRO UNIVERSITÁRIO BARÃO DE MAUÁ  
DESIGN GRÁFICO**

**LEONARDO DE BARROS FALCONI  
MELISSA SOARES NUNES DA SILVA  
THIAGO RIBAS FERREIRA  
VALTER ROBERTO MARTINS FILHO**

**PROJETO INTEGRADOR DO QUARTO MÓDULO DE DESIGN GRÁFICO  
EIXO TEMÁTICO: DESIGN APLICADO À MÍDIA DIGITAL  
LOST COSMO**

**Ribeirão Preto  
2022**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO BARÃO DE MAUÁ**  
**DESIGN GRÁFICO**

**LEONARDO DE BARROS FALCONI**  
**MELISSA SOARES NUNES DA SILVA**  
**THIAGO RIBAS FERREIRA**  
**VALTER ROBERTO MARTINS FILHO**

**PROJETO INTEGRADOR DO QUARTO MÓDULO DE DESIGN GRÁFICO**  
**EIXO TEMÁTICO: DESIGN APLICADO À MÍDIA DIGITAL**  
**LOST COSMO**

Trabalho de conclusão de semestre do curso tecnólogo de Design Gráfico do Centro Universitário Barão de Mauá para a disciplina de Projeto Integrador — eixo temático de Design Aplicado à Mídia Digital.

Orientador: Esp. Paulo Eduardo Canedo Nabas

**Ribeirão Preto**

**2022**

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

L89

Lost Cosmo/ Leonardo de Barros Falconi; Melissa Soares Nunes da Silva; Thiago Ribas Ferreira; Valter Roberto Martins Filho - Ribeirão Preto, 2022.

28 p.il

Trabalho de conclusão do curso de Design Gráfico do Centro Universitário Barão de Mauá

Orientador: Me. Paulo Eduardo Canedo Nabas

1. Site 2. Portfólio 3. Mídia digital I. Falconi, Leonardo de Barros II. Silva, Melissa Soares Nunes da III. Ferreira, Thiago Ribas IV. Martins Filho, Valter Roberto V. Nabas, Paulo Eduardo Canedo VI. Lost Cosmo

CDU 7.05

Bibliotecária Responsável: Maria Gabriela Farias Cobianchi CRB<sup>8</sup> 9914

**LEONARDO DE BARROS FALCONI  
MELISSA SOARES NUNES DA SILVA  
THIAGO RIBAS FERREIRA  
VALTER ROBERTO MARTINS FILHO**

**PROJETO INTEGRADOR DO QUARTO MÓDULO DE DESIGN GRÁFICO  
EIXO TEMÁTICO: DESIGN APLICADO À MÍDIA DIGITAL  
LOST COSMO**

Trabalho de conclusão de semestre do curso tecnólogo de Design Gráfico do Centro Universitário Barão de Mauá para a disciplina de Projeto Integrador — eixo temático de Design Aplicado à Mídia Digital.

Data de aprovação: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Paulo Eduardo Canedo Nabas  
Centro Universitário Barão de Mauá — Ribeirão Preto

---

Prof. Marcio Huertas  
Centro Universitário Barão de Mauá — Ribeirão Preto

---

Examinador 3  
Centro Universitário Barão de Mauá — Ribeirão Preto

**Ribeirão Preto  
2022**

## RESUMO

A apresentação de um portfólio bem organizado é de extrema importância. O que é transmitido através dele determina muitos caminhos de sua carreira como profissional. Este estudo apresenta a criação de uma marca junto com seu site, principal meio para utilizarmos como portfólio pessoal de nossos trabalhos, pensado de maneira funcional e atrativa.

**Palavras-chave:** Site. Portfólio. Mídia digital. Lost Cosmo.

## **ABSTRACT**

The presentation of a well-organized portfolio is of utmost importance. What is transmitted through it determines many paths of your career as a professional. This study presents the creation of a brand together with its website, the main means for us to use it as a personal portfolio of our works, designed in a functional and attractive way.

**Keywords:** Site. Portfolio. Digital media. Lost Cosmo.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
1.1	PLANO DE PROJETO	7
<b>2</b>	<b>DESENVOLVIMENTO</b>	<b>9</b>
2.1	Briefing	9
2.1.1	Identificação da agência	9
2.1.2	O produto e para que serve	9
2.1.3	Por que foi produzido?	10
2.1.4	Há concorrentes? Quais são os produtos concorrentes? Em que o projeto apresentado se diferencia?	10
2.1.5	Descrição do mercado	10
2.1.6	Público-alvo	11
2.1.7	Persona	11
2.2	Escopo	11
2.2.1	Naming da agência	11
2.2.2	Essência e missão	12
2.2.3	Voz editorial e arquétipo	12
2.2.4	Logotipo da agência	12
2.2.3	Redes sociais da agência	18
2.2.4	Site	19
<b>3</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>28</b>
	REFERÊNCIA	29

## 1 INTRODUÇÃO

O estudo abaixo feito por alunos de design gráfico apresenta uma pesquisa referente a criação de um site, mostrando sua eficiência ao optar por isto para criar um portfólio e passar a essência por trás de seu trabalho pessoal ou da agência.

### 1.1 PLANO DE PROJETO

Para visualizar amplamente a ideia proposta com este estudo, é criado um plano de projeto mostrando informações básicas e necessárias para maior aprofundamento depois.

**Quadro 1 - Plano de projeto**

<p><b>Nome do(s) aluno(s):</b> Leonardo de Barros Falconi; Melissa Soares Nunes da Silva; Thiago Ribas Ferreira; Valter Roberto Martins Filho.</p>	<p><b>Curso:</b> Curso tecnólogo de Design Gráfico.</p>
<p><b>Título inicial do Projeto:</b> Lost Cosmo</p>	
<p><b>Contextualização/Motivação/Justificativa:</b> O Projeto Integrador do curso de Design Gráfico do Centro Universitário Barão de Mauá tem como seu eixo temático, durante o quarto semestre, o Design Aplicado a Mídia Digital em que é proposto aos alunos a criação integral de um site como portfólio com os projetos já feitos pelo grupo durante a graduação no curso.</p> <p>Pensando na praticidade de apresentar informações, montar um portfólio através de um site vem se tornando algo cada vez mais comum e recomendável. Nesta situação, é possível anexar quantos projetos quiser e de uma forma fácil para conectar todos eles, deixando o usuário mais próximo do autor das obras e do propósito delas.</p> <p>De modo a propor este site para o grupo, o estudo apresentado conta sobre o processo de criação de um portfólio digital para a nossa agência intitulada Lost Cosmo, mostrando toda a sua identidade visual e justificativas através disso, além de projetos prontos e informações importantes sobre os designers por trás de cada um.</p>	
<p><b>Objetivos:</b> O principal objetivo é criar um site que apresente claramente a importância de um repertório com o seu trabalho bem-apresentado e também como um bom estudo para entender a dinâmica de um site faz a diferença na hora de mostrar resultados, trazendo o diferencial para a identidade entre cada grupo.</p>	

**Metodologia:** O desenvolvimento do seguinte projeto foi realizado todo em conjunto entre os alunos sorteados para este grupo, dividido por etapas e separadas para cada um àquelas que possuem mais facilidade e prática. A ideia inicial do trabalho surgiu de forma rápida e com consenso de todos por meio de um projeto próprio de um dos integrantes do grupo, Thiago, que serviu como base para todo o desenvolvimento do site, seguido por uma pesquisa individual entre cada um para entender melhor a área aplicada e as necessidades que precisamos atender ao criar uma mídia digital.

Após a execução do projeto, é possível dizer que cada um ficou responsável por cada uma das etapas abaixo:

Desenvolvimento da identidade visual da agência e site: Thiago Ribas mediante sempre a opinião dos demais do grupo;

Desenvolvimento da peças gráficas e manipulação de imagem para postagem: Leonardo Falconi, Melissa Soares, Thiago Ribas e Valter Martins;

Criação do mapa do site e *wireframe*: Melissa Soares, Thiago Ribas e Valter Martins;

Montagem do site: Thiago Ribas e Valter Martins;

Documento escrito: Melissa Soares;

**Cronograma detalhado:** 02/08/2022: formação do grupo.

09/08/2022: *brainstorm*.

16/08/2022: início da formação do *briefing* e pré-projeto.

22/08/2022: criação do mapa do site.

30/08/2022: criação do *namings*.

05/09/2022: criação do projeto gráfico e *wireframe*.

13/09/2022: entrega do *briefing* e pré-projeto.

20/09/2022: entrega do projeto no tema do PI (*wireframe* das duas versões do site).

11/10/2022: início da criação do site.

08/11/2022: finalização do projeto.

08/11/2022: entrega do produto final e trabalho escrito junto a apresentação de pré-banca.

15/11/2022 a 29/11/2022: correção dos pontos ressaltados pelos orientadores durante a pré-banca.

06/12/2022: apresentação da banca final.

Data	Assinatura(s)

## 2 DESENVOLVIMENTO

Dividido entre *briefing* e escopo, o desenvolvimento mostrará em um primeiro momento as ideias por trás do trabalho e sua pesquisa em cima disso e posteriormente os resultados gráficos propostos a esta mídia digital.

### 2.1 Briefing

Para facilitar o entendimento dos pontos que é necessária nossa atenção e também o dever que temos com quem terá contado com o produto proposto, foram selecionados alguns tópicos de modo a formar um roteiro coerente com nossas ideias e resultados.

#### 2.1.1 Identificação da agência

**Nome da agência:** Lost Cosmo

**Produto/Serviço:** Site “Lost Cosmo”

#### 2.1.2 O produto e para que serve

O produto desenvolvido é um site com o intuito de ser apresentado como portfólio para o grupo do curso de design gráfico.

Durante o desenvolvimento da página, foi preciso pensar em uma identidade visual que condissesse com os integrantes deste projeto e unificasse o estilo próprio de cada um quando apresentados juntos mediante a agência.

Além da ideia por trás, é necessário sempre se atentar aos diversos meio de dispositivos onde o projeto pode ser apresentado, em especial nesse momento as opções *desktop* e *mobile*, pois, cada um possui uma estrutura diferente sendo preciso estar preparado para se adaptar a cada uma delas.

De modo a frisar o comportamento de sua marca através do site, os elementos presentes possuem a responsabilidade de serem escolhidos pensando no que se espera que seu público entenda sobre os responsáveis por essa criação como, por exemplo, se pretende passar uma imagem mais séria ou despojada, e o que melhor passará cada ideia.

A criação deste site além de servir para seu papel principal de ser utilizado como portfólio, é um importante meio de estudo para aprimorarmos nosso conhecimento sobre a criação de uma marca e um novo modo de aplicá-la, sendo desta vez o digital.

### **2.1.3 Por que foi produzido?**

O site surge como uma forma descontraída e simples de apresentar nossos projetos e utilizar de uma plataforma que auxilie nossas criações a chegarem em mais pessoas de uma maneira bem organizada, de modo a servir de inspiração para aqueles que tiverem contato com o que for oferecido e também para que novos contratantes percebam o potencial de nosso trabalho.

### **2.1.4 Há concorrentes? Quais são os produtos concorrentes? Em que o projeto apresentado se diferencia?**

Como concorrentes é possível citar diversos outros sites criados para o mesmo propósito, se diferenciando na maneira onde as informações são apresentadas, como o usuário navega por ele e a facilidade que possui para isso.

### **2.1.5 Descrição do mercado**

É possível atualmente considerar um website algo fundamental para que qualquer empresa obtenha visibilidade no mercado. Marcar presença em mídias digitais e ter uma boa divulgação é de extrema importância para conseguir se alavancar cada vez mais e obter melhores retornos para a marca. Entretanto, em meio a tantos sites existentes para as mais diversas áreas possíveis, encontrar maneiras de se destacar é o maior desafio.

O mercado e a demanda para sites compondo os meios de comunicação de empresas teve um grande aumento com o auxílio das redes sociais e sua função de divulgação nos dias de hoje. Para isto, o investimento não é em vão e impulsiona seu negócio a conseguir a voz necessária.

### **2.1.6 Público-alvo**

O público-alvo são pessoas de diferentes gêneros, com faixa etária de 20 a 40 anos que buscam por este conteúdo ou novos profissionais para entrar em contato e possivelmente contratá-los.

### **2.1.7 Persona**

Sabendo a importância de um público-alvo bem definido para conseguir melhores resultados e ter mais precisão dos pontos que precisam ser atingidos, foi criada uma persona que vemos como a melhor representação para os consumidores de nossa marca.

Sendo assim, surgiu a persona chamada Thomas Silva, de 23 anos, com o ensino médio e graduação na área da tecnologia concluídos. Trabalha em uma agência cuidando de mídias sociais e criação de identidades visuais, no qual precisa constantemente de inspiração para seus projetos e profissionais para entrar em contato caso precise terceirizar algum trabalho ou recomendar outros atuantes da área.

## **2.2 Escopo**

Partindo para o escopo deste estudo, aqui aponta-se a contextualização e resultados de cada etapa para a criação do site, deixando claro todas as ideias exploradas e o que foi obtido através delas até a finalização do projeto.

### **2.2.1 Naming da agência**

O nome surgiu da junção de Lost, “perdido” em português, mostrando o sentimento muito presente em nossa adolescência por sempre nos interessar pelo meio artístico, onde muitas vezes não é levado a sério; e Cosmo, que dá nome a toda estrutura que forma o universo, e por sua vez, representando todos os universos que criamos em nossas mentes em momentos como este.

### **2.2.2 Essência e missão**

A base da marca gira em torno daquilo que vimos como a mensagem mais importante a ser passada, nossa promessa e essência. Para isso, segue um pensamento de que devemos agir, pessoalmente e através de nossos projetos, de maneira cordial e agradável, seguindo o lema “com gentileza e simpatia todos crescemos juntos”.

Devido esta ideia, surge nossa missão de criar um lugar onde diferentes artistas possam se expressar e ter sentido quando apresentados no coletivo ou individualmente.

### **2.2.3 Voz editorial e arquétipo**

Uma vez que o foco da agência é funcionar como um conjunto de artistas e unir uma diversidade de trabalhos, tanto sua comunicação quanto sua identidade visual precisam ter uma certa flexibilidade para se adequar a estes projetos.

Na comunicação a marca deve ter uma voz contemporânea e objetiva, para alcançar diferentes públicos e dar espaço para que os criadores tenham seu posicionamento próprio, tornando mais autoral os projetos na agência.

Enquanto como arquétipo, o que melhor representa é o criador que mostra muito a forma como a marca se porta e pensa, sempre com ideias novas e não descartando nem mesmo as que parecem bobas de primeiro momento.

### **2.2.4 Logotipo da agência**

A Lost Cosmo é uma agência que pensa e age de forma dinâmica, funcional e moderna, se comunicando com seu público de maneira clara e receptiva, dando jus as motivações por trás de seu nome para ser algo acolhedor.

As cores utilizadas foram definidas com a intenção de terem contraste entre si e ainda se ligarem se forma harmônica. Três cores foram o suficiente para atingir este objetivo, trazendo ainda mais clareza sobre o que a marca é:

O roxo surge como a criatividade e a vontade de se comunicar com outros, além da libertação de medos e outras inquietações. É uma cor jovial e cativa a atenção daquelas que em algum momento tiveram contato com a marca.

O preto faz o balance com o roxo e a junção dos dois nos mostra algo com mais estilo, sofisticação e um ar despojado.

O cinza entra como o contraste para quando se juntar com as outras demais cores, haver harmonia na distribuição dos elementos.

Figura 1 - Paleta de cores



Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Para a tipografia foram selecionadas duas, cada uma carregando seu propósito. A fonte “Druk Wide Bold” é utilizada na logomarca escrita, escolhida por ser simples mas, ao mesmo tempo, chamativa e customizável. Já a outra fonte é a “Courier”, da qual remete a escrita de roteiros de cinema com uma contraposição retro em comparação a outra, que possui uma estética mais moderna.

Figura 2 - Fonte “Druk Wide Bold”

**Druk Wide Bold**  
**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrS**  
**sTtUuVvWwXxYyZz**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9**  
**!@#\$%^&^()[]+,:;\*|V<>?**

Fonte: Melissa Soares Nunes da Silva

Figura 3 - Fonte “Courier”

Courier  
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9  
!@#\$%^&^() []+,:;\*|V<>?  
Regular - *Italic* - **Bold** - *Italic Bold*

Fonte: Melissa Soares Nunes da Silva

Figura 4 - Aplicações das fontes



Fonte: Melissa Soares Nunes da Silva

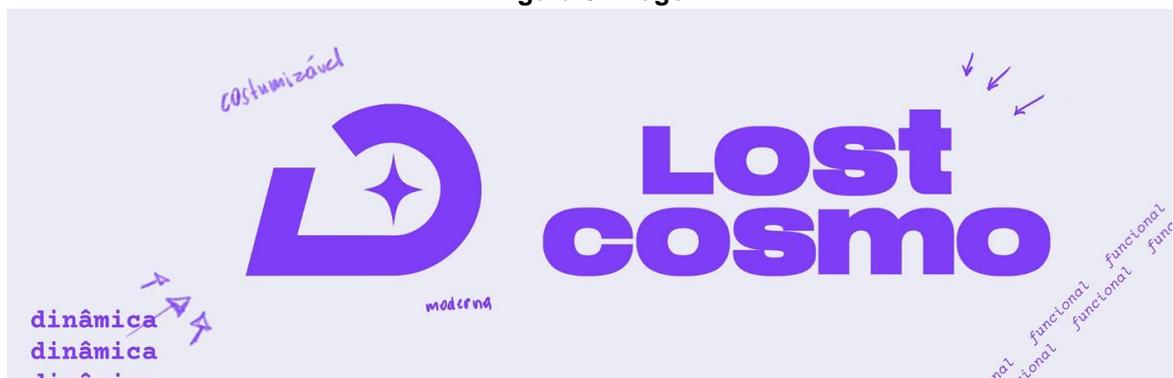
A logo é representada entre a junção das iniciais do nome da marca, L e C, e a figura de uma estrela remetendo ao universo. Como mostrado abaixo, o resultado é um símbolo unindo esses elementos e/ou também apenas a escrita do nome.

Figura 5 - Composição da logo



Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 6 - Logo



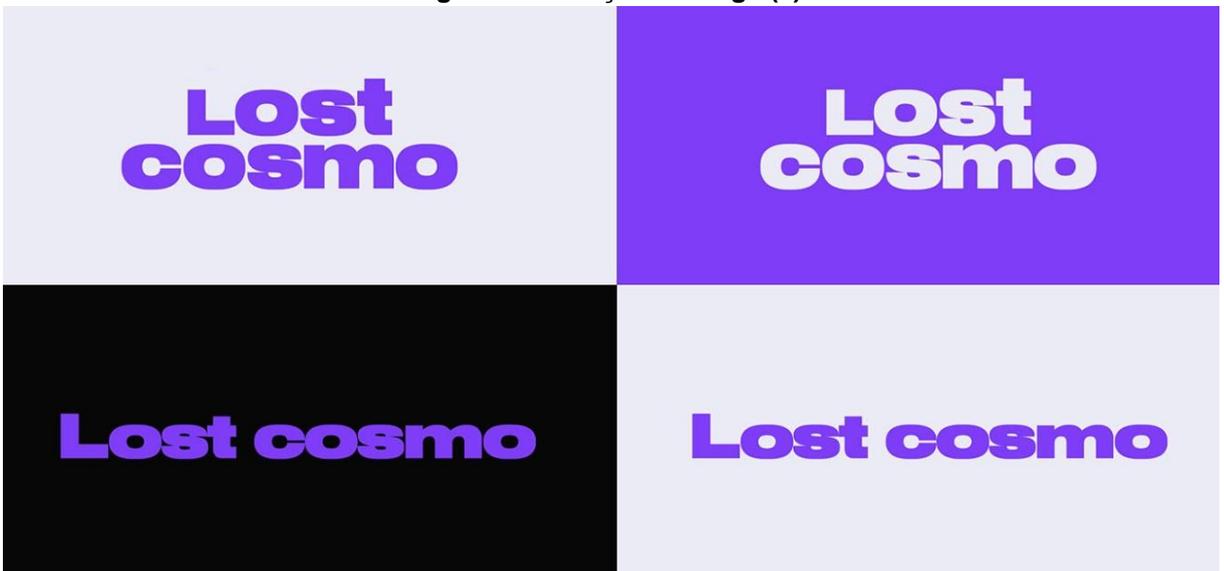
Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 7 - Logo customizada



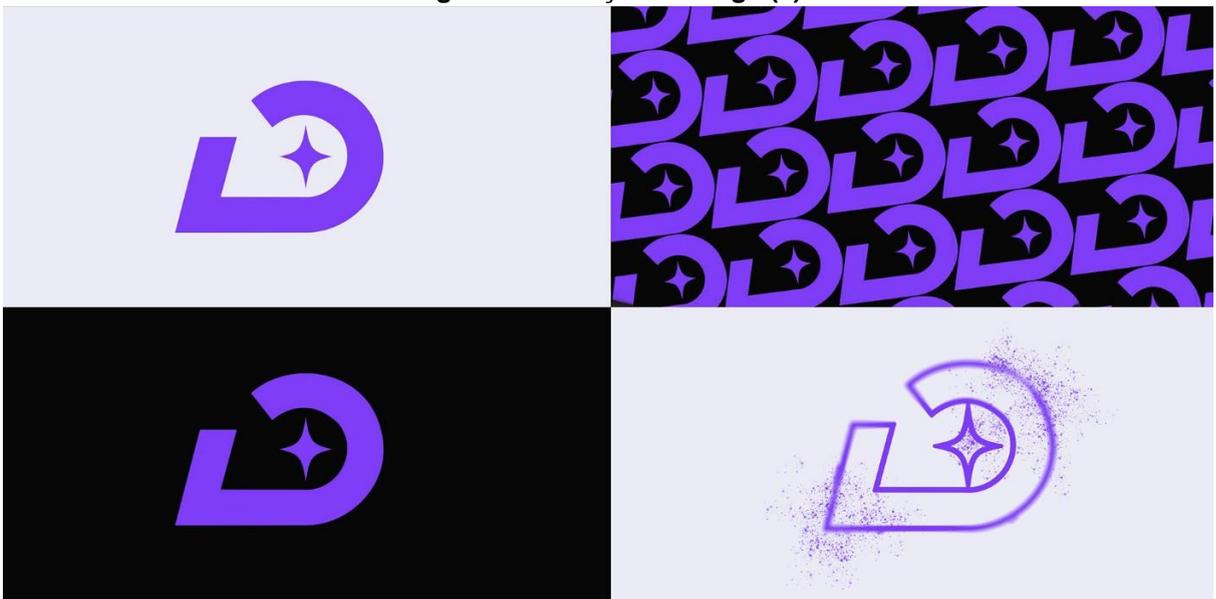
Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 8 - Variações da logo (1)



Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 9 - Variações da logo (2)



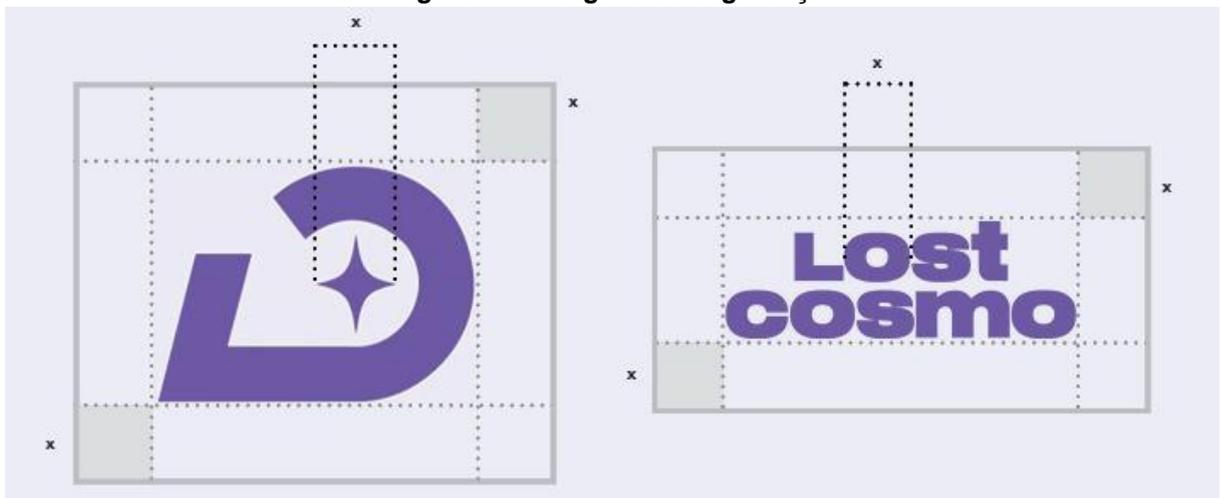
Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 10 - Versão preferencial



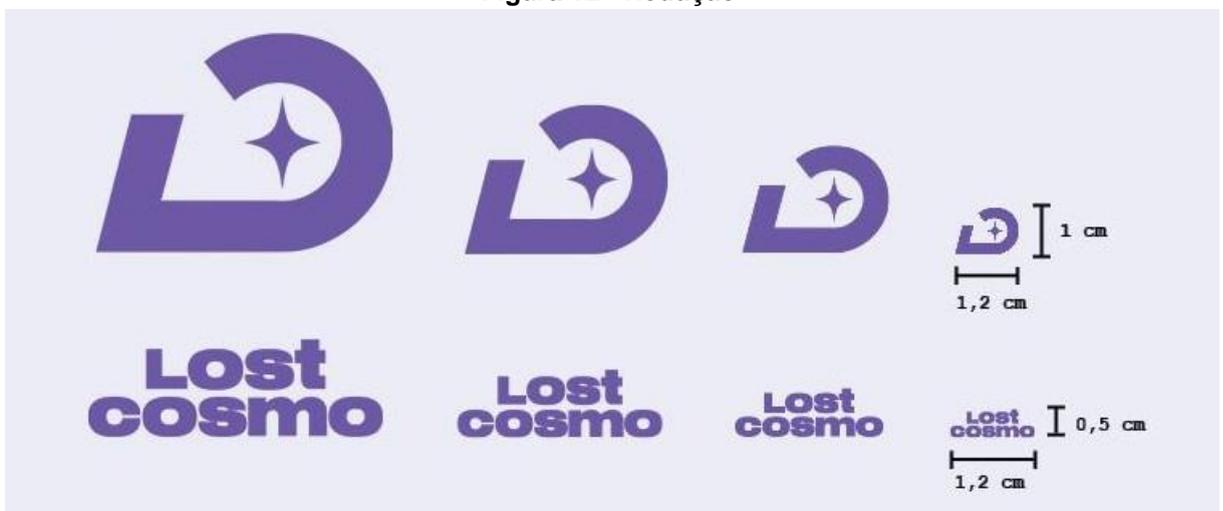
Fonte: Melissa Soares Nunes da Silva

Figura 11 - Margens de segurança



Fonte: Melissa Soares Nunes da Silva

Figura 12 - Redução



Fonte: Melissa Soares Nunes da Silva

Figura 13 - Usos incorretos



Fonte: Melissa Soares Nunes da Silva

Figura 14 - Aplicações da logo (1)



Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 15 - Aplicações da logo (2)



Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 16 - Aplicações da logo (3)

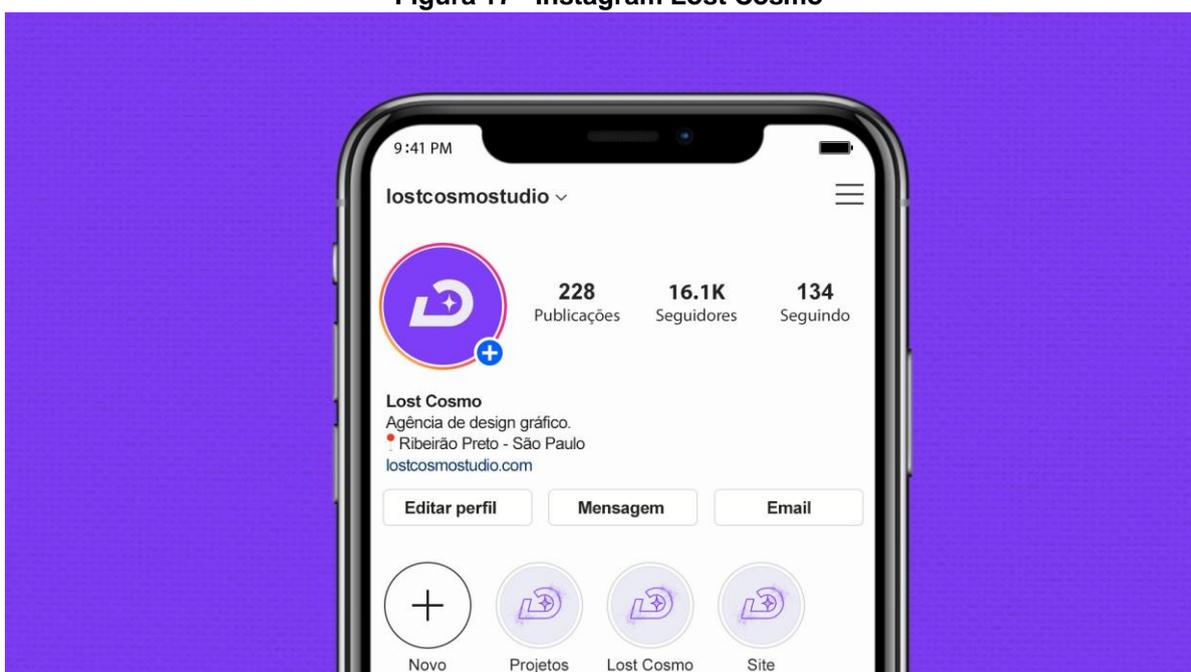


Fonte: Melissa Soares Nunes da Silva

### 2.2.3 Redes sociais da agência

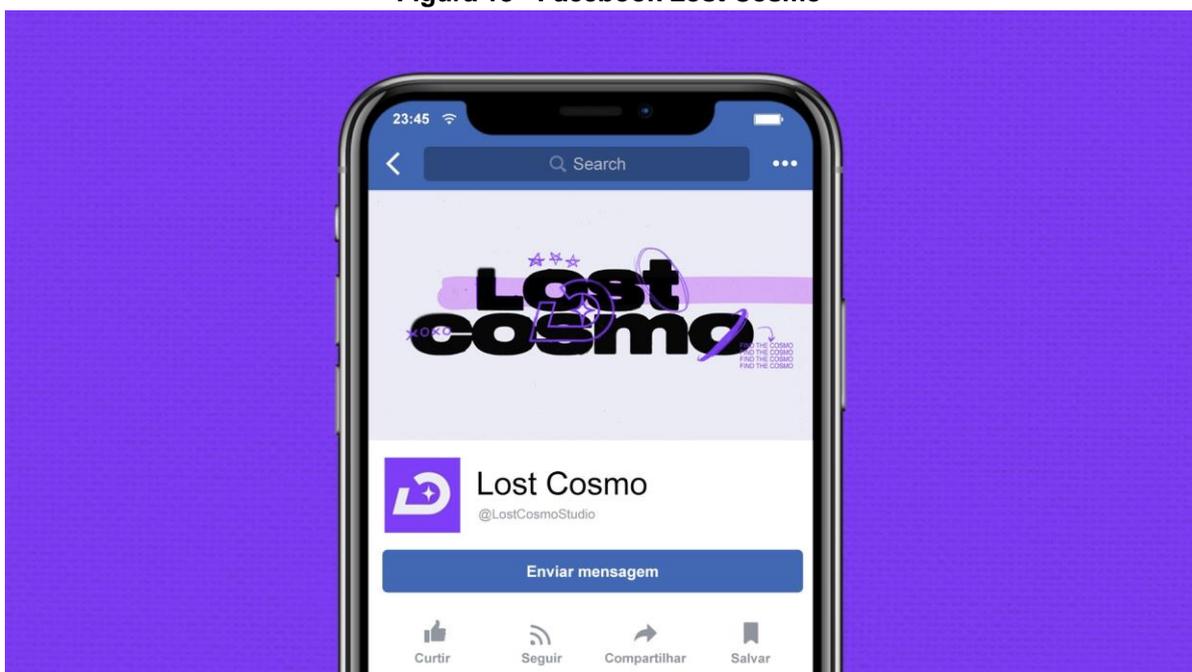
Além do site como meio de divulgação da agência e seus produtos, é importante contar também com redes sociais tendo em vista a forma em que são importantes veículos de comunicação, tendo perfis então no *Instagram* e *Facebook*.

Figura 17 - Instagram Lost Cosmo



Fonte: Melissa Soares Nunes da Silva

Figura 18 - Facebook Lost Cosmo



Fonte: Melissa Soares Nunes da Silva

#### 2.2.4 Site

Com o propósito em mente do que queríamos passar através de nosso site, é importante a busca por possíveis tópicos para ser apresentado e de que maneira se encaixam com o que queremos atingir no final e também com nossa identidade visual já feita.

Para o primeiro momento foram pensadas as páginas que estariam disponíveis e como iriam se ligar entre si, iniciando por uma barra de navegação superior fixa onde mostra as subdivisões do site, sendo elas: *Home*, *Portfólio* e *Shop*.

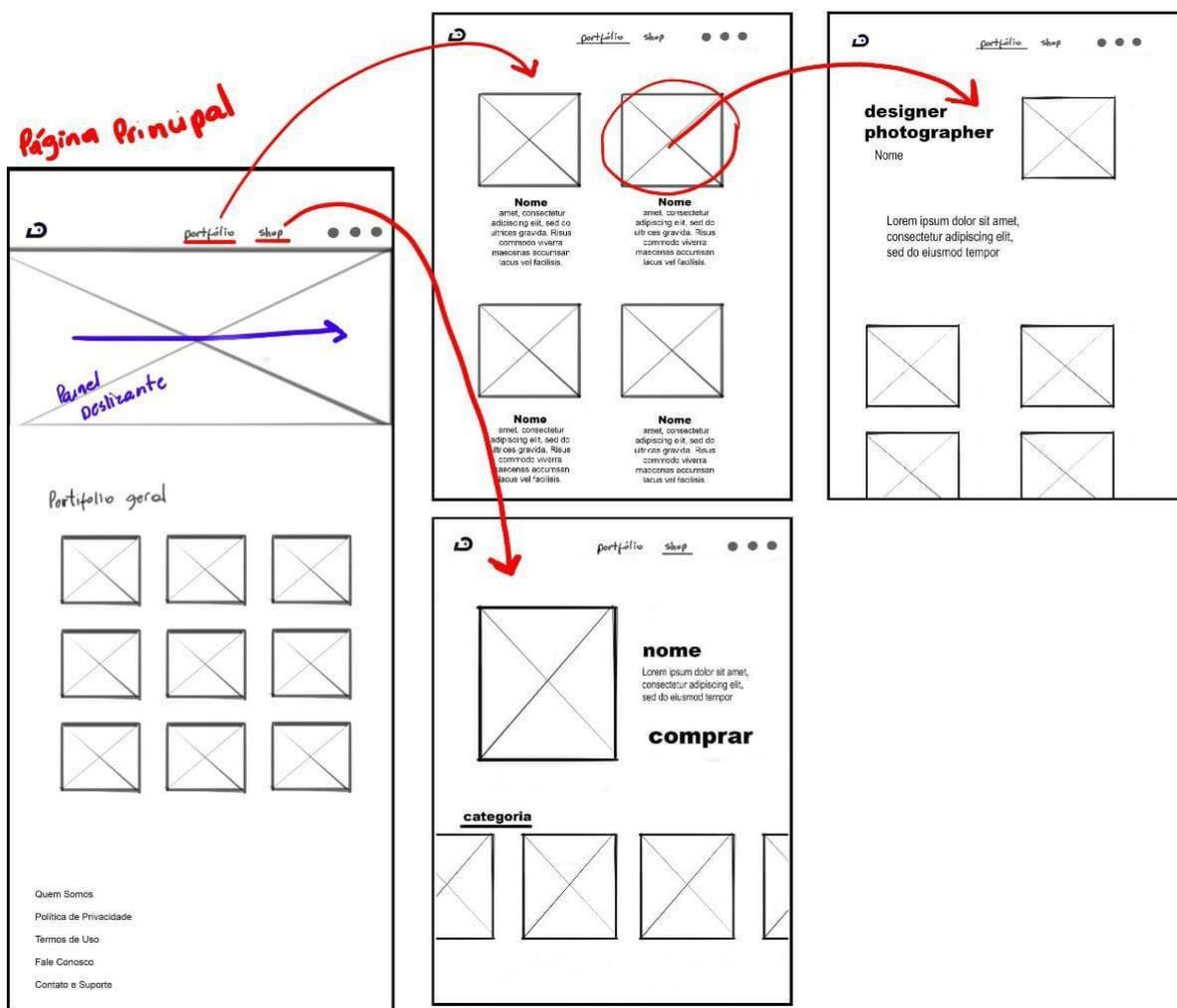
A primeira página, *Home*, conta com um painel com conteúdos no estilo carrossel na qual descendo aparece um portfólio geral com prévias de projetos do grupo e com tópicos como “Quem somos?”, “Políticas de privacidade” e “Contato e suporte” no rodapé de tudo.

Para a área de portfólio aparecem os artistas que compõem a agência, com seus nomes e uma breve introdução sobre si que, ao clicar em sua imagem, é redirecionado para onde mostra seu repertório de projetos individuais.

Por último temos o *Shop*, página com as obras de cada integrante que estão disponíveis a venda e já todo o suporte para que a compra aconteça.

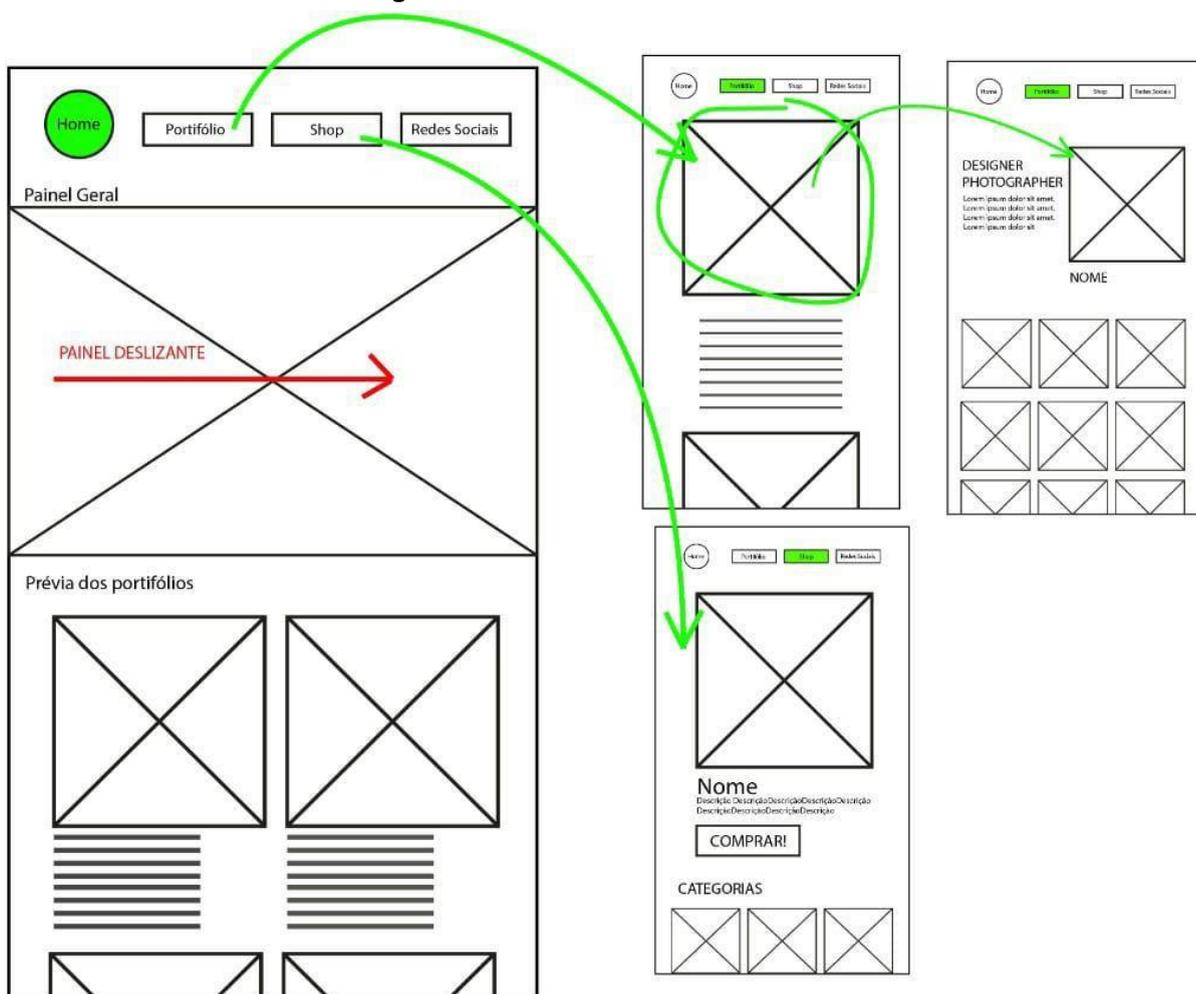
A próxima etapa foi a criação do *wireframe*, tanto para versão *desktop* quanto *mobile*, para nos auxiliar em ter uma boa organização dos conteúdos. De maneira rascunhada, abaixo mostra nosso guia para montagem do que esperávamos como resultado do site.

Figura 19 - Wireframe conexões desktop



Fonte: Thiago Ribas Ferreira

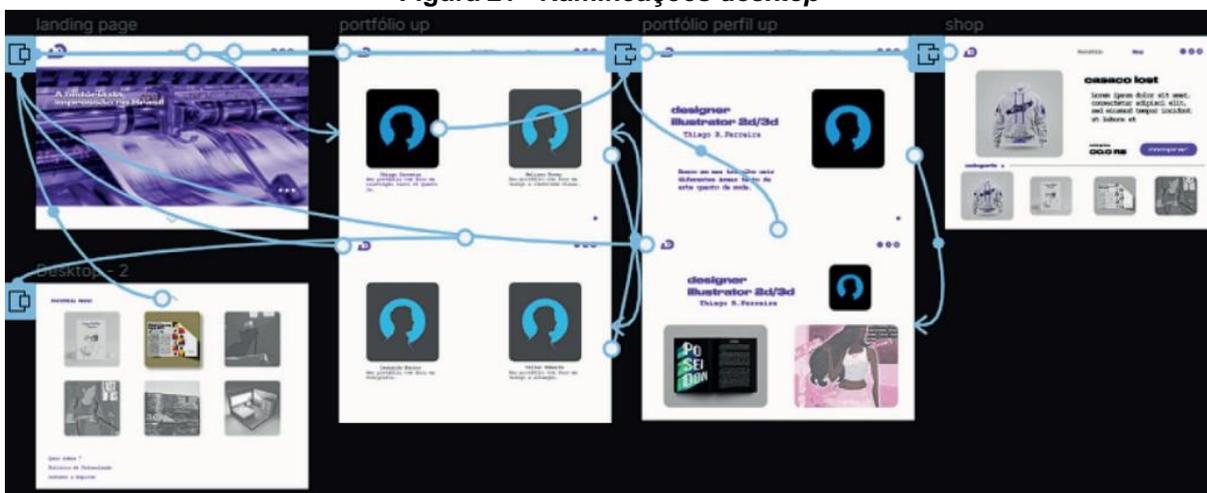
Figura 20 - Wireframe conexões mobile



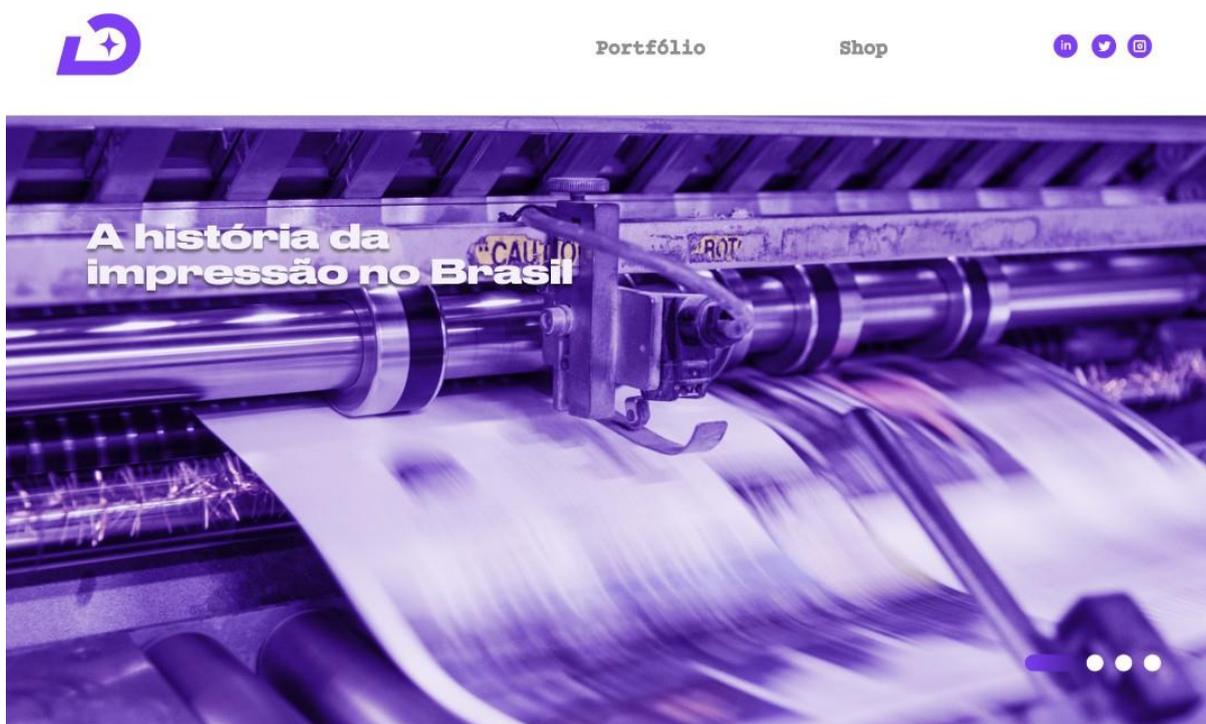
Fonte: Valter Roberto Martins Filho

Depois deste processo seguimos para a criação final pelo site Figma, um editor gráfico para o desenvolvimento de projetos de navegação web.

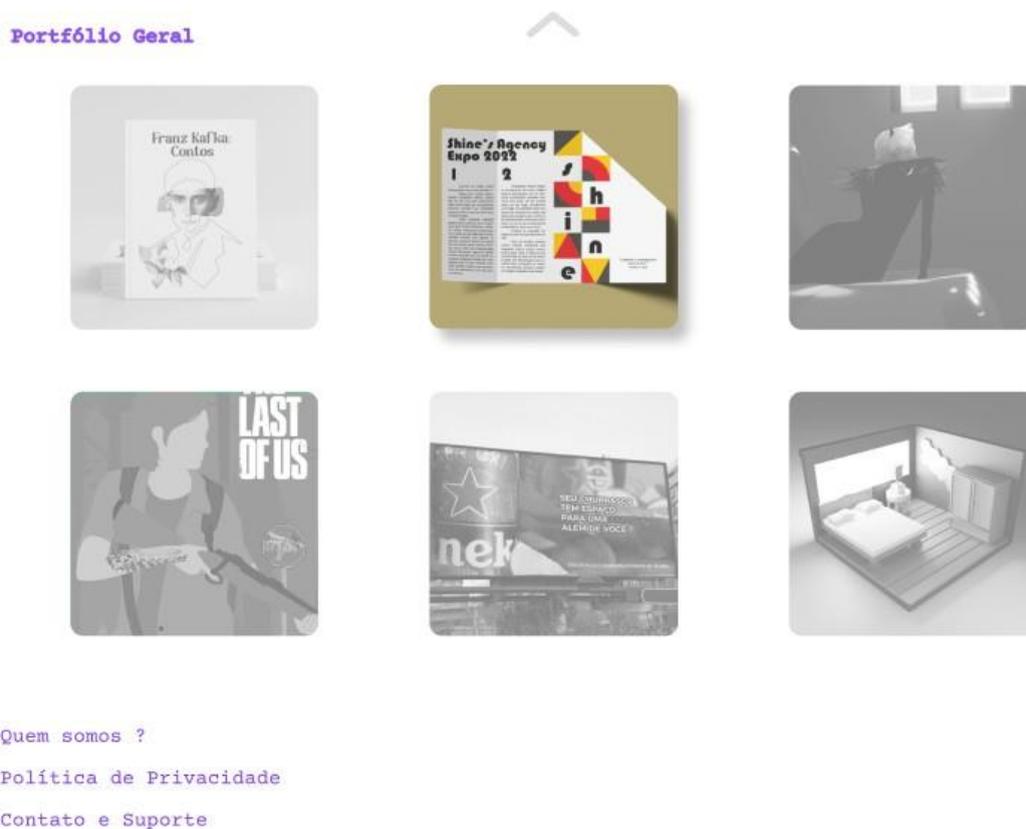
Figura 21 - Ramificações desktop



Fonte: Thiago Ribas Ferreira

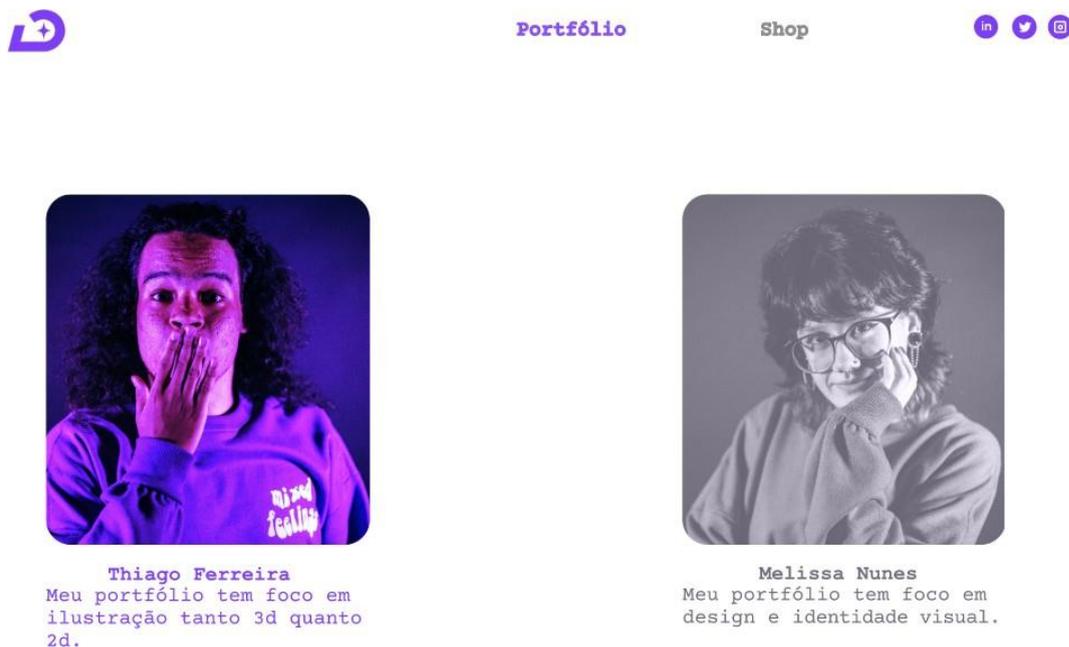
Figura 22 - Página *Home* versão *desktop* (1)

Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 23 - Página *Home* versão *desktop* (2)

Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 24 - Página Portfólio geral versão *desktop* (1)



Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 25 - Página Portfólio geral versão *desktop* (2)



Fonte: Thiago Ribas Ferreira

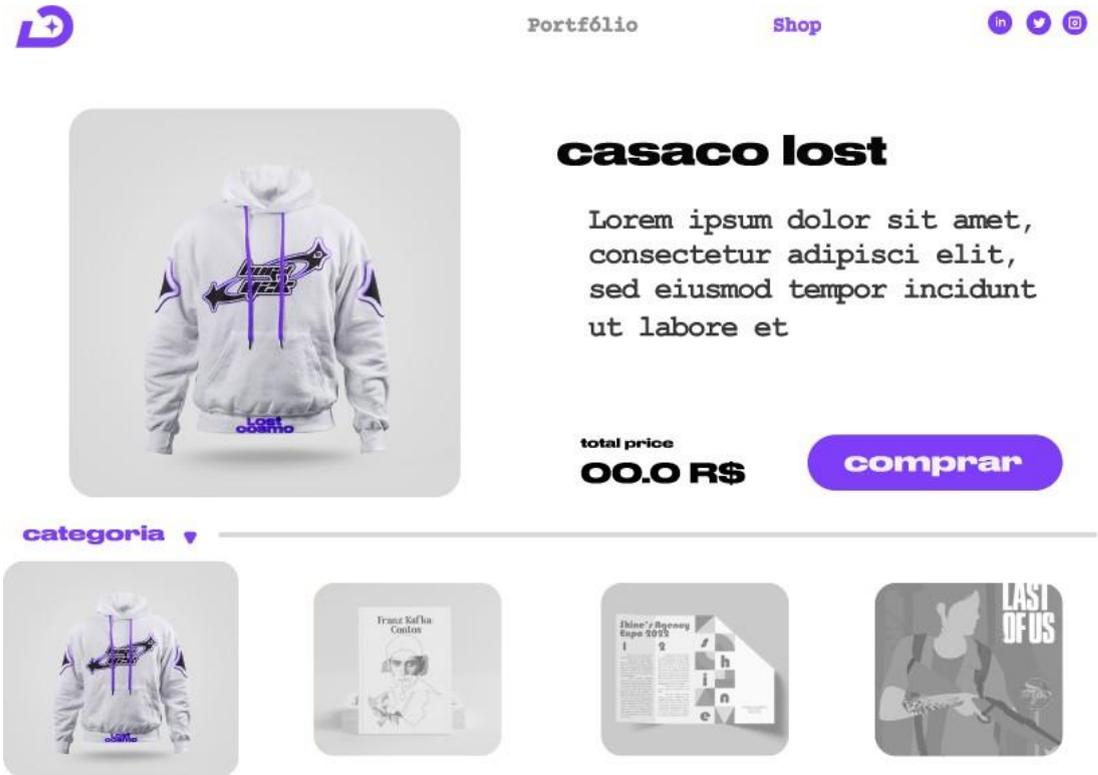
Figura 26 - Página Portfólio individual versão *desktop*

Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 27 - Página Portfólio individual versão *desktop*

Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 28 - Página Shop versão desktop

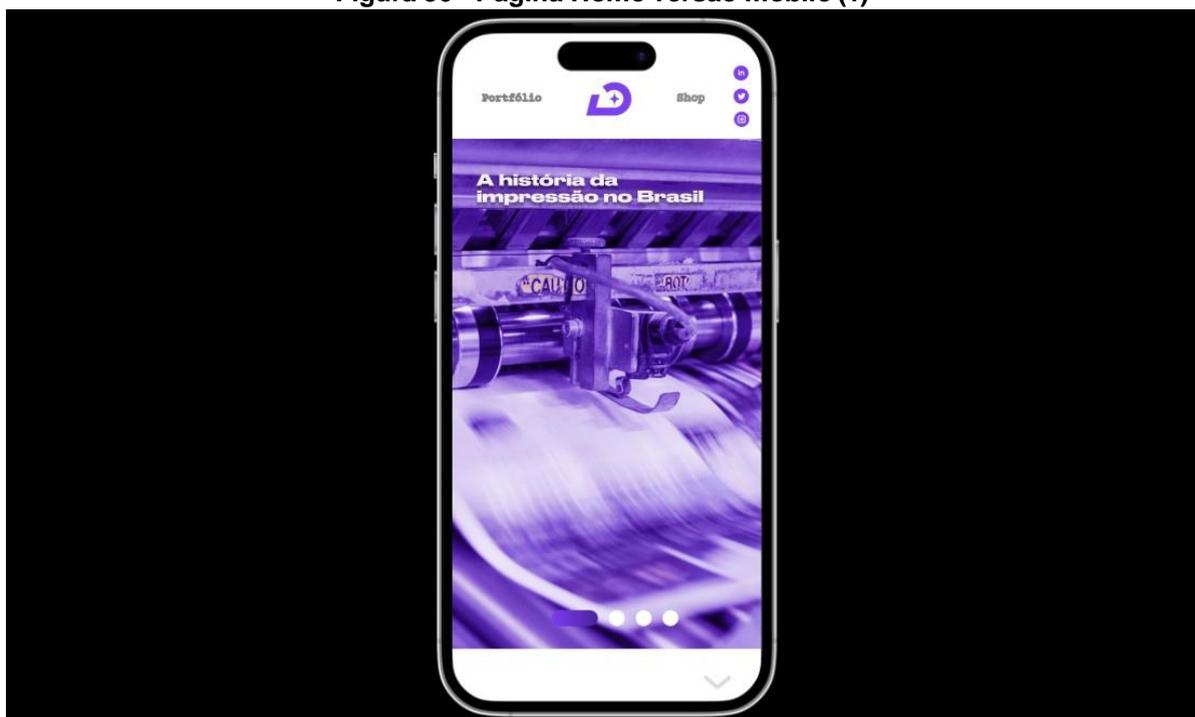


Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 29 - Ramificações mobile



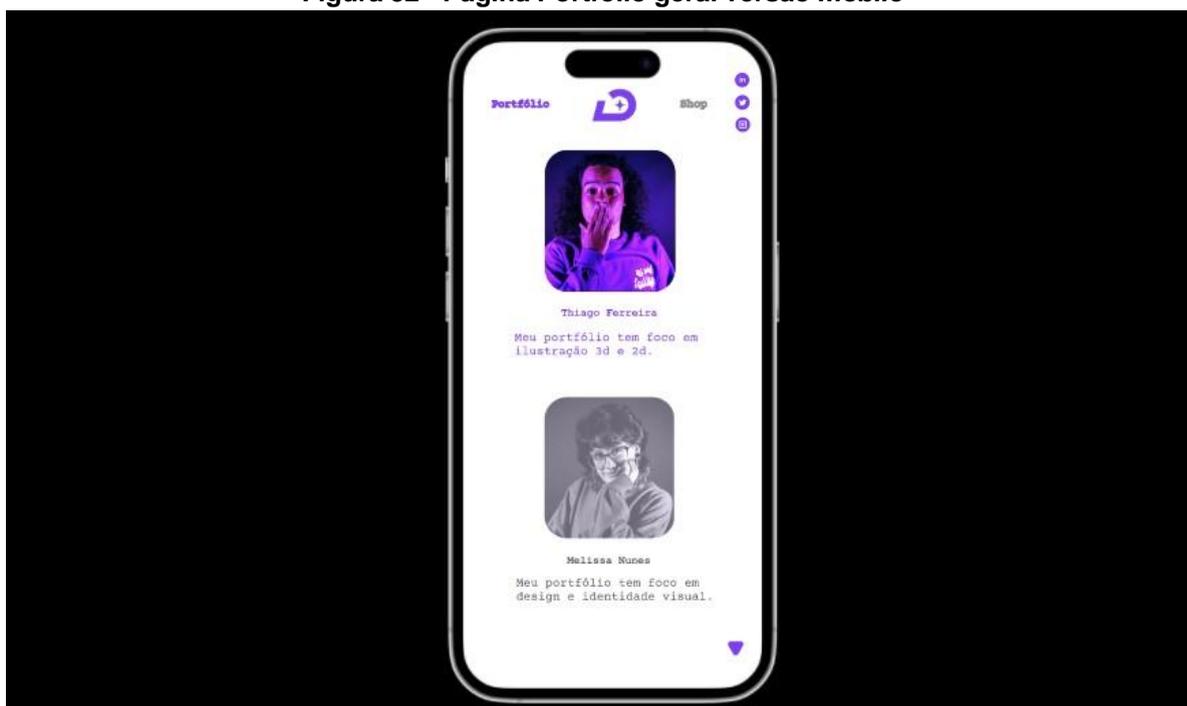
Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 30 - Página *Home* versão *mobile* (1)

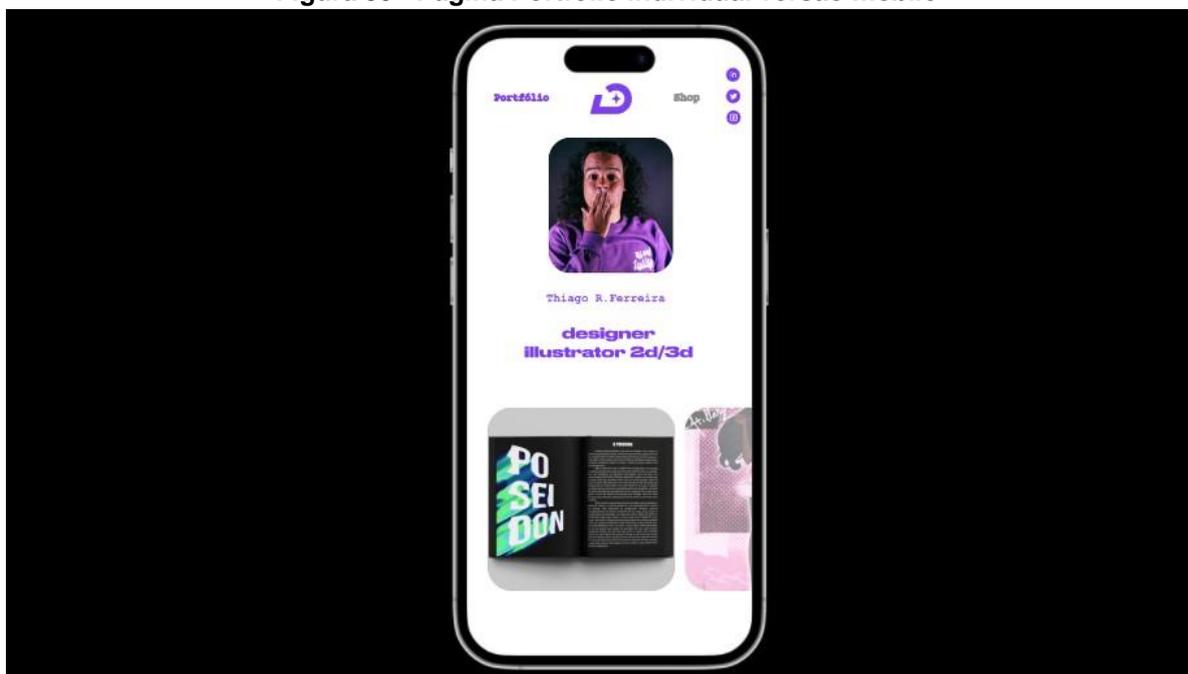
Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 31 - Página *Home* versão *mobile* (2)

Fonte: Thiago Ribas Ferreira

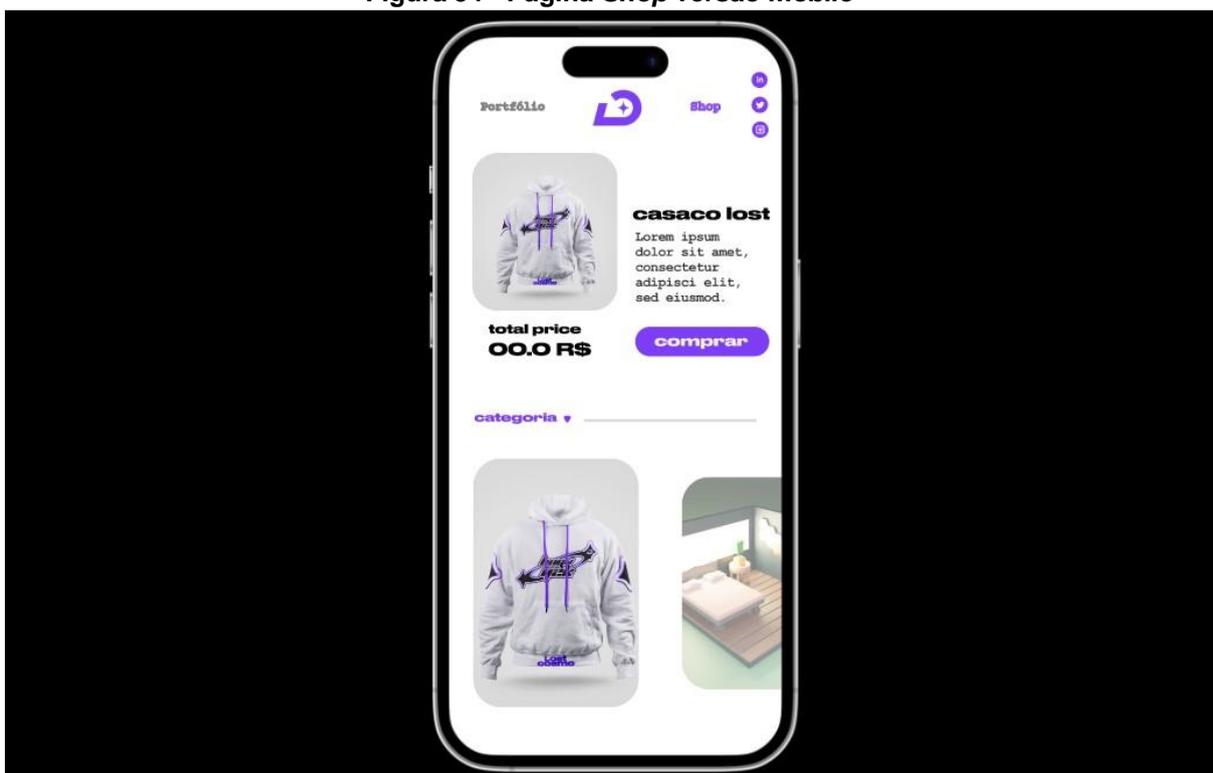
Figura 32 - Página Portfólio geral versão *mobile*

Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 33 - Página Portfólio individual versão *mobile*

Fonte: Thiago Ribas Ferreira

Figura 34 - Página Shop versão mobile



Fonte: Thiago Ribas Ferreira

### **3 CONCLUSÃO**

O propósito deste trabalho foi realizar um estudo sobre a importância de um site como portfólio e a maneira como essa ideia enriquece sua marca e seus trabalhos, com o objetivo de posterior a pesquisa, criar um próprio site para o grupo.

Todos os pontos expostos aqui vieram por meio pautas que consideramos significativas para a concepção de nossa agência e do portfólio, pensando na área e no mercado em que está inserido, tendo como uma importante base as aulas que tivemos sobre o assunto.

Considerando o que foi apresentado com este documento e com o resultado do site para a Lost Cosmo, concluímos que foram atingidos todos os pontos necessários e também alcançamos bons resultados gráficos.

## REFERÊNCIA

NEXT4. **Criação de sites**: O que saber para se destacar no mercado. 2017. Disponível em: <https://www.next4.com.br/criacao-de-sites-o-que-saber-para-se-destacar-no-mercado/>. Acesso em: 11 set. 2022.