



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE SANTA CATARINA**

**RELATÓRIO FINAL  
DE ESTÁGIO CURRICULAR**

**DESIGN**

Glauber Adriel Pinheiro  
LOGO  
08/08/2018 - 23/11/2018



## 1.1 IDENTIFICAÇÃO DO ESTAGIÁRIO

**Nome:** Glauber Adriel Pinheiro

**Matrícula:** 16102068

**Habilitação:** Design

**E-mail:** glauberadriel@gmail.com

**Telefone:** (48)9.8464-9521

## 1.2 DADOS DO ESTÁGIO

**Concedente:** LOGO - Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional

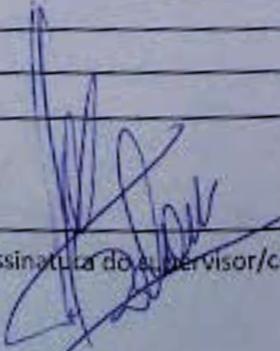
**Período Previsto:** 6 Meses

**Período referente a este relatório:** 08/08/2018 - 23/11/2018

**Supervisor/Preceptor:** Luiz Salomão Ribas Gomez

**Jornada Semanal/Horário:** 25 horas / 08:00 às 13:00

**Assinatura da concedente (ou representante):**



Assinatura do Supervisor/concedente.



# RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

**BLOCO 1**

### 1.3 PROGRAMA DE ATIVIDADES

**Objetivo do estágio:** Aplicar na prática o conteúdo ministrado em sala de aula, assim como exercitar o aprendizado obtendo experiência na área com a criação de diversos materiais, além do trabalho em equipe e dinâmica de trabalho desenvolvido diariamente.

**Objeto(s) do estágio:** Branding e peças de comunicação

**Programa de atividades (PAE):** Participação na desenvolvimento em branding, criação de email marketing, ajuste em site, peças gráficas e auditorias.

### 1.4 SITUAÇÃO ENCONTRADA

**Resumo da situação da empresa em relação ao Design:** O Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional – LOGO/UFSC – realiza atividades de ensino, pesquisa e extensão relativas às ações de marca. O local possui vários designers juniors e professores para auxílio.

**O que foi abordado no estágio:** Metodologia Think Experience Manage (TXM) e criação de paginas para WEB

**Atuação na área gráfica:** Peças Gráficas

**Atuação na área informatizada (mídias):** Os softwares utilizados foram: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, e Mailchimp

### 1.5 ESTRUTURA PARA REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO

**Infra-estrutura física disponibilizada:** Sala climatizada com uma mesa coletiva. À disposição: revistas, livros, computador com os softwares necessários funcionando corretamente, com a velocidade e memória adequados e uma dinâmica de trabalho muito satisfatória.

**A localização do Design na estrutura organizacional da empresa:** Laboratório de Design.

**O local, na estrutura organizacional da empresa, (diretoria, departamento, etc) onde foi realizado o estágio:**

Laboratório de Design.

**Data do início do estágio:** 08/08/2018

**Data de encerramento do estágio:** 08/02/2019

**Carga horária diária:** 5 horas

**Horário diário do estágio (entrada e saída):**  
08:00 às 13:00

## **1.6 ORIENTADOR DO ESTAGIÁRIO**

**Nome:** Luiz Salomão Ribas Gomez

**Formação e cargo:** Doutorado em Engenharia e Gestão Industrial. Professor

**Contatos (telefone/e-mail):** (48)9.9948-5555



## UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

DEPARTAMENTO DE INTEGRAÇÃO ACADÊMICA E PROFISSIONAL

Endereço: 2º andar do prédio da Reitoria, Rua Sampaio Gonzaga, s/nº, Trindade - Florianópolis  
Fone: +55 (48) 3721-9440 / (48) 3271-9295 | [mailto:portal.estagios.ufsc.br](mailto:mailto:portal.estagios.ufsc.br) | <http://dip.prograd@contia.ufsc.br>

### TERMO DE COMPROMISSO DE ESTÁGIO OBRIGATORIO - TCE Nº 2008799

O(A) Diretor(a) do Departamento de Integração Acadêmica e Profissional - DIP, Prof.(a) **Alexandro Guilherme Lenzi de Oliveira**, o(a) Coordenador(a) de Estágios do Curso, Prof.(a) **Luciano Patrício Souza de Castro**, representantes da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, CNPJ 83.859.526/0001-82, como concedente e como instituição de ensino, respectivamente, e o(a) estagiário(a) **Glauber Adriel Pinheiro**, CPF 076.572.219-41, telefona 48984649521, e-mail [glauber\\_adriel@hotmail.com](mailto:glauber_adriel@hotmail.com), regularmente matriculado(a) sob número 16102068 no Curso de **Design** na forma da Lei nº 11.788/08, da Resolução 014/CIU/11 e das normas do Curso, acertam o que segue:

- Art. 1º:** O presente Termo de Compromisso de Estágio (TCE) está fundamentado no Projeto Pedagógico do Curso (PPC) vinculado à disciplina **EGR7198**.
- Art. 2º:** O(A) Prof.(a) **Luit Salomao Ribas Gomez**, da área a ser desenvolvida no estágio, atuará como orientador(a) para acompanhar e avaliar o cumprimento do Programa de Atividades de Estágio (PAE), definido em conformidade com a área de formação do(a) estagiário(a).
- Art. 3º:** A jornada semanal de atividades será de **20.00 horas** (com no máximo **4.00 horas diárias**), a ser desenvolvida na UFSC, no(a) **LOGO**, de **08/08/2018** a **21/11/2018**, respeitando-se horários de obrigações acadêmicas do estagiário e tendo como supervisor(a) o(s) **Luit Salomao Ribas Gomez**.
- Art. 4º:** O(A) estagiário(a), durante a vigência do estágio, estará seguro(a) contra acidentes pessoais pela apólice Nº **0000997** da seguradora **Gente Seguradora S.A.** (CNPJ **90.180.605/0001-02**).
- Art. 5º:** O estagiário(a) deverá elaborar relatório, conforme descrito no Projeto Pedagógico do Curso, devidamente aprovado e assinado pelas partes envolvidas.
- Art. 6º:** O estagiário deverá informar a unidade concedente em caso de abandono do curso.
- Art. 7º:** O estágio poderá ser rescindido a qualquer tempo por meio de Termo de Rescisão, observado o receso do qual trata o artigo 9º deste TCE.
- Art. 8º:** O(A) estagiário(a) realizará o presente estágio sem remuneração.
- Art. 9º:** O(A) estagiário(a) tem direito a **9 dias de recesso**, a ser exercido durante o período de realização do estágio, preferencialmente durante férias escolares, em período(s) acordado(s) entre o(a) estagiário(a) e o(a) supervisor(a). Caso o estágio seja interrompido antes da data prevista, o número de dias será proporcional e deverá ser usufruído durante a vigência do TCE ou pago em pecúnia ao estudante após sua rescisão.
- Art. 10º:** O(A) estagiário(a) não terá, para quaisquer efeitos, vínculo empregatício com a UFSC, desde que observados os itens deste TCE.
- Art. 11º:** Caberá ao(a) estagiário(a) cumprir o estabelecido no PAE abaixo: conduzir-se com ética profissional; respeitar as normas da UFSC, respondendo por danos causados pela inobservância das mesmas, e submeter-se à avaliação de desempenho.
- Art. 12º:** As partes, em comum acordo, firmam o presente TCE em 4 vias de igual teor.

### PROGRAMA DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO (PAE) do TCE Nº 2008799

Durante a vigência do TCE, o(a) estagiário desenvolverá as seguintes atividades:

Aqui é possível aprender a como efetuar projetos de Branding na forma profissional.

Local e Data:

Flóris, 16 de Agosto de 2018

  
Alexandro Guilherme Lenzi de Oliveira - Diretor(a) do DIP -  
PROGRAD - UFSC

Luit Salomao Ribas Gomez - Prof.(a) Orientador(a) e Supervisor(a) no  
local de Estágio

Prof. Luciano Patrício Souza de Castro, Dr.  
Coordenador de Estágios em Design  
OCE/UFSC

  
Luciano Patrício Souza de Castro - Coord. Estágios do Curso - UFSC

  
Glauber Adriel Pinheiro - Estagiário(a)

# RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

**BLOCO 2**

## 2.1 QUADRO CONTENDO:

a) Cronograma com as atividades (projetos) nos quais houve a participação do estagiário (preferencialmente relacionando as datas ou períodos de realização);

b) Tarefas (estabelecidas no PAE) desempenhadas pelo estagiário em cada atividade (projeto) e as horas de trabalho para cumprimento de cada tarefa

c) Se necessário, uma relação complementar de atividades não relacionadas diretamente ao PAE que tenham consumido parcela de tempo representativa em relação à carga horária do estágio.

<b>Semana/Mês</b>	<b>Atividade desenvolvida</b>
2ª/Ago	Entrevistas Stakeholders e OMs
3ª/Ago	Análise SWOT
4ª/Ago	Cruzamentos SWOT
5ª/Ago	Evento criativo
1ª/Set	Mapa semantico / Reunião 12h15 03/09 mostrar mapa semantico e escolher imagens pro painel
2ª/Set	Painel Semântico e Benchmarking / Preencher tabela do bench com as divisões
3ª/Set	Propósito
4ª/Out	Pesquisa dos similares
1ª/Out	Brainstorm
2ª/Out	Refinamento / Criação de mockups
3ª/Out	Briefing dos programas VAMOS e SAFE
4ª/Out	Criação email Marketing VAMOS
1ª/Nov	Desenvolvimento da pagina “Multiplicador“ do site VAMOS / Apresentação da marca do Departamento de artes
2ª/Nov	Composição de Inforgráfico VAMOS
3ª/Nov	Criação email Marketing SAFE
4ª/Nov	Composição de Inforgráfico SAFE





## 2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

### a) AÇÃO 1:

Branding do Departamento de Artes.

**Briefing:** O departamento estava passando por uma dificuldade de se identificar e de ser lembrado pelo seu público, muitas pessoas não sabem o tipo de serviço que é prestado, mesmo estudando no curso.

#### **Público-alvo:**

Todos que fazem parte do departamento diretamente e indiretamente (alunos, professores, demais funcionários e pessoas interessadas em fazer o curso).

Quando eu entrei no projeto ele já estava em andamento, no momento precisava-se fazer entrevista com os maker

Detalhes: Entrevistas com 3 pessoas. Leni Cauê, Luna e Vitor.

#### **Roteiro de Entrevista para o departamento de artes?**

1. Qual a sua relação com o departamento de artes? Há quanto tempo?
2. Quais os pontos fortes atualmente?
3. Quais os pontos fracos?
4. O que você mudaria?
5. O que você entende por marca? Você acha que é importante o departamento de artes ter uma marca? Por que?
6. Dentro da área de artes qual é a maior referência que vem a sua cabeça?
7. Qual a imagem que lhe vem a cabeça quando eu falo departamento de artes?
8. E uma forma? qual seria? por que?
9. Qual a cor que lhe vem à cabeça quando eu falo em artes cênicas?
10. Cite três palavras que lhe vem à cabeça quando eu falo em artes cênicas?
11. Se o departamento de artes fosse uma pessoa, como ela seria? Personalidade, aparência, hobbies? Com quem ela se pareceria?

s.

Após a entrevistas fiquei encarregado de descrever as entrevistas.

Nome: Leni Cauê

**1. Qual a sua relação com o departamento de artes? Há quanto tempo?**

R: Secretário e chefe departamento, atual no local a 8 meses

**2. Quais os pontos fortes atualmente?**

R: Bom ambiente de trabalho, fraterno e organizado

**3. Quais os pontos fracos?**

R: Não vejo pontos fracos

**4. O que você mudaria?**

R: Não mudaria nada

**5. O que você entende por marca? Você acha que é importante o departamento de artes ter uma marca? Por que?**

R: Tentar criar uma identidade que vincule a UFSC com o departe mas o que o deixe também independente.

**6. Dentro da área de artes qual é a maior referência que vem a sua cabeça?**

R: Arte é, pra mim é tudo aquilo que é transformado pelo homem, o que a humanidade consegue transformar de uma forma de expressão artística.

**7. Qual a imagem que lhe vem a cabeça quando eu falo departamento de artes?**

R: Cinema

**8. E uma forma? qual seria? por que?**

R: Cilíndrica

**9. Qual a cor que lhe vem à cabeça quando eu falo em artes cênicas?**

R: Preto, azul e amarelo.

**10. Cite três palavras que lhe vem à cabeça quando eu falo em artes cênicas?**

R: Cinema, música e pintura.

**11. Se o departamento de artes fosse uma pessoa, como ela seria? Personalidade, aparência, hobbies? Com quem ela se pareceria?**

R: Uma pessoa de meia idade, extrovertida, mas não consigo definir o sexo.

Nome: Vitor - Funcionário

**1. Qual a sua relação com o departamento de artes? Há quanto tempo?**

R: No curso, eu sou bem envolvido, já faz 1 anos e meio que estou aqui, então conheço bastante pessoas, bastante professores, pelo fato de estar trabalhando aqui eu tenho uma relação bem legal com todo mundo. Com departamento, não tenho tanto proximidade, mas gostaria de ter mais, sinto que falta pouca receptividade de ouvir os alunos.

**2. Quais os pontos fortes atualmente?**

R: Uma certa abertura e proximidade que a Luna falou com os alunos, pelo motivos das turmas terem salas menores que a quantidade de aluno, o professor a acaba se tornando mais próximo. Então ponto forte que posso dizer é essa capacidade de ter o diálogo.

**3. Quais os pontos fracos?**

R: Acho que falta integração ainda, a gente está trabalhando nisso, estamos tentando trabalhar com uma ponte, mas eu sinto algo que não depende somente do aluno a tomar iniciativa mas também do departamento.

**4. O que você mudaria?**

R: Melhoraria a integração

**5. O que você entende por marca?**

R: Eu diria uma identidade, é o que vem na minha cabeça. É aquilo que quando você lembra e associa com uma empresa.

**6. Você acha que é importante o departamento de artes ter uma marca? Por que?**

R: Seria muito positivo, porque não me vem uma imagem concreta quando se fala do departamento. Justamente por ser um curso de Artes acho que deveria de ter porque as pessoas conseguiriam associar a uma imagem.

**7. Dentro da área de artes qual é a maior referência que vem a sua cabeça?**

R: Várias cores, por conta de participar de várias artes e diversidades.

**8. Qual a imagem que lhe vem a cabeça quando eu falo departamento de artes?**

R: Pincéis, tintas e coisas de artes plásticas

**9. Uma forma? qual seria? por que?**

R: Circulou, por conta da continuidade

**10. Qual a cor que lhe vem à cabeça quando eu falo em artes cênicas?**

R: Vermelho

Nome: Luna - Aluno(a) do Cinema

**1. Qual a sua relação com o departamento de artes? Há quanto tempo?**

R:

**2. Quais os pontos fortes atualmente?**

R: Eu não muito tempo aqui, mas o que já deu para perceber é que os alunos e professores são bem próximos, poderia ser mais próximas para poder ter mais trabalhos, mas sempre que algum aluno corre traz sempre a professor para ajudar.

**3. E você consegue ver uma relação forte do pessoal do curso de Cinema com o de Arte Cênicas?**

R: Tem uma relação da parte deles, vivem nos chamando para fazer um curta. A interação está surgindo e parece que está ficando cada vez mais forte, eu estou gostando bastante.

**4. Quais os pontos fracos?**

R: Ainda falta interação, acho que falta um pouquinho de conversa entre os cursos, mas pelo menos eu vejo que isso está crescendo.

:

**5. O que você entende por marca? Você acha que é importante o departamento de artes ter uma marca? Por que?**

R: a) Você olha pra aquilo e reconhece como seu, exemplo: Uma marca que se deixa na vida de uma pessoa ou que se é reconhecida como uma marca de alguém. E as vezes ela não precisa ser reconhecida por um pessoa e sim por mais pessoas, porque, pode-se reconhecer a sua marca em alguém, mas se esse alguém não reconhecer, ela não será uma marca e só existirá somente para quem a fez.

b) É uma coisa que pode unir as pessoas, olhar um símbolo e ver uma representação de uma ideia que todo mundo se identifica. Por mais que todo mundo saiba em qual curso, está, saberá que este curso faz parte do departamento.

**6. Dentro da área de artes qual é a maior referência que vem a sua cabeça?**

R: Pegando Animação, Design e ou pouco das Ciências, tem haver um pouco com audiovisual, que dê pra trazer elementos da diversidade audiovisual e das diferentes formas que dá para trabalhar com isso.

**7. Qual a imagem que lhe vem à cabeça quando eu falo departamento de artes?**

R: Diversas representações de diversos tipos de artes e ao mesmo tempo, se você sabe que tem algo que une tudo aquilo, mas ela não fica muito explícita, porque ela é bem diversa, mas ao mesmo tempo sabe-se que é tudo um conjunto.

A primeira imagem que vem a cabeça é o clássico, o pincelzinho, a câmera, as carinhas felizes e tristes das Cênicas. Mais da pra ir além disso, como uma obra clássica que todo mundo reconhece e se inspira ou trazer uma pessoa se comportando de uma maneira artística porque a arte acaba sendo sempre uma coisa humana

**8. Uma forma? qual seria? por que?**

R: O triângulo, é uma forma forte, que dá pra atribuir diversos significados em diversas culturas.

**9. Qual a cor que lhe vem à cabeça quando eu falo em artes cênicas?**

R: Vermelho, não sei o porque.

**10. Cite três palavras que lhe vem à cabeça quando eu falo em artes cênicas?**

R: Expressividade, criação e Reflexão.

**11. Se o departamento de artes fosse uma pessoa, como ela seria?**

**Personalidade, aparência, hobbies? Com quem ela se pareceria?**

R: Seria uma entre 25 a 30 anos, que tivesse uma aparência expressivamente meio diferente com algo inovador, um corte de cabelo diferente e que fosse até meio confiante, só que não deixasse de ter um olhar cuidadoso com que tanto está acima ou abaixo dela.

A Partir dos pontos chaves destacados de cada entrevista, com ajuda da professora Marília, fizemos análise SOWT e seus respectivos cruzamentos.

Com duas copias dos pontos chaves, fizemos o recorte de uma e deixamos a outro como Backup. Estávamos em 6 pessoas e dividimos em 2 grupos para a realização dos cruzamentos. O Grupo em que eu estava fico responsável por achar as vantagens competitivas e capacidade de defesa.

(fraquezas x oportunidades)

**VANTAGENS COMPETITIVAS** (forças x oportunidades)

Forças

7+4+5

Oportunidades

24

= Por não ter muitas instâncias e ter muita proximidade entre alunos e professores, o departamento consegue lidar com os alunos de forma diferenciada, fortalecendo cada vez mais a interação entre os cursos.

Forças

3 + 12

Oportunidades

22

= A nova estrutura do departamento, situado agora no bloco D, consolida a união entre os dois cursos (cinema e artes cênicas) e estimula a integração maior, que não existia antes.

Forças

2+11

Oportunidades

25

= Por ser um departamento novo, a oportunidade de uma criação de uma identidade visual no seu início facilitará a visibilidade e reconhecimento na universidade.

Forças

5

Oportunidades

23

= Como diferencial, o departamento beneficiará os alunos ajudando na divulgação de seus trabalhos acadêmicos, vinculando a sua nova identidade visual vinculada com eles.

Forças

(1+6+8)

Oportunidades

(24)

= A receptividade entre os alunos dos dois cursos fortalece o ambiente de trabalho, respeitando sempre a diversidade e diferente de ambos.

Forças

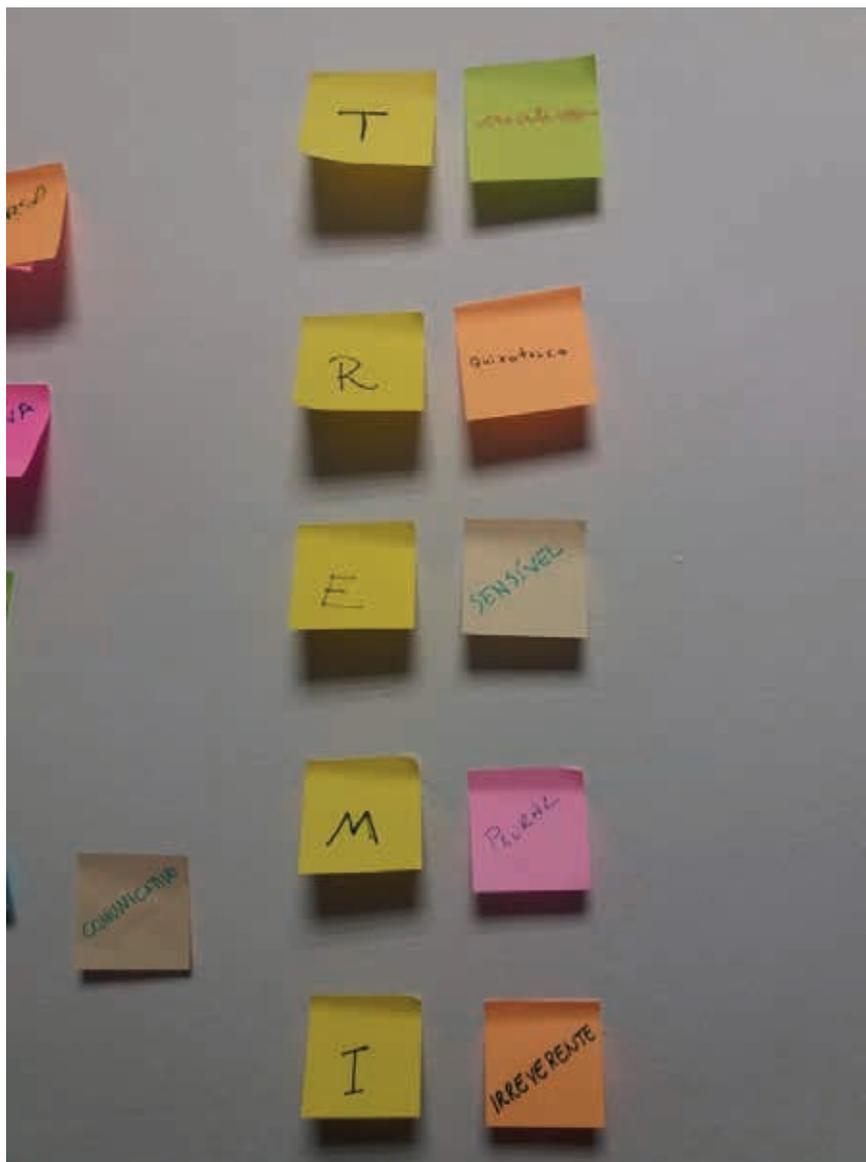
(9+10)

Oportunidades

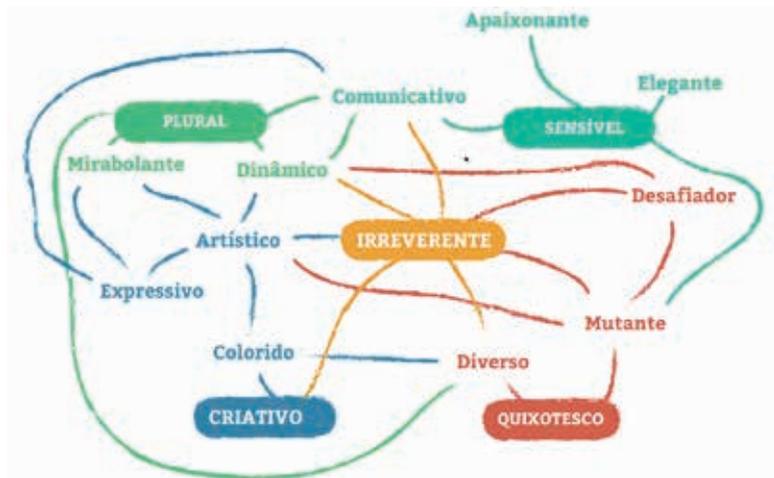
24

= Por possuírem salas e turmas menores, o excelente diálogo entre os alunos e professores favorece a interação entre os dois cursos com o departamento.

A equipe junto com cliente (alunos, funcionários e professor) executou o Evento Criativo para a definição do DNA da marca.



Após definido o DNA, criamos o mapa semântico para termos mais referências de palavras para criação.



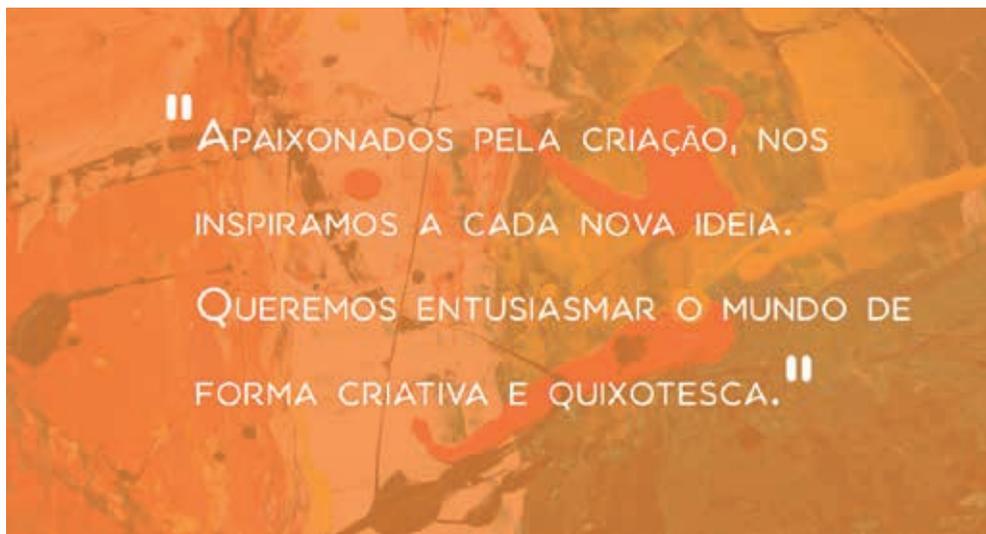
Painel semântico para ter uma visualização das imagens que representam cada conceito.



Com todas essas informações adquiridas, nos reunimos no logo para fazer o propósito através desta ferramenta:



O Propósito é a razão para a organização existir, é a essência dela, é um objetivo e todos da empresa devem compartilhar dele. Além disso, é o que motiva a empresa a querer atingir seus objetivos.



Fomos em busca de algumas referências para construir o benchmarking e ter onde nos espelharmos.

## TECNICO: CRIATIVO



Uatt?

A Uatt? É uma loja brasileira para presentes. São produtos inquietos, divertidos, inusitados. Celebram a amizade, o carinho e o amor. Ajudam a quebrar o gelo, a resgatar lembranças e a construir novas histórias de uma maneira criativa. Dessa forma, ela está sempre inovando no mercado para atender o seu público, buscando jeitos alternativos para cativar cada brasileiro.



Apple

A Apple se posiciona como uma marca que oferece elegância, luxo e exclusividade. Isso é percebido em seus produtos, serviços, web site e também nas Apple Stores. Hoje, a empresa domina o mercado de tecnologia. Seu posicionamento serve de base para todas as suas campanhas de marketing.

## RESILIENTE: QUIXOTESCO



Disney

A The Walt Disney Company, ou simplesmente Disney é uma companhia multinacional fundada em 1923, e desde 2017 o maior conglomerado de mídia e entretenimento. Porém, a Disney entrega bem mais do que entretenimento, com parques temáticos ao redor do mundo e projetos diferentes, a empresa busca levar ao público a diversão despreocupada da infância por meio da fantasia e de uma visão sonhadora de mundo.



DARKSIDE  
Darkside

A editora DarkSide é uma empresa carioca criada em 2012 que trabalha com e-books, cinema e impressos. A DarkSide é a primeira editora brasileira inteiramente dedicada aos gêneros de terror e fantasia. Contrariando a tendência do mundo digital, a editora investe na produção de impressos notáveis pela qualidade material e estética, procurando sempre envolver o leitor em uma realidade alternativa de sonhos e fantasia.

## EMOCIONAL: SENSÍVEL



**La Douce Belle**

Esta é uma empresa brasileira que faz doces, pratos e lembrancinhas personalizadas para batizados, casamentos, chás de cozinhas e tudo que for necessário para uma festa inesquecível. A forma que a empresa tenta representar serviço é através da delicadeza e sofisticação.



**ONU**

É uma organização intergovernamental criada para promover a cooperação internacional. Uma substituição à Liga das Nações, a organização foi estabelecida em 24 de outubro de 1945, após o término da Segunda Guerra Mundial, com a intenção de impedir outro conflito como aquele. Seus objetivos focam na manutenção da paz e segurança, direitos humanos, desenvolvimento econômico e assistência humanitária.

## MERCADOLÓGICO: PLURAL



**Havaianas**

A Havaianas é uma das empresas mais conhecidas no cenário nacional, suas campanhas criativas e irreverentes a fazem cair no gosto popular, somando isto à sua qualidade de produto e sua constante busca por trazer novidades e diferenciais a fazem uma empresa de sucesso.



**Volkswagen**  
Volkswagen

Volkswagen é uma palavra que, em língua alemã, significa "carro do povo". O Grupo Volkswagen, além da marca Volkswagen, é também, proprietário das marcas Audi, Bentley, Bugatti, Ducati, Lamborghini, Seat, Porsche, Skoda Auto, MAN, Volkswagen Caminhões e Ônibus e Scania, além de patrocinar alguns eventos esportivos, como o Rali Dakar, a Seleção Argentina de Futebol, a Seleção Neozelandesa de Futebol e a Seleção Russa de Futebol, além da Academia do David Beckham. Também patrocinou os Jogos Olímpicos de Verão de 2008 e patrocina o time alemão VfL Wolfsburg.

## INTEGRADOR: IRREVERENTE



**Diesel**

A italiana DIESEL, preferida dos jovens "descolados" do mundo inteiro, tornou-se um ícone da moda fashion, principalmente em virtude de seus famosos jeans confortáveis, com visual desgastado e calimento impecável, com mais de 100 modelos e 50 tipos de lavagens, que continuam sendo para poucos que gastam muito. A DIESEL, que ousou ao colocar no lado direito do bolso frontal a marca em uma etiqueta transversal, tornou-se um "objeto de desejo". Ousadia, criatividade, irreverência. A marca DIESEL é tudo isso e muito mais.



**Lola Cosmetics**

"Não trabalhamos apenas com cosméticos, e sim com respeito, oferecendo uma visão real dos cuidados com a saúde capilar e apresentando resultados ao alcance de mulheres comuns. Inovamos cada vez mais em tecnologia, comunicação, sustentabilidade e compromisso com o meio ambiente e os animalinhos do nosso mundo." Assim como Departamento de Artes, que se expressa de maneira diferente de outros cursos, com liberdade e espontaneidade.

Com a parte de Experiene em andamento, eu fiquei responsável pelo painel de cores, formas e tipos - inspiração do Brainstorm 635.



Brainstorm 635.





Refinamento do rascunho que me chamou mais atenção. Tive bastante dificuldade, pois não tinha a prática do ilustrador, muito menos vetorizar um rascunho, mas com ajuda consegui chegar no resultado.

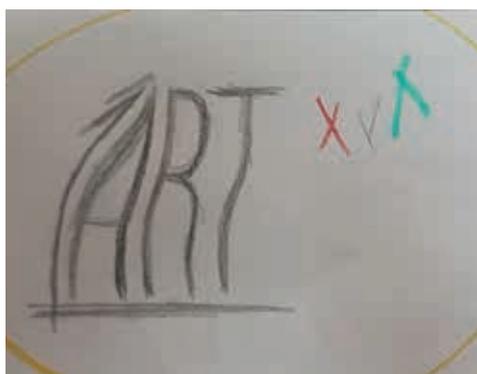


Fizemos uma reunião para escolher uma das vetorizações e assim partimos para versão final. Ou fazer um reajuste na versão que foi escolhida anteriormente.

Estes foram os meus resultados:



Como as alternativas não foram aceitas pelo cliente e pelo o nosso orientador, partimos novamente para o 635:



Refinamento:



Versão Final:



## Aplicações











## a) AÇÃO 2:

Programas Vida Ativa Melhorando a Saúde (VAMOS) e Saúde Apartir de Atividades Físicas Extiosas (SAFE)

**Briefing:** Estes programas são para pessoas se motivarem a ter uma saúde ativa e boa alimentação. O programa já inserido no mercado mentia-se apagado por um tempo, a ideia seria voltar surpreendendo seu publico iniciando com um e-mail diferente e posterior a isso outros matérias que eu fiquei encarregado de fazer.

### **Público-alvo:**

Pessoas de 22 a 60 anos com ensino superior de preferência da área da saúde ou que tenha interesse em aprender e ensinar a como viver uma vida saudável.

Para o VAMOS, a minha sugestão foi a criação de um e-mail marketing, fazendo apresentação da marca e redirecionando o usuário para o site do programa. Nesse caso meu primeiro passo foi conhecer o programa e ver todos os dados que eles tinham. O que encontrei não era o suficiente para que eu conseguisse fazer essa peça, então usei o método tentativa e erro. Fiz 3 versões para que eles escolhessem uma e assim trabalharmos nela.

# Vamos

Vida Ativa Melhorando a Saúde



**VAMOS TORNAR O MUNDO MAIS ATIVO E SAUDÁVEL!**

Chegou uma hora de ser multiplicador do Vamos.

O VAMOS é programado para as áreas de trabalho, que são motivadas por pessoas para um estilo de vida ativo e são as mesmas em relação à atividade física e a energia.



**Conteúdo informativo do programa:**

Curso on-line, de 20 horas, gratuito, para profissionais da saúde da rede de atenção básica e Saúde do SUS.



[Saiba mais](#)

Rozann Sida  
[www.vamos.uol.br/](http://www.vamos.uol.br/)



UFRJ



FAPES



Copyright © 2018 Vamos. Todos Direitos Reservados

Novo Site:  
[www.vamos.foz.br](http://www.vamos.foz.br)

Chegou uma hora de ser multiplicador do Vamos!  
O Vamos é um programa para as áreas de trabalho, que são motivadas por pessoas para um estilo de vida ativo e são as mesmas em relação à atividade física e à energia.



Conteúdo informativo do programa:  
Curso on-line, de 20 horas, gratuito, para profissionais de saúde da rede de atenção Básica e Saúde da SPS.



VISITE: [www.vamos.foz.br](http://www.vamos.foz.br)

VAMOS TORNAR O MUNDO MAIS ATIVO E SAUDÁVEL!

Novo Site: [www.vamos.foz.br](http://www.vamos.foz.br)



FOZ DE IGUAÇU



FOZ



FOZ

Copyright © 2018 "JUSTICOMPARVY". All rights reserved.  
"JUSTIDESCRIPTION"

Our mailing address is:

VAMOS TORNAR O MUNDO MAIS **ATIVO E SAUDÁVEL!**

Chegou uma hora de ser multiplicador do Vamos

[Veja Nosso Site!](#)

O VAMOS é o progresso para as áreas de trabalho, que são motivadas por pessoas para um estilo de vida ativo e são as melhores em relação à atividade física e à energia.

O que precisamos para ser saudáveis?



Exercício



Alimentação



Descanso

Seja um Multiplicador do Programa VAMOS **Como Participar?**

Para ser um(a) Multiplicador(a) você precisa realizar o treinamento do Programa VAMOS que será certificado por este site para implantá-lo no seu local de trabalho.

Este treinamento foi criado por [Luz Silva](#).



**Conteúdo informativo do programa:**

Curso on-line, de 20 horas, gratuito, para profissionais de saúde da rede de atenção básica e Saúde do SUS.

[Veja Nosso Site!](#)



PROMOTORA



Copyright © 2018 "LUSILVA.COM.BR". All rights reserved.  
"LUSILVA.COM.BR"

Our mailing address is:  
"LUSILVA.COM.BR"

Want to change how you receive these emails?  
You can [update your preferences](#) or [unsubscribe](#) from this list.

A versão 2 foi escolhida, então fiz um refinamento.

Nome Site: [www.vamos.br](http://www.vamos.br)

# Vamos

Vida Ativa Melhorando a Saúde

O VAMOS é um programa de mudança de comportamento que objetiva motivar pessoas para um estilo de vida ativo e saudável.



ATIVIDADE FÍSICA



EDUCAÇÃO ALIMENTAR

Sabe Mais



VAMOS TORNAR O MUNDO MAIS ATIVO E SAUDÁVEL!

FAÇA SUA INSCRIÇÃO

Nome Site: [www.vamos.br](http://www.vamos.br)



Mesmo com aprovação do supervisor Luiz Salomão que participa do programa, pediram para testar esta outra ideia.

No final, decidiram ficar com esta versão.



A UFSC lança a 2ª edição  
do **Treinamento para  
Implantação do Programa VAMOS.**

**SEJA UM MULTIPLICADOR DO VAMOS!**

INSCREVA-SE JÁ!

UFSC LANCE FAPESC **Vamos**



Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,

**SEJA UM MULTIPLICADOR DO VAMOS!**

LOREM IPSUM

UFSC LANCE FAPESC **Vamos**

Criação de página para andamento do programa.



The image shows a screenshot of a website page. At the top left is the 'Vamos' logo. A navigation menu at the top right includes links for 'INÍCIO', 'SOBRE', 'COMO PARTICIPAR', 'ONDE ESTAMOS', 'NOSSO', 'QUEM SOMOS', and 'CONTATO'. The main heading is 'MULTIPLICADOR'. Below it is the sub-heading 'Seja um Multiplicador do Programa VAMOS'. To the left is an image of a person's hands pulling open a white shirt to reveal a green shirt with the 'Vamos' logo. To the right of the image is the text 'Seja bem-vind(a)!' followed by a paragraph: 'Para ser um Multiplicador você precisa realizar o treinamento do Programa VAMOS que nós oferecemos, em duas áreas para facilitar a sua vida de trabalho:'. Below this text are two buttons: 'QUERO SER UM MULTIPLICADOR' and 'SAIBA MAIS SOBRE O PROGRAMA'. At the bottom of the page is a grey footer with the word 'VAMOS' in large white letters and a small URL below it.

Infográfico. O email marketing vai fazer o usuário ser redirecionado para outra página até chegar no treinamento onde estará o mesmo.



O SAFE também sentiu a necessidade de fazer um e-mail para convidar os usuários a preencher um formulário para participar do seu propósito. Com a conclusão do conteúdo eu fiquei responsável a dar uma aparência a este:

**SAFE** SAÚDE A PARTIR DE ATIVIDADES FÍSICAS EXITOSAS

**CONVITE**

Prezado (a),

A Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) com o apoio do Ministério da Saúde convida o (a) senhor (a) a participar da pesquisa **SAÚDE A PARTIR DE ATIVIDADES FÍSICAS EXITOSAS (SAFE)**. Nosso objetivo é elaborar recomendações de atividade física para serem realizadas com usuários da Atenção Básica no Sistema Único de Saúde no Brasil.

Diante disso, pedimos a colaboração de profissionais da saúde ou secretaria de saúde para fornecer informações sobre as atividades físicas desenvolvidas em seus ambientes de trabalho. Caso aceite participar, por favor [clique aqui](#) para responder ao questionário, você levará aproximadamente 15 minutos.

Para quaisquer dúvidas que possam surgir, favor entrar em contato com o grupo realizador da pesquisa:

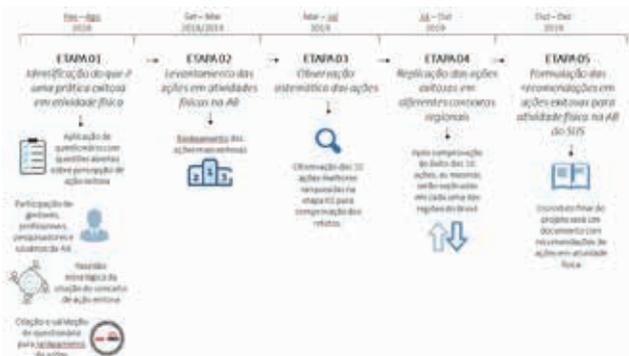
 (48) 3721-8553  
 [safe@contato.ufsc.br](mailto:safe@contato.ufsc.br)

Ressaltamos que sua participação é fundamental para o sucesso da pesquisa!

**PESQUISAR PARA RECOMENDAR**

Sentiu-se a necessidade de deixar o infográfico com mais a cara do marca para ser apresentado no site.

Versão anterior:



Nova versão:



RELATÓRIO FINAL  
DE ESTÁGIO CURRICULAR

**BLOCO 3**



### **3.1 A SITUAÇÃO PARA A REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO FOI SATISFATÓRIA? EM QUE E COMO?**

Sim, aprendi como aplicar na prática as teorias estudadas em sala de aula, desenvolvi a capacidade em trabalhar em equipe em um ambiente no qual só havia designers e experimentei o atendimento ao cliente.

### **3.2 QUAIS FORAM OS PRINCIPAIS PONTOS POSITIVOS E OS NEGATIVOS DO ESTÁGIO?**

Além dos citados acima, os pontos positivos foram conhecer pessoas novas, trabalhar perto de quem já tem uma certa experiência. Não foram encontrados pontos negativos.

### **3.3 AS ABORDAGENS CONCEITUAIS, OS MÉTODOS E AS TÉCNICAS UTILIZADAS NO ESTÁGIO FORAM COERENTES COM O QUE FOI ESTUDADO NO CURSO? QUAIS AS CONVERGÊNCIAS? QUAIS AS DIVERGÊNCIAS?**

Sim. Tudo foi utilizado, porém dependendo da pressão do cliente o projeto fica reduzido e a qualidade não se torna muito agradável.

### **3.4 COMO E EM QUE ESSE ESTÁGIO CONTRIBUIU PARA SUA FORMAÇÃO?**

Praticamente em tudo: O fato de se estar fazendo um projeto de branding pela faculdade e outro pelo estágio paralelamente foi repetitivo, mas foi ótimo para a fixação e comparação de equipes e exigências.

### **3.5 QUAIS OS CONHECIMENTOS TEÓRICOS E TEÓRICO-PRÁTICOS ADQUIRIDOS NO CURSO QUE FORAM DIRETAMENTE UTILIZADOS?**

Creio que a capacidade de vetorizar esboços, formatações para um email marketing e a metodologia TXM.

### **3.6 QUE CONHECIMENTOS PRESUMIDAMENTE DA ÁREA DE DESIGN FORAM NECESSÁRIOS E NÃO FORAM ESTUDADOS NO CURSO?**

Criação de páginas no wordpress e email marketing.

### **3.7 EM ESCALA DE 0 A 10, QUE VALOR RESUMIRIA, NA SUA OPINIÃO, A**

## **CONTRIBUIÇÃO DO ESTÁGIO PARA SUA FORMAÇÃO?**

Nota 10

RELATÓRIO FINAL  
DE ESTÁGIO CURRICULAR

**BLOCO 4**

**Carta de Avaliação de Estágio - Supervisor / Empresa Concedente**

Nome da Empresa Concedente: Lobg - Laboratorio da Gênesis Organizational  
 Estagiário: Glauber Luiz de Penha  
 Área do Estágio: Design  
 Período de realização do estágio: Genêresis  
 Supervisor de Estágio: Luiz Roberto Salomão Ribeiro Gomes  
 Contato do Supervisor de Estágio (fone/e-mail): (48) 9.9948-5555

<b>1. Iniciativa e auto-determinação:</b> proposta e/ou apresentação de ações independentes de solicitações:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
<b>2. Qualidade das tarefas:</b> organização, clareza e precisão no desenvolvimento das atividades conforme padrões estabelecidos pela empresa:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	
<b>3. Criatividade:</b> capacidade de sugerir, projetar e executar modificações ou novas propostas:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	
<b>4. Dinamismo:</b> Agilidade frente às situações apresentadas:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	
<b>5. Resiliência:</b> Capacidade de adequar o comportamento/conduita a circunstâncias adversas ou mudanças:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								X		
<b>6. Interesse:</b> Envolvimento na solução de problemas, disposição na busca de alternativas e conhecimentos para a execução de tarefas propostas:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	
<b>7. Relacionamento interpessoal:</b> facilidade de relacionamento/comunicação com os demais componentes da equipe de trabalho.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	
<b>8. Cooperação:</b> pré-disposição à colaborar com a equipe na resolução de tarefas:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	
<b>9. Disciplina e responsabilidade:</b> comprometimento com horários, prazos, cumprimento de regras e normas da empresa:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	
<b>10. resultado:</b> rendimento apresentado em relação às atividades solicitadas ao desenvolvimento:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	
<b>Média</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X

Outras Considerações:

FRAS  
Cidade

21/11/18  
Data

Assinatura do Supervisor/concedente:

**Carta de Avaliação de Estágio - Professor Orientador/Avaliador**

Estagiário: Glauber Adriel Rimbleto  
 Nome do Prof. Orientador/Avaliador: Luiz Salomão Ribeiro Gomes  
 E-mail do Prof. Orientador/Avaliador: saldo@designer@gmail.com  
 Data da entrega do Relatório para a avaliação: 26/11/2018

**Para a auxiliar a avaliação**

Esta carta deve ser preenchida pelo(a) Prof. (a) Orientador(a) a partir da disponibilização do Relatório Final de Estágio pelo(a) aluno(a) orientado(a). Os itens abaixo dizem respeito aos quesitos padrões deste documento. Para auxiliar na avaliação, o(a) Prof.(a) Orientador(a) pode encontrar recomendações e um modelo de relatório padrão no seguinte link, na aba "Manual do Prof. Orientador":

<http://estagiodesign.paginas.ufsc.br>

<b>1. Relatório - Conteúdo:</b> Preenchimento adequado das seções do relatório, ortografia, organização textual e gráfica.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
<b>2. Relatório - Projetos:</b> Apresentação adequada das imagens dos projetos desenvolvidos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	
<b>3. Conhecimento aplicado:</b> A demonstração do uso de conhecimentos técnicos e práticos adequados no desenvolvimento dos projetos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
<b>4. Objetivos Alcançados:</b> Se o aluno cumpriu, do ponto de vista acadêmico e profissional, objetivos propostos pelos projetos desenvolvidos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	
<b>5. Prazo:</b> Entrega do relatório com o prazo mínimo de uma semana para a avaliação.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	
<b>Média</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X

**Outras Considerações:** \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

F. Pais  
Cidade

21/11/18  
Data

  
Assinatura do Prof. Orientador de Estágio Obrigatório



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE SANTA CATARINA**

**RELATÓRIO FINAL  
DE ESTÁGIO CURRICULAR**

**DESIGN**

Glauber Adriel Pinheiro  
LOGO  
08/08/2018 - 23/11/2018