

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ALFREDO DE BARROS SANTOS
TÉCNICO DESIGN GRÁFICO**

**CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL: IMMACULATAE
VISUAL IDENTITY CREATION: IMMACULATAE**

Eduardo Marcelino dos Santos¹
Gabriela Suzana de Faria Ferreira²
Rogério Márcio Rodrigues Campos³

Resumo: Este trabalho apresenta o desenvolvimento completo da identidade visual da Immaculatae, marca de artigos religiosos que buscava fortalecer sua presença no mercado. A partir de pesquisas estruturadas e referências fundamentadas no simbolismo mariano, foi criado um sistema visual capaz de comunicar espiritualidade, artesanato e contemporaneidade de forma coesa. O projeto abrange a criação do logotipo, paleta de cores inspirada na iconografia de Nossa Senhora Aparecida e um manual de marca que garante aplicação consistente. A nova identidade não apenas organizou a comunicação visual da empresa, mas também ampliou seu reconhecimento regional e consolidou seus valores, demonstrando, na prática, o impacto do design estratégico em negócios reais.

Palavras-chave: Identidade visual, religiosidade e comunicação visual.

Abstract: This work presents the complete development of the visual identity for Immaculatae, a religious goods brand seeking to strengthen its market presence. Based on structured research and references grounded in Marian symbolism, a visual system was created capable of coherently communicating spirituality, craftsmanship, and contemporary style. The project encompasses the creation of the logo, a color palette inspired by the iconography of Our Lady of Aparecida, and a brand manual ensuring consistent application. The new identity not only organized the company's visual communication but also broadened its regional recognition and consolidated its values, demonstrating, in practice, the impact of strategic design on real-world businesses.

Keywords: Visual identity, religiosity, and visual communication.

¹ Aluno do curso técnico em Design Gráfico da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos

² Aluna do curso técnico em Design Gráfico da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos

³ Professor orientador do curso técnico em Design Gráfico da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos

1. INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, a identidade visual possui tamanha importância no posicionamento de uma marca que impacta diretamente a percepção do público sobre a empresa, o que pode ser algo positivo ou negativo. É pela identidade visual que a marca será identificada inconscientemente na mente das pessoas e seus valores serão transmitidos por meio de elementos gráficos, cores e fontes característicos de determinada empresa.

No contexto atual, em que o mercado exige diferenciação e autenticidade, a ausência de uma identidade visual estruturada pode comprometer a comunicação e o reconhecimento de uma marca. Neste cenário, a identidade visual é crucial para o posicionamento estratégico e a diferenciação da marca em relação à concorrência (SEBRAE, 2025). A empresa Immaculatae, voltada para a comercialização de artigos religiosos, emergiu recentemente no mercado regional e ainda não possui uma identidade visual consolidada. Essa lacuna dificulta seu posicionamento e a conexão com o público-alvo, especialmente em um segmento que valoriza a espiritualidade e o simbolismo. Assim, este trabalho busca resolver essa ausência por meio da criação de uma identidade visual que represente os valores da marca e dialogue com seus consumidores.

O objetivo principal deste Trabalho de Conclusão de Curso é desenvolver uma identidade visual completa para a Immaculatae, incluindo a adequação de seu logotipo e a elaboração de um manual da marca. Com isso, pretende-se contribuir para o fortalecimento da marca, facilitar sua comunicação com o público e agregar valor à empresa. A proposta visa também atrair novos clientes e garantir que a identidade construída seja mantida de forma coerente e estratégica ao longo do tempo. Para isso, serão realizados os seguintes objetivos específicos:

- pesquisar referências visuais e tendências de design;
- realizar estudos sobre o simbolismo, tipografia e colorimetria;
- definir os elementos fundamentais da identidade visual;
- desenvolver o logotipo e suas variações;
- criar o manual de marca com diretrizes de aplicação e aplicar a identidade visual em peças gráficas simuladas.

A abordagem desta pesquisa é qualitativa e quantitativa, visto que ela utiliza o comportamento de seu público-alvo fonte para a coleta de dados, usando como fonte de interpretação e pesquisas sobre seus consumidores. A pesquisa baseia-se em entender como funciona o mercado de artigos religiosos e seus clientes por meio de pesquisas para entendimento global do mercado em busca de maior destaque e eficácia.

Este trabalho, de fim exploratório, é inserido na categoria de pesquisas aplicadas, com finalidade de criar uma identidade visual forte, tendo em vista a coleta de dados sobre a empresa Immaculatae e seus usuários, realçando suas melhores características; utilizando-se de pesquisas bibliográficas, estudos de caso, observação do comportamento de consumidores e recursos de ferramenta como entrevistas e análise de exemplares, buscando entender os problemas e resolvê-los.

2. IDENTIDADE VISUAL

Conforme a Equipe EBAC (2025), a Identidade Visual é o conjunto de elementos gráficos que irão representar uma marca, sendo logotipo, cores e a tipografia. Conclui-se que ela é um elemento importante na construção e originalidade de uma empresa, onde a todo tempo as pessoas entram em contato com diversos elementos, cores e intrinsecamente cada marca deixa um pouco de sua essência em cada pessoa. Além disso, o design da identidade visual é essencial para a comunicação interna e o alinhamento dos empregados com os valores da marca (ROSSI, 2017). Segundo Teixeira; Silva; Bona, (2007, p.1) Mais do que nunca, estamos sendo bombardeados por elementos visuais e contudo, a Identidade da marca é essencial para torná-la única e memorável ao traduzir sua essência, valores e personalidade em elementos gráficos como logo, cores e tipografia.

A criação de uma Identidade Visual é a base para o alcance de reconhecimento e confiança, obtendo como resultado a diferenciação da marca de seus demais concorrentes e isso é trabalhado para gerar conexão com seus clientes. Uma Imagem coerente e bem organizada influencia a decisão de compra, gerando aumento no valor do produto pela perspectiva do cliente ao entrar em contato com cada material da marca. De acordo com Fernando e Da Gama (2018, P, 20),

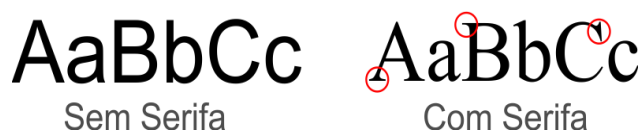
Sabe-se da grande concorrência que existe no mercado atual e como é difícil para empresas se destacarem, neste cenário, criar e gerenciar marcas são desafios constantes que devem ser feitos por pessoas que acreditam no

potencial de uma marca, que sabem que a elas tem o poder de transformar o seu consumidor em fã

2.1 TIPOGRAFIA

A tipografia consiste no estudo e na criação de novas letras, caracteres, formatos e arranjos de palavras. Ela contribui para a organização dos elementos textuais, como espaçamento, alinhamento, contraste e legibilidade, tornando o conteúdo acessível e atraente ao seu leitor. De acordo com PRINTI (2024), devido ao seu impacto direto na experiência do usuário com o conteúdo, por meio da estética, legibilidade e eficácia na transmissão da mensagem desejada, a tipografia torna-se uma das áreas mais importantes no design gráfico. Segundo Gaspar (2015), adentrando no conceito dela, existem as famílias tipográficas: conjuntos de fontes que compartilham de um mesmo estilo e características no design fundamental. Existem diversas famílias, no entanto, as duas principais mais usadas para distinguir as fontes são a Sans Serif (sem serifa) e a Serif (com serifa).

Figura 1: Fonte sem serifa e com serifa



Fonte: Os autores

2.2 CORES

A cor é um elemento de suma importância para o design, pois interfere diretamente nos sentidos, emoções e decisões do consumidor em relação a um produto ou marca. Nesse sentido, a escolha adequada dos tons pode impactar o humor, a percepção de valor e a decisão de compra do usuário. Outrossim, no varejo a cor é crucial nas embalagens, pois pode torná-las atrativas ou não, a ponto de que esse primeiro contato do cliente com a embalagem determine seu interesse pelo produto.

No entanto, as cores também desempenham papel fundamental no branding de uma empresa, onde ao consumidor lembrar de uma cor ele já a associa a uma empresa, por exemplo, ao pensar na cor vermelha, automaticamente lembra-se do McDonald's ou Coca-Cola. Por isso, é imperioso que o designer ao desenvolver um

logotipo escolha as cores adequadas para transmitir a mensagem que a marca deseja passar, pois é um dos principais elementos que a fará ser lembrada.

3. DESENVOLVIMENTO

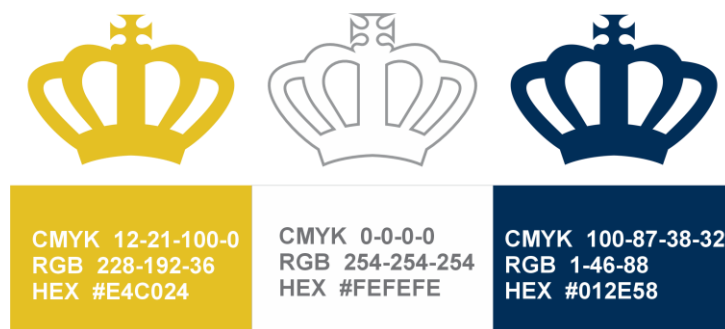
A criação de uma Identidade Visual para a empresa Immaculatae representou uma estratégia fundamental para estruturar a presença da marca no mercado de artigos religiosos, com ênfase em terços personalizáveis entre outros itens devocionais. Diferentemente de uma simples intervenção estética, o projeto partiu da construção de uma base visual que traduzisse os pilares da empresa — Devoção a Nossa Senhora, o artesanato de qualidade e a missão de aproximar a fé do cotidiano das famílias católicas —, gerando identificação imediata e confiança junto ao público.

Em um segmento marcado por simbolismos tradicionais e concorrência crescente, a ausência de uma identidade consolidada limitava o reconhecimento e a expansão da loja, especialmente em canais digitais e físicos regionais. O processo integrou análises de briefing, pesquisas de mercado, estudo de concorrentes e referências iconográficas católicas, além de entrevistas com consumidores para mapear preferências emocionais e funcionais. Finalizadas essas etapas iniciais, avançou-se para a fase conceitual, definindo direções criativas que equilibrassem tradição religiosa, simplicidade contemporânea e versatilidade de aplicação, com foco em logotipo, paleta cromática, tipografia e elementos gráficos que reforçassem a essência serena, acolhedora e memorável da Immaculatae.

3.1 CORES INSTITUCIONAIS

A paleta de cores da Immaculatae foi cuidadosamente selecionada para evocar a devoção mariana, com referências diretas à iconografia de Nossa Senhora Aparecida, padroeira do Brasil, e para reforçar os valores de serenidade, confiança e espiritualidade que definem a marca. Composta por um amarelo dourado vibrante, branco puro e azul-marinho profundo, a combinação equilibra tradição religiosa com elegância contemporânea, transmitindo sobriedade e proximidade emocional ao público católico.

Figura 2: Cores institucionais Immaculatae



Fonte: Os autores

O Amarelo dourado remete à coroa e aos raios de luz que envolvem a imagem de Nossa Senhora Aparecida, simbolizando a glória divina, realeza celestial e a luz da fé que ilumina o caminho dos devotos. Essa tonalidade quente e luminosa transmite otimismo, prosperidade espiritual e a preciosidade dos artigos religiosos, como os terços artesanais, destacando a qualidade premium e o valor simbólico dos produtos.

O Branco representa a pureza imaculada de Maria, a inocência e a paz interior associadas à oração. Como cor neutra e versátil, garante a legibilidade e sofisticação em aplicações gráficas, evocando limpeza, simplicidade e a essência minimalista da devoção cotidiana, permitindo que os elementos simbólicos da marca ganhem destaque sem distrações.

O azul-marinho faz alusão ao manto de Nossa Senhora Aparecida, simbolizando proteção maternal, profundidade espiritual, lealdade e estabilidade. Essa cor fria e sóbria transmite confiança, autoridade serena e contemplação, alinhando-se ao universo religioso ao evocar o céu noturno e a imensidão da graça divina, enquanto confere elegância e atemporalidade à Identidade Visual em embalagens, logotipos e materiais promocionais.

Juntas, essas cores criam uma harmonia visual que reforça a personalidade da Immaculatae como uma marca devota, acolhedora e memorável, facilitando a identificação imediata e fortalecendo a conexão emocional com fiéis em busca de itens que unem fé, artesanato e design ilustrativo.

3.2 TIPOGRAFIAS

A tipografia primária escolhida para representar a Immaculatae em seu Logotipo é a Tackerlen, uma fonte sans-serif geométrica com traços limpos,

proporções equilibradas e um leve arredondamento em suas extremidades que confere modernidade sem perder a solidez. Sua estrutura minimalista e a contemporânea harmoniza perfeitamente com o elemento gráfico da coroa estilizada, criando um contraste elegante entre a simplicidade tipográfica e o simbolismo mariano dourado.

A ausência de serifas reforça a acessibilidade e a clareza em diferentes escalas essencial para aplicações em embalagens pequenas, como caixas de terços, etiquetas e mídias digitais, enquanto sua geometria sutil transmite estabilidade, confiança e uma devoção descomplicada, alinhada à missão da marca de tornar a fé parte do dia a dia. Pesquisas sobre tipografias geométricas sans-serif indicam que elas evocam racionalidade, progresso e universalidade, qualidades que posicionam a Immaculatae como uma marca atual, inclusiva e preparada para o público jovem e famílias católicas conectadas.

Figura 3: Tipografia Tackerlen Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Fonte: Os autores

Como tipografia secundária para títulos e destaques, foi selecionada a The Seasons, uma fonte serifada delicada e elegante que traz sofisticação, feminilidade e um toque de tradição à comunicação da marca. Seus traços finos e ornamentados harmonizam com a identidade visual mariana, conferindo leveza e espiritualidade a títulos de posts, embalagens e materiais promocionais, complementando a modernidade da Tackerlen com um ar clássico e acolhedor.

Figura 4: Tipografia The Seasons Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Fonte: Os autores

Como tipografia terciária para textos corridos, foi escolhida a Poppins, uma sans-serif com personalidade amigável, traços arredondados e excelente legibilidade em corpo de texto. Seu design leve e acolhedor complementa a rigidez controlada da Tackerlen e a delicadeza da The Seasons, trazendo proximidade emocional e calor humano aos materiais de apoio — como descrições de produtos, textos institucionais, posts em redes sociais e manuais de uso. A Poppins transmite abertura, juventude e sinceridade, reforçando a identidade da Immaculatae como uma loja que une tradição religiosa com linguagem contemporânea. Estudos sobre psicologia tipográfica apontam que fontes arredondadas como a Poppins são percebidas como mais acessíveis e confiáveis, estimulando a empatia do leitor — ideal para uma marca que deseja construir laços afetivos com fiéis em busca de objetos de oração personalizados e significativos.

Figura 5: Tipografia Poppins Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Fonte: Os autores

Juntas, Tackerlen, The Seasons e Poppins formam um sistema tipográfico versátil e coeso: a primeira estabelece autoridade serena e presença marcante no logotipo; a segunda confere delicadeza e hierarquia visual aos títulos; a terceira garante fluidez e acolhimento na comunicação cotidiana. Essa tríade reflete a essência da Immaculatae: uma marca devota, artesanal e moderna que honra a Imaculada Conceição com design limpo, funcional e profundamente conectado à espiritualidade mariana.

3.3 LOGOTIPO

Durante o processo de idealização da marca, foram desenvolvidos os primeiros rascunhos contendo a essência e o simbolismo da Fé Católica.

Figura 6: Primeiro Rascunho do Logotipo Immaculatae



Fonte: Os autores

Após essa idealização, foi realizado os testes de cores para o logotipo, como pode ser observado na figura a seguir.

Figura 7: Teste de cores para o logotipo



Fonte: Os autores

Por fim, concluído a idealização, o logo foi finalizado realçando a essência mariana e ajustado para ser um atrativo no mercado.

Figura 8: Logotipo Immaculatae fundo branco



Fonte: Os autores

Figura 9: Logotipo Immaculatae fundo azul



Fonte: Os autores

3.4 APLICAÇÕES

Figura 10: Material de papelaria



Fonte: Os autores

Figura 11: Uniforme



Fonte: Os autores

Figura 12: Cartão de visita



Fonte: Os autores

Figura 13: Sacola embalagem



Fonte: Os autores

Figura 14: Caixa embalagem



Fonte: Os autores

CONCLUSÃO

Neste trabalho foi desenvolvida uma Identidade Visual para a Immaculatae, uma empresa iniciante no mercado que carecia de elementos visuais consistentes para representar seus valores e presença entre os consumidores. A partir de pesquisas quantitativas e qualitativas, análises de mercado, estudos de referenciais e observação do público-alvo, se tornou possível compreender o posicionamento e características almejados pela marca e as expectativas de seus clientes.

A construção da Identidade Visual buscou traduzir elementos essenciais da espiritualidade mariana, da tradição católica e do caráter artesanal dos produtos oferecidos. Para isso, foram definidos os pilares da marca, sua paleta de cores inspirada na iconografia de Nossa Senhora Aparecida, conjuntos tipográficos que equilibram a modernidade, delicadeza e funcionalidade, além da criação de um logotipo que une a devoção mariana e a modernidade que a marca deseja exprimir.

Esses elementos visuais permitiram desenvolver uma comunicação clara e memorável, promovendo o almejado reconhecimento e profissionalismo para a Immaculatae. O manual de marca estruturado assegura que esta identidade seja aplicada de maneira adequada, consistente e objetiva em diferentes materiais e plataformas, garantindo longevidade e possibilidade de fácil expansão.

Conclui-se que a criação de uma Identidade Visual não apenas fortalece o posicionamento da marca, mas também é responsável por estabelecer vínculos emocionais com seu público, especialmente em segmentos que envolvem espiritualidade e profundos valores simbólicos. Assim, este projeto contribui para que a Immaculatae se destaque no mercado, amplie sua relevância regional e, além disso, resultou em um aumento significativo das vendas e construiu uma relação de confiança com seus consumidores, consolidando uma presença visual que comunica a fé, acolhimento e tradição por meio do Design.

REFERÊNCIAS

TEIXEIRA, Felipe Colvara; SILVA, Roberta Del-Vechio de Oliveira e; BONA, Rafael José. **O processo de desenvolvimento de uma identidade visual**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/r0187-1.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2025.

EBAC, Equipe. **O que é identidade visual?** Disponível em: <<https://ebaconline.com.br/blog/identidade-visual-seo>>. Acesso em: 27 nov. 2025.

FERNANDO, Guilherme; DA GAMA, Romeiro. **EDSON JOSÉ SOARES FILHO IDENTIDADE VISUAL: REDESIGN E CRIAÇÃO DO MANUAL DA MARCA DE LÍVIA CAVALCANTE FOTOGRAFIA**. Disponível em: <https://www.facima.edu.br/aluno/arquivos/tcc/tcc_edson_jose.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2025.

GASPAR, Mauro. **Famílias tipográficas**. *Design Culture*, 1 Abr. 2015. Disponível em: <<https://designculture.com.br/familias-tipograficas>>. Acesso em: 15 set. 2025

SEBRAE. **Posicionamento de marca: a importância da identidade visual**. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/posicionamento-de-marca-a-importancia-da-identidade-visual,95cdf1a03fe5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>. Acesso em: 13 out. 2025.

ROSSI, Carolina Silva. **O papel da identidade visual e do design na comunicação com empregados**. Disponível em: <<https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2017/07/25-Carolina-Silva-Rossi.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2025.

PRINTI. **Tipografia: o que é, como trabalhar com a técnica e exemplos**. Disponível em: <<https://www.printi.com.br/blog/tipografia-e-suas-fontes-fundamentais>>. Acesso em: 1 set. 2025